



استخدام تقنيات السرد المرئي في صفحات المؤسسات الصحفية الرقمية المصرية على تطبيق فيس بوك ودوره في تحقيق الاندماج الرقمي "دراسة تحليلية مقارنة"

د. إيمان عبد الرحيم السيد الشرقاوي

مدرس الصحافة والنشر الإلكتروني بقسم الإعلام

كلية الآداب - جامعة الإسكندرية

مُلخَصُ الدَّرَاسَةِ:

هدفت الدراسة الحالية إلى الوصول لرؤية متكاملة حول الاختلافات بين عينة من المؤسسات الصحفية الرقمية المصرية في توظيف تقنيات السرد المرئي في عرض الأخبار المختلفة على صفحاتها على تطبيق فيس بوك، وتأثير ذلك على تفاعل المستخدمين معها، وتحقيقاً لهذا الهدف تم رصد كل المنشورات التي تم نشرها على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة خلال الفترة من ١-٣١ مايو ٢٠٢٤م، واقت استندت الدراسة على نظرية مجتمع الشبكات، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها وجود فروق بين المواقع الإخبارية الرقمية فيما يتعلق بتوظيف تقنيات السرد المرئي في عرض الموضوعات المختلفة؛ حيث برزت صفحات كل من بوابة الأهرام، واليوم السابع كأكثر المواقع توظيفاً لتقنيات السرد المرئي، وجاءت صفحة البوابة نيوز كأقل الصفحات توظيفاً لهذه التقنيات، جاءت الموضوعات



الرياضية كأكثر الموضوعات التي تم توظيف تقنيات السرد المرئي معها، كما أظهرت النتائج أن الرموز التفاعلية هي أكثر الأشكال التي يتفاعل من خلالها القراء على صفحات عينة الدراسة، كما أوضحت النتائج أن صفحة اليوم السابع هي أكثر الصفحات التي حظيت بتفاعل القراء، ووفقاً لنتائج الدراسة جاءت "الصورة/الصور المصاحبة لنص" كأكثر أنماط السرد المرئي توظيفاً على صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة، وجاءت أنماط "البودكاست"، و"الكروس ميديا" كأقل أنماط السرد المرئي توظيفاً، كما غابت بعض الأنماط عن صفحات عينة الدراسة ومنها "فيديو ٣٦٠"، "الصور المتحركة، الخرائط التفاعلية".

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصحفية الرقمية، السرد المرئي، الاندماج الرقمي، فيس بوك.



Use visual narrative techniques in Egyptian digital journalism institutions to achieve digital integration "Comparative Analytical Study"

Dr. Iman Abdel Rahim Al-Sayed

abstract

The current study aimed at reaching an integrated vision of the differences between a sample of Egyptian digital journalism institutions in the use of visual narrative techniques in the presentation of various news on their Facebook page, and how that affect users interaction with it, and to this end all publications published on the pages of the digital news sites were monitored the sample study from 1-31 May 2024, and the study was based on the theory of the network community, The study found a number of findings, most notably differences between digital news websites regarding the use of visual narrative techniques in presenting different topics; The pages of both Al-Ahram gate and Youm 7 emerged as the most used sites for visual narrative techniques, The Albawabh News page is the least used page for these technologies. Sports topics are the most used visual narrative techniques with them. The results also showed that interactive symbols are the most interactive forms through which readers interact on the study sample pages, and the results showed that the Youm 7 page is the most interactive page of readers, according to the study results and "Photo/images accompanying text" as the most used visual narrative on the pages of news sites sample study, and the patterns "Podcast", "Cross Media" came as the lowest-employed visual narrative patterns, and some patterns are absent from study sample pages such as "Video 360", "Animation, interactive maps".

Keywords: Digital journalism institutions, visual narrative, digital integration, Facebook.



المقدمة:

في عالم فرضت فيه تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أشكال جديدة لإنتاج، وتداول المعلومات وجدت وسائل الإعلام التقليدية خاصة الصحف نفسها أمام تحديات كبيرة خاصة مع تغير تفضيلات الجمهور، وعاداتهم في القراءة، وعليه أصبح لزاماً عليها التفكير في أدوات تمكنها من مجابهة هذه التحديات، والقيام بدورها في نقل الأخبار والمعلومات وتحليلها بفاعلية، وعليه بدأت في تدشين منصاتها الرقمية، وأصبح التركيز على رواية القصص رقمياً واعتماد أليات السرد المرئي للمعلومات أمر أساسياً لا بد من الأخذ به لتحقيق هذا الهدف خاصة في ظل تنامي المعلومات والبيانات وتعقدتها، فضلاً عن تعدد منصات تبادل الأخبار والمعلومات في العصر الحديث ما بين منصات التواصل الاجتماعي، ومنصات المؤسسات الإعلامية الرقمية، والمنصات الفردية، وعليه سارعت وسائل الإعلام المختلفة وعلى رأسها المؤسسات الصحفية في تدشين منصاتها الرقمية، وصفحاتها على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة لتدعيم وجودها وتسويق الأخبار بفاعلية، ومن ثم الحفاظ على قرائها.

وقد أدى هذا التحول الرقمي إلى ظهور ما تعارف عليه بظاهرة "الاندماج الرقمي"، التي تشير إلى الجمع بين عدة تقنيات في تقديم المحتوى بأشكال جديدة تتماشى مع طبيعة الإعلام الرقمي الذي يتيح الجمع بين الصوت، والصورة بأشكالها المختلفة، والفيديو، كما ساعد الاندماج الرقمي في تخلص الصحف من قيود الوسيط، إذ قضى على الحدود بينها وبين القراء، وأعادها إلى العمل وفقاً لمفهوم التواصل المتبادل مع القراء، وأصبح بإمكانهم قراءة الأخبار من خلال عدة منصات تتيح لهم التعبير لحظياً عن مدى رضاهم، أو سخطهم عما يقرؤون، بل وأصبح بمقدورهم مشاركة ما يقرؤون على صفحاتهم الشخصية، أو مع أصدقائهم؛ الأمر الذي نتج عنه توفير في الوقت والجهد، ويسر وصول المحتوى لأكبر عدد من القراء، مما يشير إلى تحسن جودة العملية الاتصالية.



ومع تحول وسائل التواصل الاجتماعي من منصات للتواصل بين الأهل، والأصدقاء إلى منصات لتبادل الأخبار والمعلومات في مختلف المجالات، سعت المؤسسات الإخبارية إلى الاستفادة من هذه المنصات كوسيلة تتيح تحقيق فكرة الاندماج في إنتاج محتوى إخباري رقمي، وعليه لم تكتف بتدشين منصات رقمية لها فحسب بل شرعت في تدشين صفحات لها على منصات هذه الوسائل المختلفة للإفادة من إمكانياتها التفاعلية، وما تتيحه من معلومات حول اهتمامات مرتادي هذه الصفحات، ومدى تفاعلهم مع المحتوى المنشور، وتحديد عدد المتابعين، مما يساعد المؤسسات الصحفية في تحديد اهتمامات جمهورها بدقة، وبالتالي التواصل معهم بفعالية؛ خاصة بعد أن أتاح فيس بوك خاصية البث المباشر عام ٢٠١٦ م وهي خاصية تجعل القارئ جزءاً من الحدث، وتزيد من تفاعله، وعليه يمكننا القول بأن وسائل التواصل الاجتماعي منحت المؤسسات الصحفية منصات جديدة تساعدها على التواصل مع قرائها بفعالية وفقاً لاحتياجاتها باستخدام التقنيات المتعددة لعرض المعلومات بصورة مرئية ميسرة، وجاذبة لها، في وقت انخفضت فيه قراءة الصحف وعانت فيه المؤسسات الصحفية من العديد من المشكلات حتى أن بعضها أعلن انتهاء صدور النسخة المطبوعة واكتفت بنسخها الرقمية، وعليه تسعى الدراسة الحالية إلى رصد مدى توظيف المؤسسات الصحفية الرقمية المصرية لتقنيات السرد المرئي في عرض الأخبار والمعلومات على صفحاتها على منصة فيس بوك، باعتبارها أحد الآليات الفعالة في عرض المعلومات، والأخبار بطريقة ميسرة تساعد على تحقيق اتصال فعال مع القراء، وذلك من خلال مقارنة بين أنماط السرد المرئي التي يتم توظيفها في عدد من صفحات المؤسسات الصحفية الرقمية المصرية على تطبيق Facebook، للكشف عن الاختلاف بينهم من جهة، ومن جهة أخرى الكشف عن ما إذا كان هناك اختلاف بين تقنيات السرد المرئي التي يتم الاعتماد عليها باختلاف طبيعة المحتوى.



الدراسات السابقة:

كشفت مراجعة التراث العلمي المتعلق بموضوع الدراسة وجود العديد من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع بالبحث والتحليل، منها دراسات تناولت الآثار المترتبة على توظيف تقنيات السرد المرئي الرقمي، ومنها دراسات تناولت أشكال السرد المرئي التي اعتمدت عليها المواقع الصحفية الرقمية في عرض بعض الموضوعات، فضلاً عن الدراسات التي تناولت توظيف الصحف والمواقع الإلكترونية لشبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق الاندماج الرقمي، وفيما يلي سيتم استعراض هذه الدراسات وفقاً لترتيبها الزمني من الأحدث إلى الأقدم من خلال ثلاث محاور على النحو التالي:

المحور الأول: الآثار المترتبة على توظيف تقنيات السرد المرئي الرقمي.

قامت Rahma (٢٠٢٣) في دراستها بمناقشة كيفية إشراك الجمهور في القصة حتى يتمكن من متابعة وفهم التدفق الذي سيتم نقله باستخدام وسائط الواقع الافتراضي، وذلك من خلال قيامها بتحليل محتوى الفيديو الموسيقي المعنون «التلال» للمغنيين The Weeknd و Eminem لفهم الطريقة التي يتم بها نقل الرسائل عبر وسائط الواقع الافتراضي، وتأثير ذلك على تفاعل ومشاركة المستخدمين في العالم الافتراضي مع محتوى الفيديو الموسيقي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن الوسائل التي أتاحتها الواقع الافتراضي تساعد في جذب الجمهور مما يزيد من تأثيرها؛ حيث يزداد معها تحفز الجمهور للاستكشاف، كما أشارت النتائج إلى أنه لا يزال من النادر إنتاج ونشر محتوى الفيديو الموسيقي بتقنية الواقع الافتراضي، لذا فإن البحث محدود للغاية.

من خلال استطلاع رأى مجموعة من الصحفيين سعت Mada'Al (٢٠٢٢) في دراستها إلى فهم كيفية توظيف العناصر المرئية لفهم القصص الإخبارية بشكل أفضل،



بالإضافة إلى تصميم نموذج لدراسة تأثير العناصر المرئية في فهم الأخبار، وجعل القارئ جزءاً من القصة الخبرية خاصة في ظل تناقص أعداد القراء وخاصة الشباب، واختبار هذا التصميم على مجموعة من القراء، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ حيث أكد الصحفيون على أن سرد القصص الإخبارية في عصر الصحافة الرقمية يتطلب إعادة التفكير في طرق نقل المعلومات، وأن مستقبل القصص الإخبارية في الصحافة الرقمية مرتبط باستخدام الوسائط المتعددة في السرد جنباً إلى جنب مع النصوص بما يحافظ على انتباه القارئ، كما أكد الصحفيون عينة الدراسة على أن السرد البصري لا يصلح لكل القصص الإخبارية حيث يصلح للقصص المعقدة والكبيرة، بالإضافة إلى ذلك أشار الصحفيون إلى أهمية تحقيق التوازن عند توظيف تقنيات السرد البصري بحيث لا تكون مبالغ فيها تؤدي إلى تشتيت القارئ، ولا بسيطة جداً لا تجذب انتباهه، وفيما يتعلق بنتائج الدراسة التجريبية على الجمهور جاء النص كثاني تفضيلات الجمهور بعد الصور مما يؤكد ضرورة أن يجمع السرد البصري بين العنصرين -النص، و المألتي ميديا- وقد جاء الصوت كأخر اختيارات الجمهور، كما أشار الجمهور إلى أن الأخبار التفاعلية، المنظمة حسب تسلسلها الزمني، والمدعمة بالصور جذابة ويسهل فهمها.

واستعرض Montoro (٢٠٢٢) في دراسته الجهود المختلفة التي قامت بها الجهات الصحية العالمية، وبعض الصحف العالمية، والتطبيقات الإلكترونية، ومحركات البحث لعرض المعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩، خاصة في ظل ما صاحب هذه الجائحة من معلومات، وكلمات غريبة لم يسبق التعامل معها، فضلاً عن ضرورة إبقاء الجمهور على إطلاع بكافة المعلومات المتعلقة بالفيروس، وطرق انتقاله، وكيفية الوقاية منه بطريقة يسهل على الجميع فهمها، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها، أن استخدام السرد المرئي للمعلومات هو أحد أكثر استراتيجيات الاتصال فعالية لإبقاء الجمهور على علم بالمعلومات المتعلقة بالجائحة، وزيادة الوعي، والنجاح في

السيطرة على هذه الأزمة، كما أشارت النتائج إلى أن الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد، والرسم البياني كان لهم دور فعال في وصول المعلومات بسهولة إلى الجمهور بغض النظر عن خلفياتهم المعرفية والعلمية.

وسعت دراسة Costa (٢٠٢١) إلى فهم دور السرد البصرى فى فهم المحتوى الإخباري، وتحديد كل من الفوائد والسلبيات المحتملة لاستخدام السرد البصرى الرقمية فى صياغة القصص الإخبارية، وذلك من خلال تحليل عدد من الأوراق البحثية فى هذا الإطار، بالإضافة إلى عقد عدد من المقابلات مع خبراء فى مجال الصحافة، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن توظيف السرد البصرى إذا تم بالشكل الملائم سيكون له أثر كبير فى فهم الجمهور للقصص الإخبارية، والعكس صحيح فاستخدامه بشكل غير ملائم قد يؤدي إلى تشوش عملية القراءة، كما أكد الخبراء عينة الدراسة أنه بالرغم من أهمية الاستعانة بأدوات السرد البصرى إلا أنها لا تصلح لجميع الموضوعات الإخبارية، إضافة إلى ذلك فقد أشار الخبراء إلى أن السرد البصرى يعد أداة هامة تساعد القارئ على استرجاع المعلومات وتحليلها.

كما سعت دراسة VAFEIADIS, et.al (٢٠٢٠) التجريبية إلى التعرف على تأثير توظيف السرد البصرى فى التغطية الإخبارية لموضوع زراعة النباتات المعدلة وراثياً؛ حيث قرأ المبحوثون نسخاً مختلفة لتقارير إخبارية بعضها تم تحريره بالشكل التقليدي، والأخر تم توظيف آليات التصميم البصرى الرقمية فى تحريره، وقد كشفت نتائج الدراسة أن التقارير المدعومة بأدوات السرد البصرى كان لها تأثيراً كبيراً فى إيصال المعلومات والتعاطف معها، كما أشارت النتائج إلى أن السرد البصرى عزز من إقناع المبحوثين عينة الدراسة بزراعة النباتات المعدلة وراثياً مما يؤكد أن السرد البصرى له تأثير كبير فى إيصال المعلومات والتأثير فى القراء.

من خلال مسح التراث المتعلق بتوظيف تقنيات السرد البصري في تقديم المعلومات سعت COMET (٢٠١٨) في دراستها إلى تقديم نظرة عامة على أحدث التقنيات المستخدمة في عرض المعلومات، والأخبار على شبكة الإنترنت في محاولة لتحديد أفضلها، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن الرسوم البيانية المدعمة بشروح هي أكثر تقنيات السرد البصري تفاعلاً من قبل القراء، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أهمية الوسائط المتعددة التي تجمع بين عدة أنماط منها الصورة، والنص، والفيديو، والصوت في تقديم المعلومات بشكل شامل، فضلاً عن أهمية توظيف الرسوم المتحركة وإن كانت لا تصلح مع البيانات الضخمة.

المحور الثاني: دراسات تناولت توظيف المواقع الصحفية الرقمية لأشكال السرد المرئي المختلفة:

رصد محمد جمال بدوي (٢٠٢٤) في دراسته الرؤى المستقبلية المتوقعة لمستقبل المحتوى المرئي في الصحف المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود سيناريوهين من المتوقع حدوثهما أولهما استمرار الوضع الحالي في تقديم المحتوى المرئي، والثاني السيناريو التفاضلي الذي يشير إلى تطور المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية، ويرتبط الأخير بعدد من العوامل التكنولوجية، والقانونية، والاقتصادية، فضلاً عن العوامل المرتبطة بالقائمين بالاتصال، والجمهور.

وبهدف التعرف على كيفية توظيف الإنفو جرافيك السياسي في تغطية الحرب على غزة في عينة من مواقع الصحف العربية والأجنبية قامت فلورا متى (٢٠٢٤) بتحليل مضمون الإنفو جرافيك المقدم في مواقع هـآرتس الإسرائيلي، والقدس الفلسطيني، واليوم السابع المصري، ونيويورك تايمز الأمريكي، خلال الفترة من ٧ أكتوبر-٧ فبراير، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الإخبار ونقل المعلومات هو الهدف



الرئيس للإنفو جرافيك السياسي في مواقع الدراسة، كما أشارت النتائج إلى اهتمام الإنفو جرافيك بتقديم الشخصيات العامة.

واستعرضت كل من منى هاشم، وأمنية عبد الرحمن (٢٠٢٣) في دراستهما برامج البودكاست المقدمة في كل من موقعى المصرى اليوم، والعربية سكاى نيوز، بهدف توضيح دلالتها، وآلية تقديمها وعرضها، فضلاً عن التعرف على تفضيلات الجمهور لهذه المنصات من خلال استبيان أراء عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها ضعف توظيف موقع المصرى اليوم للبودكاست حيث بلغ أربع حلقات فقط خلال الفترة من ١ يناير ٢٠٢٢م وحتى ١ ديسمبر ٢٠٢٢م- فترة الدراسة-، وعلى العكس بلغت حلقات البودكاست على موقع العربية سكاى نيوز ٧١٦ حلقة وتتنوع محتواها بين إخباري، وتعليمي، وتكنولوجي، وتجارب حياتية، واتساقاً مع النتيجة السابقة أتضح أن الجمهور يفضل موقع بودكاست العربية سكاى نيوز، كما أشارت النتائج إلى اعتماد المواقع الإخبارية عينة الدراسة على المعالجة الإعلامية المختلطة في المقام الأول بهدف جذب الجمهور، يليها المعالجة التقريرية، ثم المعالجة التفسيرية، كما أظهرت النتائج اعتماد عينة الدراسة التحليلية على اللغة العامية في تقديم المحتوى.

وقامت حور عبد الرحمن، وآخرون (٢٠٢٣م) بتحليل مضمون (٩٥) فيديو تفاعلي تم نشرهم على موقعى واشنطن بوست، اليوم السابع الإلكترونيين وذلك بهدف رصد مدى توظيف الفيديو التفاعلي في موقعى الدراسة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى تفوق موقع اليوم السابع في استخدام الفيديو التفاعلي، بينما تفوق موقع واشنطن بوست في إتاحة خاصية البث المباشر لمعظم الأحداث، كما أكدت نتائج الدراسة اهتمام الموقعين بتوظيف الأدوات التي تتيح التفاعل مع الجمهور.



وسعت Hamza (٢٠٢٣م) في دراستها إلى توضيح أهمية توظيف الإنفو جرافيك في مجال الصحافة، وتحديد طرق استخدامه في إنتاج المقالات الصحفية، وفي سبيل ذلك استعانت الباحثة بالأدبيات المتعلقة بالموضوع، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الإنفو جرافيك أصبح أبرز الأساليب الفنية التي تساعد في إنتاج القصص الصحفية، ولذا تستعين به المواقع الإخبارية للاستفادة من مميزاته، وفوائده في إيصال المعلومات بيسر وفي أقل وقت للقراء، كما أشارت النتائج إلى أن توظيف الإنفو جرافيك بشكل ناجح يتطلب الجمع بين فنون الصحافة، وقواعد التصميم الجرافيكي، فضلاً عن ضرورة توفر المعلومات وتحديد نوع الرسالة المناسبة للوسيلة، ولطبيعة الجمهور المستهدف.

وفي سياق متصل قام عدنان الحربي (٢٠٢٣) في دراسته بتحليل مضمون الموقع الإلكتروني لصحيفتي الرياض، ومكة السعوديتين للكشف عن توظيفها للإنفو جرافيك في تغطيتها اليومية، وأشارت نتائج الدراسة إلى اهتمام موقعي الدراسة بتوظيف الإنفو جرافيك خاصة في المضامين الاقتصادية، تلاها المضامين الاجتماعية، وفي المرتبة الثالثة جاءت المضامين الصحية، كما أشارت النتائج إلى أن أكثر الموضوعات التي يتم توظيف الإنفو جرافيك بها هي موضوعات الشأن المحلي، ثم الموضوعات العربية، وأخيراً الموضوعات العالمية، كما أوضحت النتائج أن أهم أهداف توظيف الإنفو جرافيك تمثلت في التوعية، يليها الهدف الإخباري، ثم الهدف التفسيري، وأخيراً الهدف الإقناعي، وقد اعتمد موقعاً الدراسة على توظيف الأسلوب الثابت للإنفو جرافيك.

وقام إسلام محمد مطاوع (٢٠٢٣) في دراسته بعرض تجارب عدد من المواقع الإلكترونية الإخبارية التي اهتمت بتوظيف أسلوب الكروس ميديا في إنتاج القصص الإخبارية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها أن النص لا يزال محورياً في قصص الكروس ميديا، وأن العناوين التي اعتمدت عليها عينة الدراسة جاءت غير



مباشرة وقصيرة وغامضة لجذب انتباه القراء، كما أظهرت النتائج اعتماد مواقع الدراسة على الصور الثابتة بشكل أساسي، يليها الصور المتحركة، ثم الصور القابلة للتمرير والحركة، وأن ملفات الفيديو التي اعتمدت عليها القصص الإخبارية في مواقع الدراسة كانت جميعها تركز على جانب واحد من جوانب القصة.

ومن خلال استبيان آراء عينة من الصحفيين السعوديين سعت دراسة مياسر سمباوه (٢٠٢٢) إلى التعرف على وجهة نظر القائمين بالاتصال فيما يتعلق بتأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي، والتكنولوجيا الأكثر استخداماً من قبلهم وتأثيرها على تطورهم المهني، وكشفت نتائج الدراسة عن اعتماد عدد كبير من الصحفيين على التكنولوجيا الرقمية في إنتاج المحتوى، وقد أشارت النتائج إلى النصوص الرقمية كأكثر الأشكال الرقمية استخداماً من قبل الصحفيين عينة الدراسة، تلاها التصاميم الجرافيكية، ثم الصور الرقمية، فالإنفوجرافيك، وأخيراً البودكاست، وفيما يتعلق بمدى تفاعل الجمهور مع أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي فقد جاءت الفيديوهات القصيرة في المرتبة الأولى، تلاها الصور الرقمية، ثم الصور المتحركة، وأخيراً البودكاست، وقد أشارت النتائج إلى أن المضامين الاجتماعية هي أكثر المضامين التي يستخدم معها تكنولوجيا الإعلام الرقمي، تلاها المضامين السياسية والرياضية، ثم المضامين الثقافية، والاقتصادية.

وبهدف التعرف على كيفية توظيف الفيديو جراف في مواقع الصحف المصرية قامت نسمة مطاوع (٢٠٢٢) بتحليل مضمون ٦٦٠ فيديو تم نشرها بالمواقع الإلكترونية لعينة من المواقع الإخبارية المصرية تضمنت اليوم السابع، والمصرى اليوم، والبوابة نيوز، وأخبار اليوم، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن موقع اليوم السابع هو أكثر المواقع توظيفاً للفيديو جراف، كما أشارت النتائج إلى أن المضامين الاجتماعية، والفنية هي أكثر المضامين التي يستخدم فيها موقع اليوم السابع الفيديو جراف، وجاءت المضامين الاجتماعية، والرياضية كأكثر المضامين التي تستخدم فيها



موقع المصري اليوم الفيديو جراف، وفيما يتعلق بموقع البوابة نيوز فقد اهتم بتوظيفه مع المضامين الفنية والرياضية، وقام موقع أخبار اليوم بتوظيف الفيديو جراف بشكل أساسي في عرض الأحداث والوقائع التي تحدث في نفس اليوم، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن أغلب مواقع الدراسة وظفت الفيديو جراف القصير.

أما محمد القرعان وآخرون (٢٠٢٢) فقد سعى إلى رصد مدى توظيف صحافة البيانات داخل غرف الأخبار الأردنية، وذلك من خلال استبيان آراء عينة من العاملين بمؤسسات الإعلام الأردنية المحلية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن توظيف صحافة البيانات داخل وسائل الإعلام الأردنية لم يكن على المستوى المطلوب نظراً لعدم تأهيل القائم بالاتصال لهذه التقنيات، كما أشارت النتائج إلى أن الإنفو جرافيك هو أكثر الأدوات التي يتم توظيفها.

وبهدف التعرف على أهمية توظيف صحافة البيانات في مجال الرياضة قام Liu & Wang (٢٠٢٢) في دراستهما بتحليل محتوى المشاريع الصحفية المقدمة لمسابقة Sigma (٢٠٢٠-٢٠٢١)، في مجال صحافة البيانات الرياضية وعددها ١٨ مشروعاً، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تنوع مصادر البيانات التي تم الاعتماد عليها، واتاحتها للجمهور مما يميزها بالموضوعية والشفافية، كما أشارت النتائج إلى توظيف تقنيات تصوير مختلفة للبيانات مما يساعد القراء على فهم أفضل للقصص الإخبارية، كما تنوعت أشكال السرد البصري ما بين السرد الخطي، وغير الخطي في المشاريع مما أدى إلى تحسين مستوى التقارير الإخبارية ووفر تجربة ثرية للقراء.

وفي دراستها الوصفية المقارنة سعت وفاء عبد الغفار (٢٠٢١) إلى التعرف على كيفية توظيف صحافة البيانات في التغطيات الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصرية، فضلاً عن تحديد أهم الأدوات والبرامج التي تعتمد عليها هذه المواقع، والكشف عن أهم المهارات التي يحتاجها الصحفي ومصمم البيانات في هذا الإطار، وفي سبيل ذلك قامت



الباحثة باستبيان آراء مجموعة من الصحفيين ومصممي البيانات في المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، وتشير النتائج التي توصلت إليها الدراسة إلى أن صحافة البيانات تعتمد بشكل رئيس على تحليل وتفسير الأرقام وتأويلها بشكل يجعل منها تحقيقات مدفوعة بالبيانات جاذبة للقراء، كما أشارت النتائج إلى ازدياد الاهتمام بتوظيف صحافة البيانات في العصر الحديث نظراً لزيادة الاهتمام بالمحتوى الرقمي على مستوى العالم، كما أشار الصحفيون عينة الدراسة إلى أنه لا يوجد في مصر صحافة بيانات بالمعنى الحقيقي حيث يقتصر الأمر على تصميم البيانات فقط دون تحليل.

هدفت دراسة **وفاق برمج (٢٠٢١)** إلى التعرف على مدى استعانة المواقع الإخبارية العراقية بتصميمات الإنفو جرافيك في عرض المعلومات والبيانات، والأنماط التي يتم استخدامها في هذا الإطار، فضلاً عن رصد كيفية توظيف هذه التصاميم، وفي سبيل ذلك قام الباحث بدراسة وصفية تحليلية حلل خلالها ١٩٤ تصميم تم نشرها في المواقع الإخبارية عينة الدراسة، وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج منها اهتمام المواقع الإخبارية العراقية بتوظيف تصاميم الإنفو جرافيك لتوصيل المعلومات بصورة شيقة للجمهور، أن أغلب التصاميم جاءت ثابتة، وتم الاعتماد في تصميم أغلبها على جهات خارجية عالمية.

قامت دراسة **أحمد الزهراني، ومروة عطية (٢٠٢١)** برصد وتقييم واقع التجارب العربية الناشئة في مجال صحافة البيانات، من خلال تحليل مضمون القصص والتقارير الصحفية المدعومة بالبيانات في عدد من المواقع العربية هي (الرياض، والوطن، وموقع عين الإخباري، وموقع إيكونومي بلس، وموقع انفو تايمز، وخلص)، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج منها أنه على الرغم من أن جميع المواقع عينة الدراسة مهتمة بتبني الأساليب الجديدة في عرض الموضوعات الصحافية إلا أن موقع الرياض هو أكثر المواقع اهتماماً بتقديم موضوعات المدفوعة بالبيانات.



وسعت ريم زناتى (٢٠٢٠) إلى التعرف على كيفية توظيف الإنفو جرافيك بموقع تويتر في معالجة القضايا الصحية في عينة من الدول العربية هي مصر والسعودية والكويت، وتحقيقاً لهذا الهدف قامت الباحثة بتحليل مضمون نماذج الإنفو جرافيك المنشور على الحسابات الرسمية لوزارات الصحة في الدول عينة الدراسة حول فيروس كورونا المستجد، وأشارت نتائج الدراسة إلى اهتمام الحسابات عينة الدراسة بتوظيف الإنفو جرافيك خاصة صفحة وزارة الصحة السعودية، تلاها الصفحة الكويتية، ثم المصرية، كما أشارت النتائج إلى اعتماد المواقع الثلاث على تقليل حجم النصوص، مع الاهتمام بعرض الاحصائيات والأرقام، وقد جاءت الوظيفة التوعوية في مقدمة الوظائف التي هدف الإنفو جرافيك إلى تحقيقها في المواقع عينة الدراسة.

ومن خلال تحليل مضمون مقاطع الفيديو في كل من بوابتي الوجد، والأهرام، وموقع اليوم السابع سعت دراسة أحمد علوى (٢٠٢٠) إلى الكشف عن أكثر الفنون الصحفية إنتاجاً لصحافة الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية، ومصادر إنتاجها، وأشارت النتائج التي توصلت لها الدراسة إلى أن موقع اليوم السابع هو أكثر المواقع إنتاجاً لصحافة الفيديو، يليه بوابة الأهرام، وأخيراً بوابة الوجد، كما أشارت النتائج إلى أن الخبر هو أكثر الفنون الصحفية توظيفاً لصحافة الفيديو في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، تلاه الحديث، ثم التقرير، كما أوضحت النتائج أن الموضوعات السياسية هي أكثر الموضوعات التي يتم توظيف الفيديو بها، يليها الموضوعات الأمنية، ثم الموضوعات الرياضية.

وبهدف التعرف على تأثير السرد المرئي للبيانات في صحافة الحلول قامت Urlbauer (٢٠١٩) في دراستها التجريبية بمقارنة تأثير تعرض عينة الدراسة لنموذج غير صحافة الحلول تم إنتاجها اعتماداً على النص فقط، وخمس إصدارات مختلفة من تقرير صحفى لصحافة الحلول أحدهما تم إنتاجه بالشكل التقليدي، وتم توظيف أشكال مختلفة من العرض المرئي للبيانات في الأربعة الآخرين؛ بحيث تمت



الاستعانة بالجدول في احدهما، والمخططات التصويرية في آخر، والمخططات البيانية في ثالث، وأخيراً الإنفو جرافيك، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن تذكر المبحوثين للمعلومات، والبيانات في التقارير الصحفية المعتمدة على السرد المرئي أفضل من تلك التي تم إصدارها اعتماداً على النص فقط، كما أشار المبحوثون إلى أن البيانات التي تعرض من خلال الإنفو جرافيك لا تنسي، وأخيراً أظهرت النتائج أن المبحوثين يفضلون المخططات التصويرية أكثر من مثيلتها البيانية في عرض المعلومات.

أما Karypidou, et.al (٢٠١٩) فقد قاموا في دراستهم بتحليل محتوى المشاريع الصحفية التفاعلية المدفوعة بالبيانات في النسخ الرقمية لستة مؤسسات صحفية ، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أشكال السرد المرئي كانت مكون رئيس في كل المقالات عينة الدراسة، وقد تفاوتت أشكال السرد المرئي التي تم استخدامها في التقارير الصحفية المدفوعة بالبيانات في المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة ما بين الصور، والرسوم البيانية، والروابط الخارجية، وقد تم الجمع بين أكثر من شكل في بعض المقالات، كما أشارت النتائج إلى الموضوعات السياسية كأكثر الموضوعات التي تم الاستعانة فيها بالسرد المرئي للبيانات، ثم الموضوعات الاقتصادية، تلاها الموضوعات الاجتماعية، كما كشفت النتائج إلى أن معظم المقالات عينة الدراسة استعانت بأشكال سرد بصرى ثابتة، وقد اقتصر التفاعل في معظم المقالات التي استعانت بالسرد التفاعلي على الإحالة إلى روابط.

المحور الثالث: توظيف الصحف والمواقع الإلكترونية لشبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق الاندماج الرقمي.

سعت رالا منصور (٢٠٢٤) في دراستها إلى التعرف على كيفية توظيف عينة من المؤسسات الصحفية لموقعي فيس بوك ، وانستجرام كوسيلة لتقديم الخدمات الإخبارية، ومدى اعتماد الجمهور عليها كمصدر للأخبار، وتحقيقاً لهذا الهدف قامت

الباحثة بتحليل محتوى موقعى "بوابة الأهرام، وموقع المصرى اليوم"، كما استطلعت آراء عينة من الجمهور فى هذا الصدد، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها حرص المؤسسات الصحفية على وجود منصة لها على تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعى للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور، وأن الموضوعات السياسية والعسكرية احتلت المرتبة الأولى فى هذه المواقع تلاها الموضوعات الرياضية، وقد أشارت النتائج إلى قلة الاهتمام بالنصوص المكتوبة، كما أشارت النتائج إلى أن ما يقرب من ثلثى عينة الجمهور تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للمعلومات والأخبار.

وقام Herrero & Hendrickx (٢٠٢٤) فى دراستهما بمقارنة وتقييم ٤٥٨ منشور إخبارى من قبل تسع وسائل إعلام تنتمى إلى ثلاث دول هى بلجيكا، واسبانيا، وبريطانيا؛ حيث تم مقارنة منشورات صحيفة إقليمية، ووسيلة رقمية أصلية، وقناة تليفزيونية على تطبيقى انستجرام، وتيك توك، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى حرص المنصات المختلفة على توظيف وسائل التواصل الاجتماعى كوسيلة فعالة فى تسويق الأخبار من خلال نظام الخوارزميات التى تعتمد عليه، كما أظهرت النتائج أن وسائل الإعلام المختلفة ينشرون على تطبيق انستجرام بشكل أكبر وأكثر تنوعاً من تطبيق تيك توك وذلك نظراً لحدائثة عهد هذه المؤسسات بالتطبيق الأخير، كما أشارت النتائج إلى أن الإعلاميين يطوعون المحتوى وفقاً لطبيعة كل تطبيق.

ومن خلال دراستهم لكيفية توظيف الصحفيين الفلسطينيين لمنصات التواصل الاجتماعى فى صناعة القصة الرقمية، ورصد أهم المنصات والموضوعات التى يتم التركيز عليها توصل حسن أبو حشيش، وآخرون (٢٠٢٣) فى دراستهم إلى عدد من النتائج منها أن الفيس بوك هو أبرزت المنصات التى يتم استخدامها فى صناعة القصة الرقمية، وقد جاءت القصة المصورة فى مقدمة أنواع القصص الرقمية، يليها الفيديو، والإنفو جرافيك، ثم البودكاست.



وسعت دراسة Mercy Gakii Kiunga (٢٠٢٣) إلى رصد الآثار المترتبة على استخدام صحيفة "Star" الكينية لوسائل التواصل الاجتماعي في التسويق لمحتواها من خلال تصميم دليل مقابلة مع عدد من الصحفيين الرقميين في الصحيفة، وتشير نتائج الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي مكنت من مشاركة الأخبار بشكل أسرع وأكثر كفاءة، كما أشارت النتائج إلى وجود عدد من التحديات التي تواجه الصحفيين أهمها عدم تأهيلهم بالشكل اللازم لتدقيق المعلومات.

وبهدف التعرف على عدد القصص الإخبارية التي يتم تخصيصها لمنصات فيس بوك، وانستجرام، وتيك توك، وتويتر، فضلاً عن رصد أي الفنون الصحفية التي يفضل نشرها على وسائل التواصل الاجتماعي قام Hace,et. al (٢٠٢٣) بتحليل القصص الإخبارية التي نشرتها أربع مؤسسات إخبارية ألمانية عريقة عبر صفحاتها على تطبيقات فيس بوك، وانستجرام، وتيك توك، وتويتر، وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها أن نسبة المنشورات التي شاركتها المؤسسات الإخبارية المختلفة على وسائل التواصل الاجتماعي تراوح ما بين ١ - ٤٤% من إجمالي ما تم نشره بالشكل التقليدي، وأن فيس بوك غالباً ما تم استخدامه لتداول الأخبار الخفيفة على عكس تويتر، كما أشارت النتائج إلى أن تعديل الأخبار لتتماشى مع طبيعة وسائل التواصل الاجتماعي كان محدوداً.

كما استعرضت Luise Anter (٢٠٢٣) في دراستها التحليلية من المستوى الثاني نتائج ١٥٦ دراسة تناولت العلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي والمؤسسات الإخبارية، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنه بالرغم من تعدد الدراسات في هذا الصدد إلا أنها غير كافية، كما أظهرت النتائج أن تويتر هو أكثر منصات التواصل الاجتماعي التي أجريت حولها دراسات، كما أظهرت النتائج أن المؤسسات الإخبارية تعتمد على عدد من الاستراتيجيات لعرض المحتوى على منصات التواصل الاجتماعي بشكل مختصر لتحقيق التوازن بين المعايير المهنية لعرض الأخبار وخصائص وسائل

التواصل الاجتماعي وقد ظهر ذلك بوضوح في تغطية الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا؛ حيث تم عرضها في أشكال صحفية تمتاز بالبساطة وتم إثرائها بالرموز التعبيرية، كما أكدت النتائج أن الاستعانة بوسائل التواصل الاجتماعي كمنصات لتسويق الأخبار لا تهدد جودة العملية الإخبارية ومصداقياتها.

وسعت آلاء خفاجة (٢٠٢٠) في دراستها إلى التعرف على مدى استفادة الصفحات الإخبارية من العناصر التفاعلية على وسائل التواصل الاجتماعي خلال بعض الأحداث الهامة وفي سبيل ذلك قامت الباحثة بتحليل كمي وكيفي لصفحتي BBC NEWS, FRANCE 24 على موقعي فيس بوك، وتويتر، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها أن موقع تويتر هو أكثر المواقع الاجتماعية حرصاً على توفير وتحديث الأدوات التفاعلية لمستخدميه، فحين أن موقع فيس بوك هو الأكثر حرصاً على تحديث وتوفير الأدوات الاتصالية على صفحاته، كما أشارت النتائج أن الصفحات عينة الدراسة تتيح لمستخدميها أشكال التفاعل المختلفة مع المحتويات المنشورة سواء التفاعل الرمزي أو المشاركة والتعليق.

التعليق على الدراسات السابقة:

- أكدت الدراسات السابقة على أن تقنيات السرد المرئي قادرة على توفير تجربة اتصالية أكثر فعالية؛ بما تمتلك من سمات تجعل القارئ طرف فاعل في العملية الاتصالية، وتسمح له بأن يكون جزء من الحدث، وتساعد في توصيل المعلومات بشكل ميسر وفعال، مما يزيد من جودة العملية الاتصالية.
- بالرغم من أن مراجعة الدراسات السابقة أظهرت وجود اهتمام متزايد من قبل الباحثين في دراسة مدى استفادة وسائل الإعلام الرقمية من تقنيات السرد المرئي والآثار المترتبة عليها، إلا أنها أظهرت أيضاً اقتضار التركيز على تقديم رؤية شاملة لاستخدام تقنيات السرد المرئي في تقديم المحتوى الإخباري

رقمياً للقراء على الدراسات الأجنبية، فيحين انصب اهتمام الباحثين العرب على دراسة تأثير أنماط محددة من السرد المرئي ومنها دراسة فلورا متي (٢٠٢٤)، ودراسة حور عبد الرحمن، وآخرون (٢٠٢٣)، ونسمة مطاوع (٢٠٢٢).

- مازالت الدراسات العربية تقف عند حدود الدراسات الوصفية فيما يتعلق بتناولها للتأثير الناتج عن توظيف تقنيات السرد المرئي الرقمي، فحين اهتمت الدراسات الأجنبية إلى جانب ذلك بالدراسات التجريبية ومنها دراسة VAFEIADIS,et.al (٢٠٢٠)، وكذلك دراسة Madaí (٢٠٢٢)، وهي بذلك تقدم بعداً آخر في تحديد أهمية وتأثير تقنيات السرد المرئي في تقديم المحتوى رقمياً للمستخدمين.

- تباينت الدراسات السابقة ما بين دراسات اهتمت بكيفية إشراك المستخدمين في القصة الإخبارية لتحقيق فهم أعمق لها ومنها دراسة Rahma (٢٠٢٣)، ودراسة Madail (٢٠٢٢)، وأخرى ركزت على رصد رؤية القائمين بالاتصال فيما يتعلق بتأثير تقنيات السرد المرئي على صناعة المحتوى ومنها دراسة مياسر سمباوه (٢٠٢٢)، ومنها ما تناول رصد أحدث التقنيات المستخدمة في عرض الأخبار رقمياً ومنها دراسة Comet (٢٠١٨)، ومنها الدراسات التي سعت إلى تقديم رؤية مستقبلية لكيفية توظيف المحتوى المرئي في الإصدارات الرقمية للصحف في ظل التطور التكنولوجي والاستعانة بتقنيات الذكاء الاصطناعي ومنها دراسة محمد جمال بدوي (٢٠٢٤)، ومنها الدراسات التي سعت إلى رصد دور تقنيات السرد المرئي في توصيل المعلومات المتعلقة ببعض القضايا كجائحة كورونا مثل دراسة Montroro (٢٠٢٢)، وكذلك دراسة عدنان الحربي (٢٠٢٣) التي سعت إلى رصد كيفية توظيف الإنفو جرافيك في المضامين الاقتصادية، وتأتي الدراسة الحالية

لتجمع بين عدد من أهداف الدراسات السابقة لتقدم رؤية شاملة لكيفية استخدام صفحات المواقع الإخبارية الرقمية لتقنيات السرد المرئي، وكيفية تفاعل المستخدمين معها.

- تنوعت الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة وقد غلب عليها نظرية ثراء الوسيلة ومنها دراسات ريم زناتي (٢٠٢٠)، ودراسة وفاء عبد الغفار (٢٠٢١)، وكذا نظرية الاستخدامات والإشباع، ومنها دراسة راشد الشهرى (٢٠٢٣)، ونظرية الحتمية التكنولوجية ومنها دراسة سمباوه (٢٠٢٢)، كما جاءت بعض الدراسات بدون إطار نظري خاصة الدراسات الأجنبية ومنها، VAFEIADIS, et.al (٢٠٢٠)، Madaí I (٢٠٢٢).

مشكلة الدراسة:

في ظل التغيرات التي طرأت على تفضيلات المستخدمين في الحصول على المعلومات نتيجة التطورات التكنولوجية المختلفة أصبح لزاماً على الصحف إثراء المحتوى الذي تقدمه بدرجة من التفاعل، والاستعانة بآليات الاندماج الرقمي لتحافظ على القراء، وتسوق المحتوى الإخباري بما يتلاءم وطبيعة القارئ الرقمي، وعليه لم يعد من الملائم أن يعتمد الصحفي في تقديم المحتوى على القوالب التقليدية، وأصبح من الضروري الاستعانة بتقنيات السرد المرئي التي تساعد في تقديم المحتوى الإخباري ببساطة وسهولة، وتيسر على المتلقي فهم وتذكر، وتحليل المعلومات التي يتلقاها خاصة في ظل تزايد المعلومات، وتعقدتها بحيث أصبح من الصعب على القارئ فهمها دون استخدام أدوات وتقنيات السرد المرئي التي يمكن من خلالها تبسيط القصص الإخبارية والمعلومات المعقدة، وجعلها أسهل، وأكثر متعة للقراء بل وقد تجعلهم جزء من القصة الإخبارية.



تأسيساً على ما سبق تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في رصد مدى اعتماد عينة من صفحات المؤسسات الصحفية الرقمية المصرية على منصة فيس بوك لأنماط وتقنيات السرد المرئى في عرض الموضوعات المختلفة، والتعرف على مدى تفاعل المستخدمين مع هذه الموضوعات، وهل يختلف التفاعل باختلاف تقنية السرد المرئى المستخدمة، وهل تختلف تقنيات السرد المرئى باختلاف المضمون الذى يتم تناوله، وذلك بهدف الوصول لرؤية متكاملة حول توظيف المؤسسات الصحفية الرقمية المصرية لأنماط وتقنيات السرد المرئى في عرض الموضوعات المختلفة.

أهمية الدراسة:

- تستمد الدراسة الحالية أهميتها من التحديات التى عانت منها المؤسسات الصحفية التقليدية نتيجة انخفاض مستوى المتابعة والشراء، والتى أدت إلى إعلان بعضها التخلي عن نسخها المطبوعة، وإغلاق بعضها للأبد، وعليه أصبح التوجه إلى النسخ الرقمية وما تتطلبه من آليات جديدة فى عرض وتسويق المحتوى أمر ضروري.
- كما ثبت من نتائج بعض الدراسات، ومنها دراسة راشد الشهرى (٢٠٢٣) أن الجمهور يفضل المحتوى الرقمية المرئى؛ حيث يمكن متابعته فى أى وقت، فضلاً عن إمكانية نشره ومشاركته على صفحته الشخصية، أو مع الأصدقاء، وسهولة الاستخدام، كما أنها تشعرهم بأنهم جزء من الحدث.
- بلغ عدد مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعى ٥.٥ بليون مستخدم فى يناير ٢٠٢٤ م وفقاً لتقرير Digital 2024: Global Overview Report، كما أشار التقرير إلى أن أهم أسباب استخدام الإنترنت هو البحث عن المعلومات، وفى المرتبة الرابعة جاء التعرف على الأخبار والأحداث أولاً بأول، وفيما يتعلق بأسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعى جاء قراءة القصص

الإخبارية في المرتبة الثالثة، ، ووفقاً لتقرير GWI يقضى المستخدمون ما يقرب من ساعتين و٢٣ دقيقة يومياً في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى أهمية استفادة المؤسسات الإخبارية من وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع أكبر عدد من القراء.

- وفقاً لتقرير Statica ٢٠٢٤ ترتب على تكنولوجيا المعلومات، وتقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة انتشار الأخبار المضللة، والمعلومات المغلوطة على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة؛ حيث أصبح كل من يملك هاتف محمول صانع محتوى، وعليه لا بد من تواجد منصات رقمية للمؤسسات الصحفية كمصدر موثوق للمعلومات، والأخبار في العصر الحديث.

- تغير دور وسائل التواصل الاجتماعي من منصات للتواصل بين الأهل والأصدقاء إلى منصات لمعرفة وتبادل الأخبار والمعلومات، وعليه توجهت المؤسسات الإعلامية المختلفة للاستفادة مما توفره من أدوات، ومميزات تدعم تواصلها مع القراء.

- تبين من خلال مسح التراث العلمي ندرة الدراسات العربية التي تناولت التعرف على اتجاهات المواقع الإخبارية الرقمية في توظيف تقنيات السرد المرئي بشكل عام في تقديم المحتوى للقراء خاصة في منصات التواصل الاجتماعي، وتركيزها على تقنيات بعينها، على الرغم من اهتمام الدراسات الأجنبية بهذا الجانب، وعليه تسعى الدراسة الحالية إلى تقليل الفجوة بين الدراسات العربية والأجنبية، وسد هذا الفراغ البحثي.

أهداف الدراسة، وتسأولاتها:

انطلاقاً من المشكلة البحثية موضوع الدراسة يتمثل الهدف الرئيس للدراسة الحالية في:

- رصد مدى اعتماد صفحات المؤسسات الصحفية الرقمية على منصة فيس بوك على تقنيات السرد المرئي في عرض المضامين المختلفة.

وينطلق من هذا الهدف الأهداف الثانوية التالية:

- التعرف على أنماط وتقنيات السرد المرئي التي توظفها صفحات المؤسسات الصحفية الرقمية في عرض المضامين المختلفة.
- الكشف عن أي المؤسسات الصحفية الرقمية هي الأكثر استخداماً لأنماط وتقنيات السرد المرئي.
- تحديد أي أنماط تقنيات السرد المرئي هي الأكثر استخداماً .
- التعرف على تفضيلات المستخدمين فيما يتعلق بتقنيات السرد المرئي المختلفة.
- رصد مدى اختلاف تقنيات السرد المرئي باختلاف المضمون الذي يتم تناوله.

تأسيساً على ما سبق تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما أشكال السرد المرئي التي تعتمد عليها المؤسسات الصحفية الرقمية عينة الدراسة في سرد الأخبار على صفحاتها في منصة فيس بوك؟
- أي من المؤسسات الصحفية الرقمية عينة الدراسة هي الأكثر توظيفاً لأنماط وتقنيات السرد المرئي في عرض المضامين التي تقدمها؟
- ما أكثر أنماط وتقنيات السرد المرئي استخداماً في صفحات المؤسسات الصحفية الرقمية على منصة فيس بوك؟

- هل تختلف تقنيات السرد المرئي التي يتم توظيفها تبعاً لموضوع المحتوى المقدم؟
- هل يختلف تفاعل المستخدمين مع المحتوى باختلاف تقنيات السرد المرئي المستخدم؟
- هل يختلف تفاعل المستخدمين باختلاف المضمون المقدم؟

مصطلحات الدراسة:

الاندماج الرقمي:

يشير المصطلح وفقاً للموسوعة البريطانية إلى "ظاهرة تعبر عن ترابط تقنيات الاتصالات والمعلومات، وشبكات الحاسب الآلي، والمحتوى الإعلامي، كنتيجة مباشرة لرقمنة المحتوى وانتشار الإنترنت، مما أدى إلى تغيرات جوهرية في الصناعة، والخدمات، وممارسة العمل، وظهور أنماط جديدة من المحتوى، وقد ترتب على هذه التحولات تحديات وأبعاد تقنية، وصناعية، واجتماعية، وسياسية" (Britannica).

السرد المرئي Visual Narrative:

صاغ هذا المصطلح (Segel & Heer) ويشير هذا المصطلح إلى "تصور يجمع بين الاتصال كوسيلة لنقل قصة ما، وتوجيه المستخدم لفهم قصة معينة" (Segel, Heer) (٢٠١٠).

ويعرف (Ware) السرد المرئي بأنه "وسيلة توظف لاستكشاف البيانات، كما يمكن أن يوظف كوسيلة لشرح البيانات للأخرين وإقناعهم بتفسير محدد لها"، وأشترط (Ware) أن يكون مصمم السرد المرئي متحكماً في الخيط المعرفي ليتمكن من تقديم سلسلة ناجحة من الكلمات المرئية للجمهور (Ware 2019).

السرد القصصي الرقمي Digital Visual Narrative، ويعرف أيضاً بالسرد الرقمي المرئي، هو أسلوب تحويل القصص المكتوبة الى قصص رقمية تفاعلية



وبصرية، وهذا النمط من السرد القصصي مصنوع بشكل خاص للمنصات الرقمية المتواجدة على الويب، وعلى وسائل التواصل الاجتماعي، ويصعب استخدام هذه القوالب في وسائل الإعلام التقليدية (شبكة الصحفيين الدوليين ٢٠٢٠).

التعريف الإجرائي للسرد المرئي: تعرف الباحثة السرد المرئي إجرائياً بأنه "طريقة غير تقليدية في كتابة القصص الإخبارية الكبيرة، والمعقدة اعتماداً على إدراج تقنيات بصرية لسرد المعلومات والبيانات تساعد القارئ في فهم أفضل، وأسرع للمعلومات المتعلقة بالقصص الإخبارية، كما تساعده في فهم العلاقات بين هذه المعلومات، وتتيح له إمكانية التفاعل معها".

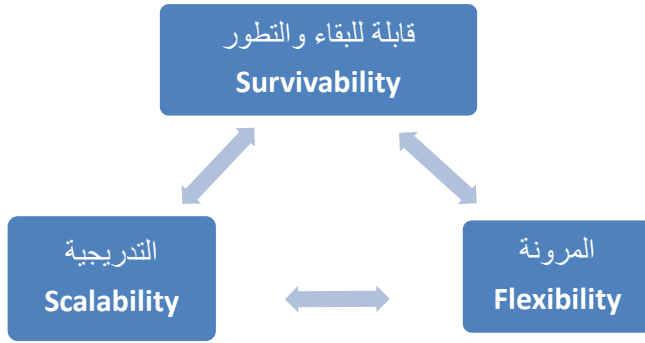
الإطار النظري للدراسة:

تستند الدراسة الحالية على نظرية مجتمع الشبكات التي قدمها Castells كإطار نظري لتفسير توظيف المواقع الصحفية الرقمية المصرية لتقنيات السرد المرئي في نقل الأخبار، والمعلومات للمستخدمين عبر أحد تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي.

ظهر مصطلح الشبكات كمفهوم رئيس في مؤلفات Castells منذ ثمانينات القرن الماضي، نتيجة اهتمامه بتفسير العلاقة بين التكنولوجيا، والمجتمع، والاقتصاد؛ وقد أسفر هذا الاهتمام عن تأليفه لثلاثية عصر المعلومات؛ ذلك المؤلف الموسوعي الذي ناقش من خلال أجزاءه الثلاث كيف أثرت البيئة التواصلية الجديدة في علاقات السلطة، والهيمنة، والاقتصاد العالمي الجديد، مؤكداً انتقال المجتمعات الحديثة من الرأسمالية الصناعية إلى الرأسمالية المعلوماتية (إدريس الغزواني ٢٠٢٢)، ويشير مفهوم "الشبكة" عند Castells إلى مجموعة من العقد المترابطة مثل الأستوديوهات، ونظم البث، وخدمات الشبكات الاجتماعية في الشبكة العالمية لوسائل الإعلام، والنخب السياسية في الشبكات السياسية، وأسواق البورصة في شبكة التدفقات المالية العالمية



(Ari-Veikko ٢٠١٥)، وتتسم الشبكات بالتطور مع مرور الوقت؛ حيث تزداد قدرتها على توقف أهمية كل عقدة على مدى قدرتها على إدخال فاعلين جدد، ومحتويات جديدة لهيكلها التنظيمي، خاصة في ظل تطور تقنيات الاتصال، لذا أصبحت الشبكات ذلك الهيكل التنظيمي الأكثر كفاءة نتيجة استفادته من سمات البيئة التكنولوجية وهي، المرونة، والتدرجية، وقابليتها للتطور والبقاء (إدريس الغزواني ٢٠٢٢).



شكل (١) سمات الشبكات

وهكذا نجد أن نظرية Castells تشير إلى بدء حقبة جديدة تتميز بشكل محدد من الشبكات تتداخل فيه المفاهيم التكنولوجية، والرقمية، والإعلامية (Gottdiener & Castells ٢٠٠٧)؛ وتعد التكنولوجيا هي العنصر الأكثر تأثيراً في الشبكة من خلال عدد من العمليات الأولية منها اللامركزية، والتفاعل الاجتماعي، وحجم التدفقات، وضغط الزمان والمكان، وتغيير الشكل المؤسسي، وتحول علاقات القوى؛ وهكذا يؤدي تطوير الشبكة إلى العديد من التغيرات في مقدمتها ظهور أشكال مؤسسية هجينة، هذا وتعتمد قوة الشبكة إلى حد كبير على مدى التحكم في الوصول إلى الأخبار، وإمكانية إنشاء الرسائل وتوزيعها (Betlej ٢٠٢٢).

ووفقاً لـ Castells يتمثل التغيير الرئيس الذي تشهده وسائل الإعلام نتيجة ظهور وانتشار الإنترنت في التقارب بين وسائل الإعلام وتكنولوجيا المعلومات من

خلال «تكوين نص تشعبي ولغة تدمج لأول مرة فى التاريخ الأساليب المكتوبة والشفوية والسمعية والبصرية للاتصال البشرى فى نفس النظام» (Castells ٢٠١٠)، وهو بذلك يشير إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبحت شبكة واحدة مدمجة، وأن البطل الرئيس لهذا الاندماج والتقارب هو الإنترنت التى سمحت بقدرتها على ربط ودمج التقنيات والمحتويات، والتوفيق بين أنماط اتصال مختلفة، كما أنها عززت "خصخصة التواصل الاجتماعي"، أى إعادة بناء الشبكات الاجتماعية حول الفرد؛ حيث يتم إنتاج المحتويات ونقلها إلى جمهور مُجزأ، ومتميز، وأكثر انتقائية؛ يميل إلى اختيار رسائله وفقاً للزمن، والمكان، والمحتوى المناسب له (Castells ٢٠١٠).

هذا وتعتمد فكرة الشبكات بالأساس على المعلومات، والاتصالات من جهة، ومن جهة أخرى كيفية تدفق المعلومات؛ حيث أصبح تدفق المعلومات فى عصر اللامركزية الحالى أفقياً بحيث تحول الجمهور من مستقبلين للرسائل إلى جمهور نشط ينبغى النظر إليه كعقدة فى الشبكة إلى جانب المؤسسات الإعلامية، والتقنيات التكنولوجية (Kirtiklis ٢٠١٧)، كما يشير Castells إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مكنت المستخدمين من التفاعلات الفورية، وكذلك كسر مفهوم التسلسل الزمنى وإحلال مفهوم "تسلسل الممارسات" بدلاً منه (Castells ٢٠١٤).

تأسيساً على ما سبق تستند الدراسة الحالية إلى نظرية مجتمع الشبكات كإطار نظرى لفهم إلى أى مدى تمكنت المؤسسات الصحفية المصرية من الاندماج فى البيئة الرقمية، وتوظيف تقنياتها للوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين من خلال الاعتماد على محتوى مرئى ميسر وجاذب وملائم لاحتياجات المستخدمين فى العصر الحديث، إلى جانب رصد مدى توافر سمات مجتمع الشبكة وفقاً لـ Castells على المؤسسات الصحفية الرقمية عينة الدراسة.



الإطار المعرفى للدراسة:

الاندماج الرقمى فى المؤسسات الصحفية

ألقت التغيرات المتلاحقة الناتجة عن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بظلمها على قطاع الإعلام بشكل كبير خاصة فى ظل التحديات التى عانى منها هذا القطاع وفى مقدمتها التحديات الاقتصادية، فضلاً عن عولمة الاتصالات والإعلام، وبروز وسائل جديدة لنقل وتداول المعلومات والأخبار، إضافة إلى غزارة المعلومات، وسرعة تداولها، كل هذه العوامل وغيرها شكلت تحديات أمام وسائل الإعلام بشكلها التقليدي، وأصبح عليها أن تستفيد من هذه التكنولوجيا فى تطوير المحتوى الذى يتم تقديمه، وقد أكد ذلك "ميردوخ" Keith Rupert Murdoch حينما قال "الشركات الإعلامية التى تتوقع أن يحمىها ماضيها المزدهر من التيار الإلكتروني ستندثر وتختفى قريباً" (جريدة إيلاف).

وعلى الرغم من شيوع استخدام هذا المصطلح مؤخراً -الاندماج الرقمى- إلا أنه بدأ فى التداول منذ بداية ثمانينات القرن الماضى؛ حيث أشار إليه رئيس شبكة CBS الأمريكية "William Paley" لأول مرة فى خطاب ألقاه عام ١٩٨٠ م حين أشار إلى "اندماج آليات توصيل الأخبار والمعلومات"، كما أشار إليه أيضاً المدير التنفيذى لشركة Apple خلال عرضه لرؤية الشركة فى صناعة المعلومات خلال الفترة من ١٩٨٠-٢٠٠٠؛ حيث أكد على اندماج ست فروع فى صناعة المعلومات هى وسائل الإعلام، والنشر، والمعلومات، الحواسيب الإلكترونية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والمعدات المكتبية والتوزيع، وفى عام ١٩٨٣ م تم سك مصطلح "اندماج الوسائط" على يد باحث العلوم السياسية "Pool De Sola" ليشير به إلى تلاشى الحدود الفاصلة بين الوسائط الإعلامية المختلفة بما فى ذلك الصحافة، والإذاعة، والتلفزيون، والبريد، والتلغراف، والتليفون، الأمر الذى يؤدى إلى ظهور وسيط مادمى واحد يقدم كافة الخدمات (فاطمة الزهراء عبد الفتاح ٢٠١٦).



وهكذا فقد أدى التطور التكنولوجي إلى تغيرات جذرية سواء على مستوى أدوات إنتاج المحتوى، أو تقديمه وتسويقه؛ حيث تداخلت الأنماط، وانصهر النمط المكتوب والمسموع والمرئي في بوتقة واحدة، هذا فضلا عن تغير وسائط النشر، بما يتوافق مع احتياجات المتلقي واهتماماته.

وقد بدأت المؤسسات الصحفية المصرية في تطبيق مبدأ الاندماج الرقمي من خلال استحداث منصات رقمية لها منذ عام ١٩٩٧؛ حين أصدرت مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر منصات رقمية لإصدارات الجمهورية، والمساء، والاجيشن جازيت (سعيد الغريب ٢٠٠١)، وفي عام ٢٠٠٨ م شهدت المؤسسات الصحفية مرحلة جديدة من مراحل الاندماج الرقمي بعد إطلاق الموقع الإلكتروني لجريدة اليوم السابع الأسبوعية الذي استقل فيه المحتوى الرقمي عن المحتوى الورقي، وما ترتب على ذلك من تفهم لمتطلبات كل وسيلة، وطبيعة المحتوى الملائم لها، واختلاف دور الهيئة التحريرية (تقرير الشبكة العربية لدعم الإعلام ٢٠١٤).

وفي ظل هذا التطور ظهرت عدة أشكال لتصوير المعلومات والبيانات بشكل مرئي ومنها ما يلي:

الصحافة المدفوعة البيانات Data Journalism، وتشير إلى مجموعة من الأساليب التي تساعد الصحفيين في تقديم القصة الصحفية بأفضل صورة ممكنة من خلال مجموعة من الأدوات التي يتم توظيفها لكتابة القصة الصحفية بشكل أفضل (أيمن بريك ٢٠٢٠).

الفيديو جراف Videography، ويشير إلى قالب تحريري هجين متعدد الوسائط يعتمد على الفيديو الرقمي، ويتألف من عنصرين أو أكثر من عناصر الوسائط المعلوماتية التي تشمل الصور الثابتة، والنصوص، والخرائط، ولقطات الفيديو الحي، والرموز البصرية، والتعليق الصوتي، والرسوم البيانية، ورسوم الجرافيك، والرسوم



المتحركة، التي يتم الربط بينها من خلال الوسائط المعلوماتية المساندة ومنها المؤثرات الصوتية، والموسيقى الخلفية، والمؤثرات البصرية، ويتم كل ذلك فى إطار سياق تسلسل سردي بصرى خطى (أحمد الزهراني، مروة عطية ٢٠١٠).

الإنفو جرافيك Infographic: يشير إلى تمثيل البيانات والمعلومات المعقدة، وتحويلها إلى رسوم، وصور يمكن فهمها بوضوح (Ferreira ٢٠١٤).

فيديو ٣٦٠ درجة 360 Video، يشير إلى تقنية تمثيل للواقع بطريقة تصف الأفعال وتروى الأحداث بناء على صور حقيقية مصورة بزاوية ٣٦٠ درجة تولد لدى المتلقى وهم التواجد فى الأحداث بمنظور الشخص الأول (سلوى الشريف ٢٠٢١).

كروس ميديا Cross Media: هو أسلوب رقمى مستحدث لسرد القصص الإخبارية بالمواقع الإلكترونية يقوم على دمج وسائط متعددة (صور، ونصوص، ورسوم معلوماتية، ومقاطع فيديو) فى تصميم واحد لعرض القصة بتصميم مختلف يتناسب مع محتواها، بهدف توصيل المحتوى بشكل أكثر جاذبية وسلاسة للمتلقى (إسلام مطاوع ٢٠٢٣).

البث المباشر live broadcast: هى خاصية تمكن المستخدم العادى من بث أى فيديو بشكل مباشر فى أى موضوع، وبأقل تكلفة على أى موقع أو تطبيق يتيح هذه الخاصية مع توفر شبكة انترنت، وهاتف ذكى (بتول مالك ٢٠١٩).

الخرائط التفاعلية Interactive maps: تشير إلى أحد التقنيات التي تم استخدامها منذ عام ٢٠٠٩م، حينما قام الصحفى "سايمون روجرز" بنشر أول مادة صحفية مدفوعة بالبيانات فى صحيفة The Guardian وبالتحديد الخرائط الرقمية التي تستخدم فى شرح بيانات معقدة على المستوى الجغرافى كتعداد السكان، وأماكن انتشار الأوبئة، والزلازل، والأعاصير، وما إلى ذلك (Saudi new media).



البودكاست The Podcast: يشير إلى سلسلة دورية من الملفات الصوتية، أو المرئية التي تتحدث عن مجال أو موضوع محدد يقوم بإنتاجها مؤسسات أو أفراد ويتم بثها على الإنترنت في منصات معينة لتصل إلى جمهور محدد (منى هاشم، أمنية عبدالرحمن ٢٠٢٣).

الموشن جرافيك Motion Graphic: هو أحد مجالات الرسوم المتحركة التي يتم إنشائها من خلال برامج التصميم على الكمبيوتر، وتكون مدمجة مع بعض المؤثرات الصوتية، وتهدف بالأساس إلى إيصال فكرة معينة (أحمد جمال ٢٠٢٤).

الإطار المنهجي للدراسة:

• نوع الدراسة، ومنهجها:

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية؛ حيث تهدف إلى رصد مدى توظيف صفحات المواقع الصحفية الرقمية المصرية لتقنيات السرد المرئي كأحد آليات الاندماج الرقمي، وتوضيح أكثر التقنيات توظيفاً في كل موقع من مواقع الدراسة، وأيها أكثر تفاعل من قبل المستخدمين، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي في جمع البيانات من خلال مسح عينة من صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة على منصة فيس بوك.

• عينة الدراسة:

قامت الباحثة بدراسة استطلاعية للتعرف على صفحات المواقع الإخبارية المصرية على منصة فيس بوك التي توظف تقنيات السرد المرئي، وتمتاز باستمرارية التحديث، وبعدد كبير من المتابعين، وتتمثل عينة الدراسة الحالية في صفحات المواقع الإخبارية الرقمية التالية " بوابة الأهرام الإلكترونية، اليوم السابع، المصري اليوم، بوابة أخبار اليوم، الوطن، البوابة نيوز"، وتتوفر في جميع صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق الفيس بوك الشروط التالية:

- نسبة المتابعين.
- أن يتوفر لدى الصفحة أرشيف.
- دورية واستمرار التحديث.
- تنوع تقنيات السرد المرئي التي يتم توظيفها.

- الفترة الزمنية للدراسة:

تم رصد كل المنشورات التي تم نشرها على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق فيس بوك خلال الفترة من ١ مايو- ٣١ مايو ٢٠٢٤م، بأسلوب الحصر الشامل؛ وإجمالي عددها ١٨٠٤٦ منشور، وقد تم اختيار هذه الفترة لأنها شهدت عدد من الأحداث الهامة على كافة المستويات، ومنها على سبيل المثال:

- على مستوى الموضوعات السياسية:

- زيارة الرئيس المصري للصين
- سقوط طيارة الرئيس الإيراني ومرافقيه، ثم إعلان وفاتهم.
- استمرار أحداث غزو غزة ٢٠٢٣ (طوفان الأقصى).
- سيطرة الاحتلال الإسرائيلي على رفح الفلسطينية، مما يشكل تهديد مباشر للحدود المصرية.
- المؤتمر التأسيسي الأول لاتحاد القبائل العربية في شمال سيناء.
- انعقاد الدورة ٣٣ لمجلس جامعة الدول العربية بالبحرين.
- قرارات محكمة العدل الدولية بشأن فلسطين.
- إعلان بعض الدول الأوروبية اعترافها بدولة فلسطين.



- استمرار جلسات محاكمة الرئيس الأمريكى السابق دونالد ترامب.
- التصويت لانضمام فلسطين للأمم المتحدة.
- محاولة اغتيال رئيس وزراء سلوفاكيا.

- على مستوى الموضوعات الرياضية:

- بطولة العالم للاسكواش.
- مباريات كاس مصر.
- نهائى دورى أبطال إفريقيا.
- نهائى بطولة كأس الكونفدرالية الأفريقية.
- بطولة الجمهورية للجمباز الأيروبيك.
- بطولة إفريقيا للجمباز الفنى بالمغرب.
- بطولة إفريقيا للأندية لكرة الطائرة.
- الدورى المصرى للمحترفين لكرة اليد.

- على مستوى الموضوعات الاقتصادية:

- استقبال الدفعة الثانية من أموال الصفقة الاستثمارية الكبرى لمشروع تطوير رأس الحكمة على الساحل الشمالى الغربى لمصر.
- افتتاح المرحلة الأولى من المنطقة الصناعية وبدء موسم الحصاد بمشروع مستقبل مصر للتنمية المستدامة وتدشين مشروع استصلاح ٤.٥ مليون فدان بحلول عام ٢٠٢٧م.

- رصد نتائج حزمة الإجراءات الاقتصادية التي قامت بها الحكومة لضبط أسعار السلع المختلفة.
- متابعة سعر صرف الجنية المصرى مقابل العملات الأجنبية في ظل القرارات الاقتصادية للحكومة.
- متابعة أسعار الذهب.
- رصد أسعار السلع في ظل اقتراب موسم عيد الأضحى.
- الشائعات المرتبطة بفرض جمارك على ذهب المصريين فى الخارج مع اقتراب موسم الإجازات.
- حملة "خليها تعفن" بهدف تخفيض الأسعار.
- ارتفاع سعر الخبز المدعم.
- زيادة المعاشات.

- على مستوى الموضوعات الاجتماعية:

- الاستعداد لموسم اختبارات الثانوية العامة.
- بدء اختبارات الشهادة الإعدادية.
- تطبيق وزارة التنمية المحلية لقانون التصالح على المباني الجديد.
- بدء تسليم المرحلة الثامنة من مشروع أراضى بيت الوطن.
- احتفالا شم النسيم.
- تدشين مدينة السيسى بالعريش شمال سيناء.



- على مستوى الموضوعات الأمنية:

- حوادث بعض شركات النقل الذكي.
- قضية سفاح التجمع.

- على مستوى الموضوعات الدينية:

- افتتاح مسجد السيدة زينب بعد التجديد.
- احتفالات عيد القيامة المجيد.
- تدشين مركز تكوين.
- إعلان المملكة العربية السعودية لإجراءات، وشروط الحج لهذا العام.

- على مستوى الموضوعات الفنية:

- انطلاق مهرجان كان بفرنسا.
- دعوات مقاطعة حساب بعض مشاهير الفن في الغرب لدعمهم إسرائيل
- زواج أبناء بعض الفنانين.
- حلول ذكرى وفاة بعض الفنانين ومنهم حسن حسني، وسمير صبري، ووائل نور.

- على مستوى الموضوعات الصحية:

- وقف تصنيع لقاح استرازينيكا، والكشف عن المخاطر التي تسبب فيها.
- توقع منظمة الصحة العالمية تفشي الإنفلوانزا لتصبح وباء.

• ظهور متحور جديد لكورونا.

- على مستوى الموضوعات البيئية:

• ارتفاع درجات الحرارة بشكل غير معتاد.

• تغيرات مناخية على مستوى العالم.

-أخري، وتضم:

• حدث في مثل هذا اليوم.

• صدق أو لا تصدق.

• صور لبعض مقالات الرأى والافتتاحيات.

• صور للصفحة الأول لبعض الصحف تحت عنوان "إقراء فى العدد الجديد".

الإطار الإجرائى للدراسة:

• أدوات جمع البيانات:

استعانت الباحثة فى جمع البيانات بأداة تحليل المضمون؛ حيث قامت بتصميم صحيفة مبسطة لتحليل قوالب السرد المرئى التى تم استخدامها على صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة على تطبيق فيس بوك، وذلك للوقوف على حجم ونوعية القوالب المستخدمة فى الموضوعات المختلفة، وحجم ونوعية التفاعلات معها من قبل المستخدمين؛ وقد قامت الباحثة بتحديد وحدات التحليل لتشمل، وحدة "الشكل" لتحديد نوع القالب المستخدم فى السرد المرئى، ووحدة "المضمون" لتحديد طبيعة الموضوع التى يتم استخدام قوالب السرد للتعبير عنها.



النتائج العامة للدراسة:

أولاً: خصائص عينة الدراسة

جدول (1) يوضح خصائص صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

الموقع	السمات	عدد المتابعين	عدد المعجبين	عدد المنشورات	تاريخ انشاء الصفحة	من له حق النشر
المصري اليوم	١٧ مليون	١٣ مليون	٤٤٥٧	١ فبراير ٢٠١٠	أدمن الصفحة فقط	
اليوم السابع	٢٨ مليون	٢٠ مليون	٣٨١١	٢٨ فبراير ٢٠١١	أدمن الصفحة فقط	
بوابة أخبار اليوم	٥.٦ مليون	٤.٨ مليون	٢٠٣٢	٢٠ يونيو ٢٠١١	أدمن الصفحة فقط	
بوابة الأهرام	٤.٦ مليون	٤.١ مليون	٢٨٥٥	١٥ مايو ٢٠١١	أدمن الصفحة فقط	
الوطن	٢٠ مليون	١٤ مليون	٤٦١٥	٢٥ مارس ٢٠١٢	أدمن الصفحة فقط	
البوابة نيوز	٣٨٠ ألف	٢٩٥ ألف	٢٧٦	٢٩ يونيو ٢٠١٤	أدمن الصفحة فقط	

تشير بيانات الجدول السابق - تم جمعها في مايو ٢٠٢٤م - إلى سمات صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة على تطبيق Facebook؛ حيث يتضح ارتفاع عدد متابعي، ومعجبي هذه الصفحات، كما يتضح وجود عدد كبير من المنشورات على هذه الصفحات، وقد جاء موقع "اليوم السابع" في مقدمة المواقع الإخبارية عينة الدراسة سواء من حيث عدد المتابعين أو عدد المعجبين بالصفحة، بينما احتل المرتبة الثالثة من حيث عدد المنشورات، أما موقع "الوطن" فقد احتل المرتبة الأولى من حيث عدد المنشورات، والمرتبة الثانية من حيث عدد المتابعين، والمعجبين بالصفحة، واحتل موقع "المصري اليوم" المرتبة الثالثة من حيث عدد المتابعين والمعجبين، أما من حيث عدد المنشورات فقد احتل المرتبة الثانية، وجاء موقع "بوابة أخبار اليوم" في المرتبة الرابعة من حيث عدد المتابعين والمعجبين، فحين احتل المرتبة الخامسة من حيث عدد المنشورات؛ حيث احتلت

"بوابة الأهرام" المرتبة الرابعة من حيث عدد المنشورات، والمرتبة الخامسة من حيث عدد المتابعين والمعجبين، وبفارق كبير جاءت "البوابة نيوز" في المرتبة السادسة سواء فيما يتعلق بعدد المتابعين، أو المعجبين، أو المنشورات التي تم تداولها على صفحة الموقع على تطبيق Facebook، وفيما يتعلق بتاريخ إنشاء الصفحة نجد أن موقع المصري اليوم هو أول المواقع الصحفية التي أهتمت بتأسيس منصة له على تطبيق فيس بوك، وأن موقع البوابة نيوز هو آخر المواقع عينة الدراسة من حيث انشاء منصة له على التطبيق، الأمر الذي يؤكد إدراك المواقع الصحفية المختلفة لأهمية الاستفادة من إمكانات تطبيق فيس بوك في تسويق المحتوى الإخباري لعدد كبير من الجمهور المستهدف.

جدول (2) يوضح الموضوعات التي تم توظيف آليات السرد المرئي في عرضها بصفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق فيس بوك

الموقع	بوابة الأهرام		اليوم السابع		بوابة أخبار اليوم		المصري اليوم		الوطن		البوابة نيوز		مج	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
سياسية	٨٦.٠	٣٠.١	١٤٢.٠	٣٧.٣	٥٩١	٢٩.١	١٤٦١	٣٢.٨	١٠١١	٢١.٩	٦٤	٢٣.٢	٥٤.٧	٣.٠
اقتصادية	٧٢٢	٢٥.٣	٧٤٢	١٩.٥	٣٣٣	١٦.٤	٩٩٦	٢٢.٣	٩٨٤	٢١.٣	٤٨	١٧.٤	٣٨٢٥	٢١.٢
رياضية	١٠١١	٣٥.٤	١٣٨٩	٣٦.٤	٨١٤	٤٠.١	١٤١٢	٣١.٧	١٣٠٣	٢٨.٢	٦١	٢٢.١	٥٩٩٠	٣٣.٢
اجتماعية	٣٤	١.٢	٥٨	١.٥	٥٨	٢.٨	١٠٦	٢.٤	٧٤	١.٦	١٤	٥.١	٣٤٤	١.٩
صحية	٤٧	١.٦	٢٣	٠.٦	٢٧	١.٣	٨٥	١.٩	١٣٤	٢.٩	١٤	٥.١	٣٣٠	١.٨
فنية	١٢	٠.٤	٢٨	٠.٨	٢٣	١.١	٧٣	١.٦	٤٩	١.١	٦	٢.٢	١٩١	١.١
دينية	٣١	١.١	٢٧	٠.٧	٣٣	١.٦	١٤٨	٣.٣	٧٨١	١٦.٩	١٢	٤.٣	١٠٣٢	٥.٧
امنية	٣٩	١.٤	٤٢	١.١	٣٠	١.٥	٣٧	٠.٨	٧٤	١.٦	١٧	٦.٢	٢٣٩	١.٣
بيئة	١٣	٠.٥	١٣	٠.٣	١٣	٠.٣	١٦	٠.٤	١١٢	٢.٤	١٣	٤.٦	١٩٧	١.١
أخرى	٨٦	٣.٠	٦٩	١.٨	٩٣	٤.٦	١٢٣	٢.٨	٩٣	٢.١	٢٧	٩.٨	٤٩١	٢.٧
مج	٢٨٥٥	١٠٠	٣٨١١	١٠٠	٢٠٣٢	١٠٠	٤٤٥٧	١٠٠	٤٦١٥	١٠٠	٢٧٦	١٠٠	١٨٠٤٦	١٠٠

يشير تحليل بيانات الجدول السابق إلى عدد من المؤشرات على النحو التالي:

أولاً على مستوى المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة:

- فيما يتعلق "بوابة الأهرام" جاءت الموضوعات الرياضية في مقدمة الموضوعات التي تم توظيف آليات السرد المرئي في عرضها بنسبة بلغت ٣٥.٤%، تلاها



الموضوعات السياسية بنسبة بلغت ٣٠.١%، وجاءت الموضوعات الاقتصادية فى المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٢٥.٣%، وبفارق كبير جاءت فئة "أخرى" بنسبة بلغت ٣% فى المرتبة الرابعة، وجاءت الموضوعات الصحية بنسبة بلغت ١.٢% فى المرتبة الخامسة، وبلغت نسبة الموضوعات الأمنية ١.٤%، جاء بعد ذلك بنسبة مقاربة بلغت ١.٢% الموضوعات الاجتماعية، فحين جاءت الموضوعات الدينية فى المرتبة الثامنة بنسبة بلغت ١.١%، وجاءت الموضوعات البيئية بنسبة بلغت ٠.٥% فى المرتبة التاسعة، وأخيراً بلغت نسبة الموضوعات الفنية ٠.٤%.

- ولم يختلف الأمر فى صفحة موقع "بوابة أخبار اليوم"؛ حيث جاءت الموضوعات الرياضية فى المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٤٠.١%، تلاها الموضوعات السياسية بنسبة بلغت ٢٩.١%، وبلغت نسبة الموضوعات الاقتصادية ١٦.٤%، وجاءت فئة "أخرى" فى المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٤.٦%، وبلغت نسبة الموضوعات الاجتماعية ٢.٨%، أما الموضوعات الدينية فجاءت فى المرتبة السادسة بنسبة ١.٦%، وبلغت نسبة كل من الموضوعات الأمنية والبيئية ١.٥% لكل منهما، وجاءت الموضوعات الصحية فى المرتبة التاسعة بنسبة بلغت ١.٣%، وأخيراً بلغت نسبة الموضوعات الفنية ١.١%.

- أما صفحة موقع "اليوم السابع" بتطبيق Facebook فقد جاءت الموضوعات السياسية فى مقدمة الموضوعات التى تم نشرها عليها بنسبة بلغت ٣٧.٣%، تلاها الموضوعات الرياضية بنسبة بلغت ٣٦.٤%، وبفارق كبير جاءت الموضوعات الاقتصادية فى المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٩.٥%، جاء بعد ذلك فئة "أخرى" بنسبة بلغت ١.٨%، وبنسبة مقاربة جاءت الموضوعات الاجتماعية بنسبة ١.٥% فى المرتبة الخامسة، وبلغت نسبة الموضوعات الأمنية ١.١%، وجاءت الموضوعات الفنية فى المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٠.٨%، تلاها الموضوعات



الدينية بنسبة بلغت ٠.٧%، ثم الموضوعات الصحية بنسبة بلغت ٠.٦%، وأخيراً جاءت الموضوعات البيئية في المرتبة العاشرة بنسبة بلغت ٠.٣%.

- وفيما يتعلق بصفحة موقع "المصرى اليوم" بتطبيق Facebook فقد جاءت الموضوعات السياسية في مقدمة الموضوعات التي تم نشرها عليها بنسبة بلغت ٣٢.٨%، ونسبة مقاربة تلاها الموضوعات الرياضية بنسبة ٣١.٧%، وبفارق كبير جاءت الموضوعات الرياضية نسبة ٢٢.٣%، وفي المرتبة الرابعة جاءت الموضوعات الدينية بنسبة ٣.٣%، وبلغت نسبة فئة "أخري" ٢.٨%، تلاها الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٢.٤%، وجاءت الموضوعات الصحية في المرتبة السابعة بنسبة ١.٩%، تلاها الموضوعات الفنية بنسبة ١.٦%، وجاءت الموضوعات الأمنية في المرتبة التاسعة بنسبة ٠.٨%، وأخيراً جاءت الموضوعات البيئية بنسبة ٠.٤%.

- وفيما يتعلق بصفحة موقع "الوطن" فقد جاءت الموضوعات الرياضية في المرتبة الأولى بنسبة ٢٨.٢%، جاء بعدها الموضوعات السياسية بنسبة ٢١.٩%، ونسبة مقاربة جداً بلغت ٢١.٣% جاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الثالثة، وبلغت نسبة الموضوعات الدينية ١٦.٩%، وبفارق كبير جاءت الموضوعات الصحية بنسبة ٢.٩%، ونسبة مقاربة بلغت ٢.٤% جاءت الموضوعات البيئية في المرتبة السادسة، تلاها فئة "أخري" بنسبة ٢.١%، ونسبة بلغت ١.٦% جاءت كل من الموضوعات الاجتماعية، الأمنية، وأخيراً بلغت نسبة الموضوعات الفنية ١.١%.

- وأخيراً احتلت الموضوعات السياسية المرتبة الأولى في صفحة "البوابة نيوز" على تطبيق Facebook بنسبة ٢٣.٢%، تلاها الموضوعات الرياضية بنسبة ٢٢.١%، وفي المرتبة الثالثة جاءت الموضوعات الاقتصادية بنسبة ١٧.٤%، وبفارق كبير جاءت فئة "أخري" في المرتبة الرابعة بنسبة ٩.٨%، وبلغت نسبة الموضوعات الأمنية ٦.٢%، تلاها كل من الموضوعات الاجتماعية، والصحية بنسبة ٥.١% لكل منهما،

وفي المرتبة الثامنة جاءت الموضوعات البيئية بنسبة ٤.٦%، ثم الموضوعات الدينية بنسبة ٤.٣%، وأخيراً بلغت نسبة الموضوعات الفنية ٢.٢%.

ثانياً على مستوع نوع الموضوعات التي تم نشرها:

- جاءت الموضوعات الرياضية في المرتبة الأولى بنسبة ٣٣.٢%، وبفارق كبير جاءت الموضوعات السياسية بنسبة ٢٩.٩%، ثم الموضوعات الاقتصادية بنسبة ٢١.٢%، وبفارق كبير جاءت في المرتبة الرابعة الموضوعات الدينية بنسبة ٥.٧%، تلاها فئة "أخرى" بنسبة ٢.٧%، ثم الموضوعات الاجتماعية بنسبة ١.٩%، وبنسبة مقاربة بلغت ١.٨% جاءت الموضوعات الصحية في المرتبة السابعة، تلاها الموضوعات الأمنية بنسبة ١.٣%، تلاها الموضوعات الفنية بنسبة ١.٢%، وأخيراً الموضوعات البيئية بنسبة ١.١%.

ويشير تحليل هذه النتيجة إلى أن الموضوعات السياسية، والاقتصادية، والرياضية جاءت في مقدمة الموضوعات التي تم نشرها على صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة على تطبيق Facebook، مع وجود اختلافات طفيفة بينهم؛ حيث جاءت الموضوعات السياسية في مقدمة الموضوعات التي تم نشرها في كل من مواقع "اليوم السابع"، و"المصرى اليوم"، و"البوابة نيوز"، بينما جاءت الموضوعات الرياضية في مقدمة الموضوعات التي تم نشرها في كل من "بوابة الأهرام"، و"بوابة أخبار اليوم"، و"الوطن"، وجاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الثالثة التي تم نشرها في صفحات كل المواقع الإخبارية عينة الدراسة على تطبيق Facebook، بينما جاءت باقي الموضوعات في مراتب تالية وبفارق كبير، ويمكن تفسير ذلك في ضوء تعدد الأحداث السياسية، والرياضية الهامة سواء على المستوى المحلي، أو القومي، أو العالمي، وفي مقدمتها تطورات الأوضاع في غزة، وما ارتبط بها من ردود أفعال على المستوى القومي ومنها "انعقاد الدورة ٣٣ لمجلس جامعة الدول العربية بالبحرين، وقرارات محكمة العدل الدولية بشأن فلسطين، وإعلان بعض الدول الأوروبية اعترافها بدولة فلسطين، فضلاً عن زيارة الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي للصين والقرارات الناجمة عن هذه الزيادة، هذا إلى جانب ما

شهدته هذه الفترة من بطولات رياضية متنوعة خاصة في مجال كرة القدم، وفوز مصر ببطولتين هامتين، فضلاً عن القرارات الاقتصادية الهامة التي تمس المواطنين وفي مقدمتها ارتفاع "سعر الخبز"، فضلاً عن متابعة أسعار العملات، والذهب بشكل يومي على صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة، ورغبة صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة في جذب المتابعين من خلال عرض الموضوعات التي تقع في نطاق اهتمامهم.

ثانياً: أنماط السرد المرئي التي تم توظيفها في صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

جدول (3) يوضح أنماط السرد المرئي التي تم توظيفها في صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

الترتيب	مج		البوابة نيوز		الوطن		المصري اليوم		بوابة أخبار اليوم		اليوم السابع		بوابة الأهرام		الموقع	نمط السرد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٢	١٩.٤	٣٤٩٨	٢٧.٥	٧٦	١٤.٦	٦٧٣	٣٧.١	٣٥٩	٣٥.٥	٧٢٢	٢١.٥	٨٢٠	٢٩.٧	٨٤٨	صورة/صور فقط	
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	صور متحركة	
١	٦١.٦	١١١١٥	٧١.٨	١٩٨	٧١.٢	٣٢٨٥	٥٧.٥	٣٨٥٧	٥٥.١	١١١٩٣	٣٠.٦	١١٦٦٨	٥٢.١	١٤٨٨	صورة/ صور مصاحبة لنص	
٤	٥.٣	٩٥٢	٠.٧	٢	١.٦	٧٢	٢.٧	١٢٢	١.٩	٣٨	١٨.٢	٦٩٣	٠.٩	٢٥	فيديو	
٧	٠.٣	٥٤	٠	٠	٠	٠	٠.٤	١٦	٠.٢	٤	٠.٧	٢٨	٠.٢	٦	فيديو صامت (بطاقات الصور)	
٦	١.٦	٢٩٩	٠	٠	٠.٦	٢٨	٠.٨	٣٢	٠.٩	١٩	٤.٣	١٦٤	١.٩	٥٦	فيديو جراف	
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	فيديو ٣٦٠	
٣	٦.٤	١١٥٤	٠	٠	١.٤	٦٤	١.١	٥١	٤.٨	٩٨	١٦.٢	٦١٤	١١.٥	٣٢٧	انفوجرافيك	
٥	٥.٢	٩٣٤	٠	٠	١.٦	٤٩٣	٠.٤	٢٠	١.٦	٣٢	٨.٤	٣١٨	٢.٥	٧١	بث المباشر	
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	الخرائط التفاعلية	
٩	٠.١	١١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠.٥	٢	٠.٣	٩	كروس ميديا	
٨	٠.٢	٢٩	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠.١	٤	٠.٩	٢٥	بودكاست	
	١٠٠	١٨٠٤٦	١٠٠	٢٧٦	١٠٠	٤٦١٥	١٠٠	٤٤٥٧	١٠٠	٢٠٣٢	١٠٠	٣٨١١	١٠٠	٢٨٥٥	مج	
				٦		١		٢		٥		٤		٣	الترتيب	



يشير تحليل بيانات الجدول السابق إلى عدد من المؤشرات على النحو التالي:

- فيما يتعلق بأنماط السرد المرئي التي تم توظيفها في عرض المنشورات على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق Facebook نجد أنه بالرغم من تعدد أنماط السرد المرئي التي تم توظيفها لعرض الموضوعات في صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة إلا أن استخدام "صورة/ صور مصاحبة لنص" قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٦١.٦%، تلاه وبفارق كبير جاء توظيف "صورة/ صور فقط" بنسبة ١٩.٤%، وفي المرتبة الثالثة جاء "الإنفو جرافيك" بنسبة بلغت ٦.٤%، جاء بعد ذلك توظيف "الفيديو" بنسبة ٥.٣%، وبنسبة مقاربة بلغت ٥.٢% جاء توظيف "البث المباشر" في عرض المنشورات على صفحات المواقع عينة الدراسة، وبفارق كبير جاء توظيف "الفيديو جراف" في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ١.٦%، تلاه بنسبة ٠.٣% توظيف "الفيديو الصامت (بطاقات الصور)"، ثم البودكاست بنسبة بلغت ٠.٢%، وفي المرتبة الأخيرة جاء توظيف "كروس ميديا (الجمع بين أكثر من نمط)" بنسبة بلغت ٠.١%، ولم يتم توظيف أيًا من "الصور المتحركة"، أو "الخرائط التفاعلية"، أو "فيديو ٣٦٠" في أي من الصفحات عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، واقتصر توظيف "الكروس ميديا"، و"البودكاست" على كل من صفحة "بوابة الأهرام"، و"صفحة اليوم السابع"، وتعد هذه النتيجة منطقية في ضوء طبيعة منصة فيس بوك التي تتيح تدعيم المواد البصرية بنص على عكس بعض المنصات ذات الطبيعة البصرية في المقام الأول ومنها إنستجرام، لذا فقط تم توظيف نمط "صورة/ صور مصاحبة لنص" بشكل كبير لأنه يسمح بعرض ملخص للموضوع مدعوم بنص قصير، وربط يتيح للجمهور الحصول على مزيد من التفاصيل إذا رغب في ذلك، وهي بذلك -المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة- تقدم

عرض سريع ومكثف وجاذب للمعلومات يتماشى مع طبيعة المنصة التي تقدم المحتوى عليها، كما يتماشى مع طبيعة القارئ الرقمي المتعجل الذي يفضل التعرف على المعلومات، والأخبار بشكل سريع.

- بالرغم من اعتماد صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على أنماط متنوعة من السرد المرئي في عرض المعلومات على تطبيق Facebook إلا أن صفحات كلٍ من "بوابة الأهرام"، و"اليوم السابع" هي أكثر المواقع توظيفاً لهذه التقنيات؛ إذ انفردت بتوظيف "البودكاست"، و"الكروس ميديا"، بينما صفحة "البوابة نيوز" هي أقل المواقع الإخبارية توظيفاً لأنماط السرد المرئي؛ حيث اقتصرت على توظيف ثلاث أنماط فقط هي "الصورة/الصور المصاحبة لنص"، و"الصورة/الصور فقط"، وأخيراً "الفيديو"، ويمكن تفسير ذلك في ضوء الإمكانيات التقنية، والفنية في هذه المواقع؛ ويفسر ذلك في ضوء ما تتطلبه بعض تقنيات السرد المرئي ومنها "الفيديو جراف"، فيديو ٣٦٠، الكروس ميديا، الخرائط التفاعلية" من إمكانيات تقنية، وفنية، وكوادر بشرية قد لا تتوفر في بعض المواقع الإخبارية الرقمية، فحين لا تتطلب بعض الأنماط وفي مقدمتها "الصور" مهارات وإمكانيات تقنية عالية، فضلاً عن قدرتها على توصيل المعلومات والأخبار ببسر وفعالية.

جدول (٤) يوضح أنماط السرد المرئي التي تم توظيفها مع الموضوعات المختلفة بصفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

الموضوع	نمط السرد		صورة/صور فقط		صورة/صور مصاحبة نص		فيديو		فيديو صامت (بطاقات)		فيديو جرافا		إفقر جرافيك		بث مباشر		كروس ميديا		بونكست		مج	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سياسية	٩٤٢	٢٦,٩	٣٩٩٤	٣٤,٧	٣٤,٧	٣٤,٧	١٨	١,٠٢	٢	٣,٧	٧٨	٢٦,١	٣٠١	١٦,٨	١٧	١,٩	٠	٠	٠	٠	٥٤٠,٧	٣,٠
اقتصادية	١٠,٨	٣٠,٢	٢٥٧,٠	٢٢,١	٢٢,١	٢٢,١	٢٩	٨,٢	٧	١٣	١٠٢	٢٤,١	٣٥٩	٢١,٥	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣٨٢٥	٢١,٢
رياضية	١٣٢٥	٣٧,٩	٣٦١٧	٢٣,٥	٢٣,٥	٢٣,٥	١٦٩	١٦,١	١٠	١٨,٥	٤٤	١٤,٧	٤٧١	٤٠,٩	٨٨٣	٩٤,٥	١١	١,٠٠	٠	٠	٥٩٩٠	٢٣,٢
اجتماعية	١٤٩	٤,٣	١,٠٠	٠,٩	٠,٩	٠,٩	٦٤	٦,٧	٢	٣,٧	٢٩	٩,٧	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣٤٤	١,٩
صحية	٠	٠	٢٥٨	٢,٢	٢,٢	٢,٢	٣٨	٤	٤	٦,٧	٩	٢	١٤	١,٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣٣٠	١,٨
فنية	٢٨	٠,٨	١٤٦	١,٢	١,٢	١,٢	٧	٠,٧	١٥	٢٧,٨	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١٩١	١,١
دينية	١٤	٠,٧	٨٩٢	٨,١	٨,١	٨,١	٠	٠	٢	٣,٧	١١	٣,٧	٠	٠	٣٥	٣,٥	٠	٠	٠	٠	١٠٥٣	٥,٧
أمنية	٩٠	٢,٦	١٢٧	١,١	١,١	١,١	٠	٠	١٢	٢٢,٢	٩	٣	٠	٠	١	٠,١	٠	٠	٠	٠	٢٣٩	١,٣
بيئة	٥٠	١,٤	٨٩	٠,٨	٠,٨	٠,٨	٢٧	٢,٩	٠	٠	١٧	٥,٧	٢	٠,٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١٩٧	١,١
لغوي	١١٢	٣,٢	٣٥٢	٣,٢	٣,٢	٣,٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٤٩١	٢,٧
مج	٣٤٩٥	١٠٠	١١١٦٨	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٤٢٢	١٠٠	٥٤	١٠٠	٢٩١	١٠٠	١١٥٤	١٠٠	٩٣٤	١٠٠	١١	١٠٠	٢٩	١٠٠	١٨٠٢٦	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أن الموضوعات الرياضية هي أكثر الموضوعات التي تم توظيف أنماط السرد المرئي في تقديمها على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق Facebook؛ حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٣٣.٢%، وقد جاءت "الكروس ميديا" في مقدمة أنماط السرد المرئي التي تم توظيفها مع الموضوعات الرياضية بنسبة بلغت ١٠٠%؛ حيث استخدمت هذه التقنية حصرياً مع الموضوعات الرياضية في موقعي "بوابة الأهرام"، و"اليوم السابع"، جاء بعد ذلك توظيف "البث المباشر" بنسبة ٩٤.٥% من إجمالي البث المباشر الذي تم توظيفه في صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة، تلاه توظيف "الفيديو" بنسبة ٦٦.١% من إجمالي الفيديوهات التي تم توظيفها في صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة، كما تم توظيف ٤٠.٨% من إجمالي "الإنفوجرافيك" الذي تم توظيفه في الصفحات عينة الدراسة أيضاً مع الموضوعات الرياضية، وبلغت نسبة "صورة/صور فقط" التي تم توظيفها مع الموضوعات الرياضية ٣٧.٩% في



الصفحات عينة الدراسة، كما بلغت نسبة "صورة/صور مصاحبة لنص" التي تم توظيفها مع الموضوعات الرياضية في صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة ٢٣.٥% من إجمالي "صورة/صور مصاحبة لنص" التي تم توظيفها في صفحات المواقع عينة الدراسة، وبلغت نسبة "الفيديو الصامت" الذي تم توظيفه مع الموضوعات الرياضية في صفحات المواقع الإخبارية الرقمية على تطبيق Facebook ١٨.٥% من إجمالي "الفيديوهات الصامتة" التي تم توظيفها، وأخيراً بلغت نسبة "الفيديو جراف" الذي تم توظيفه مع الموضوعات الرياضية في صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة ١٤.٧%.

- جاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الثانية من حيث توظيف أنماط السرد المرئي معها في صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة؛ بنسبة بلغت ٣٠%، وقد جاء "صورة/صور مصاحبة لنص" في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٣٥.٧% من إجمالي ما تم توظيف من هذا النمط في عينة الدراسة، جاء بعدها "صورة/صور فقط" بنسبة ٢٦.٩% من إجمالي ما تم توظيفه في عينة الدراسة من هذا النمط، وبلغت نسبة كل من "الفيديو جراف"، و"الإنفو جراف" التي تم توظيفها مع الموضوعات السياسية في المواقع عينة الدراسة ٢٦.١% لكل منهما من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة، وبلغت نسبة "الفيديو" الذي تم توظيفه مع الموضوعات السياسية في عينة الدراسة ١٠.٣%، أما نسبة "الفيديو الصامت" فبلغت ٣.٧% من إجمالي نسبة هذا النمط، وأخيراً بلغت نسبة "البث المباشر" الذي تم توظيفه مع الموضوعات السياسية ١.٩% من إجمالي نمط "البث المباشر" الذي تم توظيفه في صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة.

- احتلت الموضوعات الاقتصادية المرتبة الثالثة من حيث الموضوعات التي تم توظيف أنماط السرد المرئي معها في الصفحات عينة الدراسة بنسبة بلغت ٢١.٢%، وقد جاء "الفيديو جراف" في مقدمة هذه الأنماط بنسبة ٣٤.١% من

إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، تلاه "الإنفو جراف" بنسبة ٣١.١% من إجمالي ما توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وبلغت نسبة ما تم توظيفه مع الموضوعات الاقتصادية من نمط "صورة/صور مصاحبة لنص" ٢٣.١% من إجمالي ما توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، أما نمط "صورة/صور فقط" فقد بلغت نسبة ما توظيفه من هذا النمط مع الموضوعات الاقتصادية ٢٠.٢% من إجمالي ما توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وبلغت نسبة نمط "الفيديو الصامت" الذي تم توظيفه مع الموضوعات الاقتصادية ١٣% من إجمالي ما توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وأخيراً بلغت نسبة "الفيديو" التي تم توظيفها مع الموضوعات الاقتصادية ٨.٣% من إجمالي ما توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة.

- بفارق كبير جاءت الموضوعات الدينية في المرتبة الرابعة من حيث الموضوعات التي تم توظيف أنماط السرد المرئي معها في الصفحات عينة الدراسة خلال فترة الدراسة بنسبة ٥.٧%، وقد جاء "الصورة/الصور المصاحبة لنص" في مقدمة أنماط السرد المرئي التي تم توظيفها مع هذه الموضوعات بنسبة بلغت ٨.١% من إجمالي ما توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وقد تنوع هذا النمط بين صور لشخصيات دينية مثل الشيخ الشعراوي يصحبه دعاء، أو أذكار الصباح والمساء، وصور لمساجد مع تنويه بدخول وقت صلاة الفجر، فضلاً عن صور أثناء قداس القيامة، وصور أثناء افتتاح مسجد السيدة زينب بعد التجديد، تلاه توظيف كل من "الفيديو الصامت"، و"الفيديو جراف" بنسبة بلغت ٣.٧% لكل منهما من إجمالي ما توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وقد تنوعت ما بين فيديوهات لمسجد السيدة زينب وتاريخه ومرآحله



تجديده المختلفة، والاستعدادات لعيد الأضحى سواء من حيث الإجراءات التي أعلنت عنها الملكة العربية السعودية لتنظيم الحج، أو لشرح شعائر الحج، فضلاً عن تقديم معلومات عن طائفة "البهرة"، أما نسبة "البث المباشر" للموضوعات الدينية فبلغت ٣.٥% من إجمالي ما توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وقد جاءت جميعها لبث قداس عيد القيامة، وأخيراً بلغت نسبة توظيف نمط "صورة/صور فقط" مع الموضوعات الدينية ٢.٧% من إجمالي ما توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة.

- جاءت فئة "أخرى" في المرتبة الخامسة بين الموضوعات التي تم توظيف أنماط السرد المرئي معها في الصفحات عينة الدراسة خلال فترة الدراسة بنسبة ٢.٧%، وقد اقتصر على أربعة أنماط فقط وقد جاء "البودكاست" في مقدمتها بنسبة ٦٩% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة؛ وقد تم استخدامه بشكل أساسي في عرض "صدق أولاً تصدق" ببوابة الأهرام، كما تم توظيف ٣.٢% من إجمالي ما توظيفه في الصفحات عينة الدراسة من كل من نمط "صورة/صور فقط"، و"صورة/صور مصاحبة لنص" وقد تم استخدامها في "إقراء في العدد الورقي الجديد"، فضلاً عن التنويه عن بعض المقالات التي يتم نشرها بالعدد الورقي، وبعض الأبواب كبريد الجمعة" في بوابة الأهرام، وأخيراً تم توظيف ٠.٦% من إجمالي نمط "الإنفو جرافيك" الذي تم توظيفه من قبل الصفحات عينة الدراسة خلال فترة الدراسة وقد تم استخدامها في عرض "حدث في مثل هذا اليوم".

- جاءت الموضوعات الاجتماعية في المرتبة السادسة من حيث الموضوعات التي تم توظيف أنماط السرد المرئي معها في الصفحات عينة الدراسة خلال فترة الدراسة بنسبة ١.٩%، وقد جاء "الفيديو جراف" في مقدمة أنماط السرد المرئي التي تم توظيفها مع هذه الموضوعات بنسبة ٩.٧% من إجمالي ما تم توظيفه من

هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وبلغت نسبة نمط "الفيديو" الذي تم توظيفه مع الموضوعات الاجتماعية ٦.٧% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وبلغت نسبة نمط "صورة/صور فقط" ٤.٣% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وبلغت نسبة نمط "الفيديو الصامت" ٣.٧% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وبلغت نسبة نمط "صورة/صور مصاحبة لنص" ٠.٩% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة.

- وبنسبة مقارنة بلغت ١.٨% جاءت الموضوعات الصحية في المرتبة السابعة من حيث توظيف أنماط السرد المرئي معها في الصفحات عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وقد جاء "البودكاست" في مقدمة هذه الأنماط نسبة ٢٤.١% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة؛ حيث استخدم بشكل رئيسي من خلال "راديو الأهرام"، وبلغت نسبة توظيف "فيديو صامت" ٧.٤% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، فحين بلغت نسبة توظيف "الفيديو" مع الموضوعات الصحية ٤% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وبلغت نسبة توظيف "الفيديو جراف" مع الموضوعات الصحية ٣% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وبنسبة مقارنة بلغت ٢.٣% تم توظيف "صورة/صور مصاحبة لنص" مع الموضوعات الصحية، وأخيراً تم توظيف ١.٢% من إجمالي "الإنفو جرافيك" الذي تم توظيفه في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة مع الموضوعات الصحية.

- جاءت الموضوعات الأمنية في المرتبة الثامنة بين الموضوعات التي تم توظيف أنماط السرد المرئي في تقديمها على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة



الدراسة على تطبيق Facebook خلال فترة الدراسة، وقد جاء "الفيديو الصامت" في مقدمة هذه الأنماط بنسبة ٢٢.٢% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، تلاه "فيديو جراف" بنسبة ٣% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، ثم نمط "صورة/صور فقط" بنسبة ٢.٦% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وبلغت نسبة ما توظيفه من نمط "صورة/صور مصاحبة للنص" ١.١% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وأخيراً تم توظيف ٠.١% من نمط "البث المباشر" مع الموضوعات الأمنية.

- وأخيراً جاءت الموضوعات الفنية، والبيئية بنسبة ١.١% لكلٍ منهما من حيث توظيف أنماط السرد المرئي في عرضها على صفحات المواقع عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وقد جاء "البودكاست" في مقدمة الأنماط التي تم استخدامها في الموضوعات البيئية بنسبة ٦.٩% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، تلاها "الفيديو جراف" بنسبة ٥.٧%، وبلغت نسبة توظيف "الفيديو" مع الموضوعات البيئية ٣.٩%، أما نسبة توظيف "صورة/صور فقط" فبلغت ١.٤%، وبنسبة ٠.٨% تم توظيف "صورة/صور مصاحبة لنص" مع الموضوعات البيئية، وأخيراً تم توظيف ٠.٢% من إجمالي "إنفو جرافيك" الذي تم توظيفه في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وفيما يتعلق بالموضوعات الفنية فقد جاء "الفيديو الصامت" في مقدمة أنماط السرد المرئي الذي تم توظيفه مع هذه الموضوعات بنسبة ٢٧.٨%، وبلغت نسبة توظيف نمط "صورة/صور مصاحبة لنص" مع الموضوعات الفنية ١.٣%، بينما بلغت نسبة توظيف نمط "صورة/صور فقط" ٠.٨% من إجمالي ما تم توظيفه من هذا النمط



في عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وبنسبة مقارنة بلغت ٠.٧ % تم توظيف نمط "فيديو" في عرض الموضوعات البيئية.

وتعد النتيجة السابقة مؤشراً على مدى إدراك المواقع الرقمية عينة الدراسة إلى أهمية توظيف أنماط السرد المرئي وفقاً لما يتماشى مع طبيعة الموضوعات المقدمة؛ حيث جاءت الموضوعات الرياضية كأكثر الموضوعات التي تم توظيف أنماط السرد المرئي معها إلى ومرجع ذلك أن الموضوعات الرياضية من أكثر الموضوعات التي تهتم الجمهور، وعليه لا بد من توظيف أكبر قدر من الأنماط التي تجذب القراء لمتابعة المستجدات على صفحات المواقع بتطبيق فيس بوك خاصة الأنماط التي تجعل الجمهور جزء من الحدث وفي مقدمتها "البث المباشر"، و"الكروس الميديا"، فضلاً عن أن طبيعة الموضوعات الرياضية تسمح بتوظيف أنماط مختلفة من السرد المرئي الرقمي وقد نجحت المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة في توظيف تقنيات السرد المرئي التي تتماشى مع طبيعة هذه الموضوعات وتحقق جذب للجمهور ويتأكد ذلك من خلال جدول (١٢) الذي يوضح مدى تفاعل الجمهور مع هذه الموضوعات، ولا يختلف الأمر بالنسبة لباقي الموضوعات ففيما يتعلق بالموضوعات الاقتصادية تم توظيف أنماط السرد التي تتيح عرض مبسط وشامل وجذاب للجمهور لذا نجد أن أنماط السرد المرئي التي تحقق هذا الغرض جاءت في مقدمة الأنماط التي تم توظيفها مع هذه الموضوعات ومنها "الفيديو جراف"، و"الإنفوجراف".

ثالثاً: أشكال التفاعل على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

جدول (٥) يوضح أشكال تفاعل الجمهور على صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة في تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

الترتيب ب	مج		مشاركة		رموز تفاعلية		كتابة تعليق		شكل التفاعل الموقع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤	٠.٨	٥٥٧٤٥	١.٦	٣٧٠٢	٠.٩	٤١٥٤٠	٠.٥	10503	بوابة الأهرام
١	٤٤.٩	٣١٢٥٤٣٤	١٤.٢	33155	٥٤.٨	٢٥٧٢٣.٥	٢٥.٦	٥١٩٩٧٤	اليوم السابع
٥	٠.٧	٥٢٠٧٢	١.١	2557	٠.٨	٣٧٩٣٢	٠.٦	11583	بوابة أخبار اليوم
٢	٢٨.٦	١٩٨٧٢٤١	١٣.٥	٣١٤٧٠	٢٢.٥	١٠٠٦٣٢٠	٤٤.٢	٨٩٩٤٥١	المصرى اليوم
٣	٢٥	١٧٢٨١١٥	٦٩.٦	١٦٢٧٦٥	٢١	٩٨٣١٠٠	٢٩.١	٥٩٢٢٥٠	الوطن
٦	٠.١	١٠١٠	٠.١	٣٠	٠.٢	٩١٩	٠.٠١	٦١	البوابة نيوز
	١٠٠	٦٩٥٩٦١٧	١٠٠	٢٣٣٦٧٩	١٠٠	٤٦٩٢١١٦	١٠٠	٢٠٣٣٨٢٢	مج
				٣		١		٢	الترتيب

يشير تحليل بيانات الجدول السابق إلى أن "استخدام الرموز التفاعلية" هو أكثر أشكال التفاعل في صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة، تلاه "كتابة التعليق"، وأخيراً جاء التفاعل من خلال "المشاركة" في المرتبة الأخيرة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء نتائج الدراسات التي أشارت إلى تفضيل مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعي استخدام الرموز التعبيرية للتفاعل مع المنشورات المختلفة.

كما تشير بيانات الجدول السابق إلى أن صفحة "اليوم السابع" هي أكثر صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق Facebook التي يتفاعل معها المستخدمين؛ حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٤٤.٩%، تلاها صفحة موقع "المصرى اليوم" بنسبة ٢٨.٦%، ثم صفحة موقع "الوطن" بنسبة ٢٥%، وبلغت نسبة التفاعل مع المنشورات في صفحة موقع "بوابة الأهرام" ٠.٨%، وبنسبة مقاربة بلغت

نسبة التفاعل مع منشورات صفحة موقع "بوابة أخبار اليوم" ٠.٧%، وأخيراً بلغت نسبة التفاعل مع المنشورات في صفحة "البوابة نيوز" ٠.١% من إجمالي نسبة التفاعل مع صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة.

جدول (٦) يوضح أشكال التفاعل مع أنماط السرد المرئي المستخدم بصفحة بوابة الأهرام على تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

الترتيب	مج		مشاركة		رموز تفاعلية		كتابة تعليق		شكل التفاعل نمط السرد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢	٢٤.٤	١٣٦١٧	٢٥.٨	٩٥٤	٢٥.٦	١٠٦٥٠	١٩.٢	٢٠١٣	صورة/ صور فقط
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	صور متحركة
١	٣٧.٧	٢١٠١٠	٤٥.٦	١٦٨٩	٣٩.٩	١٦٥٧٦	٢٦.١	٢٧٤٥	صورة/ صور مصاحبة لنص
٦	١.٩	١٠٣٨	٢.١	٧٩	١.٢	٤٨٤	٤.٥	٤٧٥	فيديو
٩	٠.٥	٢٥١	١.٩	٧٢	٠.٢	٦١	١.١	١١٨	فيديو صامت (بطاقات الصور)
٥	٣.٨	٢١٦٩	٦.٢	٢٢٩	٣.٥	١٤٣٦	٤.٨	٥٠٤	فيديو جراف
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	فيديو ٣٦٠
٣	٢٢.٢	١٢٣٥٧	٩.٦	٣٥٦	٢٢.٢	٩٢٣٧	٢٦.٣	٢٧٦٤	انفوجرافيك
٤	٧.٧	٤٣٠٩	٧.٨	٢٨٩	٥.٦	٢٣١٢	١٦.٣	١٧٠٨	بث مباشر
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	الخرائط التفاعلية
٨	٠.٦	٣٥١	٠.٦	٢٢	٠.٦	٢٦٥	٠.٦	٦٤	كروس ميديا (الجمع بين أكثر من نمط)
٧	١.٢	٦٤٣	٠.٤	١٢	١.٢	٥١٩	١.١	١١٢	بودكاست
	١٠٠	٥٥٧٤٥	١٠٠	٣٧٠٢	١٠٠	٤١٥٤٠	١٠٠	١٠٥٠٣	مج
				٣		١		٢	الترتيب

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن التفاعل من خلال الرموز التفاعلية جاء في صدارة أشكال التفاعل مع أنماط السرد المرئي بصفحة "بوابة الأهرام" على تطبيق Facebook، تلاه التفاعل من خلال كتابة تعليق، وأخيراً التفاعل بالمشاركة، وقد جاءت "الصورة/ الصور المصاحبة لنص" كأكثر أنماط السرد المرئي التي تفاعل معها المستخدمين بنسبة بلغت ٣٧.٧%، تلاها "صورة/ صور فقط" بنسبة ٢٤.٤%، وبنسبة مقارنة بلغت ٢٢.٢% جاء التفاعل مع "الإنفو جرافيك"، وبفارق كبير جاء في المرتبة

الرابعة "البث المباشر" بنسبة ٧.٧%، ثم جاء التفاعل مع "الفيديو جراف" بنسبة ٣.٨%، تلاه التفاعل مع "الفيديو" بنسبة ١.٩%، وبلغت نسبة التفاعل مع "البودكاست" ١.٢%، وفي المرتبة الثامنة جاء التفاعل مع "الكروس ميديا" بنسبة ٠.٦%، وأخيراً بلغت نسبة التفاعل مع "الفيديو الصامت" ٠.٥% من إجمالي التفاعل مع أنماط السرد المرئي الذي تم توظيفه بصفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة.

جدول (٧) يوضح أشكال التفاعل مع أنماط السرد المرئي المستخدم بصفحة موقع اليوم السابع على تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

الترتيب	مج		مشاركة		رموز تفاعلية		كتابة تعليق		شكل التفاعل نمط السرد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢	٢٢.٥	٧٠٢٥٨٢	٢١.٤	7099	٢٢.٦	580720	٢٢.١	١١٤٧٦٣	صورة/ صور فقط
-	٠	٠	٠	0	٠	0	٠	٠	صور متحركة
١	٣١.٩	٩٩٥٤٤٧	٣٦.٣	12031	٣١.٨	819600	٣١.٥	١٦٣٨١٦	صورة/صور مصاحبة لنص
٤	١٥.٧	٤٩٨٥٩٥	١٨.١	6015	١٦.١	414890	١٤.٩	٧٧٦٩٠	فيديو
٧	٠.٧	٢٣٣٩١	٠.١	28	٠.٨	19843	٠.٧	٣٥٢٠	فيديو صامت (بطاقات الصور)
٦	٣.٨	١٢٤٧٢٠	٩.٤	3120	٣.٨	98620	٤.٤	٢٢٩٨٠	فيديو جراف
-	٠	٠	٠	0	٠	0	٠	٠	فيديو ٣٦٠
٣	١٦.٩	٥٢٨٥٠٧	٨.٩	2967	١٧.١	439560	١٦.٥	٨٥٩٨٠	انفوجرافيك
٥	٨.٠١	٢٥٠٣٨٩	٥.٧	1876	٧.٧	197970	٩.٦	٥٠٥٤٣	بث مباشر
-	٠	٠	٠	0	٠	0	٠	٠	الخرائط التفاعلية
-	٠	٠	٠	0	٠.٠١	378	٠.١	٣١٨	كروس ميديا (الجمع بنين أكثر من نمط)
٨	٠.٠٤	١١٠٧	٠.١	19	٠.٠٣	724	٠.٢	٣٦٤	بودكاست
	١٠٠	٣١٢٤٧٣٨	١٠٠	33155	١٠٠	٢٥٧٢٣٠٥	١٠٠	٥١٩٩٧٤	مج
				٣		١		٢	الترتيب

اتساقاً مع نتيجة الجدول السابق تشير بيانات الجدول السابق إلى أن التفاعل من خلال الرموز التفاعلية جاء في صدارة أشكال التفاعل مع أنماط السرد المرئي بصفحة موقع "اليوم السابع" على تطبيق Facebook، تلاه التفاعل من خلال كتابة تعليق، وأخيراً المشاركة، وقد جاء التفاعل مع "الصورة/ الصور المصاحبة لنص" في المرتبة

الأولى بنسبة بلغت ٣١.٩%، تلاه التفاعل مع "الصور/ الصورة فقط" بنسبة ٢٢.٥%، وبلغت نسبة التفاعل مع "الإنفو جرافيك" ١٦.٩%، وفي المرتبة الرابعة جاء التفاعل مع "الفيديو" بنسبة ١٥.٧%، ثم جاء التفاعل مع "البث المباشر" بنسبة ٨.٠١%، تلاه التفاعل مع "الفيديو جراف" بنسبة ٣.٨%، وبلغت نسبة التفاعل مع "البودكاست" ٠.٠٤%، وأخيراً اقتصر التفاعل مع "الكروس ميديا" على كتابة التعليق، والرموز التفاعلية بنسبة ٠.١% لكل منهما.

جدول (٨) يوضح أشكال التفاعل مع أنماط السرد المرئي المستخدم بصفحة بوابة أخبار اليوم على تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

الترتيب	مج		مشاركة		رموز تفاعلية		كتابة تعليق		شكل التفاعل نمط السرد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢	٣٥.٨	١٨٦٢٩	٣١.٢	798	٣٧.٥	14221	٣١.٢	3610	صورة/ صور فقط
-	٠	٠	٠	0	٠	0	٠	0	صور متحركة
١	٤٨.٧	٢٥٣٤٧	٤٣	1099	٤٨.٤	18372	٥٠.٨	5876	صورة/ صور مصاحبة لنص
٣	٦.٥	٣٣٦٤	٧.٤	190	٥.٩	2266	٧.٨	908	فيديو
٧	٠.٥	٢٣٥	١.١	27	٠.٤	136	٠.٦	72	فيديو صامت (بطاقات الصور)
٤	٣.٦	١٨٥٧	٦.١	157	٣.٢	1210	٤.٢	490	فيديو جراف
-	٠	٠	٠	0	٠	0	٠	0	فيديو ٣٦٠
٦	٢	١٠٥٢	٧.٥	191	١.٣	490	٣.٢	371	انفو جرافيك
٥	٢.٩	١٥٨٨	٣.٧	95	٣.٣	1237	٢.٢	256	بث مباشر
-	٠	٠	٠	0	٠	0	٠	0	الخرائط التفاعلية
-	٠	٠	٠	0	٠	0	٠	0	كروس ميديا (الجمع بين أكثر من نمط)
-	٠	٠	٠	0	٠	0	٠	0	بودكاست
	١٠٠	٥٢٠٧٢	١٠٠	2557	١٠٠	٣٧٩٣٢	١٠٠	11583	مج
			٣		١		٢		الترتيب

من خلال بيانات الجدول السابق يتضح أن التفاعل من خلال الرموز التفاعلية جاء في صدارة أشكال التفاعل مع أنماط السرد المرئي بصفحة "بوابة أخبار اليوم"

على تطبيق Facebook، تلاه التفاعل من خلال كتابة تعليق، وأخيراً التفاعل بالمشاركة، وقد جاء التفاعل مع "الصورة/ الصور المصاحبة لنص" في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٤٨.٧%، يليه التفاعل مع "الصورة/ الصور فقط" بنسبة ٣٥.٨%، وبفارق كبير جاء في المرتبة الثالثة التفاعل مع "الفيديو" بنسبة ٦.٥%، ثم جاء التفاعل مع "فيديو جراف" بنسبة ٣.٦%، تلاه التفاعل مع "البث المباشر" بنسبة ٢.٩%، وبلغت نسبة التفاعل مع "الإنفو جرافيك" ٢%، وأخيراً بلغت نسبة التفاعل مع "الفيديو الصامت" ٠.٥%.

جدول (٩) يوضح أشكال التفاعل مع أنماط السرد المرئي المستخدم بصفحة المصري اليوم على تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

الترتيب	مج		مشاركة		رموز تفاعلية		كتابة تعليق		شكل التفاعل نمط السرد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢	٧.٨	١٥٥٧٠٢	٢.٥	٧٨٢	٧.٩	٨٣٧٩٠	٧.٩	٧١١٣٠	صورة/ صور فقط
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	صور متحركة
١	٨٥.٣	١٦٩٢٠١٤	٧٣.٥	٢٣١٦٠	٨٥.١	٨٩٩٢١١	٨٥.٦	٧٦٩٦٤٣	صورة/صور مصاحبة لنص
٣	٢.٣	٤٤٧٧٥	٣.١	٩٧٥	٢.٨	٢٩٨٢٠	١.٦	١٣٩٨٠	فيديو
٧	٠.٤	٨٧١٢	٠.٤	١١٢	٠.٨	٧٩٦٠	٠.١	٦٤٠	فيديو صامت (بطاقات الصور)
٦	٠.٨	١٦٨٣١	١.٠٢	٣٢٠٠	٠.٩	٩٧٥١	٠.٤	٣٨٨٠	فيديو جراف
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	فيديو ٣٦٠
٥	١.٥	٣٠٦٤٠	٦.٢	١٩٦١	١.٩	١٩٧١٠	٠.٩	٨٩٦٩	انفو جرافيك
٤	١.٩	٣٨٥٦٧	٤.١	١٢٨٠	٠.٦	٦٠٧٨	٣.٥	٣١٢٠٩	بث مباشر
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	الخرائط التفاعلية
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	كروس ميديا (الجمع بين أكثر من نمط)
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	بودكاست
	١٠٠	١٩٨٧٢٤١	١٠٠	٣١٤٧٠	١٠٠	١٠٥٦٣٢٠	١٠٠	٨٩٩٤٥١	مج
				٣		١		٢	الترتيب

تشير بيانات الجدول السابق إلى اتساق هذه النتيجة مع سابقتها؛ حيث جاء التفاعل من خلال الرموز التفاعلية في صدارة أشكال التفاعل مع أنماط السرد المرئي بصفحة "المصرى اليوم" على تطبيق Facebook، تلاه التفاعل من خلال كتابة تعليق، وأخيراً التفاعل بالمشاركة، وقد جاء التفاعل مع "الصورة/ الصور المصاحبة لنص" في المرتبة الأولى بنسبة ٨٥.٣%، وبفارق كبير جاء التفاعل مع "صورة/ صور فقط" بنسبة ٧.٨%، تلاه التفاعل مع "الفيديو" بنسبة ٢.٣%، وفي المرتبة الرابعة جاء التفاعل مع "البث المباشر" بنسبة ١.٩%، جاء بعدها التفاعل مع "الإنفو جرافيك" بنسبة ١.٥%، وبلغت نسبة التفاعل مع "الفيديو جرافيك" ٠.٨%، وأخيراً بلغت نسبة التفاعل مع "الفيديو الصامت" ٠.٤%.

جدول (١٠) يوضح أشكال التفاعل مع أنماط السرد المرئي المستخدم بصفحة الوطن على تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

الترتيب	مج		مشاركة		رموز تفاعلية		كتابة تعليق		شكل التفاعل نمط السرد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣	١٣.٧	٢٣٨٧٩٣	٨.٣	١٣٤٦٢	٦.٧	٦٥٩٥٤	٢٦.٩	١٥٩٣٧٧	صورة/ صور فقط
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	صور متحركة
١	٦٠.٥	١٠٥١٦٧٠	٨١	١٣١٨٧٠	٦٣.٥	٦٢٤١٥٠	٥٠	٢٩٥٦٥٠	صورة/صور مصاحبة لنص
٥	١.٨	٣١١١٨	٠.٨	١٢٩٨	١.٦	١٥٨٤٠	٢.٣	١٣٩٨٠	فيديو
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	فيديو صامت (بطاقات الصور)
٤	٢.١	٣٦٦٢٧	٠.٩	١٥٣٢	١.٩	١٨٥٣٢	٢.٨	١٦٥٦٣	فيديو جراف
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	فيديو ٣٦٠
٦	١.٧	٢٨٩٦٠	٢.٦	٤١٨٠	١.٧	١٦٨٠٠	١.٣	٧٩٨٠	إنفو جرافيك
٢	٢٠.٢	٣٥٠٩٤٧	٦.٤	١٠٤٢٣	٢٤.٦	٢٤١٨٢٤	١٦.٧	٩٨٧٠٠	بث مباشر
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	الخرائط التفاعلية
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	كروس ميديا (الجمع بنين أكثر من نمط)
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	بودكاست
	١٠٠	١٧٣٨١١٥	١٠٠	١٦٢٧٦٥	١٠٠	٩٨٣١٠٠	١٠٠	٥٩٢٢٥٠	مج
				٣		١		٢	الترتيب

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن التفاعل من خلال الرموز التفاعلية جاء في صدارة أشكال التفاعل مع أنماط السرد المرئي بصفحة "الوطن" على تطبيق Facebook، تلاه التفاعل من خلال كتابة تعليق، وأخيراً التفاعل بالمشاركة، وقد جاء التفاعل مع "الصورة/ الصور المصاحبة لنص" في المرتبة الأولى بنسبة ٦٠.٥%، وبفارق كبير تلاه التفاعل مع "البث المباشر" بنسبة بلغت ٢٠.٢%، وفي المرتبة الثالثة جاء التفاعل مع "صورة/ صور فقط" بنسبة ١٣.٧%، وبلغت نسبة التفاعل مع "فيديو جراف" ٢.١%، وفي المرتبة الخامسة جاء التفاعل مع "الفيديو" بنسبة ١.٨%، وأخيراً بلغت نسبة التفاعل مع "الإنفو جرافيك" ١.٧%.

جدول (١١) يوضح التفاعل مع أنماط السرد المرئي المستخدم بصفحة البوابة نيوز على تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

الترتيب	مج		مشاركة		رموز تفاعلية		كتابة تعليق		شكل التفاعل نمط السرد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢	٢٤.٧	٢٤٩	٣.٠	٩	٢٤.٨	٢٢٨	١٩.٧	١٢	صورة/ صور فقط
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	صور متحركة
١	٧٥.٣	٧٦١	٧.٠	٢١	٧٥.٢	٦٩١	٨٠.٣	٤٩	صورة/صور مصاحبة لنص
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	فيديو
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	فيديو صامت (بطاقات الصور)
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	فيديو جراف
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	فيديو ٣٦٠
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	انفو جرافيك
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	بث مباشر
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	الخرايط التفاعلية
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	كروس ميديا (الجمع بنين أكثر من نمط)
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	بودكاست
	١٠٠	١٠١٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٩١٩	١٠٠	٦١	مج
				٣		١		٢	الترتيب



يشير تحليل بيانات الجدول السابق إلى أنه بالرغم من اقتصار التفاعل مع المنشورات التي تم نشرها على صفحة موقع "البوابة نيوز" على تطبيق Facebook على "الصورة/ الصور المصاحبة لنص بنسبة ٧٥.٣%، فضلاً عن التفاعل مع "الصورة/ الصور فقط" بنسبة ٢٤.٧%، إلا أنها لم تختلف عن سابقتها؛ حيث جاء التفاعل بالرموز التفاعلية في صدارة أشكال التفاعل مع أنماط السرد المرئي التي تم توظيفها في صفحة الموقع، تلاه التفاعل من خلال كتابة تعليق، وأخيراً التفاعل بالمشاركة.

ويمكن تفسير نتائج الجداول أرقام (٦، ٧، ٨، ٩، ١٠، ١١) في إطار أن أغلب المنشورات التي تم نشرها على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة اعتمدت على توظيف "الصورة/ الصور المصاحبة لنص" كما اتضح من جدول رقم (٣)، وعليه فمن المنطقي أن تحظى بأكبر نسبة تفاعل من قبل المستخدمين.

جدول (١٢) يوضح أشكال تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المختلفة بالمواقع الإلكترونية عينة الدراسة على تطبيق فيس بوك خلال فترة الدراسة

الترتيب	مج		مشاركة		رموز تعبيرية		كتابة تعليق		شكل التفاعل	الموضوعات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٢	٣٢.٤	٢٢٥٣٠٨٣	٢٥.٩	٦٠٥٢٢	٢٨.١	١٣٢٠٥٤٠	٤٢.٩	٨٧٢٠٢١	سياسية	
٣	١٦.٩	١١٧٧٠٧٧	١٨	٤١٩٥٨	٢٢.٥	١٠٥٦٨٢٧	٣.٨	٧٨٢٩٢	اقتصادية	
١	٣٧.٦	٢٦١٢٧٣٩	٣٠.٧	٧١٧١٩	٣٢.٥	١٥٢٩٠١٥	٤٩.٨	١٠١٢٠٠٥	رياضية	
٨	٠.٣	٢٠١٨٧	٠.٥	١١٢	٠.٣	١٢٧٩٠	٠.٤	٧٢٨٥	اجتماعية	
٩	٠.٢	١٧١٤٥	٠.٢	٤٣	٠.٤	١٦٢٨٨	٠.٤	٨١٤	صحية	
٧	٠.٤	٢٩٥٢٢	٠.٤	٨٦	٠.٦	٢٨٣٩٩	٠.١	١٠٣٧	فنية	
٤	١٠.٢	٧٠٩٨٣٦	٢٣.٤	٥٤٦١٤	١٣.٢	٦١٨٠٢٨	١.٨	٣٧١٩٤	دينية	
٥	١.٢	٨٣٤٢٣	١.٣	٣١٥١	١.٧	٧٩٩١٧	٠.١٦	٣١٩١	أمنية	
٩	٠.٢	١٣٢٧٦	٠.٢	٤٩٣	٠.٢	٨٣٩٢	٠.٢	٤٣٩١	بيئة	
٦	٠.٦	٤٠٤٩٣	٠.٤	٩٨١	٠.٥	٢١٩٢٠	٠.٨	١٧٥٩٢	أخرى	
	١٠٠	٦٩٥٦٧٨١	١٠٠	٢٣٣٦٧٩	١٠٠	٤٦٩٢١١٦	١٠٠	٢٠٣٣٨٢٢	مج	
				٣		١		٢		الترتيب

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- جاء التفاعل من خلال الرموز التفاعلية في مقدمة أشكال التفاعل مع الموضوعات المختلفة التي تم نشرها على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، تلاه التفاعل من خلال كتابة تعليق، وأخيراً التفاعل من خلال مشاركة المحتوى سواء مع آخرين أو على الصفحة الشخصية للمستخدم.
- برزت الموضوعات الرياضية كأكثر الموضوعات التي حظيت بتفاعل المستخدمين بنسبة بلغت ٣٧.٦%، تلاها الموضوعات السياسية بنسبة بلغت ٣٢.٤%، وفي المرتبة الثالثة جاءت الموضوعات الاقتصادية بنسبة ١٦.٩%، وبفارق كبير بلغت نسبة التفاعل مع الموضوعات الدينية ١٠.٢%، وبلغت نسبة التفاعل مع الموضوعات الأمنية ١.٢%، أما نسبة التفاعل مع فئة "أخرى" فبلغت ٠.٦%، وفي المرتبة السابعة جاءت الموضوعات الفنية بنسبة تفاعل ٠.٤%، تلاها الموضوعات الاجتماعية بنسبة بلغت ٠.٣%، وأخيراً بلغت نسبة التفاعل مع كل من الموضوعات الصحية، والبيئية ٠.٢% لكلٍ منهما.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في إطار أن الموضوعات الرياضية هي أكثر ما يجذب القراء خاصة بسبب وجود مسابقات رياضية مختلفة - كرة قدم، وكرة يد، وكرة طائرة، وجمباز، واسكواش- فضلاً عن أهمية بعض هذه المسابقات هامة على المستوى القومي - نهائى بطولة كأس الكونفدرالية الأفريقية، نهائى دورى أبطال إفريقيا- وبعضها الآخر على المستوى العالمى -بطولة العالم للاسكواش-، إلى جانب ذلك نجد أن الموضوعات السياسية، والاقتصادية التي تم تناولها خلال فترة الدراسة مثلت أهمية كبيرة لدى القراء سواء فيما يتعلق بأحداث الحرب على غزة والموضوعات المرتبطة به، أو الإجراءات الاقتصادية التي تمس حياة المواطنين وتؤثر فيهم بقوة ومنها ارتفاع أسعار الخبز، ومتابعة أسعار صرف الجنية المصرى مقابل العملات المختلفة.



مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإطار النظري، ونتائج الدراسات السابقة:

• تشير ما توصلت إليه الدراسة من نتائج إلى ارتفاع عدد متابعي، ومعجبي صفحات المواقع الإخبارية الرقمية على تطبيق Facebook، فضلاً عن ارتفاع عدد المنشورات، وتنوع أنماط السرد المرئي التي تم توظيفها لعرض المحتوى المقدم، الأمر الذي يؤكد إدراك المؤسسات الصحفية الرقمية لأهمية تحقيق الاندماج الرقمي، وتوظيف الآليات المختلفة لتسويق المحتوى الذي يتم تقديمه، فضلاً عن إدراكهم لأهمية الاستفادة من المميزات التي تتيحها تطبيقات التواصل الاجتماعي في الوصول إلى عدد كبير من المستخدمين والتعرف على تفضيلاتهم، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه Castells من أن التطورات التكنولوجية ستؤدي إلى عدد من التغييرات في مقدمتها ظهور أشكال مؤسسات هجينة، فضلاً عن التقارب بين وسائل الإعلام وتكنولوجيا المعلومات من خلال دمج الأساليب المكتوبة والشفوية والسمعية والبصرية للاتصال البشري في نفس النظام، كما تتفق مع ما أشار إليه فيما يتعلق بدور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تمكين المستخدمين من التفاعلات الفورية، وكذلك كسر مفهوم التسلسل الزمني وإحلال مفهوم "تسلسل الممارسات" بدلاً منه.

• اتضح من نتائج الدراسة أنه على الرغم من ارتفاع عدد متابعي، ومعجبي صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق Facebook، وارتفاع عدد المنشورات إلا أن هناك فروق بين المواقع عينة الدراسة من حيث عدد المنشورات، وكذلك عدد المتابعين بشكل عام، كما اتضح من النتائج وجود فروق بين صفحات المواقع الإخبارية القومية والخاصة؛ حيث برزت المواقع الإخبارية الرقمية الخاصة كأكثر المواقع من حيث عدد المنشورات والمتابعين فيما عدا "البوابة نيوز".

- رغم تنوع الموضوعات التي تم عرضها على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة إلا أن الموضوعات الرياضية جاءت في مقدمة هذه الموضوعات، وقد يكون السبب وراء ذلك تعدد البطولات الرياضية خلال فترة الدراسة سواء على المستوى المحلى أو القومى أو العالمى، وتنوعها ما بين كرة قدم، وإسكواش، وكرة يد، وجمباز.
- جاءت صفحات كل من بوابة الأهرام الإلكترونية، اليوم السابع كأكثر صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة توظيفاً لأنماط السرد المرئي، تلاها المصرى اليوم، وبوابة أخبار اليوم، ثم صفحة الوطن، وأخيراً البوابة نيوز، وتتفق هذه الدراسة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة حور عبد الرحمن، وآخرون (٢٠٢٣) فيما يتعلق بحرص موقع اليوم السابع على توظيف الأدوات التى تجذب الجمهور، كما أشارت نتائج دراسة نسمة مطاوع (٢٠٢٢) إلى موقع اليوم السابع كأكثر المواقع توظيفاً للفيديو جراف فى عرض المضامين، كما تتفق هذه النتيجة أيضاً مع ما انتهت إليه نتائج دراسة أحمد علوى (٢٠٢٠) التى أشارت إلى أن موقع اليوم السابع، وبوابة الأهرام هى أكثر المواقع الرقمية إنتاجاً لصحافة الفيديو.
- تنوعت أشكال تفاعل الجمهور مع المنشورات على صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة خلال فترة الدراسة وقد جاء التفاعل من خلال الرموز التفاعلية كأكثر أشكال التفاعل معها، تلاه التفاعل من خلال كتابة تعليق، وأخيراً التفاعل من خلال مشاركة المنشورات سواء على الصفحة الشخصية أو مع آخرين.
- أظهرت النتائج أن صفحة اليوم السابع هى أكثر صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة التى تفاعل الجمهور معها، تلاها صفحة المصرى اليوم، ثم صفحة الوطن، وفى المرتبة الرابعة جاءت صفحة بوابة الأهرام، وجاءت بوابة أخبار



اليوم في المرتبة الخامسة، وأخيراً جاءت صفحة البوابة نيوز كأقل الصفحات التي تفاعل معها الجمهور .

- بالرغم من ارتفاع معدل التفاعل مع أنماط السرد المرئي المختلفة المستخدمة في صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة إلا أن النتائج أظهرت أن الصورة/ الصور المصاحبة لنص هي أكثر أنماط السرد المرئي التي حظيت بنسبة تفاعل كبيرة في الصفحات المختلفة، تلاها نمط "الصورة/الصور فقط"، وتفسر الباحثة ذلك في إطار كونها أكثر الأنماط توظيفاً من قبل الصفحات المختلفة، كما أنها تتيح للجمهور التعرف على المحتوى بشكل ميسر ومركز، ولا تحتاج لوقت لمعرفة ما تتضمنه كالفديو، والبود كاست مثلاً، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة Mada'Al (٢٠٢٢)؛ حيث أشارت إلى أن الجمع بين الصور والنص هو ثاني تفضيلات الجمهور بعد الصور، كما تختلف أيضاً مع ما توصلت إليه نتائج دراسة COMET (٢٠١٨) والتي أشارت إلى أن الرسوم البيانية المدعمة بشروح -الإنفو جرافيك- هي أكثر تقنيات السرد البصري تفاعلاً من قبل القراء.

- ظهرت أنماط "الفديو الصامت"، و"البود كاست"، و"الكروس ميديا" كأقل أنماط السرد المرئي التي حظيت بتفاعل الجمهور على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة Mada'Al (٢٠٢٢) في هذا الصدد؛ حيث أشارت إلى أن الصوت جاء كأخر اختيارات الجمهور، كما تتفق أيضاً مع النتائج التي توصلت إليها دراسة مياسر سمباوه (٢٠٢٢) حيث أشارت إلى أن البود كاست هو أقل المضامين التي يتفاعل معها الجمهور.

- جاءت الموضوعات الرياضية كأكثر الموضوعات التي تم توظيف أنماط السرد المرئي في عرضها على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة خلال

فترة الدراسة، تلاتها الموضوعات السياسية، ثم كل من الموضوعات الاقتصادية، والصحية، والبيئية، جاء بعد ذلك الموضوعات الاجتماعية، والدينية، والأمنية، بينما جاءت فئة "أخري" كأقل الموضوعات التي تم توظيف أنماط السرد المرئى فى عرضها حيث اقتصر على أربعة أنماط فقط، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة مياسر سمباوه (٢٠٢٢)؛ حيث أشارت إلى المضامين الاجتماعية كأكثر المضامين التي يتم توظيف التكنولوجيا الرقمية فى انتاجها تليها المضامين الرياضية والسياسية ثم المضامين الثقافية والاقتصادية، كما تختلف أيضاً مع النتائج التي توصلت إليها دراسة Karypidou, et.al (٢٠١٩) والتي أشارت إلى الموضوعات السياسية كأكثر الموضوعات التي تم الاستعانة فيها بالسرد المرئى للبيانات، تلاها الموضوعات الاقتصادية، ثم الموضوعات الاجتماعية.

- برز نمط "صورة/صور مصاحبة لنص" كأكثر أنماط السرد المرئى استخداماً على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة على تطبيق Facebook، خاصة مع الموضوعات السياسية تلاها الموضوعات الرياضية ثم الموضوعات الاقتصادية، وانخفضت نسبة توظيفه مع الموضوعات الاجتماعية، والبيئية، والفنية والأمنية، والصحية، وتفسر الباحثة هذا فى ضوء أن هذا النمط لا يتطلب إمكانات تقنية عالية، فضلاً عن قدرته على توصيل المعلومات بشكل مختصر وميسر وفعال للجمهور المستهدف، كما أنه مناسب لطبيعة التطبيق المستخدم.
- تم توظيف نمط "الصورة/صور فقط" مع الموضوعات الرياضية، تلاها الموضوعات السياسية، فالموضوعات الاقتصادية، وقد انخفضت نسبة استخدامه فى باقى الموضوعات، ولم يستخدم مع الموضوعات الصحية.
- جاءت الموضوعات الرياضية كأكثر الموضوعات التي تم توظيف نمط "الفيديو" فى عرضها، تلاها الموضوعات السياسية ثم الموضوعات الاقتصادية،



والاجتماعية، الصحية، والبيئية، الفنية، ولم يستخدم مع الموضوعات الدينية، والأمنية، وفئة "أخري"، وتختلف هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج دراسة أحمد علوى (٢٠٢٠) من أن الموضوعات السياسية هي أكثر الموضوعات التي تم توظيف الفيديو في تقديمها، يليها الموضوعات الأمنية، ثم الرياضية.

- برزت الموضوعات الفنية كأكثر الموضوعات التي تم توظيف نمط "الفيديو الصامت" معها، تلاها الموضوعات الأمنية، ثم الموضوعات الرياضية، فالموضوعات الاقتصادية، والصحية، والسياسية، والدينية، ولم يستخدم مع الموضوعات البيئية، وفئة "أخري".

- جاءت الموضوعات الاقتصادية كأكثر الموضوعات التي تم توظيف نمط "الفيديو جراف" في عرضها على صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، تلاها الموضوعات السياسية، ثم الموضوعات الرياضية، وجاء بعد ذلك الموضوعات الاجتماعية، والصحية، والدينية، والأمنية، والبيئية، ولم يتم توظيفه مع الموضوعات الفنية، وفئة "أخري"، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة نسمة مطاوع (٢٠٢٢) والتي أشارت إلى المضامين الاجتماعية، والفنية كأكثر المضامين التي يوظف موقع اليوم السابع الفيديو جراف في تقديمها، وأن المضامين الاجتماعية، والرياضية هي أكثر المضامين التي يوظف موقع المصرى اليوم الفيديو جراف في تقديمها.

- جاءت الموضوعات الرياضية، والاقتصادية، والسياسية كأكثر الموضوعات التي تم توظيف نمط "الإنفو جرافيك" في عرضها، وذلك يتلاءم مع طبيعة هذه الموضوعات خاصة الموضوعات الاقتصادية ويساعد في ربط وتوصيل المعلومات بشكل ميسر وواضح للجمهور المستهدف، هذا ولم يتم توظيفها مع الموضوعات الاجتماعية، والفنية، والدينية، والأمنية، وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع ما انتهت إليه نتائج دراسة عدنان الحربى (٢٠٢٣) من أن أكثر

الموضوعات التي يتم توظيف الإنفو جرافيك معها هي الموضوعات الاقتصادية ثم الاجتماعية والصحية.

- ظهرت الموضوعات الرياضية كأكثر الموضوعات التي تم توظيف نمط "البث المباشر" في تقديمها على الصفحات عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، تلاها بفارق كبير الموضوعات الدينية، ثم الموضوعات السياسية، فالموضوعات الأمنية، ولم يتم توظيفها مع أي من الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية، والصحية، والفنية، والدينية والأمنية، ويرجع ذلك إلى مدى ملائمة هذا النمط مع المضامين الرياضية؛ حيث يجعل المشاهد وكأنه جزء من الحدث الأمر الذي يؤدي إلى زيادة تفاعل الجمهور مع ما يشاهده، فضلاً عن ارتباط المشاهد مع الصفحة التي يتابع من خلالها الأحداث مباشرة.
- تم استخدام نمط "الكروس ميديا" حصرياً مع الموضوعات الرياضية؛ حيث يتطلب هذا النمط إلى جانب الإمكانيات التقنية والبشرية، جهداً ووقتاً لإعداده نظراً لما يتطلبه من جمع بين أكثر من نمط سردي، وقد تم استخدامه مع الموضوعات الرياضية نظراً لارتباط قطاع عريض من الجمهور بالرياضة خاصة في ظل وجود أحداث رياضية هامة خلال فترة الدراسة.
- ظهرت الموضوعات في فئة "أخري" كأكثر الموضوعات التي تم توظيف نمط "البودكاست" في تقديمها على الصفحات عينة الدراسة، تلاها الموضوعات الصحية، ثم البيئية، ولم يتم توظيفه مع باقي الموضوعات، وترجع الباحثة ذلك لأن هذا النمط لا يلائم كافة الموضوعات.
- جاءت الموضوعات البيئية كأقل الموضوعات التي تم توظيف أنماط السرد المرئي في عرضها على صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة خلال فترة الدراسة.



- غاب عن صفحات المواقع الإخبارية الرقمية عينة الدراسة فى تطبيق Facebook بعض أنماط السرد المرئى ومنها "الصور المتحركة، فيديو ٣٦٠، الخرائط التفاعلية" وترجع الباحثة ذلك إلى أن توظيف مثل هذه الأنماط يتطلب إمكانات تقنية وفنية متقدمة، ومهارات بشرية قد يصعب توافرها فى المواقع الإخبارية، أو قد تتوافر بشكل ضئيل.
- حرصت المواقع الإخبارية عينة الدراسة على دمج رابط لتفاصيل بعض الأخبار المنشورة على صفحاتها على تطبيق Facebook خاصة مع الموضوعات التى تم توظيف أنماط "صورة/صور فقط"، و"صورة/صور مصاحبة لنص".

توصيات الدراسة:

فى ضوء النتائج التى توصلت إليها الدراسة حول استخدام تقنيات السرد المرئى فى المؤسسات الصحفية الرقمية المصرية لتحقيق الاندماج الرقمية، يمكننا طرح التوصيات التالية:

- فى ظل أهمية اعتماد المؤسسات الصحفية على طرق جديدة لنقل المعلومات، وتسويق المحتوى الذى يتم تقديمه لابد من الاهتمام بتوظيف تقنيات حديثة تتماشى مع احتياجات وطبيعة القارئ الرقمية.
- تعظيم أوجه الاستفادة من تطبيقات التواصل الاجتماعى المختلفة كمنصات فاعلة للتواصل مع أكبر عدد من المستخدمين المستهدفين.
- التوسع فى توظيف تقنيات السرد المرئى المختلفة بالمواقع الصحفية الرقمية، خاصة فى ظل التطور المتلاحق، وظهور أدوات مختلفة تساعد على توفير تجربة ممتعة للقارئ من خلال تقنيات الواقع الافتراضى، والمختلط وغيرها.

- الاهتمام بالدراسات المستقبلية التي تستهدف التعرف على الاحتمالات المستقبلية وفقاً لسيناريوهات دقيقة تتيح الوصول إلى رؤية تقريبية للتحديدات التي قد تواجهها المؤسسات الصحفية، وتضع الحلول لمواجهتها.

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع العربية:

- أحمد محمد أبو العلا الشريف، سلوى (٢٠٢١). "استخدام تقنية ٣٦٠ بالمواقع الإخبارية العالمية كقيمة مضافة لتحقيق الانغماس في القصص الإخبارية وعلاقتها بتوجهات الخبراء والقائم بالاتصال نحوها"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، العدد ٢٢، الجزء (١)، ص ١٤.
- أحمد محمد عبد الوهاب منصور، راللا (٢٠٢٤). "توظيف المؤسسات الصحفية للصفحات الإخبارية على تطبيقات التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحوها، دراسة للمضمون والجمهور والقائم بالاتصال"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، جامعة القاهرة، العدد (٢٧)، ٤٥-١١٨.
- إكرام متي، فلورا (٢٠٢٤). "توظيف الإنفو جرافيك السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية (دراسة تحليلية)"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، العدد ٧٠، الجزء (٣)، ١٣٣٥-١٣٩٦.
- الشبكة العربية لدعم الإعلام، المواقع الإخبارية في مصر: حالة الصحافة والإعلام في مصر "التقرير الثالث عشر خلال شهرى يوليو وأغسطس ٢٠١٤، ص ١٩-٢٠.
- السرد الرقمي: أنواعه وأشكاله وتطبيقاته، شبكة الصحفيين الدوليين، ٢٠٢٠، <http://goo.gl/YaG0ve>

- الغزواني، إدريس (٢٠٢٠). "مانويل كاستلر ومفهوم مجتمع الشبكات من المجتمع إلى الشبكة: نحو مقاربة تأويلية للهوية والسلطة في عصر المعلومات"، *مجلة عمران للعلوم الاجتماعية*، العدد (٣٣)، ١٤٣-١٦٢.
- القرعان، محمد & صفوري، أمجد & أبو عبدون، يوسف & حجاب، عزت (٢٠٢٢). "توظيف وسائل الإعلام الأردنية لصحافة البيانات داخل غرف الأخبار: دراسة وصفية"، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، المجلد (٤٩) عدد (٥)، ٩١-١١٤.
- جمال بدوي أحمد، محمد (٢٠٢٤). "سيناريوهات مستقبل المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال الفترة من ٢٠٢٣-٢٠٢٤"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، العدد ٧٠، الجزء (٣)، ١٦٢٣-١٦٧٤.
- جمال عيد، أحمد (٢٠٢٤). "دور الموشن جرافيك في تحسين تجربة التعلم"، *المجلة الدولية للعلوم التربوية والإنسانية المعاصرة*، العدد ٤، ص ٨.
- جمال درويش عبد الغفار، وفاء (٢٠٢١). "توظيف صحافة البيانات في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتطور تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات (دراسة على القائم بالاتصال)"، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام/ جامعة الأزهر، العدد (٥٦) الجزء (٤)، ١٩٣٠-١٩٨٦.
- حافظ برقع، وفاق (٢٠٢١). "وظيفة الإنفو غرافيك في تقديم المحتوى الإعلامي عبر صفحات المواقع الإخبارية العراقية (دراسة تحليلية لموقع موازين نيوز ووكالة الصحافة المستقلة وياس عراق)"، *المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، عدد (٢٢)، ٢٣٧-٢٥٣.
- سامح عبد الرحمن، حور & مجدى فراج، مراد & مجدي، عمرو (٢٠٢٣). "توظيف صحافة الفيديو التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية" دراسة تطبيقية بين

- صحيفتى الواشنطن بوست واليوم السابع، "مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، مجلد (٣)، ٩٤٣-٩٩٢.
- عبد الفتاح، فاطمة الزهراء (٢٠١٦). "الاندماج الإعلامى وصناعة الأخبار"، القاهرة، العربى للنشر والتوزيع، ص ١٨.
- على الزهراني، أحمد & عطية محمد، مروة (٢٠٢١). "واقع التجارب العربية لصحافة البيانات على شبكة الإنترنت دراسة تقييمية وتحليلية"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، المجلد (١٢)، العدد (١)، ١٣٧-١٥٧.
- على الزهراني، أحمد & عطية محمد، مروة (٢٠١٠)، "استخدامات الفيديو جراف فى الصحافة الإخبارية: دراسة مقارنة بين المواقع العربية والغربية"، مجلة الآداب، جامعة الملك السعود، مجلد ٣١، عدد ٢، ١٣٣-١٧٩.
- عوض الشهري، راشد (٢٠٢٣). "دوافع استخدام الجمهور السعودى للمحتوى المرئى عبر المواقع الإخبارية والإشباع المتحققة منه"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد (٢٦)، الجزء (٢)، ٥٥٧-٥٩٦.
- مالك عباس، بتول (٢٠١٩)، "تقنية البث المباشر عبر شبكات التواصل الاجتماعى ما لها وما عليها دراسة تعتمد أحكام القرآن الكريم فى التشخيص"، Route Educational & Social Science Journal، عدد ٦، الجزء ٢، ص ٥٨٣.
- ماهر خفاجة، آلاء (٢٠٢٠). "أدوات الاتصال والتفاعل بالشبكات الاجتماعية كمنتج وعملية دراسة تحليلية على الصفحات الإخبارية أثناء الأحداث الهامة، مجلة جامعة الملك عبد العزيز للآداب والعلوم الإنسانية، مجلد (٢٨)، عدد (٩)، ١٩١-٢٣٠.
- محمد أبو حشيش، حسن & يحيى أبو حشيش، يوسف & يوسف أبو محسن، علاء (٢٠٢٣). "توظيف الصحفيين الفلسطينيين لمنصات التواصل الاجتماعى فى صناعة القصة الرقمية"، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، العدد (٣١)، الجزء (٣)، ٢٦-١.



- محمد إبراهيم بريك، أيمن (٢٠٢٠). "أولويات قضايا صحافة البيانات المصرية والأجنبية ومستوى تفاعل القراء معها: دراسة تحليلية مقارنة بالتطبيق على موقعي Guardian, Info Times data"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٦٩، ٢٠٠-١٣٣.
- محمد الغريب، سعيد (٢٠٠١). "الصحيفة الإلكترونية والورقية: دراسة مقارنة فى المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، ١٨٠-١٨١.
- محمد عبد الله علوي، أحمد (٢٠٢٠). "توظيف صحافة الفيديو فى المواقع الإلكترونية المصرية"، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، جامعة بنى سويف، عدد (١) ١٥٩-١٧٨.
- محمد مطاوع، إسلام (٢٠٢٣). "توظيف أسلوب الكروس ميديا فى سرد القصة الإخبارية بالمواقع الإلكترونية الإخبارية"، *مجلة كلية الآداب*، جامعة سوهاج، العدد ٦٩، الجزء الأول، ٣٧٩-٤٠٨.
- مطاوع، نسمة (٢٠٢٢). "توظيف الفيديو جراف فى الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، العدد (٢٣) الجزء الثاني، ٢٤٧-٢٩٥.
- نجيب زناتي، ريم (٢٠٢٠). "توظيف الإنفو جرافيك فى معالجة القضايا الصحية فى الدول العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعى (تويتز) دراسة حالة على موضوع فيروس كورونا المستجد"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، العدد (٥٥) الجزء (٤)، ٢٣٠٨-٢٣٧٨.
- نوري المغماسى الحربي، عدنان (٢٠٢٣). "توظيف الإنفو جرافيك فى المواقع الإلكترونية للصحف السعودية: دراسة تحليلية مقارنة"، *مجلة كلية الآداب بقن*، جامعة جنوب الوادي، مجلد (٣٢)، العدد (٥٨) ١٤-٧٥.



- هاشم، منى & عبد الرحمن أحمد، أمنية (٢٠٢٣). "اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري"، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، المجلد ٥، عدد ١، ٧٣٦-٨٣٤.
- وليد سمباوه، مياسر (٢٠٢٢). "تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال"، *المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث - مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، المجلد (٦)، العدد (٥)، ١١٩-١٥٥.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Anttiroiko, A. V. (2015). Networks in Manuel Castells' theory of the network society.
- Anter Luise (2023). How News Organizations Coordinate, Select, and Edit Content for Social Media Platforms: A Systematic Literature Review, **Journalism Studies**, available at: <https://www.researchgate.net/publication/372429828>
- Betlei. A. (2022). Power Relations in the Network Society. A Sociological Approach. **Studia Gilsoniana**, 11(3), 425-443.
- Castells, M. (2009). Communication power: **Oxford University Press**. Inc. NewYork, USA ISBN, 199567042, 9780199567041.
- Castells, M. (2010). The Information Age: Economy Society and Culture, The Rise of the Network Society. Second Edition with a new Preface. **Malden, MA & Oxford: Blackwell**.
- Castells, M. (2011). The rise of the network society. John wiley & sons.368.
- Comet, L. T. M. (2018). Visual narrative data-driven storytelling. **ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications and Applications**, 1(1), 1-20.
- Crillev. R., Manor. I., & Biola. C. (2020). Visual narratives of global politics in the digital age: An introduction. **Cambridge Review of International Affairs**, 33(5), 628-637



- da Costa, M. F. (2021). Narrative Visualization of News Stories, **Phd thesis, Porto University.**
- Ferreira, J. (2014). Infographics: An introduction. Centre for Business in Society
- Gottdiener. M. (2007). Manuel Castells: The theory of the network society. **Contemporary Sociology**, 36(3), 288.
- Gakii Kiunga, Mercy (2023). THE EFFECTS OF SOCIAL MEDIA ON NEWSPAPER CONTENT DISTRIBUTION: A CASE STUDY OF THE STAR NEWSPAPER, **master degree thesis, THE AGA KHAN UNIVERSITY**, available at: https://ecommons.aku.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3048&context=theses_dissertations
- Hamza. A. (2023). The importance of using infographics in field of journalism. **Journal El-Baheth in Human and Social Sciences**, Vol.14-No. 123.
- Hace Valerie& Boczek Karin& Scharrow Michael (2023). Adapting to Affordances and Audiences? A Cross-Platform, Multi-Modal Analysis of the Platformization of News on Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter, **Digital Journalism**, Vol.11, No.8, 1499-1520.
- <https://www.britannica.com/topic/media-convergence>
- <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>.
- https://www.gwi.com/connecting-the-dots?utm_campaign=FY24_CC_ALL_GL_CTD&utm_source=Keptos_articles&utm_medium=Web
- <https://www.statista.com/topics/9713/misinformation-on-social-media/>
- Karypidou, C., Bratsas, C., & Veqlis, A. (2019). Visualization and interactivity in data journalism projects. **Strategy & Development Review**, 9, 44-60.
- Kirtiklis, K. (2017). Manuel Castells' theory of information society as media theory. **Lingua Posnaniensis**, 59(1), 65-77.
- Jonathan Hendrickx & Jorge Vázquez-Herrero (2024). Dissecting Social Media Journalism: A Comparative Study Across Platforms,



Outlets and Countries, **Journalism Studies**, Vol.25, No.9, 1053-1075.

- Liu, P., & Wang, Q. (2022, December). Data Visualization Design of Sports Journalism Based on Narrative Perspective A Case Study: Sigma Awards (2020-2021). In Proceedings of the International Conference on Art Design and Digital Technology, ADDT 2022, 16-18 September 2022, Nanjing, China: ADDT 2022 (p. 190). European Alliance for Innovation.
- Madaíl, F. R. (2022). Supporting Narratives in News Stories through Visualization, **Master thesis, Porto University**.
- Pérez-Montoro, M. (2022). Visual communication in the management of a global health emergency. Capítol 9 del llibre: Freixa, Pere; Codina, Lluís; Pérez-Montoro, Mario; Guallar, Javier (Ed.)(2022). Visualisations and narratives in digital media. Methods and current trends. Barcelona: DigiDoc Research Group & Ediciones Profesionales de la Información SL. (pp. 128-147).
- Rahma, A. A. (2023). Keterlibatan Audiens Dalam Narasi Visual Video Musik Berbasis Virtual Reality, **Journal of Art, Design, and Media**, 2(1), 39-44
- Seqel, E., & Heer, J. (2010). Narrative visualization: Telling stories with data. **IEEE transactions on visualization and computer graphics**, 16(6), 1139-1148.
- Urlbauer, L. (2019). Data visualisations: Investigating their effects on the perception of solutions journalism (Doctoral dissertation, **Master's thesis. University of Amsterdam**).
- Vafeiadis, M., Han, J. A., & Shen, F. (2020). News storytelling through images: Examining the effects of narratives and visuals in news coverage of issues. **International Journal of Communication**, 14, 21.
- Ware, C. (2019). Information visualization: perception for design. Morgan Kaufmann.

