

**عناصر الجودة فى محتوى صحافة الفيديو بالمواقع الاخبارية
واتجاهات النخبة الإعلامية نحوها
دراسة تطبيقية**

بحث منشور لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه

إعداد

يسرى محمد سعدى على

المستخلص

عنوان الدراسة: عناصر الجودة فى محتوى صحافة الفيديو بالمواقع الاخبارية واتجاهات النخبة الإعلامية نحوها

تستهدف الدراسة التعرف على عناصر الجودة المقدمة بصحافة الفيديو وعلاقتها باتجاهات النخبة الإعلامية نحوها، من خلال تطبيق منهج المسح الإعلامي في دراستين : احدهما تحليلية باستخدام استمارة تحليل المضمون لتحليل محتوى مقاطع الفيديو، المنشورة بصفحات المواقع، وتم حصر جميع مقاطع الفيديو من حيث الزمن والعدد، وقد تم إجراء التحليل الفني والموضوعي لكل مقطع، حيث جاء التحليل الفني ليشمل أحجام اللقطات، وزوايا الكاميرا، وأدوات الوصل بين اللقطات، وجودة التصوير، ووضوح الصوت، ودقة الإضاءة، بينما جاء التحليل الموضوعي ليشمل البيانات الأساسية لعرض وبث مقاطع الفيديو، والموضوعات التي تناولتها، وقالب عرض المحتوى المنشور خلالها، والإستimalات التي تستخدمها، في التأثير على المبحوثين. والثانية : وتشمل عينة عشوائية قوامها ٢٠٠ مبحوثاً من النخبة الأكاديمية والمهنية في مصر، شملت ١١٢ مفردة من أساتذة الإعلام ، فضلاً عن ٨٨ مفردة (مخرجين، مصورين، معدين، مونتيرين)، وذلك لرصد اتجاهاتهم نحو عناصر الجودة، المنشورة بصفحات المواقع، ومدى تفاعلهم مع المحتوى المنشور بمقاطع الفيديو، وحجم ثقته بهم، وكانت اهم نتائج الدراسة: -وجود علاقة ارتباطيه دالة احصائيا بين تفاعل النخبة مع محتوى الفيديو واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية واتجاهات النخبة نحو عناصر الجودة باستثناء (متغير طبيعة العمل) فضلاً عن عدم وجود علاقة ارتباطيه داله احصائيا بين متغيري (حجم التعرض-الثقة بمحتوى الفيديو) واتجاهات النخبة نحو عناصر الجودة. وجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين اعتماد النخبة على ملفات الفيديو في الحصول على المعلومات واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة. وجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين مدى اهتمام النخبة بمتابعة ملفات الفيديو واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة.

الكلمات المفتاحية : صحافة الفيديو- المواقع الاخبارية- النخبة الاعلامية

Abstract:

The study aims to identify the elements of quality presented in the video press and their relationship to the trends of the media elite towards it, through the application of the media survey method in two studies: One is analytical using the content analysis form to analyze the content of the video clips, published on the pages of the news websites the study sample, and all the video clips were counted in terms of Time and number, Technical and objective analysis was conducted for each clip, where the technical analysis came to include shot sizes, camera angles, tools for linking shots, imaging quality, sound clarity, and lighting accuracy, While the objective analysis came to include basic data for displaying and broadcasting video clips and topics. that you dealt with, the templates for displaying the content published in it, and the solicitations you use, to influence the respondents. The second: It includes a random sample of ٢٠٠ respondents from the academic and professional elite in Egypt, which included ١١٢ media professors at universities, as universities represent different orientations, as well as ٨٨ workers The Supreme Council of the Press and the Egyptian Television (directors, photographers, producers, Montereen), in order to monitor their attitudes towards the quality elements, published on the web pages, and the extent of their interaction with the content published in the video clips, and the extent of their confidence in it The most important results of the study were: - There is a statistically significant correlation between the elite's interaction with the video content and their attitudes towards quality elements. And there are statistically significant differences between the demographic variables and the elite's attitudes towards quality elements with the exception of the nature of work variable), as well as the absence of a statistically significant correlation between the variables (exposure size - confidence in video content) and trends Elite towards quality components. A statistically significant correlation was found between the elite's dependence on video files to obtain information and their attitudes towards quality elements. A statistically significant correlation was found between the extent of the elite's interest in following up on video files and their attitudes towards quality elements

Keywords : video journalism - news sites - media elite

مقدمة:

تحرص المواقع الإلكترونية على تغطية الكثير من الأحداث، بالاستعانة بالصور والفيديو، فالصورة التي كانت تعد ركنا اساسيا في تكوين الصفحة الورقية تضاعفت اهميتها، بسبب التقنيات الحديثة، وسهولة التقاطها، وسرعة ارسالها في تغطية الاحداث مؤخرا، في ظل التطورات التكنولوجية المتلاحقة، والتي أصبح من خلالها تداول مقاطع الفيديو امرا سهلا ، مهد الى ظهور "صحافة الفيديو"، والتي تعتمد على شخصية الصحفي المتكامل المهارات، وقيامه بعملية التصوير والمونتاج، وإرسال الفيديو الى موقع الصحيفة.

ونظرا للدور الذى يلعبه الفيديو في اضاء المصادقية للأحداث، فقد حرصت المواقع الإخبارية على نشر الفيديوهات على مواقعها، حيث أصبحت المواقع الإخبارية منافساً قوياً للتلفزيون، ومن هنا تاتي هذه الدراسة لرصد ما تمتلكه مقاطع الفيديو المنشورة عبر المواقع الإخبارية من عناصر الجودة، مثل جودة الصوت وجودة الاضاءة وجودة التصوير نفسه والجودة في سهولة فتح مقطع الفيديو نفسه على الموقع، وجودة الاخراج وشريط الكتابة اسفل مقطع الفيديو المقدم، فضلاً عن معرفة اتجاهات النخبة الاعلامية نحو عناصر الجودة في محتوى صحافة الفيديو المقدم عبر صفحات المواقع الإخبارية.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بتقسيم الدراسات السابقة لدراسته إلى محورين

المحور الأول: ويشمل الدراسات التي تتناول صحافة الفيديو بالمواقع الإخبارية

المحور الثاني: ويشمل الدراسات التي تتناول اتجاهات النخبة

١- دراسة وداد هارون (٢٠٢١)، بعنوان: "أساليب التحرير الصحفي الإلكتروني وأدواته

المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة فى أشكال ومضامين المادة الإخبارية"(١)

وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام المواقع الإخبارية الإماراتية - بتوظيف أدوات التحرير الإلكتروني - وأساليبه المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة - في محتوى وشكل المادة الإخبارية ، والتعرف على كيفية إدماج عناصر الوسائط المتعددة (النص، الصورة، الفيديو، الرسوم، الإنفو جرافيك، الصوت) في المادة الإخبارية المنشورة عبر صفحاتها ، وهى دراسة

(١) وداد هارون، أساليب التحرير الصحفي الإلكتروني وأدواته المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة فى أشكال ومضامين المادة الإخبارية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، العدد ٢٢ ، (كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٢٠)

تحليلية، استخدمت منهج المسح، في الفترة من ١ يونيو إلى ٣٠ يونيو ٢٠٢١، والمنهج المقارن لمعرفة أوجه التشابه والاختلاف بين المواقع الإخبارية، واعتمدت على أداة تحليل المضمون الكمي والكيفي لعينة من المواقع وهي (موقع الشارقة، برق الإمارات، العين الإخباري)، وتوصلت الدراسة إلى أن جميع مواقع الدراسة - قد اتفقت في تقديم مضامينها الإخبارية - بثلاثة عناصر مندمجة الوسائط المتعددة وهي (النص، الصورة، الرسوم)، وحقق موقع العين الإخباري الصدارة بنسبة ٣٣%، يليه الشارقة بنسبة ٢٤%، وذلك من حيث توظيف العناصر.

٢- دراسة أماني رضا عبدالمقصود (٢٠٢٠)، بعنوان: "التجربة الترفيهية عبر منصات

خدمة الفيديو الرقمية العربية"(٢)

وتسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى ثراء المحتوى المقدم بالمنصات الرقمية، التي تقدم مقاطع الفيديو في الوطن العربي، ورصد عناصر المحتوى الذي تقدمه، والخدمات التي تقدمها للمستخدم، ومدى ثراء هذه العناصر، وفعاليتها في خدمة محتوى الفيديو، وقد اعتمدت الدراسة على التحليل الكيفي لعناصر ومحتوى المنصات الرقمية، بالاستناد إلى نظرية الثراء الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى أن المنصات الرقمية تتمتع بمزايا مختلفة، تتمثل في تعدد الأدوات التفاعلية المتاحة عبر صفحاتها، وتعدد قوالب عرض المحتوى، خاصة الخبر والتقارير، والموضوعات، التي تقدمها المعالجة الإخبارية لتلك المنصات، ومن ثم نجاح عناصر الجودة في دعم محتوى الفيديو، خاصة الصوت والصورة المتحركة.

٣- دراسة Yu Xiang (٢٠١٩) بعنوان: "الأخبار المنتجة من قبل الجمهور: صحافة

الإنترنت في الصين في عصر مقاطع الفيديو القصيرة"(٣)

وهدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية إنتاج المخرجات الصحفية لمنصات الفيديو القصيرة في الأوساط الإعلامية، وأنماط مشاركة الصحفيين في الإنتاج الفعلي للأخبار والمعلومات، وهي دراسة تحليلية لثلاث منصات إخبارية مختلفة تابعة لوكالة أنباء (شينخوا، وبير فيديو، كواي إنسايت)، وتوصلت الدراسة إلى تركيز المعالجات الإخبارية لمقاطع الفيديو على الموضوعات السياسية والترفيهية، واستخدامها لأطر الاهتمام والأخلاق الإنسانية، فضلاً عن أن الاستخدام المتزايد للتكنولوجيا من قبل صحفيي الفيديو - إنما يعزز مساهمتهم في النقاش العام حول بعض

(٢) أماني رضا عبدالمقصود، التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٥٥، العدد ١٣، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ٢٠٢٠)

(٣) Yu Xiang, User-generated news, Netizen journalism in China in the age of short video, *Global Media and China Journal*, Vol ٤, Issue ١, ٢٠١٩.

القضايا الاجتماعية ، ووضع قائمة لأولويات، تحكمها عوامل البيئة السياسية والأيدولوجية المقيدة والإنتاج التجاري ، والتي يعززها اقتصاد السوق النيوليبرالي.

٤- دراسة **Monika Djerf-Pierre, et al (٢٠١٩)** ، بعنوان : " دور الصحافة على موقع يوتيوب: مشاركة الجمهور في إعداد التقارير" (٤)

وهدفت الدراسة إلى رصد أشكال مشاركة الجمهور لمقاطع فيديو YouTube ، حول مقاومة مضادات الميكروبات (AMR)، الناجم عن الإستخدام المفرط، وإساءة استخدام المضادات الحيوية، ويركز التحليل على مقاطع فيديو YouTube الأكثر مشاهدة، في الفترة ما بين عامي (٢٠١٦ - ٢٠١٨)، ومقارنة سمات المشاركة المعبر عنها في التعليقات بمقاطع الفيديو الصحفية مع مقاطع الفيديو العلمية الشائعة، وهي دراسة تحليلية استخدمت منهج المسح والمنهج المقارن، وشمل التحليل النوعي ٣٠٤٠ تعليقاً في سبعة أشكال رئيسية من المشاركات رفيعة المستوى، وتوصلت الدراسة إلى أن ارتفاع مستوى جودة واحترافية مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة حول AMR على YouTube ، كمنصات تعليمية متخصصة، وقدرتها على توسيع مجال مناقشات الجمهور حول المسألة الاجتماعية والسياسية، وارتباط مقاطع الفيديو ارتبطت بالعوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، والتغيرات العلمية في مجال الطب.

٥- دراسة **بسمة سامي عبد الفتاح أبو رحال (٢٠١٩)**، بعنوان: "إنتاج المواقع الإخبارية لصحافة الفيديو ومدى اعتماد الجمهور عليها" (٥)

هدفت الدراسة التعرف على حجم إنتاج المواقع الإخبارية لصحافة الفيديو، ومدى اعتماد الجمهور عليها، وذلك من خلال تحليل محتوى مقاطع الفيديو المنشورة علي موقعي اليوم السابع وبوابة الأهرام الإلكترونية - في الفترة من (١ مارس ٢٠١٨ إلى ٣١ أغسطس ٢٠١٨)، والتي بلغ عددها (٦٣١٦) مقطعاً، فضلاً عن إجراء دراسة ميدانية شملت (١١) صحفياً من العاملين بصحافة الفيديو بالمواقع، وقد توصلت الدراسة إلى تصدر اليوم السابع للمواقع الإخبارية، من حيث عدد مشاهدات ومتابعات الجمهور، تليه بوابة الأهرام ، فضلاً عن امتلاكه لأكبر عدد من الفيديوهات المنشورة خلال فترة الدراسة، حيث بلغت عدد الفيديوهات المنشورة عبر صفحات اليوم السابع ٥٥٣٨ فيديو ، في مقابل ٧٧٨ فيديو لبوابة الأهرام، مما يعكس اهتمام القائمين على جريدة اليوم السابع، بنشر مقاطع الفيديو عبر موقعها الإلكتروني، وتقديم الخدمة الإخبارية بشكل جذاب، يثير انتباه الجمهور لمتابعة محتوى الفيديو.

١) monika Djerf-Pierre, et.al, The Role of Journalism on YouTube: Audience Engagement with 'Superbug' Reporting, **Media and Communication Journal**, Vol ٧, No ١, ٢٠١٩

(٥) بسمة سامي عبد الفتاح أبو رحال، إنتاج المواقع الإخبارية لصحافة الفيديو ومدى اعتماد الجمهور عليها، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنوفية كلية الآداب، قسم إعلام، شعبة صحافة، ٢٠١٩)

٦- دراسة ايمان محمد الغريب (٢٠١٨)، بعنوان: "محددات وسياسات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي" (٦)

وتناولت الدراسة رصد سياسات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية، وسمات تعليقات الجمهور على هذه المقاطع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وأداة تحليل المضمون، لتحليل محتوى مقاطع الفيديو والتعليقات المصاحبة لها في موقعي اليوم السابع وفيتو، وذلك في الفترة من ١ فبراير - ١٥ مارس ٢٠١٧، وقد وصلت الدراسة إلى تصدر القضايا والأخبار الاجتماعية للموضوعات التي تناولتها مقاطع الفيديو المنشورة بصفحات المواقع، وتصدرت الأخبار والتقارير للفنون الصحفية المستخدمة، وذلك بنسبة ٦٥% من إجمالي العينة، ثم الأخبار العاجلة بنسبة ٥٦.٤%، فضلاً عن وضوح المسئولية الأخلاقية لمقاطع الفيديو، والذي تجسد في احترام حقوق الفرد والكرامة الإنسانية، والارتقاء بالذوق العام، والدفاع عن المصالح العالمية الثانية: ويشمل الدراسات التي تتناول اتجاهات النخبة

١- دراسة رباب صلاح السيد (٢٠٢٠)، بعنوان: "تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا" (٧)

هدفت الدراسة عن تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا (كوفيد-١٩) في إطار نظرية المسئولية الاجتماعية، واقتصر مجتمع الدراسة على النخبة الأكاديمية الإعلامية من الجامعات المصرية، وطبقت الباحثة استمارة الاستبانة على عينة قوامها (١٠٠) مفردة، تم اختيارها بطريقة عمدية،

توصلت الدراسة إلى: وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا ومستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة، كما تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لمدى مهنية وأخلاقية تغطية وسائل الإعلام لأحداث أزمة فيروس كورونا، ومستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة.

^٦ إيمان محمد الغريب، محدّدات وسياسات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة في أخلاقيات النشر وخطاب تعليقات الجمهور، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام ٢٠١٨).

^٧ دراسة رباب صلاح السيد، |تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، كلية الاعلام، العدد الخامس والخمسون-الجزء الرابع، ٢٠٢٠).

٢- دراسة مصطفى الطائي ونصر الدين عثمان (٢٠٢٠ م)، بعنوان: اتجاهات النخب الإعلامية السودانية نحو تغطية وسائل الإعلام لأحداث الثورة^(٨)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات النخب الإعلامية السودانية نحو التغطية الإعلامية لأحداث الثورة ، مع توضيح مدي إسهامها في عكس صورة الأحداث ، وذلك في ظل تغطية إعلامية مشتركة بين وسائل إعلام سودانية وعربية ودولية ، إضافة إلي مواقع التواصل الاجتماعي ، وركزت الدراسة علي النخب الإعلامية في السودان والأدوار المفترض أن يقوموا بها للتعبير عن أحداث الثورة ، حيث تمت الاستعانة بالمنهج الوصفي لتوصيف مشكلة البحث ومسح عينة ممثلة لهذا المجتمع ، كما تم استخدام المنهج التحليلي لتحليل المعلومات والبيانات التي تم التوصل إليها في الدراسة الميدانية . ورأي ٨١٪ من مجتمع الدراسة أن تغطية المؤسسات الإعلامية لأحداث الثورة السودانية لم تكن متوازنة ، فيما أن ٧٨٪ من مجتمع البحث غير راضين عن تغطية المؤسسات الإعلامية للأحداث ، وأن ٦٩٪ من عينة الدراسة غير موافقين عن تغطية التلفزيون الرسمي السوداني.

٣- دراسة محمد محي الدين علي (٢٠١٨) ، بعنوان : "تقييم النخبة للأفلام السينمائية المصرية بعد ثورة ٢٥ يناير في ضوء معايير التربية الإعلامية"^(٩)

هدفت الدراسة للكشف عن تقييم النخبة للأفلام السينمائية المصرية بعد ثورة ٢٥ يناير في ضوء معايير التربية الإعلامية اعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح واستخدام اداه استمارة استبيان على عينه عشوائية بسيطة شملت (١٥٥) مفردة من النخبة المصرية (الاكاديميين والاعلاميين) واشتملت أيضا مجموعة النقاش المركزة على (١٥) فرد من افراد النخبة الأكاديمية والمهنية توصلت نتائج الدراسة الى وجود قصور في معايير التربية الاعلامية على الافلام السينمائية المصرية بشكل عام وافلام ما بعد ثورة ٢٥ يناير بشكل خاص وفقا لما اجتمعت عليه عينه الدراسة في المناقشة المركزة تفعيل معايير التربية الاعلامية وتطبيقها على الافلام السينمائية وفقا لاقتراح النخبة المصرية عينة الدراسة .

^(٨) مصطفى الطائي ونصر الدين عثمان ، اتجاهات النخب الإعلامية السودانية نحو تغطية وسائل الإعلام لأحداث الثورة ، دراسة ميدانية في الفترة من ٢٠١٩م إلي ٢٠٢٠م ، (مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد العاشر فبراير ٢٠٢٠م ، برلين : المركز الديمقراطي العربي ٢٠٢٠)

^(٩) محمد محي الدين ،تقييم النخبة للأفلام السينمائية المصرية بعد ثورة ٢٥ يناير في ضوء معايير التربية الاعلامية ، رسالة ماجستير ، غير منشوره ، (جامعة المنيا، كلية التربية النوعية ، قسم اعلام تربوى اذاعه وتليفزيون ٢٠١٨)

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للنخبة المصرية في تقييمهم للأفلام السينمائية في ضوء معايير التربية الإعلامية
وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رؤية النخبة حول مدى جودة الأفلام السينمائية وتقييمها لهم في معايير التربية الإعلامية .
أما للمجتمع.

٤- دراسة أنغام مجدى ابراهيم (٢٠١٨)، بعنوان: "التغطية الصحفية لقضايا التنمية المستدامة في مصر واتجاهات النخبة نحوها" (١)

هدفت الدراسة الى رصد وتحليل أحر التغطية التي استخدمتها الصحف القومية والحزبية والخاصة لمشروعات التنمية المستدامة في مصر وتحديد الفروق والاختلافات بين تلك الصحف فيما يتعلق بحجم الاهتمام ومصادر التغطية بالإضافة الى التعرف على اعتماد النخبة المصرية على الصحافة كمصدر لاستيفاء المعلومات عن قضايا التنمية المستدامة .

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي من خلال استمارتي تحليل المضمون والاستبيان وبالتطبيق على عينه بلغ حجمها (٤٣٦) ماده في الصحف ممثله في (صحيفة الاخبار ، الوفد ، اليوم السابع) في الفترة من ١٥ مارس ٢٠١٥ الى ٣٠ مارس ٢٠١٧ وتم تطبيقه على عينه عنديه من النخبة المصرية مثله في (النخبة الأكاديمية الإعلامية ، الاقتصادية) بلغ قوامها (٣٠١ مفردة) .

توصلت نتائج الدراسة الى :

جاءت ثقة النخبة (عينة الدراسة) في المعلومات التي تقدمها الصحيفة حول قضايا التنمية (الى حد ما) حيث سجلت ١٨٩ تكرار الفهم في المقام الاول
جريدة اليوم السابع أفضل الصحف الخاصة التي يتابعها النخبة من حيث معدل قراءتها بنسبة ٢٤%

^١ أنغام مجدى ابراهيم ، التغطية الصحفية لقضايا التنمية المستدامة في مصر واتجاهات النخبة نحوها ،رسالة دكتوراه غير منشوره ،(جامعة المنصورة : كلية الآداب ، قسم الاعلام ٢٠١٨)

٥ - دراسة أسماء جلال (٢٠١٨ م)، بعنوان: "اتجاهات النخبة الإعلامية السعودية نحو تشريعات الإعلام الجديد في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية"^(١١)

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة الإعلامية السعودية نحو تشريعات الإعلام الجديد ، وذلك من خلال التعرف علي مدى تطبيق النخبة الإعلامية السعودية لتشريعات الإعلام الجديد ، والتعرف علي العلاقة بين اتجاه النخبة الإعلامية نحو تشريعات الإعلام الجديد ومسئوليتهم نحوها في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية ، واعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي بمسح العينة التي تكونت من (٢٠٠) من الأكاديميين والمهنيين في قطاع الإعلام بالمملكة العربية السعودية .

توصلت الدراسة الي: تأيد اتجاهات النخبة الإعلامية السعودية لتشريعات الإعلام الجديد وملاءمتها لمبادئ المسؤولية الاجتماعية ، كما أكدت عينة الدراسة من النخبة الإعلامية السعودية ضرورة سن قوانين تنظيمية للعملية الإعلامية موازية لقوانين الجرائم المعلوماتية .

٦ - دراسة فاطمه الأحمدى ابراهيم محمد(٢٠١٨)، بعنوان: "تصميم وتحرير المضامين الإخبارية على المواقع الإلكترونية للصحف المصرية واتجاهات النخبة نحوها"^(١٢)

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اتجاهات النخبة الأكاديمية والاعلامية نحو مواقع الصحف الإلكترونية بصفه عامه والمضامين الإخبارية تنشرها هذه المواقع بصفه خاصه وجهة نظرهم في اداء هذه المواقع ومدى استفادتهم من هذه المواقع واعتمدت الدراسة على منهج المسح واستخدام استمارة استبيان على عينه من النخبة الاعلامية وايضا تحليل كفي وكمي لعملية تصميم وتحرير المضامين الإخبارية التي تم نشرها على مواقع الصحف المصرية عينة الدراسة وتوصلت الدراسة الى

اهتمام المواقع عينة الدراسة ونشر المواد الإخبارية ذات المضمون الجاد حيث تفوقت فئة الموضوعات الجادة وذلك بنسبة ٥٧.٥% ثم الموضوعات الخفيفة بنسبة ٤٢.٢% .

^{١١} أسماء جلال، اتجاهات النخبة الإعلامية السعودية نحو تشريعات الإعلام الجديد في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (المملكة العربية السعودية : جامعة الملك عبد العزيز ٢٠١٨)

^{١٢} فاطمه الأحمدى ، تصميم وتحرير المضامين الإخبارية على المواقع الإلكترونية للصحف المصرية واتجاهات النخبة نحوها ،رسالة ماجستير غير منشوره (جامعة الزقازيق ،كلية الآداب قسم الاعلام ٢٠١٨)

هناك اتفاق في وجهات النظر بين النخبة الأكاديمية والإعلامية على ان اهم مميزات النص الإخباري هو امكانية تكبير النص وذلك من خلال تكبير الشاشة وذلك لوضوح الخط وخاصة بالنسبة للقراء كبار السن

وجود نسبه كبيره من افراد العينة أكدوا على ان المقاطع الصوتية المرفقة بالأخبار المنشورة على مواقع الصحف المصرية تعمل على تدعيم المعلومات وتقديم صورته حيه للحدث كما تضيف من مصداقية المعلومات المتضمنة في المادة الإخبارية

كما تؤكد الدراسة على اتفاق النخبة الأكاديمية والإعلامية على ان اهم الصعوبات التي تواجههم اثناء تعرضهم للمقاطع الصوتية الموجودة على مواقع الصحف عينة الدراسة هي بطيء تحميل هذه المقاطع .

التعليق على الدراسات السابقة:

١- تناولت الدراسات السابقة تحليل محتوى صحافة الفيديو بالمواقع الإخبارية، بينما تتناول دراسة الباحث تحليل آليات بث عناصر الجودة بمقاطع الفيديو.

٢- تناولت الدراسات السابقة اتجاهات الجمهور نحو صحافة الفيديو، بينما تتناول دراسة الباحث اتجاهات النخبة نحوها.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تعددت أوجه إستفادة الباحث من الدراسات السابقة لتتمثل في :

١- توفير بيانات ومعلومات تساعد الباحثة في كيفية المعالجة الإحصائية التي قد تساعد في إجراء الدراسة

٢- استخدام الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة (نظريتي ثراء الوسيلة، قبول التكنولوجيا).

٣- تحديد ووضوح أكبر للمشكلة البحثية ، وكيفية صياغتها.

٤- وضوح أكبر لأهداف الدراسة، وعرضها بشكل يتناسب مع تساؤلاتها.

٥- وضع تساؤلات وفروض الدراسة الحالية .

٦- تحديد الحدود والمتغيرات بشكل يتناسب مع طبيعة الدراسة.

مشكلة الدراسة :

مع انتشار المواقع الإلكترونية، واستخدامها في تقديم الخدمات الإخبارية بأنيّة وسرعة فائقة، واتساع نطاق شعبيتها وقاعدتها الجماهيرية مؤخرًا، فقد اهتمت الصحف بإنشاء بواباتٍ

إلكترونية، تقدم من خلالها المادة الإخبارية، خاصة مع اتجاه القائمين عليها بتقديم المحتوى الإخباري، بشكل يجذب انتباه الجمهور، لمتابعة محتوى الموقع، مما أدى إلى ظهور أشكال صحفية مستحدثة سُميت بصحافة الفيديو، والتي تعتمد على استخدام عناصر جذب مختلفة، كالصوت، والصورة المتحركة، والإضاءة، والخدع البصرية، تستهدف جذب انتباه الجمهور إلى محتوى الفيديو، وهو ما دعا الباحث إلى الاهتمام برصد الأساليب الفنية لنشر هذه العناصر بمقاطع الفيديو، وأنظمة بثها، فضلاً عن إبراز الموضوعات التي تناولتها المعالجة الإخبارية لمقاطع الفيديو التي تضمن تلك العناصر، ونظراً لأن النخبة هي الفئات الأكثر خبرةً وقدرةً على تقييم هذه العناصر، فيما يتعلق بفاعليتها في خدمة محتوى الفيديو، من هنا جاءت مشكلة الدراسة لتدور حول التعرف على عناصر الجودة المقدمة فى مقاطع الفيديو، المنشورة بصفحات المواقع، ورصد اتجاهات النخبة نحوها، ومن هنا يطرح الباحث التساؤل الرئيسي لدراسها كالتالي:

ما آليات تحرير مقاطع الفيديو المنشورة بصفحات المواقع الإخبارية، وعلاقتها باتجاهات النخبة نحوها؟

أهمية الدراسة:

- ١- حداثة الظاهرة، حيث أن صحافة الفيديو أحد الأشكال المستحدثة فى تقديم الخدمة الإخبارية فى مصر.
- ٢- استكمال التراث العلمي للدراسات التي تتناول محتوى المواقع الإخبارية بشكل عام، ومحتوى صحافة الفيديو بشكل خاص.
- ٣- أهمية تقييم النخبة لعناصر الجودة المقدمة بمقاطع الفيديو.
- ٤- تبصير الجمهور بالآثار الإيجابية والسلبية لعناصر الجودة المقدمة بمقاطع الفيديو.
- ٥- التوصل إلى مقترحات، تفيد القائمين على صحافة الفيديو، فى تطوير عناصر الجودة والمحتوى المقدم خلالها.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على حجم تعرض النخبة لمقاطع الفيديو المنشورة بصفحات المواقع
- ٢- رصد آليات بث مقاطع الفيديو المنشورة عبر صفحات المواقع
- ٣- إبراز العناصر الأكثر جذباً فى محتوى الفيديوهات
- ٤- تحليل أساليب المعالجة الفنية لعناصر الجودة المقدمة فى مقاطع الفيديو
- ٥- بحث الأدوات التفاعلية المتاحة عبر مقاطع الفيديو
- ٦- الكشف عن القوالب الفنية المستخدمة فى المعالجات الإخبارية لمقاطع الفيديو

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجاب عن التساؤلات الآتية:

- ١- ما آليات نشر عناصر الجودة المقدمة بمقاطع الفيديو؟
- ٢- ما الموضوعات التي تناولتها المعالجات الإخبارية لمقاطع الفيديو؟
- ٣- ما أساليب المعالجة الفنية لعناصر الجودة المقدمة بمقاطع الفيديو؟
- ٤- إلى أي مدى تعددت قوالب عرض المحتوى الخاص بمقاطع الفيديو؟
- ٥- ما حجم تعرض الجمهور لملفات الفيديو المنشورة بصفحات الموقع؟
- ٦- ما أنماط تصفح النخبة لمقاطع الفيديو؟

فرض الدراسة:

تسعى الدراسة إلى اختبار فرض رئيسى وهو :

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض النخبة لملفات الفيديو المنشورة بصفحات المواقع الإخبارية، واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة، وينبثق من هذا الفرض الرئيس عدة

فروض فرعية وهى:

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم تعرض النخبة لملفات الفيديو واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى تفاعل النخبة مع محتوى الفيديو واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة.
- ٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى ثقة النخبة بمحتوى الفيديو واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة.

الإطار النظري للدراسة:**▪ نظرية ثراء الوسيلة :**

تتلخص الفكرة الأساسية لنظرية ثراء الوسيلة الإعلامية - فى أن وسائل الاتصال تختلف فى قدرتها على تسهيل عملية الفهم، فوسائل الاتصال التقليدية والحديثة - يمكن أن تصنف كوسائل

عالية أو منخفضة الثراء، ولذلك يجب تحديد الوسيلة الأكثر ملائمة لكل موقفٍ اتصالي، وذلك بالتوفيق بين الثراء في الوسيلة ودرجة غموض موضوع الاتصال (١٣).

■ فروض النظرية

تفترض النظرية فرضين أساسيين وهما (١٤):

- الفرض الأول: أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدرًا كبيرًا من المعلومات، فضلاً عن 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، وهي سرعة رد الفعل، وقدرتها على نقل الإشارات المختلفة، باستخدام تقنياتٍ تكنولوجيةٍ حديثة، كالوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية.

متغيرات الدراسة:

- ١- المتغير المستقل: (عناصر الجودة في صحافة الفيديو)
- ٢- المتغير التابع: (اتجاهات النخبة نحو العناصر)
- ٣- المتغير الوسيط: خصائص النخبة (النوع، السن، المؤهل العلمي، طبيعة العمل).

نوع ومنهج الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تستخدم منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، وذلك من خلال الحصر الشامل لمقاطع الفيديو المنشورة بصفحات المواقع الإخبارية - في الفترة الزمنية عينة الدراسة، للتعرف على عناصر الجودة، المقدمة في محتوى صحافة الفيديو، والآليات التي استخدمتها العناصر - في جذب انتباه النخبة نحو محتوى الفيديو، وأهم الموضوعات التي تتناولها مقاطع الفيديو، المنشورة بصفحات المواقع، والقوالب الفنية التي قُدمت من خلالها، ورصد اتجاهات النخبة نحو عناصر الجودة المقدمة في

(١٣) خالد صلاح الدين حسن ، دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (كلية الإعلام جامعة القاهرة ، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠١) ص ص ١١٨ - ١١٩ .
(٢) السيد بخيت، الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة "الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية" ، ط٢، (الإمارات : دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٠)، ص ٣٣.

مقاطع الفيديو، ومدى تفاعلهم مع محتوى الفيديو، وحجم ثقتهم به، وأثر الاختلاف فى خصائصهم الديموجرافية على اتجاهاتهم نحو تلك العناصر.

مجتمع الدراسة :

١- مجتمع الدراسة التحليلية: ويشمل المواقع الإلكترونية للصحف المستقلة والقومية والحزبية، والتي تقوم بنشر مقاطع الفيديو عبر صفحاتها.

٢- مجتمع الدراسة الميدانية : النخبة اساتذة الاعلام بالجامعات المصرية- وممارسي مهنة الاعلام

عينة الدراسة:

١- عينة المواقع: وتشمل عينة عمدية من المواقع الإلكترونية للصحف (موقع اليوم السابع، بوابة الأهرام، بوابة الوفد)، وذلك للتعرف على عناصر الجودة التي تتضمنها مقاطع الفيديو المنشورة بصفحات المواقع، ومدى فاعليتها فى دعم محتوى الفيديو، وأهم الآليات التي استخدمتها، من أجل جذب انتباه الباحثين، لمتابعة محتوى الفيديو.

٢- عينة النخبة: وتشمل عينة عشوائية قوامها ٢٠٠ مبحوثاً من النخبة الأكاديمية والمهنية فى مصر، شملت ١١٢ مفردة من أساتذة الإعلام بجامعة (عين شمس، الأزهر، ٦ أكتوبر)، باعتبارها جامعات ممثلة لمختلف التوجهات (حكومية، أهلية، خاصة)، فضلاً عن ٨٨ مفردة من العاملين بالمجلس الأعلى للصحافة، والتلفزيون المصري (مخرجين، مصورين، معدين، مونتيرين)، وذلك لرصد اتجاهاتهم نحو عناصر الجودة، المنشورة بصفحات المواقع، ومدى تفاعلهم مع المحتوى المنشور بمقاطع الفيديو، وحجم ثقتهم به.

أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة على استخدام أدوات علمية لجمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة محل الدراسة، وهى:

١- أداة تحليل المضمون:

وذلك لتحليل محتوى مقاطع الفيديو، وآليات بثها عبر المواقع الإخبارية، وأساليب المعالجة الفنية لعناصر الجودة، ومدى توظيفها فى خدمة المحتوى، ورصد الموضوعات التي تتناولها

المعالجة الإخبارية لمقاطع الفيديو، والقوالب الفنية لعرضها، والإستمالات العقلية والعاطفية المستخدمة في التأثير على المبحوثين

٢- أداة الاستبيان:

وذلك للتعرف على أنماط تعرض النخبة لملفات الفيديو، وأشكال تفاعلهم مع المحتوى المنشور خلالها، ومدى نجاح عناصر الجودة في جذب انتباه النخبة نحو محتوى الفيديو، فضلاً عن التعرف على طبيعة اتجاهات النخبة نحو عناصر الجودة، ومدى التزام صحافة الفيديو بالضوابط الأخلاقية والمهنية في عرض المحتوى، وقد تم عرض الأداة على مجموعة من الأساتذة والخبراء المحكمين، لإبداء رأيهم وملاحظاتهم حول محتواها، ومن ثم إجراء التعديلات اللازمة.

حدود الدراسة :

أولاً: الحدود الموضوعية: وتتمثل في عناصر الجودة بصحافة الفيديو.

ثانياً: الحدود المكانية: وتشمل المواقع الإخبارية ومستخدميها من النخبة الأكاديمية والمهنية في مصر.

ثالثاً: الحدود الزمانية: وتشمل الفترة من ١ يوليو ٢٠٢١ إلى ٣١ ديسمبر ٢٠٢١، أى على مدار ستة أشهر متتالية.

مفاهيم الدراسة :

١- عناصر الجودة: ويقصد بها جودة الصوت ونقائه، ودرجه وضوح الصورة، وزوايا التصوير، وسهولة فتح وتحميل الفيديو على الموقع^(٥)، وينطلق الباحث من هذا المفهوم في رصد أساليب المعالجة الفنية للقطات، ومدى توافر الدقة والوضوح في الصوت والصور المتحركة والإضاءة، فضلاً عن إبراز عوامل الجذب، التي تتضمنها مقاطع الفيديو، والتي يقوم على تصويرها الصحفيون العاملون بالمواقع الإلكترونية للصحف، وحسن توظيفها، وإعدادها لإجراء عمليات المونتاج والخدع البصرية.

٢- صحافة الفيديو : ويقصد بها أحد الأشكال الصحفية، التي يقوم من خلالها الصحفيون بتصوير وتحرير الفيديوهات^(٦)، وينطلق الباحث من هذا المفهوم في رصد مقاطع الفيديو،

^(٥) على عبدالفتاح، الصحافة الإلكترونية العربية، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠، ص٦٥.
^(٦) فتحى حسين عامر، صحافة الفيديو، تقنياتها وأشكالياتها، القاهرة: العربى للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠، ص٢.

التي يقوم على تصويرها الصحفيون العاملون بالمواقع الإلكترونية للصحف، وحسن توظيفها، لخدمة المحتوى المنشور خلالها.

٣- الاتجاه : ويُقصد به الاستعداد العقلي أو العصبي، الذي يتكون نتيجة للخبرات المتتالية، ويوجه إستجابات الفرد - إزاء الأشياء والمواقف المختلفة ، ويعبر عنه الفرد لفظياً ، بالموافقة أو بالرفض، ويؤهل صاحبه لسلوكٍ معين، يتمثل في استجابته نحو الحدث^(٧)، وينطلق الباحث من هذا المفهوم في رصد اتجاهات النخبة نحو مقاطع الفيديو المنشورة بصفحات المواقع الإخبارية.

٤- النخبة الإعلامية: ويُقصد بها مجموعة من الأفراد، معروفة اجتماعياً، وذات خصائص مميزة، كالقدرات العقلية العالية ، والأخلاق ، والهيبة أو النفوذ، ولها القدرة على اتخاذ القرارات^(٨)، وينطلق الباحث من هذا المفهوم في إلقاء الضوء على النخبة الأكاديمية (أساتذة الجامعات) والمهنية (العاملين بالهيئات الإعلامية).

إجراءات الصدق والثبات :

١- صدق المحكمين*^٩ : حيث قام الباحث بعرض أداة القياس (إستمارة الإستبيان) على الخبراء والمتخصصين لمعرفة رأيهم فيها، ومدى تحقيقها للقياس والغرض الذي أعدت من أجله.

٢- ثبات الإستبانة: إستخدم الباحث الثبات بطريقة التجزئة النصفية، حيث قُسمت إستمارات القياس إلى قسمين، وعند التصحيح بمعامل الاختبار كإختبارين وإعطاء درجة لكل مجموعة، ثم مقارنة نتائج النصف الأول بنتائج النصف الثاني، وإستخراج معامل الارتباط البسيط بيرسون، ووجد أنه بلغ (٠.٨٨) وهى قيمة جيدة ، وتدل على مستوى مرضٍ لثبات أداة الإستبيان.

١) Nabi , R,L, Moyer, A serious Investigation into The Persuasive Effect of Funny Social Issue Messages, *Communication Monographs Journal* , N٤٧, United Kingdom, England, ٢٠٠٧, P٢٩

^٨ خالد كاظم أبو دوح، **النخب الإجتماعية في مصر**، القاهرة: دار النخبة للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص ٢
*أسماء السادة المحكمين .

د. / اميمة محمد محمد عمران	استاذ الصحافة كلية الاداب جامعة اسيوط
أ.م.د / انتصار السيد سالم	استاذ مساعد الصحافة كلية التربية النوعية جامعة الزقازيق
أ.د/ رفعت البدرى	أستاذ الاعلام وكيل كلية الاعلام جامعة ٦ اكتوبر
أ.د/ سعيد غريب النجار	استاذ الصحافة كلية الاعلام جامعة القاهرة
أ.د/ عبد الجواد سعيد ربيع	استاذ الصحافة وعميد كلية الاعلام جامعة المنوفية
أ.د/ عبد العزيز السيد	استاذ الصحافة وعميد كلية الاعلام جامعة بنى سويف
أ.د/ عبد الهادى النجار	استاذ الصحافة كلية الاداب جامعة المنصورة
أ.د/ علياء عبد الفتاح رمضان	استاذ الاعلام ورئيس قسم الاعلام التربوى سابقا كلية التربية النوعية جامعة طنطا
أ.م.د / مصطفى النمر	استاذ مشارك بكلية الاتصال والاعلام جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية بالرياض
أ.د / ندى القاضي	أستاذ الاعلام المساعد بكلية الاعلام جامعة المنوفية
أ.د / هويدا مصطفى	استاذ الاذاعة وعميد كلية الاعلام جامعة القاهرة

الأساليب الإحصائية:

تعتمد الدراسة على استخدام العديد من الأساليب والمعاملات الإحصائية كالتالى :

١- التكرارات والنسب المئوية : لقياس مدى تعرض النخبة لملفات الفيديو، ومدى تفاعلهم مع عناصر الجودة التى تتضمنها مقاطع الفيديو، ومدى ثققتهم بالمحتوى المنشور خلالها، وأهم الأحداث والقضايا، التى تناولتها المعالجة الإخبارية لتلك المواقع، والقوالب الفنية التى قُدمت من خلالها.

٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: فى قياس إستجابات النخبة عن (مدى فاعلية عناصر الجودة، ومدى إلتزام صحافة الفيديو بالضوابط الأخلاقية والمهنية)، وقياس الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية لعناصر الجودة.

٣- مربع كاي (٢ك) : لإختبار العلاقة بين متغيرات (حجم التعرض ، مدى تفاعل النخبة مع محتوى الفيديو، مدى الثقة بمحتوى الفيديو، خصائص الجمهور)، ومتغير (إتجاهات النخبة نحو عناصر الجودة).

٤- معامل ارتباط بيرسون: لقياس قوة وشدة العلاقة بين مدى تفاعل النخبة مع محتوى الفيديو وإتجاهاتهم نحو عناصر الجودة.
النتائج العامة للدراسة:

■ القوالب الفنية لعرض الفيديوهات:

جدول رقم (١)
يوضح القوالب الفنية لعرض الفيديوهات

المجموع	بوابة الوفد		بوابة الأهرام		اليوم		موقع السابح		المواقع الإخبارية قوالب العرض
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٤٨.١	٢٩٤	١١.٨	٤	٦١.٥	٣٢	٤٩	٢٥٨	٤٩	خبر
٣١.٤	١٩٢	٢٩.٤	١٠	٧.٧	٤	٣٣.٨	١٧٨	٣٣.٨	حديث
١٨.٦	١١٤	٥٢.٩	١٨	٢٦.٩	١٤	١٥.٦	٨٢	١٥.٦	تقرير
١.٩	١٢	٥.٩	٢	٣.٨	٢	١.٦	٨	١.٦	تحقيق
١٠٠	٦١٢	١٠٠	٣٤	١٠٠	٥٢	١٠٠	٥٢٦	١٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأشكال الفنية التي تم من خلالها عرض الفيديوهات على صفحات المواقع، وقد تصدر الخبر لإجمالي القوالب الفنية المعروضة، وذلك بنسبة ٤٨.١% من إجمالي العينة، يليه الحديث بنسبة ٣١.٤%، ثم التقرير بنسبة ١٨.٦%، وأخيراً التحقيق بنسبة ١.٩%، وهو ما يعكس سيطرة الخبر على مجمل القوالب الإخبارية المستخدمة في عرض الفيديوهات، وزيادة إهتمام صحفيي الفيديو بنشر الأخبار المرتبطة بمختلف الأحداث والقضايا، أكثر من إهتمامهم بتقديم التقارير والأحاديث والتحقيقات المختلفة، وذلك من أجل الرغبة في تحقيق سبق الإخباري، وزيادة شهرة الموقع، من خلال عرض الفيديوهات المرتبطة بأحداث هامة، تحظى بقاعدة شعبية جماهيرية كبيرة، فضلاً عن تنوع الأشكال الإخبارية التي تم من خلالها نشر الفيديوهات على صفحات المواقع.

■ أنواع اللقطات:

جدول رقم (٢)

يوضح أنواع اللقطات المستخدمة في التصوير

المجموع		بوابة الوفد		بوابة الأهرام		اليوم		موقع السابح		المواقع الإخبارية أنواع اللقطات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٦	٢٨٢	٤٧	١٦	٤٦.٢	٢٤	٤٦	٢٤٢			لقطة متوسطة
٣٧	٢٢٦	٢٩.٥	١٠	٣٤.٦	١٨	٣٧.٧	١٩٨			لقطة قريبة
١٧	١٠٤	٢٣.٥	٨	١٩.٢	١٠	١٦.٣	٨٦			اللقطة العامة
١٠٠	٦١٢	١٠٠	٣٤	١٠٠	٥٢	١٠٠	٥٢٦			المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى اللقطات المستخدمة في تصوير الفيديوهات، وقد تصدرت اللقطة المتوسطة لإجمالي اللقطات المستخدمة في التصوير، وذلك بنسبة ٤٦% من إجمالي العينة، تليها اللقطة القريبة بنسبة ٣٧%، ثم اللقطة العامة بنسبة ١٧%، وهو ما يعكس سيطرة اللقطات القريبة على إجمالي اللقطات المستخدمة في عرض الفيديوهات، وبالتالي تؤكد الدراسة التحليلية على تركيز صحفيي الفيديو على استخدام اللقطات المتوسطة والقريبة، من أجل جذب إنتباه

الجمهور إلى المحتوى المعروض، وخلق الألفة بين الجمهور ومحتوى الفيديو، وإلقاء الضوء على الشخصيات والقوى الفاعلة في الفيديوهات المعروضة، وإبراز ردود أفعالهم تجاه مختلف الأحداث، والجوانب المضيئة في حياتهم ومسيرتهم.

■ زوايا التصوير

جدول رقم (٣)

يوضح زوايا التصوير المستخدمة في الفيديوهات

المجموع		بوابة الوفد		بوابة الأهرام		موقع اليوم السابع		المواقع الإخبارية زوايا التصوير
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٠.٢	٢٤٦	٢٩.٤	١٠	٣٤.٦	١٨	٤١.٤	٢١٨	زاوية طبيعية (مستوى النظر)
٢٣.٢	١٤٢	١٧.٧	٦	٢٣.١	١٢	٢٣.٦	١٢٤	زاوية من أعلى
٢٠.٦	١٢٦	٢٣.٥	٨	١٩.٢	١٠	٢٠.٦	١٠٨	زاوية من أسفل
١٦	٩٨	٢٩.٤	١٠	٢٣.١	١٢	١٤.٤	٧٦	زاوية جانبية
١٠٠	٦١٢	١٠٠	٣٤	١٠٠	٥٢	١٠٠	٥٢٦	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى زوايا التصوير المستخدمة في عرض الفيديوهات، وقد تصدرت الزاوية الطبيعية لإجمالي زوايا التصوير المستخدمة، وذلك بنسبة ٤٠.٢% من إجمالي العينة، تليها الزاوية المرتفعة (من أعلى) بنسبة ٢٣.٢%، ثم الزاوية المنخفضة (من أسفل) بنسبة ٢٠.٦%، ثم الزاوية الجانبية بنسبة ١٦%، وهو ما يعكس سيطرة الزوايا الطبيعية على إجمالي زوايا التصوير المستخدمة في عرض الفيديوهات، والإهتمام بتوظيفها في نقل المحتوى المقدم عبر المواقع الإخبارية، وذلك في ظل توافرها مع الإمكانيات المتاحة لصحافة الفيديو، وبالتالي تؤكد الدراسة التحليلية على تركيز صحفي الفيديو على استخدام الزوايا الطبيعية والمرتفعة، لخلق الإحساس لدى الجمهور بالقرب من الموضوع أو الحدث المصور.

■ حركات الكاميرا أثناء التصوير:

جدول رقم (٤)

يوضح حركات الكاميرا أثناء التصوير

المجموع		بوابة الوفد		بوابة الأهرام		موقع اليوم السابع		المواقع الإخبارية
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	حركات الكاميرا
٢٠٠	٣٢.٧	١٠	٢٩.٤	١٦	٣٠.٧	١٧٤	٣٣.١	حركة الزووم
١٨٦	٣٠.٤	٨	٢٣.٥	١٦	٣٠.٧	١٦٢	٣٠.٨	الحركة الأفقية (البان)
١٣٨	٢٢.٥	١٠	٢٩.٤	٨	١٥.٥	١٢٠	٢٢.٨	الحركة الرأسية (التلت)
٦١٢	١٠٠	٣٤	١٠٠	٥٢	١٠٠	٥٢٦	١٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى حركات الكاميرا المستخدمة في تصوير الفيديوهات، وقد تصدرت حركة الزووم لإجمالي حركات الكاميرا المستخدمة في التصوير، وذلك بنسبة ٣٢.٧% من إجمالي العينة، تليها الحركة الأفقية (البان) بنسبة ٣٠.٤%، ثم الحركة الرأسية (التلت) بنسبة ٢٢.٥%، ثم حركة التتبع بنسبة ١٤.٤%، وهو ما يعكس سيطرة حركة الزووم على إجمالي حركات الكاميرا المستخدمة في عرض الفيديوهات، نظراً لتوافر تقنيات الزووم في مختلف كاميرات التصوير، سواء أكانت كاميرات محمولة أو أجهزة محمول، وبالتالي تؤكد الدراسة التحليلية على إهتمام صحفيي الفيديو باستخدام التكنولوجيا الحديثة في عرض الفيديوهات المنشورة عبر صفحات المواقع، ومواكبة الجديد في مجال نقل الصورة.

■ أساليب الربط بين اللقطات

جدول رقم (٥)

يوضح أساليب الربط بين اللقطات (المونتاج)

المجموع		بوابة الوفد		بوابة الأهرام		موقع اليوم السابع		المواقع الإخبارية
								أساليب ربط اللقطات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٣.٩	٣٣٠	٢٩.٤	١٠	٤٦.١	٢٤	٥٦.٣	٢٩٦	القطع
٢٤.٩	١٥٢	٢٣.٥	٨	٢٣.١	١٢	٢٥.١	١٣٢	المسح الإلكتروني
٢١.٢	١٣٠	٤٧.١	١٦	٣٠.٨	١٦	١٨.٦	٩٨	الفوكس
١٠٠	٦١٢	١٠٠	٣٤	١٠٠	٥٢	١٠٠	٥٢٦	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى الخدع والمؤثرات البصرية المستخدمة في عرض الفيديوهات، وعرض أساليب ربط اللقطات، وقد تصدر القطع لإجمالي أساليب وصل اللقطات، وذلك بنسبة ٥٣.٩% من إجمالي العينة، يليه المسح الإلكتروني بنسبة ٢٤.٩%، ثم الفوكس بنسبة ٢١.٢%، وهو ما يعكس سيطرة القطع على إجمالي الخدع والمؤثرات المستخدمة في عرض الفيديوهات، نظراً لسهولة استخدامه، وإمكانية تطبيقه في مختلف برامج المونتاج، على اختلاف إمكاناتها وتقنياتها، سواء كانت متاحة عبر أجهزة المحمول

دقة الإضاءة:

جدول رقم (٦)

يوضح دقة الإضاءة أثناء التصوير

المجموع		بوابة الوفد		بوابة الأهرام		موقع اليوم السابع		المواقع الإخبارية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	دقة الإضاءة
٩٢.٩	٥٦٩	٨٢.٤	٢٨	٨٤.٦	٤٤	٩٤.٥	٤٩٧	إضاءة واضحة
٧.١	٤٣	١٧.٦	٦	١٥.٤	٨	٥.٥	٢٩	إضاءة مشوشة
١٠٠	٦١٢	١٠٠	٣٤	١٠٠	٥٢	١٠٠	٥٢٦	المجموع

تشير بيانات الجدول والشكل البياني السابق إلى دقة الإضاءة المستخدمة في مقاطع الفيديو المنشورة عبر صفحات المواقع، وقد اتسمت أغلبية المقاطع بوضوح الإضاءة ودقتها، وتمثلت بنسبة ٩٢.٩% من إجمالي العينة، بينما جاءت الإضاءة المشوشة بنسبة ٧.١%.

ثانياً : إختبار الفروض

الفرض الأول : توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم التعرض وإتجاهات النخبة نحو عناصر الجودة

جدول رقم (٧)

يوضح العلاقة بين حجم التعرض واتجاهات النخبة نحو عناصر الجودة

درجة الحرية	كا	الإجمالي	سلبى		محايد		إيجابي		طبيعة الإتجاهات حجم التعرض
			ك	%	ك	%	ك	%	
٤	٥.٥٢ (غير دالة)	٧٣	٤٠.٣	٢٣	٤٤.٤	٢٤	٢٩.٢	٢٦	أقل من ساعة
		٧١	٢٨.١	١٦	٣٥.٢	١٩	٤٠.٥	٣٦	من ساعة - ٣ ساعات
		٥٦	٣١.٦	١٨	٢٠.٤	١١	٣٠.٣	٢٧	٣ ساعات فأكثر
		٢٠٠	١٠٠	٥٧	١٠٠	٥٤	١٠٠	٨٩	المجموع

درجة الحرية = ٤

مستوى المعنوية = ٠.٠٥

٥.٥٢ = كا

تشير بيانات الجدول السابق إلى العلاقة بين حجم تعرض النخبة لملفات الفيديو المنشورة بصفحات المواقع وإتجاهاتهم نحو عناصر الجودة، ويتضح من بيانات الجدول أن ٢٩.٢% من المبحوثين، ممن يتعرضون لملفات الفيديو فى أقل من ساعة- قد تكونت لديهم إتجاهات إيجابية نحو عناصر الجودة، فى مقابل ٤٠.٥% لمن يتعرضون لملفات الفيديو من ساعة إلى ثلاث ساعات، ونسبة ٣٠.٣% ممن يتعرضون لها فى ثلاث ساعات أو أكثر، بينما جاءت نسبة ٤٤.٤% من المبحوثين، ممن يتعرضون لملفات الفيديو فى أقل من ساعة - قد تكونت لديهم إتجاهات محايدة نحو عناصر الجودة، فى مقابل ٣٥.٢% لمن يتعرضون لملفات الفيديو من ساعة إلى ثلاث ساعات، ونسبة ٢٠.٤% ممن يتعرضون لها فى ثلاث ساعات أو أكثر، ثم جاءت نسبة ٤٠.٣% من المبحوثين، ممن يتعرضون لملفات الفيديو فى أقل من ساعة - قد تكونت لديهم إتجاهات سلبية نحو عناصر الجودة، فى مقابل ٢٨.١% لمن يتعرضون لملفات الفيديو من ساعة إلى ثلاث ساعات، ونسبة ٣١.٦% ممن يتعرضون لها فى ثلاث ساعات أو

أكثر، وهو ما يعكس إرتفاع معدل تعرض النخبة لملفات الفيديو ، وإهتمامهم بمتابعة المحتوى المنشور خلالها.

وبحساب قيمة كا ٢١ من الجدول السابق وُجد أنها = ٥.٥٢، وهى قيمة أقل من قيمتها الجدولية عند درجة حرية (٤) ومستوى معنوية (٠.٠٥)، وهو ما يؤكد عدم وجود علاقة إرتباطية بين حجم تعرض النخبة لملفات الفيديو وإتجاهاتهم نحو عناصر الجودة.

وبالتالى : نرفض الفرض البديل، ونقبل فرضية العدم، حيث لم تثبت صحة الفرض القائل بأنه: توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين حجم تعرض النخبة لملفات الفيديو وإتجاهاتهم نحو عناصر الجودة

الفرض الثانى: توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين مدى تفاعل النخبة مع محتوى الفيديو وإتجاهاتهم نحو عناصر الجودة

جدول رقم (٨)

يوضح العلاقة بين مدى التفاعل وإتجاهات النخبة نحو عناصر الجودة

درجة الحرية	كا	الإجمالى	سلبى		محايد		إيجابى		طبيعة الإتجاهات
			ك	%	ك	%	ك	%	
٤	١٣.٢٥ (دالة)	٩٢	٣٠	٥٢.٦	١٦	٢٩.٦	٤٦	٥١.٧	مدى التفاعل
			١٤	٢٤.٦	٢٧	٥٠	٣٤	٣٨.٢	عالى
			١٣	٢٢.٨	١١	٢٠.٤	٩	١٠.١	متوسط
			٥٧	١٠٠	٥٤	١٠٠	٨٩	١٠٠	منخفض
		٢٠٠						المجموع	

درجة الحرية = ٤

مستوى المعنوية = ٠.٠٥

كا = ١٣.٢٥

تشير بيانات الجدول السابق إلى العلاقة بين مدى تفاعل النخبة مع محتوى الفيديو المنشورة بصفحات المواقع وإتجاهاتهم نحو عناصر الجودة، ويتضح من بيانات الجدول أن ٥١.٧% من الباحثين، ممن يتفاعلون مع محتوى الفيديو بشكل مرتفع - قد تكونت لديهم إتجاهات إيجابية نحو عناصر الجودة، فى مقابل ٣٨.٢% لمن يتفاعلون مع محتوى الفيديو بشكل متوسط ، ونسبة

١٠.١% لمن يتفاعلون بشكلٍ منخفض، بينما جاءت نسبة ٢٩.٦% من المبحوثين، ممن يتفاعلون مع محتوى الفيديو بشكلٍ مرتفع - قد تكونت لديهم اتجاهاتٍ محايدة نحو عناصر الجودة، في مقابل ٥٠% لمن يتفاعلون مع محتوى الفيديو بشكلٍ متوسط، ونسبة ٢٠.٤% لمن يتفاعلون بشكلٍ منخفض، ثم جاءت نسبة ٥٢.٦% من المبحوثين، ممن يتفاعلون مع محتوى الفيديو بشكلٍ مرتفع - قد تكونت لديهم اتجاهاتٍ سلبية نحو عناصر الجودة، في مقابل ٢٤.٦% لمن يتفاعلون مع محتوى الفيديو بشكلٍ متوسط، ونسبة ٢٢.٨% لمن يتفاعلون بشكلٍ منخفض، وهو ما يعكس ارتفاع معدل تعرض النخبة لملفات الفيديو، وإهتمامهم بمتابعة المحتوى المنشور خلالها. وبحساب قيمة كا من الجدول السابق وُجد أنها = ١٣.٢٥، وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية عند درجة حرية (٤) ومستوى معنوية (٠.٠٥)، وهو ما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين مدى تفاعل النخبة مع محتوى الفيديو واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة. وبالتالي: نقبل الفرض البديل، ونرفض فرضية العدم، حيث ثبتت صحة الفرض القائل بأنه: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى تفاعل النخبة مع محتوى الفيديو واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة.

جدول رقم (٩)

يوضح العلاقة بين مدى الثقة واتجاهات النخبة نحو عناصر الجودة

درجة الحرية	كا	الإجمالي		محايد		إيجابي		طبيعة الاتجاهات	
		سلبى	ك	ك	ك	ك	ك		
٤	٦.٠١ (غير دالة)	%	ك	%	ك	%	ك	مدى الثقة	
		٨٧	٥٢.٦	٣٠	٣٥.٢	١٩	٤٢.٧	٣٨	عالي
		٧٦	٢٦.٣	١٥	٤٦.٣	٢٥	٤٠.٤	٣٦	متوسط
		٣٧	٢١.١	١٢	١٨.٥	١٠	١٦.٩	١٥	منخفض
		٢٠٠	١٠٠	٥٧	١٠٠	٥٤	١٠٠	٨٩	المجموع

درجة الحرية = ٤

مستوى المعنوية = ٠.٠٥

كا = ٦.٠١

تشير بيانات الجدول السابق إلى العلاقة بين مدى ثقة النخبة بمحتوى الفيديوهات المنشورة بصفحات المواقع واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة، ويتضح من بيانات الجدول أن ٤٢.٧% من المبحوثين، ممن لديهم ثقة بمحتوى الفيديو بشكلٍ مرتفع - قد تكونت لديهم اتجاهاتٍ إيجابية نحو

عناصر الجودة، في مقابل ٤٠.٤% ممن لديهم ثقة بمحتوى الفيديو بشكل متوسط، ونسبة ١٦.٩% ممن لديهم ثقة بالمحتوى بشكل منخفض، بينما جاءت نسبة ٣٥.٢% من المبحوثين، ممن لديهم ثقة بمحتوى الفيديو بشكل مرتفع - قد تكونت لديهم اتجاهات محايدة نحو عناصر الجودة، في مقابل ٤٦.٣% ممن لديهم ثقة بمحتوى الفيديو بشكل متوسط، ونسبة ١٨.٥% ممن لديهم ثقة بالمحتوى بشكل منخفض، ثم جاءت نسبة ٥٢.٦% من المبحوثين، ممن يتفاعلون مع محتوى الفيديو بشكل مرتفع - قد تكونت لديهم اتجاهات سلبية نحو عناصر الجودة، في مقابل ٢٦.٣% ممن لديهم ثقة بمحتوى الفيديو بشكل متوسط، ونسبة ٢١.١% ممن لديهم ثقة بالمحتوى بشكل منخفض، وهو ما يعكس ارتفاع ثقة النخبة بمحتوى الفيديوهات المنشورة بصفحات المواقع، ونجاح ملفات الفيديو في معالجة القضايا والأحداث المختلفة، وبحساب قيمة كا من الجدول السابق وُجد أنها = ٦.٠١، وهي قيمة أقل من قيمتها الجدولية عند درجة حرية (٤) ومستوى معنوية (٠.٠٥)، وهو ما يؤكد عدم وجود علاقة ارتباطية بين مدى ثقة النخبة بمحتوى الفيديو واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة، وبالتالي نرفض الفرض البديل، ونقبل فرضية العدم، حيث لم تثبت صحة الفرض القائل بأنه: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى ثقة النخبة بمحتوى الفيديو واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة.

■ المقترحات:

- ١- العمل على رفع كفاءة صحفيي الفيديو، وتدريبهم على الأسس الفنية لتصوير الفيديوهات.
- ٢- اهتمام المواقع الإلكترونية للصحف بزيادة مقاطع الفيديو المنشورة عبر صفحاتها.
- ٣- ضرورة التوازن في محتوى مقاطع الفيديو بالبوابات الإلكترونية للصحف، وتعدد وجهات النظر من خلاله.
- ٤- الاهتمام برفع أجور صحفيي الفيديو، ومساعدتهم على إنشاء تكوين نقابي يمثلهم.
- ٥- ضرورة الاهتمام بنشر التفاصيل المرتبطة بالأحداث التي تتضمنها مقاطع الفيديو، وأهمية توافقها مع عناصر الجودة.
- ٦- تحرى المصادقية في المحتوى المقدم بمقاطع الفيديو، المنشورة عبر صفحات المواقع.

مصادر الدراسة:

أولاً: المراجع العربية

- ١) أسماء جلال ، اتجاهات النخبة الإعلامية السعودية نحو تشريعات الإعلام الجديد في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية ، دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (المملكة العربية السعودية : جامعة الملك عبد العزيز ٢٠١٨)
- ٢) أماني رضا عبدالمقصود ، التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي ، مجلة البحوث الإعلامية ، المجلد ٥٥ ، العدد ١٣ ، (جامعة الأزهر ، كلية الاعلام ، ٢٠٢٠)
- ٣) أنغام مجدى ابراهيم ، التغطية الصحفية لقضايا التنمية المستدامة في مصر واتجاهات النخبة نحوها ، رسالة دكتوراه غير منشوره ، (جامعة المنصورة : كلية الآداب ، قسم الاعلام ٢٠١٨)
- ٤) إيمان محمد الغريب ، محددات وسياسات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة في أخلاقيات النشر وخطاب تعليقات الجمهور ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، ٢٠١٨) .
- ٥) خالد صلاح الدين حسن ، دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (كلية الاعلام جامعة القاهرة ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠٠١)
- ٦) خالد كاظم أبو دوح ، النخب الاجتماعية في مصر ، القاهرة: دار النخبة للنشر وللتوزيع ، ٢٠١٦
- ٧) رباب صلاح السيد ، | تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا ، بحث منشور ، مجلة البحوث الاعلامية (جامعة الأزهر ، كلية الاعلام ، العدد الخامس والخمسون - الجزء الرابع ، ٢٠٢٠) .
- ٨) السيد بخيت ، الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة "الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية ، ط٢ ، (الإمارات : دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٠)
- ٩) على عبدالفتاح ، الصحافة الإلكترونية العربية ، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، ٢٠٢٠ ،
- ١٠) فاطمه الأحمدى ، تصميم وتحليل المضامين الإخبارية على المواقع الإلكترونية للصحف المصرية واتجاهات النخبة نحوها ، رسالة ماجستير غير منشوره (جامعة الزقازيق ، كلية الآداب قسم الاعلام ٢٠١٨)

١١) فتحى حسين عامر، صحافة الفيديو، تقنياتها وإشكالياتها، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠.

١٢) محمد محى الدين، تقييم النخبة للأفلام السينمائية المصرية بعد ثورة ٢٥ يناير فى ضوء معايير التربية الإعلامية، رسالة ماجستير، غير منشوره، (جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم اعلام تربوي اذاعه وتليفزيون ٢٠١٨)

١٣) مصطفى الطائي ونصر الدين عثمان، اتجاهات النخب الإعلامية السودانية نحو تغطية وسائل الإعلام لأحداث الثورة، دراسة ميدانية في الفترة من ٢٠١٩م إلى ٢٠٢٠م، (مجلة الدراسات الإعلامية، العدد العاشر فبراير ٢٠٢٠م، برلين: المركز الديمقراطي العربي ٢٠٢٠)

١٤) نهلة صلاح عبدالسميع، التفاعلية في صحافة الفيديو وتأثيرها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٨)

١٥) وداد هارون، أساليب التحرير الصحفي الإلكتروني وأدواته المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة فى أشكال ومضامين المادة الإخبارية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ٢٢، (كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٢٠)

ثانياً : المراجع الأجنبية

١) monika Djerf-Pierre, et.al, The Role of Journalism on YouTube: Audience Engagement with 'Superbug' Reporting, Media and Communication Journal, Vol ٧, No ١, ٢٠١٩

٢) Nabi , R,L, Moyer, A serious Investigation into The Persuasive Effect of Funny Social Issue Messages, Communication Monographs Journal , N٤٧, United Kingdom, England, ٢٠٠٧

٣) Yu Xiang, User-generated news , Netizen journalism in China in the age of short video, Global Media and China Journal, Vol ٤, Issue ١, ٢٠١٩