

القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية

رشا محمد عاطف الشيخ*

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة للتعرف على القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة من حيث الشكل والمضمون و تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية و اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باعتباره الإطار المنهجي الذي يتوافق مع الدراسة و استخدمت الدراسة أسلوب المقارنة المنهجية واعتمدت على أداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات و شملت فترة الدراسة التحليلية القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة لمدة شهر كامل للمواقع في الفترة من 1 إبريل 2021 إلي 1 مايو 2021 بإجمالي عدد (263) فيديو جراف إخباري و توصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج كان أهمها ان تعددت و تنوعت القيم الإخبارية المتضمنة للفيديو جراف في المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة حيث لكل موقع إخباري توجه سياسي و سياسة تحريرية تحدد له أهم القيم الإخبارية التي تعتمد عليها في صياغة قوالبها و أشكالها الإعلامية الجديدة، و تناولت المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة الوسائط المتعددة المتضمنة في الفيديو جراف فقد تنوعت و تعددت و ركزت على النص المكتوب المصاحب للفيديو جراف مع الوسائط الأخرى كالصوت و التعليق الصوتي و الموسيقي و اللقطات الحية و الرسوم الجرافيكية و الانيمشن و الجرافيك.

الكلمات المفتاحية : القيم الإخبارية – الفيديو جراف – المواقع الإخبارية

* مدرس بقسم الإذاعة و التلفزيون بكلية الإعلام – جامعة المنوفية

News values included in the videograph presented on Egyptian news sites

Abstract

The study aimed to identify the news values included in the video graph presented on the Egyptian governmental and private news websites in terms of form and content. Content analysis as a tool for data collection. The analytical study period included the news values included in the video graph in Egyptian governmental and private news websites for a full month for the websites in the period from April 1, 2021 to May 1, 2021, with a total number of (263) news graph videos. The study reached a set of results, the most important of which was that the news values included in the video graph were numerous and varied in governmental and private news sites, where each news site had a political orientation and an editorial policy that determined for it the most important news values on which it relied in formulating its new media templates and forms. Governmental and private news websites, the multimedia included in the video graph has varied and varied and focused on the written text accompanying the video graph with other media such as audio, audio commentary, music, live clips, graphics, animation and graphics.

Keywords: The news values- Video graph- News websites

مقدمة :

ان القيم الإخبارية من المفاهيم الأكثر تعقيداً لما تحمله من معاني ايديولوجية و فكرية فهي تعد مؤشراً لتحديد هوية الخبر في المواقع الإخبارية و تستطيع تحديد هويته و توجهه في نقل الخبر و التركيز عليه و آليات عرضه و القوالب المستخدمة في إعداده و نشره على الموقع الإخباري.

و المواقع الإخبارية أصبحت تتجه اتجاهات حديثة في الفنون و الأشكال الإخبارية فقد باتت تعتمد على الصورة المتحركة و الثابتة و النص المرئي و المسموع في إنتاج محتواها الإخباري ، و يعود الفضل في ذلك إلى انتشار التقنيات الحديثة و الوسائط المتعددة من أنماط صناعة المحتوى الإخباري الرقمي (الصورة الثابتة و المتحركة، النص ، الصوت، الانفوجرافيك ، الرسوم) .

و تنتقي المواقع الإخبارية مضامين و قضايا اخبارية معينة تعطيها اهتمامها و تغطيتها و قيمها و فقاً لسياستها التحريرية و العديد من المعايير الإعلامية التي تخضع لها . و ازاء ذلك فقد شهد العالم العربي تغيرات متسارعة جراء الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الاتصال و الأقمار الصناعية و هذه التغيرات لمست بدورها عملية صناعة الأخبار و انتقائها و تحديد مضمونها .⁽¹⁾

و قد لجأت المنصات الرقمية إلى الفيديو جراف كوسيلة جذابة لعرض المعلومات و الترويج للمنتجات و سرد القصص و انتهت لها المؤسسات الإعلامية للخروج من قالب التقليدي للفيديو للعرض على منصات الرقمية حيث أصبحت المنصات الإعلامية المختلفة لا يمكن أن تنجح بدون وجود الأشكال و الفئات الخيرية المختلفة التي تعتمد بشكل كلي على الوسائط المتعددة و من ثم يمكن من خلالها تحقيق سمات التميز و الانفراد.

و قد فرضت التكنولوجيا الحديث على جميع المؤسسات الإعلامية الاهتمام باستخدام الوسائط التي تستعين بالصوت و النص و الحركة للإيحاء بمصدقية الحادثة و الدليل على حدوثه و من ثم أصبح مستقبل الفيديو جراف في الوقت الحالي أهم من ذي قبل كما يعتبر دليل و مؤشر على جودة الرسالة الاعلامية مما يدل على مصداقية الوسيلة و قدرتها على تحقيق التميز على الساحات الإعلامية.

الدراسات السابقة :

- المحور الأول : الدراسات التي تناولت القيم الإخبارية في الوسائل الإعلامية.
- المحور الثاني : الدراسات التي تناولت الفيديو جراف كاتجاه جديد في تقديم المحتوى الإخباري.

المحور الأول : الدراسات التي تناولت القيم الإخبارية في الوسائل الإعلامية

قامت دراسة بهاء الدين على بشير (2021) ⁽²⁾ بدراسة عوامل تشكيل القيم الإخبارية في القنوات الفضائية العربية في عصر الإعلام الرقمي و طبقت الدراسة على قناة الإمارات (أبوظبي) و استخدمت الدراسة منهج الوصف التحليلي و اعتمدت على أداة تحليل المضمون لجمع البيانات و كانت أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة تصدر قيمة التسرع و عدم الأناة كأهم القيم الإخبارية في قناة أبو ظبي. و قد بينت دراسة صفاء راضي وزير (2020) ⁽³⁾ أن اختلاط القيم الإخبارية للإعلام الحر المستقل و الاعلام الجمهوري و ما يرتبط بالعوامل المؤثرة فيها و طبقت الدراسة على النشرات المسائية (نشرة الاخبار على اذاعة الناصرية) و توصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج أن هناك علاقة بين الأخبار و القرب الجغرافي أو العاطفي للإذاعة بغض النظر عن نوع الملكية . في حين استهدفت دراسة ريهام محمود درويش (2019) ⁽⁴⁾ التعرف على طبيعة السلوك الإخباري للنخب المصرية في التعامل مع الأخبار المتاحة على المنصات الإخبارية و مدى تفاعل النخب المصرية معها بما يجعلها مصدر رئيسي لهم ، تنتمي الدراسة الي الدراسات الاستكشافية الوصفية و اعتمدت الباحثه على أسلوب المسح الميداني و تم اختيار عينه عمديه من النخب الأكاديمية و النخب السياسية و الإعلامية بلغ عددها (156) و اعتمدت على استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات و كانت من أهم نتائج الدراسة أن أنماط استخدام النخب لوسائل الإعلام التقليدية من صحف و قنوات تليفزيونية تأثر بشكل كبير بالمنصات الالكترونية للأخبار . و سعت دراسة حسين سعدى الفتلاوى (2016) ⁽⁵⁾ إلي التعرف على كيفية تناول المواقع الالكترونية للمادة الإخبارية في الصحافة الالكترونية و اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي و صممت استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات و تم تحديد موقع إيلاف الالكتروني لتحليل المضامين الإخبارية المقدمة به في الفترة من 2014/3/1 - 2014/3/31 لمدة شهر كامل و كانت أهم نتائج الدراسة قد جاءت الأخبار السياسية في المرتبة الأولى ثم الأمنية على موقع إيلاف. و قامت دراسة بداني فؤاد (2016) ⁽⁶⁾ بدراسة القيم الإخبارية الواردة بالهيئات التحرير بالإذاعة الجزائرية و ما هو واقع الأداء الإخباري للصحفيين و ما العوامل التي تؤثر في تحديدها اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي و استخدمت الدراسة على استمارة المقابلة و تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات و طبقت الدراسة على عينة من الصحفيين و عددهم (10) من العاملين بقسم الأخبار و التحرير و تم تحليل (92) نشرة إخبارية ، و تم اختيار عينة حصصية من الجمهور و عددهم (465) مفردة و توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها ان القيم الإخبارية الأكثر تواجدا في الأخبار الصحة والصدق ثم قيم الأنية و الجدة . و اهتمت دراسة عرفات مفتاح معيوف (2014) ⁽⁷⁾ بالتعرف على مفهوم القيم الإخبارية التليفزيونية ووظائفها و تحديد أهم المعايير المتعددة في التغطية الإخبارية التليفزيونية ، و اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي و توصلت لمجموعة من النتائج أهمها التمسك بالشفافية في التعامل مع الأخبار التليفزيونية ومصادر حفظا على المهنية

الإعلامية . و استهدفت دراسة **عماد الدين على أحمد (2014)** ⁽⁸⁾ بتحليل و مراجعة التراث العلمى للبحوث العلمية العربية و الأجنبية التى تناولت القيم الإخبارية الحاكمة للعمل الإعلامى فاعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل الكيفي من المستوى الثانى و استخدمت منهج المسح بالعينة في الفترة من 1992- 2012 و أوضحت النتائج ان ارتباط المؤسسات الصحفية و الإعلامية باستثمارات و مشروعات مختلطة و متعددة بالمؤسسة الإعلامية. وقد اهتمت دراسة **إبراهيم حسين عبيد الله العزازمة (2012)** ⁽⁹⁾ بالكشف عن القيم الإخبارية التى تنشر في صحيفة الغد الأردنية خلال الفترة من (2009-2010) و طبقت الدراسة على عينة مكونة من (91) عدداً و اعتمدت على منهج التحليل الوصفي و استخدمت صحيفة تحليل المضمون لجمع البيانات و توصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج أهمها تقدم الخبر السياسي على باقي الأنواع من الأخبار و تقدم الخبر المحلى على باقي الأخبار وفقاً للنطاق الجغرافي الأقرب. و قامت دراسة **عبد الله عمر أحمد بخاش (2012)** ⁽¹⁰⁾ بالتعرف على كيفية بناء الأولويات الإخبارية المقدمة في النشرة الإخبارية الرئيسية بقناة اليمن الفضائية و اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامى و طبقت استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات لعينة من النشرات الإخبارية مكونة من (89) نشرة إخبارية و خلصت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها انخفاض تأثير اهتمام الجمهور بالخبر على ترتيب أولويات النشرة الإخبارية قياساً بتأثير السياسة الرسمية للدولة. و سعت دراسة **عمر جواد عبد الجبار (2011)** ⁽¹¹⁾ للتعرف على القيم والمضامين الإخبارية في أخبار فضائية الشرقى العراقية و اعتمدت الدراسة على منهج المسح و استخدمت الدراسة استمارة تحليل المضمون عشرين برنامج من البرامج التى تقدمها قناة الشرقى الفضائية كأداة لجمع البيانات و توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها تعتمد القيم الإخبارية في القناة الفضائية الشرقى العراقية على الجانب السياسي و الأحداث الأمنية الخطيرة ، و بالنسبة للأولوية الإخبارية في صناعة الأخبار فجاء بالدرجة الأولى السياسي. في حين استعرضت دراسة **فوزية عكاك (2012)** ⁽¹²⁾ الكشف على القيم الإخبارية التى تحتويها صحيفة الخبر و يومية الشروق و تنتمى الدراسة الي الدراسات الوصفية و اعتمدت على منهج المسح الإعلامى بشقيه الوصفي و التحليلي و طبقت استمارة تحليل المضمون و استمارة الاستبيان كأدوات لجمع البيانات و تكونت عينة الدراسة من (338) خبراً في جريدة الخبر و (292) خبراً في جريدة الشروق اليومى و انتهت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها تبنى صحيفتى الخبر و الشروق اليومى لمصفوفة القيم الخبرية التى يضعها القائمون بالاتصال في عملية انتقاء الأخبار ، وجاءت القيم الخبرية في صحيفة الشروق الضخامة و الصراع و القرب و الاثارة والسلبية أما القيم الإخبارية جاءت في صحيفة الخبر على النحو التالى الضخامة ، و الحجم ، الصراع ، القرب ، السلبية .

المحور الثاني : الدراسات التي تناولت الفيديو جراف كاتجاه جديد فى تقديم المحتوى الإخبارى

استعرضت دراسة اسلام محمد مطاوع (2020) ⁽¹³⁾ التقنيات الحديثة المستخدمة في تحرير التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية و اعتمدت الدراسة على منهج المسح و المنهج المقارن و طبقت الدراسة على ثلاث مواقع إخبارية (موقع الدستور- بوابة الأهرام – بوابة الوفد) لمدة 30 يوم و استخدمت الدراسة أداة تحليل الويب و توصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها أن بوابة الأهرام احتلت المركز الأول في عدد الوسائط المستخدمة بواقع (506) ، يليها موقع الدستور بلغ عدد الوسائط (387) ، ثم جاءت بوابة الوفد في المركز الأخير بعدد (245). في حين قامت دراسة راضي محمد عطوة (2020) ⁽¹⁴⁾ للتعرف على استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للصحف من خلال رصد عناصر (الفيديو – الصوت- الانفوجرافيك-الصور) فقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي ، المنهج المقارن و طبقت الدراسة على عينة من مواقع الصحف اليومية على شبكة الانترنت (التايمز البريطانية- الأهرام المصرية- النيويورك تايمز الأمريكية) و بلغت (52) لكل موقع و كانت أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة ان موقع صحيفة التايمز البريطانية اعتمدت على الفيديو جراف الذي يحتوى على تعليق صوتى بنسبة 25% و الفيديو جراف الذي يحتوى على نص بنسبة 96.2%، اما موقع النيويورك تايمز الأمريكية استخدمت الفيديو جراف المتضمن لتعليق صوتى بنسبة 76.9% و الفيديو جراف الذي يحتوى على نص بنسبة 96.2% . و سعت دراسة أحمد على و مروة عطية (2019) ⁽¹⁵⁾ رصد و تحليل قوالب الفيديو جراف الإخبارية في مواقع الصحافة العربية و الغربية على شبكة الإنترنت و استخدمت الدراسة منهج المسح و المنهج المقارن و اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون الكمي و الكيفي لتحليل أنماط الوسائط المتعددة و طبقت على (400) موضوع إخبارى لمواقع الإخبارية عربية و غربية و توصلت لمجموعة من النتائج أهمها تصدر استخدام قالب الفيديو جراف في تقديم الأخبار الأنية في مختلف المواقع الإخبارية . و استهدفت دراسة Krieken (2018) ⁽¹⁶⁾ إلي معرفة التقنيات السردية التي توظف في تقديم القصص الصحفية متعددة الوسائط و كيف توظف فيها النصوص و الفيديو و الصور و الرسوم و الصوت لخلق جو من التعايش في تفاصيل و أحداث الخبر و اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة و طبقت على عينة لقصة خبرية نشرت في الموقع الإلكتروني لجريدة النيويورك تايمز و كانت أهم النتائج ان النص لا يزال يعتبر تقنية أساسية من تقنيات السرد الصحفي و لكن يجب أن تتكامل مع باقي الأشكال و الأنماط للوسائط المتعددة. و ركزت دراسة شيماء عبد الحميد (2018) ⁽¹⁷⁾ على دراسة معرفة كيف تؤثر العوامل الخاصة بالتصميم و أساليبه و مبادئه في نجاح الموقع الإخباري و تطرقت الدراسة إلي دراسة العوامل التقنية الخاصة باستخدام الوسائل التكنولوجية للمواقع الإخبارية و مدى تأثير عوامل استخدام النص بالصوت و الفيديو على نجاح الموقع الإخباري و جذب المستخدمين و كانت من أهم النتائج

التي توصلت لها الدراسة تقديم الخدمات التفاعلية للموقع الإخباري كمشاركة الخبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي و البريد الإلكتروني و استطلاع الرأي كما تميزت بتوفير مقالات لها صلة بالموضوع و ذلك أدى إلي إثراء الإخباري . و قامت دراسة **محمد محمد السعيد نعيم (2018)** ⁽¹⁸⁾ بقياس أثر أشكال تمثيل المعلومات في الفيديو الرقمي (اللغوى -البصرى-الهجين) على التحصيل المعرفي و استخدمت الدراسة المنهج التجريبي و طبقت الدراسة على عينة تكونت من(39) مبحوث من الطلاب و تم تقسيمهم إلي ثلاث مجموعات : المجموعة الأولى (تمثيل لغوى) ، المجموعة الثانية (التمثيل البصرى) ، المجموعة الثالثة (التمثيل الهجين) و توصلت الدراسة إلي قائمة بمعايير تصميم الفيديو الرقمي وفقاً لأشكال تمثيل المعلومات (اللغوى- البصرى- الهجين) ، و اهتمت دراسة **مرودة عطية (2017)** ⁽¹⁹⁾ بدراسة الكشف عن خصوصية العلاقة بين النص و الفيديو المصاحب له و محاولة التعرف على السياقات المتعددة التي يتم في إطارها توظيف الفيديو داخل البناء الفني للقصة الإخبارية و اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون و طبقت على عينة مكونة من (300) قصة صحفية بالمواقع الإخبارية و توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج كان أهمها أن اللقطات المصورة الحية الأقرب إلي التقارير التليفزيونية كانت من الأنماط السائدة في التوظيف ضمن البناء الانتقائي و المتشابك و كانت لقطات الفيديو جراف الأعلى في التوظيف ضمن البناء المدمج. و جاءت دراسة **Cherubini&Newman, Kalogeropoulos (2016)** ⁽²⁰⁾ للكشف عن أهم وأكثر الفيديوهات الإخبارية جذاباً للجمهور و طبيعة القيم التي تؤثر على ذلك و طبقت الدراسة على عينة مكونة من (30) مفردة من المسؤولين عن المؤسسات الإخبارية و استخدمت الدراسة أداة المقابلة كأداة لجمع البيانات و توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج كان أهمها أن نسبة مشاهدة الفيديوهات الإخبارية تمثلت في 75% ممن شملهم استطلاع الرأي و ان 2.5% من مستخدمي المواقع الإخبارية عدم متابعتهم لها . و استعرضت دراسة **عبيد حمدي (2011)** ⁽²¹⁾ قياس تأثير طرق العرض في إدراك و تذكر المضمون الإخباري في التليفزيون و الوسائط المتعددة عبر الانترنت و اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي و طبقت الدراسة على عينة مكونة من (60) مفردة من طلاب الجامعة و قد صممت الباحثة موقع الكتروني اخباري له أربع تصميمات مختلفة لقياس التأثير و تم تعريض كل مجموعة لتصميم مختلف فالمجموعة الأولى عرض عليها التصميم الذي يقدم المضمون الإخباري مزود بالنص و الصور الثابتة و الفيديو ، و المجموعة الثانية عرض عليها التصميم الذي يحتوى على النص و الصور الثابتة فقط ، و المجموعة الثالثة عرض عليها التصميم المزود بالنص فقط ، و المجموعة الرابعة عرض عليها العرض التقليدي للنشرة و كانت النتائج تؤكد على انخفاض مستوى الإدراك و التذكر للمحتوى الذي قدم بطريقة النشرة التقليدية على عكس المضمون المقدم باستخدام الوسائط المتعددة عبر الانترنت. و استهدفت دراسة **Bachmann&Harlow (2011)** ⁽²²⁾ مدى توظيف الصحف الفورية لآليات الوسائط المتعددة في دعم و بناء المضمون المنشور على صفحاتها على شبكة

الانترنت و تم استخدام استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات و تم تحليل محتوى (19) صحيفة الكترونية و كانت من أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة أن درجة توظيف الوسائط المتعددة تتوقف على درجة الحرية الممنوحة من السلطة المحلية في الدولة. و جاءت دراسة **Martinez&Ferreira (2010)** ⁽²³⁾ بإطلاق تكتيك يدعى The Black Wheel و قامت فيه بتوظيف عناصر البناء السردي للمضامين الإخبارية المنشورة على الانترنت و اعتمدت على استخدام مجموعة من العناصر (الجرافيك- النصوص الإرشادية و التعليقية- الوثائق التفسيرية- الوسائط المتعددة) و بذلك تقوم فكرة Black Wheel على دمج العناصر جميعها و تجزئة السرد و تدعيم خلفياته بمعلومات متعددة الانماط . في حين اهتمت دراسة **أحمد محمد إبراهيم (2008)** ⁽²⁴⁾ بتوضيح السمات التفاعلية في الصحف الإلكترونية العربية و الأجنبية التي تتضمن الصور و الفيديو و الصوت و التعليق على الأخبار و البريد الإلكتروني و الأرشيف و قام الباحث بتصميم موقع الكتروني تجريبي و طبقت الدراسة على عينة مكونة من 48 مفردة لقياس تذكر المعلومات و كانت من أهم النتائج للدراسة أن الأخبار المقدمة عن طريق الفيديو أكثر تذكر للأخبار المقدمة عن طريق الصوت فقط .

التعليق على الدراسات السابقة:

- 1- بالنسبة لموضوع الدراسة: لم تتطرق أى دراسة من الدراسات السابقة إلي القيم الإخباريه في الفيديو جراف المقدم في المواقع الإخباريه المصريه الحكوميه و الخاصة ولكن تشابهت دراسة مروة عطية 2019 في اختيار الفيديو جراف كاتجاه حديث في الفنون الإخباريه حيث ركزت الدراسة على مدى توظيف المواقع الإخباريه الأجنبية و المصريه للفيديو جراف فقط و ندرة الدراسات التي تناولت الفيديو جراف كاتجاه اخبارى جديد فى وسائل الإعلام الجديدة.
- 2- بالنسبة لمجتمع وعينة الدراسة: ركزت معظم الدراسات على دراسة المواقع الإخباريه و تحليل موضوعات وقضايا و لم تتطرق لتحليل مضمون القوالب الإخبارية للفيديو جراف و القيم الإخباريه المستحدثة .
- 3- بالنسبة للمهنيج : قدمت الدراسات السابقة أساساً منهجياً اتضح من خلاله وضع الشكل المنهجي للدراسة و تصميم الأدوات التحليلية وفئاتها ، فاستخدمت معظم الدراسات التحليلية تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات للموضوعات والقضايا التي تناولتها الدراسات حيث أنها تعرض النتائج بشكل دقيق و شامل.
- 4- الاستفادة من الجوانب المنهجية للدراسات التحليلية في الكشف عن القيم الإخبارية في الأخبار و خاصة الأولوية الإخبارية في بعض المواقع الإخبارية.

مشكلة الدراسة :

قد لاحظت الباحثة أن القيم الإخبارية ليست ثابتة في مفاهيمها و لكن متغيرة و متجددة لارتباطها بالتطور في الجانب المهني الإعلامى و تؤثر ملكية الوسيلة في طبيعة ودرجة استخدام الفيدجراف بالمواقع الإخبارية ككل و على المستوى المهني للعاملين بالمواقع الإخبارية بما يجعل المجال أكثر تنافسية بين المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة من أجل زيادة الاعتماد عليها كمصدر أساسى للمعرفة و الحصول على المعلومات الخاصة بالقضايا المختلفة التي لا بد أن يتعرف عليها كل أفراد المجتمع.

و ذلك يدعو إلى إعادة النظر في طبيعة القوالب التي تقدم المضمون الإخبارى من خلالها بشكل يسمح بالدمج و المزج الممنهج من المحتوى النصي و المرئي و المسموع ، و بما يحقق التقارب و التكامل بين الوسائط المختلفة⁽²⁵⁾ و عليه كان من المهم التعرف على تأثير الإعلام الجديد و وسائله الجديدة على القيم الإخبارية و بملاحظة الأشكال الإخبارية الجديدة على المواقع الإخبارية تشكلت قيم إخباريه استخدمت مع الأشكال الإخبارية التكنولوجية التي تقدمها المواقع الإخبارية.

فقد ظهر من بين العديد من أنواع الفيديو ومع زيادة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، بروز نوع جديد من الفيديوهات، يبسط على المشاهد المعلومات ويعرضها بطريقة تذهله. هذا النوع يسمى الفيديوجراف أو الإنفورميشن فيديو، فهو يعتمد في طريقته على عرض الصور والفيديو مع احتوائه على نصوص توضح للمشاهد بعض الامور.⁽²⁶⁾

وبما أن الخبر هو أصل الفنون الصحفية حديثاً و قديماً قامت الباحثة بالبحث عن آلية جديدة لعرض الأشكال الخبرية المختلفة يمكن الاعتماد عليها من أجل تبسيط وتسهيل المعلومات وزيادة فعاليتها بالنسبة للمستهدف لذا وجدت الباحثة أن المضامين الاعلامية باختلاف طوائفها لا يمكن أن تعمل بمعزل عن التكنولوجيا ولا يمكن أن يزداد تأثيرها بدون الاستعانة بقالب حديث مثل الفيد جراف.

و قد أثارت الأهمية التي تتقلدها القيم الإخبارية حيث أنها تحدد طبيعة الأخبار و التوجهات الإعلامية و قياس الأخبار و المفاضلة بينها لذا تبلورت مشكلة الدراسة الحالية، في **التساؤل الرئيسى التالي**: ما القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديوجراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة "

أهمية الدراسة :

- 1- تتناول الدراسة مجالاً حديث نسبياً ، لم تتطرق له الدراسات من قبل و هو التحول في تقديم المضامين الاخبارية (الفيديو جراف) و استحداث قوالب جديدة .
- 2- القيم الإخبارية هي المكون الرئيسى لصياغة المضمون الإعلامى و الاولويات المتبعة لتشكيله ومدى ملائمة لواقع المجتمع و تأثيره فيه.

- 3- مواكبة الاتجاهات الحديثة في ما تقدمه المواقع الاخبارية فتعتبر الدراسة من أوائل الدراسات التي تعنى بتقنيات الإعلام الرقمية في المجال الإخباري
- 4- سوف يستفاد من نتائج هذه الدراسة فيما يجب أن تكون عليه النماذج و القوالب الفنية المستخدمة في تقديم المحتوى الإخباري على المواقع الإخبارية .
- 5- ان القيم الإخبارية هي أداة أساسية في الكشف عن أسلوب المؤسسات الإعلامية و أدائها و الأسلوب المتبع فيها و من ثم علاقته بمؤسسات المجتمع و مدى الترابط بينهم.
- 6- ملئ الفراغ المعرفي للدراسات التحليلية الإعلامية في المجال الإخباري و بالتحديد القيم الإخبارية و تفسيرها و العوامل المؤثرة في اختيارها و اتجاهات تطورها مع وسائل الإعلام الجديد.

أهداف الدراسة :

1. رصد الموضوعات التي يتناولها الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
2. التعرف على أهم مصادر المعلومات التي تعتمد عليها الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
3. التعرف على أهم مكونات الشكل الخبري المتضمنه في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
4. رصد القيم الاخبارية المتضمنة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة .
5. التعرف على اتجاه محتوى الأخبار المتضمنه في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
6. الكشف عن نوع المادة الاخبارية المتضمنه في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
7. رصد أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
8. الكشف عن الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

تساؤلات الدراسة

1. ما الموضوعات و القضايا التي يتناولها الفيديو جراف في المواقع المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
2. ما أهم المصادر المعلومات التي تعتمد عليها الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
3. ما مكونات الشكل الخبري في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
4. ما أهم القيم الاخبارية المتضمنة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

5. ما اتجاه محتوى الأخبار المتضمنه الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
6. ما نوع المادة الاخبارية المتضمنه الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
7. ما نوع الوسائط المتعددة المستخدمة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
8. ما الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة احصائية فى نوع الموضوعات و القضايا المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة احصائية فى مصادر المعلومات المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة احصائية فى مكونات الشكل الخبري المقدم في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة احصائية فى القيم الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة احصائية فى اتجاه محتوى الأخبار في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة احصائية فى نوع المادة الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة احصائية فى نوع الوسائط المتعددة المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة احصائية فى الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

نوع الدراسة و منهجها:

- تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تهتم بموقف أو حدث أو ظاهرة بهدف الحصول على المعلومات و البيانات الدقيقة عن الظاهرة أو الحدث محل الدراسة فهي تسعى إلى رصد و تحليل القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف المقدم على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة .
- و اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باعتباره الإطار المنهجي الذي يتوافق مع الدراسة الحالية فهو يساعد في الحصول على المعلومات و البيانات الخاصة بالظاهرة المراد دراستها، و باتباع أسلوب المسح الإعلامي ساهم في التعرف على سمات العينة و خصائصها و طبيعة المضامين الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف و التعرف على الوسائط المعلوماتية المستخدمة في الفيديو جراف ، و التعرف على اتجاه محتوى الإخبار المقدم في الفيديو جراف ، و القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية و الأساليب التفاعلية المصاحبة للفيديو جراف للمواقع الإخبارية محل الدراسة.
- و استخدمت الدراسة أسلوب المقارنة المنهجية و هي أداة للتحقق من الفروض العلمية للدراسة التحليلية ، و ذلك لعقد مقارنة بين المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة و القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف و الاستدلال على أوجه الاتفاق و الاختلاف في مجموعة من متغيرات الدراسة التحليلية.

مجتمع و عينة الدراسة :

أولا : مجتمع الدراسة:

تم تحديد مجتمع الدراسة وفقا لمشكلة و أهداف الدراسة و تشمل كل المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة المقدم بها الفيديو جراف كاتجاه حديث في التناول الاخباري

ثانيا : عينة الدراسة

شملت عينة الدراسة التحليلية المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة و قد أجرت الباحثة دراسة استطلاعية للمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة لمدة أسبوع خلال شهر يناير و قد ساعدت الدراسة الإستطلاعية في تحديد عينة الدراسة و فهم أبعاد و جوانب موضوع الدراسة و تحديدها و وضع الإطار العام التحليلي للدراسة.

وقد رصدت الدراسة الإستطلاعية مجموعة من المؤشرات حول القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف بالمواقع المصرية الحكومية والخاصة من أهم هذه المؤشرات:-

- 1- أن المواقع الإخبارية المصرية تستخدم الفيديو جراف كقالب إخبارى تقدم من خلاله بعض الأخبار و تختلف درجه الإستخدام على اختلاف درجة الإهتمام بالقوالب الجديدة وتبنيها و التوجهات السياسية للموقع الإخبارى و إمكانياته.
- 2- اختلاف و تنوع موضوعات وقضايا الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة .
- 3- تنوع القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية و الخاصة وفقا لسياستها التحريرية .
- 4- إتاحة أساليب تفاعلية متنوعة و متعددة في الفيديو جراف المقدم في المواقع الإخبارية المصرية.
- 5- استخدام قيم إخبارية جديدة مستحدثة تتواكب مع الاندماج الإعلامى تعتمد عليها المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة.

أسباب اختيار عينة الدراسة:

- 1- ما يتسم به مفهوم القيم الإخبارية من أهمية و ما استجد عليه من تطور في ظل الاندماج الإعلامى لوسائل الإعلام.
- 2- تتسم المواقع الإخبارية عينة الدراسة بشعبيتها لدى الجمهور و تم التأكد من الأطلاع على احصائيات مواقع الويب على <https://www.alexa.com/topsites/countries/EG>
- 3- تتسم المواقع الإخبارية للدراسة بتناولها للموضوعات الإخبارية بقوالب مختلفة تتماشى مع الاتجاه السائد في الاندماج الإعلامى في الوسائط و الفنون و الوسائل الإعلامية .

حدود الدراسة الزمنية

شملت فترة الدراسة التحليلية القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة لمدة شهر كامل للمواقع في الفترة من 1 إبريل 2021 إلى 1 مايو 2021 بإجمالى عدد (263) فيديو جراف إخبارى.

توصيف عينة الدراسة

جدول رقم (1)

توصيف عينة الدراسة

النسبة المئوية	تكرارات	المواقع الاخبارية المصرية
9.5	25	الاخبار
13.3	35	الاهرام
6.8	18	الجمهورية
25.1	66	اليوم السابع
22.8	60	الوطن
22.4	59	المصري اليوم
100.0	263	الإجمالي

و من الجدول السابق يتضح أن جاء في الترتيب الأول الموقع الإخبارى اليوم السابع بتكرار بلغ (66) بنسبة بلغت 25.1% ، بينما جاء في الترتيب الثانى الموقع الإخبارى الوطن بتكرار بلغ (60) بنسبة بلغت 22.8% ، في حين جاء في الترتيب الثالث الموقع الإخبارى المصرى اليوم بتكرار بلغ (59) بنسبة بلغت 22.4% ، بينما جاء الموقع الإخبارى الأهرام في الترتيب الرابع بتكرار بلغ (35) بنسبة بلغت 13.3%، وجاء في الترتيب الخامس الموقع الإخبارى الأخبار بتكرار بلغ (25) بنسبة بلغت 9.5%، وجاء في الترتيب الأخير الموقع الإخبارى الجمهورية بتكرار بلغ (18) بنسبة بلغت 6.8% .

وتفسر الباحثة هذه النتيجة أن الموقع الإخبارى اليوم السابع جاء في الترتيب الأول نظرا لانه من المواقع الإخبارية التى تهتم بالأساليب القوالب الإخبارية المستحدثة فهو من أول المواقع الإخبارية التى اهتمت بالصحافة التلفزيونية وأشكالها المختلفة و أنشأت موقع اليوم السابع فيديو فهى تهتم عادة بالقوالب و الفنون الحديثة.و موقع الوطن و المصرى اليوم من المواقع التى اهتمت بإنتاج مضامين الفيديو و عرضها على موقعها ولها شبكة قوية من المراسلين والصحفين لإنتاج المضامين الإخبارية ، بينما جاءت المواقع الإخبارية الحكومية في الترتيب الرابع و الخامس و الأخير (الأهرام –الأخبار-الجمهورية) فالواقع الإخبارية الحكومية تحكمها موارد مالية و ضوابط سياسات حكومية تجعلها لا تستطيع التحديث في الأساليب التحريرية و الفنون الإخراجية .

أدوات جمع البيانات

(أ) **المقابلة المقننة**: تعد أحد أساليب البحث النوعى و تتضمن طرح مجموعة من الأسئلة المفتوحة على أفراد العينة لجمع بيانات عن موضوع الدراسة و تكون عن محاور ينوى الباحث فهم آراء الخبراء من خلال مجموعة من الأسئلة والإجابات.⁽²⁷⁾

وقد أجرت الباحثة مقابلات المقننة مع مجموعة من الصحفيين (28) في المواقع الإخبارية من خلال مكالمات تليفونية و ذلك لفهم آراء و تصورات الصحفيين حول القيم الإخبارية في الفيديو جراف و العوامل المؤثرة في

اختيارها و اتجاهات المواقع الإخبارية نحو الفيديو جراف و أهم القيم الإخبارية المستخدمة في الفن الخبرى المقدم في الفيديو جراف و آليات التدريب و إنتاج الفيديو جراف داخل المواقع الإخبارية و مصادر الأخبار في الفيديو جراف.

(ب) أداة تحليل المضمون: استعانت الباحثة باستمارة تحليل المضمون كأداة من الأدوات البحثية التى تستخدم لفهم طبيعة المحتوى الإعلامى ، فقالب الفيديو جراف قالب أصبحت دراسته حتمية فرضتها علينا المضامين الإخبارية الالكترونية الحديثة والتحول و التطور السريع الذى لحق بها و تحليل المضمون الإخباري في الفيديو جراف و ما يتضمنه من قيم إخبارية.

فئات تحليل المضمون : قامت الباحثة بتحديد فئات تحليل المضمون إلي فئات خاصة بالشكل و فئات خاصة بالمضمون و تم تحديدها وفق تساؤلات الدراسة .

أولا : فئات المحتوى :

- فئة نوع الموضوعات و القضايا التى يتناولها الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة محل الدراسة و يتضمن الفئات الآتية (سياسي- اقتصادى-اجتماعى-ثقافى-دينى-رياضي-أمنى-فنى-تاريخى- بيئى-تكنولوجى- أخرى).
- فئة فئة مصادر المعلومات التى يعتمد عليها الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة محل الدراسة و تتضمن (المحرر-مراسل-وكالات أنباء- اذاعات-صحف- غير محدد).
- فئة مكونات الشكل الخبري في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة محل الدراسة و تتضمن (مركب -بسيط).
- فئة القيم الاخبارية المتضمنة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة محل الدراسة و تتضمن (الإناءه -التمشهد- الشهرة-السلبية-القرب-اهتمامات انسانية-التسرع- الاثارة- الصراع -الأهمية- الغزابة و الطرافه-المصلحة -الضخامة -التوقع)
- فئة اتجاه محتوى الأخبار في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة محل الدراسة و تتضمن (إيجابي - سلبي-محايد-غير واضح).
- فئة نوع المادة الاخبارية المتضمنة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة محل الدراسة و تتضمن (خبر- قصة اخبارية- تقرير اخبارى)

ثانيا : فئات الشكل :

- فئة نوع الوسائط المتعددة المستخدمة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة محل الدراسة وتتضمن (صور- لقطات حية- فيديو- رسوم بيانية –موسيقى-مؤثرات صوتية- خرائط مكانية-رسوم متحركة- تعليق صوتي-نص مكتوب-مؤثرات بصرية- رسوم جرافيك- رسوم بيانية توضيحية- انفوجرافيك)
- فئة نوع الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة محل الدراسة وتتضمن (التعليق و التعبير بالرأى – إضافة وصلات – لا يوجد)

إجراءات الصدق و الثبات

قامت الباحثة بوضع تصور مبدئي لاستمارة تحليل المضمون الخاص بالقيم الاخبارية المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة محل الدراسة ووضع التعريفات الاجرائية الخاصة بكل فئة من فئات تحليل المضمون و تحويلها إلي مفاهيم اجرائية يسهل قياسها وعدها .

يقصد بالصدق التحقق من مقدرة أداة التحليل على انها تقيس ما وضعت لقياسه ولا مجال للخطأ في أى المراحل و قد قامت الباحثة بإعداد استمارة تحليل المضمون و عرضها على عدد من الأساتذة في مجال الإعلام⁽²⁹⁾ و بلغت نسبة الاتفاق على بنود الاستمارة 95% و قد قامت الباحثة بالتعديلات المطلوبة حتى وصلت الي صورتها النهائية .

اجراءات الثبات : قامت الباحثة بعد الانتهاء من جمع البيانات بإعادة التحليل مع اثنان من المحللين في مجال الاعلام⁽³⁰⁾ ، و قد قامت الباحثة بشرح عناصر التحليل و ارافقها باستمارة التحليل للمساعدة حتى لا يحدث اى لبس و قد تم قياس نسبة الثبات من خلال معادلة هولستي و جاءت نسبة الثبات مرتفعة عن 90% مما يؤكد الثقة في نتائج التحليل.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة :

القيم الإخبارية : هى مجموعة من المعايير على أساسها تقوم المؤسسات الإعلامية بانتقاء الأخبار للنشر.⁽³¹⁾ و يقصد بها مجموعة من المعايير المادية والذهنية التي سيتم على أساسها تحويل الحدث إلي خبر صحفي فهى صفات تركيبية مرتبطة بالتفاعل بين الجمهور و الحدث.⁽³²⁾

المفهوم الإجرائى للقيم الإخبارية : هى صفات أو خصائص أو مقاييس تحدد من خلالها صلاحية الخبر للنشر و مكانته و موقعه في الوسيلة الإعلامية و تساعد في تكوينه عده عوامل (النظام السياسي - توجهات الوسيلة الإعلامية –آليات التبادل الإعلامى).

الفيديو جراف : قالب تحريري هجين متعدد الوسائط يعرض بطريقة الفيديو الرقمي ويتكون من أكثر من عنصر من الوسائط المعلوماتية (الصور الثابتة- النصوص- الخرائط- لقطات حية- رسوم بيانية- تعليق صوتي- جرافيك- رسوم متحركة) ويربط بينها وسائط متعددة معلوماتية وتشمل (مؤثرات صوتية- موسيقي- مؤثرات بصرية).⁽³³⁾

المفهوم الإجرائي للفيديو جراف : هو شكل مستحدث من أشكال صحافة الوسائط المتعددة يعد لإنتاج وتقديم المحتوى الإخباري و يسمح بالمزج بين المحتوى النصي والمرئي والمسموع ويشمل (التسجيلات الصوتية – النصوص – الصور الثابتة- الصور المتحركة – الجرافيك – المؤثرات الصوتية – الموسيقي – التعليق الصوتي) ليتلائم مع طبيعة النشر الإلكتروني

المفهوم الإجرائي للمواقع الإخبارية المصرية الحكومية : هي مواقع إخبارية لصحف ذات ملكية حكومية مصرية معروفة وتشمل (الأخبار- الأهرام- الجمهورية)

المفهوم الإجرائي للمواقع الإخبارية المصرية الخاصة : هي مواقع إخبارية لصحف ذات ملكية خاصة مصرية معروفة وتشمل (اليوم السابع-الوطن-المصرى اليوم)

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة تم ترميزها وإدخالها إلي الحاسب الألى و معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الاحصائي (SPSS) و تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية (التكرارات والنسب المئوية - المتوسطات الحسابية - مستويات الدلالة واتجاهاتها- و تحليل التباين ANOVA)

الإطار المعرفي للدراسة:

القيم الإخبارية

أن الخبر ينطلق من أبعاد متعددة انسجاماً مع الدور الوظيفي الذي تلعبه الأخبار اتجاه المجتمعات في المعرفة والثقافة فضلاً عن التوجه الاستراتيجي له تجاه الجمهور المعنى الأول بالعملية الإعلامية وهذا ما جعل مفهوم الخبر و تقدير أهميته أمراً يثير الجدل لأن مدلوله الاجتماعي يؤثر على حياة الفرد والجماعة الأمر الذي يتطلب تعريف الخبر من خلال تحديد عناصر القيمة الإخبارية له وتقدير أهميته و مدى مساهمته لسياسة المؤسسة الإعلامية والمصلحة العامة وعلى أساس ذلك يحدد مكان هذا الخبر ومساحة نشره ومدته الزمنية في الإذاعة والتلفزيون.⁽³⁴⁾

و مرتكز بناء العملية الإعلامية هي القيم الإخبارية و أول ما يسأل عليه الإعلامى عند الحصول على المادة الإخبارية فلو تأكد من توافر بعض القيم الإخبارية في الخبر استمر في جمع و ترتيب المادة الإعلامية و تقديمها في الوسيلة التي يعمل بها.⁽³⁵⁾ فتطلق مصطلح القيم الإخبارية على بعض المعايير التي يمارس بموجبها المحترفون في وسائل الإعلام أحكامهم و تفضيلاتهم لخبر ما دون غيره.⁽³⁶⁾

و من خصائص و سمات القيم الإخبارية أنها متجددة و متغيرة وليست ثابتة و ذلك لارتباطها بالتطورات في الجانب المهني الإعلامي و ما يحدث من تطورات تكنولوجية هائلة و متسارعة في الجانب الإعلامي و الإتصالي و هذا ما يفسر ظهور و بروز بعض القيم الإخبارية دون غيرها في تسلسل أولويات القائمين على العملية الاتصالية و كذلك اختفاء بعض القيم الإخبارية و ظهور قيم جديدة.⁽³⁷⁾ و وسائل الإعلام الجديدة ساهمت في كسر الحواجز الإتصالية بين المجتمعات ، ووسعت مساحات البث و ساهمت في تبادل الثقافات بالتواصل الدائم بين الجمهور الأمر الذى أسهم في بناء صياغات القيم الإخبارية.⁽³⁸⁾

و لعل من أهم القيم الإخبارية التى يتسم بها الإعلام الجديد في تقديم محتواه قيمة التسرع و الإناءة حيث التعجل في النشر و عدم التحقق و التدقيق في بث الأحداث مما أضعف الثقة في المحتوى الإخبارى و جودته .⁽³⁹⁾

فهناك مجموعة من العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية منها (السلطة السياسية – تأثير سياسة المؤسسة الإعلامية و القيم الإخبارية – الأيديوجية و القيم الإخبارية – تأثير الموضوعية و القواعد المهنية على قيم الأخبار- القيم المجتمعية و القيم الإخبارية – نوع الملكية و القيم الإخبارية – تأثير الهيمنة العالمية على المعلومات)⁽⁴⁰⁾

الفيديو جراف في المواقع الإخبارية

ان الاندماج الإعلامى عملية مستمرة بسبب انتشار القنوات و الحواسب و الاتصالات من هنا أصبح الاندماج الإعلامى أمراً حتمياً يعتمد على المهارات المستحدثة في إدارة المعلومات و فهم الاتجاهات الجديدة و نقلها عبر القنوات المختلفة.⁽⁴¹⁾ فظهور وكالات الأخبار الرقمية و الإستعانة بمنصات التواصل الاجتماعى لتكون نافذة لامتداد العمل الصحفي و الكم الهائل من المعلومات المتدفق من خلال القنوات الاتصالية ، كل ذلك جعل التحول في طرق و أساليب بناء المضامين الإخبارية أمراً مهماً و ذلك لسد الفجوة بين ما يتوقعه الجماهير و ما تنتجه المؤسسات الإعلامية من تغطيات إخبارية قد لا تكفي في الإجابة على كل ما يطراً في ذهن المتلقي من استفسارات تتعلق بالأحداث.⁽⁴²⁾ فالتحول في إنتاج الأخبار وفق أشكال و أنساق تحريرية تواكب التطور الهائل في تقنيات إنتاج المحتوى و يناسب في ذات الوقت القراء الذين يستهلكون هذه المضامين الإخبارية.⁽⁴³⁾

كل ما سبق أسهم بشكل كبير في ظهور و بروز الفيديو جراف كشكل مستحدث و هجين يجسد أشكال الاندماج و التكامل الإعلامى على شبكة الإنترنت و ذلك أثر على الممارسة الصحفية و إنتاج المحتوى الإخبارى .⁽⁴⁴⁾

فالبداية الأولى لظهور قوالب الفيديو جراف هى قوالب الصور المنزقة أو ما يطلق عليها الشرائح المصورة التى يتضمن معظمها نصوصاً تشرح الصور إضافة إلي معلومات تنسب الصور لأصحابها و قد لا تكون شروحات الصور المرئية حتى يضغظ المستخدم عنصراً معيناً في النافذة .⁽⁴⁵⁾ فاللقطات الفيديو التى كانت عامل منافس للنص أصبحت هى الطريق الوحيد للخلاص له و بذلك اتجهت العديد من

المواقع الإخبارية لمحاولة إيجاد شكل يقدم الأخبار متضمنة محتوى الفيديو و له قدره على جذب الإنتباه للنص الخبري و توصيله بوضوح (46).

فبعض الصحف المطبوعة أنشأت لها موقع على شبكة الانترنت مثل جارديان و قد قامت بإطلاق خدمة الفيديو على موقع الصحيفة و كان الهدف من هذه الخدمة دعم النص المنشور للخبر و ليس عامل مكمل للنص (47) و يعد التطور الذى طرأ على العروض محاولة لتطويعها لصيغة الفيديو و خصوصاً أن التكنولوجيا الحديثة دفعت بالفيديوهات الإخبارية إلي صدارة صناعة الأخبار ، و معظم الفيديوهات التى تنصدر نسب المشاهدة العالية تميل إلي مدة زمنية قصيرة (48).

فالتحول الجذرى في بنية المضامين الإخبارية التى بدأت تنتشر على شبكة الإنترنت و المواقع الإخبارية في الأونة الأخيرة مستخدمة لقطات الفيديو في بنائها لها أساليب و قوالب فنية جديدة. فالإتجاه الحديث في بناء المضامين الإخبارية هو الدمج بين أكثر من مسار لتدفق المعلومات عبر النص المكتوب و لقطات الفيديو (49).

و الفيديو جراف قالب يعتمد على مخطط يتكون من أكثر من نمط من الوسائط المعلوماتية في إطار نسق تحريري لا يقوم به المتصفح بأى مجهود للاختيار ، فالعرض يبدأ من البداية و ينتقل حتى النهاية في تسلسل واضح يجمع بين أكثر من عنصر من عناصر الوسائط المتعددة (النص – الصور-الرسوم-الصوت-الفيديو) و جميعهم مجالاً تفاعلياً قابلاً للنقر و بذلك أصبحت المواد الصحفية لها طريقة بناء خلقت حزمياً تفاعلياً لسرد الأخبار بطريقة تميزها (50).

النتائج العامة للدراسة

أولاً : المؤشرات العامة للقيم الإخبارية في الفيديو جراف المتضمن بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة:-

- دورية التحديث : حرصت المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة على تحديث دورية الصدور اليومي للفيديو جراف و تحميل مقاطع متعددة و متنوعة المضامين و تحتوى على قيم إخبارية متنوعة و مستحدثة تتواكب مع الاندماج الإعلامى لوسائل الإعلام.

- نوع المادة الإخبارية : حرصت المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة على التركيز على التقرير الإخبارى أكثر من الأشكال و الفنون التحريرية الأخرى و برز الموقع الإخبارى اليوم السابع في تقديم فيديو جراف إخبارى في شكل تقرير إخبارى و تنوعت فيه استخدام القيم الإخبارية و تعددت فركز اليوم السابع على قيمة الإناءة و قيمة التمشهد ، و تعد قيمة الإناءة و التمشهد من أبرز القيم الإخبارية التى استحدثت على القيم الإخبارية في الأونة الأخيرة نظرا للإندماج الإعلامى بين وسائل الإعلام.

في حين لم تهتم المواقع الإخبارية عينة الدراسة بالقصة الخبرية كفن إخبارى و ركز بشكل أكبر على التقرير الإخبارى و الخبر.

- **اتجاه محتوى الأخبار:** اختلفت المواقع الإخبارية محل الدراسة في تحديد اتجاه محتوى الخبر فنجد أن الموقع الإخباري الوطن ركز على الأخبار الإيجابية في حين ركز على القيم الإخبارية (قيمة التسرع- قيمة إناءة - قيمة التمشهد) في الفيديو جراف الإخباري و لم يهتم بقيمة التوقع ضمن القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف الإخباري.

- **الوسائط المتعددة :** اختلفت المواقع الإخبارية في توظيف الوسائط المتعددة في الفيديو جراف الإخباري ف جاء الموقع الإخباري المصري اليوم من أكثر المواقع في الاعتماد على الصورة الإخبارية ، بينما الموقع الإخباري اليوم السابع ركز على استخدام لقطات الفيديو كوسائط متعددة في الفيديو جراف الإخباري ، في حين جاءت الموسيقى كوسيط من ضمن الوسائط المتعددة الأساسية التي اعتمدت عليها جميع المواقع الإخبارية محل الدراسة.

و ركز الموقع الأخبار على قيمة (الأهمية - الإناءة - الاهتمامات الإنسانية) بينما ركز الموقع الإخباري الأهرام على القيمة الإخبارية (الأهمية-الإناءة) ، بينما ركز الموقع الإخباري الجمهورية على القيمة الإخبارية (الأهمية – الإناءة – التسرع) و هنا ندرك أهمية القيمة الإخبارية في الفيديو جراف حيث استحدثت قيم إخبارية بفضل الاندماج الإعلامي.

ثانياً : أهم النتائج التي توصلت لها الباحثة من المقابلات المتعمقة التي أجرتها حول القيم الإخبارية في الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة

- 1- اتجاهات المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة للفيديو جراف كقالب إخباري حديث : اتجهت معظم المواقع الإخبارية إلى استخدام و توظيف الفيديو جراف في موضوعاتها الإخبارية و ذلك بسبب انتشار مواقع التواصل الإجتماعي و بعض التطبيقات الرقمية الإعلامية التي تساعد على انتشار الأخبار و تداولها بشكل أسرع.
- 2- العوامل التي تدفع المواقع الإخبارية لتوظيف الفيديو جراف كقالب إخباري : من وجهة نظر القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة حاولت مسابرة التقدم الإعلامي و تقليص الفجوة الرقمية و عدم الاكتفاء بالصحافة الرقمية و الكلمة المكتوبة للخبر على الموقع الإخباري و الاتجاه إلي مضامين تجذب الجمهور و تعتمد على الصوت والصورة والحركة و الوسائط المتعددة .
- 3- أهم مميزات و عيوب قالب الفيديو جراف : حدد القائمين بالاتصال بالمواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة أهم مميزات و عيوب الفيديو جراف
 - أنه يتيح سرد القصة الإخبارية من أبعاد مختلفة و يلخصها بشكل مثير للجمهور .
 - قالب إخباري لدية قدرة تأثيرية على الجمهور فيقدم أكبر قدر من المعلومات في زمن قليل مع استخدام أساليب اقناعية و وسائط متعددة لدعم الكلمة بالصوت والصورة و الفيديو .
 - يعد من الموارد المالية بالمواقع الإخبارية من خلال حصد الإعلانات و عدد المشاهدات.

- من أهم عيوبه ينقصه أحيانا استكمال القصص الإخبارية التي بحاجة إلي استكمال من زوايا مختلفة (شجرة شغل للموضوع) حتى تصل القصة الإخبارية كاملة بكل جوانبها وأحداثها .
- 4- الأولوية الإخبارية للموضوعات و القضايا التي تناولها الفيديو جراف :
حددت الموضوعات والقضايا من وجهة نظر القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة منها :
 - الموضوعات الخاصة برئيس الجمهورية و رئيس الوزراء و الحكومة .
 - الموضوعات التي تهم المواطن يكون لها الأولوية الإخبارية.
 - موضوعات (التريند) القصة الأكثر شيوعاً .
 - كافة الموضوعات (الانسانية- الاقتصادية – الصحة –الحوادث- الفن)
- 5- التدريب و الإنتاج :
 - المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة تهتم بإنشاء وحدات كاملة للفيديو جراف تكون مسؤولة عن تصميمه وإنتاجه و اختيار القصص المناسبة للعرض و كتابة السيناريو للفيديو ، و اعداد و تأهيل الصحفيين المستهدفين من خلال برامج تدريبية لإنتاج و تصميم الفيديو جراف.
- 6- محددات اختيار القيم الإخبارية المصاحبة للفيديو جراف : حصر القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية مجموعة من محددات اختيار القيم الإخبارية و هي :
 - السياسة التحريرية للموقع الإخبارى تعد من أهم المعايير التي تؤثر على اختيار القيمة الإخبارية .
 - المايسترو الصحفى في الموقع الإخبارى و هو من يقوم بتحديد ما يجب نشره وما لا يجب نشره.
 - المعايير المهنية و القيم الصحفية لدى الصحفيين في كونها موضوعية و بعيدة عن التحيز.
 - طبيعة الجمهور : يفضل كل جديد فيبحث دائما عن الموضوعات الجديدة (التريند) .
- 7- أهم القيم الإخبارية : حدد القائمين بالاتصال مجموعة من أهم القيم الإخبارية هي(الأهمية – الأنية – القرب – التوقيت – التأثير – الضخامة- الاهتمامات الإنسانية)
- 8- المصادر التي يعتمد عليها الفيديو جراف :
التأكد من مصداقية الخبر و التأنى في نشره و خاصة المواقع الإخبارية الحكومية لا تهتم ولا تبحث عن الترند أو القصة الأكثر شيوعا أكثر من اهتمامها بمصداقية الخبر .

ثالثاً : نتائج تحليل المضمون للقيم لإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف في المواقع المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

جدول رقم (2)

يوضح الموضوعات و القضايا التي يتناولها الفيديو جراف في المواقع المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

الإجمالي	المواقع الاخبارية						المواقع الإخبارية الموضوعات والقضايا
	المصري اليوم	الوطن	اليوم السابع	الجمهورية	الاهرام	الاخبار	
68	13	23	17	1	9	5	ك
%25.9	%22.0	%38.3	%25.8	%5.6	%25.7	%20.0	%
21	1	4	3	5	6	2	ك
%8.0	%1.7	%6.7	%4.5	%27.8	%17.1	%8.0	%
13	1	3	4	1	2	2	ك
%4.9	%1.7	%5.0	%6.1	%5.6	%5.7	%8.0	%
5	0	1	2	1	0	1	ك
%1.9	%0.0	%1.7	%3.0	%5.6	%0.0	%4.0	%
16	5	5	2	2	2	0	ك
%6.1	%8.5	%8.3	%3.0	%11.1	%5.7	%0.0	%
15	6	2	5	0	2	0	ك
%5.7	%10.2	%3.3	%7.6	%0.0	%5.7	%0.0	%
14	1	1	6	4	1	1	ك
%5.3	%1.7	%1.7	%9.1	%22.2	%2.9	%4.0	%
30	17	6	2	0	0	5	ك
%11.4	%28.8	%10.0	%3.0	%0.0	%0.0	%20.0	%
2	0	1	0	0	1	0	ك
%0.8	%0.0	%1.7	%0.0	%0.0	%2.9	%0.0	%
7	3	0	1	0	3	0	ك
%2.7	%5.1	%0.0	%1.5	%0.0	%8.6	%0.0	%
32	2	5	15	2	4	4	ك
%12.2	%3.4	%8.3	%22.7	%11.1	%11.4	%16.0	%
12	4	4	3	0	0	1	ك
%4.6	%6.8	%6.7	%4.5	%0.0	%0.0	%4.0	%
28	6	5	6	2	5	4	ك
%10.6	%10.2	%8.3	%9.1	%11.1	%14.3	%16.0	%
263	59	60	66	18	35	25	ك
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%

ك² 110.935 درجة الحرية (60) الدلالة الإحصائية 0.000 معامل التوافق -0.007

تشير نتائج الجدول رقم (2) إلى الأخبار و الموضوعات التي يتناولها الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث جاءت فئة الأخبار و الموضوعات السياسية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 25.9% ، و جاءت فئة الأخبار الصحية التي يتناولها الفيديو جراف في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 12.2% ، بينما جاءت فئة الأخبار الفنية في الترتيب الثالث بنسبة بلغت 11.4% ، و جاءت فئة أخبار أخرى في الترتيب الرابع بنسبة بلغت 10.6% ، و جاءت فئة الأخبار و الموضوعات الاقتصادية في الترتيب الخامس ، و قد جاءت فئة الأخبار و الموضوعات الدينية في الترتيب السادس بنسبة بلغت 6.1% ، و جاء في الترتيب السابع فئة الأخبار و الموضوعات الرياضية بنسبة بلغت 5.7% ، و جاءت فئة الأخبار و الموضوعات الأمنية في الترتيب الثامن بنسبة بلغت 5.3% ، بينما جاءت فئة الأخبار و الموضوعات الإجتماعية في الترتيب التاسع بنسبة بلغت 4.9% ، و جاءت في الترتيب العاشر فئة أخبار الحوادث و الجرائم بنسبة بلغت 4.6% ، و جاء في الترتيب الحادي عشر فئة الأخبار الثقافية بنسبة بلغت 1.9% ، و جاء في الترتيب الثاني عشر فئة الأخبار التاريخية بنسبة بلغت 0.8%.

و تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة فاطمة سروجي⁵¹ حيث جاءت الموضوعات السياسية في مقدمة الموضوعات و القضايا التي تهتم بها المواقع الإخبارية بنسبة بلغت 34% يليها الموضوعات و القضايا الاقتصادية .

وتشير هذه النتائج إلى أن معظم المواد الإخبارية تهتم بالأخبار السياسية و هذا يعكس قيمة الأخبار السياسية و أهميتها و وظيفتها الإخبارية ، و ترتيب الأخبار الصحية كان له أولوية في الفيديو جراف حيث فرضت نفسها على الأخبار و متابعتها بسبب اجتياح فيروس كورونا العالم (كوفيد 19) .

و الأخبار الفنية كانت الأنسب للعرض في الفيديو جراف حيث تناول الفنون و الأخبار الفنية باستخدام الفيديو أفضل من قراءة النصوص، أما الأخبار الاقتصادية فالدول تعطى مساحة في أخبارها لها و يدل على إهتمام الفيديو جراف بالقيم الإخبارية مثل الأشكال و القوالب التي تهتم بها المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة .

و بالنظر أيضا لنتائج الجدول السابق يتضح جاء في الموقع الإخباري (الأخبار) الموضوعات و الاخبار السياسية و الاقتصادية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 20% ، بينما جاء في الموقع الإخباري (الأهرام) الموضوعات و الأخبار السياسية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 25.7%.

و هذا يدل على أهمية و صدارة الأخبار و الموضوعات السياسية في المواقع الإخبارية الحكومية و ما توليه للموضوعات السياسية و هذا يتوافق مع سياستها التحريرية فالمواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة تهتم بالقيم الإخبارية (الإناءة و التمشهد و التسرع و الأهمية) و تعد من أهم القيم التي تعتمد عليها المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة.

و قد جاء في الموقع الإخباري (الجمهورية) الموضوعات الاقتصادية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 27.8% ، و جاءت في الموقع الإخباري (اليوم السابع) الموضوعات و الأخبار السياسية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 25.8% ، و احتلت في الموقع الإخباري (الوطن) الموضوعات و الأخبار السياسية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 38.3% ، و جاءت في الموقع الإخباري (المصرى اليوم) الموضوعات و الأخبار الفنية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 28.8%.

و أظهرت النتائج عن وجود علاقة عسكية ضعيفة بين الأخبار و الموضوعات المعروضة بالفديو جراف بالمواقع الإخبارية الحكومية والخاصة محل الدراسة حيث بلغت كا² (110.935)، درجة الحرية (60) ، الدلالة الإحصائية (0.000) ، معامل التوافق (-0.007) هذه العلاقة لصالح المواقع الإخبارية الخاصة .

و يمكن تفسير ذلك لجوء المواقع الإخبارية إلي توظيف الفيديو جراف أو ما يطلق عليه بـ(الانفورميشن فيديو) في موضوعاتها محاولة منها الخروج من القوالب التقليدية لصناعة المحتوى الإخباري بمعايير المتعارف عليها و قيمه التي تعطي للخبر أولويه في نشره .

و عليه فالمواقع الإخبارية الخاصة أوجدت قوالب و أشكال للبناء الفني للموضوعات و القضايا الإخبارية تتماشى مع التكنولوجيا الحديثة و شبكات الإنترنت و هى بذلك فرضت أنماط مختلفة غير نمطية في تقديم موضوعاتها.

و تتفق هذه النتيجة مع ما مفهوم القيم الإخبارية المتعارف عليها حيث تولى الوسائل الإعلامية الأولوية للأخبار السياسية سواء الداخلية أو الخارجية نظراً لأهميتها للجمهور و تأتي الأخبار الاقتصادية في الأولوية أيضا نظراً لمكانتها ضمن الأخبار فتضعها المواقع الإخبارية من أولوياتها الإخبارية و بالمثل الأخبار الصحية و خاصة في فترة اجراء الدراسة حيث الأخبار المرتبطة بكوفيد 19 و انتشاره على المواقع الإخبارية و تصدره الأولوية الإخبارية.

جدول رقم (3)

يوضح أهم المصادر المعلومات التي تعتمد عليها الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

الاجمالي	المواقع الإخبارية						المواقع الإخبارية مصادر المعلومات
	المصري اليوم	الوطن	اليوم السابع	الجمهورية	الاهرام	الاخبار	
102	22	31	19	6	18	6	ك
%38.8	%37.3	%51.7	%28.8	%33.3	%51.4	%24.0	%
61	12	16	21	7	4	1	ك
%23.2	%20.3	%26.7	%31.8	%38.9	%11.4	%4.0	%
62	20	8	22	1	6	5	ك
%23.6	%33.9	%13.3	%33.3	%5.6	%17.1	%20.0	%
6	0	0	2	0	0	4	ك
%2.3	%0.0	%0.0	%3.0	%0.0	%0.0	%16.0	%
29	5	5	1	4	7	7	ك
%11.0	%8.5	%8.3	%1.5	%22.2	%20.0	%28.0	%
3	0	0	1	0	0	2	ك
%1.1	%0.0	%0.0	%1.5	%0.0	%0.0	%8.0	%
263	59	60	66	18	35	25	ك
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%

كا² 83.488 درجة الحرية 45 الدلالة الاحصائية 0.000 معامل التوافق 0.003

و بالنظر إلي نتائج الجدول رقم (3) مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث جاء فئة **المحرر** في الترتيب الأول بنسبة بلغت 38.8% ، بينما جاءت فئة **وكالات الأنباء** في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 23.6% ، و احتل الترتيب الثالث فئة **مراسل** بنسبة بلغت 23.2% ، بينما جاءت فئة **الصحف** في الترتيب الرابع بنسبة بلغت 11%، و جاءت فئة **الإذاعات** في الترتيب الخامس بنسبة بلغت 2.3% ، و جاء في الترتيب الأخير فئة **غير محدد** بنسبة بلغت 1.1%.

و تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة عبد الخالق زقزوق⁵² حيث جاء فئة **المحرر** في الترتيب الأول كأهم مصدر للمعلومات بالمواقع الإخبارية .

ويمكن تفسير ذلك بتصدر المحرر كمصدر للمعلومات تعتمد عليه المواقع الإخبارية يعنى ذلك الإلتزام بالقيم الإخبارية في صناعة الخبر، ثم وكالات الأنباء في الاعتماد عليها في مصادر الحصول على المعلومات و ذلك يتماشى مع فئة **المحرر** التي جاءت في الترتيب الأول و خاصة الاعتماد على الوكالات المحلية فهو يساعد في الإلتزام بالقيمة الخبرية في صناعة الخبر في الفيديو جراف ، بينما تأتي فئة **المنسوب** و **المراسل** في الصدارة لمصادر المعلومات يعنى ذلك وجود شبكة مراسلين و مندوبين داخلية و خارجية و و يشير ذلك إلي قوة الإمكانيات المادية و البشرية للموقع الإخبارى في كافة عواصم العالم .

و اتضح من بيانات الجدول السابق أيضاً أنه جاء في الموقع الإخبارى (**الأخبار**) فئة **الصحف** في الترتيب الأول بنسبة بلغت 28%، بينما جاء في الموقع الإخبارى (**الأهرام**) فئة **المحرر** في الترتيب الأول بنسبة بلغت 51.4% ، وجاء في الموقع الإخبارى (**الجمهورية**) فئة **مراسل** في الترتيب الأول بنسبة بلغت 38.9% ، و جاء في الموقع الإخبارى في (**اليوم السابع**) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 33.3% ، بينما جاء في الموقع الإخبارى في (**الوطن**) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 51.7% ، و احتلت في الموقع الإخبارى (**المصرى اليوم**) فئة **المحرر** في الترتيب الأول بنسبة بلغت 37.3%.

و أظهرت النتائج عن وجود علاقة **عسكية ضعيفة** جدا بين مصادر المعلومات المعروضة بالفيديو جراف بالمواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة محل الدراسة لصالح المواقع الإخبارية الخاصة حيث بلغت كافي² (83.488) ، درجة الحرية (25) ، الدلالة الإحصائية 0.000 ، معامل التوافق -3.455 و هذه العلاقة لصالح المواقع الإخباريه الخاصة .

و عليه فالمواقع الإخبارية الخاصة تعتمد اعتماد كبير على فريق كبير من المحررين القادرون على استخدام اليات التكنولوجيا الإعلامية الحديثة و بث العديد من الأخبار و الموضوعات في أوقات متعددة و مختلفه.

جدول رقم (4)

يوضح مكونات الشكل الخبري المصاحب للقيم الإخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

الاجمالي	المواقع الإخبارية						مكونات الشكل الخبري
	المصري اليوم	الوطن	اليوم السابع	الجمهورية	الاهرام	الاخبار	
45	5	15	11	5	4	5	ك
%17.1	%8.5	%25.0	%16.7	%27.8	%11.4	%20.0	%
218	54	45	55	13	31	20	ك
%82.9	%91.5	%75.0	%83.3	%72.2	%88.6	%80.0	%
263	59	60	66	18	35	25	ك
100.0 %	%100.0	100.0 %	%100.0	100.0 %	100.0 %	100.0 %	%

ك² 8.133 درجة الحرية 5 الدلالة الاحصائية 0.149 معامل التوافق 0.035

بالنظر الي نتائج الجدول رقم (4) مكونات الشكل الخبري المصاحب للقيم الإخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة يتضح فئة الخبر البسيط جاءت في الترتيب الأول بنسبة بلغت 82.9% بينما جاءت فئة الخبر المركب في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 17.1%.

و تشير نتائج الجدول إلي أن الموقع الإخباري (الاخبار) فئة (الخبر البسيط) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 80% كفن من الفنون الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف، بينما جاء في الموقع الإخباري (الأهرام) في الترتيب الأول فئة (الخبر البسيط)، بينما جاء في الموقع الإخباري (الجمهورية) فئة (الخبر البسيط) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 72.2% ، و جاء في الموقع الإخباري (اليوم السابع) فئة (الخبر البسيط) بنسبة بلغت 83.3% ، و جاء في الموقع الإخباري (الوطن) في الترتيب الأول فئة (الخبر البسيط) بنسبة بلغت 75% ، بينما جاء في الموقع الإخباري (المصري اليوم) في الترتيب الأول فئة (الخبر البسيط) بنسبة بلغت 91.5%.

و يمكن تفسير ذلك بأن المواقع الإخبارية تضع الخبر البسيط من أهم الفنون المستخدمة في الموضوعات الإخبارية و ذلك لأن الخبر يحتل مساحة صغيرة و أعداد الأخبار بالموقع الإخباري كثيرة و متنوعه فيعدد من الأعمده الرئيسية في الفنون الصحفيه المستخدمة و احتفظ لنفسه بمكانه بارزة رغم المستحدثات التكنولوجية التي طرأت بوسائل الإعلام و ظهور قوالب وأشكال اعلامية كالفيديو جراف.

و أظهرت النتائج عن عدم وجود علاقة بين مكونات الشكل الخبري المصاحب للقيم الإخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة

محل الدراسة حيث بلغت نسبة كاس² (8.133) ، درجة الحرية (5) ، الدلالة الاحصائية (0.149) ، معامل التوافق (0.035).

جدول رقم (5)

يوضح اتجاه محتوى الأخبار في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

الاجمالي	المواقع الاخبارية						المواقع الإخبارية	
	المصري اليوم	الوطن	اليوم السابع	الجمهورية	الاهرام	الاخبار	اتجاه محتوى الخبر	
1	0	0	0	0	0	1	ك	غير واضح
%4.	%0.0	%0.0	%0.0	%0.0	%0.0	%4.0	%	
46	11	13	14	0	3	5	ك	سلبي
%17.5	%18.6	%21.7	%21.2	%0.0	%8.6	%20.0	%	
89	40	12	24	4	1	8	ك	محايد
%33.8	%67.8	%20.0	%36.4	%22.2	%2.9	%32.0	%	
127	8	35	28	14	31	11	ك	ايجابي
%48.3	%13.6	%58.3	%42.4	%77.8	%88.6	%44.0	%	
263	59	60	66	18	35	25	ك	الاجمالي
100.0 %	%100.0	100.0 %	%100.0	100.0 %	100.0 %	100.0 %	%	

كاس² 81.369 درجة الحرية 15 الدلالة الاحصائية 0.000 معامل التوافق (-0.0219)

تشير نتائج الجدول رقم (5) الي اتجاه محتوى الأخبار المصاحب للقيم الاخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث يتبين من نتائج الجدول أن فئة الأخبار الإيجابية جاءت في الترتيب الأول بنسبة بلغت 48.3% ، بينما احتلت فئة الأخبار المحايدة المقدمة في الفيديو جراف في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 33.8% ، و احتلت فئة الأخبار السلبية الترتيب الثالث بنسبة بلغت 17.5% ، وجاءت فئة غير واضح في الترتيب الرابع و الأخير بنسبة بلغت 4% .

و تشير نتائج الجدول إلي أن الموقع الإخباري (الأخبار) جاءت به فئة (الأخبار الإيجابية) من الأخبار المصاحبه للقيم الاخبارية في الفيديو جراف في الترتيب الأول بنسبة بلغت 44% ، بينما في الموقع الإخباري (الأهرام) جاءت فئة (الأخبار الإيجابية) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 88.6% ، و احتلت في الموقع الإخباري (الجمهورية) الترتيب الأول فئة (الأخبار الإيجابية) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 77.8% ، بينما في الموقع الإخباري (اليوم السابع) (في الترتيب الأول فئة (الأخبار الإيجابية) بنسبة بلغت 42.4% ، بينما جاء في الموقع الإخباري (الوطن) فئة(الأخبار الإيجابية) بنسبة بلغت 58.3% و تتفق هذه النتيجة مع

دراسة عبد الخالق زقروق (2020) (53) حيث كان الاتجاه الايجابي في الأخبار هو السائد تلاه الأخبار المحايدة ثم بعد ذلك الأخبار السلبية

وجاء في الموقع الإخباري (المصري اليوم) فئة الأخبار المحايدة في الترتيب الأول بنسبة بلغت 67.8% ويمكن تفسير ذلك الي الخوف من الوقوع في طائلة القانون أو عدم قيام المحررين و المرسلين بعملهم على أكمل وجه و تلجأ إليها المواقع الإخبارية التي تميل إلي الإتران و الإلتزام في تقديم محتواها ومخاطبة جمهورها بطريقة متزنة.

و أظهرت النتائج عن وجود علاقة سلبية بين اتجاه محتوى الأخبار المصاحب للقيم الاخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث بلغت كا (81.369) بدرجة الحرية (15) ، وجاء الدلالة الاحصائية (0.000) ، و معامل التوافق (-0.0219)

جدول رقم (6)

يوضح نوع المادة الاخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

الاجمالي	المواقع الاخبارية						المواقع الإخبارية	
	المصري اليوم	الوطن	اليوم السابع	الجمهورية	الاهرام	الاخبار	ك	نوع المادة الإخبارية
87	22	19	18	3	20	5	ك	خبر
%33.1	%37.3	%31.7	%27.3	%16.7	%57.1	%20.0	%	
14	5	0	3	0	1	5	ك	قصة اخبارية
%5.3	%8.5	%0.0	%4.5	%0.0	%2.9	%20.0	%	
162	32	41	45	15	14	15	ك	تقرير اخباري
%61.6	%54.2	%68.3	%68.2	%83.3	%40.0	%60.0	%	
263	59	60	66	18	35	25	ك	الاجمالي
%100.0	%100.0	%100.0	%100.0	%100.0	%100.0	%100.0	%	

كا² 31.221 درجة الحرية 10 الدلالة الاحصائية 0.001 معامل التوافق 0.020

تشير نتائج الجدول رقم (6) إلي نوع المادة الاخبارية المصاحب للقيم الاخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث جاءت فئة التقرير الاخباري في الترتيب الأول بنسبة بلغت 61.6% و جاء فئة الخبر في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 33.1% ، بينما جاء في الترتيب الثالث القصة الاخبارية بنسبة بلغت 5.3%.

و جاءت القصة الإخبارية في الموقع الإخباري (الاخبار) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 20% و يمكن تفسير ذلك بأن القصة الإخبارية تقوم على نقل المعلومات و إضافة العنصر الإنساني للحدث و تتضمن الكثير من التفاصيل لتثير ذهن و مشاعر المتلقي و تجذب انتباهه و تدفعه إلي البحث و التقصي عن حقيقة الحدث.

و قد تبين ان فئة الخبر في الموقع الإخباري (الأهرام) جاءت في الترتيب الأول بنسبة بلغت 57.1% ، و جاء التقرير الإخباري في الموقع الإخباري (الجمهورية) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 83.3% و يرجع ذلك الي اهتمام المواقع الإخبارية بالطابع التقريري فانه يمثل جانب جديد في الصحافة حيث يميل إلي التفسير و الشرح من خلال عرض و تقديم معلومات و إحصائيات و بيانات عن خلفيات الخبر (الحدث) و ظروفه و شخصياته المشتركة فيه فهو يجمع بين المادة الخبرية و الرؤية التحليلية للمحرر.⁽⁵⁴⁾

و أظهرت النتائج عن وجود علاقة ايجابية ضعيفة بين نوع المادة الاخبارية المصاحب للقيم الاخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث بلغت نسبة كاي² (31.221) ، بدرجة الحرية (10) ، و مستوى الدلالة الاحصائية (0.001) ، و معامل التوافق (0.020) و هذه العلاقة لصالح المواقع الإخبارية الحكومية مقابل المواقع الإخبارية الخاصة .

و عليه يمكن القول ان ذلك يتفق مع المعايير و القيم الإخبارية حيث لا بد من توافر الحالية و الجدة في الأخبار الجديدة و مجارة الأحداث بشكل سريع و لم يسبق نشره حتى يتحقق فيها القيم الإخبارية.

جدول رقم (7)

يوضح القيم الاخبارية المتضمنة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

الاجمالي	المواقع الاخبارية						القيم الاخبارية
	المصري اليوم	الوطن	اليوم السابع	الجمهورية	الاهرام	الاخبار	
166	22	38	60	10	26	10	ك
%19.0	%13.2	%16.3	%20.3	%29.4	%26.3	%22.7	%
93	15	24	38	2	9	5	ك
%10.7	%9.0	%10.3	%12.9	%5.9	%9.1	%11.4	%
62	22	9	15	2	5	9	ك
%7.1	%13.2	%3.9	%5.1	%5.9	%5.1	%20.5	%
32	8	6	14	0	1	3	ك
%3.7	%4.8	%2.6	%4.7	%0.0	%1.0	%6.8	%
32	1	11	13	1	5	1	ك
%3.7	%0.6	%4.7	%4.4	%2.9	%5.1	%2.3	%
52	10	12	21	2	4	3	ك
%6.0	%6.0	%5.2	%7.1	%5.9	%4.0	%6.8	%
105	35	40	23	2	5	0	ك
%12.0	%21.0	%17.2	%7.8	%5.9	%5.1	%0.0	%
32	8	7	13	0	2	2	ك
%3.7	%4.8	%3.0	%4.4	%0.0	%2.0	%4.5	%

ك	3	0	1	10	6	1	21	الصراع
%	6.8%	0.0%	2.9%	3.4%	2.6%	0.6%	2.4%	
ك	7	26	11	46	48	32	170	الأهمية
%	15.9%	26.3%	32.4%	15.6%	20.6%	19.2%	19.5%	
ك	0	1	0	1	2	1	5	الغرابه و الطرافه
%	0.0%	1.0%	0.0%	0.3%	0.9%	0.6%	0.6%	
ك	0	10	2	25	19	2	58	المصلحة
%	0.0%	10.1%	5.9%	8.5%	8.2%	1.2%	6.7%	
ك	1	3	1	14	11	10	40	الضخامة
%	2.3%	3.0%	2.9%	4.7%	4.7%	6.0%	4.6%	
ك	0	2	0	2	0	0	4	التوقع
%	0.0%	2.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.5%	
ك	44	99	34	295	233	167	872	الاجمالي
%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

كا² 129.135 درجة الحرية 65 الدلالة الاحصائية 0.000 معامل التوافق 0.051

تشير نتائج الجدول رقم (7) الي القيم الاخبارية المتضمنة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث جاءت فئة قيمة الأهمية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 19.5% و يمكن تفسير ذلك بأن يعد تحقيق قيمة الأهمية من المعايير التي تعطى للخبر أولوية في صدارة نشره فالجماهير يريدون الأخبار المثيرة لاهتماماتهم و وسائل الإعلام تسعى دائما لتحقيق متطلباتهم و احتياجاتهم .

بينما جاء في الترتيب الثاني فئة قيمة الإناءة بنسبة بلغت 19% حيث ارتبطت هذه القيمة بأدوات الإنتاج و آليات زيادة كفاءة الخبر و جاذبيته و ابهاره في العرض مفهوما الأنية يرتبط بالخبر الذي يحدث أو مره أو الخبر الذي يحدث دورياً على فترات متباعدة.

و احتلت فئة قيمة التسرع الترتيب الثالث بنسبة بلغت 12% ، وجاءت فئة قيمة التمشهد في الترتيب الرابع بنسبة بلغت 10.7% .

بينما جاء في الترتيب الخامس فئة قيمة الشهرة بنسبة بلغت 7.1% و يرجع ذلك إلي أن الأسماء تصنع غالباً الأخبار و كلما كان الخبر مقرون بإسم المشاهير كلما كان الخبر صالح للنشر .

و جاءت فئة قيمة المصلحة في الترتيب السادس بنسبة بلغت 6.7% ، في حين احتلت فئة قيمة اهتمامات انسانية الترتيب السابع بنسبة بلغت 6% ، و جاءت فئة قيمة الضخامة في الترتيب الثامن بنسبة بلغت 4.6% ، و جاء في الترتيب التاسع بنسبة بلغت 3.7% فئة (قيمة الإثارة- السلبية- القرب) ، و احتلت فئة قيمة الصراع الترتيب العاشر بنسبة بلغت 2.4% فالمواقع الإخبارية تركز غالباً على الأخبار التي تقدم صور متفاوتة للصراع مثل (الإرهاب –العنف- القضايا الهامة) .

و جاءت فئة (قيمة الغرابه والطرافه) الترتيب الحادي عشر بنسبة بلغت 0.6% و احتلت الترتيب الأخير فئة قيمة التوقع بنسبة بلغت 0.5% و تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة

بهاء الدين بشير(2021)⁽⁵⁵⁾ في تصدر أهم القيم الإخبارية و كانت الأنية و الأهمية من أهم القيم التي تعتمد عليها في صياغة المادة الإخبارية.

و يمكن تفسير ذلك بأن القيمة الإخبارية الى يعتمد عليها صانع الخبر في تحديد صلاحيته للنشر و تجميع معلومات و تفاصيل أكثر فهي تكشف عن جوهر الحدث و يسترشد بها في انتقاء المادة الإخبارية الصالحة للنشر.

و أظهرت نتائج الجدول أيضاً جاء في الموقع الإخبارى (الأخبار) قيمة الإناءة في الترتيب الأول بنسبة بلغت 22.7% ، و جاء في موقع الإخبارى (الأهرام) قيمة الإناءة والأهمية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 26.3% ، و جاء في الموقع الإخبارى (الجمهورية) قيمة الأهمية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 32.4% ، بينما جاء في الموقع الإخبارى (اليوم السابع) قيمة الإناءة بنسبة بلغت 20.3% ، و جاء في الموقع الإخبارى (الوطن) قيمة الأهمية بنسبة بلغت 20.6% ، بينما جاء في الموقع الإخبارى (المصرى اليوم) قيمة التسرع بنسبة بلغت 21% .

و يرجع ذلك إلى ان الفيديو جراف المقدم في المواقع الإخبارية محل الدراسة متضمن قيماً إخباريه أهمها (الإناءة – الأهمية) كانت من أهم القيم المقدمة رغم التطور التكنولوجى السريع في وسائل الإعلام الذي يعد مؤشر هام وفعال في بروز و اختفاء بعض القيم الإخبارية و ساهم أيضاً في تغير مفهومها و تطوره تطوراً سريعاً.

و أظهرت النتائج عن وجود علاقة ايجابية ضعيفة بين القيم الاخبارية المتضمنة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث بلغت قيمة كاسي (129.135) ، بدرجة الحرية (65) ، و مستوى الدلالة الاحصائية (0.000) ، و معامل التوافق 0.051 وهذه العلاقة لصالح المواقع الإخباريه القومية مقابل المواقع الإخباريه الخاصة .

و يمكن تفسير ذلك بأن رغم حدائه الفيديو جراف كقالب للنشر الإخباري في المواقع الإخباريه الا ان السياسة التحريرية و التوجه السياسي للموقع الإخباري له دور في السيطرة على انتاج الأفكار و المعلومات لذلك تصبح القيم الإخباريه تنمائي مع السياسة التحريرية للموقع الإخبارى .⁽⁵⁶⁾ فقد ركز قالب الفيديو جراف على مفاهيم محددة للقيم الإخبارية منها الإناءة و الأهمية و التسرع و التمشهد و تعد من القيم الإخبارية التي استحدثت في الفنون الإخبارية على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة.

جدول رقم (8)
يوضح نوع الوسائط المتعددة المصاحبة للقيم الإخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

الاجمالي	المواقع الاخبارية						المواقع الإخبارية	
	المصري اليوم	الوطن	اليوم السابع	الجمهورية	الاهرام	الاخبار	أنواع الوسائط المتعددة في الفيديو جراف	
235	59	58	50	17	33	18	ك	صور
%15.9	%15.2	%16.2	%10.9	%30.4	%26.0	%19.8	%	
97	19	30	28	0	10	10	ك	نقطات حية
%6.6	%4.9	%8.4	%6.1	%0.0	%7.9	%11.0	%	
46	13	7	21	0	1	4	ك	فيديو
%3.1	%3.4	%2.0	%4.6	%0.0	%0.8	%4.4	%	
35	3	16	11	1	1	3	ك	رسوم بيانية
%2.4	%0.8	%4.5	%2.4	%1.8	%0.8	%3.3	%	
238	58	57	62	12	33	16	ك	موسيقى
%16.1	%14.9	%16.0	%13.5	%21.4	%26.0	%17.6	%	
149	53	42	49	0	1	4	ك	مؤثرات صوتية
%10.1	%13.7	%11.8	%10.7	%0.0	%0.8	%4.4	%	
15	0	4	4	0	5	2	ك	خرائط مكانية
%1.0	%0.0	%1.1	%0.9	%0.0	%3.9	%2.2	%	
8	2	0	5	0	0	1	ك	رسوم متحركة
%0.5	%0.5	%0.0	%1.1	%0.0	%0.0	%1.1	%	
117	31	20	56	0	2	8	ك	تعليق صوتي
%7.9	%8.0	%5.6	%12.2	%0.0	%1.6	%8.8	%	
240	58	57	65	17	33	10	ك	نص مكتوب
%16.2	%14.9	%16.0	%14.1	%30.4	%26.0	%11.0	%	
141	57	40	40	0	1	3	ك	مؤثرات بصرية
%9.5	%14.7	%11.2	%8.7	%0.0	%0.8	%3.3	%	
50	15	7	23	1	2	2	ك	رسوم جرافيك
%3.4	%3.9	%2.0	%5.0	%1.8	%1.6	%2.2	%	
19	1	1	12	2	3	0	ك	رسوم بيانية توضيحية
%1.3	%0.3	%0.3	%2.6	%3.6	%2.4	%0.0	%	
71	18	17	21	4	1	10	ك	انفوجرافيك
%4.8	%4.6	%4.8	%4.6	%7.1	%0.8	%11.0	%	
18	1	1	13	2	1	0	ك	انيمشن
%1.2	%0.3	%0.3	%2.8	%3.6	%0.8	%0.0	%	
1479	388	357	460	56	127	91	ك	الاجمالي
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%	

ك²244.40 درجة الحرية 70 الدلالة الاحصائية 0.000 معامل التوافق 0.06

تشير نتائج الجدول رقم (8) الي نوع الوسائط المتعددة المصاحبة للقيم الاخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث جاءت فئة (نص مكتوب) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 16.2% ، وجاء في الترتيب الثانى فئة (موسيقى) بنسبة بلغت 16.1% ، و احتلت فئة (صور) الترتيب الثالث بنسبة بلغت 15.9% ، بينما جاء في الترتيب الرابع فئة (مؤثرات صوتية) بنسبة بلغت 10.1% ، وجاء في الترتيب الخامس فئة (مؤثرات بصرية) بنسبة بلغت 9.5% ، و احتلت فئة (التعليق الصوتي) بنسبة بلغت 7.9% الترتيب السادس ، بينما جاءت فئة (لقطات حية) في الترتيب السابع بنسبة بلغت 6.6% ، وجاء في الترتيب الثامن فئة (انفوجرافيك) بنسبة بلغت 4.8% ، بينما جاء فئة (رسوم جرافيك) في الترتيب التاسع بنسبة بلغت 3.4% ، و احتلت فئة (فيديو) الترتيب العاشر بنسبة بلغت 3.1% ، بينما جاءت في الترتيب الحادى عشر فئة (رسوم بيانية) بنسبة بلغت 2.4% ، وجاءت فئة (رسوم توضيحية) في الترتيب الثانى عشر بنسبة بلغت 1.3% ، و احتلت فئة (انيمشن) الترتيب الثالث عشر بنسبة بلغت 1.2% ، و جاءت فئة (خرائط مكانية) الترتيب الرابع عشر بنسبة بلغت 1% ، بينما جاءت فئة (رسوم متحركة) في الترتيب الأخير بنسبة بلغت 0.05%.

و تتفق نتائج الدراسة مع دراسة لى (57) 1998 حيث قامت برصد و تصميم صفحات الويب و الصور الاخبارية بمواقع النيويورك تايمز ، الواشنطن بوست ، يو إس إيه توداى و توصلت الدراسة إلى تفوق استخدام الصورة الاخبارية بالمواقع الاخبارية حيث انها تحتل المركز الأول للوسائط المتعددة المستخدمة و تراجع الرسوم التوضيحية و البيانية كوسائط متعددة على المواقع الاخبارية ، و تتفق أيضا مع دراسة راضي محمد عطوة (2020) (58) ان اللقطات الحية و التعليق الصوتى و النص من الوسائط المتعددة التى تم توظيفها في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية.

و تشير نتائج الجدول السابق إلي ان الموقع الإخبارى (الأخبار) استخدم نوع الوسائط المتعددة المصاحبة للقيم الاخبارية المقدمة في الفيديو جراف في الترتيب الأول (صور) بنسبة بلغت 19.8% ، بينما جاء في الموقع الإخبارى (الأهرام) الوسائط (صور، موسيقى، نص مكتوب) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 26% ، و احتلت في الموقع الإخبارى (الجمهورية) الترتيب الأول الوسائط (صور ، نص مكتوب) بنسبة بلغت 30.4%، وجاء في الموقع الإخبارى (اليوم السابع) في الترتيب الأول فئة (نص مكتوب) بنسبة بلغت 14.1% ، بينما جاء في الموقع الإخبارى (الوطن) فئة (صور) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 16.2% ، بينما جاء في الموقع الإخبارى (المصرى اليوم) في الترتيب الأول (صور) بنسبة بلغت 15.2%.

و أظهرت النتائج عن وجود علاقة ايجابية ضعيفة بين نوع الوسائط المتعددة المستخدمة للقيم الاخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث بلغت نسبة كا² 2244.40، و درجة الحرية (70)، ومستوى دلالة الاحصائية (0.000) ، و معامل التوافق 0.06 وهذه العلاقة لصالح المواقع الإخبارية الحكومية مقابل المواقع الإخباريه الخاصة .

و أكدت دراسة هيثم جودة (2010) (59) أن الخبر المكتمل العناصر على الإنترنت (صور و نص و فيديو) من أكثر التصميمات التي تساعد على تمثيل معلومات الرسالة الإخبارية. و يمكن تفسير ذلك من خلال القيمة الإخبارية للصورة سواء (التليفزيونية – الفوتوغرافية – الكاريكاتيرية) لما لها من مكانة هامة وبارزة في إيصال الرسالة الإعلامية و تؤدي دورا أكبر من النص الإخباري حيث لها قيمة إخبارية تظهر من خلال ابعادها التي يعطيها القائم بالاتصال لها فيمكننا أن نبرز قيم إخبارية من خلال الصورة الإخبارية و تحقيق مغزى فكري و إيديولوجي .

جدول رقم (9)

يوضح الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

الاجمالي	الموقع الاخباري						المواقع الإخبارية الاساليب التفاعلية في الفيديو جراف
	المصري اليوم	الوطن	اليوم السابع	الجمهورية	الاهرام	الاخبار	
125	59	0	66	0	0	0	ك
32.2 %	%50.0	%0.0	%50.0	%0.0	%0.0	%0.0	%
185	59	60	66	0	0	0	ك
47.7 %	%50.0	100.0 %	%50.0	%0.0	%0.0	%0.0	%
78	0	0	0	18	35	25	ك
20.1 %	%0.0	%0.0	%0.0	100.0 %	100.0 %	100.0 %	%
388	118	60	132	18	35	25	ك
100 %	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%

ك² 450.919 درجة الحرية 10 الدلالة الاحصائية 0.000 معامل التوافق -0.64

بالنظر الي نتائج الجدول رقم (9) يوضح الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث جاء في الترتيب الأول فئة (إضافة وصلات) بنسبة بلغت 47.7% ، بينما جاء في الترتيب الثاني فئة (التعليق و التعبير بالرأى) بنسبة بلغت 32.2% ، و احتلت فئة (لا يوجد) الترتيب الأخير بنسبة بلغت 20.1%.

و تتفق هذه الدراسة مع دراسة (ساندرا ويسترن 1998) (60) على مدى حرص الصحف الالكترونية الأمريكية على توظيف تكنولوجيا النشر الالكتروني و قواعد التصميم الحديثة في مواقع الالكترونية للصحف

و تشير نتائج الجدول السابق إلي المواقع الإخبارية (الأخبار) ، (الأهرام) ، (الجمهورية) لم تستخدم اي أساليب التفاعلية في الفيديو جراف المقدم فيها ، بينما جاء في الموقع الإخباري (اليوم السابع) فئة التعليق و اضافة رأى في الترتيب الأول بنسبة بلغت 50% ، أما الموقع الإخباري (الوطن) جاءت فئة اضافة وصلات في الترتيب الأول بنسبة بلغت 100% ، وجاء في الموقع الإخباري (المصرى اليوم) جاءت فئة التعليق بإضافة وصلات في الترتيب الأول بنسبة بلغت 50%.

و تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (رضا أمين 2006) (61) اتجاه الصحف الإلكترونية إلي توظيف الفاعلية أكثر بين القراء و بين الموقع الإلكتروني ، و أكدت أيضا الدراسة على توظيف كافة الامكانيات التكنولوجية التي تتيحها تصنيفات الانترنت و ذلك لصالح التصفح الفوري للمواقع .

أظهرت النتائج عن وجود علاقة سلبية بين الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث بلغت ك² (450.919) ، و درجة الحرية (10) ، و مستوى دلالة الاحصائية (0.000) ، و معامل التوافق -0.64.

نتائج فروض الدراسة

الفرض الأول : توجد فروق ذات دلالة احصائية فى نوع الموضوعات و القضايا المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

جدول رقم (10)

الفروق الإحصائية بين نوع الموضوعات و القضايا المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

المواقع الاخبارية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
الاخبار	25	6.96	4.605	1.110	0.355
الاهرام	35	5.83	4.675		
الجمهورية	18	5.78	3.993		
اليوم السابع	66	6.52	4.487		
الوطن	60	5.22	4.484		
المصرى اليوم	59	6.78	3.992		
الاجمالي	263	6.18	4.390		

و تشير بيانات الجدول رقم (10) الي الفروق الإحصائية بين نوع الموضوعات و القضايا المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث احتل موقع الأخبار الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (6.96) ، بينما جاء موقع المصرى اليوم في الترتيب الثانى بمتوسط حسابي (6.78) ، بينما جاء موقع اليوم السابع في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (6.52)

في حين جاء موقع الأهرام في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (5.83) ، وجاء موقع الجمهورية في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (5.78)، بينما جاء موقع الوطن في الترتيب السادس بمتوسط حسابي (5.22).

وجاءت قيمة ف (1.110) عند مستوى الدلالة (0.355) وبذلك ثبت عدم صحة الفرض بأنه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين نوع الموضوعات و القضايا المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

و استناداً على النتائج السابقة للجدول رقم (10) عن عدم وجود فروق احصائية بين نوع الموضوعات والقضايا المتضمنة في الفيديو جراف في المواقع الإخبارية والحكومية والخاصة محل الدراسة يمكن استخلاص نتيجة هي أن قالب الفيديو جراف يهتم بعرض وتقديم الموضوعات و القضايا الحالية بشتى مجالاتها و تغطية الأحداث و الأخبار الجارية و قضاياها المتعددة في المواقع الإخبارية الحكومية والخاصة وفقاً للسياسة التحريرية لكل موقع إخباري واتجاهاته في التغطية الإخبارية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مصادر المعلومات المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

جدول رقم (11)

الفروق الإحصائية بين مصادر المعلومات المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

المواقع الإخبارية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
الاخبار	25	3.44	1.710	5.293	0.000
الأهرام	35	2.26	1.578		
الجمهورية	18	2.39	1.539		
اليوم السابع	66	2.21	1.045		
الوطن	60	1.87	1.186		
المصري اليوم	59	2.22	1.204		
الاجمالي	263	2.27	1.350		

و تشير بيانات الجدول رقم (11) الي الفروق الإحصائية بين مصادر المعلومات المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة فقد جاء موقع الأخبار في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (3.44) ، بينما جاء موقع الجمهورية في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ (2.39) ، وجاء موقع الأهرام في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (2.26) ، في حين جاء موقع المصري اليوم في الترتيب الرابع بلغ متوسط حسابي (2.22) ، في حين جاء موقع اليوم السابع في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (2.21) ، و جاء موقع الوطن في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (1.87)

و جاءت قيمة ف (5.293) عند مستوى دلالة (0.000) و من ثم ثبت صحة الفرض القائل
توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مصادر المعلومات المتضمنة في الفيديو جراف المقدم
بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

و اتضح ان الفروق بين المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة في مصادر المعلومات
المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية محل الدراسة لصالح موقع الإخبارى
الأخبار مقابل الموقع الإخبارى (الأهرام- الجمهورية – اليوم السابع- الوطن- المصرى
اليوم).

و يمكن تفسير ذلك بأن مصادر الحصول على المعلومات و الاخبار في المواقع الإخبارية
يمثل جسر تواصل و يبنى الثقة بين الموقع الإخبارى و المتصفح له. فموقع الأخبار كموقع
حكومى له مصادر في الحصول على المعلومات فهو يعتمد على المحرر و كالات الأبناء
الدولية بشكل ملحوظ

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة احصائية فى مكونات الشكل الخبري المقدم في
الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

جدول رقم (12)

الفروق الاحصائية بين مكونات الشكل الخبري المقدم في الفيديو جراف المقدم بالمواقع
الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

الدلالة الاحصائية	قيمة ف	الاتحاف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المواقع الاخبارية
0.150	1.640	0.408	1.80	25	الاخبار
		0.323	1.89	35	الاهرام
		0.461	1.72	18	الجمهورية
		0.376	1.83	66	اليوم السابع
		0.437	1.75	60	الوطن
		0.281	1.92	59	المصري اليوم
		0.377	1.83	263	الاجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (12) إلى ترتيب موقع المصري اليوم حيث أنه احتل الترتيب الأول
بمتوسط حسابي بلغ (1.92) ، و جاء موقع الأهرام في الترتيب الثانى بمتوسط حسابي بلغ
(1.89) ، و قد احتل موقع اليوم السابع الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (1.83) ، في
حين جاء ترتيب موقع الأخبار الترتيب الرابع بمتوسط حسابي بلغ (1.80) ، و جاء موقع
الوطن في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي بلغ (1.75) ، و جاء في الترتيب السادس و
الاخير موقع الجمهورية بمتوسط حسابي بلغ (1.72) و بلغت قيمة ف (1.640) بمستوى
دلالة احصائية (0.150) و بذلك ثبت عدم صحة الفرض بأنه توجد فروق ذات دلالة
احصائية فى مكونات الشكل الخبري المقدم في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية
المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

و يمكن تفسير ذلك بأن الخبر البسيط هو أساس العملية الإعلامية فيعتمد على واقعة واحدة يقوم بتناولها و هذا ما ركزت عليه قالب الفيديو جراف بعكس الخبر المركب يتناول أكثر من واقعة في خبر واحد مرتبطة ببعضها و لها مصادر متعددة و قضايا و أشخاص مرتبطة بالخبر و هذا يرتبط بمفهوم القيم الإخبارية و تركيزها على الأحداث و الأخبار التي تتسم بالحدثة و الجدة و الأنية و ما يرتبط بها سواء كان خبر بسيط جديد او استحدثت عليه معلومات جعلته جديد له ابعاد مركبة و معلومات و أشخاص مرتبطة بالحدث .

الفرض الرابع : توجد فروق ذات دلالة احصائية فى اتجاه محتوى الأخبار في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

جدول رقم (13)

الفروق الدلالة الاحصائية بين اتجاه محتوى الأخبار في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

المواقع الاخبارية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
الاخبار	25	2.16	0.898	8.336	0.000
الاهرام	35	2.80	0.584		
الجمهورية	18	2.78	0.428		
اليوم السابع	66	2.21	0.775		
الوطن	60	2.37	0.823		
المصرى اليوم	59	1.95	0.570		
الإجمالى	263	2.30	0.765		

تشير نتائج الجدول رقم (13) إلى ترتيب موقع الأهرام حيث أنه احتل الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (2.80) و جاء في الترتيب الثاني موقع الجمهورية بمتوسط حسابي بلغ (2.78) و قد جاء في الترتيب الثالث موقع الوطن بمتوسط حسابي بلغ (2.37) ، في حين بلغ موقع اليوم السابع الترتيب الرابع بمتوسط حسابي بلغ (2.21) ، و جاء في الترتيب الخامس موقع الأخبار بمتوسط حسابي بلغ (2.16) ، و موقع المصرى اليوم في الترتيب السادس بمتوسط حسابي بلغ (1.95) ، و بلغت قيمة ف (8.336) بمستوى دلالة احصائية (0.000) و بذلك ثبت صحة الفرض بأنه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاه محتوى الأخبار في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

و اتضح أن الفروق بين اتجاه محتوى الأخبار في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة لكانت لصالح موقع الأهرام مقابل موقع (الأخبار ، اليوم السابع ، الوطن ، المصرى اليوم) و لصالح موقع الجمهورية مقابل موقع (الأخبار ، اليوم السابع ، الوطن ، المصرى اليوم) و لصالح موقع اليوم السابع مقابل موقع اخبارى (المصرى اليوم) .

و يمكن تفسير ذلك ان المواقع الإخبارية الحكومية وظفت الفيديو جراف في الموضوعات والأخبار الإيجابية حيث أنها تهتم بالأخبار الرسمية و الحكومية في المنطقة و الأخبار السياسية ، أما اتجاه الأخبار السلبى في الفيديو جراف ففى الغالب كان أخبار اجتماعية واقتصادية وصحية لأنها تركز على التنمية و تغير الواقع للأفضل و بالنسبة للمواقع الإخبارية الخاصة فهى تهتم بعرض الأخبار السلبية في الفيديو جراف و هذا يتفق مع سياستها التحريرية و وظيفتها الإخبارية.

الفرض الخامس : توجد فروق ذات دلالة احصائية فى نوع المادة الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

جدول رقم (14)

الفروق الدلالة الاحصائية بين نوع المادة الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

المواقع الاخبارية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
الاخبار	25	2.40	0.816	2.974	0.013
الاهرام	35	1.83	0.985		
الجمهورية	18	2.67	0.767		
اليوم السابع	66	2.41	0.894		
الوطن	60	2.37	0.938		
المصرى اليوم	59	2.17	0.950		
الإجمالي	263	2.29	0.932		

و بالنظر الي نتائج الجدول رقم (14) أن ترتيب موقع الجمهورية الإخبارى جاء في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (2.67) ، في حين جاء موقع اليوم السابع الاخبارى في الترتيب الثانى بمتوسط حسابي بلغ (2.41) ، و قد جاء موقع الأخبار في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (2.40) ، و في حين بلغ موقع الوطن الإخبارى في الترتيب الرابع بمتوسط بلغ (2.37) ، و قد بلغ موقع المصرى اليوم الاخبارى الترتيب الخامس بمتوسط حسابي بلغ (2.17) في حين جاء في الترتيب السادس و الأخير موقع الأهرام بمتوسط حسابي بلغ (1.83) و بلغت نسبة ف (2.974) بمستوى دلالة احصائية (0.013) ، و بذلك ثبت صحة الفرض بأنه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين نوع المادة الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

و اتضح أن الفروق بين نوع المادة الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة كانت لصالح موقع الأخبار الإخبارى مقابل (موقع الأهرام) و لصالح موقع الجمهورية الإخبارى مقابل موقع (الأهرام ، المصرى اليوم) ، و لصالح موقع اليوم السابع الإخبارى مقابل موقع (الأهرام الإخبارى) ، و لصالح موقع الوطن الإخبارى مقابل موقع (الأهرام الإخبارى)

وهذا أكدت عليه دراسة هيثم جودة محمد 2010⁽⁶²⁾ على أن الخبر في صورته الأولى المكتمل العناصر من نص وصورة وفيديو من أكثر الفنون الإخبارية التي تساعد في تمثيل المعلومات وهذا يدل على أن المواقع الإخبارية الحكومية تهتم بالخبر كأحد أهم الفنون التحريرية فرغم ما طرأ على الوسائل الإعلامية من تطورات تكنولوجية ولكن ظل الخبر وصناعته يحظى بالاهتمام بين الفنون الإعلامية المتعددة فهو حجر الأساس للمادة الإخبارية الإذاعية والصحفية.

ويمكن تفسير ذلك بأن الفيديو جراف في المواقع الإخبارية الحكومية اهتمت بتوظيف كافة المواد الإخبارية لتغطية الأحداث وكأحد أهم فنونها الصحفية رغم ما طرأ عليها من تطورات تكنولوجية وعرضت الفيديو جراف مستخدمة الخبر والقصة الخبرية والتقارير الخبرية في كافة موضوعاتها السياسية والاقتصادية وغيرها وهذا يدل على هيئة تحريرها ومحريها لصياغة الأشكال والفنون الصحفية .

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة احصائية في القيم الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة محل الدراسة

جدول رقم (15)

الفروق الدلالة الاحصائية بين القيم الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة محل الدراسة

المواقع الإخبارية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
الاخبار	44	4.73	3.572	1.727	0.126
الأهرام	99	6.27	4.437		
الجمهورية	34	6.09	4.295		
اليوم السابع	295	5.98	4.104		
الوطن	233	6.55	3.907		
المصري اليوم	167	6.10	3.636		
الإجمالي	872	6.13	3.997		

يتضح من نتائج الجدول رقم (15) ان ترتيب موقع الوطن الإخباري جاء في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (6.55) ، في حين جاء موقع الأهرام الإخباري بمتوسط حسابي بلغ (6.27) ، وقد جاء موقع المصري اليوم في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (6.10) ، وجاء في الترتيب الرابع موقع الجمهورية الإخباري بمتوسط حسابي بلغ (6.09) ، واحتل موقع اليوم السابع الإخباري الترتيب الخامس بمتوسط حسابي بلغ (5.98) ، وجاء موقع الأخبار الإخباري في الترتيب السادس بمتوسط حسابي بلغ (4.73) ، وجاءت قيمة ف (1.727) بمستوى دلالة (0.126) ، وبذلك ثبت عدم صحة الفرض بأنه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين القيم الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة محل الدراسة و تتفق مع نتائج دراسة صفاء راضي (2020)⁽⁶³⁾ هناك علاقة بين الأخبار والقرب الجغرافي أو العاطفي للإذاعة بغض النظر عن نوع الملكية.

و يمكن تفسير عدم وجود فروق بين المواقع الإخبارية الحكومية والخاصة في القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف الإخباري حيث ان تكاد تكون القيم الإخبارية محددة في جميع الوسائل الإعلامية و لكن هناك عوامل مؤثرة في تحديدها تختلف وفقاً لسياسة الموقع الإخباري سواء حكومي أو خاص و القيم المجتمعية و نوع الملكية و السلطة السياسية للموقع الإخباري جميعها محددات للقيم الإخبارية وقد نجد أن القيم الإخبارية اختلفت في ترتيبها و بروزها من موقع إخباري إلى موقع إخباري آخر فالمواقع الإخبارية الحكومية ركزت في عرضها للموضوعات في الفيديو جراف على قيمة الأنية و الشهرة و الأهمية و ابتعد قليلا عن قيمة التمشهد أما المواقع الإخبارية الخاصة فركزت في قيمها الإخبارية في الفيديو جراف على قيمة التوقيت و التمشهد .

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة احصائية في نوع الوسائط المتعددة المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

جدول رقم (16)

الفروق الدلالة الاحصائية بين نوع الوسائط المتعددة المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

المواقع الاخبارية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
الاخبار	91	6.12	4.343	5.261	0.000
الاهرام	127	5.65	3.939		
الجمهورية	56	6.70	4.744		
اليوم السابع	460	7.39	4.038		
الوطن	357	6.46	3.967		
المصري اليوم	388	7.01	3.949		
الإجمالي	1479	6.81	4.067		

تشير نتائج الجدول رقم (16) الي الفروق الدلالة الاحصائية بين نوع الوسائط المتعددة المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث جاء ترتيب موقع اليوم السابع الإخباري في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (7.39) ، في حين جاء موقع المصري اليوم في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ (7.39) ، وجاء موقع الجمهورية الإخباري في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (6.70) ، في حين احتل موقع الوطن الإخباري الترتيب الرابع بمتوسط حسابي بلغ (6.46) ، و جاء موقع الأخبار في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي بلغ (6.12) ، وجاء ترتيب موقع الأهرام الإخباري في الترتيب السادس بمتوسط إخباري 5.65، وجاءت قيمة ف (5.261) عند مستوى دلالة احصائية (0.000)

وبذلك ثبت صحة الفرض بأنه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين نوع الوسائط المتعددة المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

و اتضح أن الفروق بين نوع الوسائط المتعددة المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة كانت لصالح موقع الأهرام مقابل (موقع الجمهورية) ، و موقع اليوم السابع مقابل موقع (الأخبار ، والأهرام ، الجمهورية) ، موقع الوطن مقابل موقع (الأخبار ، الأهرام ، الجمهورية) ، و موقع المصرى اليوم مقابل موقع (الأخبار ، الأهرام ، الجمهورية).

و يمكن تفسير ذلك ان المواقع الحكومية تحرص على استخدام و تنوع و تعدد الوسائط المتعددة المستخدمة في قالب الفيديو جراف كمحتوى اخبارى جديد فاستخدام الوسائط متعددة في انتاج المحتوى الاخبارى للفيديو جراف يساعد في توصيل المعلومة بشكل أفضل و خلق الجو النفسى للحدث في كونها تعتمد على الصوت والصورة و اللقطة الحية و الموسيقى و الانواع الأخرى منها و اعطاء المتلقى احساس بالحدث كما أنه يعايشه.

الفرض الثامن : توجد فروق ذات دلالة احصائية فى الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

جدول رقم (17)

الفروق الدلالة الاحصائية بين الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة

المواقع الاخبارية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
الاخبار	25	3.00	0.000	164.788	0.000
الاهرام	35	3.00	0.000		
الجمهورية	18	3.00	0.000		
اليوم السابع	132	1.50	0.502		
الوطن	60	2.00	0.000		
المصرى اليوم	118	1.50	0.502		
الإجمالى	388	1.88	0.714		

تشير نتائج الجدول رقم (17) إلى الفروق الدلالة الاحصائية بين الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة حيث جاء ترتيب الموقع الإخبارى (الأخبار، الأهرام ، الجمهورية) جاء في الترتيب الأول بمتوسط الحسابى الذى بلغ (3.00) ، في حين جاء موقع الوطن الإخبارى في الترتيب الثانى بمتوسط حسابى بلغ (2.00) ، وجاء الموقع الإخبارى (المصرى اليوم ، اليوم السابع) في الترتيب الثالث بمتوسط حسابى بلغ (1.50) ، وبلغت قيمة ف (164.788) ، عند مستوى دلالة احصائية (0.000)

و اتضح أن الفروق بين الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة كانت لصالح موقع الأخبار الإخبارى مقابل موقع (اليوم السابع- الوطن – المصرى اليوم) ، و موقع الأهرام الإخبارى مقابل موقع (اليوم السابع – الوطن – المصرى اليوم) ، و موقع الجمهورية الإخبارى مقابل موقع (اليوم

السابع – الوطن – المصري اليوم) ، وموقع الوطن الإخبارى مقابل موقع (اليوم السابع – المصري اليوم) .
وبذلك ثبت صحة الفرض القائل بأنه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة و تتفق هذه الدراسة مع نتائج دراسة شيماء عبد الغنى 2018⁽⁶⁴⁾ تتميز بعض المواقع بتقديم خدمات تفاعلية ساعدت في جذب الجمهور و زاد من الثراء الإخبار للمواقع .

خلاصة النتائج العامة :

- 6- حيث جاءت الأخبار و الموضوعات السياسية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 25.9% من الأخبار و الموضوعات التى يتناولها الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
- 7- جاءت فئة الخبر البسيط في الترتيب الأول بنسبة بلغت 82.9% من مكونات الشكل الخبري المصاحب للقيم الاخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
- 8- جاءت فئة الأخبار الإيجابية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 48.3% من اتجاه محتوى الأخبار المصاحب للقيم الاخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
- 9- جاءت فئة التقرير الإخبارى في الترتيب الأول بنسبة بلغت 61.6% من نوع المادة الاخبارية المصاحب للقيم الاخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة .
- 10- جاءت فئة قيمة الأهمية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 19.5% من القيم الاخبارية المتضمنة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
- 11- جاءت فئة (نص مكتوب) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 16.2% من نوع الوسائط المتعددة المصاحبة للقيم الاخبارية في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
- 12- جاء في الترتيب الأول فئة (اضافة وصلات) بنسبة بلغت 47.7% من الأساليب التفاعلية المستخدمة في الفيديو جراف على المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
- 13- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين نوع الموضوعات و القضايا المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
- 14- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية فى مكونات الشكل الخبري المقدم في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

- 15- وجود فروق ذات دلالة احصائية بين نوع المادة الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
- 16- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية فى القيم الإخبارية المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.
- 17- وجود فروق ذات دلالة احصائية في نوع الوسائط المتعددة المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة
- 18- وجود فروق ذات دلالة احصائية في الأساليب التفاعلية المقدمة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة محل الدراسة.

مناقشة النتائج العامة وتفسيرها:

- لاسيما ان تعددت و تنوعت القيم الإخبارية المتضمنة للفيديو جراف في المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة حيث لكل موقع إخبارى توجه سياسى و سياسة تحريره تحدد له أهم القيم الإخبارية التى تعتمد عليها في صياغة قوالبها و أشكالها الإعلامية الجديدة.
- تناولت المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة الوسائط المتعددة المتضمنه في الفيديو جراف فقد تنوعت و تعددت و ركزت على النص المكتوب المصاحب للفيديو جراف مع الوسائط الأخرى كالصوت و التعليق الصوتى و الموسيقى و اللقطات الحية و الرسوم الجرافيكية و الانيميشن و الجرافيك .
- حرصت المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة على الأساليب التفاعلية للفيديو جراف منها التعليق و التعبير بالرأى ، اضافة وصلات للمواقع على المنصات التشاركية و اضافة تعليق أسفل الفيديو جراف.
- ركزت المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة على قيم إخبارية متعددة منها الإناءة و التسرع و التمشهد و التسرع و الأهمية و تعد من القيم الإخبارية المستحدثة مع ظهور الإندماج الإعلامى و الإعلام الجديد.

توصيات و مقترحات الدراسة:

- 1- الإهتمام ببناء المضامين الإخبارية باستخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة و خاصة المواقع الإخبارية المحلية (الإعلام الالكترونى المحلى).
- 2- دراسة تأثير الانيميشن و الرسوم المتحركة في بناء المضامين و الموضوعات الإخبارية.
- 3- دراسة مستقبلية عن صناعة الأشكال و القوالب الإخبارية بأنماط حديثة تتوافق مع آليات العالم الافتراضى الجديد .

مراجع الدراسة

- (¹) عرفات مفتاح معيوف ، معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية ، اللقاء للبحوث و الدراسات ، مج(17) ، ع(1) ، 2013 ، ص-167
- (²) بهاء الدين على بشير ، عوامل تشكيل القيم الإخبارية للقنوات الفضائية العربية في عصر الإعلام الرقمي ..قناة الإمارات الفضائية نموذجاً ، مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية أكاديمية الشروق ، ع (17) ، 2021 ، ص ص1-46 ،
- (³) صفاء راضي وزير ، الأولوية الإخبارية في بناء موجيز الأخبار الإذاعية المحلية ، مجلة الفنون و الأدب و علوم الإنسانيات و الاجتماع ، كلية الإمارات للعلوم التربوية ، ع (62) ، ديسمبر ، 2020 ، ص ص 112-131.
- (⁴) ريهام محمود درويش ، السلوك الإخباري للنخب المصرية في إطار تعددية المنصات الإخبارية ، المعهد الدولي العالي للشروق ، مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية ، ع (8) ، يوليو، 2019 ، ص ص 401-449.
- (⁵) حسين سعدى الفتلاوى ، مضامين و أشكال الأخبار في المواقع الإلكترونية : دراسة تحليلية لموقع إيلاف أنموذجاً ، مجلة كلية الآداب، جامعة الكوفة ، مج(9) ، ع(28) ، 2018 ، ص ص 469-494
- (⁶) بداني فواد ، سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية : دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم، جامعة وهران ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، رسالة دكتوراة ، 2016.
- (⁷) عرفات مفتاح معيوف ، مرجع سابق، ص ص 166-199
- (⁸) عماد الدين على أحمد جابر، تطور دراسات القيم الإخبارية في المدرستين الأكاديميتين الغربية و العربية في الفترة من 1992 حتى عام 2012 و العوامل المؤثرة فيها، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ع(46) ، 2014 ، ص ص 129-195
- (⁹) إبراهيم حسين عبيد الله العزازمة ، القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية خلال الفترة من (2009-2010) دراسة تحليلية ، جامعة الشرق الأوسط ، رسالة ماجستير، 2012.
- (¹⁰) عبد الله عمر أحمد بخاش ، بناء النشرة الإخبارية في قناة اليمن الفضائية : دراسة في الشكل و المضمون ، كلية الاعلام ، جامعة صنعاء ، رسالة ماجستير، 2012.
- (¹¹) عمر جواد عبد الجبار العلي ، القيم الإخبارية في أخبار فضائية الشرقية العراقية : دراسة تحليلية لنشرة حصاد الأخبار ، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الاعلام ، رسالة ماجستير، 2011.
- (¹²) فوزية عكاك ، القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة : دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر و الشروق اليومي ، كلية العلوم السياسية و الاعلام ، جامعة الجزائر ، رسالة دكتوراة ، 2012.
- (¹³) اسلام محمد مطاوع ، التقنيات الحديثة المستخدمة في تحرير التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية ، جامعة سوهاج ، مجلة كلية الآداب ، ع(56) ، ج(2) ، 2020 ، ص ص 291-316.
- (¹⁴) راضي محمد عطوة ، استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية للصحف ، المجلة العربية لبحوث الاعلام و الاتصال ، جامعة الأهرام الكندية ، ع (28) مارس ، 2020 ، ص ص 614-637
- (¹⁵) أحمد على أحمد ، مروة عطية محمد ، استخدامات الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية : دراسة مقارنة بين المواقع العربية و الغربية ، مجلة الآداب ، جامعة الملك سعود ، كلية الآداب ، مج (31) ، ع (2) ، 2019 ، ص ص 133-179.
- (¹⁶) Krieken , K. Multimedia Storytelling in Journalism : Exploring Narrative Techniques in Snow Fall. Information , 9(5), 2018.) ، p.123
- (¹⁷) شيماء عبد الحميد عبد الغنى ، تصميم المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة بالعربية و اتجاهات الجمهور لها : دراسة تطبيقية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الزقازيق ، كلية الآداب ، 2018.
- (¹⁸) محمد محمد السعيد نعيم ، أشكال تمثيل المعلومات في الفيديو الرقمي و أثرها على تنمية التحصيل المعرفي و الاتجاه نحوها، الجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم ، مج (28) ، ع(3) ، يوليو ، 2018 ، ص ص 119-200

- (19) مروة عطية محمد عطية ، نمط البناء الفني للقصة الإخبارية و علاقته بسياق توظيف الفيديو المصاحب للنص على شبكة الإنترنت : دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإخبارية العربية ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة و التلفزيون ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ع (10)، 2017، صص299-324
- (20) Kalogeropoulos , A.,Cherubini , F., &Newman , N. The Future of Online News Video .Reuters Institute for the Study of Journalism . Retrieved from ، 2016 ز
http:// digitalnewsreport.org/publications/2016/future-online-news-video/
- (21) عبير محمد حمدي ، تأثير طرق العرض في إدراك و تذكر المضمون الإخباري في التلفزيون و الوسائط المتعددة عبر الانترنت، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، 2011 .
- (12) Bachmann,I.,&Harlow, S .Opening the Gates:Interactive and Multi-Media Elements of Newspaper Websites im latin American.The12thInternational Symosium on Online Journalism• 2011 .
- (23) Martinez,M.I.&Ferreira ,S.M.The “Black’s Wheel “:a technique to develop hypermedia narratives .the 1th International symposium on online journal, 2010 ، pp.1-30.
- (24) أحمد محمد إبراهيم ، أثر التفاعلية المتاحة في الصحف الإلكترونية العربية على تذكر المعلومات : دراسة تجريبية ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس ، 2008.
- (25) أحمد على أحمد ، مروة عطية محمد (2019) ، مرجع سابق، ص 135.
- (26) <https://hunalibya.com/digital-life/6358/2:41> تاريخ الدخول 2021/2/16 التوقيت
- (27) Berg Bruce. (1998) . "Qualitative Research Methods for the Social sciences ".The University of Michigan , Allyn and Bacon ,P119.
- (28) **السادة الصحفيين بالمواقع الإخبارية :**
- 1- /أ/ عواد شكشك رئيس قسم الاقتصاد بصحيفة الأخبار.
 - 2- /أ/ علاء عبد الحسيب محرر شؤون وزارة الداخلية بصحيفة الأهرام.
 - 3- /أ/ حسن أحمد صحفى بموقع الجمهورية الاخبارى.
 - 4- /أ/ عبد الحليم سالم رئيس قسم الاقتصاد بموقع اليوم السابع الإخبارى
 - 5- /أ/ اسراء طلعت مسئول الملف الدينى و النقابات المهنية بالقسم السياسى بجريدة الوطن و رئيس القسم ال دينى بجريدة الجمهورية.
- (29) **السادة المحكمين:**
- 1- أ.م.د/ رباب صلاح -الاستاذ المساعد بقسم الاعلام التربوى –كلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.
 - 2- أ.م.د/ سكرة البريدى- الاستاذ المساعد بقسم الاعلام التربوى –كلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.
 - 3- د/ شيماء متولى منصور مدرس بقسم الاعلام التربوى –كلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.
 - 4- أ.م.د/ فاطمة أبو الحسن الاستاذ الإذاعة و التلفزيون المساعد بأكاديمية الشروق.
 - 5- أ.م.د/ عبد الخالق زقزوق الاستاذ المساعد بقسم الاعلام التربوى –كلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.
 - 6- د/ولاء فايز مدرس الإذاعة و التلفزيون - كلية الإعلام - جامعة المنوفية.
- (30) **السادة المحللين :**
- 1- د/ مروة كامل عفيفي مدرس بقسم الإعلام التربوى - كلية التربية النوعية – جامعة المنوفية.
 - 2- د/ منى فوزى أبو شنب مدرس بقسم الإعلام التربوى - كلية التربية النوعية – جامعة المنوفية.
- (31) عبد الفتاح عبد النبي ، سوسيولوجيا الخبر الصحفي ، دراسة في انتقاء و نشر الأخبار ، القاهرة ، دار العربي للنشر و التوزيع ، 1989، ص ص 29-40
- (32) نصر الدين العياضي ، مبادئ أساسية في كتابة الخبر الصحفي ، الجزائر ، المؤسسة الجزائرية للطباعة ، 1994، ص 27.
- (33) أحمد على أحمد ، مروة عطية محمد ، 2019، مرجع سابق ، ص 153
- (34) كرم شلبي ، معجم المصطلحات الإعلامية ، دار الشروق ، جدة ، 1989 ، ص ص 399-400
- (35) حسنى نصر ، سناء عبد الرحمن ، التحرير الصحفي في عصر المعلومات – الخبر الصحفي ، ط2 ، دار الكتاب الجامعى ، العين ، 2004 ، ص76.

- (36) حلمى خضر سارى ، صورة العرب في الصحافة البريطانية ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 1999، ص ص 184-185.
- (37) بهاء الدين على بشير ، 2021، مرجع سابق ، ص 19.
- (38) أنمار وحيد فيضي ، التغطية الإخبارية في الصحافة الإلكترونية ، ط1 ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2016 ، ص 76
- (39) بهاء الدين على بشير ، 2021، مرجع سابق ، ص 24.
- (40) صفاء راضي وزير ، 2020 ، مرجع سابق ، ص ص 118-124
- (41) Jenkins , H ..Convergence ? I Diverge .Technology Review, 2001 ،P9.
- (42) مروة عطية محمد ، تأثير الانفوجرافيك في تذكر و فهم القراء لمضمون القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت : دراسة شبة تجريبية ، المجلة العربية لبحوث الإعلام و الاتصال ، ع (22) ، يولية سبتمبر ، 2018 ، ص 123 .
- (43) انتوم اليس (2017) ، الصحافة الرقمية ، ابوظبي ، ثقافة للنشر و التوزيع .
- (44) Singer , J. Bedfellows?The diffusion of convergence in four News organization .Journalism studies, 2004، p.1
- (45) أحمد على أحمد ، مروة عطية محمد ، 2019، مرجع سابق ص 137
- (46) مروة عطية محمد عطية ، 2017، مرجع سابق ، ص 299
- (47) R .C. Ramanujam . Multimedia Journalism .New Delhi: APH Publishing House ، 2008 .
- (48) أحمد على أحمد ، مروة عطية محمد ، 2019 ، مرجع سابق ، ص 138
- (49) R .C. Ramanujam. Multimedia Journalism .New Delhi: APH Publishing House و 2008.
- (50) عباس مصطفى صادق ، التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية على الانترنت في العالم العربي : الواقع و التحديات ، الإمارات العربية ، جامعة الشارقة ، كلية الاتصال، 2005.
- (51) فاطمة السروجي ، الصحافة الإلكترونية و ترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس ، كلية البنات ، قسم الإعلام، 2014.
- (52) عبد الخالق زقروق ، الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية و تأثيرها على الأمن القومي المصري (دراسة تحليلية مقارنة) ، مجلة البحوث الإعلامية ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، ع(54) ، ج (6) ، يوليو، 2020 ، ص 3926.
- (53) عبد الخالق زقروق ، 2020، مرجع سابق، ص 3943
- (54) عبد الخالق زقروق ، 2020 ، مرجع سابق ، ص 3924
- (55) بهاء الدين على بشير ، 2021 ، مرجع سابق ، ص 40
- (56) صفاء راضي وزير ، 2020، مرجع سابق ، ص 118
- (57) Li , Xigen . Web page Design and Graphic use of three U.S Newspapers . Journalism Quraterly .vol.75.Summer 1998.
- (58) راضي محمد عطوة (2020)، مرجع سابق ، ص 630.
- (59) هيثم جودة محمد ، تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على تذكر الطلاب للمحتوى الصحفي المقدم بها :دراسة شبة تجريبية على عينة من طلاب الجامعة ، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ع(3) ابريل يونية ، 2010 ، ص ص 277- 395 .
- Sandra S,& Pasterach H.How They look : An up dated study of American NewsPaper (60) , Journalism quarterly , Vol.66, No.3, Spring 1998.
- (61) رضا عبد الواحد أمين ، الامكانيات التقنية في مواقع الصحف الالكترونية العربية ، دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية على الانترنت ، مؤتمر الإعلام العربي و الانترنت ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، جامعة الدول العربية ، شرم الشيخ ، 6-10 أغسطس، (2006) .
- (62) هيثم جودة محمد ، 2010، مرجع سابق .
- (63) صفاء راضي وزير مرجع سابق ، 2020 ، ص 131
- (64) شيماء عبد الغنى ، 2018 ، مرجع سابق.