

توظيف اليوم السابع والمصري اليوم لصحافة الفيديو لتحقيق الصحافة الخدمية

د.ماري منصور*

ملخص الدراسة:

تسعى الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام اليوم السابع والمصري اليوم لصحافة الفيديو في تقديم محتوى خدمي من خلال تحليل الفيديوهات التي تقدم محتوى يفيد القارئ ويسهل حياته ، وتحديد مدى التفاعل مع الفيديوهات ، وطبيعة التعليقات ، ومدى رضا المستخدمين عن المحتوى المقدم.

اعتمدت الدراسة على نظرية الثراء الإعلامي وكيفية استخدام الصحف لوسائل الإعلام الجديدة مثل الفيديو لإنتاج محتوى خدمي ناجح يفيد المتلقي ، ويحقق التفاعل بين الصحفي والمتلقي من خلال التعليقات التي تحدد مدى التفاعل مع وسائل الإعلام.

أظهرت نتائج الدراسة الاهتمام بالمجال الاقتصادي الذي جاء في المرتبة الأولى في الصحيفتين ، وهو ما فرضته الأحداث العالمية التي أثرت بشكل كبير على الوضع الاقتصادي في مصر ، وقد تم الاعتماد على التقارير الإخبارية بشكل كبير في الصحيفتين ، وكان هناك تشابه في الأفكار المعروضة في الفيديوهات ، ومن الأشكال الصحفية التي تم استخدامها أكثر باليوم السابع النشرات الإخبارية، و استخدمت الصحيفتان الحوار الهاتفي بين الصحفي والمصدر ، واعتمد المحتوى العلمي على مصادر غير موثوقة وهو ما ظهر في تضارب المعلومات المعروضة بالفيديوهات.

الكلمات الرئيسية : الصحافة الخدمية ، صحافة الفيديو ، ثراء الوسيلة ، فيديوهات البث المباشر

*المدرس بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

Using video journalism in Alyoum 7 and Almasry Alyoum to achieve service journalism

Abstract:

The study seeks to identify how AlYoum 7 and Al-Masry AlYoum use video journalism in providing service content by analyzing the videos which provide content benefits the reader and facilitates his life, Determine the extent of interaction with videos, the nature of comments, and the extent of recipients' satisfaction with the provided content.

The study relied on the theory of media richness and how newspapers use new media such as video to produce successful service content that benefits the recipient, and achieves interaction between the journalist and the recipient through comments that determine the extent of interaction with the media

The results of the study showed that there was Interest in the economic field came first in the two newspapers, which was imposed by global events that greatly affected the economic situation in Egypt, The news reports were highly relied upon in the two newspapers, there was a similarity of the ideas presented in the videos, One of the formats that has been used more on Al-Youm Al-Sabea is the news releases. The two newspapers used the telephone dialogue between the journalist and the source, The scientific content depended on not reliable sources, which appeared in the contradiction of some information in the videos.

Key words:

Video journalism, service journalism, media richness

مقدمة الدراسة

فرض التطور التكنولوجي تغيير العديد من المفاهيم بالمؤسسات الإعلامية والصحفية، التي تسعى للحاق بذلك التطور والاستفادة منه في إحداث تغيير بالمحتوى المقدم بتلك الوسائل، فأصبح من الممكن عرض الفيديوهات والمحتوى الذي يشاهده المتلقي الذي تغير دوره أيضا، فلم يعد المتلقي حاجة إلى إرساله بريد إلى الصحيفة ليعبر عن رأيه فقد منحت التكنولوجيا الفرصة لإبداء رأيه عبر التعليقات التي تمكنه من التفاعل الفوري مع المحتوى، والتواصل المباشر مع الصحفي.

وفي ظل منافسة شديدة لنيل تفاعل المتلقي تسعى الصحافة لتقديم محتوى يبحث عنه القارئ خاصة مع تفاقم الأوضاع السياسية والاقتصادية التي فرضت على الصحافة متابعة حركة الأسواق العالمية والمحلية، حيث يتابع المتلقي ومنتظر أسعار العملات والذهب التي تتغير يوميا وأحيانا في اليوم الواحد أكثر من مرة، وهو ما يلقي الضوء على صحافة الخدمات، وهي صحافة تسعى لتقديم محتوى يفيد القارئ بشكل مباشر ويقدم له معلومات تساعده في حياته اليومية.

وتعد صحافة الخدمات من التيارات الصحفية القديمة في الصحافة الأمريكية، إلا أنها تطورت وتغيرت في السبعينات، لتقدم وظائف محددة في مهمة الخدمات العامة، أي تزويد القارئ بأخبار صحفية، وموضوعات تخدمه في حياته، ويحصل على فائدة مباشرة منها، أي أنها صحافة الفائدة أو كيف تؤديها أو تصنعها بنفسك، ومن ثم توفر على المواطن كثيرا من العناء في عملية البحث عن احتياجاته اليومية^(١).

وفي السنوات الأخيرة بدأت بعض وسائل الإعلام العربية تدرك أهمية هذا النوع من الصحافة، وتسعى لتقديمه للناس الذين يبحثون عنه بدورهم، وبعض أنواع الصحافة الخدمية يحتاج تقديمها للجمهور أن يكون بالفيديو أو الصور^(٢)، فتقديم المحتوى الخدمي عن كيفية إصلاح الأشياء مثلا يحتاج لتوضيح عملي يمكن عرضه بشكل أفضل عبر الفيديو.

وتتملك صحافة الفيديو القدرة على تقديم المحتوى بشكل مختلف يجذب المتلقي، كما تستطيع أن تواكب مختلف الأحداث التي تقع بشكل سريع وفوري، فهي تملك الصورة والصوت معا كما يمكن للصحفي إضافة المؤثرات الصوتية الأمر الذي يمنحه في النهاية الفرصة لتقديم قصة صحفية مختلفة، بالإضافة للميزة الخاصة بالتفاعل بأشكاله المتنوعة كإبداء الإعجاب أو الغضب من المحتوى أو مشاركة المحتوى مع آخرين، كما تسمح له بالتعليق على محتوى الفيديو.

وتتميز صحافة الفيديو بقدرتها على الوصول إلى جميع المتلقين بغض النظر عن أعمارهم أو مستوياتهم التعليمية بينما تصل الصحافة المكتوبة إلى المتعلمين أو القادرين على القراءة فقط^(٣)، الأمر الذي يمنحها القدرة على الوصول لفئة أكبر من المتلقين ويمنح الصحافة فرصة لتحقيق الصحافة الخدمية عبر فيديوهات يمكن للمتلقي متابعتها والتعليق عليها ومن ثم يحقق تفاعل أكبر مع الصحفيين.

ارتبط تطور صحافة الفيديو وزيادة استخدامها بتطور مواقع التواصل الاجتماعي التي تمتلك أدوات تمكن المتلقي من بث فيديوهات مباشرة ، وسهولة الاستخدام حيث لا يتطلب إنتاج الفيديوهات محترفين أو متخصصين في إنتاج الفيديوهات ، كما شهدت الأونة الأخيرة تطور الهواتف الذكية وامتلاكها العديد من البرامج التي تمكن الصحفي من إنتاج فيديوهات بجودة عالية وبالتالي زيادة الاعتماد على صحافة الموبايل ، وهو ما استغلته المواقع في إنتاج مزيد من الفيديوهات والتي وظفت بعضها في إنتاج محتوى خدمي بشكل سريع .

حيث تمنح تلك التقنية الجديدة للصحفي القدرة على نشر فيديوهات فورية تصل للقارئ فور بثها ، وتعتمد بعض المواقع على الصحفي الواحد في إنتاج الفيديو باستخدام صحافة الموبايل الأمر الى تؤثر أحيانا في جودة الفيديوهات مقارنة بالفيديوهات التي يتم إنتاجها عبر فريق عمل بالمواقع الصحفية ، فهل نجحت المواقع الصحفية في استغلال ما منحت لها التكنولوجيا من عناصر ثراء جديدة كفيديوهات البث المباشر ، وإمكانية الحصول على رجع صدى فوري من المتلقي متمثلا في التعليقات وإبداء الإعجاب وإمكانية مشاركة المحتوى مع الآخرين في تقديم محتوى خدمي بشكل جديد يجذب المتلقي ويحقق له الفائدة المباشرة في حياته اليومية ؟

تسعى الدراسة للإجابة عن هذا التساؤل عبر تحليل الفيديوهات التي تعنى بصحافة الخدمات وتركز على تقديم محتوى يساعد القارئ في حياته اليومية خاصة في المجال الاقتصادي في ظل أزمة عالمية أثرت بشكل كبير على أوضاع المواطن الذي يسعى للتوفير والحصول على أرباح تعينه في حياته ، وقد استخدمت الصحف التقنية الجديدة خاصة البث المباشر لرصد الأسعار بالأسواق ، واستفادت الصحف من الصورة في المحتوى الخاص بالطهي حيث استخدمت الصورة في شرح بعض طرق الطهي والتعرف على أنواع الطعام الجيدة ، كما نجحت المصري اليوم في استخدام الصورة في الفيديوهات الخاصة بالتعليم من خلال شرح طرق جديدة في مجال فهم الرياضيات ، واستخدمت الصحف الصورة في عرض أماكن التنزه والخروج عبر التجول والتصوير بتلك الأماكن ولكنها أغفلت تقديم معلومات خدمية هامة .

مشكلة الدراسة

أكدت المتغيرات السياسية والاقتصادية مؤخرا على زيادة اهتمام القارئ بمتغيرات السوق والاهتمام بنمط الصحافة الاستهلاكية في ظل أزمة مالية عالمية أثرت على العالم بشكل كبير، الأمر الذي يزيد من فرصة متابعة الأخبار التي تفيد القارئ وتوفر له الوقت والمجهود وتساعده على تحقيق المكسب.

منحت التكنولوجيا الجديدة للصحافة العديد من الأدوات التي تمكنها من تقديم محتوى بشكل أكثر جاذبية للمتلقي عبر صحافة الفيديو ، والصورة التي يمكن من خلالها تقديم شرح أكثر وضوحا من الكلمة المكتوبة خاصة في ظل وجود العديد من المنصات التي يمكن من خلالها بث تلك الفيديوهات والوصول للمتلقي بشكل أكثر سرعة وسهولة من

الوسائط التقليدية ، وتؤكد الدراسات السابقة على زيادة معدل تعرض الشباب للمحتوى المقدم عبر الشبكات الاجتماعية ، وارتفاع معدل تفاعل المتلقي على المحتوى المقدم عبر صفحات المواقع بتلك الشبكات ، الأمر الذي دفع المواقع الصحفية للاتجاه إلى الشبكات الاجتماعية لتقديم خدمات صحفية تحظى بتفاعل المتلقي ومشاركته ومن ثم الحصول على أرباح .

وفي إطار ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في الكشف عن العلاقة بين كيفية توظيف اليوم السابع والمصري اليوم لصحافة الفيديو في تقديم محتوى خدمي يسهل حياة القارئ ويقدم له معلومات تفيده في حياته اليومية وتفاعل المتلقي مع الفيديوهات الخدمية من خلال تحليل التعليقات التي تكشف عن مدى رضا المتلقي عن المحتوى الخدمي المقدم في إطار نظرية ثراء الوسيلة وتقييم مدى نجاح الصحف في توظيف التقنية الجديدة المتمثلة في الفيديو في تقديم محتوى خدمي عبر تحليل مضمون الفيديوهات واللغة المستخدمة بالفيديو والشكل الصحفي المستخدم ونوع الفيديو وجودته .

الدراسات السابقة

يمكن تقسيم الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة إلى محورين رئيسيين:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت صحافة الفيديو

اهتمت دراسة وفاء جمال (٢٠٢١) ^(٤) بكيفية توظيف تطبيقات الصحافة التليفزيونية في التغطيات الصحفية بالمواقع الإلكترونية المصرية ، ومدى الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة في آليات إنتاج الصحافة التليفزيونية ، واكتشاف المهارات والمتطلبات التي يحتاجها صحفيو الفيديو ، وجاء فيديو اليوم السابع في المرتبة الأولى كأكثر الصحف إنتاجاً للفيديو .

سعت دراسة Carlos Lopezosa (٢٠٢١) ^(٥) لمراجعة الدراسات التي تحلل الأشكال الصحفية الجديدة ، وتحديد الباحثين الرائدتين في هذا المجال وإجراء مقابلات معهم للتأكد من آرائهم حول مستقبل الصحافة والاتجاهات المتغيرة في الأشكال الصحفية ، أكد ٢٣ أكاديمياً تمت مقابلتهم أن الابتكار يؤثر بشكل أساسي على عدد من جوانب الصحافة كالمعلومات والمحتوى .

واتجهت بعض الدراسات لفحص تأثير استخدام تلك التقنيات الجديدة على المتلقي فأشارت دراسة Lindsay Palmer, Breaking Free (٢٠٢٠) ^(٦) إلى مخاطر اعتقاد الجمهور أن لديهم القدرة على "النظر عن كثب" إلى معاناة شخص ما ، ورؤيتها بشكل أكثر وضوحاً. في المقابل، قد يدفعهم ذلك إلى الشعور أن مشاهدة مقاطع الفيديو هي مشاركة كافية ، مما يلغي الحاجة إلى أي مساعدة إضافية في انتهاكات حقوق الإنسان في العالم ، حيث اهتمت الدراسة بتحليل الفيديوهات التي تتناول قضايا حقوق الإنسان الدولية بصحيفة النيويورك تايمز ، في الوقت الذي أصبح فيه استخدام الفيديو

من العناصر الأساسية لتحقيق العلامة التجارية خاصة في ظل استهداف الجيل الأصغر سنا الذي أصبح أكثر براعة في استخدام التكنولوجيا .

واتجهت دراسة Mila Bujic (٢٠٢٠) ^(٧) للتعرف على مدى رضا المستخدمين عن استخدام الصحف للوسائط المتعددة ، وأشارت النتائج إلى أن المستخدمين يفضلون استخدام تقنية الوسائط الجديدة في الإنتاج الصحفي، ووجدت الدراسة علاقة بين الرضا والرغبة في استمرار الاستخدام لتلك الوسائط ، وانتهت الدراسة إلى رغبة المستخدمين في إنتاج مزيد من المحتوى الصحفي باستخدام الفيديو بزواوية ٣٦٠ درجة.

و اهتمت دراسة هشام فولى (٢٠٢٠) ^(٨) بالكشف عن العلاقة بين استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصير عبر الهواتف الذكية والآثار النفسية والاجتماعية السلبية، والدوافع والإشباع المتحققة منه، ووجدت الدراسة أن نسبة كبيرة لا يستخدمون تلك التطبيقات لأن محتواها لا يتناسب مع العادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع ، وأثبتت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصير والآثار النفسية والاجتماعية السلبية لديهم.

وعنيت دراسة أحمد محمد (٢٠٢٠) ^(٩) برصد أكثر الفنون الصحفية استخداما في صحافة الفيديو الإلكترونية المصرية ، والكشف عن مصادر الإنتاج المختلفة ، ووجدت النتائج أن أكثر الموضوعات المقدمة في صحافة الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية عينة الدراسة هي الموضوعات المتعلقة بالحوادث والأمن ، وجاء الخبر كأكثر الفنون الصحفية استخداما ، واحتل الحديث المرتبة الثانية .

واهتمت دراسة Tanja Aitamurto (٢٠١٨) ^(١٠) ببحث التغيرات التي طرأت على المفاهيم الصحفية نتيجة استخدام التقنيات الحديثة كاستخدام الفيديو بزواوية ٣٦٠ درجة ووجدت الدراسة أن استخدام تلك التقنية لإنتاج محتوى جذاب وواقعي أدى إلى مفارقة جوهرية ففي الوقت الذي توفر فيه تلك التقنية إنتاج محتوى يمنح دقة عالية لتصوير الأحداث إلا أن حرية المشاهد في اختيار مجال الرؤية يمكن أن تؤدي إلى صورة أقل دقة للقصة، كما أن التنازل عن المفاهيم التقليدية للدقة والموضوعية أدى إلى عدم وضوح الحدود بين الصحافة وممارسات الاتصال الأخرى كالإعلان والدعاية

ولبيان قدرة وتأثير الفيديو مقارنة بالنص المصاحب لصور فقط انطلقت دراسة S. Shyam Sundar and others (٢٠١٧) ^(١١) من انتشار صحافة الانغماس والاعتماد على الواقع الافتراضي باستخدام الفيديو بزواوية ٣٦٠ درجة وسماعات الرأس والتي نجحت في تغيير مفهوم النص التقليدي عبر قدرتها على إحداث نوع من حضور القارئ والتفاعل مع القصة ، وتثير الدراسة تساؤل حول تأثير هذا الحضور وقدرته على إحداث تغيير في نفسية القارئ وتذكره لمحتوى القصة واتجاهه نحو المصادقية والتعاطف مع القصة والرغبة في مشاركتها ، واختبرت الدراسة قصتين بالنيويورك تايمز باستخدام الفيديو مقارنة باستخدام النص المصاحب بصور فقط ، وأثبتت النتائج تفوق المشاركين الذين جربوا القصص باستخدام VR و video-٣٦٠

على أولئك الذين قرأوا نفس القصص باستخدام النص مع الصور ، ليس فقط من حيث النتائج المرتبطة بالحضور مثل التواجد والتفاعل والواقعية ، ولكن أيضاً على مصداقية المصدر المتصور والقصة ومشاعر التعاطف والرغبة في مشاركة القصة ، واستخدمت دراسة أخرى بنفس العام **S. Shyam Sundar and others (٢٠١٧)**^(١٢) المنهج التجريبي لبيان تأثير استخدام الفيديو وسماعات الرأس مقارنة باستخدام الصور المصحوبة بنص فقط على مدى تصديق المحتوى وتأثيره على القارئ وتفاعل القارئ مع المحتوى والرغبة في مشاركته مع الآخرين ، وأثبتت النتائج أن استخدام مقاطع الفيديو نجحت في إحداث حضور أعلى للمتلقى، ورغبة أكبر في مشاركة القصة وخلق نوع من مشاعر التعاطف.

وسعت دراسة **وليد عبد الفتاح و عبد الخالق ابراهيم (٢٠١٧)**^(١٣) لمعرفة اتجاهات طلاب الإعلام نحو صحافة الفيديو ووجدت الدراسة أن ٣٨.٨ % من أفراد العينة يتابعون صحافة الفيديو الإلكترونية لأنها غير تقليدية في معالجة الشكل والمحتوى المقدم للجمهور ، ويعتمد نسبة كبيرة من أفراد العينة على صحافة الفيديو للحصول على المعلومات ، ويحرصون على متابعة الموضوعات السياسية المقدمة بصحافة الفيديو ، كما تمتعت تلك الصحافة بدرجة ثقة ومصدقية من قبل ٤٣.٣ % من أفراد العينة .

واهتمت دراسة **ايمن محمد وايمان محمود (٢٠١٧)**^(١٤) بتحليل وتفسير تغطية صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة باللغة العربية للحرب على الإرهاب في إطار دراسة تحليلية سيميولوجية للوصول إلى المعنى الضمني بملفات الفيديو، وجاء إطار الصراع في مقدمة استراتيجيات الأطر المصورة لقضايا الحرب على الإرهاب ، وجاء التحيز على رأس طبيعة التغطية المصورة، ومثلت التصريحات والبيانات وإثارة العاطفة والمشاعر أكثر الاستمالات استخداماً بمواقع الدراسة.

أكدت بعض الدراسات الدراسة اتجاه المؤسسات الصحفية إلى الاعتماد على الصحفي الواحد الذي يعمل بمفرده لإنتاج محتوى الفيديو وانطلقت دراسة **David Hedley (٢٠١٢)**^(١٥) من نمو صحافة الفيديو الفردية في ظل اتجاه شركات البث التلفزيوني والصحافة في العالم ، وتطرح الدراسة تساؤل حول كيفية استخدام الصحفيين للتكنولوجيا الرقمية لخلق معنى مرئي واجتماعي، عبر تطبيق النظرية السيميائية الاجتماعية لتحليل محتوى وشكل إنتاج الصحفيين الفرديين ، ووجدت الدراسة أن مصور الفيديو الفردي ديف ديلاوزير يستخدم التكنولوجيا لخدمة رؤيته التحريرية الشخصية، ووجدت الدراسة أن الانتاج الصحفي يعمل كوسيط مرئي واجتماعي يمكن من خلاله نقل المشاعر، وأشارت إلى أن سرد القصص يمكن أن ينقل الواقع ويخلق نوعاً من التعاطف.

وأشارت دراسة **Mary Bock (٢٠١٢)**^(١٦) إلى تبني معظم الصحفيين بالصحف المطبوعة للفيديو بطريقة تحافظ على بعدهم عن أخبار التلفزيون وتحافظ على هويتهم كصحفيين ، كما أكدت النتائج على دعم مكانة الصحافة المطبوعة وهو ما ظهر في

التسلسل ما بين الكلمة والصورة واللقطات والصور المتحركة وهو يعكس المعركة الدائمة بين الكلمة والصورة، وأكدت النتائج اتجاه الصحفيين لاستخدام الأسلوب السردى وطريقة تميل إلى كونها تقليدية وأشارت الدراسة إلى تراجع إقبال الجمهور على الصحافة المطبوعة وهو ما يجبر الصحفيين على تبنى الاتجاهات الحديثة في الإنتاج الصحفى .

و أكدت دراسة **Mary Bock** (٢٠١١) ^(١٧) إلى تغير نمط التعامل الصحفى مع عمل الفيديو فلم يعد هناك الحاجة إلى وجود شخص للكتابة وآخر للتصوير وآخر للمونتاج بل أصبح الاعتماد على صحفى واحد للقيام بتلك المهام ، كما تشير إلى إمكانية استغلال التكنولوجيا المستخدمة بالموبايل التي اتاحت الفرصة لاغتنام بعض الفرص وإنتاج قصص صحفية مصورة ، وأكدت الدراسة أن المنظمات التي تطلب إنتاج يومي تؤثر على القدرة على الإبداع ، كما تشير النتائج إلى الصعوبات التي يتعرض لها الصحفى الذي يعمل بمفرده وخاصة في التنقل والسفر للوصول إلى أماكن التصوير الذي يستغرق أحيانا فترة أطول من عملية التصوير نفسها ، كما توصلت إلى الصعوبات الجسدية التي يتعرض لها الصحفى وضرورة الحفاظ على لياقته

فيما ركزت دراسة Sue Wallace (٢٠٠٩) ^(١٨) على قدرة التكنولوجيا الجديدة في إحداث تغيير في ممارسات العمل الصحفى وهو ما ينطبق على صحافة الفيديو ، فالمهارات المتعددة مكنت جامع الأخبار الفردى من العمل كمراسل ومشغل للكاميرا، وأشارت الدراسة إلى اختلاف مفهوم "الجودة" وتأثره بالضرورات المهنية والتجارية الأمر الذي يؤثر على قيم وهويات الصحفيين حيث يُنظر إلى التكنولوجيا الجديدة باعتبارها أداة يمكنها أن تحسن أو تقلل من جودة المحتوى الصحفى وتؤثر في تفسير الدور التقليدي للصحفيين، وتشير نتائج المقابلات مع الصحفيين ومديرهم أن تأثير التكنولوجيا الجديدة على جودة الصحافة يرتبط بعلاقة معقدة بين الضرورات المهنية والتجارية ، وجدت الدراسة أن المتبنين الأوائل للتكنولوجيا الجديدة أكثر استعدادًا من الصحفيين الآخرين لتقدير آراء المستهلكين بشأن معاييرهم المهنية.

المحور الثانى : يتناول الدراسات التي اهتمت بصحافة الخدمات:

سعت دراسة **Andreas Widholm and Ester Appelgren** (٢٠٢٠) ^(١٩) لتحليل الأخبار التي تنتجها مكاتب البيانات المتخصصة بالسويد في ظل الاهتمام بصحافة البيانات ، واقترحت الدراسة نموذجا لكيفية استخدام صحافة الخدمات كجسر بين صحافة البيانات الجادة والخفيفة ، وكانت السمة الأكثر بروزا في صحافة الخدمات العناوين المباشرة ، و ركزت صحافة الخدمات في تصميم الأخبار على التفضيلات الشخصية ، وكانت السمة الأكثر بروزًا التوجيه (٧٩.٥٪) ، و ظهرت باستمرار عبر الموضوعات الإخبارية الصلبة / الناعمة ، وبلغ التركيز على الحلول (٢٨.٨٪) وكان حل المشكلات بارزًا بشكل خاص في الأخبار المتعلقة بالقضايا الاقتصادية ، مما يبرز ارتباطها القوي بالصحافة الخدمية الكلاسيكية و "الأخبار التي يمكنك استخدامها".

هدفت دراسة اسلام موسى (٢٠١٩)^(٢٠) للتعرف على واقع أشكال الخدمات في الصحف الفلسطينية اليومية من خلال التعرف على أهم أشكالها وموضوعاتها والفنون التي تستخدم معها ، والتعرف على السمات العامة لمحرريها ، وجدت الدراسة تأثير أشكال الخدمات باهتمامات القراء حيث تؤثر على الأفكار الصحفية ، كما تتأثر أشكال الخدمات بالأوضاع المحلية والسياسية بفلسطين .

ورصدت دراسة ليلي على (٢٠١٨)^(٢١) العلاقة بين الأطر الأيدولوجية للمواقع الإلكترونية والصحفية المصرية وبنية الاستشارات الاجتماعية ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن السياسة التحريرية للمواقع الإلكترونية مثلت أحد أبرز عناصر الأطر الأيدولوجية التي أثرت على خطاب الاستشارات الاجتماعية في تلك المواقع ، كما تؤثر شخصية رئيس التحرير على خطاب الاستشارات بشكل غير مباشر ، وكشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباط بين فئات وأفكار القائمين على الاستشارات الاجتماعية وبين نوعية الحجج والبراهين والأطر المرجعية التي تم توظيفها .

وترى دراسة Unni; Kristensen (٢٠١٨)^(٢٢) ضرورة التطلع إلى الصحافة الخدمية ومجالاتها الفرعية كالصحافة الثقافية وصحافة نمط الحياة ، لفهم الخصائص الرئيسية للصحافة البناءة . على الرغم من أن الصحافة البناءة ترتبط عادةً بكتابة التقارير عن القضايا السياسية والاجتماعية ، إلا أنه يُنظر إليها أيضًا على أنها تتحدى الطرق التقليدية للكتابة حول مواضيع الأخبار الصعبة نظرًا لنهجها الإيجابي والموجه نحو الحلول، وتعيد الصحافة البناءة تنشيط دور الصحافة والتزامها تجاه المجتمع من خلال تولي دور خدمة موجه نحو الحلول ويميل بشكل إيجابي إلى حل المشكلات فيما يتعلق بكل من مسائل الحياة العامة والخاصة للجمهور ، ووجدت النتائج أن الصحافة البناءة والصحافة الخدمية، يشتركان في تغيير أسلوب العنوان والفهم المتغير لوظيفة أو دور الأخبار / الصحافة، وأكدت ارتباط الصحافة الخدمية بالأخبار الناعمة والمجالات الفرعية مثل الصحافة الثقافية ونمط الحياة والصحافة الاستهلاكية ، وبالتالي الحياة الفردية واليومية.

واهتمت دراسة Folker Hanusch (٢٠١٢)^(٢٣) بدراسة ما يطلق عليه صحافة نمط الحياة التي تُعرّف على أنها مجال صحفي متميز يخاطب الجماهير كمستهلكين ، يتم تزويدهم بالمعلومات والنصائح الواقعية حول السلع والخدمات التي يمكنهم استخدامها في حياتهم اليومية ، أكدت الدراسة أن تغطية نمط الحياة أخذ في التوسع ، و أكدت الدراسة على الدور الذي يمكن أن تلعبه صحافة نمط الحياة في تعزيز خطاب الهوية ، حيث تهتم بوصف الطرق التي يتم بها استخدام الطعام المحلي في إشارة إلى الأهمية التي يمكن أن تلعبها مثل هذه القصص في تطوير مفاهيم الهوية الوطنية والحفاظ عليها.

عنيت دراسة Lynette Steenveld and Larry Strelitz (٢٠١٠)^(٢٤) بصعود الصحف الشعبية في جنوب افريقيا وأشارت الدراسة إلى صعوبة تعريف صحافة التابلويد والنظر إليها باعتبارها مجموعة من النصوص تتراوح بين " المهملات"

وصحافة الخدمات ، وانتهت الدراسة إلى أن صحافة الديلي صن أقرب إلى صحافة الخدمات التي تعكس حياة الأشخاص العاديين في جنوب إفريقيا المعاصرة في ظل القيود المادية لحياة الطبقة العاملة، وهو ما يفسر انجذابهم إلى المواد التي يعتبرها النقاد "عديمة القيمة، وأشارت إلى أن ديلي صن من خلال ممارستها للصحافة الخدمية تهتم بالقصص الصحفية التي تتناول حياة الطبقة العاملة ، فالدور الخدمي للصحيفة هو الذي يشرح مدى شعبية الصحيفة.

وركزت دراسة **Nikki Usher** (٢٠١١)^(٢٥) على صحافة الخدمات وتطورها من خلال دراسة حالة لقسمين بصحيفة النيويورك تايمز وهما التمويل الشخصي وقسم التكنولوجيا الشخصية ، وأكد الصحفيون الذين ينتجون الصحافة الخدمية أنها شكلاً مميزاً من الصحافة المكلفة بمساعدة الناس على اتخاذ القرارات. و إنهم يعملون كوكلاء للأشخاص الذين لن يتمكنوا عادةً من الوصول إلى أشخاص مثل المديرين التنفيذيين، وأشاروا إلى قدرتهم على تقديم معلومات لا يتوفر للناس العاديين وقت للبحث عنها بمفردهم، وتوفير نوع من المعلومات التي تؤثر بشكل مباشر على حياة الناس.

التعليق على الدراسات السابقة

- يكشف العرض السابق للدراسات السابقة عن قلة الدراسات العربية التي عنيت بصحافة الخدمات مقارنة بالدراسات الأجنبية.
- تكشف النتائج عن اهتمام الدراسات الأجنبية بالدراسات التجريبية، وعنيت بتأثير استخدام الفيديو بتقنية ٣٦٠ درجة على المتلقي ومدى تفاعله مع تلك التقنية مقارنة بالنص المصاحب للصور، في حين نظرت الدراسات العربية لصحافة الفيديو باعتبارها اتجاه جديد في الصحافة وعنيت بدراسة الجمهور كالطلاب والشباب واتجاههم نحو صحافة الفيديو، وركزت بعض الدراسات العربية على تحليل مضمون الفيديوهات.
- أكدت النتائج تغير المفاهيم التقليدية للصحافة بدخول صحافة الفيديو، تغير نمط التعامل الصحفي مع عمل الفيديو الأمر الذي يؤثر أحياناً على جودة المحتوى وعنيت الدراسات العربية بالعوامل التي تؤثر على عمل الصحفيين والمشكلات التي تواجههم.
- اعتمدت الدراسات بشكل أكبر على تحليل المضمون لتحليل مضمون الفيديوهات والاستبيان والمقابلات للحصول على المعلومات من الجمهور والصحفيين، واعتمدت الدراسات العربية بشكل كبير على نظرية ثراء الوسيلة كإطار نظري للدراسات.
- أكدت النتائج أهمية المحتوى الخدمي واحتياج القارئ له، وإقباله على متابعة الأشكال الخدمية والمعلومات التي تفيده بشكل مباشر، وأشارت بعض النتائج إلى

ارتباط مفهوم الصحافة الخدمية بالأخبار الخفيفة مثل نمط صحافة الحياة والصحافة الاستهلاكية.

- اكتفت الدراسات التي حللت المحتوى الخدمي بتحليل الأشكال الصحفية التقليدية بالصحافة المطبوعة، ولم تتطرق لتحليل الفيديوهات والأشكال الجديدة وعنيت دراسة وحيدة بتحليل الإنفوجراف.

الإطار النظري للدراسة

نظرية ثراء الوسيلة

تفترض هذه النظرية فرضين هما:

الفرض الأول: أن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدرا كبيرا من البيانات والمعلومات بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، التركيز الشخصي على الوسيلة واستخدام اللغة الطبيعية^(٢٦).

ويرجع نجاح الاتصال في المنظمات إلى قدرة الوسائل الاتصالية على نقل المعلومات التي يمكن من خلالها تحقيق التفاهم المتبادل بين المنظمة و جماهيرها^(٢٧).

وتطبق الباحثة النظرية في إطار دراسة كيفية توظيف الصحف للوسائط الجديدة كالفيديو لإنتاج محتوى خدمي ناجح يفيد المتلقي، ويحقق التفاعل بين الصحفي والمتلقي عبر التعليقات التي تحدد مدى التفاعل مع الوسيلة الإعلامية وتكشف عن رد فعل المتلقي على المحتوى المقدم، ومن ثم الحكم على مدى ثراء الصحف وتوظيفها للتقنية الجديدة المتمثلة في صحافة الفيديو، وقياس رد الفعل المتمثل في التعليقات على المحتوى الخدمي المقدم.

أهداف الدراسة

يمكن تحديد الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على كيفية توظيف اليوم السابع والمصري اليوم لصحافة الفيديو في تقديم محتوى خدمي يفيد المتلقى و تفاعل المتلقين مع المحتوى الخدمي و ينطلق من الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية:

- الكشف عن مضمون الفيديوهات الخدمية.
- تحديد الفنون الصحفية التي تم استخدامها بالفيديوهات ورصد الفنون الحديثة التي تم توظيفها في تقديم المحتوى الخدمي.
- الكشف عن المصادر التي تم الاعتماد عليها في الفيديوهات.

- التعرف على نوع الفيديوهات الخدمية.
- تقييم مدى الاستفادة من تقنية الفيديو، واستخدام الصورة في تقديم المحتوى الخدمي.
- تحديد عناصر الثراء بالصحف (رجع الصدى المباشر أى إتاحة الموقع نشر تعليقات المستخدمين بشكل فوري ، والكشف عن طبيعة التعليقات وتفاعل المتلقين مع الفيديوهات الخدمية) ، تحديد اللغة المستخدمة بالفيديوهات ، الكشف عن قدرة قسم الفيديو على الاحتفاظ بالمحتوى وإمكانية الاطلاع عليه فى أى وقت ، وإتاحة البحث عن الفيديوهات من خلال أرشيف الصحف .

تساؤلات الدراسة

- ما مضمون الفيديوهات الخدمية؟
- كيف وظفت الصحف الفنون الصحفية في تقديم محتوى خدمي، وما الفنون الحديثة التي استخدمت مقارنة بالفنون المستخدمة بالصحف المطبوعة؟
- ما اللغة المستخدمة بالفيديوهات الخدمية؟
- ما نوع الفيديوهات التي اعتمدت عليها الصحف في تقديم محتوى خدمي؟
- إلى أي مدى نجحت الصحف في توظيف تقنية الفيديو والصورة في تقديم المحتوى الخدمي؟
- ما المصادر التي اعتمدت عليها الصحف في تقديم المحتوى الخدمي؟
- هل يتيح الموقع للمستخدم إمكانية التعليق الفوري ، وكيف تفاعل المتلقين مع الفيديوهات الخدمية؟
- هل يتيح الموقع للمستخدم إمكانية الاطلاع على الفيديوهات فى أى وقت ، والبحث عن الفيديوهات فى الارشيف .

الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية ، عبر تحليل الفيديوهات التي يتم بثها بفيديو اليوم السابع و الفيديوهات التي يتم بثها عبر صفحة المصري اليوم بموقع الفيس بوك للوقوف على معدل تقديم تلك الصحف للفيديوهات الخدمية وقدرتها على توظيف تلك التقنيات الجديدة في تقديم محتوى يفيد المتلقي، ومدى تفاعل المتلقي مع الفيديوهات عبر تحليل التعليقات على المحتوى الخدمي ، وتسعى الباحثة لتخيط الوصف والتحليل إلى مرحلة التفسير من خلال تفسير النتائج في إطار نظرية ثراء الوسيلة التي تقيس ثراء الوسيلة الإعلامية بمدى قدرتها على التفاعل مع الجمهور وتوظيف التقنيات الجديدة كالوسائط المتعددة.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على **منهج المسح** من خلال مسح التراث العلمي السابق، وأسلوب المسح الشامل للفيديوهات التي تقدم المحتوى الخدمي، والمسح الشامل للتعليقات التي تتفاعل مع الفيديوهات الخدمية.

كما تستخدم الدراسة أسلوب **المقارنة المنهجية** للمقارنة بين أوجه الاختلاف والاتساق بين الفيديوهات الخدمية بالصحيفتين، ومدى تفاعل المتلقين، وتعليقاتهم على الفيديوهات الخدمية التي تعكس مستوى الرضا على الأداء الخدمي المقدم بالفيديوهات، وتحدد درجة التفاعل مع الوسيلة الإعلامية.

أدوات التحليل:

١- اعتمدت الباحثة على تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي في إطار منهج المسح لتحليل مضمون الفيديوهات محل الدراسة وتشمل فئات خاصة بمضمون الفيديوهات، والمصادر التي تم الاعتماد عليها، واللغة المستخدمة بالفيديوهات، والفنون الصحفية المستخدمة، ونوع الفيديو الخدمي، وتحليل مضمون التعليقات ويشمل فئات حول مدى التفاعل مع المحتوى، وطبيعة التعليق (ساخر ، ناقد ، يبدي استحسان ، يحمل استفسار) .

- تحليل مضمون كفيي يسمح بتحديد مدى قدرة الصحيفة على تقديم محتوى خدمي يفيد القارئ، وهل نجحت الصحف في توظيف الفيديو واستخدام التقنية الجديدة لخدمة المتلقي.

إجراءات الثبات والصدق

تجرى اختبارات الصدق والثبات بهدف التأكد من مصداقية أداة البحث والثقة في نتائج الدراسة. وللتأكد من صدق الاستمارة فقد تم عرضها على مجموعة من المحكمين والمتخصصين لإجراء التعديلات اللازمة، ويشير الثبات إلى قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها فبعد الانتهاء من التحليل يوصى بإعادة تحليل عينة فرعية من عينة الدراسة نسبتها ١٠-٢٥% عن طريق باحث آخر. وحساب معامل الثبات من خلال مقارنة مدى تطابق التحليل الأول مع التحليل الثاني بالاعتماد على معادلة " هولستي " " Holsti " لقياس الثبات ، و قد بلغت نسبة الثبات 90 %.

مجتمع الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية للعديد من المنصات التي تبث الفيديوهات كالمواقع الإلكترونية للصحف والقنوات الخاصة بالصحف على موقع اليوتيوب، والصفحات الخاصة بالصحف بموقع الفيس بوك ، ووقع اختيار الباحثة على الفيديوهات التي تبث بفيديو اليوم السابع بموقع فيس بوك، والفيديوهات التي تبث بالصفحة الخاصة بالمصري اليوم على موقع الفيس بوك ، حيث أظهرت الدراسة الاستطلاعية غياب

التفاعل بالمواقع الإلكترونية وعدم وجود خاصية التعليق على المحتوى ، وأظهرت الدراسة الاستطلاعية أن فيديو اليوم السابع ، وصفحة المصري اليوم على موقع الفيس بوك الأكثر إنتاجا للفيديوهات الخدمية ، وتحظى تلك الفيديوهات بعدد تعليقات أكبر يسمح للباحثة قياس مدى التفاعل مع الوسيلة.

وتم استبعاد الصفحات الخاصة بالصحف القومية والحزبية لقلة عدد الفيديوهات الخدمية بتلك الصفحات حيث رصدت الباحثة تراجع معدل إنتاج الفيديوهات بتلك الصفحات مقارنة بصفحات الصحف الخاصة، وكانت اليوم السابع الأكثر إنتاجا للفيديوهات بكل الصحف وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة كدراسة وفاء جمال^(٢٨)

عينة الدراسة:

قامت الباحثة بتحليل الفيديوهات التي تقدم المحتوى الخدمي بصفتي المصري اليوم وفيديو اليوم السابع خلال الفترة من مايو - يونيو ٢٠٢٢ ووصلت ل ٢٢٠ فيديو باليوم السابع، و ١١٠ فيديو بالمصري اليوم ليصل الإجمالي إلى ٣٣٠ فيديو ، وقامت بتحليل التعليقات التي بلغت ٢٤٥ تعليقا بالمصري اليوم و ٢٥٥ تعليقا باليوم السابع ليصل الإجمالي إلى ٥٠٠ تعليق بالصحيفتين .

نتائج الدراسة

مجال الفيديوهات

الوزن النسبي	اليوم السابع		المصري اليوم		مجال الفيديوهات
	%	ك	%	ك	
٣٩.٦%	36.8	81	45.5	50	اقتصاد
٢٥.٢%	26.8	59	21.8	24	طقس
١٠.٩%	9.5	21	13.6	15	علوم وصحة
١١.٨%	15	33	5.5	6	تنزه وخروج
٥.٣%	5.5	12	4.5	5	طهي
٢.٤%	1.8	4	3.6	4	تعليم
٢.٤%	0.9	2	5.5	6	قانون
٢.٤%	3.7	8	-	-	طرق
١٠٠	100	220	100	110	الإجمالي

جاء الاهتمام بالمجال الاقتصادي في المرتبة الأولى بالصحيفتين وهو أمر فرضته الأحداث العالمية التي أثرت بشكل كبير على الأوضاع الاقتصادية في مصر، فكان الاهتمام الأساسي برصد التغيرات في أسعار السلع والخدمات الأساسية، وبلغ نسبته باليوم السابع ٣٦.٨% واتجهت لإعداد التقارير اليومية التي رصدت أسعار المنتجات

الأكثر قربا من القارئ كأسعار الخضروات والفاكهة والتي تم رصدها بمحافظات مختلفة بالوجهين القبلي والبحري عبر النقل المباشر من تلك الأسواق .

واهتمت اليوم السابع بإعداد العديد من التقارير حول أسعار الأسماك وتكرار السؤال حول كيفية معرفة السمك الطازج إلا أن الإجابة كانت تتوقف على رغبة البائع " المصدر " الذي يتعرض له الصحفي بشكل عشوائي غير مسبق، عاب تلك التقارير تدخل الصحفي بالرأي ومحاولة توجيه القارئ إلى انخفاض الأسعار ففي تقرير حول أسعار الخضروات والفاكهة تدخل الصحفي بالرأي بالتأكيد على تراجع الأسعار " سعر أقل من سعر السوق " ، وفي تقرير بعنوان " بث مباشر أقوى فسفور وكالسيوم واميجا ٣ ب ٢٠ جنيه في أسواق الاسكندرية .. البساريا تقوي العظام والسر في السلسلة " (٢٩) تناول أسعار البساريا وفوائدها ، تدخلت الصحفية بالرأي للتأكيد على تراجع الأسعار وانخفاضها ، وهو الأمر الذي تكرر في تقرير عن الأسعار بأسواق المنيا ، أكد فيه الصحفي على تميز الأسعار " الأسعار متميزة تماما " مشيرا إلى تناسب الأسعار مع أبناء المحافظة.

قدمت اليوم السابع العديد من التقارير حول البطيخ كتقرير بعنوان " طرى على قلبك ب ١٣ جنيه بس بطيخة ٥ كيلو بأرخص سعر في مزاد الشرقية " (٣٠) يستعرض الفيديو مزاد إلا أن الأصوات متداخلة ويظهر صوت الصحفية بعد مرور دقيقة من الفيديو، إلا أن جودة الصوت ضعيفة وتركت الصحفية الصورة تظهر دون تعليق صوتي منها فقط الصورة وخلفية من الضجيج لمدة طويلة الأمر الذي جعل الصورة لا تعطى معلومة فتركت المتلقي أمام مشاهد غير مفهومة ، وفي نهاية الفيديو حاولت الصحفية طلب سؤال من أحد التجار الذي طلب منها الانتظار إلى نهاية المزاد الأمر الذي يؤكد عدم التحضير المسبق للفيديو الذي تم تصويره بشكل عشوائي دون إعداد .

اهتمت اليوم السابع قبل عيد الأضحى بإعداد الكثير من التقارير عن أسعار الأضاحي، وركزت التقارير على الأسعار وكيفية اختيار الأضحية الجيدة ، وتعتمد الإجابات على معرفة التجار الذين يتم التعامل معهم من قبل الصحفيين كتقرير بعنوان " بث مباشر من سوق للمواشي بالإسماعيلية .. كيف تختار أضحية العيد؟ تاجر مواشى يقدم نصائح هامة قبل الشراء " (٣١) ، كما تناولت الصحفية نفس الفكرة لكن عبر حوار خدمي مع شخص لم يتم توضيح وظيفته تطرق إلى كيفية معرفة الأضحية الجيدة مشيرا إلى ضرورة النظر إلى مخلفات الأضحية ونوع الأكل ونشاط الخروف والتعرف على سن الخروف من خلال أسنانه، وتوضيح بالصورة الفروق في أنواع الخراف البلدي والبرقي وكيفية معرفة الفرق عبر عرض بالصورة أنواع مختلفة وترى الباحثة أن الحوار قدم معلومات تقيد القارئ بشكل أفضل من التقارير التي تعتمد في المعلومات على التجار الذين يرغبون فقط في البيع .

ورصد تقرير أسعار الحديد والأسمنت، و تناول التقرير انخفاض أسعار الحديد وتراجع أسعار الأسمنت ونال التقرير تعليقات ناقدة تكذب الأسعار " كلام كذب " " يعنى دي

حقيقة ولا كذب " " يا رجل سعر الطن ١٨١٠٠ سعر كويس دا خراب بيوت " " سعر الحديد الحقيقي ١٢ ألف جنيه " ، واستند التقرير في المعلومات على التجار وليس أحد المسؤولين.

استعرض تقرير أسعار الملابس، وأكد التقرير أن الملابس بأسعار مناسبة " على قد الأيد " بشارع البوسطة في الزقازيق وتأثرت تلك النوعية من التقارير بالأصوات العالية بالأسواق وحملت توجيه من الصحفيين لبيان تراجع الأسعار وتوافرها للجميع.

إلى جانب التقارير التي عنيت برصد الأسعار قدمت اليوم السابع الفيديوهات التي توجه المتلقي نحو بعض المشاريع التي تصفها الصحيفة بالمرجحة ، فتم بث الكثير من الحوارات الخدمية كحوار مع صاحب مزرعة حول مشروع تربية النعام وعايها العنوان الذي يؤكد على المكسب السريع والضحك دون التطرق إلى المخاطر وضرورة الاستعداد الجيد للمشروع حتى لا يتم التعرض للخسارة فجاء العنوان " مباشر كتكوت النعام ب ٢٥٠٠ جنيه لو عايز تبقى مليونير في شهور شوف أزي تربيته وتكبره وتبيعه ؟ مشروع تاكل من وراه ذهب " (٣٣) تطرق الحوار إلى نوعية الأرض المناسبة والمكان المناسب وحاجة الكتوت إلى الحفاظ عليه عبر الحفاظ على درجة حرارة مناسبة وتوفير الأدوية وكذبت التعليقات الرقم المطروح للتواصل مع صاحب المزرعة الذي عرض مساعدته للمتابعين .

كما عنيت اليوم السابع بمتابعة أسعار الذهب عبر النشرات الإخبارية إلى جانب حوار خدمي حول التعرف على أسعار الذهب وأبرز النصائح حول الميعاد المناسب للشراء في ظل تقلب الأسعار إلا أن الحوار تأثر بعدم وضوح صوت الضيف وتطرق الحوار إلى مزايا الذهب وحاجة الاستثمار في الذهب إلى عدم البيع مباشرة بعد الشراء وسهولة الحصول على الأموال في حالة ادخاره في صورة الذهب.

وفي قصة إخبارية مباشرة حول الذهب لم يجيب الفيديو على ما تم طرحه بالعنوان " فرصة الحقها الذهب سعره بينزل كمان وكمان اعرف آخر الأسعار وتشتري امتي لو عايز تحوش فلوس " (٣٣) فتم تناول أسعار الذهب وأسباب تراجع الأسعار إلا أنه لم يوضح هل من المناسب الشراء أو الانتظار خاصة أن تلك الفترة شهدت العديد من التقلبات في الأسعار

اتفقت المصري اليوم مع اليوم السابع في الاهتمام بالمجال الاقتصادي و احتل المرتبة الأولى بنسبة ٤٥.٥% فاهتمت المصري اليوم بالتقارير التي تستعرض الأسعار ورصدت المصري اليوم قبل عيد الأضحى أسعار الأضاحي في كثير من التقارير التي ركزت بشكل أكبر على استعراض الأنواع المختلفة وأسعارها بالأسواق المختلفة ، إلا أن السمة الغالبة في التقارير هو عدم وضوح الصوت وتأثره بالتواجد في السوق واعتماد أغلب الصحفيين على مايك واحد فقط ففي حالة تواجد المايك مع الصحفي كان صوت الأسئلة أوضح من الإجابة والعكس صحيح الأمر المؤثر على جودة المحتوى ، إلى جانب عدم الاستفادة من الميزة الخاصة بوجود صورة في توضيح الفروق بين الأضاحي الجيدة

وغير الجيدة ، أو تحقيق الجانب الخدمي الذي يجعل المتلقي يحصل على الأضحية بسعر يتناسب مع جودتها.

تظهر تلك النوعية من الفيديوهات ضعف الخلفية المعرفية للصحفي الأمر الذي يؤثر على إلمامه بالمعلومات واعتماده فقط على معلومات التاجر الذي يرغب فقط في البيع وعدم الاستفادة من وجود الصورة فهو يستعرض فقط الماعز والخراف بالسوق دون الاستفادة من وجود الصورة لإظهار الأضحية الجيدة وكيفية الحصول عليها بسعر مناسب فالفيديوهات اهتمت باستعراض الأسعار والحديث بشكل عشوائي مع التجار.

بثت المصري اليوم أيضا العديد من التقارير حول البطيخ، وتناولت أسعار البطيخ وأنواعه ومعرفة البطيخ الجيد إلا أن الإجابة دائما لا تفيد القارئ لمعرفة البطيخ الجيد .

وترى الباحثة تدخل المصري اليوم بالرأي في التقارير التي تناولت الأسعار، في محاولة للتأكيد على انخفاض الأسعار وهو نفس الخطأ الذي ارتكبه اليوم السابع ، ففي تقرير حول الأسعار بعنوان "الطمطم بـ ١٠ جنيه والبطاطس والخيار ٥ جنيهات .. أسعار الخضروات من سوق السبت بقنا " (٣٤) ، تدخل الصحفي أكثر من مرة بجمل تؤكد على انخفاض الأسعار وهو ما يحمل رأى الصحفي في المقدمة قبل التوجه إلى الباعة لمعرفة الأسعار والحكم بانخفاض الأسعار " الأسعار في النازل هنعرف دلوقتي من أحد المسئولين من أسواق الجملة بالتحديد من داخل سوق الجملة بشطا " في الوقت الذي تكذب فيه التعليقات الأسعار وتؤكد ارتفاعها مقارنة بما يتم عرضه بالفيديو، وهو الأمر الذي تكرر في تقرير آخر يرصد الأسعار حيث انتقدت التعليقات تعليق الصحفي حول استقرار الأسعار وانخفاضها " تمام أسعار ايه المستقرة احنا في غلاء لا توهمنا بذلك".

في تقرير حول أسعار الفاكهة والخضروات ، يتدخل الصحفي بالرأي " الأسعار كلها في متناول الجميع " " هانت والله في تراجع في أسعار الفاكهة والخضار ، وهو ما تكرر أيضا في خاتمة التقرير " في تراجع للأسعار ما شاء الله " .

وإلى جانب الاهتمام برصد الأسعار عبر مجموعة من التقارير التي رصدت أسعار الأسماك والخضروات والفاكهة اهتمت المصري اليوم بالمشروعات التي تبرزها المصري اليوم كمشروعات تحقق أرباحا سريعة للمتلقي ، ونالك تلك الفيديوهات نسب مشاهدة عالية لأنها ركزت في العناوين على إمكانية تحقيق الربح السريع للمتلقي وهو نفس ما فعلته اليوم السابع ، واستخدمت المصري اليوم الحوار الخدمي مع نفس المصدر وهو " مهندس يملك أكثر من مزرعة لتربية النعام والغزال والدواجن " وما يأخذ على الحوار هو عدم دراية الصحفية بالمعلومات التي تمكنها من إدارة الحوار حول المشاريع التي توحى عناوينها بالحصول على الربح السريع دون الإشارة إلى مخاطر التربية فقط ركزت الأسئلة على الأرباح والعائد.

استخدمت المصري اليوم الفيديوجراف باستخدام نفس النمط ، عبر عرض صور ثابتة متتالية بصاحبها نص مكتوب مع خلفية موسيقية ، وتم استخدام الفيديوجراف في

استعراض ارتفاع أسعار الألبان والجبن والبن^(٣٥) نقلا عن الشعبية العامة للمواد الغذائية ، ورصد الفيديو جراف ارتفاع أسعار اللبن المعبأ والجبن المتلثات وغيرها من منتجات الألبان وترى الباحثة أن طريقة العرض في إنفوجراف ثابت قد تكون أوضح وتوفر مزيد من الوقت للقارئ، واستخدام فيديو جراف آخر لرصد الزيادة في أسعار البنزين^(٣٦) مع تثبيت سعر السولار عبر صور ثابتة متتالية يصاحبها نص مكتوب يستعرض الزيادة في أسعار البنزين المختلفة مع وجود خلفية من الموسيقى .

وتتساءل الباحثة هل عرض الأسعار يتم بشكل أفضل عبر فيديو جراف أم الأفضل عرضه بشكل واضح باستخدام إنفوجراف يمكن من خلاله رصد الزيادة الخاصة بالبنزين وفقا لأنواعه المختلفة الأمر الذي يوفر أيضا وقت القارئ.

تلى الاهتمام بالجانب الإقتصادي الاهتمام بالطقس والذي احتل المرتبة الثانية بالصحيفتين وجاء نسبه باليوم السابع ٢٦.٨% وقدمت اليوم السابع مضمون الطقس عبر بث أكثر من فيديو " نشرة إخبارية " ، تناولت تلك النشرات أخبار الطقس عبر رصد مستمر لدرجات الحرارة المتوقعة خلال اليوم والأسبوع كما تطرقت بعض النشرات إلى مخاطر الخروج لمرضى الجيوب الأنفية ، واهتمت تلك الفيديوهات بالنصائح التي يجب مراعاتها في حالة التعرض للشمس.

ولرصد حالة الطقس لجأت اليوم السابع لأكثر من شكل صحفي بالإضافة إلى النشرات الإخبارية الأشبه بالنشرات التليفزيونية ، حيث استخدمت اليوم السابع الحوار عبر التليفون مع مصدر بالهيئة العامة للأرصاد الجوية وهي الدكتورة منار غانم عضو المركز الإعلامي بالهيئة كفيديو يحذر من مفاجأة في الطقس ، يبيث الفيديو حوار بين الصحفية المتواجدة بالمؤسسة والمصدر ، وفي الخلفية يتم عرض بعض اللقطات الثابتة أو المتحركة المتتالية التي تتناسب مع الحوار كأشخاص يعانون من ارتفاع درجة الحرارة ، وتطرق الحوار إلى عرض درجات الحرارة المتوقعة خلال الأسبوع وتوجيه النصائح للمواطنين لمواجهة التقلبات الجوية.

وقدمت اليوم السابع القصص الإخبارية المباشرة التي ترصد حالة الطقس عبر البث الخارجي المباشر من الشارع وعاب تلك الفيديوهات الاعتماد على الصحفي كمصدر للحصول على المعلومات وغياب النص المسبق الأمر الذي أدى إلى سيطرة الكلام الإنشائي الذي يعتمد على مشاهدة الصحفي في النسبة الأكبر من تلك النوعية من الفيديوهات التي رصدت حالة الطقس بمختلف المحافظات ، كما قدمت الصحيفة قصة إخبارية مباشرة حول النصائح الخاصة بمواجهة موجات الحر تم تصويره داخل المؤسسة كارتداء غطاء للرأس وعدم التعرض المباشر للشمس وتناول السوائل وشرب الماء بدلا من المشروبات الغازية باستخدام لغة خليط بين الفصحى واللهجة العامية إلا أن محتوى الفيديو تكرر في الفيديوهات التي تناولت حالة الطقس أكثر من مرة.

كما لجأت إلى الحوار الخدمي الذي يتناول معلومات تفيد القارئ كنصائح للتعامل مع الحرارة المرتفعة وتوجيه النصائح لمرضى الجيوب الأنفية وتمتاز الفيديوهات التي يتم

بثها من داخل المؤسسة بجودة الصوت والصورة، والإيجاز في عرض المعلومات ويتم الاستفادة من الوقت بشكل أفضل مقارنة بالفيديوهات التي يتم بثها من الشارع.

واحتل الطقس المرتبة الثانية بالمصري اليوم بنسبة ٢١.٨% إلا أن المصري اليوم اعتمدت بشكل كبير على القصص الإخبارية المباشرة التي تستند على الصحفيين كمصدر لرصد حالة الطقس و الاعتماد على البث المباشر لفيديوهات تستعرض أخبار الطقس بتصوير ثابت يستعرض أحد الشوارع ويتم تسليط الكاميرا على السيارات المارة بالطريق وأحيانا ينتقل الصحفي الذي يبث الفيديو ويقوم بالتصوير داخل نفس الشارع، تكشف تلك النوعية من الفيديوهات عن عدم وجود نص ثابت يعتمد عليه الصحفي أثناء البث فيكون الحوار أغلبه ارتجالي، وفي بعض الفيديوهات يعتمد الصحفي على ملاحظاته عن الطقس ولا ينقل عن مصدر أو الاكتفاء بالإشارة إلى هيئة الأرصاد الجوية إلا أن أغلب ما يتم بثه هو ناتج عن مشاهدات الصحفي نفسه .

تأخذ الباحثة على تلك النوعية من الفيديوهات المط والتطويل وتكرار المعلومات وهي السمة التي جاءت في أغلب فيديوهات البث المباشر بالمصري اليوم ففي فيديو بعنوان " بث مباشر أمطار غزيرة على الاسكندرية في أول أيام عيد الفطر المبارك" (٣٧) وتمتد الفترة الخاصة بالفيديو لأكثر من ٥ دقائق يمكن تلخيص ما جاء بالفيديو من معلومات بسقوط أمطار على الاسكندرية فقط ، وتم بث فيديو آخر عن سقوط الأمطار في اسكندرية تم فيه التصوير من أسطح أحد العمارات وتوجيه الكاميرا للأسفل في اتجاه الشارع لرصد سقوط المطر في فيديو تصل مدته لأكثر من ٧ دقائق تم فيه رصد نفس المعلومة في بث اتسم بالمط والتطويل.

يأتي في المركز الثالث باليوم السابع الفيديوهات التي تهتم بأماكن التنزه والخروج بنسبة ١٥% ، وجاء الاهتمام الأكبر بتلك النوعية من الفيديوهات بالتزامن مع عيد الفطر كتقرير بعنوان " فرح طفلك ب ٥ جنيه بس فرحة الأطفال بالعيد تملأ الملاهي الشعبية حتى ساعات الليل المتأخرة " (٣٨) الفيديو يظهر فقط الملاهي والأطفال يلعبون الألعاب المختلفة جودته ضعيفة جدا وسينة لا تسمح للمتلقى بالحصول على أي معلومات ، وبثت اليوم السابع مجموعة من التقارير لا تحمل أي معلومات خدمية كفيديو بعنوان " العيد فرحة الملاهي الشعبية بينها اللعبة ب ٥ جنيه" (٣٩) ، والذي اكتفي فيه الصحفي بتصوير الأطفال والأشخاص يلعبون بالألعاب المختلفة ، وتأثر الصوت بالضجيج والأصوات الخلفية ، وبث الموقع فيديو خلا من أي تعليق صوتي من الصحفي الذي اكتفي بتصوير الملاهي في فيديو بعنوان " مباشر هنا الملاهي اللي تذكرتها ٣ جنيه ملاهي صفت اللبن أجواء تانية علشان الناس تتبسط " (٤٠) ولم يكن هناك أي معلومات لعدم وجود صوت بالفيديو وبالتالي لم تكن هناك استجابة للتعليقات التي طالبت بمعرفة المكان والأسعار ، وهو الأمر الذي تكرر في فيديو حول ملاهي بالأقصر بدون أي تعليق صوتي كما أن البث يظهر تداخل أكثر من فيديو بعيدا عن الفيديو الأصلي حيث يظهر الفيديو الملاهي، وينتقل بعدها لأشخاص يشترتون ملابس ومن ثم الانتقال بعدها لفيديو ملاهي آخر ثم العودة للفيديو الأصلي ، ونظرا لغياب النص المسبق وعدم الإعداد

الجيد حملت تلك التقارير الكثير من العبارات الإنشائية عبر التأكيد على استمتاع الأطفال ببهجة العيد وخروج العائلات للاستمتاع والتنزه في العيد ، وفي تقرير حول الخروج في شواطئ رأس البر اكتفي الصحفي باستعراض المعلومات البديهية والكلام الإنشائي بعيدا عن اللغة الصحفية ، أو تقديم معلومات خدمية تفيد القارئ حول أفضل الشواطئ وأسعار الخدمات وكيفية الوصول لتلك الشواطئ .

تنتقد الباحثة التصوير دون إذن مسبق من الأشخاص الأمر الذي أدى إلى لجوء أحد الفتيات لتغطية وجهها أثناء التصوير وامتنع بعض الأشخاص عن التجاوب مع الصحفي الأمر الذي تكرر بأكثر من فيديو بالبت المباشر.

في إطار الاهتمام بالتنزه في العيد اهتمت اليوم السابع بإجراءات السلامة بالشواطئ عبر أكثر من قصة إخبارية مباشرة تقدم معلومات تفيد القارئ حول تلك الإجراءات نقلا عن الإدارة المركزية للسياحة والشواطئ إلا أن الفيديو لم يستفد من وجود الصورة واكتفي بالنص الذي تلقيه الصحفية التي اكتفت بتوجيه الصورة نحو الشاطئ.

ومن الفيديوهات التي تأثرت بعدم الإعداد الجيد وعدم الاستفادة من وجود صورة فيديو حول أفلام العيد اكتفي فيه الصحفي بالتجول في وسط البلد بالقاهرة ليستعرض أسماء الأفلام الموجودة بأحد دور السينما الموجودة بالشارع ويقرأ المعروض باللوحة، وينقل بعدها للحديث عن استعداد الأمن بالحوازر أمام السينما ويعاد ذلك الجزء الذي تم بثه مرة أخرى لينتهي الفيديو كما بدأ دون تقديم معلومات تفيد القارئ.

وبعيدا عن العيد اهتمت اليوم السابع بإعداد تقرير حول التنزه بالرحلات النيلية بالأوتوبيس النهري بالقاهرة تطرق إلى أسعار الرحلات ومدتها وتحديد مناطق الانطلاق ومسارها كرحلات للقناطر الخيرية، وبثت اليوم السابع فيديو يكتفي فيه الصحفي بالسير في أحد شوارع الغردقة وهو يصور المارة بالشارع بعنوان " عايز تنفسح بليل؟ تعالى شوف طريق الشيراتون بالغردقة حاجة تانية والناس مش بتنام بث مباشر " (٤١) واقتصر الفيديو على الكلام المرسل من قبل الصحفي والذي تأثر بتكرار الحديث والمط والتطويل بما لا يتناسب مع مدة الفيديو ويمكن الاكتفاء بفترة زمنية أقل تستعرض أهم ملامح الطريق وعرضه للمتلقى في ظل غياب المعلومات التي تفيد القارئ ، وبثت الصحيفة فيديو بعنوان " التاكسي النهري فسحة تستاهل التجربة هنوريك أماكن الانطلاق في ممشي أهل مصر وإزاي تستمتع بالخدمة الجديدة " (٤٢) إلا أن المعلومات بالفيديو لم تمنح المتلقي المعلومات الخدمية الكافية فالفيديو اكتفي بشرح الطرق التي يمر بها التاكسي وحجزه عن طريق الانترنت .

بينما احتلت الفيديوهات التي تهتم بالتنزه والخروج بالمصري اليوم المرتبة الرابعة بالتساوي مع فيديوهات القانون بنسبة ٥.٥% ، ففي الفترة الخاصة بعيد الفطر تم بث الكثير من الفيديوهات المباشرة التي تستعرض في تقارير أماكن التنزه والخروج إلا أن الباحثة تأخذ على المصري اليوم عدم جودة تلك الفيديوهات التي اتسمت بعدم جودة الصورة وعدم وضوح الصوت إلى جانب نقص المعلومات ووجود لغة ارتجالية من

الصحفي فسادت اللغة العامية التي ابتعدت كثيرا عن اللغة الصحفية إلى جانب المط والتطويل وعدم وجود معلومات مفيدة تحقق الغرض الخدمي من الفيديو، كما تأخذ الباحثة على المصري اليوم التصوير بدون إذن واقتحام الخصوصية في فيديوهات البث المباشر التي تنتقل في الأماكن وتصور دون إذن الأشخاص الذين يرتادون تلك الأماكن

نشرت المصري اليوم أكثر من تقرير عن حديقة الحيوان إلا أن الأسئلة اتسمت بالبديهية واكتفت بالتصوير داخل الحديقة واستعراض لعب الأطفال ولم تجيب تلك التقارير عن الأسئلة التي تفيد القارئ كتحديد مكان الحديقة وطرق الوصول إليها وسعر تذكرة الدخول وتحديد مواعيد الفتح والإغلاق وغيرها من الجوانب الخدمية التي تم إغفالها والاكتفاء بسرد بعيد عن الصحافة عن فرحة الأطفال فاتسمت الأسئلة بعدم الإعداد الجيد فجاءت أغلبها بديهية، كما جاء في تقرير بعنوان " بث مباشر بخمسة جنيه بس منافسة بين الأسد وسيد قشطة والماعز الجبلي لجذب المواطنين بحديقة الحيوان " (٤٣)

وفي تقرير عن الإقبال داخل ملاهي رأس البر في ثاني أيام العيد غلب السرد القصصي الإنشائي بعيدا عن اللغة الصحفية فاتسم التقرير بالمط والتطويل بعيدا عن ذكر المعلومات التي تفيد القارئ " هنا الكل مستمتع وفرحان الأهالي خارجين مع أطفالهم " وتكرار نفس المعنى أكثر من مرة بنفس التقرير " الكل في حالة بهجة وانبساط " ، التصوير يستعرض لعب الأطفال بالملاهي أثناء تجول الصحفي بالملاهي واكتفي الصحفي بذكر سعر رسوم الدخول وأن أسعار الألعاب تتراوح بين ٥ إلى ٢٥ جنيه ، والتركييز في العنوان على السعر الأقل في الألعاب ، وأغفل التقرير تحديد مكان الملاهي لمن يرغب في الوصول إليه كما جاء في تعليق " العنوان بالظبط "

وفي تقرير بعنوان " بث مباشر فيها ٢٥ لعبة أقبال كبير على ملاهي برج العرب الجديدة في ثالث يوم عيد الفطر " (٤٤) ظهر التعليق الصوتي بعد مرور دقيقة من الفيديو الذي تصل مدته ٦ دقائق ونصف وتخلل الفيديو مرور ٣ دقائق بدون صوت فقط تصوير الألعاب بالملاهي، وابتعدت اللغة المستخدمة كثيرا عن اللغة الصحفية " الملاهي بتضم كل الأعمار والكبار قبل الصغار " " طبعا بعد المغرب متعودين من أهاليينا في برج العرب أن الناس بتحب تنزل " في غياب للمعلومات التي تفيد القارئ كذكر الأسعار الخاصة بالألعاب وسعر تذكرة الدخول وتحديد مكان الملاهي وكيفية الوصول.

وجاءت الفيديوهات التي تعنى بالعلوم والصحة في المرتبة الرابعة لليوم السابع بنسبة ٩.٥% فاهتمت اليوم السابع بالمحتوى العلمي واعتمدت على عدد من القصص الإخبارية المباشرة تم تصويرها داخل المؤسسة التي تظهر صورة الصحفية إلى جانب عدد من الصور الثابتة أو المتحركة المتتالية التي تتناسب مع المضمون ويصاحب الفيديو نص ثابت كفيديو بعنوان " بتدوخ لما تقف بعد القعاد أو النوم احترس ده مرض معروف وعلاجه سهل جدا " (٤٥) واستند المحتوى على بحث دون تحديد مصدره أو عنوان البحث والاستناد على مصطلح "باحثين " دون تحديد اسمائهم وشرح الفيديو

بالصوت كيفية عمل حركة بالجسم للتخفيف من الدوخة وأشار الفيديو لعدم وجود حل دوائي وأن الحل يتلخص في ممارسة الرياضة والاهتمام بعضلات الأرجل .

وتناول فيديو آخر الخطوات اللازمة لاسترجاع الوزن المناسب بعد رمضان بعنوان " كل اللي تخنوا في رمضان يجعوا هنا هنقولك ازاي ترجع فورمة تاني خطوات بسيطة هتصلح اللي اتكسر طول الشهر " ^(٤٦) تطرق الفيديو إلى الخطوات في شكل معلومات موجزة حول التغذية السليمة وكيفية التدريب في الجيم بعد الابتعاد عنه لفترة وضرورة الحصول على عدد ساعات مناسبة من النوم ، واعتمد الفيديو على " خبير رياضي " .

كما بثت الصحيفة فيديو حول الطعام المناسب في الحر عبر معلومات موجزة تطرق الفيديو إلى ضرورة شرب السوائل الكافية والابتعاد عن الأطعمة المقلية وتناول الخضروات الطازجة والابتعاد عن اللحوم المصنعة والمياه الغازية والإكثار من شرب الماء وغيرها من النصائح التي تفيد المتلقي.

كقصة إخبارية مباشرة تشرح الوصفة التي تساعد على النوم وعلى الرغم من العنوان الذي كتب بلغة سهلة " بتنام بصعوبة عندنا وصفة هنتيمك في ٦٠ ثانية وبمنتهى السهولة " (٤٧) كانت اللغة الخاصة بالفيديو لغة فصحي يصعب معها متابعة موضوع علمي، وتم الاستناد إلى مصدر مجهل " العلماء " وهو الأمر الذي تكرر في المحتوى العلمي باليوم السابع فتم شرح طريقة الاسترخاء بلغة فصحي مع عدم الاستفادة من وجود صورة قد تغني عن كثير من الكلام وهو الأمر الذي يثير عدم استفادة المواقع في كثير من الفيديوهات من وجود تقنية تسمح لهم بعدم الاعتماد فقط على النص

إلى جانب القصص الإخبارية المباشرة أجرت اليم السابع عددا من الحوارات كحوار مع مدربة بعنوان " الجيم والأثوثة هبة مدربة كمال الأجسام هتوريكي ازاي التمرين يزود انوثتك وجمالك " ^(٤٨) ، لم يشرح الفيديو بشكل عملي كيفية عمل التمرينات واكتفي بمعلومات حول عدم خطورة التمرينات على شكل المرأة إلا أنه لم يقدم معلومات خدمية بعكس العنوان الذي يشير إلى مشاهدة الطريقة التي يتم بها التمرين .

كما أجرت حوار مع وكيل مستشفى الحميات بالعباسية حول طرق الإسعاف في حالة التعرض لضربة شمس تطرق إلى أعراض الإصابة وكيفية الحماية من ضربة الشمس وتوجيه نصائح لعدم التعرض لضربة الشمس.

فيديو بعنوان " احترس الاستحمام بالماء البارد قد يكون خطرا جدا أعراض التسمم قد تصيبك " ^(٤٩) نقلا عن طبيب روسي أكد أن الاستحمام بالماء البارد يؤدي إلى أضرار تصل إلى الموت وينصح " الطبيب الروسي " بعدم استخدام الماء البارد لمدة تزيد عن ٣ دقائق خاصة لمرضى القلب لأنه يمثل خطورة كبيرة عليهم ، ونالت تلك النوعية من الفيديوهات التي لا تستند إلى أسس علمية واضحة المصدر انتقاد المتلقين " سبحان الله وماذا تفسرون قوله تعالى " هذا مغتسل بارد وشراب " " هذا الرجل كذاب الماء البارد يقوى المناعة " " تشنجات في الأوعية الدموية كلام غير طبي وغير صحيح الماء البارد ينشط الدورة الدموية "

اهتمت المصري اليوم بمجال العلوم والصحة بنسبة أكبر من اليوم السابع واحتل المرتبة الثالثة بنسبة ١٣.٦% ، استخدمت المصري اليوم أكثر من شكل صحفي كقصة إخبارية مباشرة عقب وفاة فتاة لعدم إجراء اختبار حساسية بعنوان " امتى ممكن اشعة الصبغة تسبب الوفاة وازاي تعرف ان عندك مشكلة تجاهها " (٥٠) ، و نظرا لحرص المصري اليوم على عدم تجاوز مدة الدقيقة الواحدة تم قطع الفيديو دون استكمال المعلومات ، وأكد الفيديو على ضرورة إجراء اختبار الحساسية قبل أى تعامل مع الصبغة أو تناول المضادات الحيوية حتى في حالة عدم معاناة الشخص من حساسية معروفة لأن قد يكون الجسم يعانى من حساسية تجاه أحد المواد المستخدمة في الدواء دون علمه.

اعتمدت صحيفة المصري اليوم على الحوار كحوار مع استاذ أمراض صدرية حول الشخير أثناء النوم وطرق علاجه ، قام المصدر بعرض مقدمة طويلة لا يحتاج لها المتلقي حول الطلاق بسبب الشخير أثناء النوم ، وعكس الحوار عدم قدرة الصحفية على إدارة الوقت وتوجيه الحديث للحصول على المعلومات التي تفيد القارئ ، مما جعل المعلومات المفيدة لا يتم عرضها بشكل واضح رغم التطرق إليها كعرض الأسباب المختلفة للشخير وكيفية علاجه ، فاستعرض الحوار أسباب الشخير ومن بينها نقص الغدة الدرقية والسمنة المفرطة وحساسية الجيوب الأنفية والنوم على الظهر ، والعلاج عبر علاج الغدة الدرقية وخفض مستوى الدهون وتعديل نظام الأكل أو النوم ، وأظهر مضمون التعليقات الاستياء من المقدمة الطويلة وتكرار معلومات غير طبية وغير مفيدة " بعدت كثير عن الموضوع نفسه وما هي أسباب الشخير وكيفية العلاج والمذبة متدخلة أكثر من اللازم وفي الآخر لا يوجد استفادة حقيقية " " يا حضرة الدكتور انت والسبت المذبة أكثر من نص الفيديو خلص ومستفدناش ولا أي شيء ولا سبب ولا علاج ابوس ايدك ادخل في الموضوع "

تم توظيف الفيديو جراف للتوعية بفيروس جدري القروود ولم ينجح الفيديو في الإجابة على السؤال الأساسي الذي تم طرحه بالعنوان حول كيفية الحماية من الفيروس فتم استعراض موعد اكتشافه وأعراضه وعدم وجود علاج للفيروس إلا أن الفيديو لم يوضح كيفية الوقاية من الفيروس.

واحتلت الفيديوهات التي تعنى بفن الطهى المرتبة الخامسة باليوم السابع بنسبة ٥.٥% وتم تناولها بشكل أكبر عبر الحوار الخدمي كفيديو حول شخص يقوم بالرقص على المزمار البلدي أطلق عليه الموقع لقب شيف بعنوان " عمرك سمعت عن طواجن التورلى بالطبل البلدى ؟ الشيف ايمن النجار هيبهرك (51) الفيديو اشبه بإعلان للشخص لا يمنح المتلقي أى معلومات خدمية حول طرق طهى جديدة ، فقط يظهر الشخص وهو يرقص ويستعرض أنواع الطواجن التي يقوم ببيعها ولم يتدخل الصحفي كثيرا بطرح اسئلة تفيد القارئ واكتفى بالتصوير ، كما تم بث حوار خدمي حول أنواع الخبز اليمنى إلا أن الفيديو يعانى من عدم جودة الصوت وتطرق الحوار إلى أنواع الخبز اليمنى ويظهر الفيديو طريقة عمل العيش ويتطرق إلى أنواع مختلفة من الأطعمة اليمنية وتم

قطع البث في نهاية الفيديو ل يتم تكرار أول دقيقتين بالفيديو مرة أخرى ، وفيديو آخر يشرح طريقة عمل الطعمية والمسخن " طعمية دي ولا كور ذهب ؟ الفلافل العراقية بالحمص والمسخن الفلسطيني هيوديك عالم تاني" (52) إلا أن التعليقات أشارت إلى البعد عن الثقافة المصرية في الأكلات التي يتم عرضها باليوم السابع " لا تدخلوا ثقافات طعام غريبة عن مجتمعنا طعميتنا بالبول والخضرة أجمل مليون مرة من الطعمية بالحمص " كما انتقل الفيديو لعرض منتجات المحل وهو ما يتداخل مع الإعلان عن المطعم.

وتطرح تلك النوعية من الفيديوهات إشكالية حول تداخل الفيديو الخدمي مع الإعلانات عن بعض المطاعم كما أنها تطرح تساؤل حول تعزيز الهوية وهل من الأفضل تقديم أطعمة تحمل ثقافات مختلفة أم تستعرض تلك الفيديوهات الطعام المصري.

وفي المرتبة قبل الأخيرة بالمصري اليوم جاءت الفيديوهات التي تعنى بفنون الطهي وجاء أغلبها في شكل الحوار الخدمي الذي يدور حول كيف تصنعها بنفسك كحوار مع شخص يصنع الحواوشي بالرنجة والكريب بالأسماك المملحة الفيديو في النهاية لم يستعرض طريقة صنع أحد الأصناف الجديدة للطعام على الرغم من محاولة الصحفية فالمصدر لم يكشف سوى عن المكونات فقط وفي النهاية لم يحقق الفيديو للقارئ الاستفادة المرجوة واكتفي بعرض معلومات فقط عن وجود أطعمة جديدة باستخدام الرنجة ، و حوار يدور حول كيفية تقطيع سمك التونة ومحاولة توضيح بالفيديو كيفية تنظيف سمك التونة وأفضل القطع لطهيها وأسعارها وأفضل الطرق لحفظها إلا أن المحتوى لم يشرح كيفية طهيها وهو ما تم طرحه بالعنوان .

وتطرح الفيديوهات التي تناولت الطهي إشكالية أخرى حول عرض أطعمة من ثقافات مختلفة أو التمسك بالهوية واستعراض الطعام المصري ففي فيديو حول كيفية صنع الخبز السوري انتقد تعليق تناول الأكل غير المصري " مش عجبكوا أكل مصر متكلوش " وأشار تعليق آخر إلى صنع الخبز في الصعيد " ده بيتعمل في الصعيد من قبل سوريا "

وفي المرتبة السادسة باليوم السابع تقع الفيديوهات التي تعنى برصد حالة المرور بنسبة ٣.٧% وهي خدمة لم تظهر بالمصري اليوم فاهتمت اليوم السابع برصد حركة المرور في عدد من الفيديوهات التي تميزت بالإيجاز وتكون الصورة مسلطة بشكل مباشر على أحد الطرق دون رصد باقي الطرق بالصورة ، إلا أن أحيانا يتم تكرار المعلومات من قبل الصحفيين نتيجة لعدم تحضير نص مسبق بفيديوهات البث المباشر ، كفيديو بعنوان " بث مباشر.. شاهد حركة المرور أعلى كوبري أكتوبر واعرف حالة الطقس اليوم" (53) تم من خلاله رصد الحالة المرورية ووجود حركة أو تكديس بعدد من الطرق وحرصت تلك الفيديوهات على رصد جهود إدارة المرور .

وفي مرتبة متأخرة يأتي الاهتمام بالفيديوهات التي تعنى بالتعليم ، واحتلت المرتبة قبل الأخيرة باليوم السابع بنسبة ١.٨% كقصة إخبارية مباشرة تقدم أهم النصائح لطلاب الثانوية العامة قبل أداء الامتحانات كعدم اصطحاب الطلاب للتليفون داخل اللجنة وكتابة

الاسم على البابل شيت وكراسة الإجابة وغيرها من المعلومات التي بعضها يبدو بديهي ، وترى الباحثة عدم الاستفادة من استخدام التصوير الخارجي، وتأثر جودة الصوت بالأصوات الخلفية والضجيج ، وفيديو آخر يهتم بالتعليم يستعرض المدارس التي يمكن الالتحاق بها بعد أداء الشهادة الإعدادية " مش كل حاجة ثانوية عامة مدارس لا يعرف عنها الكثيرين لتستقبل الطلاب بعد الشهادة الإعدادية " (54) يستعرض بلغة فصحي سريعة معلومات كثيرة ولكنها مركزة عن تلك المدارس وشروط القبول بها وعدد سنوات الدراسة بالمدرسة الثانوية الفنية ومدرسة توشيبا العربي وغيرها من المدارس وترى الباحثة صعوبة إمام المتلقي بهذا الكم من المعلومات عند مشاهدة الفيديو لأول مرة و سرعة سرد المعلومات ، و هو ما يطرح تساؤل حول المحتوى الذي يتم عرضه بالفيديو والمحتوى الذي يمكن استخدام فيه الكتابة حيث يمكن الرجوع للمعلومات بشكل أسهل خاصة في حالة عرض معلومات لا تحتاج لشرح بالصورة .

وفي المرتبة الأخيرة بالمصري اليوم جاءت الفيديوهات التي تعنى بالتعليم بنسبة ٣.٦%، وتم تقديمه في شكل قصة إخبارية مباشرة حول تعليم الأولاد جدول الضرب من قبل معلم رياضيات يشرح بالفيديو كيفية الحصول على ناتج ضرب بعض الأرقام دون حاجة لحفظ جدول الضرب، ونال الفيديو استحسانا كبيرا في التعليقات " فكرة جميلة جدا " " بارك الله فيك " وهو الأمر الذي يجب الالتفات إليه من الصحيفة عبر بث المزيد من تلك النوعية من الفيديوهات التي نالت اعجاب المتلقي.

وفي الأخير باليوم السابع تأتي الفيديوهات التي تعنى بالشئون القانونية بنسبة ٠.٩% كقصة إخبارية مباشرة تم تصويرها داخل المؤسسة حول الإجراءات القانونية في حالة دخول حرامي الشقة وقتله، تطرق الفيديو بشكل موجز إلى معلومات قانونية حول نص قانون العقوبات في حالة الدفاع الشرعي عن النفس والمال، وشروط استخدام القوة في حالة الدفاع الشرعي عن النفس والفرق بينها وبين حالات القتل.

وقصة مباشرة حول كيفية استرداد الأموال بالقانون في حالة التعرض للنصب وتناول الفيديو الذي تم تصويره داخل المؤسسة معلومات مباشرة حول معنى كلمة مستريح، وتحديد التهمة وفقا لمواد القانون.

في حين اهتمت المصري اليوم بشكل أكبر بالفيديوهات التي تعنى بالشئون القانونية وبلغت نسبتها ٥.٥% وتم تصوير تلك الفيديوهات داخل المؤسسة والتزمت بمدة زمنية لا تتجاوز الدقيقة الواحدة وهو ما يظهر بالفيديو الذي يقوم بعرض عد تنازلي للثواني حتى تكتمل الدقيقة يتم فيه توجيه الحديث إلى القارئ بشكل مباشر اعتمادا على القصة الإخبارية المباشرة كما جاء في فيديو بعنوان " اعرف كل المستندات المطلوبة لتسجيل شقتك في الشهر العقاري " (55) فكانت المقدمة " لو انت واحد من اللي عايزين ياخذو الخطوة دي لازم تعرف ايه المستندات المطلوبة " ، ترى الباحثة أن اصرار المصري اليوم على مدة الدقيقة الواحدة أضر بالمحتوى فلم ينجح الفيديو في الإجابة على التساؤلات التي يحتاجها القارئ والتي تظهر واضحة في التعليقات التي تطرح العديد

من الاستفسارات التي لا يتم الالتفات إليها ، كما أن الفترة القصيرة للفيديو تركت تأثيرها على سرعة عرض المعلومات وأحيانا ينتهي الفيديو دون الانتهاء من الحديث وهو ما يظهر في صورة قطع للفيديو قبل الانتهاء منه.

وبنت المصري اليوم فيديو بعنوان " من حقه تتعامل حلو في مترو الانفاق والقانون يعاقب السائق" ^(٥٦) نقلا عن لائحة مترو الانفاق التي تؤكد على التزام سائق المترو بالمعاملة الحسنة لجمهور الركاب " ، كما بنت فيديو حول الإجراءات الجديدة لتمكين الزوجة من مسكن الزوجية والحضانة ، وانتقدت التعليقات المعلومات التي قدمت بشكل سريع جدا وغير وافي ، وفيديو بعنوان " ابرزها التبول والبصق سلوكيات في الشارع تعرضك للحبس" ^(٥٧) يتأثر فيه المحتوى بالمدة الصغيرة للفيديو الأمر الذي يجعل المعلومات غير كافية ، فالفيديو يكرر ما جاء في العنوان من نص قانون العقوبات على عقوبة صارمة لإلحاق هذا التصرف بضرر أدبي ونفسي وكونها مخلفات عضوية .

الفنون الصحفية

الوزن النسبي	اليوم السابع		المصري اليوم		الفنون الصحفية
	%	ك	%	ك	
٣٣.٦%	٣٥	٧٧	٣٠.٩	٣٤	التقارير الإخبارية
٣٠.٩%	٣٠.٤	٦٧	٣١.٨	٣٥	القصص الإخبارية المباشرة
١٥.٨%	١٣.٢	٢٩	٢٠.٩	٢٣	الحوار الخدمي
١٠.٣%	١٣.٢	٢٩	٤.٥	٥	النشرة الإخبارية
٥.٢%	٧.٣	١٦	٠.٩	١	الحوار التليفوني
٢.٧%	-	-	٨.٢	٩	فيديو جراف
١.٥%	٠.٩	٢	٢.٨	٣	البرنامج
١٠٠	١٠٠	٢٢٠	١٠٠	١١٠	الإجمالي

تم الاعتماد على التقارير الإخبارية بنسبة كبيرة في الصحيفتين واحتلت المرتبة الأولى باليوم السابع بنسبة ٣٥% وتم استخدامها بشكل أكبر في رصد حركة الأسعار وهو الأمر الذي يتناسب مع الاهتمام الكبير بالجانب الاقتصادي عبر بث العديد من التقارير المباشرة من الأسواق المختلفة لرصد حركة البيع والشراء واستعراض الأسعار المختلفة للخضروات والفاكهة خاصة البطيخ ، تلاها رصد أسعار الأسماك بالأسواق والمجمعات الاستهلاكية ، ثم التقارير التي عنيت برصد أسعار الأضاحي قبل العيد ، و إعداد عدد كبير من التقارير التي ترصد أماكن التنزه والخروج ، و تكشف الأفكار المقدمة بالتقارير باليوم السابع عن تشابه العديد من الأفكار فتم تقديم أكثر من تقرير متشابه حول البطيخ وأسعاره ، واستغرقت تلك التقارير فترات زمنية طويلة لا تتناسب مع المحتوى

المقدم الذي اقتصر في أحد التقارير على عرض مزاد لبيع البطيخ لم يقدم معلومات تتناسب مع المدة الزمنية الطويلة التي تصل لأكثر من ١٠ دقائق.

اعتمدت بعض التقارير باليوم السابع على مصدر وحيد للحصول على المعلومات الأمر الذي أثر على صدق المعلومات المعروضة بالتقرير الذي اكتفي بمصدر وحيد كتقرير عن أسعار الخضروات والفاكهة اكتفي فيه الصحفي بالرجوع لتاجر واحد فقط لمعرفة الأسعار، ولجأت الصحيفة للبت الخارجي المباشر في تصوير التقارير الإخبارية لنقل صورة حية لحركة البيع والشراء ورصد الأسعار.

عانت بعض التقارير من غياب الإعداد الجيد الأمر الذي أثر على جودة النص بالتقرير الذي ابتعد عن اللغة الصحفية كتقرير حول التنزه بالقناطر الخيرية في العيد يحمل العديد من العبارات الإنشائية " الناس مبسوطين بالنيل والمراكب ومناظر طبيعية ب ٨٠ جنيه بس فسحة في النيل ب ٨٠ جنيه بس في القناطر الخيرية " " المظهر مبهج وجميل مناظر طبيعية وحاجة جميلة واسر معاهم اولادهم وزوجاتهم " ولم يقدم التقرير معلومات خدمية تفيد القارئ ، كما يأخذ على التقارير التي يتم تصويرها خارج المؤسسة عدم وجود إذن مسبق لتصوير الأشخاص وهو ما تم تكراره خاصة بالتقارير التي ترصد أماكن الخروج والتنزه .

حلت التقارير الخاصة بأماكن التنزه والخروج محل القوائم التي كانت تستخدم بالصحف الورقة كشكل خدمي يستعرض أبرز الأماكن التي يذهب إليها الناس فعبير صحافة الفيديو أمكن للمواقع النقل المباشر من تلك الأماكن وإعداد التقارير، إلا أن الباحثة ترى عدم استفادة المواقع من تقنية الفيديو وضعف محتوى التقارير المقدمة لأماكن التنزه والخروج التي غاب عن أغلبها المعلومات الخدمية التي تفيد القارئ وتسهل عليه عملية الوصول لتلك الأماكن .

وفي المرتبة الثانية بالمصري اليوم يأتي الاعتماد على التقارير بنسبة ٣٠.٩% وتم استخدامها بشكل كبير في التقارير الاقتصادية التي عنيت برصد الأسعار كتقرير حول أسعار الدواجن تم فيه استعراض الأسعار الخاصة بمختلف أنواع الدواجن بسوق المطامير، وفي بث آخر استعرض التقرير أسعار الخضار بنفس السوق، ويأخذ على الصحفي الاعتماد على مصدر واحد فقط في التقرير وعدم التنقل في السوق الأمر الذي يؤثر على جودة المحتوى. وفي تقرير حول أسعار الأسماك تناول التقرير أنواع الأسماك وأسعارها باستخدام لغة فصحي بسيطة إلا أن التقرير اعتمد في المعلومات على محل واحد فقط داخل السوق.

في تقرير حول أسعار الأضاحي أشارت التعليقات إلى عدم دراية الصحفي لأنه يؤكد أن سعر الكيلو القائم ١٢٠ جنيه ، وهو رقم يرتفع كثيرا عن الواقع وهو ما يلفت الانتباه إلى عدم الإعداد المسبق من قبل الصحفيين ، وفي تقرير حول أسعار الأضاحي انتقدت التعليقات تجول المحرر دون تعليق صوتي فقط الصورة تلتقط الأرض أثناء سير الصحفي ، كما انتقدت التعليقات التجول بالسوق في وقت متأخر في الوقت الذي تعمل فيه

الأسواق في وقت مبكر الأمر الذي أثر على جودة المحتوى فلا توجد مصادر كافية من التجار للسؤال عن الأسعار فقط يتجول الصحفي بحثًا عن تاجر .

وتقرير آخر حول طريقة تصنيع بلاطة الثلج من داخل مصنع من الستينات^(٥٨) يظهر الفيديو عامل يدفع ألواح الثلج ويتحدث معه الصحفي حول كيفية التصنيع والتخزين واستخدامات الثلج الأمر الذي يوضح عدم الاستفادة من وجود الصورة وينتقل بعدها ليسأل الشخص الذي يقوم بتخزين الثلج داخل مركب في غياب لتصوير الخطوات والمكان والآلات ، ومن الاستعراض السابق يمكن الإشارة إلى عدم اعتماد التقارير على مصادر غير كافية للحصول على المعلومات الأمر الذي يؤثر على المحتوى المقدم ، كما تأثرت التقارير بغياب الإعداد المسبق للصحفي والإلمام بالمعلومات فالمعلومات توجه فقط من قبل التجار الأمر الذي أثار انتقادات المتابعين في التعليقات .

احتلت القصص الإخبارية المباشرة المرتبة الثانية باليوم السابع بنسبة ٣٠.٤% ، و تتناسب تلك القصص مع المحتوى الخدمي حيث يحصل القارئ على المعلومات بشكل مباشر من الصحفي وتنوعت المضامين التي اعتمدت على القصص الإخبارية المباشرة ، كما تنوع تصوير تلك القصص فبعضها تم تصويره داخل المؤسسة كقصة إخبارية مباشرة تقدم معلومات تشرح بالخطوات تحديث بيانات بطاقة التمويل على موقع دعم مصر وإضافة رقم الهاتف إلا أن الفيديو لم يستفد كثيرا من الشرح بالصورة التي توقفت عند خطوة تحتاج إلى بطاقة فعلية تحتاج للتحديث حتى يتمكن الصحفي من عرض كل الخطوات بالصورة فاكتفي الصحفي بعرضها بشكل افتراضي بالصورة توقفت عند الخطوة التي تتطلب إدخال رقم بطاقة تمويل .

بثت اليوم السابع العديد من القصص الإخبارية المباشرة التي تم فيها الاعتماد على البث المباشر الخارجي حول شواطئ الإسكندرية خاصة المجانية لنفس الصحفية الأمر الذي أدى لتكرار المعلومات ، ويتم تسليط الصورة دائما على الشاطئ والبحر ويتخلل تلك الفيديوهات العديد من المعلومات البديهية واستعراض نفس المعلومات حول عدد الشواطئ والمجانبة منها .

في حين احتلت القصة الإخبارية المباشرة المرتبة الأولى بالمصري اليوم بنسبة ٣١.٨% ، وتنوعت المضامين التي تم فيم استخدام تلك النوعية من الفنون الصحفية التي تتناسب مع المحتوى الخدمي كالقصص الإخبارية التي تناولت الطقس كقصة إخبارية مباشرة تم بثها من داخل صالة التحرير ، حاول الفيديو الإجابة على تساؤل حول تعرض مصر لعاصفة ترابية ، اختلفت جودة الفيديوهات التي تصويرها داخل المصري اليوم عن تلك الفيديوهات التي يتم تصويرها داخل اليوم السابع فجودة الصوت داخل اليوم السابع أعلى وأوضح ، واستخدمت المصري اليوم لغة تبتعد عن اللغة الصحفية فكانت اللهجة العامية هي الغالبة يتخللها بعض اللغة الفصحى بعكس اليوم السابع التي اتخذت شكل النشرة الإخبارية التي التزمت بلغة صحفية فصحة وتميزت تلك الفيديوهات باللغة السريعة يتم فيها توجيه الحوار للقارئ " فاكرين كدة من كام سنة

الدنيا ضلمت وكان لونها برتقالي وكانت عاصفة شديدة هل احنا كمان هنتعرض لحاجة زي كدة خبراء الأرصاد الجوية قالوا ان مصر مش هتشهد حاجة زي كدة " ،

وبنت المصري اليوم فيديو يحمل قصة إخبارية مباشرة حول خطوات إضافة مواليد على بطاقة التموين بعنوان " بالخطوات ازاى تضيف مواليد جدد على بطاقة التموين " (٥٩) استعرض الفيديو خطوات إضافة مواليد جديدة ولكن لم يتم الإجابة على التساؤلات المطروحة بالتعليقات والاعتراض بالتعليقات على عدم فتح الخدمة أصلا ، وقدمت المصري اليوم قصة إخبارية مباشرة حول الخطوات التي تحمي المرضى النفسيين من ارتفاع درجات الحرارة في الصيف نظرا لتعرضهم لارتفاع درجة الحرارة بعد تناول الأدوية والعلاج النفسي الذي يتسبب في رفع درجة الحرارة وتوجيه نصائح سريعة كتشغيل التكييف وعدم التعرض المباشر لأشعة الشمس وتناول العصائر.

احتل الحوار الخدمي المرتبة الثالثة باليوم السابع بنسبة ١٣.٢% بالتساوي مع النشرات الإخبارية، ومن خلال الحوار الخدمي تم استبدال بعض أشكال الصحافة الخدمية المستخدمة بالصحافة المطبوعة كالشكل الخاص بكيف تصنعها بنفسك والشكل الخاص بلقد صنعوها وانت تستطيع.

كحوار خدمي للتعرف على الفروق بين الأناناس والكانتالوب والشمام وضح بالصورة الفروق بين تلك الأنواع والفرق بين الكانتالوب الجيد والسيء وفقا للون الفاكهة، وحوار حول كيفية بدأ مشروع جديد باستخدام عربية ألوان تصلح لمشروعات الأكل بعمل حوار مع شخص يبيع تلك العربات المخصصة للمشروعات بأسعار مناسبة للشباب وشهد الحوار عدم التفاعل مع التعليقات التي رغبت في معرفة المكان المخصص للبيع ، وحوار حول كيفية التعرف على العسل الأصلي باستخدام الكبريت والمياه تم تصويره داخل منحل ويظهر بالفيديو استخدام طبق عسل واستخدام المياه لبيان مدى جودة العسل، وتوجيه نصائح بالشراء من جهات معلومة واستخدام معمل لتحليل العسل لبيان نسبة السكر .

تظهر الفيديوهات عدم الإعداد الجيد للحوار الخدمي الأمر الذي يجعل الحوار يعتمد فقط على المصدر " الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها " وترى الباحثة أن الاختيار يتم بشكل انتقائي يعتمد فقط على القدرة على الوصول وليس الأكفا والأكثر قدرة على طرح معلومات تفيد القارئ وتساعد في حياته اليومية وهو ما أثر على جودة المحتوى المطروح بالصحف.

وارتبط الحوار الذي يهتم بكيف تصنعها بنفسك بفن الطهي كحوار حول كيفية عمل الفول المدخن يتناول طريقة عمل طبق الفول باستخدام الفحم، وحوار بعنوان " عمرك سمعت عن مكرونة مودزريلا بالمكسرات ؟ عمر هيبهرك بالطعم والشكل " (٦٠) تم عرض كيفية عمل مكرونة بالمودزريلا وإضافة المكسرات الأمر الذي أثار السخرية في التعليقات من ارتفاع أسعار المكسرات وقدمت أيضا الصحيفة طريقة عمل أكل باستخدام لحم بيت الكلاوي لعمل ورقة لحمة.

وفي إشارة إلى إمكانية الاستفادة من تجارب الآخرين وصنعها قدمت اليوم السابع حوار حول تربية الغزلان للحصول على ربح ودائما ما يتم استخدام عناوين تشعر المتلقي بالربح السريع " ملايين ماشية على الأرض أول مزرعة لتربية الغزلان في السويس " (١١) تم توجيه اسئلة حول الجدوى الاقتصادية والتسويق وتكاليف البداية والمكان المناسب للتربية .

واحتل الحوار الخدمي المرتبة الثالثة بالمصري اليوم بنسبة ٢٠.٩% ، و استخدمته أيضا المصري اليوم ليحل محل فنون صحفية استخدمت في الجانب الخدمي بالصحافة المطبوعة كالفن الخاص بكيف تصنعها بنفسك وأيضا الفن الخاص بلقد صنعوها وانت تستطيع ، ونشرت أكثر من فيديو يحمل نفس الفكرة في شكل حوار خدمي حول نجاح شخص في استخدام عصارة قصب متنقلة لكسب العيش ، وهو ما يجب الانتباه إليه من قبل الموقع ، تم عرض تلك الأفكار التي توحى للأشخاص بإمكانية تكرارها والاستفادة منها في شكل الحوار الخدمي الذي يركز في الأسئلة على كيفية تنفيذ الفكرة وتكلفتها ومدة استخدامها ، إلا أن التعليقات تظهر بعض الجوانب التي لم يتطرق إليها الحديث ، كما أظهرت التعليقات أن الفكرة قديمة ومستخدمة من قبل ونبهت التعليقات إلى ضرورة وجود الاشتراطات الصحية والخاصة بالنظافة بالإضافة إلى ارتفاع تكلفة المشروع.

وبثت المصري اليوم فيديو يركز على فكرة " لقد صنعها وانت أيضا تستطيع " حول زراعة مهندس لنبات الجوجوبا " بث مباشر انتاجية الفدان توفر ٩٠ ألف جنيه وتكلفة زراعتها قليلة جدا الجوجوبا مشروع يجنى ارباح كبيرة خلال وقت قصير " (١٢) وعلى الرغم من أن العنوان يوحي بالمكسب السريع إلا أن الحوار يكشف أن أول انتاجية للفدان تحتاج إلى ٣ سنوات ، ولم يكن هناك استخدام للفيديو في التوضيح ، استعرض الحوار المزايا المتعددة للنبات وإمكانية زراعته في أرض صحراوية أو زراعية واحتمال النبات للملوحة وتطرق الحوار إلى تسويق النبات وتأكيد المهندس على وجود طلبات من أمريكا ووجود تصدير لألمانيا. ويكشف الحوار عن خبرة المهندس وامتلاكه للمعلومات التي تفيد القارئ الأمر الذي يوجه بضرورة العناية في اختيار المصادر التي تفيد القارئ.

وحوار بعنوان " بث مباشر بعد وفاة شاب بسبب قرص النحل المصري اليوم داخل أكبر منحل عسل بقرية الشفاء في الغربية ومتخصص يشرح الفوائد والأضرار " (١٣)، الاسئلة تدور حول فوائد عسل النحل وأضراره وهل يسبب قرص النحل الوفاة وكيفية معرفة العسل الجيد ، لم يتم الاستفادة من تقنية الفيديو ووجود صورة ، كما أن حجم المعلومات لا يتناسب مع حجم الفيديو إلا أن الحوار يدل على عدم وجود معلومات أو خلفية للصحفي تسمح له بإدارة الحوار الأمر الذي يؤثر على جودة المحتوى.

ومن الأشكال التي تم استخدامها بشكل أكبر باليوم السابع النشرات الإخبارية بنسبة ١٣.٢% وتم تصوير تلك النشرات بشكل أشبه بنشرات التلفزيون حيث يتم بثها من داخل المؤسسة وتظهر الصحفية لتستعرض بشكل موجز وسريع حالة الطقس كما تناولت تلك النشرات أسعار الذهب ، وتميزت تلك الفيديوهات بجودة الصوت ووضوح الصورة

وجود نص ثابت يستخدم اللغة الصحفية الأمر الذي جعل تلك الفيديوهات لا يعيها المط والتطوير وتكرار المعلومات مقارنة بالفيديوهات التي يتم تصويرها خارج المؤسسة عبر البث الخارجي المباشر حيث اتسمت بالكلام المرسل غير المستند إلى مصادر الأمر الذي أدى إلى وجود فترات يلجأ فيها الصحفي للصمت وعدم وجود صوت بالفيديو ، ففي فيديو بعنوان " انخفاض درجة الحرارة بعروس القتال في رابع أيام عيد الفطر والعظمى ٢٩ بالإسماعيلية.. بث مباشر " (٦٤) يعلق الصحفي " انتوا عارفين اسماعيلية بتميز بالخضرة وده بيقلل الحرارة "

عانت اليوم السابع من حدوث خطأ فني تكرر أكثر من مرة عبر تكرار نفس الفيديو الخاص بالطقس لأكثر من مرة بشكل متعاقب جعل مدة الفيديو تصل إلى أكثر من ١٠ دقائق رغم أن الفيديو الأصلي لا يتجاوز ٣ دقائق .

في حين احتلت النشرات الإخبارية المرتبة الخامسة بالمصري اليوم بنسبة ٤.٥% كنشرة إخبارية حول أسعار الذهب ونشرة حول الإجراءات المطلوبة للحصول على شقة من التمويل العقاري. استخدمت المصري اليوم النشرة الإخبارية داخل المؤسسة مع استخدام خلفية موسيقية ونص يصاحب صوت المحررة.

ومن الأشكال الحديثة التي تم اللجوء إليها الحوار عبر استخدام التليفون بين الصحفية داخل المؤسسة والمصدر واعتمدت عليه اليوم السابع بشكل أكبر من المصري اليوم فاحتل المرتبة الرابعة بنسبة ٧.٣% وتنوعت تلك الحوارات وتميزت بجودة الصوت ولم يتم فيها الاستفادة من وجود الصورة التي تم فيها الاكتفاء بالصور الثابتة المتتالية التي تظهر بجانب الصحفية بالموقع ، كحوار مع استاذ مخ وأعصاب حول نزيف المخ ، وتطرق الحوار إلى أسباب حدوث نزيف المخ بشكل مفاجئ وتعريف نزيف المخ والفرق بين نزيف المخ وجلطة المخ وأسباب حدوثه وأعراضه وأفضل الطرق للتعامل مع المصاب بنزيف المخ وطيفية العلاج،

وحوار تليفوني مع استاذ أمراض القلب والشرابين التاجية يتناول الحوار تأثير الاستخدام الخاطئ للمضادات الحيوية وأكد على ضرورة التشخيص السليم وتحديد الجرعة بدقة وتطرق الحوار إلى الفروق بين المضاد الحيوي عن طريق الفم والحقن واستخدام المضاد الحيوي لقتل البكتيريا وليس الفيروسات، ولم تتفاعل الصحيفة مع التعليقات الأمر الذي يضعف من ميزة التفاعل مع المتلقي.

في حين ظهر الحوار التليفوني مرة واحدة بالمصري اليوم مع رئيس الشعبة العامة للذهب استعرض أسعار الذهب وفقا للمعايير المختلفة ونصائح بالتوقيت المناسب للشراء.

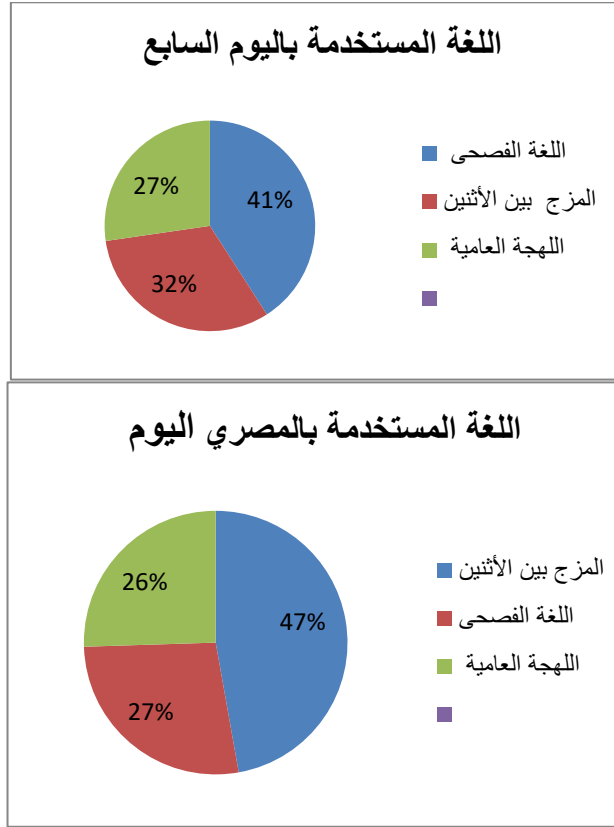
وجاء الشكل الخاص بالبرنامج بالمرتبة الأخيرة باليوم السابع بنسبة ٠.٩%، كبرنامج بعنوان " تكية رحمة " يستعرض في حوار مع طاهي سوداني كيفية صنع الأكلات السودانية بمطعمه بعنوان " سلطة الأسود ومفروكة ولحمة أكلات سودانية يعشقها المصريون حكاية محمود وأسرته في مطعم بيقدم أكل سوداني " (٦٥) يستعرض أنواع الأكل السوداني ويشرح بالفيديو طريقة صنع الطعام السوداني.

وفيديو أشبه ببرنامج لايف يتحدث فيه الشاب موجهها حديثه لمشاهديه حول الفسحة عبر المراكب النيلية "انا دلوقتى في حديقة الجزيرة المكان اتطور جدا جدا أي حد عايز يخرج التذكرة ب ١٠ جنيه عايزكم في البث تسألوني عن كل حاجة وخلينى اكتشف معاكم " ويتفاعل مع التعليقات التي تسأل عن المكان ، ويتجاوب معهم بذكر اسم الحديقة ومكانها ويعتمد الشخص عدم إظهار وجوه المتواجدين بالمكان لعدم انتهاك خصوصيتهم وهو ما تم بهذا الفيديو فقط وتميز الحوار بلغة شبابية غير احترافية وغير صحفية تطرق إلى الحديقة وسعر الدخول ووجود مطاعم وخدمات كالرسم بالحنة وأسعارها.

واحتل البرنامج المرتبة قبل الأخيرة بالمصرى اليوم بنسبة ٣.٨% واستخدمته في برنامج تحت مسمى " تمر وشوفان " تم بثه خلال شهر رمضان يتم من خلاله استضافة خبيرة تغذية عبر حوار بلغة عامية يتطرق إلى معرفة الاضطراب الغذائي ، وتوجيه نصائح للأطفال المصابين بالسمنة أو النحافة ، البرنامج يتخذ خلفية وديكور ثابت في حلقاته ويتخلله بعض الفواصل ذات الشكل الثابت ويتخلله عرض بعض الصور التوضيحية التي تتناسب مع طبيعة الموضوع ، وفيديو بعنوان **الحق والمستحق "** **الحق والمستحق ما حقوقك إذا تعرضت للإهمال وفقا للقانون "** ^(٦٦) يتضمن مقدمة تمهيدية حول تكرار وقائع الإهمال الطبي بعد حادث وفاة تعرضت له فتاة قبل إجراء عملية بالعين ووفاتها أثناء عمل أشعة بالصيغة وتناول البرنامج نص قانون العقوبات " المادة ٢٣٨ من قانون العقوبات التي تنص على أن من تسبب خطأ في موت شخص وكان ذلك ناشئا عن إهمال أو رعونة يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر وبغرامة أو بإحدى العقوبتين.

ومن الأشكال التي ظهرت فقط بالمصرى اليوم الفيديوجراف وشغل المرتبة الرابعة بنسبة ٨.٢% ، و اتخذ شكل ثابت رغم اختلاف المضامين المقدمة حيث اكتفي بعرض الصور الثابتة المتتالية التي يصابها نص ثابت مع وجود خلفية موسيقى دون وجود تعليق صوتي، كفيديوجراف حول الطريقة الأنسب للتخلص من شعر الوجه ، وفيديوجراف حول استخدام الأثاث متعدد الوظائف ، وفيديوجراف حول " ١٠ طرق لبناء القوة العقلية للرجال " ^(٦٧) يقدم نصائح مباشرة للرجال لتحسين حالتهم العقلية وتقليل التوتر ، وفيديوجراف حول تمرين مدته ٣ دقائق لتخليص الجسم من الدهون الفيديو يشرح بالصور الثابتة ولقطات متحركة كيفية عمل التمرين مع كتابة خطوات عمل التمرين ، كما بثت فيديوجراف حول كيفية تنظيف التكيف دون الحاجة لفي.

اللغة المستخدمة بالفيديوهات



تم الاعتماد بشكل أكبر في اليوم السابع على اللغة الفصحى بنسبة ٤١% وارتبط استخدام تلك اللغة بشكل كبير بالفيديوهات التي تم تصويرها داخل المؤسسة وبعض فيديوهات البث المباشر ، لذلك ارتبطت بشكل أكبر بالأشكال الصحفية الخاصة بنشرات الأخبار والقصص الإخبارية المباشرة التي تم تصويرها داخل المؤسسة ، استخدمت اليوم السابع اللغة الفصحى بالفيديوهات التي تعنى بالمحتوى العلمي وأحيانا تبتعد اللغة عن اللغة الصحفية وتقترب من اللغة العلمية التي يصعب على المتلقي العادي متابعتها ، كما انها تعتمد استخدام العناوين التي تنثير مخاوف القارئ لمتابعة الفيديوهات الطبية كفيديو بعنوان " هام جدا.. لو نومك قليل أو كثير فهناك كارثة في انتظارك.. ساعات النوم تؤثر على عقلك بشكل أكثر مما تتخيل!"^(٦٨)

في حين احتلت اللغة الفصحى المرتبة الثانية بالمصري اليوم بنسبة ٢٧% والتي تم الاعتماد عليها في بعض فيديوهات البث المباشر التي تعنى بالطقس، و ترى الباحثة اعتماد اللغة المستخدمة في تلك الفيديوهات على الصحفي نفسه فالصحفي يتخذ اللغة وفقا

لرغبته وليس لسياسة واضحة ، كما تم استخدامها في بعض القصص الإخبارية التي تم بثها وتصويرها داخل المؤسسة.

وتم الاعتماد بشكل أكبر على المزج بين اللغة الفصحى واللهجة العامية بالمصري اليوم واحتلت المرتبة الأولى بنسبة ٤٧% وهو ما يتناسب مع ارتفاع نسبة الاعتماد على البث الخارجي الذي يعتمد على لغة الصحفي نفسه ، كما يتناسب مع ارتفاع نسبة التقارير التي ترصد الأسعار من الشارع والأسواق والتعامل مع التجار باللهجة العامية حيث اعتمدت التقارير في المقدمات على اللغة الفصحى ثم الانتقال إلى اللهجة العامية في التعامل مع المصادر ، وهو ما ظهر في بعض الحوارات حيث يستخدم الصحفي اللغة الفصحى بالمقدمة ثم ينتقل إلى اللهجة العامية ليحاوّر بها المصدر كحوار مكرر حول فكرة لقد صنعها وانت تستطيع حول استخدام شاب لعصارة قصب متنقلة.

وجاء المزج بين اللغة الفصحى واللهجة العامية في المرتبة الثانية باليوم السابع بنسبة ٣٢% في بعض الفيديوهات وظهر المزج في بعض التقارير التي ترصد الأسعار وهو ما يظهر في مقدمة تلك التقارير التي غالباً ما تكون مقدمة تلخيصية ترصد الأسعار المختلفة للمنتجات باستخدام اللغة الفصحى، واستخدام اللهجة العامية في الحوار مع المصادر "التجار".

وفي الأخير اعتمدت اليوم السابع على اللهجة العامية بنسبة ٢٧% وتم استخدامها بشكل أكبر في الفيديوهات التي تستخدم الحوار الخدمي حيث يعتمد الصحفي على اللهجة العامية في التعامل مع المصادر وظهرت في بعض القصص الإخبارية المباشرة التي تعنى بالطقس وفقاً لرغبة الصحفي الذي يبث الفيديو، كما تم الاعتماد على اللهجة العامية في أغلب التقارير التي رصدت أماكن الخروج والتنزه، واستخدام لغة تميل إلى اللهجة العامية في العناوين " بعد ما هلت روائح الصيف الجو قلب وكورنيش مطروح فاضى بث مباشر" (٦٩)

واحتلت اللهجة العامية المرتبة الأخيرة أيضاً بالمصري اليوم بنسبة ٢٦% حيث اعتمدت بعض الحوارات على اللهجة العامية بشكل كامل، كما أن بعض القصص الإخبارية التي تعنى بالطقس تم فيها استخدام اللهجة العامية وهو ما يشير إلى عدم وجود سياسة ثابتة في فيديوهات البث المباشر .

التفاعل مع الفيديوهات الخدمية

اتاحت صفحة المصري اليوم وفيديو اليوم السابع للمتلقين إمكانية التعليق الفوري على الفيديوهات التي تبث بشكل مباشر والتي تم تصويرها داخل المؤسسات الصحفية ومن ثم الحصول على رجع صدى فوري ومباشر للفيديوهات ، كما يمكن للمتلقى الوصول لتلك الفيديوهات في أي وقت ، كما يمكن للمستخدم البحث عن الفيديوهات بالقسم الخاص بالفيديوهات بصفحة المصري اليوم وكذلك بفيديو اليوم السابع .

التعليقات

الوزن النسبي	اليوم السابع		المصري اليوم		طبيعة التعليقات
	%	ك	%	ك	
٥١.٢%	٥١.٨	١٣٢	٥٠.٦	١٢٤	التعليقات الناقدة
٣٤.٢%	٣٩.٢	١٠٠	٢٨.٩	٧١	تعليقات الاستفسار
٦.٨%	٥.٥	١٤	٨.٢	٢٠	التعليقات الساخرة
٧.٨%	٣.٥	٩	١٢.٣	٣٠	تعليقات الاستحسان
١٠٠	١٠٠	٢٥٥	١٠٠	٢٤٥	الإجمالي

تمثل التعليقات رد فعل فوري على المحتوى المقدم ونالت كل الفيديوهات تعليقات من قبل المستخدمين إلا أن بعض الفيديوهات لم تكن التعليقات ذات صلة بالمحتوى وقامت الباحثة بتحليل التعليقات التي تتعلق بالمحتوى المقدم ، تم التعليق على ٦٨ فيديو باليوم السابع بنسبة ٣٠.٩% ، وتم التعليق على ٥٨ فيديو بالمصري اليوم بنسبة تعليقات بلغت ٥٢.٧% ، وبلغ عدد التعليقات التي تم تحليلها باليوم السابع ٢٥٥ تعليقا ، بينما وصلت إلى ٢٤٥ بالمصري اليوم.

وجاءت التعليقات الناقدة للمحتوى في المرتبة الأولى بالصحيفتين وبلغت نسبتها ٥١.٨% باليوم السابع وهو ما ظهر بشكل كبير في التعليقات الخاصة بتقارير الأسعار حيث كذبت التعليقات الأسعار وشككت في مصداقية الصحف واليوم السابع ففي تقرير حول أسعار الفاكهة تدخل الصحفي بالرأي في مقدمة التقرير بالتأكيد على أن الأسعار " في متناول الجميع " وهو ما اثار استياء المتلقين بالتعليقات " كله كذب لا يوجد عندنا هذه الأسعار احنا في الزقازيق " " بيقولك الأسعار في متناول الجميع " وهو ما تكرر في تقرير آخر حول الأسعار فكتبت تعليقات " كفاية كذب واتقوا الله " " انتوا عايشين في بلد تانى غير مصر جايب طماطم ١٥ جنيه " " معروف عندنا في مصر الإعلام في وادى تانى غير الواقع " .

وفي أحد التقارير حول شراء الأضاحي بعنوان " اعرف امتى تشتري الأضحية تاجر استنى أسبوعين تاخذ حاجة نضيفة " وبعكس العنوان فإن التقرير يحمل رأى تاجر آخر ينصح بالشراء قبل اقتراب العيد وغلاء الأسعار وانتقد تعليق نصيحة التاجر بالانتظار " انت حرامى استنى أسبوعين وتاخذ حاجة قبل العيد السعر الضعف مش حاجة نضيفة "

ونال فيديو حول اكتشاف العلماء طريقة تزيد العمر بعنوان " العلماء يكتشفون سر خطير طريقة بسيطة تزيد عمرك ١٠ أعوام كاملة حلول سريعة قد تجعل حياتنا أطول " (70) تعليقات غاضبة من المتابعين الذين عبروا عن اعتراضهم على قدرة الإنسان على تمديد العمر الذي يحدده الله، ومن أمثلة التعليقات " يعنى الطريقة هتغير القدر والعمر اللي ربنا كاتبه " " يعطى الصحة ولا يطيل العمر " .

احتلت التعليقات الناقدة المرتبة الأولى بالمصري اليوم بنسبة ٥٠.٦% وهو ما يتناسب مع ما رصدته الباحثة من عدم تقديم محتوى خدمي يلبي احتياجات المتلقي، ومن أمثلة الفيديوهات التي نالت العديد من التعليقات الناقدة فيديو يستعرض عبر الحوار كيفية إصلاح اللببات الليد ونال الفيديو العديد من التعليقات الناقدة لأداء الصحفي "سيبه هو يشرح" " المذيع رغاى اوى " " يا اخى هو بيتكلم فرنساوى كل كلمة تعيدها " " المذيع هو الى بيشرح مش مديله فرصة يشرح " ، كما انتقدت التعليقات المحتوى نفسه ووجدته غير صحيح " يومين وهتضرب تانى لأنك كدة حملت قيمة القوات على باقى الليدات الأفضل انك تركب ليد مكان اللى باظ " ، " انت عملت قفلة في اللمبة وهنتور ربع ساعة وتضرب اللمبة تانى " " كدة غلط بتتحرق تانى يوم "

وانتقدت التعليقات محتوى فيديو بالمصري اليوم حول مشروع لتجارة الديدان أظهرت التعليقات عدم الجدوى الاقتصادية للفكرة " اتحدى لو جمعت طول السنة خمسة ستة كيلو انتم بتعيشوا الناس في الوهم" ، " مشروع ايه يا عم ده طعم للسماك يتواجد في الأرض الزراعية " " ده حال الصحافة في مصر أكيد الواحد مش محتاج يتكلم " " كذب أول الموسم الكيلو يباع من التجار من ٧٥ ل ١٠٠ جنيه " " المصري اليوم بيدور على أى حاجة تجيب له مشاهدة وخلص ، " للأسف الناس مش فاهمة الدود ده مفيد للتربية لأنه بيوسع مسامات الأرض ويخلى التربة فيها تهوية جيدة بس للأسف احنا شعب مدمر للأرض الزراعية "

وكذبت التعليقات الأسعار الموجودة بالتقارير ففي تقرير حول أسعار الأسماك الجملة قبل نزولها الأسواق اكدت التعليقات عدم صحة الأسعار، وهي السمة الغالبة في تلك النوعية من التقارير "الأسعار ملهاش دعوة بأرض الواقع تنزل بقى تشوف كلام تانى خالص " وجاءت الردود على التعليق " فعلا كلامك صحيح " " عندك حق الله فعلا " " أقسم بالله عندك حق بيضحكوا على الشعب ينزل الأسواق ويعرف "

انتقدت التعليقات المحتوى الطبى المقدم بفيديو بعنوان " لو بتعرق زيادة في الصيف يبقى الحل في حاجة واحدة " (٧) تنصح فيه الصحفية باستخدام مضاد التعرق والبيوتوكس فكتبت تعليقات " مش المفروض مضاد التعرق ده غلط استعماله كتير لأنه بيأثر على الغدد " " كلام غلط طيب الجسم ازاي يتخلص من الأملاح والمياه الزائدة فيه " " ما ذكرته غير منصوح به من الأطباء لأن التعرق صحى عموما ومتنفس للجسم ينصح بلبس الألبسة القطنية والواسعة وايضا بشرب الماء "

انتقدت التعليقات في تقرير حول التنزه بشواطئ الإسكندرية تصوير الأشخاص بدون إذن " عيب عليكم تصوروا الناس كدة " انت ازاي تقتحم خصوصية الناس كدة ، وفي الفيديو الخاص بمشروع بتربية النعام أشارت التعليقات إلى التركيز على الأرباح بدون التطرق إلى إمكانية الخسارة " كذب ومحدث يشترى وبطلوا تلبسوا الناس في الحيط " " كلام فارغ ونصب وبيع وهم للناس " " مفيش سوق لبيع المنتج دلوقتي نظرا للحالة الاقتصادية في مصر "

وتلى التعليقات الناقدة التعليقات التي ترغب في مزيد من المعلومات أو التوضيح والاستفسار فاحتلت المرتبة الثانية بالصحيفتين وبلغت نسبتها باليوم السابع ٣٩.٢% ففي فيديو حول كيفية تسجيل رقم التليفون ببطاقة التمويل على الموقع لم يتم التفاعل مع التعليقات الراغبة في مزيد من المعلومات " الناس الأميين لا يجيدون القراءة والكتابة ولا يحملون هاتف محمول مصيرهم ايه عرفونا لو سمحتم " " ايه الورق المطلوب " " اى رقم تليفون " اذا مسجل الرقم قبل كدة وقالى سجل برضه " وطرح تساؤلات لم يتم الإجابة عنها " الناس الى مريضة وكبيرة في السن تعمل ايه " " ورقم التليفون باسم ابني " " المولود هينزل امتي "

ونالت بعض الفيديوهات النوعين من التعليقات فانتهجت التعليقات تقرير حول ورش لتصنيع الأثاث بأسعار رخيصة لعدم توضيح المكان والاكتفاء فقط بذكر منطقة جسر السويس يستعرض التقرير تحويل عدد من الشباب حارتهم لتجمع عدد من الورش تعمل في تصنيع الأثاث ، ولم يتفاعل الصحفي مع التعليقات التي طالبت بمعرفة العنوان " العنوان فين " " يعنى مشاهدة فقط من غير عنوان " "كيفية التواصل أزاي " " تقرير غير مهني وفاشل جدا لا عنوان ولا تليفون وكل اهتمامكم بسعر المعارض " وطالب تعليق بمعرفة الوقت المستغرق في التصنيع " بتاخذ اد ايه وقت في تصنيعها "

وفي تقرير عن التنزه في حديقة صنعاء لم يذكر الصحفي مكان الحديقة وهو ما تم ذكره بالتعليقات " المفروض تقول في أى محافظة " " مكانها فين مش هنضرب بالودع " " هي دى فين " وردت إحدى التعليقات على التساؤلات " صنعاء في كفر الشيخ "، وهو ما تكرر في فيديو تم تصويره داخل الأزهر بارك بدون أى صوت فقط الشخص يصور أثناء تجوله داخل الحديقة دون وجود أى معلومات وظهر بالتعليقات الرغبة في معرفة المكان " فين الأزهر بارك لو سمحت " " فين المكان " المكان ده فين من فضلك "

وفي المرتبة الثانية بالمصري اليوم جاءت تعليقات الاستفسار التي تسعى للحصول على إجابة بنسبة ٢٨.٩% وهو ما تكرر بفيديوهات اليوم السابع وترى الباحثة أن التفاعل مع تلك التعليقات تثرى الجانب الخدمي فالغرض من صحافة الخدمات هو تسهيل حياة المتلقي، ومن أمثلة تلك التعليقات ما ورد بفيديو حول كيفية تجديد رخصة السيارة مقابل رسوم إضافية ، وحملت التعليقات العديد من التساؤلات دون رد مما يقلل من القيمة الخدمية للفيديو ، وترى الباحثة أن الرد على تلك التعليقات عن طريق أحد المتخصصين أو المسؤولين يحقق الجانب الخدمي بشكل أفضل من الفيديو الذي يكتفي بطرح معلومة يجدها المتلقي غير كافية ومن أمثلة التعليقات "عاوز أجدد رخصتي وأنا مسافر برة مصر" " عاوز اطلع رخصة ايه المطلوب " " تمام وحضرتك الرخصة الشخصية الخاصة " " ممكن تفاصيل أكثر " " وهل يجوز بالنسبة للموتوسيكل " " اسم الابليكشن ايه "

احتلت التعليقات الساخرة المرتبة الثالثة باليوم السابع بنسبة ٥.٥% كالمسخرية من تقرير بعنوان " تنظيف الأسماك مهنة يمتنها الآف السوايسة وشروط اجتيازها صعبة

لا تتخيلها" (٧٢) يتطرق إلى كيفية تنظيف أحد أنواع السمك " فكتب تعليق " بجد ببشيل القشر يالهوى تصدق مكناش نعرف"، والسخرية من فيديو حول شخص يقوم بعمل أيس كريم وهو مغمض " ماشاء الله ايشى خيال اليوم اللي بيعمل ايس كريم على عين مغمضة وبكرة اللي بيعملها بايد واحدة وبعده اللي بيعمل القهوة وهو ماشى على حبل ارحمونا "

في حين احتلت التعليقات الساخرة المرتبة الأخيرة بالمصري اليوم بنسبة ٨.٢% ومن أمثلتها ما ورد بفيديو استعرض ما أطلق عليه " استاكوزا الغلابية" في الوقت الذي أشارت فيه التعليقات إلى تصنيفه باعتباره نوع من الحشرات يطلق عليه " صراصير البحر " " احنا كدا هنسابق الصين ولا ايه"، وفي بث مباشر حول الطقس سخر تعليق من التصوير بصورة ثابتة مسلطة على أحد الطرق " طب ايه علاقة الشارع ده بالموجة اللي جاية ولا الموجة هتيجي من الشارع ده "

وفي الأخير باليوم السابع جاءت التعليقات التي تعبر عن استحسان المحتوى بنسبة ٣.٥%، ففي فيديو بعنوان " لو عندك الأعراض دي لازم تروح للدكتور فوراً علامات تشير إلى الإصابة بالسرطان احترس منها " نبه الفيديو إلى ضرورة الذهاب إلى الطبيب في حالة ظهور بعض الأعراض لاكتشاف المرض سريعاً والتعامل مع الأعراض بجدية حتى لا يتفاقم المرض، عبرت التعليقات عن الاستفادة من المحتوى " جزاك الله خيراً على المعلومات " " ربما تفيد الناس "

بينما احتلت التعليقات التي استحسنت المحتوى المقدم المرتبة الثالثة بالمصري اليوم بنسبة ١٢.٣% وهي نسبة أعلى من مثيلتها باليوم السابع، ففي حوار خدمي حول الذهب تم توجيه نصيحة بالاستثمار في الذهب كاستثمار أفضل من ادخار الأموال والنصيحة بشراء المعايير التي تنخفض مصنيعتها والشراء من الشركات التي تبيع بالفصوص"، استحسنت التعليقات الفيديو " برفو فيديو جميل ومفيد "

وبثت المصري اليوم حوار خدمي يقدم نصائح حول كيفية معرفة الأسماك الطازجة والأسماك الصالحة للأكل قبل الشراء وكيفية معرفة الأسماك السامة بعنوان " بث مباشر " لو نازل تشتري سمك خد بالك في أنواع سامة " سلطان السمك " هيعرفنا أزاى نعرف الأسماك الطازجة والصالحة للأكل قبل الشراء" (٧٣)

وهو من الفيديوهات الجيدة التي تم فيها الاستفادة من وجود الصورة في توضيح الأسماك الجيدة وكيفية التعرف عليها، وتوضيح المصدر وهو " أحد أصحاب المحلات " أن سمك الأرنب محظور بيعه وأن السمك يمتاز بعدم وجود سلسلة ظهر وأن السمك الطازج يكون لامع و متماسك والخياشيم حمرا، وهو ما نال استحسان المتابعين في التعليقات " برفو والله تغطية محترمة ومفيدة والرجل البياع متحدث وفاهم بيقول ايه والمذيعه بتسأل اسئلة واعية "

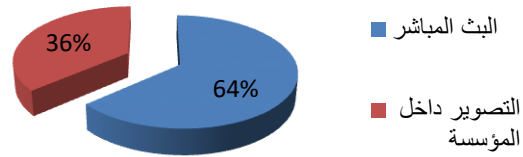
تشير النتائج إلى عدم التفاعل الكافي مع التعليقات فأحيانا يدفع الصحفي عن نفسه تهمة الكذب في الأسعار، كتفاعل الصحفي بالمصري اليوم مع التعليقات التي تكذب

الأسعار، فعلق الصحفي على عدم كذب الأسعار التي "تأتي مباشرة من المصدر التجار" ، وفي حوار خدمني حول التعرف على أسعار الشقق بمصيف رأس البر ، دار الحوار مع شخص يدعى " الحاج عربي " تطرق إلى أسعار الشقق التي تتراوح من ١٥٠ إلى ١٠٠٠ جنيه ، كذبت التعليقات إمكانية الحصول على شقة ب ١٥٠ جنيه وتفاعل الصحفي مع التعليقات وأكد المتحدث وجود تلك الأسعار بالشقق التي تبعد عن الشاطئ .

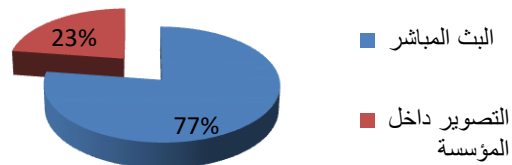
إلا أن في كثير من الفيديوهات لا يتجاوب الصحفي مع التعليقات التي تتفاعل مع المحتوى الأمر الذي يؤثر على مدى استفادة المواقع مع رجوع الصدى الفوري الى يتم الحصول عليه عبر تعليقات المستخدمين وهو ما يجب الانتباه إليه من قبل الصحف للاستفادة من تلك الميزة.

نوع الفيديو

نوع الفيديو بالمصرى اليوم



نوع الفيديو باليوم السابع



اعتمدت صحيفة اليوم السابع في الفيديوهات الخاصة بالمجال الخدمي بشكل أكبر على فيديوهات البث المباشر الخارجي بنسبة ٧٧% الذي تم تصوير أغلبه في الشارع لتغطية حالة الطقس بمحافظة مختلفة ، إلى جانب التصوير داخل الأسواق لرصد الأسعار ، وتلى ذلك التصوير داخل أماكن التنزه والخروج كما تم بث بعض الفيديوهات من بعض المطاعم الشعبية .

في إحدى فيديوهات البث المباشر التي تناولت الطقس بالإسكندرية يظهر تأثر تلك النوعية من الفيديوهات بغياب نص مسبق والاعتماد على قدرة الصحفي على عرض المعلومات ويكون أغلب ما يتم بثه ارتجالي يعتمد على مشاهدة الصحفي في فيديو بعنوان " أمطار خفيفة تضرب الإسكندرية بعد تحذيرات هيئة الأرصاد " " غيوم كثيفة في سماء الإسكندرية وحالة من التقلبات الجوية أمطار خفيفة على اسكندرية النهاردة ونشاط وحركة رياح وده بيؤدى إلى احساس ببرودة الطقس شفنا مع حضراتكم هطول أمطار خفيفة" وهو المحتوى الذي تم تكراره لأكثر من مرة بنفس الفيديو مع وجود فترات صمت طويلة دون تعليق صوتي من الصحفي ، وهو الأمر الذي تكرر بعدد من الفيديوهات التي اعتمدت معظمها على الكلام المرسل وأحيانا الإنشائي " الشمس سبحانه الله ربنا قادر على كل شيء احنا في فصل الصيف واليوم في انخفاض في درجة الحرارة الشتا هيرجع تانى أمطار خفيفة على المحافظات " .

وترى الباحثة تأثر تلك النوعية من الفيديوهات بعدم تأهيل الصحفي لتصوير فيديوهات البث المباشر ، و غياب النص المسبق الذي أثر على المحتوى وأدى إلى العديد من الفيديوهات التي يعيبها المط والتطويل وتكرار المعلومات ، واستخدام اللغة غير الصحفية ومعلومات لا تستند على مصدر بفيديوهات البث المباشر باستثناء بعض الفيديوهات التي تميزت بالاختصار والتركييز واستخدام لغة مهنية وهو الأمر الذي يشير إلى اعتماد جودة المحتوى على الصحفي نفسه دون مراجعة من الصحيفة ، كما أن عدم الإعداد المسبق من الصحفي أدى في بعض التقارير إلى عدم وجود معلومات تفيد القارئ.

توجيه الكاميرا في معظم الفيديوهات على صورة ثابتة فقط خاصة في فيديوهات الطقس ورصد الحالة المرورية حيث يتم تثبيت الكاميرا في اتجاه واحد ، ففي أحد الفيديوهات تم تسليط الكاميرا على عمود إنارة بالكورنيش ، عدم استخدام حامل للتليفون أدى إلى اهتزاز الصورة بعدد من الفيديوهات كتقرير عن أسعار البطيخ كانت الصورة غير واضحة كما أن هناك زوم للداخل والخارج أثر على جودة التقرير ونال تعليق ناقد " الصورة غير واضحة ومهزوزة " ، بعض الفيديوهات تم تصويرها بجودة سيئة كفيديو حول كيفية التفرقة بين سمك البوري والبلطي النيلي والبلطي المزارع ، حيث يظهر تعليق الصحفي بعد مرور ٣ دقائق وتظهر الصورة مجموعة من الأسماك داخل أحد المحال والصوت غير واضح فقط الأصوات العالية للبايعين في الخلفية.

وانقسمت تلك الفيديوهات إلى نوعين فاعتمد أحدهما على الصحفي فقط one person حيث يقتصر الفيديو على الصحفي فقط يتوجه بالحديث إلى المتلقي عبر قصص إخبارية مباشرة يقدم فيها الصحفي نصائح أو معلومات مباشرة للقارئ وظهرت بشكل أكبر في الفيديوهات التي تناولت الطقس، والنوع الثاني walk through ويعتمد على تجول الصحفي وظهر بشكل أكبر في التقارير التي ترصد الأسعار بالأسواق والتقارير التي تستعرض أماكن الخروج والتنزه.

وفي المرتبة الثانية تأتي الفيديوهات التي تم تصويرها داخل المؤسسة باليوم السابع بنسبة ٢٣% وظهرت في النشرات الإخبارية التي تناولت أحوال الطقس وأسعار الذهب، والقصص الإخبارية التي تناولت المحتوى العلمي والحوار عبر التلفون، وتميزت تلك الفيديوهات بوجود نص مسبق، كما تميزت بجودة الصوت والصورة.

واعتمدت المصري اليوم بشكل كبير على البث المباشر بنسبة ٦٤% وهو ما تم استخدامه في التقارير التي تنقل حركة الأسعار من الأسواق، كما تم استخدامه في القصص الإخبارية المباشرة التي عنيت برصد حالة الطقس كفيديو عن الطقس، الفيديو لا يعدو عن كونه تكرار لنفس المعلومة بالعنوان إلا جانب طرح معلومات بديهية كضرورة تشغيل المروحة بالمنازل واختفاء المارة من الشارع لارتفاع درجة الحرارة وهو ما لا يتناسب مع مدة الفيديو التي تتخطى ٧ دقائق تم فيها تكرار عبارة ارتفاع درجة الحرارة واختفاء المارة أكثر من مرة وهو ما تكرر في فيديو حول الطقس اعتمد البث على الكلام المرسل بعيدا عن اللغة الصحفية أو النقل عن المصادر " احنا موجودين هنا في محافظة بنى سويف على كورنيش النيل عايز اقولكم ان درجة الحرارة ٤٢ درجة لكن على أرض الواقع الشمس قوية جدا " ثم التطرق إلى الحديث عن خلاف بقرية وشهادة الثانوية العامة " ثم العودة إلى موضوع الطقس " زى منتوا شايفين رجل بدأ يضع مياه على الموتور بسبب الارتفاع الشديد لدرجة الحرارة " فكانت السمة الغالبة المط والتطويل، وهو ما اتفقت فيه المصري اليوم مع اليوم السابع حيث غاب الإعداد الجيد لتلك النوعية من الفيديوهات فاعتمدت على الصحفي نفسه في اللغة المستخدمة والمصادر التي يرجع إليها وهو الأمر أيضا أدى إلى تكرار الأفكار وتشابه الفيديوهات.

واستخدمت المصري اليوم البث المباشر الداخلي كتصوير فيديو مباشر من داخل مطحن للبن لمعرفة الفرق بين البن الأصلي والمغشوش وطرق الحفاظ عليه، والهدف من الفيديو لم يتحقق فالغرض هو توضيح الفرق بين البن الأصلي والمغشوش إلا أن الإجابة لم توضح الفرق بين البن الأصلي والمغشوش فالمصدر ذكر فقط أن الغش يتم عن طريق تحميص القمح مع البن وطحنه، ولم يتطرق الفيديو لكيفية الحفاظ على البن، وهو ما لم يحقق المستوى الخدمي المطلوب من الفيديو، والبث المباشر من داخل مكتب الدكتور في حوار حول الشخير أثناء النوم، كما تم البث من داخل محل للذهب بفيديو حول كيفية التفرقة بين الذهب المغشوش والذهب السليم إلا أن صورة الفيديو غير واضحة ومهزوزة والفيديو يعانى من وجود العديد من التقطيع والاهتزاز.

وانقسمت تلك الفيديوهات إلى نوعين فيديو يعتمد على الصحفي فقط one person حيث يقتصر الفيديو على الصحفي فقط يتوجه بالحديث إلى المتلقي عبر قصص إخبارية مباشرة يقدم فيها الصحفي نصائح أو معلومات مباشرة للقارئ وظهرت بشكل أكبر في الفيديوهات التي تناولت الطقس، وهو ما اتفقت فيه مع اليوم السابع، والنوع الثاني walk through فيعتمد على تجول الصحفي وظهر بشكل أكبر في التقارير التي ترصد الأسعار والتي تم تصويرها بالأسواق وتقارير أماكن التنزه والخروج .

وفي المرتبة الثانية بالمصري اليوم تأتي الفيديوهات التي تم تصويرها داخل المؤسسة بنسبة ٣٦% وتميزت بكونها أفضل في جودة الصوت والصورة من فيديوهات البث المباشر إلا أنها كانت أقل جودة من التي تم بثها باليوم السابع كالقصص الإخبارية التي لم تتعدى مدتها دقيقة واحدة وتناولت أكثر من مضمون صحفي وتميزت بوجود نص مسبق إلا أنه غير كافي نظرا لقلّة المدة الزمنية التي التزمت بها تلك النوعية من الفيديوهات ، والنشرات الإخبارية التي تم استخدامها بشكل أقل من اليوم السابع .

خاتمة الدراسة

تقييم استخدام اليوم السابع والمصري اليوم لصحافة الفيديو في تقديم فيديوهات خدمية تفيد القارئ

سعت الدراسة للتعرف على مدى نجاح المصري اليوم واليوم السابع في توظيف صحافة الفيديو في تقديم فيديوهات تحقق الجانب الخدمي وتقدم للقارئ مادة تساعده في حياته اليومية وتسهل حياته ، ووجدت الباحثة من واقع الدراسة التحليلية عدم استفادة الصحف في كثير من الفيديوهات من تقنية الصورة في تقديم الجانب الخدمي فاكتفت فيديوهات الطقس التي اعتمدت على فيديوهات البث المباشر على صورة موجهة فقط نحو شارع تسير فيه السيارات وتكون الصورة موجهة فقط نحو الشارع وبالتالي عدم الاستفادة من الصورة .

وهو الأمر الذي تكرر في التقارير الاقتصادية التي ترصد أسعار الفاكهة والخضروات وفقا لأسواق الجملة والتي تختلف عن الأسعار التي يشتري بها المتلقي ، خاصة التقارير التي تناولت فقط المزادات الخاصة ببيع الفاكهة والخضار لتجار التجزئة حيث يكتفى الصحفي بتوجيه الصورة نحو الخضروات والفاكهة وأحيانا لا يعلق بما يفيد المتلقي ويكتفى بنقل صورة غير واضحة للمزاد وبالتالي عدم الاستفادة من وجود صورة ، ولم تستفد الصحف من تقنية الصورة في كثير من الفيديوهات التي تكررت لرصد أسعار الأضاحي واختيار الأضحية الأنسب حيث اعتمدت تلك الفيديوهات على التنقل داخل الأسواق وسؤال التجار عن الأسعار إلا أنها لم تهتم بعرض الأضحية الأنسب بالصورة الأمر الذي ترجعه الباحثة لعدم الإعداد الجيد للفيديوهات والاعتماد على المصادر المتاحة من التجار بالأسواق التي ترغب فقط في البيع .

استخدمت المصري اليوم الفيديوجراف لعرض أسعار بعض المنتجات كالبتروول وأسعار الألبان واكتفت بعرض صور ي صاحبها نص مع خلفية موسيقية وهو ما يمكن

استبداله بانفوجراف ثابت يمكن للمتلقى من خلاله الحصول على نفس المحتوى بشكل أسرع .

ترى الباحثة الاستفادة من تقنية الصورة فى بعض الفيديوهات التى تستعرض أنواع الأسماك الطازجة حيث يستعرض التاجر بالصورة كيفية معرفة السمك الطازج من خلاله قوام السمك ولونه وهو ما يفيد المتلقى .

وفى مجال التنزه والخروج تم تقديم العديد من التقارير التى تحمل صورة غير واضحة لأماكن تنزه أغلبها بالحدائق خاصة حديقة الحيوان التى تكرر النشر عنها أكثر من مرة والصورة تفيد المتلقى فى التعرف على تلك الأماكن إلا أن جودة الصورة بالفيديوهات وعدم وضوحها خاصة فى بعض المناطق التى تم التصوير بالشارع كفيديوهات بإمبابية وغياب المعلومات التى تفيد المتلقى عن كيفية الوصول والأسعار بالأماكن وأحيانا غياب المعلومة الرئيسية الخاصة باسم المكان الذى يتم التصوير به أثر على فائدة الفيديوهات و عاب تلك الفيديوهات عدم وضوح أيضا الصوت .

وفى مجال العلوم والصحة قدمت اليوم السابع العديد من القصص الإخبارية المباشرة التى تم تصويرها داخل المؤسسة وقد تميزت تلك الفيديوهات بوضوح الصورة ، إلا أن اليوم السابع اكتفت بعرض الصور الثابتة مع صوت الصحفية الذى يشرح المعلومات العلمية بلغة صعبة للمتلقى وترى الباحثة أن تقديم المعلومات عبر صور متحركة قد يساعد على فهم المعلومات الطبية بشكل أفضل من الصور الثابتة الذى يتم تكرارها دون الشرح عليها ، كفيديو حول علامات تظهر تدل على الإصابة بالسرطان ذكر الفيديو معلومات عن السرطان والأعراض التى تنذر بالإصابة به والفرق بين أعراض السرطان والعلامات التى تدل على الإصابة بأمراض أخرى ، ترى الباحثة أن استضافة دكتور يشرح بالصور أفضل من سرد معلومات علمية بدون الاستفادة من تقنية الصورة بالفيديو لأن الصور المتتالية التى تظهر بجوار الصحفية لم يتم استخدامها فى الشرح وتم الاكتفاء بعرضها بشكل متتالي لا يستفيد منه القارئ.

استفادت بعض الفيديوهات التى تعنى بالطهى من وجود صورة تسمح للمتلقى بمشاهدة كيفية عمل بعض الأطعمة عبر الصورة كفيديو حول عمل طيف فول مدخن ، وفى مجال التعليم قدمت اليوم السابع قصة إخبارية مباشرة حول المدارس البديلة عن الثانوية العامة وشروط القبول بها وعدد سنوات الدراسة وترى الباحثة صعوبة إمام المتلقى بهذا الكم من المعلومات عند مشاهدة الفيديو لأول مرة و سرعة سرد المعلومات ، وبالتالي التوظيف الخاطيء للصورة التى يمكن الاستغناء عنها والاكتفاء بالكتابة حيث يمكن الرجوع للمعلومات بشكل أسهل خاصة فى حالة عرض معلومات لا تحتاج لشرح بالصورة ، فى الوقت الذى استفادت منه المصرى اليوم من تقنية الفيديو ووجود صورة يشرح من خلالها مدرس رياضيات طريقة سهلة لمعرفة جدول الضرب دون الحاجة للحفظ .

رصدت الباحثة بعض الملاحظات في الفيديوهات التي تم تحليلها بالبحث يجب أن تراعى من قبل الصحفيين ومن قبل المؤسسات الصحفية لتقديم محتوى خدمي أفضل للمتلقي:

قبل التصوير

- تشابه الأفكار المطروحة بالفيديوهات الأمر الذي ظهر بشكل واضح في تكرار الفيديوهات الخاصة بالطبخ وأسعاره وكيفية التفرقة بين النوع الجيد والسيء، وتكرار الفيديوهات التي تعنى بمشروع عصارة القصب المتنقلة، وأفكار المشروعات الربحية.
- الاهتمام في المضمون الاقتصادي برصد الأسعار مع عدم مراعاة اختلاف الأسعار وفقا للمنطقة الجغرافية فرصد أسعار الأسماك من محافظات كالإسكندرية يختلف عنه في محافظات أخرى وهو ما ظهر في التعليقات التي تكذب الأسعار التي تتفاوت في بعض الأحيان من منطقة لأخرى ، تقديم بعض المشروعات الاقتصادية وعرضها في صورة المشروعات الناجحة والتركيز على تربية الحيوانات ، وعدم إلقاء الضوء على مخاطر تلك المشروعات والاقتصار في الصحيفتين على نفس المصدر " المهندس بهاء " الذي يمتلك أكثر من مزرعة لتربية الغزلان والنعام والدواجن .
- الاعتماد في المضمون العلمي على مصادر غير موثوقة وهو ما ظهر في تضارب بعض المعلومات بالفيديوهات وجاء بالتعليقات كضرورة استخدام مضاد للتعرق دون الرجوع لطبيب وإظهار نتائج تجارب على الفئران بالعنوان وكأنها مثبتة للبشر وهو الأمر الذي يجب مراعاته في تقديم المضمون الطبي والرجوع إلى مصادر يمكن الاعتماد عليها.
- عدم الإعداد المسبق من حيث جمع المعلومات حول الموضوع الأمر الذي أثر بشكل كبير خاصة في الحوارات الخدمية التي اعتمدت فقط على مدى خبرة المصدر وإلمامه بالمعلومات التي تفيد القارئ.
- عدم الاختيار المناسب للمصادر والاعتماد على المتاح فقط في كثير من التقارير والحوارات كالاعتماد على التجار التي ترغب فقط في البيع بأعلى سعر وسؤالها عن المواصفات الجيدة في البضائع.
- يجب على الصحفي زيارة المكان المراد تصويره قبل التصوير الأمر الذي يتيح له التعرف على أفضل أماكن التصوير واختيار التوقيت المناسب للتصوير.
- مراعاة الحديث المسبق مع المصادر والذي يسمح بتحديد مدى إلمام المصدر بالمعلومات التي تفيد القارئ وتحقيق الهدف من الحوار الخدمي.

- مراعاة عدم التداخل بين المادة الخدمية والإعلانية خاصة في الفيديوهات التي تم تصويرها داخل مطاعم أو محلات تابعة للمصادر .
- الإلمام بالمعلومات الخاصة بفكرة الفيديو قبل التصوير لطرح اسئلة تفيد القارئ وتحقق المحتوى الخدمي فكثير من الحوارات تم توجيهها من المصادر ولم ينجح الصحفي في إدارة الوقت وتوجيه الحوار ليفيد المتلقي

أثناء التصوير

- الاعتماد في عدد من فيديوهات البث الخارجي على مايك واحد فقط الأمر الذي أثر على جودة الصوت وعدم وضوحه، إلى جانب وجود بعض الفيديوهات باليوم السابع لا يظهر بها التعليق الصوتي حيث تظهر الصورة فقط دون وجود صوت الصحفي. وبالتالي تنصح الباحثة الصحفيين بضرورة توفير أكثر من مايك للحصول على جودة أعلى للصوت.
- الاستفادة المحدودة من تقنية الفيديو وعدم الاعتماد على الصورة والاكتفاء فقط بالمعلومات التي يسردها المصدر وبالتالي يمكن الاكتفاء بالنص دون الحاجة إلى استخدام الفيديو، فكثير من الفيديوهات لم تظهر بالفيديو كيفية التفرقة بين الأنواع كفيديو معرفة البن الجيد من المعشوش بالمصري اليوم.
- اهتزاز الصورة وعدم جودتها في عدد من التقارير لعدم اعتماد الصحفي أثناء التصوير على حامل يجعل الصورة أكثر ثباتاً، وينصح باستخدام حامل للكاميرا أو الموبايل يستخدم أثناء التصوير للحصول على صورة واضحة غير مهتزة.
- ينصح بعدم استخدام " الزووم " أثناء التصوير للحصول على صورة بجودة أفضل.
- تركيز التصوير في فيديوهات البث الخارجي للطقس على زاوية واحدة لشارع تسير به السيارات الأمر الذي تكرر في كل الفيديوهات التي رصدت الطقس بالصحيفتين، وفي أحد الفيديوهات كانت الصورة مسلطة على عمود بالشارع ، وجاءت جودة الصورة سيئة وبها اهتزاز شديد في الفيديوهات التي تناولت أماكن الخروج والتنزه خاصة الملاهي في الأماكن الشعبية ، والاكتفاء في التقارير التي تناولت مزايدات الأسعار على صورة مسلطة على الفاكهة وبعض التجار لمدة طويلة لا تفيد القارئ ولا تقدم له معلومات جديدة.
- ترى الباحثة ضرورة الإعداد الجيد للصحفيين وتدريبهم على التصوير الخارجي لمنع الاهتزاز بالصورة والاعتماد على مايك خارجي لتحسين جودة الصوت الذي ظهر بشكل مشوش في عدد من التقارير التي تم تصويرها بالأماكن المزدهمة كالأسواق وأماكن التنزه.

- عدم مراعاة الخصوصية الخاصة بالأفراد قبل التصوير، وتصوير الفيديوهات بدون إذن مسبق من الأشخاص خاصة في الفيديوهات التي رصدت حركة الأسواق ورصدت بعض أماكن الخروج والتنزه
- غياب تفاعل الصحفي مع التعليقات والرد على اسئلة المتابعين الأمر الذي أثر بالسلب على جودة المحتوى المقدم، وترى الباحثة في كثير من الفيديوهات التي تعنى بالشأن القانوني ضرورة وجود خدمة الرد على المتابعين للإجابة على التساؤلات المطروحة الأمر الذي يثرى الجانب الخدمي بالفيديوهات ويحقق نسبة تفاعل أعلى من قبل المتلقين.
- عدم الاهتمام بطرح كل المعلومات الخدمية التي يحتاجها المتلقي الأمر الذي وصل إلى بعض الجوانب الأساسية كعنوان المنتزه أو الحديقة.
- عدم وجود نص مسبق بفيديوهات البث المباشر الأمر الذي أدى إلى المط والتطويل والاعتماد على لغة غير صحفية وظهور العديد من العبارات الإنشائية.
- عدم تناسب مدة الفيديو مع المحتوى المطروح ووجود فترات تظهر دون تعليق صوتي من الصحفي أدت إلى مزيد من المط والتطويل.

لإنتاج فيديوهات خدمية بمستوى جيد يحقق للمتلقى الفائدة المرجوة تنصح الباحثة بضرورة:

- التدريب الجيد للصحفيين بالمؤسسات الصحفية وإعداد دورات تدريبية في صحافة الفيديو وصحافة الموبايل لتحسين جودة الفيديوهات من حيث الصوت والصورة.
- التنسيق بين الصحفيين والإدارة الخاصة بالصحف حتى لا تتداخل الأفكار ويتم إنتاج الفكرة بأكثر من فيديو.
- توفير دعم يسمح للصحفيين امتلاك الأدوات التي يحتاجها الصحفي لإنتاج فيديو بجودة جيدة.
- التأكيد على مراعاة الجوانب الأخلاقية في التصوير كالتصوير بدون إذن أو التصوير بغرض الدعاية للمكان الذي يتم التصوير به.
- التأكيد على تطوير المناهج الخاصة بتدريس طلاب الإعلام بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة لإعداد الطلاب لمواجهة المتغيرات الجديدة التي يتطلبها العمل الصحفي كالقدرة على التصوير والمونتاج وكتابة المحتوى الرقمي.

المصادر والمراجع

- ١- اسلام موسى زملط، واقع أشكال الخدمات في الصحفية الفلسطينية اليومية دراسة تحليلية ميدانية مقارنة ، ماجستير ، كلية الآداب ، الجامعة الإسلامية بغزة ، ٢٠١٩ ، ص ٢
- ٢- مصطفى فتحي، محتوى يمكن للناس استخدامه بحياتهم" .. تعرفوا إلى عالم الصحافة الخدمية الشيق، شبكة الصحفيين الدوليين، ٢٠١٨ .

<https://ijnet.org/ar/story/%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D9%89-%D9%8A%D9%85%D9%83%D9%86-%D9%84%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B3-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85%D9%87-%D8%A8%D8%AD%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D9%87%D9%85-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81%D9%88%D8%A7-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D9%8A%D9%82>

٣- وليد عبد الفتاح وعبدالخالق إبراهيم، إدراك طلاب الإعلام لمفهوم صحافة الفيديو الإلكترونية واتجاهاتهم نحوها، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، مارس ٢٠١٧ ، ص ٨٠.

٤- وفاء جمال، تطبيقات الصحافة التليفزيونية في المواقع الإلكترونية المصرية ، ودورها في تطوير أساليب تقديم المحتوى الصحفي (دراسة تحليلية ميدانية) ، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ديسمبر ٢٠٢١ ، ص ص ١٤٧-٢٣٦

- 5- Carlos Lopezosa, Journalistic innovation: How new formats of digital journalism are perceived in the academic literature, journalism, 2021
- 6- Lindsay Palmer, "Breaking Free" from the Frame: International Human Rights and the New York Times' 360-Degree Video Journalism, Digital Journalism, 2020
- 7- Mila Bujic , Satisfaction and willingness to consume immersive journalism: experiment of differences between VR, 360 video, and article, paper presented to the 23rd International Conference on Academic Mindtrek, January 2020
- ٨- هشام فولى، استخدام تطبيقات الفيديو القصير وعلاقته بالآثار النفسية والاجتماعية لدى الجمهور ، مجلة البحوث الإعلامية ، كلية الإعلام جامعة الأزهر ، يوليو ٢٠٢٠ ، ص ص ٣٤٠٧-٣٤٦٢
- ٩- أحمد محمود، توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية، مجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري ، كلية الإعلام بنى سويف ، ديسمبر ٢٠٢٠ ، ص ص ١٥٩-١٧٨
- 10- Tanja Aitamurto, Normative paradoxes in 360° journalism: Contested accuracy and objectivity, new media & society, Vol. 21, N(1), 2018 , PP 3 –19
- 11- S. Shyam Sundar and others , Being There in the Midst of the Story: How Immersive Journalism Affects Our Perceptions and Cognitions,

CYBERPSYCHOLOGY,BEHAVIOR, AND SOCIALNETWORKING, V20, N 11, 2017.

- 12- S. Shyam Sundar and others, CAN IMMERSIVE JOURNALISM AFFECT PRESENCE, MEMORY, CREDIBILITY, EMPATHY AND SHARING? An Experimental Comparison of VR stories, 360 Videos and Text, Paper presented in the Communication Technology Division at the annual conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) Chicago, 2017

١٣- -وليد عبدالفتاح وعبدالخالق ابراهيم ، مرجع سابق

- ١٤- أيمن محمد وإيمان محمود، الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية: دراسة تحليلية سيميائية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، سبتمبر ٢٠١٧ ، ص ص ١٩١-٢٧٩ .

- 15- David Hedley, SOCIAL MOMENTS IN SOLO VIDEOJOURNALISM Conveying subjective social reality through editorial vision and video, Digital Journalism, 2012

Available at: <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.716630>

- 16- Mary Bock, You Really, Truly, Have to “Be There”: Video Journalism as a Social and Material Construction, Quarterly, Vol.88, N4, 2011, PP 705-718

- 17- Mary Bock, Newspaper journalism and video: Motion, sound, and new narratives, New Media & Society, 14(4), June 2012, PP 600-616

- 18- Sue Wallace, Watchdog or witness? The emerging forms and practices of video journalism, Journalism, Vol. 10, 2009, PP 684–701

- 19- Andreas Widholm and Ester Appelgren , A softer kind of hard news? Data journalism and the digital renewal of public service news in Sweden, new media & society, 1 –19, 2020

٢٠- اسلام موسى، مرجع سابق.

- ٢١- ليلي على، علاقة الأطر الأيدولوجية للمواقع الإلكترونية والصحفية المصرية بعناصر بنية خطاب الاستشارات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ٢٠١٨ .

- 22- Unni; Kristensen, Nete Nørgaard, Rethinking Constructive Journalism by Means of Service Journalism. Journalism Practice, N12 (6), 2018, PP 714-729

Available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470475>

- ٢٣- Folker Hanusch, BROADENING THE FOCUS The case for lifestyle journalism as a field of scholarly inquiry, journalism practice, 6(1), pp. 2-11, 2012

- ٢٤- Lynette Steenveld and Larry Strelitz , Trash or popular journalism? The case of South Africa’s Daily Sun, Journalism, 11(5), PP 531–547.

- ٢٥ Nikki Usher , SERVICE JOURNALISM AS COMMUNITY EXPERIENCE, journalism practice,2011

Available at: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2011.628782>

- ٢٦- حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، ط١ (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص ١١٣
- ٢٧- مرفت الطرابيشي وعبدالعزيز السيد، نظريات الاتصال (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦)، ص ٢١٩
- استعانت الباحثة بالدكتورة أسماء رمضان المدرس بقسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة لإعادة التحليل للتأكد من ثبات نتائج الاستمارة الخاصة بالتحليل .
- ٢٨- وفاء جمال، مرجع سابق.
- ٢٩- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٢٨ مايو ٢٠٢٢
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=1090770541786872>
- ٣٠- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ١٨ مايو ٢٠٢٢
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=367058108789431>
- ٣١- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ١٩ يونيو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=1059178764691930>
- ٣٢- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٣ مايو ٢٠٢٢
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=530191585429148>
- ٣٣- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٢١ مايو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=382324273946638>
- ٣٤- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٢٨ مايو ٢٠٢٢
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=1148993145954914>
- ٣٥- فيديو منشور بالمصرى اليوم بعنوان "زيادة في أسعار الألبان والجبن والبن.. تعرف عليه" بتاريخ ٩ مايو
متاح على : <https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/1119011205622226>
- ٣٦- فيديو منشور بالمصرى اليوم بعنوان "زيادة أسعار البنزين وتثبيت سعر الدولار"
متاح على : <https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/1558002734572485>
- ٣٧- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ٢ مايو ٢٠٢٢
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=417384569759477>
- ٣٨- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٥ مايو ٢٠٢٢
متاح على : <https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/1038513543426099>
- ٣٩- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٢ مايو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=1321567008351225>
- ٤٠- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٢ مايو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=353674289945688>
- ٤١- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٢٩ مايو
متاح على : <https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/391121749443627>
- ٤٢- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ١٠ مايو ٢٠٢٢
متاح على : <https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/1024072321820797>
- ٤٣- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ٣ مايو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=514076040325723>

- ٤٤- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ٤ مايو
<https://www.facebook.com/watch/?v=1149270235854288>
- ٤٥- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٢١ مايو ٢٠٢٢
<https://www.facebook.com/watch/?v=40834777596596>
- ٤٦- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٢ مايو
متاح على :
[/https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/323248596613487](https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/323248596613487)
- ٤٧- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٢٢ مايو ٢٠٢٢
متاح على <https://www.facebook.com/watch/?v=531905051937277>
- 48- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٢٨ مايو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=433089038649166>
- ٤٩- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٣ يونيو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=3206942196186132>
- ٥٠- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ١٣ مايو
<https://www.facebook.com/watch/?v=242678674730053>
- ٥١- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ١٧ مايو
متاح على :
[/https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/1208276089983183](https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/1208276089983183)
- ٥٢- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٨ يونيو ٢٠٢٢
متاح على :
[/https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/1478626982581621](https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/1478626982581621)
- ٥٣- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ١٠ يونيو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=1577865299263114>
- ٥٤- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ١٢ يونيو
متاح على :
[/https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/324754989850070](https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/324754989850070)
- ٥٥- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ٩ مايو ٢٠٢٢
متاح على :
[/https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/590456515361217](https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/590456515361217)
- ٥٦- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ١٦ مايو ٢٠٢٢
متاح على :
[/https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/1712373145782969](https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/1712373145782969)
- ٥٧- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ٢٩ مايو ٢٠٢٢
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=750388386093701>
- ٥٨- فيديو منشور بالمصرى اليوم بعنوان " بث مباشر | تعرف على طريقة صناعة بلاطة الثلج من داخل مصنع منذ الستينات " بتاريخ ١٩ يونيو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=442923750559585>
- ٥٩- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ١٦ مايو ٢٠٢٢
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=561255645414936>
- ٦٠- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٢٣ مايو ٢٠٢٢
متاح على :
[/https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/311627754503124](https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/311627754503124)
- ٦١- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٨ يونيو

- متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=1216109619198656>
62- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ١٨ مايو
متاح على :
[/https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/375582474361654](https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/375582474361654)
6٣- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ٢٠ مايو
متاح على :
[/https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/1395225597615785](https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/1395225597615785)
6٤- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٥ مايو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=578112660070107>
6٥ - فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٩ يونيو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=591529715620291>
6٦- فيديو منشور بالمصري اليوم بعنوان الحق والمستحق | ما حقوقك إذا تعرضت للإهمال الطبي
وفقا للقانون ؟ ، بتاريخ ١٠ مايو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=1449345585482049>
6٧- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ١٣ يونيو
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=687094286065035>
6٨- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ١٦ مايو ٢٠٢٢
<https://www.facebook.com/watch/?v=419986719594125>
6٩- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ٢٠ مايو
متاح على :
[/https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/549607986565028](https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/549607986565028)
٧٠- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ١٥ مايو ٢٠٢٢
<https://www.facebook.com/watch/?v=1161379657738052>
٧١- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ٣١ مايو ٢٠٢٢
متاح على : <https://www.facebook.com/watch/?v=1058976718378740>
٧٢- فيديو منشور باليوم السابع بتاريخ ١٨ يونيو ٢٠٢٢
متاح على :
[/https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/554616816341883](https://www.facebook.com/Youm7Videos/videos/554616816341883)
٧٣- فيديو منشور بالمصرى اليوم بتاريخ ١٤ مايو ٢٠٢٢
متاح على :
[/https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/1169765033843628](https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/1169765033843628)