

معالجة صحافة الفيديو لقضية تهجير الفلسطينيين بصفحات مواقع الصحف الأجنبية على الفيسبوك واتجاهات تعليقات القراء نحوها

د. فلورا إكرام*

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن معالجة عينة من صفحات مواقع الأجنبية لقضية تهجير الفلسطينيين من خلال صحافة الفيديو المقدمة من خلالها، وأيضا تحليل اتجاهات تعليقات القراء نحوها. تتمثل عينة الدراسة في عينة عمدية من صحافة الفيديو المتمثلة في 111 مقطع فيديو وتنقسم الى: 45 فيديو من صفحة موقع واشنطن بوست The Washington Post ، و 34 فيديو بصفحة موقع انديبننت The Independent، و 32 فيديو بصفحة موقع لوموند Le Monde، وتمثلت إجمالي التعليقات في صفحة موقع واشنطن بوست 23307 تعليق، وفي صفحة موقع انديبننت 13955 تعليق، وفي صفحة موقع لوموند 17695 تعليق، بإجمالي 54957 تعليق في العينة، تمثلت العينة الزمنية في الفترة من 4 فبراير 2025 وحتى 4 مارس 2025. وتوصلت الدراسة الى: تقدم الموقع الأمريكي في كم التغطية لصحافة الفيديو للقضية محل الدراسة، اعتمدت صفحات مواقع العينة على نوع البث المباشر الحي، وأن أكثر الموضوعات التي تناولتها حول اقتراح الرئيس ترامب بنقل الفلسطينيين للدول المجاورة، وركزت على شكل التقرير الإخباري كقالب مصاحب لصحافة الفيديو، وغلب على معالجة الموقع الأمريكي والإنجليزي انهما مع قضية تهجير الفلسطينيين ولكن نجد الموقع الفرنسي كانت موضوعاته ذات الاتجاه ضد قضية التهجير. أن أكثر القوى الفاعلة التي ظهرت كانت الإدارة الأمريكية، تفوق قراء الموقع الأمريكي في كتابة أكبر كم من التعليقات يليه الموقع الفرنسي يليها الموقع الإنجليزي. في صفحة الموقع الأمريكي والإنجليزي والفرنسي كانت النسبة الأكبر من تعليقات القراء ضد تهجير الفلسطينيين، في الموقع الأمريكي والفرنسي كانت أكثر القوى الفاعلة ظهورا هم أهالي غزة، وأما صفحة الموقع الإنجليزي فنجد أن أكثر القوى الفاعلة ظهورا هم وزراء إسرائيل.

الكلمات المفتاحية: صحافة الفيديو، تهجير الفلسطينيين، مواقع صحف أجنبية.

*الأستاذ المساعد بقسم الصحافة الإخبارية بكلية الإعلام - جامعة عين شمس

Video Journalism`s coverage of the issue of Palestinian displacement on the pages of foreign newspaper websites on Facebook and readers` comments trends towards it

Dr. Flora Ikram*

Abstract

This study aimed to reveal the coverage of a sample of foreign website pages on the issue of Palestinian displacement through the video press presented through it, as well as to analyze the attitudes of readers' comments towards it. The study sample is a deliberate sample of video journalism represented in 111 video clips and is divided into: 45 videos from The Washington Post page, 34 videos on The Independent page, and 32 videos on Le Monde page, and the total comments on the Washington Post page were 23,307 comments, on the Independent page 13,955 comments, and on the Le Monde page 17,695 comments, with a total of 54,957 comments in the sample, the time sample was from February 4, 2025 until 4 March 2025. The study found that: The American site progressed in the amount of coverage of video journalism for the issue under study, the pages of the sample sites relied on the type of live broadcast, and that most of the topics it dealt with about President Trump's proposal to transfer the Palestinians to neighboring countries, and focused on the form of the news report as a template accompanying video journalism, and the treatment of the American and English site that they are with the issue of the displacement of Palestinians ,However, the French website had the same tendencies against the issue of displacement. On the American, English and French site page, the largest percentage of readers' comments were against the displacement of Palestinians, on the American and French site, the most visible actors were the people of Gaza, and on the English site page, we find that the most visible active forces are the ministers of Israel.

Keywords: Video journalism, Palestinian displacement, foreign news paper websites.

* Assistant Professor, Department of Journalism, Faculty of Mass Communication, Ain Shams University.

المقدمة:

شهدت فلسطين التاريخية محاولات مستمرة لتهجير الفلسطينيين مثل التهجيرين الكبيرين للفلسطينيين عام 1948، حيث تم تهجير حوالي 750 ألف من الفلسطينيين من بيوتهم وقراهم ومدنهم، وفي تهجير عام 1967 تم تهجير حوالي 300 ألف فلسطيني من الضفة الغربية وقطاع غزة، وتعدّ جريمة التهجير القسري للسكان المدنيين الخاضعين للاحتلال أحد هذه الانتهاكات الجسيمة، والتي تكشف عن سياسات عامة ممنهجة للاحتلال الاستيطاني.¹ ما يحتاجه الفلسطينيون هو أن يكون لهم الحق في حكم أنفسهم بأنفسهم وأن يكونوا قادرين على اختيار نظامهم السياسي ومستقبلهم بشكل حر، ولا يكون هذا الحق قابلاً للتطبيق إلا في حال استطاع الشعب الفلسطيني أن يعيش على أرضه الكاملة بصورة مستمرة غير متقطعة. وعليه، لا يمكن لأي شعب أن يقرر مصيره ما لم يكن على أرضه، بهدف إنشاء دولة ذات سيادة. وورد في العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية لعام 1966 أن للشعوب حق تقرير مصيرها بنفسها، وحرية في اختيار نظامها السياسي وحرية أيضاً بالتصرف بثرواتها ومواردها الطبيعية.² ن مسألة تهجير الفلسطينيين ليست أمراً من الماضي مأساتهم تتكرر وقصص لجوئهم ما زالت حية من خلال سياسة ممنهجة تعتمد الحكومات الإسرائيلية المتتالية اتجاه السكان الفلسطينيين القاطنين في الضفة الغربية بما فيها القدس الشرقية وقطاع غزة من خلال أوامر عسكرية وقوانين وحماكم تخدم مصلحة الاحتلال بالأساس.³

وهذه القضية ظهرت بشكل واضح منذ يوم 4 فبراير لعام 2025 حينما طالب الرئيس الأمريكي دونالد ترامب تهجير الفلسطينيين من غزة (من وطنهم) الى مصر والأردن، وذلك من خلال المؤتمر الصحفي الذي قام به في البيت الأبيض مع رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو حينما أكد على نقل معظم أو جميع سكان قطاع غزة (البالغ عددهم 1.8 مليون نسمة) الى أماكن جميلة في الدول العربية المجاورة مثل مصر والأردن. ومنذ ذلك اليوم قامت العديد من المواقع الصحفية بتناول هذه القضية وتغطيتها صوت وصورة من خلال صحافة الفيديو التي تعتبر من أحدث الأشكال الصحفية التي تقدمها مواقع الصحف وتنافس بها الصحافة التلفزيونية.

ولقد برزت صحافة الفيديو في مواقع الصحف على الانترنت في السنوات الأخيرة، وتزايدت جماهيريتها لما تتمتع به بقدر كبير من التفاعلية والفورية.⁴ ولقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدر هائل لكل الأخبار المحلية والعالمية لدى المستخدمين، فهي تقدم للمستخدم سهولة كبيرة في التواصل والتغطية الفورية للأخبار. ولقد ظهرت هذه الظاهرة لسببين الأول أنه بدأت منصات التواصل الاجتماعي من جعل نفسها مكان يمكن للجمهور من خلال مشاهدة المحتوى الإعلامي بما في ذلك الأخبار وأيضاً مكان للتواصل الاجتماعي. وثانياً بدأت المؤسسات الإعلامية الإخبارية في النظر الى هذه المنصات على انها فرصة جديدة للوصول الى جماهير أكبر ودعم استقلال اقتصاديات هذه المؤسسات، وأصبح موقع الفيسبوك على الأخص منصة مركزية نظراً لحجم قاعدة مستخدميها وأصبح الصحفيون يعتمدون عليه لتوجيه حركة المرور traffic من منصات التواصل الاجتماعي الى مواقعهم الصحفية.⁵

ومن خلال هذه التفاعلية تظهر اتجاهات القراء للقضايا التي تقدمها صحافة الفيديو من خلال تعليقاتهم ونشرهم للفيديو ومن اعجابهم به. ومن هنا ظهر الإحساس بالمشكلة في الإجابة عن تساؤل رئيسي وهو يركز على: كيفية معالجة صفحات مواقع الصحف الأجنبية على الفيسبوك لقضية تهجير الفلسطينيين من خلال صحافة الفيديو المقدمة بها؟ هذا من جانب وماهية اتجاهات تعليقات القراء عليها؟ من جانب آخر.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت تحليل صحافة الفيديو بمواقع الصحف

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت اتجاهات القراء نحو صحافة الفيديو

المحور الأول: الدراسات التي تناولت تحليل صحافة الفيديو بمواقع الصحف

هدفت دراسة ادروجان⁶ (Erdogan,2024) الى رصد إمكانيات تقنية 360 في صحافة الفيديو وتواجدها في أدبيات الدراسات الجنبية، وتوصلت الدراسة الى التأكيد على دور هذه صحافة الفيديو في اشراك الجمهور في القصة الإخبارية بشكل لم يحدث من قبل من خلال وسائل التفاعل وخاصة التعليقات. وسعت دراسة (مها محمد، 2024)⁷ الى الكشف عن أبرز مجالات وتقنيات مقالة الفيديو، وتوصلت الدراسة الى اهتمام 11 موقع بمقالات الفيديو ومدته تتراوح ما بين 10 الى 40 دقيقة. كما قامت دراسة لاير (Iyer,2023)⁸ بتحليل مقاطع الفيديو المقدمة بتقنية 360 درجة التي تناولت أخبار كوفيد في مواقع الصحف الأجنبية ومنها نيو يورك تايمز، وتوصلت الدراسة الى نجاح تقنية 360 في تسليط الضوء على القضية بشكل كبير وخاصة في التفاصيل الدقيقة للموضوعات محل الدراسة. كما هدفت دراسة (حور سامح، 2023)⁹ الى رصد دور الفيديو التفاعلي للمواقع الإخبارية: اليوم السابع وواشنطن بوست، وتوصلت الى تفوق موقع واشنطن بوست في البث الحي وإتاحة خاصية البث المباشر وإتاحة المحتوى بلغات مختلفة. وسعت دراسة (أحمد إبراهيم، 2023)¹⁰ الى رصد الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو لمؤتمر الأمم المتحدة للمناخ بمصر من خلال موقع اليوم السابع وأخبار اليوم والوفد، وتوصلت الدراسة الى تصدر موقع اليوم السابع من حيث عدد المقاطع ليتصدر أكثر المواقع انتاج لمقاطع الفيديو. وكشفت دراسة (أحمد إبراهيم، 2022)¹¹ عن الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية في مصر، وتوصلت الدراسة الى ضعف جودة مقاطع الفيديو وان أغلب العينة مصدرها شهود العيان. كما هدفت دراسة (أحمد محمد، 2020)¹² الى رصد أكثر المواقع الصحفية المصرية انتاجا في صحافة الفيديو، وتوصلت الدراسة الى انه جاء فيديو اليوم السابع في المرتبة الأولى من حيث حجم الإنتاج وذلك لأنها تمتلك موقعا متخصصا في صحافة الفيديو. وسعت دراسة (إبراهيم علي، 2021)¹³ الى التعرف على سيميائية الصورة الصحفية للعدوان الإسرائيلي على غزة في المواقع الإخبارية للصحف العربية والأجنبية، وتوصلت الدراسة الى جاء الموقع السعودي في مقدمة المواقع التي نشرت الصورة الصحفية، أظهرت مواقع الدراسة وحشية الهجوم الإسرائيلي على قطاع غزة. وهدفت دراسة كندا¹⁴ (Caneda,2020) الى تحليل صحافة الفيديو المقدمة في سبع مواقع صحفية أوروبية، وتوصلت الى ضعف المواقع في الاعتماد على مقاطع الفيديو التفاعلية مثل تقنية

360 درجة. وهدفت دراسة أيتامورتو¹⁵ (Aitamurto,2019) الى التعرف على دور تقنية 360 الحديثة في صحافة الفيديو في مواقع الصحف الأوروبية، وتوصلت الدراسة الى انها تعتبر تمثيل أكثر دقة للأحداث لأنها تعبر عنه بكل الزوايا. وسعت دراسة كامبوس (Campos, 2018)¹⁶ الى التعرف على دور البث المباشر في صفحات التواصل الاجتماعي لمواقع الصحف الرقمية، وتوصلت الدراسة الى انه يوفر للمذيعين الحصول على تعليقات فورية وعدد المستخدمين وتلقى الرسائل التعبيرية والرمزية حول القضايا المختلفة. وتناولت دراسة (أيمن محمد وإيمان محمود، 2017)¹⁷ الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية، وتوصلت الدراسة الى ان أغلب التغطية اعتمدت على التصريحات والبيانات واثارة المشاعر والعواطف.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت اتجاهات القراء بصحافة الفيديو

هدفت دراسة (سالي أسامة، 2025)¹⁸ الى التعرف على أنماط اتجاهات المشاعر لمستخدمي صحافة الفيديو العالمية (البريطانية والأمريكية) تجاه المرأة السعودية من خلال تحليل التعليقات على صحافة الفيديو. وتوصلت الدراسة الى جاءت الاتجاهات الإيجابية بأعلى نسبة في عينة التعليقات، وزادت نسبة التعليقات في مواقع الصحف البريطانية أكثر من الأمريكية. سعت دراسة بوجيك وآخرون (Bujic and others,2025)¹⁹ الى التعرف على تأثير الفيديو الذي بتقنية 360 على مشاعر الجمهور ووعيه بالقضية، وتوصلت الدراسة الى ان كلما زادت التكنولوجيا وتقديم الفيديو مع النص بدرجة 360 كلما كان له تأثير على مشاعر المستخدمين أكثر، وسعت دراسة (ماري منصور، 2023)²⁰ الى التعرف على كيفية استخدام اليوم السابع والمصري اليوم لصحافة الفيديو في تقديم محتوى خدمي، وتوصلت الدراسة الى غلبة البث المباشر، والاعتماد على التقارير الإخبارية. كما سعت دراسة (نسمة سليمان، 2022)²¹ الى التعرف على سمات خطاب تعليقات قراء صحافة الفيديو إزاء أزمة سد النهضة الأثيوبي، وتوصلت الدراسة الى تنوع الموضوعات المقدمة في خطاب تعليقات العينة وتصدر الرئيس السيسي القوى الفاعلة في العينة، سعت دراسة (محمود محمد وآخرون، 2021)²² الى التعرف على أشكال تفاعل المبعوثين مع قضية انخفاض سعر الجنيه بصحافة الفيديو في مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة الى تفضيل العينة التفاعل بالتعليق، وانه يوجد فروق دالة احصائيا بين تفاعلهم واتجاهاتهم نحو القضية. وهدفت دراسة هندريك وآخرون²³ (Hendriks and others,2019) الى تحليل مقاطع الفيديو الإخبارية بخاصية 360 درجة، والتعرف على تأثيرها على الجمهور من خلال دراسة تجريبية، وتوصلت الدراسة الى ان فيديوهات ال 360 درجة حصلت على أكبر نسبة من المشاهدة وتعليقات وقدر كبير من المصادقية والجاذبية من قبل العينة، وساعدت على مزيد من فهم ومعرفة القضايا بشكل أكبر لدى العينة. وهدفت دراسة دام وآخرون (Damme and others, 2019)²⁴ الى التعرف على تأثير مقاطع الفيديو التي تتناول الأخبار الخارجية وخاصة التي تتعلق بسوريا على فهم ووعي واستمتاع الجمهور المستخدم لهذه الفيديوهات، وتوصلت الدراسة الى ان بالفعل الفيديوهات التي تستخدم تقنية

360 درجة تؤثر بشكل أكبر على الاستمتاع والإحساس بالتواجد في مكان الحدث وزيادة عدد التعليقات على هذه الأخبار.

التعليق على الدراسات السابقة:

- يلاحظ أن من حيث الموضوعات ركزت عدد من الدراسات على تحليل مقاطع الفيديو ذات تقنية 360 درجة مثل دراسة **Erdogan,2024**، **Damme (Iyer,2023)** **Aitamurto,2019** ، **Hendriks and others,2019**، **and others, 2019** ومن الواضح أنها كلها من الدراسات الأجنبية ولم تسعى أي دراسة عربية من تناول هذا الهدف. ونجد أيضا مجموعة من الدراسات التي سعت الى تحليل مقاطع الفيديو من حيث الأطر والسينمائية مثل دراسة **إبراهيم على، 2021**، **أحمد إبراهيم، 2023**، **أحمد إبراهيم، 2022** وهي كلها من الدراسات العربية. وتتوعد الموضوعات أيضا ما بين تناولت مقاطع فيديو للكوفيد والإرهاب وأخبار سوريا والعدوان الإسرائيلي مثل دراسة **إبراهيم على، 2021**، **Damme and others, 2019**، **أيمن محمد وإيمان محمود، 2017**، **Iyer,2023**. وتناولت العديد من الدراسات علاقة اتجاهات الجمهور بمقاطع الفيديو مثل دراسة **Damme and others, 2019** ودراسات ركزت على تحليل تفاعلية الجمهور مع مقاطع الفيديو مثل **نسمة سليمان، 2022**، **محمود محمد وآخرون، 2021**. وركزت بعض الدراسات على علاقة مقاطع الفيديو بمشاعر الجمهور مثل دراسة **سالي أسامة، 2025**، **Bujic and others,2025**. ونجد عدد قليل من الدراسات التي تناولت تحليل مقاطع الفيديو مع تحليل تفاعل الجمهور مع هذه المقاطع مثل دراسة **ماري منصور، 2023**، **Hendriks and others,2019**.
- من حيث الإطار النظري فقد ركزت العديد من الدراسات على نظرية ثراء الوسيلة مثل وليس على سبيل الحصر دراسة **Erdogan,2024**، **ومها محمد، 2024**، - **Caneda,2020**، بينما نجد دراسات تناولت نظرية أطر الصورة مثل دراسة **أحمد إبراهيم، 2023**، **أحمد إبراهيم، 2022**.
- من حيث نوع الدراسة أغلب الدراسات كانت من النوع الوصفي، وظهرت ابعض الدراسات التجريبية مثل دراسة، **Bujic and others,2019**، **others,2025**. ومن حيث منهج الدراسة اعتمدت أغلب الدراسات على منهج المسح، واستعاننت بعض الدراسات على أسلوب المقارنة مثل دراسة **مها محمد، 2024**، **Iyer,2023**، **حور سامح، 2023**، **أحمد محمد، 2020**، **أحمد إبراهيم، 2023**، وذلك لدراسة المقارنة بن المواقع الصحفية في تقديمها لصحافة الفيديو.
- من حيث أدوات الدراسة فقد اعتمدت أغلب الدراسات على أداة تحليل المضمون و الاستبيان بنما استعاننت دراسة واحدة وفقا لحدود البحث على أداة التحليل السيميائي وهي دراسة **إبراهيم على، 2021**.
- من حيث النتائج توصلت أغلب الدراسات على دور مقاطع الفيديو المؤثر على الجمهور من حيث توصيل المعرفة أو التأثير على المشاعر والاتجاهات مثل دراسة

(Aitamurto,2019، Iyer,2023، Erdogan,2024). وفي الدراسات التي تناولت المواقع العربية نجد أن نسبة كبيرة من الدراسات أكدت على تفوق موقع اليوم السابع من حيث كم وجودة انتاج صحافة الفيديو مثل دراسة حور سامح، 2023، أحمد إبراهيم، 2023، أحمد محمد، 2020، أيمن محمد وإيمان محمود، 2017.

الإضافة التي ستضيفها الدراسة الحالية واختلافها عن الدراسات السابقة:

انها تسعى الى استكمال مسيرة الدراسات التي سعت الى تحليل مقاطع الفيديو وتعليقات القراء، وتناولت الدراسة الحالية موضوع قضية تهجير الفلسطينيين في مواقع الصحف والذي يعتبر محور جديد في الدراسات للربط بين قضية التهجير ووسائل الاعلام.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة: في بلورة المشكلة البحثية وأهميتها وأهدافها، وتساولاتها، والتعرف على المناهج والأدوات البحثية المختلفة التي يتم الاعتماد عليها، واختيار الأداة المناسبة وتوظيفها في الدراسة. وساعدت على تحديد الفجوة البحثية بعد استعراض التراث العلمي في الربط بين نظرية ثراء الوسيلة وصحافة الفيديو وتحليل اتجاهات القراء في مواقع الصحف الأجنبية.

مشكلة الدراسة:

تعد صحافة الفيديو من أهم أشكال الصحافة الإلكترونية في العصر الحديث لأنها قادرة على توظيف العنصر المكتوب والمرئي والمسموع والحركي في آن واحد، مما يساعد المواقع الصحفية على التغطية الفورية للأحداث ومنافسة الوسائل الاعلام المرئية والمسموعة، وقد أصبحت تعليقات الجمهور على هذا النوع من الصحافة من أكثر العناصر التفاعلية التي تجذب انتباه القراء للمحتوى المقدم، حيث يهتم الجمهور بالتعرف على ردود أفعال القراء الآخرين حول القضية المثارة، وقد أثارت في الآونة الأخيرة قضية تهجير الفلسطينيين الكثير من التفاعلية على مواقع الصحف وأدت الى زيادة كم صحافة الفيديو المقدم عنها، ولذا تحددت مشكلة الدراسة في السعي الى الإجابة عن تساؤل رئيسي وهو ماهية معالجة صحافة الفيديو لقضية تهجير الفلسطينيين في عينة من صفحات مواقع الصحف الأجنبية على موقع الفيسبوك و اتجاهات تعليقات القراء نحو هذه المعالجة .

أهمية الدراسة:

بالنسبة للأهمية العلمية:

- أهمية الموضوع نفسه متمثلا في قضية تهجير الفلسطينيين من وطنهم. وندرة الدراسات التي تناولته في مواقع الصحف.
- تعتبر صحافة الفيديو من أنواع الصحافة المستحدثة والتي لاقت رواجاً في السنوات الماضية.
- قلة الدراسات التي سعت الى مقارنة اتجاهات معالجة صحافة الفيديو باتجاهات تعليقات القراء.

بالنسبة للأهمية العملية:

- رصد اتجاهات قراء المواقع الأجنبية نحو قضية تهجير الفلسطينيين مما يوضح جزء من الرأي العام العالمي نحو هذه القضية.
- رصد أوجه التميز بصحافة الفيديو بمواقع الصحف الأجنبية والتي قد تساعد القائمين على صحافة الفيديو بمواقع الصحف العربية بالعمل على تطوير المحتوى.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة الحالية إلى:

- التحليل الموضوعي لصحافة الفيديو التي تناولت قضية تهجير الفلسطينيين بمواقع عينة الدراسة.
- المقارنة بين الموضوعات التي تناولتها صحافة الفيديو بمواقع العينة وبين الموضوعات التي ظهرت في تعليقات القراء بقضية تهجير الفلسطينيين.
- رصد أكثر الموضوعات والمواقع التي قام القراء بالتعليق عليها بمواقع العينة.
- رصد اتجاهات صحافة الفيديو المقدمة حول قضية التهجير ومقارنتها باتجاهات القراء نحوها.
- التعرف على أكثر الشخصيات الفاعلة التي ظهرت بصحافة الفيديو ومقارنتها مع الشخصيات الفاعلة بتعليقات القراء.
- الوقوف على مصادر ملفات الفيديو في مواقع الصحف محل الدراسة.
- رصد مستوى جودة الإنتاج الفني لصحافة الفيديو بمواقع عينة الدراسة.
- تحديد عناصر الثراء بمواقع الصحف عينة الدراسة.
- رصد اتجاهات تعليقات قراء والقوى الفاعلة الأكثر ظهوراً بها على فيديوهات تهجير الفلسطينيين بمواقع عينة الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

أولاً: تساؤلات خاصة بتحليل صحافة الفيديو بمواقع عينة الدراسة

- 1- ما أكثر موقع من مواقع العينة التي قدمت صحافة الفيديو في تغطيتها لقضية تهجير الفلسطينيين؟
- 2- نوع مقاطع الفيديو المقدمة في مواقع عينة الدراسة؟
- 3- ما الموضوعات التي تناولتها صحافة الفيديو بمواقع الصحف عينة الدراسة؟
- 4- ما القوالب الصحفية المصاحبة لصحافة الفيديو في مواقع الصحف عينة الدراسة؟
- 5- ما أساليب الاقتناع التي استخدمتها مواقع الصحف عينة الدراسة بصحافة الفيديو المقدمة بها؟

- 6- ما اتجاه معالجة صحافة الفيديو في مواقع عينة الدراسة لقضية تهجير الفلسطينيين؟
 - 7- ما القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها صحافة الفيديو بمواقع الدراسة في تناولها لقضية تهجير الفلسطينيين؟
 - 8- ما الاعتبارات السردية التي ظهرت بها مقاطع الفيديو في مواقع عينة الدراسة؟
 - 9- ما مصادر مقاطع الفيديو المتعلقة بقضية تهجير الفلسطينيين في مواقع عينة الدراسة؟
 - 10- ما المساحة الزمنية لصحافة الفيديو التي تناولت قضية تهجير الفلسطينيين في مواقع عينة الدراسة؟
 - 11- ما موقع نشر صحافة الفيديو بمواقع عينة الدراسة التي تناولت قضية تهجير الفلسطينيين؟
 - 12- ما مستوى جودة التصوير والاخراج والاضاءة في صحافة الفيديو المقدمة بمواقع العينة؟
 - 13- ما أكثر مواقع عينة الدراسة التي حظيت بأكثر عدد من تعليقات القراء حول مقاطع الفيديو محل الدراسة؟
 - 14- ما أكثر موضوعات صحافة الفيديو التي حظيت بأكثر عدد من التعليقات من القراء بمواقع عينة الدراسة؟
- ثانيا: تساؤلات خاصة بتحليل تعليقات القراء على صحافة الفيديو بمواقع عينة الدراسة:**
- 15- ما اتجاهات تعليقات القراء نحو قضية تهجير الفلسطينيين بصحافة الفيديو بمواقع عينة الدراسة؟
 - 16- ما أكثر القوى الفاعلة التي ظهرت في تعليقات القراء على صحافة الفيديو بمواقع الصحف عينة الدراسة؟

ثالثا: تساؤلات خاصة بمدى ثراء المواقع عينة الدراسة:

- 17- ما مدى توافر الترجمة بصحافة الفيديو بمواقع عينة الدراسة؟

الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة: تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وذلك من خلال وصف للمسح الشامل والتحليل الموضوعي والفني لمقاطع الفيديو التي تتعلق بقضية تهجير الفلسطينيين بمواقع الصحف بعينة الدراسة، وأيضا وصف وتحليل نوع واتجاهات تعليقات القراء نحو القضية في صحافة الفيديو محل الدراسة.

منهج الدراسة:

- تعتمد هذه الدراسة على **منهج التحليل المرئي**، حيث تقوم الباحثة في هذه الدراسة بإجراء المسح الإعلامي لمقاطع الفيديو التي تناولت قضية تهجير الفلسطينيين بمواقع

عينة الدراسة هذا من جانب، بالإضافة الى منهج التحليل السردي لاتجاهات تعليقات القراء على المواد المنشورة في صحافة الفيديو التي تتعلق بهذه القضية بمواقع العينة.

● المنهج المقارن:

- وذلك للمقارنة بين مواقع الصحف الأجنبية من حيث اتجاهاتها ومعالجتها لقضية تهجير الفلسطينيين من خلال صحافة الفيديو المقدمة بها.
- مقارنة التفاعلية من قبل المستخدمين المصاحبة لمقاطع الفيديو بين المواقع عينة الدراسة.
- مقارنة اتجاهات مقاطع الفيديو باتجاهات تعليقات القراء بمواقع عينة الدراسة.

أدوات الدراسة: تمثلت في أداة تحليل المضمون والتي تم اعدادها بشكل منهجي كي تستخدم في تحليل معالجة قضية تهجير الفلسطينيين التي تعكسها صحافة الفيديو بمواقع الصحف الأجنبية محل الدراسة. وأيضا لتحليل اتجاهات تعليقات القراء على مقاطع الفيديو التي قدمتها محل الدراسة.

مجتمع الدراسة: تتمثل في كل المواقع الصحفية الأجنبية التي تقدم: صحافة الفيديو وتناقش قضية تهجير الفلسطينيين وتتيح التعليقات للقراء.

عينة الدراسة:

- تتمثل في عينة عمدية من صفحات مواقع الصحف الأجنبية على الفيسبوك والتي تتناول قضية تهجير الفلسطينيين **متمثلة في 111** وتنقسم الى: 45 فيديو من صفحة موقع **واشنطن بوست The Washington Post** ممثلا عن الولايات المتحدة الأمريكية و34 فيديو بصفحة موقع **انديبننت The Independent** ممثلا عن إنجلترا، و32 فيديو بصفحة موقع **لوموند Le Monde** ممثلا لفرنسا.

- **وتم اخذ عينة التعليقات** العمدية المتاحة على صحافة الفيديو التي تم تحليلها بمواقع عينة الدراسة، وقدمت صفحات العينة ثلاث اختيارات لعرض التعليقات: عرض كل التعليقات أو أحدث التعليقات أو أكثر التعليقات صلة بالموضوع، وقامت الباحثة باختيار خاصية أكثر التعليقات ذات الصلة بالموضوع **Most relevant** وتم تطبيق هذا الاختيار صفحات الموقع عينة الدراسة. وتمثلت إجمالي التعليقات في صفحة موقع واشنطن بوست 23307 تعليق وفي صفحة موقع انديبننت 13955 تعليق وفي صفحة موقع لوموند 17695 تعليق بإجمالي 54957 تعليق في العينة.

العينة الزمنية للدراسة:

تمثلت العينة الزمنية في الفترة من 4 فبراير 2025 وحتى 4 مارس 2025 منذ اعلان الرئيس ترامب لطلبه تهجير الفلسطينيين في المؤتمر الصحفي الذي قام به مع نتنياهو رئيس الوزراء الإسرائيلي وحتى يوم القمة العربية الطارئة، وذلك في فترة الهدنة المؤقتة وقبل قصف إسرائيل لغزة مرة أخرى للتعرف على تأثير هذه القضية فقط على

اتجاهات القراء. واعتمدت الباحثة على أسلوب الحصر الشامل لجميع ملفات الفيديو التي اعتمدت عليها مواقع عينة الدراسة في تناولها لقضية تهجير الفلسطينيين،

مبررات اختيار صفحات المواقع محل الدراسة في العينة:

- انها أكثر المواقع التي تناولت قضية تهجير الفلسطينيين بصحافة الفيديو المقدمة بها خلال فترة التحليل.
- لما كانت الأحداث في قضية تهجير الفلسطينيين تشهد أحداث متلاحقة يوميا فكان لابد من اختيار مواقع لصحف يومية لتقوم بتغطية كل جديد حول القضية.
- وتم اختيار صفحات الفيسبوك لهذه المواقع حيث العديد من الدراسات أن أكثر المواقع التي يتعرض لها المستخدمين لصحافة الفيديو هي عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.²⁵ وأيضا تم اختيار صفحات الفيسبوك لمواقع العينة نظرا لقلّة التفاعلية بمواقع الصحف الالكترونية محل الدراسة، والتي قد يصل بها الأمر ألا تسمح بالتفاعلية على الإطلاق على صحافة الفيديو المقدمة بها. وأيضا لان من سياسة الفيسبوك حرية التعليق أكثر من مواقع الصحف وبالتالي يمكن ذلك الباحثة من التعرف على الاتجاهات الحرة والكاملة لقراء هذه الصفحات حول القضية محل الدراسة.
- روعي عند تحديد العينة أن تكون متباينة من حيث مكان صدور لتمثل الدول الأوروبية والأمريكية مما يظهر اتجاهاتها وسياساتها المختلفة، وتنوعت من حيث الثقافة واللغة والذي يتعكس على تنوع تعليقات القراء واتجاهاتهم.
- انها تعتبر من أكثر الصحف متابعة في دولها وبالتالي يظهر ذلك من خلال نسب التعليقات والتفاعلية على مقاطع الفيديو مما يساعد على التعرف على اتجاهات القراء نحو هذه القضية.
- تعتبر العينة الزمنية للدراسة الفترة ذات زخم في الأحداث وحداثته من حيث ردود الأفعال حول قضية تهجير الفلسطينيين على كافة الأصعدة.

مبررات تطبيق اختيار التعليقات ذات الصلة: Most relevant:

- تقدم أهم التعليقات التي تتصل بالموضوع، وبالتالي بهذه الخاصية تقوم الصفحة بحذف التعليقات البعيدة عن الموضوع والتي قد تمثل دردشة في موضوعات جانبية بين القراء، ومما يظهر دور حارس البوابة في تقديم التعليقات.
- بما يتناسب مع حدود الدراسة للباحثة في تحليل هذا الكم من التعليقات التي تخطت الثلاثون ألف في صفحات الثلاث مواقع محل الدراسة.

وحدة التحليل: تنقسم الى:

- تم استخدام وحدة المفردة حيث تم اعتبار مقطع فيديو الذي يتناول قضية تهجير الفلسطينيين هي وحدة التحليل في صحافة الفيديو.

- وحدة المفردة باعتبار تعليق القارئ هو وحدة التحليل في تعليقات القراء على صحافة الفيديو التي تتناول قضية تهجير الفلسطينيين في مواقع عينة الدراسة.

نظرية ثراء الوسيلة Media Richness Theory : بدأت نظرية ثراء الوسيلة في منتصف الثمانينيات من قبل الباحثين في مجال أبحاث الإدارة والتسويق والمنظمات دافت ولينجل Daft and Lengel، وأصبحت شائعة جدا مع انتشار وسائل الاتصال الالكترونية مثل البريد الإلكتروني في التسعينات. وتقتصر النظرية الاستخدام الفعال لقناة الاتصال الوسيط من خلال تطبيق ثراء الوسيط وغموض المهمة. واهتما دافت ولينجل بأهمية الحد من الغموض في المعاملات الناجحة في المنظمات، والتي يمكن تقليلها بزيادة كم المعلومات المتوفرة والمقدمة للجمهور، وأيضا من خلال جودة هذه المعلومات أو ثراءها. وبالتالي تتحدد نظرية ثراء الوسيلة بناء على توافر: ردود أفعال فورية، وإشارات ووسائط متعددة، وتنوع اللغة والتركيز الشخصي.²⁶ وهذا ما سيتم تطبيقه في هذه الدراسة من خلال رصد مدى سماح مواقع عينة الدراسة بردود الأفعال الفورية وتحليل مقاطع الفيديو من الجانب الموضوعي والفني وأيضا مدى توافر الترجمة لمحتوى كل موقع مما يسمح بتنوع اللغة

ولقد حدد دافت ولينجل مقياسا من أربعة عناصر لقياس مستوى ثراء الوسيلة حيث يتم قياسها من خلال: رجع الصدى الفوري - استخدامها لمجموعة من الوسائل السمعية والبصرية وشخصية ولغة الجسد والتنوع في نبرة الصوت - استخدام لغة أو أداة اتصال أكثر شيوعا- شخصية المصدر.²⁷ (وهذا ما سيتم تطبيقه في الدراسة الحالية بالإضافة الى النقاط السابقة: رصد مصدر الفيديو وسرديات صحافة الفيديو المقدمة) ويعتبر الافتراض الرئيسي للنظرية ان عملية الاتصال تتم بأكثر فاعلية كلما كانت هناك توافق مناسب بين مميزات الوسيلة الاتصالية ومتطلبات المعلومات التي يريد الفرد الوصول اليها. وبالتالي لا بد أن تكون الوسيلة الإعلامية مرنة ويمكن الوصول اليها بسهولة. وتحتوي مواقع الوسائل الإعلامية على العديد من هذه القدرات. ولذا فان نظرية ثراء الوسيلة تركز على مدى قدرة الوسيلة في نقل المعلومات من خلال الوسائط متعددة وقدر كبير من التفاعل الشخصي للأفراد. وقام Lan and Sai في عام 2010 بتطوير نظرية ثراء الوسيلة لتشمل أربعة معايير لثراء الوسيلة وهي: حسن التوقيت وهي ان الوسيلة حساسة للوقت وتسمح بردود فعل فورية - ثراء المحتوى ويعنى وهي أن المحتوى يضم النص والصوت والصورة والرسومات والفيديو- دقة المحتوى وهي أنه يمكن التعبير عن الرسالة بشكل سهل وصريح وواضح - تناسق المحتوى يعنى انه يمكن تغيير الرسالة وتطويعها.²⁸

وكلما زاد ثراء الوسيلة كلما كانت مساهمتها في التأثير على الجمهور بشكل أكبر، وهذا ما نجده بشكل متزايد في مواقع وسائل الاعلام الإلكترونية التي تعتمد على تقديم شتى أشكال الوسائط المتعددة وتهتم بالحصول على الرجع الصدى الفوري لهذه المضامين الثرية المقدمة من خلال التفاعلية المتاحة من قبل هذه المواقع الصحفية.²⁹ وهذا ما تسعى الدراسة الحالية من دراسته وهو تحليل تعليقات الجمهور التي تمثل التفاعلية ورجع الصدى الفوري لصحافة الفيديو المقدمة بمواقع عينة الدراسة.

وتتوافر معايير ثراء الوسيلة في صحافة الفيديو من خلال احتوائها النقاط التالية:

- تمكن المستخدمين من سرعة رد الفعل بعدة طرق من خلال: تقديم الاعجاب والتعليقات وفقا للمحتوى المقدم. وفي هذه العملية يدرك المشاهدون التفاعل بينهم وبين المذيع أو يتفاعلون مع المشاهدين الآخرين من خلال نافذة الدردشة. (وهذا ما سيتم تحليله في تعليقات القراء في كل موضوعات مواقع عينة الدراسة)
- وتسمح صحافة الفيديو باستخدام الإشارات المتنوعة من: الوجود المادي والانعطف الصوتي والإيماءات الجسدية والكلمات والأرقام والرموز المرسومة. وتظهر الإشارات المتنوعة من خلال لغة الجسد المذيع ونبرة صوته. وتوفر المؤثرات الصوتية والموسيقى وتوفير المعلومات والبيانات بأشكال مختلفة. (وهذا ما سيتم تطبيقه في الدراسة الحالية من خلال التحليل الفني لصحافة الفيديو المقدمة بمواقع عينة الدراسة)
- تشير الى التركيز الشخصي من خلال نقل العواطف والمشاعر. وتسمح صحافة الفيديو بتبادل الرسائل النصية وفقا لاهتمامات المستخدمين تقدم صحافة الفيديو المعلومات المفيدة وفي توقيتها المناسب وذات الصلة للمستخدمين. (وهذا ما سيتم تطبيقه في الدراسة الحالية من خلال رصد سرديات مقاطع الفيديو ومصدرها ونوع مقطع الفيديو).³⁰
- وتعتبر من المعايير التي ركزت عليها الدراسات في جانب ثراء الوسيلة مدى إمكانية تقديمها للترجمة المصاحبة لمقاطع الفيديو subtitles التي اثبتت اهتمام الجمهور المستخدم للمواقع التي تقدم الترجمة المصاحبة للفيديو وأثرت على سلوكهم وتفاعلهم مع الفيديو بشكل أكبر.³¹ (وهذا ما سيتم تحليله في الدراسة الحالية من خلال رصد مدى مصاحبة الترجمة بمواقع عينة الدراسة لصحافة الفيديو محل الدراسة)

صحافة الفيديو:

أصبح الفيديو مكون رئيسيا لمواقع الصحف المتعددة الوسائط، وغالبا ما يكون العمل مع الفيديو مهارة جديدة للصحفي الذي اعتاد فقط الصحافة التي تعتمد على النص والصورة الفوتوغرافية الثابتة فقط. ولقد لجأت المؤسسات الصحفية لتقديم الفيديوهات لتعويض الخسائر التي نتجت من قلة القراءة، وبالتالي من قلة الإعلانات الداعمة لاقتصاديات الصحيفة، وأيضا لأنها أحست أن مواقع الانترنت وقنوات التلفزيون قد سحبت البساط من تحت الصحف المطبوعة، ولذا فقد لجأت بعض من المؤسسات الإعلامية الصحفية بتخصيص موقع صحفي على الانترنت يعتمد على صحافة الفيديو.³²

وتعتبر صحافة الفيديو من التحولات الجديدة في الألفية الثالثة والذي تبعه صعود التقارير والقصص الصحفية عبر مقاطع الفيديو بكل أشكالها حيث تسعى الى نقل المستخدمين الى قلب الحدث من خلال تجربة الشخص الواحد (مصور الفيديو).³³

ويعتبر دافع ظهور صحافة الفيديو هو دافع اقتصادي (نظرا لقلة تكلفة انتاجها مقارنة بصحافة التلفزيون) ودافع تكنولوجي (لما توفره صحافة الفيديو من استخدام لكافة الوسائط

المتعددة من صوت وصورة وحركة ومؤثرات صوتية ومرئية).³⁴ و أيضا توفر نشرات الفيديو الإخبارية فاعلية كبيرة بمواقع الصحف من خلال النشر السريع للأخبار ومن خلال توظيف الوسائط المتعددة.³⁵ ولقد تزايدت ثقة الجمهور في صحافة الفيديو بشكل كبير لأنها تقدم الموضوعات من خلال الصوت والصورة مما يزيد من مصداقيتها.³⁶ وتؤثر صحافة الفيديو بشكل كبير على مدى تذكر الجمهور المستهدف بالمضمون الإخباري المقدم في مقاطع الفيديو.³⁷ وأيضاً أنها توفر الإعلانات المرفقة بمقاطع الفيديو عبر الإنترنت، التي تعتبر أحد المصادر المحتملة القليلة لنمو إيرادات لصناعة الصحافة، وأزادت من وظائف الصحافة الرقمية خلال الفترة الماضية وهي تعتبر نقطة مضيئة في مناخ الصحافة. وتمثل صحافة الفيديو عددا من التحديات التقنية والتنظيمية والإبداعية، حيث تقوم الصحف بتوظيف صحفي الفيديو وشراء المعدات، وإعادة تدريب الموظفين، وبعضهم لم يحمل كاميرا من قبل، ولا أنتج قصة فيديو من قبل. ويتطلب الفيديو الانتباه إلى الأسلوب السري أيضاً، حيث يتم إنتاج قصة الفيديو وتأليفها وكتابتها بشكل مختلف تماماً عن القصة النصية. وأصبحت الخيارات السردية لا تعد ولا تحصى: يمكن للصحفيين الظهور أو الاختفاء، وقد تتضمن القصة رسومات تفاعلية ورسوم متحركة ومزيجاً من الصور الثابتة والصور المتحركة.³⁸ (سيتم تطبيق هذه الاعتبارات السردية في هذه الدراسة الحالية بمواقع عينة الدراسة)

تسمى صحافة الفيديو صحافة فريق الرجل الواحد، لأنه يقوم بتحرير والتصوير الفيديو كتابة النص المصاحب للفيديو وإنتاجه وبثه على الموقع الصحفي بشكل فوري من موقع الحدث. أصبح على صحفي الفيديو أن يفكر في الإنتاج: تقنياً ونصياً وتصويراً، وأن يكون محترف في التصوير والإضاءة وتسجيل الصوت.³⁹ ويسمى أيضاً صحفي الفيديو صحفي الوسائط المتعددة، الصحفي المنفرد، بصحفي حقيقية الظهر الذي يقوم بجميع خطوات بمفرده فإنه يقوم بتنفيذ الحوارات وكتابة السكريبت والتصوير وإنتاج الفيديو باستخدام أحدث التقنيات في تصوير الفيديو يقوم ببثه عبر الإنترنت.⁴⁰ (سيتم في الدراسة الحالية الكشف والمقارنة بين مواقع العينة من حيث مستوى الإنتاج الفني لمقاطع الفيديو محل الدراسة والتي تشمل: الإخراج والتصوير والإضاءة)

ومن أحدث أنواع صحافة الفيديو: الفيديوهات الإخبارية 360 درجة وهي متاحة بشكل متزايد للمستخدمين في المواقع الصحفية، وتكرس مواقع الصحف الكبرى مثل نيويورك تايمز وواشنطن بوست وبي بي سي بشكل أكبر من أي وقت مضى الصحفيين والأموال من أجل مضمون الفيديوهات بتقنية 360 درجة، البعض يقوم بذلك على أساس يومي مثل القسم الخاص بموقع نيويورك تايمز على موقعها التي أطلقت عليه The Daily 360، وتقدم البي بي سي BBC، The Guardian بإنتاج صحيفة متخصصة في ذلك عالية الجودة بزوايا 360 درجة. وتعتبر صحافة الفيديو 360 من التقنيات الغامرة المستحدثة في الصحافة والتي جعلت الصحافة قادرة على كثير من المشاكل المتمثلة في انخفاض ثقة الجمهور في الصحافة وقلة عائد الإعلانات، إذ جعلت التكنولوجيا للمستخدم القدرة على الانغماس تماماً في القصة الصحفية فهي تنتج القصة بشكل أكثر قوة من خلال إنشاء علاقة أقوى بين المشاهد والموضوع الذي يمنح للجمهور الإحساس بانهم تم احضارهم إلى أماكن لم يكن

بإمكانهم الذهاب إليها من قبل لولا هذه التكنولوجيا ،مما يؤدي الى مزيد من الفهم والمعرفة بالقضية واستعادة مصداقية الصحافة.⁴¹

وحدة التحليل:

أولا فئات المضمون (ماذا قيل؟)

• وتشمل مجموعة من الفئات على النحو التالي:

- 1- أبرز موضوعات الفيديو: قصف غزة (الترحيل الإجباري) - إصرار أهل غزة على عدم ترك وطنهم- معاناة الفلسطينيين- الافراج عن الرهائن كشرط لعدم تنفيذ خطة ترامب في التهجير- عدم أهلية غزة للحياة - اقتراح ترامب بنقل الفلسطينيين للدول المجاورة- ريفيرا غزة- إعادة اعمار غزة.
- 2- نوع الفيديو: حي – مسجل.
- 3- الاعتبارات السردية لمقاطع الفيديو: ظهر الصحفي أثناء الفيديو- اختفى الصحفي أثناء الفيديو- ظهرت رسوم تفاعلية ورسوم متحركة- ظهر مزيج من الصور الثابتة والصور المتحركة.
- 4- اتجاه معالجة مقاطع الفيديو: مع قضية التهجير- محايد- ضد قضية التهجير.
- 5- أساليب الاقناع التي توافرت: الأساليب المنطقية: تصريحات وبيانات- تسلسل منطقي- أرقام وإحصائيات حقائق – تكرار الرسالة. الأساليب العاطفية: اثارة العاطفة والمشاعر- الرموز والعلامات- تزييف الحقائق- دلالات غيبية.
- 6- القوى الفاعلة في صحافة الفيديو: الرئيس المصري- الإدارة الامريكية- قادة حماس- الرئيس الفلسطيني- الجيش الإسرائيلي- شخصيات دينية- أهالي غزة- وزراء إسرائيل- وزراء فلسطين- الشعب الإسرائيلي- الأمم المتحدة- القادة العرب.
- 7- مصدر الفيديو: قنوات- مصور الموقع- وكالات الأنباء- مواقع التواصل الاجتماعي- أرشيف-مراسل الموقع- غير محددة المصدر.
- 8- اتجاهات تعليقات القراء: مع قضية التهجير- ضد قضية التهجير- محايد.
- 9- القوى الفاعلة الأكثر ظهورا في التعليقات: الرئيس المصري- الإدارة الامريكية- قادة حماس- الرئيس الفلسطيني- الجيش الإسرائيلي- شخصيات دينية- أهالي غزة- وزراء إسرائيل- وزراء فلسطين- الشعب الإسرائيلي- الأمم المتحدة- القادة العرب.

ثانيا: فئات الشكل (كيف قيل؟)

- 1- القوالب الصحفية المصاحبة لمقاطع الفيديو: الخبر- القصة الخبرية- التقرير- التحليل- بدون شكل مصاحب.
- 2- موقع الفيديو في النص: أعلى – ضمن النص- أسفل النص.

3- المدة الزمنية للفيديو: طويل – متوسط- قصير

4- جودة تصوير الفيديو: تصوير احترافي- تصوير غير احترافي.

5- جودة الإخراج: جيدة – مقبولة – غير جيدة.

6- جودة الإضاءة: الإضاءة جيدة- الإضاءة مشوشة.

عناصر الثراء بالمواقع:

- مدى توافر الترجمة مع مقاطع الفيديو محل الدراسة.

التعريفات الإجرائية الخاصة بالدراسة:

- **صحافة الفيديو:** يقصد بها أحد الأشكال الصحفية التي يثوم من خلالها الصحفيون بتصوير وتحرير فيديوهات، أي أن الصحفي هو المعد للفكرة ومنفذها ومصورها والمخرج والمنتج والمونتير.

اختبار الصدق والثبات:

تم حصر الأبعاد الرئيسية للموضوع محل الدراسة وترجمتها الى استمارة تحليل مضمون وتم عرضها على مجموعة من المحكمين الأفاضل¹، وتم مراجعة الاستمارات وإدخال كافة التعديلات والتي تمثلت في حذف وتعديل وإضافة الفئات المتعلقة بتحليل المضمون. وقامت الباحثة باستخدام أسلوب إعادة الاختبار حيث تم إعادة اجراء الاختبار من جانب باحثة أخرى² لمعرفة مدى ثبات معامل التحليل على المستوى الكلى للقياس، وتم اجراء معادلة الثبات Holsti هولستي على نسبة 20% من ملفات الفيديو التي تناولت تهجير الفلسطينيين في مواقع الصحف الأجنبية بواقع 20 فيديو. وباستخراج النسب المئوية للاتفاق وحساب هذه النسبة وجد أنها بلغت نحو 93%، وهي نسبة يمكن الاعتماد عليها كمعامل ثبات.

الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز البيانات وادخالها الى الحاسب الألى ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية واستخدام برنامج SPSS لاستخدام المعالجات الإحصائية الآتية: استخراج التكرارات، والنسب المئوية الخ.

¹ بالترتيب الأبجدي لأسماء الدكاترة المحكمين:

1- اد. دينا فلروق أبوزيد أستاذ الاعلام وعميدة كلية الاعلام بجامعة 6 أكتوبر.

2- اد. رشا القمحاوي أستاذ بكلية الاعلام جامعة عين شمس

3- اد سيد بهنسي أستاذ الاعلام بكلية الاعلام جامعة عين شمس.

4- د عبد العزيز قيلان مدرس الإحصاء بكلية الاعلام جامعة دمشق.

² د مريم عادل – مدرس الصحافة بقسم الصحافة الإخبارية بكلية الاعلام جامعة عين شمس

نتائج الدراسة:

جدول رقم (1) توزيع مقاطع الفيديو في مواقع عينة الدراسة

الموقع	ملفات الفيديو	
	ك	%
موقع واشنطن بوست	45	40.5
موقع اندبندنت	34	30.6
موقع لوموند	32	28.8
الإجمالي	111	100

يوضح الجدول السابق مدى اهتمام كل موقع بتقديم صحافة الفيديو عن قضية تهجير الفلسطينيين حيث تقدم الموقع الأمريكي بنسبة 40.5% على الموقع الإنجليزي والفرنسي في كم التغطية لصحافة الفيديو للقضية محل الدراسة يليه الموقع الإنجليزي بنسبة 31 % تقريبا يليه الموقع الفرنسي بنسبة 29% تقريبا.

جدول رقم (2) نوع مقاطع الفيديو التي استخدمتها مواقع العينة في قضية تهجير الفلسطينيين

الموقع	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
البث المباشر (حي)	30	66.6	52	73.5	21	65.6	76	68.4
التصوير داخل المؤسسة (مسجل)	15	33.3	9	26.4	11	34.3	35	31.5
الإجمالي	45	100	34	100	32	100	111	100

يوضح الجدول السابق نوع مقاطع الفيديو التي استخدمتها عينة الدراسة عند تغطيتها لقضية تهجير الفلسطينيين، اعتمدت الثلاث صفحات الخاصة بمواقع العينة على نوع البث المباشر الحي حيث وذلك على نحو الترتيب التالي: تقدم الموقع الإنجليزي في المرتبة الأولى بنسبة 73.5% يليه اعتمدت عليها صفحة واشنطن بوست بنسبة 67% تقريبا، وأيضا صفحة موقع لوموند اعتمد عليها بنسبة 66% تقريبا، وبالمقارنة بين الثلاث صفحات نجد أن 68% من العينة ركزت على البث المباشر الحي بينما التصوير الداخلي كان متمثل في 31.5%. وتتفق بذلك مع دراسة حور سامح، 2023 التي أكدت على اهتمام واشنطن بوست بالبث الحي في نقلها لصحافة الفيديو. وتتفق أيضا مع دراسة ماري منصور، 2023 التي أكدت على غلبة البث المباشر في صحافة الفيديو بالعينة.

جدول رقم (3) أبرز الموضوعات التي ركزت عليها صحافة الفيديو بمواقع عينة الدراسة

الموقع مضمون الفيديو	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قصف غزة (الترحيل الإجمالي)	5	11.1	1	2.9	5	15.6	11	9.9
إصرار أهل غزة على عدم ترك وطنهم	5	11.1	2	5.8	2	6.2	9	8.1
معاناة الفلسطينيين	2	4.4	1	2.9	1	3.1	4	3.6
الافراج عن الرهائن	5	11.1	11	32.3	8	25	24	21.6
عدم أهلية غزة للحياة	5	11.1	-	-	2	6.2	7	6.3
اقتراح ترامب بنقل الفلسطينيين للدول المجاورة	17	37.7	9	26.4	3	9.3	29	26.1
ريفييرا غزة	3	6.6	7	20.5	7	21.8	17	15.3
إعادة اعمار غزة	3	6.6	3	8.8	4	12.5	10	9
الإجمالي	45	100	34	100	32	100	111	100

يوضح الجدول السابق أبرز الموضوعات التي ركزت عليها صحافة الفيديو بصفحات مواقع عينة الدراسة حول قضية تهجير الفلسطينيين، حيث نجد أن صفحة الموقع الأمريكي ركزت على اقتراح الرئيس ترامب بنقل الفلسطينيين للدول المجاورة بنسبة 38% تقريبا يليه موضوعات: قصف غزة - وإصرار أهل غزة على عدم ترك وطنهم - والافراج عن الرهائن - وعدم أهلية غزة للحياة، كل هذه الموضوعات بنفس نسبة التركيز المتمثلة في 11%. وأما صفحة الموقع الإنجليزي فنجد أهم الموضوعات التي ركز عليها هي عن الافراج عن الرهائن بنسبة 32% يليها اقتراح ترامب بنقل الفلسطينيين للدول المجاورة بنسبة 26% يليها موضوع ريفييرا غزة الذي اقترحه أيضا الرئيس ترامب بنسبة 20.5%. وأما صفحة الموقع الفرنسي فنجدها تركز على ريفييرا غزة في المقام الأول بنسبة 22% تقريبا، يليها قصف غزة بنسبة 16% تقريبا يليها إعادة اعمار غزة بنسبة 12.5%. وبالمقارنة بين الثلاث صفحات نجد أن أكثر الموضوعات التي تناولتها مواقع عينة الدراسة كانت حول اقتراح ترامب بنقل الفلسطينيين للدول المجاورة بنسبة 26% يليها الافراج عن الرهائن بنسبة 21% يليها ريفييرا غزة بنسبة 15%.

جدول رقم (4) القوالب الصحفية المصاحبة لصحافة الفيديو المتعلقة بتهجير الفلسطينيين

الموقع الاشكال الصحفية	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
خبر	8	17.7	10	29.4	6	18.7	24	21.6
قصة إخبارية	12	26.6	8	23.5	8	25	28	25.2
تقرير إخباري	22	48.8	61	47	14	43.7	52	46.8
تحليل	1	2.2	-	-	1	3.1	2	1.8
بدون شكل مصاحب	2	4.4	-	-	3	9.3	5	4.5
الإجمالي	45	100	34	100	32	100	111	100

يوضح الجدول السابق القوالب الصحفية المصاحبة لصحافة الفيديو بصفحات مواقع عينة الدراسة، حيث نجد غلبة التقرير الإخباري في الموقع الأمريكي بنسبة 49% تقريبا يليه القصة الخبرية، وأيضا نجد الموقع الإنجليزي ولكن نجده في المقام الثاني اهتم بالقالب الإخباري بنسبة 29%، وتشابه بذلك مع الموقع الفرنسي فنجد أيضا ركز على التقرير الإخباري بنسبة 44% يليه الخبر بنسبة 22%. ولذا نجد بالمقارنة بين الثلاث صفحات انها ركزت على شكل التقرير الإخباري كقالب مصاحب لصحافة الفيديو وذلك بنسبة 47% تقريبا. وتتفق بذلك مع دراسة ماري منصور، 2023 التي أكدت على غلبة التقارير الإخبارية المصاحبة لصحافة الفيديو بالعينة.

جدول رقم (5) نوع أساليب الاقتناع الواردة في مقاطع الفيديو المتعلقة بتهجير الفلسطينيين

المواقع الأساليب		موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أساليب منطقية	تصريحات وبيانات	29	64.4	25	73.5	25	55.5	79	71.1
	تسلسل منطقي	1	2.2	-	-	3	6.6	4	3.6
	ارقام واحصائيات	15	33.3	9	26.4	71	37.7	41	36.9
أساليب عاطفية	اثارة العاطفة والمشاعر	40	88.8	28	82.3	25	78.1	93	83.7
	رموز وعلامات	5	11.1	6	17.6	7	21.8	18	16.2
الإجمالي		45	100	34	100	32	100	111	100

يوضح الجدول السابق الأساليب التي استخدمتها صفحات المواقع عينة الدراسة في تناولها لقضية تهجير الفلسطينيين، انه من حيث الاعتماد صفحات المواقع على الأساليب المنطقية على النحو التالي: اعتمدت على التصريحات والبيانات نجد تقدم الموقع الإنجليزي بنسبة 73.5% يليه الموقع الأمريكي بنسبة 64% يليه الموقع الفرنسي بنسبة 55.5%. وقد يفسر ذلك لاهتمام الموقع الإنجليزي من تقديم تصريحات أهالي الرهائن والوزراء الإسرائيليين وقادة حماس حول الافراج عن الرهائن وأيضا اهتمام الموقع الأمريكي من نقل تصريحات الرئيس ترامب حول قطاع غزة وريفيرا غزة ونقل الفلسطينيين للدول المحاورة، وأما عن الاعتماد على الأرقام والاحصائيات فقد جاء الموقع الفرنسي في المقدمة حيث اعتمد عليها بنسبة 38% تقريبا يليه الموقع الأمريكي بنسبة 33% يليه الموقع الإنجليزي بنسبة 26%. وأما عن الأساليب العاطفية التي اعتمدت عليها صفحات مواقع عينة الدراسة بشكل أساسي على اثارة العواطف والمشاعر وكانت أكثر الصفحات التي اعتمدت على هذا الأسلوب هو الموقع الأمريكي بنسبة 89% يليه الموقع الإنجليزي بنسبة 82% يليه الموقع الفرنسي بنسبة 78%. وبالمقارنة بين ثلاث صفحات مواقع عينة الدراسة ركزت على نفس أساليب الاقتناع المنطقية: سواء في الأساليب المنطقية بنسبة 71% من تصريحات وبيانات يليها الاستعانة بالأرقام والاحصائيات بنسبة 37% تقريبا، والأساليب العاطفية ركزت على اثارة المشاعر والعاطفة بنسبة 84% تقريبا. وتتفق بذلك مع دراسة أيمن محمد وإيمان محمود، 2017 التي أكدت على ان أغلب التغطية اعتمدت على التصريحات والبيانات واثارة المشاعر والعواطف.

جدول رقم (6) اتجاه المعالجة لصحافة الفيديو في تناولها قضية تهجير الفلسطينيين

الموقع الاتجاه	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مع قضية التهجير	29	64.4	20	58.8	51	46.8	64	57.6
محايد	9	20	7	20.5	1	3.1	17	15.3
ضد قضية التهجير %	7	15.5	7	20.5	16	50	30	27
الإجمالي	45	100	34	100	32	100	111	100

يوضح الجدول السابق اتجاهات معالجة صحافة الفيديو التي تناولت قضية تهجير الفلسطينيين في مواقع عينة الدراسة، حيث نجد أن **الموقع الأمريكي** غلب اتجاه مع قضية التهجير بنسبة 64% يليها اتجاه ضد قضية التهجير بنسبة 15.5%. وأيضاً تشابه معه **الموقع الإنجليزي** حيث ظهر اتجاه مع قضية تهجير الفلسطينيين بنسبة 59% ولكن نجد ظهور نفس نسبة المعالجة ذات الاتجاه المحايد والمعالجة ذات الاتجاه ضد قضية التهجير بنسبة 20.5% لكل منهما، بينما نجد **الموقع الفرنسي** مختلف عن الموقع الأمريكي والإنجليزي حيث ظهرت معالجة الموضوعات ذات الاتجاه ضد قضية التهجير بنسبة 50% من العينة وتقاربت معها معالجة الموضوعات ذات اتجاه مع قضية التهجير بنسبة 47% تقريباً. وبالمقارنة بين ثلاث صفحات مواقع عينة الدراسة نجد أن 58% من موضوعات الثلاث صفحات محل الدراسة كانت مع قضية تهجير الفلسطينيين، و27% من الموضوعات ذات اتجاه ضد قضية تهجير الفلسطينيين و فقط 15% من العينة كانت محايدة.

جدول رقم (7) القوى الفاعلة في صحافة الفيديو المتعلقة بتهجير الفلسطينيين بمواقع عينة الدراسة

القوى الفاعلة	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الرئيس المصري	-	-	-	-	2	6.2	2	1.8
الإدارة الأمريكية	20	44.4	13	38.2	8	25	41	36.9
قادة حماس	4	8.8	7	20.5	8	25	19	17.1
الجيش الإسرائيلي	4	8.8	4	11.7	4	12.5	12	10.8
أهالي غزة	11	24.4	6	17.6	7	21.8	24	21.6
وزراء إسرائيل	1	2.2	6	17.6	1	3.1	8	7.2
وزراء فلسطينيين	-	-	-	-	1	3.1	1	0.9
الشعب الإسرائيلي	2	4.4	-	-	-	-	2	1.8
القادة العرب	3	6.6	3	8.8	1	3.1	7	6.3
الإجمالي	45	100	34	100	32	100	111	100

يوضح الجدول السابق قوى الفاعلة الأكثر ظهوراً في صحافة الفيديو بصفحات مواقع عينة الدراسة، حيث ركزت صفحة **الموقع الأمريكي** على الإدارة الأمريكية متمثلة في الرئيس ترامب والمتحدث الرسمي للبيت الأبيض بنسبة 44% يليها أهالي غزة بنسبة 24% يليها القادة العرب بنسبة 7% تقريباً. وأما صفحة **الموقع الإنجليزي** فتتجد أن أكثر القوى الفاعلة

ظهورا تمثلت في أيضا الإدارة الأمريكية بنسبة 38% يليها قادة حماس بنسبة 20.5% يليها أهالي غزة ووزراء إسرائيل بنسبة 18% تقريبا لكل منهما. وهذا قد يفسر لاهتمام الموقع الإنجليزية بقضية تبادل الرهائن والافراج عنهم بشكل كبير. وفي المقابل نجد الموقع الفرنسي ركز على الإدارة الأمريكية وقادة حماس بنسبة 25% لكل منهما، يليها أهالي غزة بنسبة 22% تقريبا. ويلاحظ ظهور الرئيس المصري في موقع لوموند فقط بنسبة 6% وذلك قد يفسر لاهتمام موقع لوموند بالمقترح المصري لإعادة اعمار غزة، وبالمقارنة بين الثلاث صفحات نجد أن أكثر القوى الفاعلة التي ظهرت كانت الإدارة الأمريكية بنسبة 37% تقريبا يليها أهالي غزة بنسبة 22% يليها قادة حماس بنسبة 17%، مما يوضح اهتمام ثلاث مواقع محل الدراسة بدور أمريكا في المنطقة أكثر من أصحاب الشأن أنفسهم متمثلين في أهالي قطاع غزة.

جدول رقم (8) الاعتبارات السردية لصحافة الفيديو بمواقع عينة الدراسة

المواقع الاعتبارات السردية	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ظهر الصحفي أثناء الفيديو	1	2.2	2	5.8	1	3.1	4	3.6
اختفى الصحفي أثناء الفيديو	44	97.7	32	94.1	31	96.8	107	96.3
ظهرت رسومات تفاعلية ورسوم متحركة	-	-	1	2.9	1	3.1	2	1.8
ظهر مزيج من الصور الثابتة والصور المتحركة	1	2.2	-	-	1	3.1	2	1.8
لم تظهر أي رسوم تفاعلية او ثابتة او متحركة	44	97.7	33	97	30	93.7	107	96.3
الإجمالي	45	100	34	100	32	100	111	100

يوضح الجدول السابق الاعتبارات السردية التي اعتمدت عليها صفحات مواقع عينة الدراسة عند تناولها لقضية تهجير الفلسطينيين، حيث نجد اتفاق بين عينة الدراسة في اختفاء الصحفي أثناء الفيديو بنسبة تصل الى 98% تقريبا في الموقع الأمريكي ويليها الموقع الفرنسي بنسبة 97% يليه الموقع الإنجليزي بنسبة 94%. وبالمقارنة بين الثلاث مواقع نجدها بنسبة 96% اهتمت بإخفاء الصحفي أثناء الفيديو. وأما عن اظهار المزيج من الرسوم التفاعلية والرسوم المتحركة فنجد أن الموقع الأمريكي لم يقدمها على الاطلاق بينما قدمها كل من الموقع الفرنسي والإنجليزي مرة واحدة فقط، وأيضا ظهر المزيج بين الصور الثابتة والصور المتحركة مرة واحدة في كل من الموقع الأمريكي والموقع الفرنسي. ولكن لم تظهر هذه العناصر التفاعلية بنسبة 96% في عينة الدراسة. وتتفق بذلك مع دراسة Canada,2020 التي أكدت على ضعف المواقع في الاعتماد على مقاطع الفيديو التفاعلية مثل تقنية 360 درجة.

جدول رقم (9) مصدر صحافة الفيديو التي تناولت قضية تهجير الفلسطينيين

المواقع مصدر الفيديو	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قنوات	-	-	-	-	1	3.1	1	0.9
وكالات انباء	3	6.6	-	-	10	31.2	13	11.7
مواقع التواصل	3	6.6	4	11.7	3	9.3	10	9
مراسل الموقع	39	86.6	30	88.2	81	56.2	87	78.3
الإجمالي	45	100	34	100	32	100	111	100

يوضح الجدول السابق مصادر صحافة الفيديو التي تناولت قضية تهجير الفلسطينيين بصفحات مواقع عينة الدراسة، حيث **ظهر اتفاق بين الثلاث مواقع** في الاعتماد على مراسل الموقع في المرتبة الأولى الموقع الإنجليزي بنسبة 88% يليه الموقع الأمريكي بنسبة 87% تقريباً، يليه الموقع الفرنسي بنسبة 56%، واعتمد الموقع الفرنسي على وكالات الانباء بنسبة 31% بينما لم يعتمد عليها إطلاقاً الموقع الإنجليزي، واعتمد عليها الموقع الأمريكي بنسبة 7% تقريباً. وبالمقارنة بين المواقع الثلاث نجد اعتمادها على مراسل الموقع بنسبة 78%. وتتعارض بذلك مع دراسة أحمد إبراهيم، 2022 التي أكدت على أغلب العينة مصدرها شهود العيان.

جدول رقم (10) المساحة الزمنية التي تستغرقها ملفات الفيديو المتعلقة بتهجير الفلسطينيين

الموقع المساحة الزمنية	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
فيديو طويل	38	84.4	6	17.6	7	21.8	51	45.9
فيديو متوسط	2	4.4	22	64.7	24	75	48	43.2
فيديو قصير	5	11.1	6	17.6	1	3.1	12	10.8
الإجمالي	45	100	34	100	32	100	111	100
إجمالي الدقائق	9 و 212		90 و		83 و		385 و 9 و	100

يوضح الجدول السابق المساحة الزمنية التي خصصتها مواقع العينة لصحافة الفيديو التي تتناول قضية تهجير الفلسطينيين حيث نجد أن من حيث إجمالي وقت عرض صحافة الفيديو كانت بالترتيب التالي: **الموقع الأمريكي** في المرتبة الأولى حيث قدم 212 دقيقة أي ما يقارب ثلاث ساعات ونصف في العينة مقسمة على 45 مقطع فيديو، وكانت الغالبية من المقاطع تعتبر من الفيديو الطويل الذي يتعدى الثلاث دقائق ووصلت نسبته في الموقع الأمريكي 84%، يليها الفيديوهات القصيرة بنسبة 11%. وأما **الموقع الإنجليزي** فقد اعتمد على 90 دقيقة فقط لعرض مقاطع الفيديو أي ساعة ونصف فقط مقسمة على 34 مقطع فيديو وكانت أغلبية العينة من مقاطع الفيديو المتوسطة التي تتراوح ما بين دقيقة ونصف الى اقل من ثلاث دقائق ووصلت نسبته 65% تقريباً يليها مقاطع الفيديو الطويلة والقصيرة بنسبة 18% تقريباً لكلا منهما. وأما **الموقع الفرنسي** فلقد قدم 83 دقيقة فقط أي ما يقرب ساعة وثلاث الساعة

فقط، وهي أقل مدة في الثلاث مواقع. وركز مثل الموقع الفرنسي على مقاطع الفيديو المتوسطة بنسبة 75% يليها المقاطع الطويلة بنسبة 22%، وبالمقارنة بين الثلاث مواقع نجد أن النسبة الأكبر من صحافة الفيديو المقدمة عن تهجير الفلسطينيين كانت تستعين بمقاطع الفيديو الطويلة بنسبة 46% يليها المقاطع المتوسطة بنسبة 43% وظهرت مقاطع الفيديو القصيرة التي تقل عن دقيقة ونصف بنسبة 11% تقريباً.

جدول رقم (11) موقع ملفات الفيديو من النص المتعلق بتهجير الفلسطينيين

الموقع	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أعلى النص	42	93.3	2	5.8	5	15.6	49	44.1
ضمن النص	-	-	28	82.3	26	81.2	54	48.6
لا يوجد نص	3	6.6	4	11.7	1	3.1	8	7.2
الإجمالي	45	100	34	100	32	100	111	100

يوضح الجدول الأسبق مكان نشر صفحات مواقع عينة الدراسة لصحافة الفيديو والذي قد يعكس مدى اهتمام المواقع بهذه القضية، حيث أظهر الموقع الأمريكي اهتمام كبير حيث اعتمد على نشره في أعلى الصفحة بنسبة 93% ليكون في صدارة اهتمام القراء في المشاهدة بينما اهتم الموقع الإنجليزي والفرنسي بتقديم صحافة الفيديو محل الدراسة ضمن النص بنسبة 82% في الموقع الإنجليزي و81% في الموقع الفرنسي. وبالمقارنة بين الثلاث مواقع نجد أن النسبة الأكبر من صفحات المواقع اهتمت بتقديم صحافة الفيديو ضمن النص إذ اهتمام بهذه الطريقة في العرض المواقع الأوروبية بينما نجد أن 44% من العينة اهتمت بتقديم صحافة الفيديو أعلى النص متمثلة في الموقع الأمريكي، و7% كم العينة لم تقدم معه نص.

جدول رقم (12) درجة جودة الانتاج بمقاطع الفيديو بمواقع عينة الدراسة

المواقع	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
جودة الانتاج								
الإضاءة جيدة	39	86.6	29	85.2	29	90.6	97	87.3
الإضاءة مشوشة	6	13.3	5	14.7	3	9.3	14	12.6
التصوير احترافي	40	88.8	34	100	31	96.8	105	94.5
التصوير غير احترافي	5	11.1	-	-	1	3.1	6	5.4
إخراج احترافي	43	95.5	34	100	30	93.7	107	96.3
إخراج غير احترافي	2	4.4	-	-	2	-	4	3.6
الإجمالي	45	100	34	100	32	100	111	100

يوضح الجدول السابق درجة جودة انتاج صحافة الفيديو التي تناولت قضية تهجير الفلسطينيين في صفحات مواقع عينة الدراسة، حيث نجد أن اتفقت الثلاث مواقع محل الدراسة على جودة الإنتاج من حيث الإضاءة النسبة الغالبية اضاءة بنسبة 87% و تصوير

احترافي بنسبة 94.5% و اخراج احترافي بنسبة 96% ونجد أن أكثر المواقع التي كانت الإضاءة بها جيدة جدا كانت صفحة موقع لوموند بنسبة 91% تقريبا وأكثر المواقع التي قدمت تصوير احترافي للقضية محل الدراسة كانت الموقع الإنجليزي وأكثر المواقع التي قدمت اخراج احترافي كان الموقع الإنجليزي أيضا.

جدول رقم (13) مدى تقديم ترجمة في صحافة الفيديو في مواقع عينة الدراسة

المواقع	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يوجد ترجمة مصاحبة للفيديو	43	95.5	14	41.1	03	93.7	87	78.3
لا يوجد ترجمة مصاحبة للفيديو	2	4.4	20	58.8	2	6.2	24	21.6
الإجمالي	45	100	34	100	32	100	111	100

يوضح الجدول السابق مدى اهتمام صفحات مواقع عينة الدراسة من تقديم ترجمة مصاحبة لصحافة الفيديو المقدمة عن قضية تهجير الفلسطينيين ، ونجد تشابه بين الموقع الأمريكي و الفرنسي في تقديم ترجمة للمحتوى بنسبة تتراوح بين 94% إلى 95.5% أي بمثابة غالبية المضمون كان معه ترجمة، وخاصة عند تقديمهم لتصريحات أهالي غزة حيث كان يتم ترجمتها باللغة الإنجليزية في الموقع الأمريكي و بالفرنسية في الموقع الفرنسي، بينما نجد صفحة الموقع الإنجليزي فلم تهتم بترجمة صحافة الفيديو التي قدمتها بنسبة 59% ، بينما لم تقدم الترجمة مصاحبة لصحافة الفيديو بنسبة 41%. وبالمقارنة بين الثلاث مواقع نجد انه ظهر قدر كبير من ثراء الوسيلة بصفحات مواقع عينة الدراسة حيث ظهرت إمكانية وجود ترجمة مصاحبة لمقاطع الفيديو محل الدراسة بنسبة 78% من العينة. وهذا ما تتفق مع دراسة حور سامح، 2023 التي اكدت على اهتمام واشنطن بوست بالترجمة بشكل كبير.

جدول رقم 14 عدد التعليقات حول قضية التهجير بمواقع عينة الدراسة

المواقع	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عدد التعليقات	23307	42.4	13955	25.3	17695	32.1	54957	100
الإجمالي							54957	100

يوضح الجدول السابق عدد التعليقات التي تفاعل بها القراء مع قضية تهجير الفلسطينيين في صفحات مواقع عينة الدراسة، والتي وصل إجمالها الى 54957 تعليق، حيث نجد في تقسيمها على الثلاث مواقع عينة الدراسة: تفوق قراء الموقع الأمريكي في كتابة أكبر كم من التعليقات بنسبة 42% من إجمالي التعليقات، يليه صفحة الموقع الفرنسي الذي نشر به 32% من إجمالي التعليقات، يليها الموقع الإنجليزي بنسبة 25% من إجمالي التعليقات. وهذا الكم الكبير من التعليقات تتفق معه دراسة Erdogan, 2024 التي أكدت على دور هذه صحافة الفيديو في اشراك الجمهور في القصة الإخبارية بشكل لم يحدث من قبل من خلال وسائل التفاعل وخاصة التعليقات. وأيضاً تتفق مع دراسة Campos, 2018 التي أكدت

على ان صحافة الفيديو توفر للمذيعين الحصول على تعليقات فورية وعدد المستخدمين وتلقى الرسائل التعبيرية والرمزية حول القضايا المختلفة. وتتعارض هذه النتيجة مع دراسة سالي أسامة، 2025 التي أكدت على زيادة نسبة التعليقات في مواقع الصحف البريطانية أكثر من الأمريكية. وأيضاً تتفق مع دراسة محمود محمد وآخرون، 2021 التي توصلت الى تفضيل العينة التفاعل بالتعليق.

جدول رقم (15) عدد التعليقات في كل موضوع عن قضية تهجير الفلسطينيين بمواقع عينة الدراسة

موضوعات الفيديو		موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قصف غزة (الترحيل الإجمالي)	2451	10.5	667	4.7	4753	26.8	7961	14.4	
معاناة الفلسطينيين	2349	10	611	4.3	882	4.9	3842	6.9	
الافراج عن الرهائن	1618	6.9	3230	23	5902	33.3	10750	19.5	
إصرار اهل غزة عدم ترك وطنهم	1659	7.1	549	3.9	620	3.5	2828	5.1	
عدم اهلية المكان للحياة	1606	6.8	-	-	709	4	2315	4.2	
نقل الفلسطينيين للدول المجاورة	8917	38.2	5937	42.5	1731	9.7	16585	30.1	
ريفيرا غزة	2088	8.9	2702	19.3	1835	10.3	6625	12	
إعادة اعمار غزة	2659	6.1	259	1.8	1263	7.1	4181	7.6	
الإجمالي	23307	100	13955	100	17695	100	54957	100	

يوضح الجدول السابق أكثر الموضوعات التي حظيت بأكثر كم من التعليقات في المواقع عينة الدراسة، حيث أكدت على ان في الموقع الأمريكي كانت النسبة الغالبة من التعليقات حول موضوع نقل الفلسطينيين للدول المجاورة الذي وصل الى 38% من التعليقات يليها قصف غزة بنسبة 10.5% يليها معاناة الفلسطينيين بنسبة 10% يليها ريفيرا غزة بنسبة 9%. وأما الموقع الإنجليزي فكانت أكثر الموضوعات تعليقا من القراء على النحو التالي: أيضا عن نقل الفلسطينيين للدول المجاورة بنسبة 42.5% يليها ريفيرا غزة بنسبة 19%. وأما الموقع الفرنسي فنجد ان الافراج عن الرهائن هو أكثر الموضوعات تعليقا من جانب القراء بنسبة 33% يليه قصف غزة بنسبة 27% تقريبا يليه ريفيرا غزة بنسبة 10% يليه نقل الفلسطينيين للدول المجاورة بنسبة 10% تقريبا. وبالمقارنة بين الثلاث صفحات لمواقع عينة الدراسة نجد أن أكثر الموضوعات التي حظيت بأكثر كم من التعليقات كان حول موضوع نقل الفلسطينيين للدول المجاورة بنسبة 30% من العينة، يليها الافراج عن الرهائن بنسبة 19.5% يليها قصف غزة بنسبة 14% يليها ريفيرا غزة بنسبة 12%.

جدول رقم (16) اتجاه تعليقات القراء على مقاطع الفيديو بمواقع عينة الدراسة

الموقع اتجاه التعليقات	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مع قضية التهجير	10659	45.7	4921	35.2	6048	34.1	21628	39.3
محايد	870	3.7	3866	35.2	5188	29.3	9924	18
ضد التهجير	11778	50.5	5168	37	6459	36.5	23405	42.5
الإجمالي	23307	100	13955	100	17695	100	54957	100

يوضح الجدول السابق اتجاه تعليقات القراء على مقاطع الفيديو التي تناقش قضية تهجير الفلسطينيين بمواقع عينة الدراسة، حيث نجد في صفحة الموقع الأمريكي كانت النسبة الأكبر من التعليقات ضد التهجير بنسبة 50.5% أي نصف العينة من تعليقات القراء، وفي المقابل 46% تقريبا من عينة التعليقات كانت مع قضية التهجير إذ يظهر جليا في مجتمع قراء الموقع الأمريكي الانقسام الواضح في الاتجاهات إذ تتقارب النسبة وتقريبا نصف العينة مع القضية والنصف الثاني ضد القضية فقط 4% من التعليقات كانت محايدة. وأما صفحة الموقع الإنجليزي فنجد أن أيضا النسبة الأكبر ضد قضية التهجير ولكن بنسبة أقل من الموقع الأمريكي والتي وصلت إلى 37%، ونجد 35% من العينة مع قضية التهجير وهي نسبة أقل من الموقع الأمريكي ولكن نجد أن النسبة المحايدة من القراء وصلت إلى 35%. وهي بمثابة تقسيم القراء إلى ثلاث أثلاث ثلث مع وثلث ضد وثلث محايد. وأما صفحة الموقع الفرنسي فنجد أيضا النسبة الأكبر ضد قضية التهجير وبنسبة تتقارب جدا مع الموقع الإنجليزي والتي وصلت إلى 36.5% وفي المقابل 34% من قراء الموقع الفرنسي هم مع قضية التهجير وفي المقابل 29% من العينة لها اتجاه محايد تجاه قضية التهجير. وبالمقارنة بين الثلاث مواقع نجد أن 42.5% من تعليقات القراء كانت ضد قضية التهجير و39% من القراء مع قضية التهجير و18% من تعليقات القراء محايدة. وتتفق ذلك مع دراسة محمود محمد وآخرون، 2021 التي أكدت على أنه يوجد فروق دالة احصائيا بين تفاعلهم واتجاهاتهم نحو القضية.

جدول رقم (17) القوى الفاعلة في تعليقات القراء على صحافة الفيديو بمواقع عينة الدراسة

الموقع القوى الفاعلة	موقع واشنطن		موقع اندبندنت		موقع لوموند		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الإدارة الأمريكية	2522	10.8	2365	16.9	1298	7.3	6185	11.2
قادة حماس	6012	25.7	1280	9.1	2581	7.1	8550	15.5
إسرائيل	2500	10.7	2892	20.7	4552	25.7	9944	18
أهالي غزة	10388	44.5	3088	22.1	6989	39.4	20465	37.2
وزراء إسرائيل	1265	5.4	3650	26.1	3103	18.7	8225	14.9
قادة العرب	620	2.6	680	4.8	882	1.6	1588	2.8
الإجمالي	23307	100	13955	100	17695	100	54957	100

يوضح الجدول السابق القوى الفاعلة التي أهالي غزة في تعليقات قراء صفحات مواقع عينة الدراسة، حيث نجد في الموقع الأمريكي أن أكثر القوى الفاعلة ظهورا كانت أهالي غزة بنسبة 44.5% يليها قادة حماس بنسبة 26% تقريبا يليها الإدارة الأمريكية بنسبة 11%

تقريباً. وأما صفحة الموقع الإنجليزي فنجد أن أكثر القوى الفاعلة ظهوراً هم وزراء إسرائيل بنسبة 26%، يليها أهالي غزة بنسبة 22% يليها إسرائيل بنسبة 21% تقريباً يليها الإدارة الأمريكية بنسبة 17%. وأما الموقع الفرنسي فكانت أكثر القوى الفاعلة ظهوراً هي أهالي غزة مثلها مثل صفحة الموقع الأمريكي بنسبة 39%، يليها إسرائيل بنسبة 26% يليها وزراء إسرائيل بنسبة 19%. وبالمقارنة بين صفحات الثلاث مواقع عينة الدراسة، كانت أكثر القوى الفاعلة ظهوراً هم أهالي غزة بنسبة 37% يليها إسرائيل بنسبة 18% يليها وزراء إسرائيل بنسبة 15% تقريباً يليها قادة حماس بنسبة 15.5% يليها الإدارة الأمريكية بنسبة 11% وأقل القوى الفاعلة ظهوراً في مواقع عينة الدراسة كانوا القادة العرب بنسبة 3% تقريباً فقط. وتتعارض بذلك مع دراسة نسمة سليمان، 2022 التي أكدت على تصدر الرئيس السيسي القوى الفاعلة في العينة.

مناقشة أهم النتائج العامة للدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن كيفية معالجة صفحات مواقع الصحف الأمريكية متمثلة في واشنطن بوست والإنجليزية متمثلة في انبندنت والفرنسية في موقع لوموند لقضية تهجير الفلسطينيين من خلال صحافة الفيديو المقدمة من خلالها، وأيضاً تحليل اتجاهات تعليقات القراء على مقاطع الفيديو محل الدراسة.

- تقدم الموقع الأمريكي بنسبة 40.5% على الموقع الإنجليزي والفرنسي في كم التغطية لصحافة الفيديو للقضية محل الدراسة يليه الموقع الإنجليزي بنسبة 31% تقريباً يليه الموقع الفرنسي بنسبة 29% تقريباً. وقد يكون تفسير ذلك لاهتمام الموقع الأمريكي بالاستقاضة في عرض اقتراح الرئيس ترامب حول ريفيرا غزة واقتراحه بنقل الفلسطينيين إلى الدول المجاورة، وإن الدولة صاحبة المقترح بتهجير الفلسطينيين اهتمت بنقل تداعياته بشكل أكبر من الموقعين الآخرين.

- وعن نوع التغطية فقد اعتمدت الثلاث صفحات الخاصة بمواقع العينة على نوع البث المباشر الحي حيث وذلك على نحو الترتيب التالي: تقدم الموقع الإنجليزي في المرتبة الأولى بنسبة 73.5% يليه اعتمدت عليها صفحة واشنطن بوست بنسبة 67% تقريباً، و أيضاً صفحة موقع لوموند اعتمد عليها بنسبة 66% تقريباً، وقد يفسر ذلك إلى اهتمام صفحات المواقع بالتغطية الحية للأحداث المتتالية لقضية التهجير والاهتمام برصد الأفعال الممثلة في تغطية تصريحات الرئيس ترامب وتغطية تداعياتها الفورية، ومحاولات الجيش الإسرائيلي للتهجير الطوعي للفلسطينيين من خلال القصف والهجوم على المنشآت.

- وحول أبرز الموضوعات التي ركزت عليها صفحات العينة نجد صفحة الموقع الأمريكي ركزت على اقتراح الرئيس ترامب بنقل الفلسطينيين للدول المجاورة بنسبة 38% تقريباً يليه موضوعات: قصف غزة - وإصرار أهل غزة على عدم ترك وطنهم - والإفراج عن الرهائن - وعدم أهلية غزة للحياة، كل هذه الموضوعات بنفس نسبة التركيز المتمثلة في 11%. وقد يفسر ذلك أنها تعتبر ردود فعل لأهم الموضوعات التي تناولتها وهي اقتراح الرئيس ترامب فكان الجانب الإسرائيلي يقوم بقصف غزة لتسهيل

هذه الخطة وجعل الحيلة في غزة مستحيل وانه نتيجة لعدم افراج قادة حماس للرهائن وفي المقابل على الجانب الآخر نجد أهل غزة المصريين على التمسك بوطنهم. وأما صفحة الموقع الإنجليزي فنجد أهم الموضوعات التي ركز عليها هي عن الافراج عن الرهائن بنسبة 32% يليها اقتراح ترامب بنقل الفلسطينيين للدول المجاورة بنسبة 26% يليها موضوع ريفيرا غزة الذي اقترحه أيضا الرئيس ترامب بنسبة 20.5%. مما يفسر سياسية الصفحة الإنجليزية وأن أهم تركيزها هو تغطية الجانب الإسرائيلي والأمريكي بشكل كبير ولم تتناول الجانب الفلسطيني الا بنسب قليلة جدا بمقارنة بالموقع الأمريكي. وأما صفحة الموقع الفرنسي فنجدها تركز على ريفيرا غزة في المقام الأول بنسبة 22% تقريبا، يليها قصف غزة بنسبة 16% تقريبا يليها إعادة اعمار غزة بنسبة 12.5%، قد يفسر ذلك ان أهم أولويات الموقع الفرنسي كان تقديم نتيجة لاقتراح الرئيس ترامب لريفيرا غزة حيث وضع ان إسرائيل تعمل على تسهيل تحقيق هذه الخطة من جانب وتوضح وجهة النظر العربية في إعادة اعمار غزة ورفض هذا المقترح. وبالمقارنة بين الثلاث صفحات نجد أن أكثر الموضوعات التي تناولتها مواقع عينة الدراسة كانت حول اقتراح ترامب بنقل الفلسطينيين للدول المجاورة بنسبة 26% يليها الافراج عن الرهائن بنسبة 21% يليها ريفيرا غزة بنسبة 15%. قد يفسر ذلك بان الموقع الأمريكي ركز على خطة الرئيس ترامب باعتباره يعبر عن السياسة الأمريكية حول نقل الفلسطينيين للدول المجاورة، بينما الموقع الإنجليزي كانت أولوياته على قضية عودة الرهائن باعتباره الحل المقترح للسياسة الإنجليزية للقضية، بينما الموقع الفرنسي ركز على اقتراح ريفيرا غزة المقدم من الرئيس ترامب والتغطية لتداعياته. مما يوضح تشابه الموقع الأمريكي والفرنسي في الأولويات حيث اهتمتا بمقترحات ترامب سواء بنقل الفلسطينيين أو بتحويل غزة الى ريفيرا غزة، بينما الموقع الإنجليزي كان أكثر الموضوعات التي أبرزها حول عودة الرهائن ومعاناة ذويهم.

- وعن الاشكال الصحفية المصاحبة لصحافة الفيديو نجد بالمقارنة بين الثلاث صفحات انها ركزت على شكل التقرير الإخباري كقالب مصاحب لصحافة الفيديو وذلك بنسبة 47% تقريبا من القوالب المصاحبة لصحافة الفيديو وقد يفسر ذلك باعتباره من أكثر الأشكال الصحفية التي تتناول التفاصيل والمعلومات والخلفيات عن الموضوعات مما يظهر مدى المساحة التي تقدمها مواقع عينة الدراسة لقضية تهجير الفلسطينيين، ونجد أن القالب القصة الخبرية في المقام الثاني بنسبة 25% يليها الخبر بنسبة 22% تقريبا، وذلك لفورية نقل الأخبار لتغطيتها حول القضية محل الدراسة.

- من حيث الاعتماد صفحات المواقع على الأساليب المنطقية على النحو التالي: اعتمدت على التصريحات والبيانات نجد تقدم الموقع الإنجليزي بنسبة 73.5% يليه الموقع الأمريكي بنسبة 64% يليه الموقع الفرنسي بنسبة 55.5%. وقد يفسر ذلك لاهتمام الموقع الإنجليزي من تقديم تصريحات أهالي الرهائن والوزراء الإسرائيليين وقادة حماس حول الافراج عن الرهائن وأيضا اهتمام الموقع الأمريكي من نقل تصريحات الرئيس ترامب حول قطاع غزة وريفيرا غزة ونقل الفلسطينيين للدول المجاورة، وأما عن الاعتماد على الأرقام والاحصائيات فقد جاء الموقع الفرنسي في المقدمة حيث اعتمد

عليها بنسبة 38% تقريبا يليه الموقع الأمريكي بنسبة 33% يليه الموقع الإنجليزي بنسبة 26%. وقد يفسر ذلك لاهتمام فرنسا بتقديم نتائج اقتراح ترامب وتصوره على الجانب الإسرائيلي والعربي من خلال تقديم الاحصائيات الخاصة بهذا الاقتراح. وأما عن الأساليب العاطفية التي اعتمدت عليها صفحات مواقع عينة الدراسة بشكل أساسي على إثارة العواطف والمشاعر وكانت أكثر الصفحات التي اعتمدت على هذا الأسلوب هو الموقع الأمريكي بنسبة 89% يليه الموقع الإنجليزي بنسبة 82% يليه الموقع الفرنسي بنسبة 78%، ويظهر ذلك في تغطية المواقع. وأما عن الأساليب العاطفية التي اعتمدت عليها صفحات مواقع عينة الدراسة بشكل أساسي على إثارة العواطف والمشاعر وكانت أكثر الصفحات التي اعتمدت على هذا الأسلوب هو الموقع الأمريكي بنسبة 89% يليه الموقع الإنجليزي بنسبة 82% يليه الموقع الفرنسي بنسبة 78%، وقد يُفسر ذلك في تغطية صفحات المواقع من خلال التركيز على معاناة الفلسطينيين ومشاعرهم من حزن وظلم ومشاعر أهالي الرهائن من حزن وقلق على ذويهم.

- وعن اتجاه معالجة صحافة الفيديو نحو قضية التهجير نجد أن الموقع الأمريكي غلب اتجاه مع قضية التهجير بنسبة 64% يليها اتجاه ضد قضية التهجير بنسبة 15.5%. وأيضاً تشابه معه الموقع الإنجليزي حيث ظهر اتجاه مع قضية تهجير الفلسطينيين بنسبة 59% ولكن نجد ظهور نفس نسبة المعالجة ذات الاتجاه المحايد والمعالجة ذات الاتجاه ضد قضية التهجير بنسبة 20.5% لكل منهما، بينما نجد الموقع الفرنسي مختلف عن الموقع الأمريكي والإنجليزي حيث ظهرت معالجة الموضوعات ذات الاتجاه ضد قضية التهجير بنسبة 50% من العينة وتقاربت معها معالجة الموضوعات ذات اتجاه مع قضية التهجير بنسبة 47% تقريبا. وقد يفسر ذلك ان كانت هذه النتيجة متوقعة للموقع الأمريكي الذي يعبر عن اقتراح الرئيس ترامب ويساندها ولكن نجد المواقع الأوروبية كلا منهما له اتجاه في المعالجة فبينما الموقع الإنجليزي نجده مع التهجير بشكل كبير نجد الموقع الفرنسي نجده بشكل كبير ضد قضية التهجير مما يعكس سياسة الدول التي تظهر في السياسة التحريرية لهذه المواقع فنجد اتجاه المعالجة الفرنسية مع فكرة اعمار غزة وعدم نقل الفلسطينيين من أماكنهم بينما الموقع الإنجليزي يوافق ومع قضية التهجير.

- وأما عن القوى الفاعلة الأكثر ظهوراً في صفحات مواقع الصحف عينة الدراسة ركزت صفحة الموقع الأمريكي على الإدارة الأمريكية متمثلة في الرئيس ترامب والمتحدث الرسمي للبيت الأبيض بنسبة 44%، وأما صفحة الموقع الإنجليزي فنجد أيضاً أن أكثر القوى الفاعلة ظهوراً تمثلت في الإدارة الأمريكية بنسبة 38%. وفي المقابل نجد الموقع الفرنسي ركز على الإدارة الأمريكية وقادة حماس بنسبة 25% لكل منهما، ويلاحظ ظهور الرئيس المصري في موقع لوموند فقط بنسبة 6% وذلك قد يفسر لاهتمام موقع لوموند بالمقترح المصري لإعادة اعمار غزة.

- ظهر اتفاق بين عينة الدراسة في اختفاء الصحفي اثناء الفيديو بنسبة تصل الى 98% تقريبا في الموقع الأمريكي ويليهِ الموقع الفرنسي بنسبة 97% يليهِ الموقع الإنجليزي بنسبة 94%. وقد يفسر ذلك باهتمام الموقع بتقديم صورة الواقع من مقابلات

وتصريحات لعناصر القضية بشكل كبير واختفاء الصحفي عن الفيديو. لم تظهر هذه العناصر التفاعلية من رسوم متحركة وتفاعلية بنسبة 96% في عينة الدراسة، مما قد يُفسر ذلك مدى اهتمام مواقع عينة الدراسة بالسبق الصحفي والتركيز على تغطية تداعيات الحدث أكثر من تقديمه في شكل تفاعلي قد يعطل الموقع من ملاحقة الحدث وأنية تغطيته.

- وأما عن مصادر صحافة الفيديو التي تناولت قضية تهجير الفلسطينيين بصفحات مواقع عينة الدراسة، حيث ظهر اتفاق بين الثلاث مواقع في الاعتماد على مراسل الموقع في المرتبة الأولى الموقع الإنجليزي بنسبة 88% يليه الموقع الأمريكي بنسبة 87% تقريبا، يليه الموقع الفرنسي بنسبة 56%. مما قد يفسر الى اهتمام مواقع العينة بإرسال مراسلين لها في أرض الواقع لتغطية الفيديو سواء في غزة أو في البيت الأبيض.

- وأما المساحة الزمنية التي خصصتها مواقع العينة لصحافة الفيديو التي تتناول قضية تهجير الفلسطينيين، نجد أن النسبة الأكبر كانت تستعين بمقاطع الفيديو الطويلة بنسبة 46% يليها المقاطع المتوسطة بنسبة 43% وظهرت مقاطع الفيديو القصيرة التي تقل عن دقيقة ونصف بنسبة 11% تقريبا. وأكثر صفحات المواقع التي خصصت مساحة زمنية لصحافة الفيديو حول قضية الدراسة كانت بالترتيب التالي: الموقع الأمريكي ثم الموقع الإنجليزي ثم الموقع الفرنسي. وقد يفسر ذلك لأن الموقع الأمريكي كان مهتما جدا بتغطية مقترح الرئيس ترامب وتداعيات ذلك وبالتالي قدم حول هذا المقترح سواء نقل الفلسطينيين او ريفيرا غزة كثير من مقاطع الفيديو.

- وعن مكان نشر صفحات مواقع عينة الدراسة لصحافة الفيديو والذي قد يعكس مدى اهتمام المواقع بهذه القضية، النسبة الأكبر من صفحات المواقع اهتمت بتقديم صحافة الفيديو ضمن النص إذ اهتمام بهذه الطريقة في العرض المواقع الأوروبية بينما نجد أن 44% من العينة اهتمت بتقديم صحافة الفيديو أعلى النص متمثلة في الموقع الأمريكي، و7% كم العينة لم تقدم معه نص. مما قد يُفسر مدى اهتمام الموقع الأمريكي بزيادة مشاهدات صحافة الفيديو التي يقدمها بينم المواقع الأوروبية كان اهتمامها أقل حيث لما تعطيه مكان الصدارة في صفحة الموقع وانما كان بنفس مستوى النص إذ تم تقديمه ضمن النص

- وحول درجة جودة انتاج صحافة الفيديو التي تناولت قضية تهجير الفلسطينيين في صفحات مواقع عينة الدراسة، حيث نجد أن اتفقت الثلاث مواقع محل الدراسة على جودة الإنتاج من حيث الإضاءة النسبة الغالبية اضاءة بنسبة 87% وتصوير احترافي بنسبة 94.5% واخراج احترافي بنسبة 96%. مما قد يفسر انه نتيجة لمدى اهتمام مواقع عينة الدراسة بإظهار صحافة الفيديو بشكل احترافي وذو جودة عالية.

- مدى اهتمام صفحات مواقع عينة الدراسة من تقديم ترجمة مصاحبة لصحافة الفيديو المقدمة عن قضية تهجير الفلسطينيين، ونجد تشابه بين الموقع الأمريكي والفرنسي في تقديم ترجمة للمحتوى بنسبة تتراوح بين 94% الى 95.5% أي بمثابة غالبية المضمون كان معه ترجمة، بينما نجد صفحة الموقع الإنجليزي فلم تهتم بترجمة صحافة الفيديو

التي قدمتها بنسبة 59%. مما قد يشير انه من حيث ثراء الوسيلة ظهر تفوق كلا من الموقع الأمريكي والفرنسي عن الموقع الإنجليزي الذي لم يهتم مثلهما في تقديم الترجمة المصاحبة لمقاطع الفيديو محل الدراسة. **مما قد يُفسر** مدى اهتمام الموقع الأمريكي لتوصيل اقتراحه لكل اللغات المتاحة لتكوين رأى عام عالمي متفق مع اقتراحات الرئيس ترامب، وأيضا قد يُفسر اهتمام الموقع الفرنسي بالترجمة للوصول برأيها الى أكبر كم من الدول الناطقة بالإنجليزية مع الدول الناطقة بالفرنسية مما قد يساعد على نشر وجهة النظر الفرنسية من شرح تداعيات هذا المقترح. بينما نجد ان الموقع الإنجليزي لم يهتم بالترجمة مثل الموقعين الآخرين وقد يعتبر ذلك ضعف في ثراء الوسيلة التي تحتاج الى مزيد من الاهتمام من جانب الموقع لزيادة انتشاره وتوصيل رسالته الى القراء من مختلف اللغات.

- وعن **عدد التعليقات التي تفاعل بها القراء** مع قضية تهجير الفلسطينيين في صفحات مواقع عينة الدراسة، والتي وصل إجمالها الى 54957 تعليق، حيث نجد في تقسيمها على الثلاث مواقع عينة الدراسة: تفوق قراء **الموقع الأمريكي** في كتابة أكبر كم من التعليقات بنسبة 42% من إجمالي التعليقات، يليه صفحة **الموقع الفرنسي** الذي نشر به 32% من إجمالي التعليقات، يليها **الموقع الإنجليزي** بنسبة 25% من إجمالي التعليقات. **وهذا الترتيب يعكس** مقارنة بسيطة لعدد متابعي المواقع محل الدراسة من جانب ، وأيضا يعبر عن مدى متابعة القراء في الدول المختلفة لقضية تهجير الفلسطينيين حيث نجد اهتمام الجمهور الأمريكي في المقدمة يليه الجمهور الفرنسي ثم الإنجليزي، وباعتبار ان التعليقات تعتبر المستوى الثاني من التفاعلية من جانب القراء في المواقع الصحفية فهذا العدد من التعليقات يعكس أيضا مدى تفاعل القراء مع صفحات المواقع الصحف عينة الدراسة والتي تفوق فيها الموقع الأمريكي، **وقد يفسر** هذا الكم أيضا لكثرة تغطية صفحة الموقع الأمريكي لقضية تهجير الفلسطينيين مما جعلها من أجندة أولويات و اهتمام القراء الأمريكيين مما جعل عدد التعليقات وصل الى هذا الكم أكثر من الموقعين الآخرين.
- **أكثر الموضوعات التي حظيت بأكثر كم من التعليقات** في المواقع عينة الدراسة، حيث أكدت على ان في **الموقع الأمريكي والإنجليزي** كانت النسبة الغالبة من التعليقات حول موضوع نقل الفلسطينيين للدول المجاورة، وأما **الموقع الفرنسي** فنجد ان الافراج عن الرهائن هو أكثر الموضوعات تعليقا من جانب القراء بنسبة 33%. **وقد يفسر ذلك** بأنها بمثابة أكثر الموضوعات التي حظيت باهتمام القراء في أمريكا صاحبة مقترح التهجير وأيضا من حلفائها المتمثل في الموقع الإنجليزي، وأما الموقع الفرنسي فنجد اهتمام القراء بحل آخر لمقترح النقل وهو الافراج عن الرهائن على أمل عودة الحياة مرة أخرى لغزة بدون تهجيرهم.

- وعن اتجاه تعليقات القراء على مقاطع الفيديو التي تناقش قضية تهجير الفلسطينيين بمواقع عينة الدراسة، حيث نجد في صفحة **الموقع الأمريكي** كانت النسبة الأكبر من التعليقات ضد التهجير بنسبة 50.5% أي نصف العينة من تعليقات القراء. وأما صفحة **الموقع الإنجليزي** فنجد ان أيضا النسبة الأكبر ضد قضية التهجير ولكن بنسبة أقل من

الموقع الأمريكي والتي وصلت الى 37%، وأما صفحة الموقع الفرنسي فنجد أيضا النسبة الأكبر ضد قضية التهجير وبنسبة تتقارب جدا مع الموقع الإنجليزي والتي وصلت الى 36.5%. وهذا قد يشير أن على الرغم من أن سياسات الدول الأمريكية مع قضية التهجير ولكن القراء قادرين على التمييز وإدراك أن التهجير هو انتهاك وتطهير عرقي للفلسطينيين كما ستوضح نماذج التعليقات التي ستسرد في الجداول لاحقا. ويمكن تفسير هذه النتيجة أنه لا يوجد غالبية مطلقة وإنما الاتجاهات مقسمة على مع وضد القضية فكما نجد النسبة الأكبر ضد قضية التهجير نجد في المقابل نسب متقاربة في كل صفحة من مواقع عينة الدراسة مع القضية ومؤيدة لتهجير الفلسطينيين من أرضهم. ونجد أيضا ظاهر الطابع الغربي الذي يهتم بشؤونه الخاص وليس لديه اتجاه واضح للقضية التي تعتبر خارج نطاق أولوياته الحياتية فنجد نسبة ليست بقليلة من القراء محايدون لا تعنيهم قضية برمتها.

- وحول القوى الفاعلة في تعليقات قراء صفحات مواقع عينة الدراسة، ظهر في الموقع الأمريكي أن أكثر القوى الفاعلة ظهورا كانت أهالي غزة بنسبة 44.5%، وأما صفحة الموقع الإنجليزي فنجد أن أكثر القوى الفاعلة ظهورا هم وزراء إسرائيل بنسبة 26%، وأما الموقع الفرنسي فكانت أكثر القوى الفاعلة ظهور هي أهالي غزة مثلها مثل صفحة الموقع الأمريكي بنسبة 39%. وقد يُفسر ذلك حيث تظهر اتجاهات تعليقات القراء نحو قضية تهجير الفلسطينيين انها تركز على أهالي غزة وأنها ضد تهجيرهم ومع حقهم في البقاء في وطنهم في الموقع الأمريكي والفرنسي ولكن يظهر في الموقع الإنجليزي أن أكثر القوى الفاعلة التي ظهرت وزراء إسرائيل مع اتجاه ضد التهجير وبالتالي يظهر مدى رفضهم للممارسات الورا الإسرائيلية تجاه القضية.

- وإذا قارنا بين القوى الفاعلة التي ظهرت في موضوعات صحافة الفيديو بمثلتها من القوى الفاعلة في تعليقات القراء نجد الاتي: نجد اتفاق بين الثلاث صفحات في التركيز على الإدارة الأمريكية في الترتيب الأول وفي المقابل نجد أن القوى الفاعلة في تعليقات القراء كانت في أهالي غزة في كل من الموقع الأمريكي و الفرنسي و اهتم الموقع الإنجليزي بوزراء إسرائيل مما يوضح ان صحافة الفيديو بالفعل قد ساعدت على زيادة التفاعلية وظهور هذا الكم من التعليقات على الموضوعات ولكنها لم تفرض رأيها على القراء و عندما قدموا آراءهم كانوا يعتبرون أن القوى الفاعلة ليس الإدارة الأمريكية .

- وإذا قارنا بين اتجاهات صحافة الفيديو بصفحات مواقع الصحف عينة الدراسة واتجاهات تعليقات القراء حولها وهو السؤال الرئيسي للدراسة الحالية فنجد الاتي: فظهر اتجاه صفحة الموقع الأمريكي والإنجليزي مع قضية تهجير الفلسطينيين بينما كان أكثر الاتجاهات الظاهرة في صفحة الموقع الفرنسي ضد قضية التهجير، ونجد ان في المقابل اتفاق لاتجاهات تعليقات القراء في الثلاث صفحات محل الدراسة ان النسبة الأكبر كانت ضد قضية التهجير. وذلك يظهر للمرة الثانية ان القراء يقدموا رأيهم من حيث الاتجاه نحو القضية والحديث عن القوى الفاعلة من وجهة نظرهم الشخصية دون أي تدخل للمواقع الصحفية.

- ونجد ان اهتمام الموقع بخاصية ثراء الوسيلة وزيادة المساحة الزمنية لمقاطع الفيديو ومكان نشر المقطع حيث ينشر في أعلى الصفحة في اليمين ليجذب عدد القراء قد نجحت هذه السياسة التحريرية في جذب أكبر كم من التعليقات وذلك واضح في صفحة الموقع الأمريكي الذي قام بكل هذه الوسائل التوضيحية وصحاب هذه المقاطع أكبر كم من التعليقات. بينما نجد الموقع الإنجليزي الذي لم يهتم بترجمة الكثير من موضوعاته وأيضا قدم مقاطع الفيديو وسط النص وليست في محور اهتمام القارئ وأيضا أقل المواقع الذي قدم أقل مساحة زمنية لمقاطع الفيديو هو الموقع الذي حظيت صفحته بأقل عدد من التعليقات من جانب القراء، مما يؤكد دور ثراء الوسيلة في إمكانية زيادة تفاعلية الجمهور مع القضية.

توصيات الدراسة:

توصي الباحثة بالنسبة للمجال العملي وواقع الممارسة:

-تطوير قنوات الفيديو التابعة لمواقع الصحف العربية مع زيادة البث المباشر من خلالها لمواكبة تطورات الأحداث أول بأول.

- نظرا لأهمية تهجير الفلسطينيين فانه يجب على المواقع الصحفية العربية أن توظف كافة الأشكال الصحفية المصورة التي من شأنها تغطية قضية تهجير الفلسطينيين من كافة جوانبها، وعدم الاقتصار فقط على المقاطع الخبرية.

ما تنثيره الدراسة من دراسات مستقبلية:

- دراسة تأثيرات صحافة الفيديو على مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي.
- مقارنات لصحافة الفيديو على مستوى اختلاف الثقافات والقارات.

مراجع الدراسة:

- 1 أيمن سلامة. (2022). جريمة التهجير القسري ضد المدنيين الفلسطينيين في القانون الدولي الإنساني حالة حي الشيخ جراح نموذجاً. جامعة القدس: مركز دراسات القدس ع 16.
- 2 سميح سعيد وآخرون. (2020). الآثار القانونية لصفقة القرن. جامعة القدس: عمادة البحث العلمي، Pal student scientific research journal vol 2n1.
- 3 اللاجنون الفلسطينيون حقوق وروايات وسياسات. (2011). جامعة بيرزيت. معهد إبراهيم أبو لغد للدراسات الدولية.48.
- 4 Hsu and others. (2020). Why Are People Loyal to Live Stream Channels? The Perspectives of Uses and Gratifications and Media Richness Theories. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking** Vol. 23, No. 5. p1
- 5 Meese and others. (2020). Facebook, news media and platform dependency: The institutional impacts of news distribution on social platforms. *new media and society*.24-58.
- 6 Erdoğan. (2024). 360 Degree Video Journalism: An Overview of a New News Experience. **Turkish Review of Communication Studie**.108-127.
- 7 مها محمد. (2024). المقالة الفيديو: دراسة استكشافية لتحديد معايير بناء وتكوين المقالة الفيديو. المؤسسة العربية لإدارة المعرفة: **المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات** مج 4 ع 1. 41-72.
- 8 Iyer. (April 2023). Understanding How News Content Utilizes Experiential Media (AR, VR, and 360° Video) in COVID-19 Storytelling. **Athens Journal of Mass Media and Communications, Volume 9, Issue 2**.85-112
- 9 حور سامح. (2023). توظيف صحافة الفيديو التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية دراسة تطبيقية بين صحيفتي واشنطن بوست واليوم السابع. جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا: **مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية**، مج 3 عدد خاص. 943-992.
- 10 أحمد إبراهيم. (2023). الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو لمؤتمر المناخ في مصر. جامعة بنى سويف: كلية الاعلام، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، ع 5. 357-458.
- 11 أحمد إبراهيم. (2022). الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية في مصر: دراسة مقارنة بين عينة من مواقع الصحف المصرية. جامعة القاهرة: كلية الاعلام، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، ع 24. 681-710.
- 12 أحمد محمد. (2020). توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية. جامعة بنى سويف: كلية الاعلام، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، مج 1 ع 1. 159-178.
- 13 إبراهيم على. (2021). سيمائية الصورة الصحفية للعدوان على غزة -مايو 2021- في المواقع الإخبارية للصحف العربية والأجنبية دراسة سيميولوجية. جامعة الأزهر: كلية الاعلام، **مجلة البحوث الإعلامية** مجلد 59 العدد 3. 1158-1220.
- 14 Caneda and others. Analyzing VR and 360-degree video apps and sections. A case study of seven European news media outlets. *opcit*, 149-167.
- 15 Aitamurto. (2019) Normative paradoxes in 360° journalism: Contested accuracy and objectivity. *new media and society*. 3-19.
- 16 Campos. (2018). Social media live streaming (SMLS) in the digital news media. **Comunicació: Revista De Recerca I D'anàlis**, vol. 35 ,2. 103- 123.

- 17ايمن محمد وايمان محمود. (2017). "الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية – دراسة تحليلية سيمانية. المؤتمر الدولي الثالث والعشرون العدد 60. جامعة الأزهر: كلية الاعلام. 191-279.
- 18سالي أسامة. (2025). توظيف خوارزميات الذكاء الصناعي لتحليل مشاعر مستخدمة صحافة الفيديو العالمية تجاه المرأة السعودية.جامعة الأزهر: كلية الاعلام، **مجلة البحوث الإعلامية** ع 73 ج 3. 1671-1710.
- 19 Bujic and others. (2023). Effects of Immersive Media on Emotion and Memory: An Experiment Comparing Article, 360-video, and Virtual Reality. **International Journal of Human-Computer Studies** vol 17.125-156.
- 20ماري منصور. (2023). "توظيف اليوم السابع والمصري اليوم لصحافة الفيديو لتحقيق الصحافة الخدمية. جامعة القاهرة: كلية الاعلام، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** 85 . 219-269.
- 21 نسمة سليمان. (2022). "سمات خطاب تعليقات قراء صحافة الفيديو إزاء أزمة سد النهضة الأثيوبي"(جامعة المنصورة: **مجلة كلية الآداب** ع 70. 760- 814.
- 22محمود محمد وآخرون. (2021). أشكال التفاعل مع قضية انخفاض سعر الجنيه لدى مستخدمي برامج صحافة الفيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية. جامعة المنيا: كلية التربية، **مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية**، المجلد السابع. 941-964.
- 23 Hendriks and others. (2019). Taking the full view: How viewers respond to 360-degree video news. **Computers in Human Behavior** vol 91.24-32.
- 24 Damme and others. (2019).360° Video Journalism: Experimental Study on the Effect of Immersion on News Experience and Distant Suffering" (**Journalism studies** vol 19.165-189.
- 25أحمد إبراهيم. (2021). دور صحافة الفيديو في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو أزمة كوفيد 19 (كورونا) . جامعة بنى سويف: **المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرون**، الجز الثالث المجلد الأول. 315.
- 26 Kumi Ishii and others. (2019). Revisiting media richness theory for today and future. **Human behavior and emerging thechnologies**.157-158.
- 27 Bergin. (2016). Media richness theory. **Center of Homeland defense and security**.5.
- 28 Shams Vala and others. (2022). Effective knowledge transfer: application of media richness theory. **Inform ology** 1 (2). 46-48.
- 29 Heggde and others. (2024). Immersive technology and experiences. India: Palgrave. 192.
- 30 Huang and others. (2023). The Effect of Livestreaming Esports Media on Viewer Satisfaction, Flow Experience, and Media Loyalty. **communication and sports** vol12 issue 6.12-28.
- 31 Ke li and others. (2025). The Impacts of Subtitles on 360-Degree Video Journalism Watching. **Paper presented at the International Conference on Content-Based Multimedia**. Reykjavik Iceland: 206.

- 32 Bock. (2011). Newspaper journalism and video: Motion, sound, and new narratives. **New media and society**. 27.
- 33 Caneda and others. (2020). Analyzing VR and 360-degree video apps and sections. A case study of seven European news media outlets. **Revista Latina de Comunicación Social** 75.149-150
- 34 Amal. (2024). Authenticating Citizen Journalism Videos by Incorporating the View of Archival Diplomatic into the Verification Processes of Open-source Investigations (OSINT). paper presented at IEEE **International Conference on Big Data**. Italy: p484.
- 35 هبة الله نصر. (2024) . تقييم النخب المهنية لمدى فاعلية نشرات الفيديو الإخبارية في مواقع الصحف المصرية لتعزيز فهم المضمون لدى الجمهور. جامعة القاهرة: كلية الاعلام: **المجلة المصرية لبحوث الاعلام** ع 87. 77.
- 36 ألاء محمد ورائيا زكريا. (2023). اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو ودورها في مكافحة الشائعات الالكترونية. جامعة المنصورة: كلية الآداب، **مجلة كلية الآداب**، ع 72. 1191
- 37 مروة القرني. (2021). تأثير الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية الالكترونية على إدراك وتذكر المضمون الإخباري: دراسة شبه تجريبية. جامعة سوهاج: كلية الآداب، **مجلة كلية الآداب**، ع 59. 417.
- 38 Bock.(2015). Showing versus telling: Comparing online video from newspaper and television websites. **sage journals** vol 17 issue 4.59.
- 39 Bock. (2009). One Man Band: The Process and Product of Video Journalism., **PHD published**. University of Pennsylvania 5.
- 40 Messineo. (2015). Doing it alone: do video journalists affect the quality and credibility of television news? **Master published**. Colorado State University 1.
- 41 Hendriks and others. (2019). Taking the full view: How viewers respond to 360-degree video news. opcit pp1-2.