



كلية الإعلام
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

توظيف التقنيات الحديثة في تقديم المحتوى الإخباري التفاعلي متعدد الوسائط الرقمية في مواقع الصحف اليومية السعودية: دراسة تحليلية مقارنة

د. نوير بنت سليمان الشمري

أستاذة الصحافة والإعلام الجديد المساعد - كلية الإعلام والاتصال -
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

مقدمة:

القت التغييرات والتقنيات الحديثة التي طرأت في مجال تكنولوجيا المعلومات والذكاء الاصطناعي بظلالها على واقع الممارسة الإعلامية في البيئة الرقمية الحديثة، وساهمت تلك التقنيات المتسارعة نحو إفادة الصحافة الرقمية من أوجه عدة لتطوير العمل الصحفي، كما أسهمت بأعاده تشكيل مفاهيم وأدوات مهمة في الممارسة الصحفية سواء على مستوى جمع المادة الصحفية ومعالجة المعلومات والبيانات وإنتاج وتقديم المحتوى، وعلى صعيد أساليب تعاطي الجمهور مع هذا المحتوى والتفاعل معه وبإعادة نشره وتبادلته (غالي، 2008).

وتشير التقارير الدولية ومنها تقرير معهد رويترز حول أوضاع الصحافة الرقمية خلال عام 2023م إلى «أن المخاوف من استدامة سوق صناعة الأخبار عبر الإنترنت أصبح شديد التعقيد، ومحضوف بالمخاطر، حيث تُظهر الاستطلاعات مع خبراء الاتصال أن الكثير من الأشخاص يشعرون أن التغطية الإعلامية سلبية للغاية ويصعب الوثوق بها أو الوصول لها»، وهذا يتطلب فهم الجمهور وسلوكه الاتصالي لإنتاج محتوى بشكل يلبي اهتماماته ويشبع تفضيلاته المتغيرة بسرعة بأساليب وتقنيات تتماشى مع طرق تتواءم تعاطيه الحالي للمحتوى بدلا من القوالب التقليدية والقديمة (1).

لذا تتجه تيارات الصحافة الحديثة إلى الأخذ بالاعتبار أن انتقال الجمهور (القراء سابقاً) من فعل القراءة للحدث إلى فعل المعاشية، ويتضمن ذلك أن يكون لدى الصحيفة القدرة على خلق الشعور بعدم الانعزال عبر المشاركة الفعالة في الحدث والبعد عن التلقي السلبي، وزيادة الارتباط العاطفي مع أحداث وتفاصيل المحتوى الإخباري بشكل يدفع المتلقي للقراءة والاستمتاع و للإجراء المزيد من البحث للحصول على تفاصيل أو معلومات أكثر بفضل معاشية تقنيات حديثة في عرض وتقديم المحتوى الصحفي القائم على الاستغراق والتفاعل في بيئة رقمية تحاكي الواقع أو تدمج تفاعل القارئ مع المحتوى الصحفي.

وأوجدت التقنيات الرقمية الحديثة في البيئة الاتصالية الجديدة أساليب وأدوات حديثة في بناء وعرض المحتوى الإخباري في مواقع الصحف ومنصات الرقمية، تتضمن العديد من أدوات السرد الرقمي والوسائط المتعددة والقوالب والتقنيات الجذابة التي تحاول التغلب على عزوف الكثير من الجمهور عن القراءة فضلاً عن المشاهدة، وتؤدي في ذات الوقت الغرض في التأثير بطريقة أكثر إيجابية على جمهور المتلقين إضافة إلى خلق الرابط العاطفي بين المتلقي والحدث (عطية والزهراني، 2021)، حيث استخدمت الصحافة عبر مواقعها ومنصات الرقمية المختلفة التقنيات الحديثة والقوالب الفنية الجديدة مثل: الفيديو جراف، والتدوين المباشر، والواقع المعزز والافتراضي وأسلوب Cross media، وتقنيات 360 درجة والويكي، مؤكداً أن توظيف التقنيات الحديثة في تقديم المحتوى الإخباري وأدواتها المدعومة بتقنيات الوسائط الرقمية في مواقع الصحف ومنصات المختلفة يعد أحد الضمانات الهامة التي يطرحها خبراء الاتصال لجذب الجمهور وتحقيق انسجامه مع المحتوى الرقمي (أرباب، 2021).

أهمية الدراسة:

يمكن أن تتضح أهمية الدراسة من خلال الآتي:

1) حاجة المكتبة الإعلامية العربية، ولاسيما المكتبة السعودية لمزيد من الدراسات التي تبحث في كيفية توظيف التقنيات الحديثة في الممارسة الصحفية بمواقع الصحف اليومية السعودية؛ فمن خلال مسح التراث البحثي المرتبط بموضوع الدراسة، يتضح قلة الدراسات العربية التي تناولت تقنيات عرض المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية؛ مما يتطلب مزيداً من الدراسات التي تبحث في ذلك المجال.

2) تسلط الدراسة الضوء على الاتجاهات الحديثة في عرض وتقديم المحتوى الإخباري الرقمي والذي يعد اليوم أحد الأساليب الهامة في ظل التحولات السريعة في البيئة الاتصالية الجديدة حيث تسهم الدراسة في إضافة معرفية وتطبيقية في تقنيات وقوالب التحرير الرقمي.

3) أهمية نتائج الدراسة، والتي يمكن الاستفادة منها في فهم واقع تطور الصحف اليومية السعودية عبر مواقعها الإلكترونية، ومدى مواكبتها للتطور الرقمي، وكذلك تطوير السياسات التحريرية وأساليب تقديم المحتوى وفقاً لنتائج الدراسة وتحليلاتها، والتي قد تكون رافداً للإعلام السعودي، ومحفزاً على التغيير وتطوير آلية العمل وصناعة المحتوى الصحفي.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على مدى توظيف التقنيات الحديثة في تقديم المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية في مواقع الصحف اليومية السعودية، ويمكن تحقيق ذلك الهدف من خلال الآتي:

- 1) التعرف على أهم التقنيات الحديثة في بناء المحتوى الإخباري وأدواته المدعومة بالوسائط الرقمية في مواقع الصحف الإلكترونية.
- 2) كيفية توظيف مواقع الصحف اليومية السعودية للاتجاهات الحديثة في عرض وتقديم المحتوى الإخباري متعددة الوسائط الرقمية.
- 3) تحديد أهم الأدوات والوسائط الرقمية المستخدمة في عرض المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية.
- 4) تحديد الفروق بين مواقع الصحف اليومية في توظيف الاتجاهات الحديثة في مواقع الصحف اليومية.

الدراسات السابقة:

ناقشت الدراسات السابقة تطور استخدام المواقع الصحفية للتقنيات الحديثة في بناء الأشكال الإخبارية المختلفة، في ظل التقنيات الرقمية الجديدة، وبحثت دراسة (مطوع، 2023) بعنوان (تأثير استخدام الأساليب الرقمية الحديثة في تذكّر القراء لمضمون القصص الإخبارية بالمواقع الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية) تأثير اختلاف تقديم القصة الإخبارية بالمواقع الإلكترونية بأسلوب الكروس ميديا وأسلوب الفيديو جراف في مقابل الأسلوب التقليدي المتمثل في أسلوب السرد المتسلسل باستخدام النص على تذكّر المبحوثين للمضمون، و تنتهي الدراسة الى الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج شبه التجريبي، حيث اشتملت عينة الدراسة على عينة عمدية تضم 90 مبحوثاً من طلاب قسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة سوهاج، وتوصلت الدراسة إلى أنه درجة تذكّر افراد العينة لمضمون القصة الإخبارية تعزى لأسلوب عرض القصة، حيث أكدت النتائج أن أعلى نسبة تذكّر لدى المبحوثين هي لصالح الفيديو جراف يليها مجموعة الكروس ميديا.

وفي ذات الاتجاه ناقشت دراسة محمد (2022) بعنوان (الأشكال المستحدثة في عرض المضامين الإخبارية واستخدام تقنيات السرد التفاعلي في المواقع الإخبارية: دراسة تحليلية مقارنة) مدى توظيف تقنيات السرد التفاعلي في عرض المحتوى الإخباري في موقعي قناتي (BBC, CNN)، واستخدمت الدراسة منهج المسح والمنهج المقارن، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم الأشكال المستحدثة المستخدمة في مواقع الدراسة هي الفيديو جرافيك بينما تفوق موقع BBC في استخدام البودكاست في صناعة المحتوى، في حين اتفقت مواقع عينة الدراسة على توظيف بعض التقنيات مثل الخرائط والرسوم

البيانية والوصلات والنص الفائق، و أوصت الدراسة بتوظيف المواقع الإخبارية للوسائط المتعددة في نشر المضمون الإخباري حيث تساعد في ثراء المحتوى وتجذب القراء.

واهتمت دراسة سمباوه (2022) بالتعرف على تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين وصناع المحتوى السعوديين العاملين في مجال الصحافة في المملكة العربية السعودية، حيث سعت إلى تحديد التكنولوجيات الأكثر استخداماً من قبلهم والكشف عن علاقتها بتطور أدائهم وتغيّر أدوارهم في الفضاء الرقمي، وذلك بإجراء مسح ميداني باستخدام الاستبانة على عينة عمدية بلغت (150) مفردة من المتخصصين في صناعة المحتوى. وتلخصت أهم النتائج في وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي ومعدل الاعتماد عليها، بالإضافة إلى وجود فروق دالة إحصائياً لصالح الإناث في استخدامهم لها بصورة دائمة. كما أوضحت بأن 74% من القائمين بالاتصال يستخدمون تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي بدرجة كبيرة ولكن 58% فقط أظهروا للمهم بطرق إنتاجها، حيث أكد 90.7% منهم على احتياج إنتاج الوسائط الرقمية إلى فريق عمل مستقل، مما يدل على الفجوة في المهارات التي ينبغي عليهم اكتسابها، و أوصت الدراسة بمراعاة اختياره القالب المناسب للمواد الإخبارية بعد دراسة الجمهور بطريقة دقيقة لإيصال الرسالة الاتصالية بشكل سليم.

وأفادت دراسة نيومان (Newman, 2022) التي أجريت على 246 صحفي ومراسل من أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية في الفترة من نوفمبر إلى ديسمبر لعام 2021 حول تحديد استراتيجيات صناعة الإعلام في المستقبل وتوقعات استخدام التكنولوجيا من قبل القائمين بالاتصال بتلك الدول، أن نتائج الاستبيان الإلكتروني، بأنه سيتم تطوير منصات الميتافيرس التي تعتمد على الواقع الافتراضي والواقع المعزز، فضلا عن توظيف آليات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، من اجل تقديم قصص إخبارية وإنتاج إعلامي متميز يتناسب والخبرات الشخصية للمتلقين، فضلا عن تطوير الاعلام المدمج (Hybrid Media)، الذي يجمع بين أنماط الإعلام المختلفة، ومن المتوقع مستقبلا أن المؤسسات الصحفية ستصبح افتراضية، وذلك لتقليل التكلفة، ومواجهة الأزمات التي قد تحد من الممارسة الصحفية حضوريا، وافاد الصحفيون بالمملكة المتحدة، أن نسبة 75% من مؤسساتهم الصحفية قد تحولت إلى مؤسسات تعمل عن بعد، الأمر الذي يتطلب توافر قواعد واضحة، وتدريب واعي لكيفية توظيف الساحات الافتراضية في العمل الصحفي، وقد أفاد المبحوثون أن بيئة الميتافيرس تعد مسار مهني جديد لجذب المزيد من المتابعين وتحقيق أعلى مستويات التفاعلية لدى الجمهور، إلا أن الأمر قد يعتريه بعض المخاوف التي تتعلق بمسألة الخصوصية، وإزالة الحدود الفاصلة بين البيئة الواقعية والبيئة الافتراضية.

وسعت دراسة مطاوع (2020) إلى التعرف على مدى توظيف التقنيات الحديثة في تحرير التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية و الكشف عن الإمكانيات التفاعلية و النماذج والقوالب الفنية المستخدمة في تحريره بالمواقع الإخبارية.وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج

المسح، والمنهج المقارن، كما اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة المقننة، وأداة تحليل المضمون بالإضافة إلى أداة تحليل استخدام الويب للمواقع الإخبارية وهي موقع بوابة الأهرام وموقع بوابة الوفد وموقع الدستور. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن هناك العديد من التقنيات المستخدمة في تحرير التقرير الصحفي بالمواقع الإخبارية الإلكترونية كاستخدام الصور والفيديو والرسوم والفيديو جراف والنص الفائق وكثيراً من الإمكانيات التقنية التي توفرها شبكة الإنترنت للمواقع الإخبارية. وان المواقع الإخبارية عينة الدراسة اعتمدت على قالب الهرم المعتدل وهو من القوالب التقليدية بشكل أساسي ولكن اعتمدت أيضاً على قوالب جديدة مثل قالب الساعة الرملية ونمط القائمة واستخدمت نمط المقاطع والأهرام المتعاقبة بنسبة قليلة، وأكدت الدراسة على حرص مواقع الدراسة على الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي كان قوياً، حيث أن هذه المواقع تحتل مكانة مهمة بالنسبة لجميع الفئات من الجمهور وتحرص المواقع الإخبارية على توفيرها لما لها من نسبة انتشار وإقبال كبير من قبل الجمهور.

وتناولت دراسة العيصي (2019) استخدام القائم بالاتصال لأدوات التحرير الصحفي في الصحف الإلكترونية السعودية ومدى ثراء المضمون للقارئ من وجهة نظر القائم بالاتصال بالإضافة إلى معرفة مدى ثراء تجربة قارئ الصحف الإلكترونية السعودية، واستخدمت الدراسة الاستبيان الإلكتروني على 32 محرراً إلكترونيا بما فيهم رؤساء تحرير لصحف إلكترونية سعودية والذين تتراوح عدد سنوات الخبرة ما بين 6 إلى 10 سنوات. وتوصلت الباحثة إلى أن الوسائط المتعددة استطاعت أن تعزز من تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية، إلى جانب عدم توفر أنظمة الأرشيف الإلكترونية في الصحيفة الإلكترونية السعودية التي يعمل بها بعض المحررين الإلكترونيين والمشمولين في الدراسة. وأوصت الباحثة على إنشاء إدارة التغيير أو التحول (Transformation/Change Management) في كافة المؤسسات الإعلامية العربية سواءً التي تبنت تكنولوجيا الحاسبات أو التي لم تطبقها بشكل كامل، بحيث تحرص الإدارة على تطوير جميع أساليب الإنتاج الصحفي على المستوى التحريري والإخراج والتواصل باستمرار مع العاملين في العملية التحريرية لفهم المتطلبات والاحتياجات الصحفية.

واستهدفت دراسة ربيع (2018) معرفة مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية المصرية باستخدام تقنيات الوسائط المتعددة في الارتقاء بمستوى الأداء في الممارسة الصحفية عبر كافة مراحل إنتاج المادة الصحفية. واختار الباحث مجموعة «أونا» للصحافة والإعلام كدراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في القصص الصحفية المدعومة بالبيانات أو ما يعرف اختصاراً بـ «صحافة البيانات»، وعبر العينة المختارة والمتمثلة في المواقع الإلكترونية الأربعة والتابعة لمجموعة «أونا» معتمدة على أسلوب العينة العمدية في جمع المعلومات الخاصة بالدراسة. وفي إطار توظيف الباحث لمنهج دراسة الحالة استخدم أداة المقابلة المتعمقة مع القيادات التحريرية ضمن فريق العمل المتخصص لاستخدام الوسائط المتعددة داخل غرفة الأخبار بمجموعة «أونا» للصحافة والإعلام. وخلصت نتائج الدراسة إلى أن صحافة البيانات اتجاه جديد يستحق الاهتمام لأنه فرض نفسه في غرف الأخبار من خلال توظيفه الوسائط المتعددة وأدوات التفاعلية في عرض المحتوى الصحفي المندمج والمتكامل. كما أظهرت النتائج أيضاً مدى وعي القيادات التحريرية بغرفة الأخبار بمجموعة «أونا» بأهمية مسايرة النماذج العالمية في غرف الأخبار المندمجة، من خلال الاهتمام بفكرة «الصحفي الشامل» أو الصحفي متعدد المهارات.

وهدف دراسة مبارك (2018) لمعرفة أساليب تحرير صحافة البيانات وأثرها على فهم وتذكر المضمون الاقتصادي في الصحف الإلكترونية، التعرف على تأثير استخدام الرسوم المعلوماتية (الإنفو جراف) على التحرير بمواقع الصحف الاقتصادية وكيفية توظيفها بهذه الصحف والتعرف على أثر استخدامها على عملية الفهم والتذكر لدى المتلقي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وشبه التجريبية واستخدمت منهج المسح والمنهج التجريبي ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة واستخدمت أداة تحليل لمضمون ومقياس الفهم والتذكر وتوصلت الدراسة إلى غلبة الرسوم الثابتة على موضوعات صحافة البيانات في صحف الدراسة وان معظم الموضوعات التي تم نشرها في صحف الدراسة كانت تعتمد على المؤسسات الرسمية كمصدر للبيانات، يليها البيانات الأولية ثم المؤسسات غير الرسمية وأثبتت الدراسة تفوق الرسوم التفاعلية على الرسوم الثابتة و المتحركة فيما يتعلق بفهم وتذكر القراء للمضمون الاقتصادي.

استفادة الباحثة من الدراسات السابقة:

ساهمت الدراسة السابقة في تحديد أبعاد الدراسة وبلورة المشكلة البحثية بما يتناسب مع التتابع البحثي للدراسات السابقة وصياغة الأهداف في هذا الإطار وطرق تحقيقها، والمساعدة في ضبط الإجراءات المنهجية للبحث واختيار العينة والأدوات بشكل صحيح يضمن تحقيق أهداف الدراسة وتساؤلاتها، كما ساهمت الدراسات السابقة في تحديد وتكوين الإطار النظري للدراسة والحصول على المعلومات والبيانات النظرية التي تحتاجها الدراسة للإسهام في تكوين أرضية معرفية نظرية عن متغيرات الدراسة تكون بمثابة إضافة للمكتبة الإعلامية في بحوث الصحافة الرقمية.

الإطار النظري والمعرفي للدراسة:

نظرية ثراء وسائل الإعلام

قام بوضع النظرية كل من ريتشارد دافت وروبرت لينجل وتم استخدامها لتصنيف وتقييم وسائل اتصالية معينة، ودراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتؤكد النظرية على أن فعالية الاتصال تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة. وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة. وتنص نظرية ثراء وسائل الإعلام على أن جميع قنوات الاتصال تملك خصائص معينة تجعلهم أقل أو أكثر ثراءً، وأحد أهم أهداف اختيار وسيلة اتصال هو تقليل غموض الرسالة إذا كانت الرسالة غامضة، فإنها تكون غير واضحة وبالتالي أكثر صعوبة على المستخدم لفك شفرتها. فكلما كانت الرسالة غامضة، كلما زادت الحاجة إلى الإشارات والمعطيات اللازمة لفهمها (Daft & Lengel, 1984).

وركزت نظرية ثراء وسائل الاعلام على التحقق من كيفية تأقلم المؤسسات الإعلامية في مواجهة تحديات الاتصال وبشكل خاص تلك المشاكل المتعلقة بالرسائل الغير واضحة والمشوشة وذات التفسير المتضارب، وتشير نظرية ثراء وسائل الاعلام إلى ان «الاتصال المباشر هو الوسيلة الأكثر ثراءً وفاعلية في تقليل الالتباس الذى يمكن ان يحدث في عملية الاتصال»، لذلك فهو شكل اتصالي اعلى ثراء من غيره فيما يتعلق بالرسائل الإعلامية ذات المحتوى المعرفي الكثيف خاصة تلك التي تحتوى على اقسام ومساحات تنظيمه، لذلك فان الوسائط الإعلامية التي تستخدمها التقنية الالكترونية تحتل مكانها بين طرفين هما الاتصال المباشر وجها لوجه ووسائل الاتصال الورقية، وذلك اعتمادا على قدرتها في حمل الاشارات الغير لفظية، وسرعة نقل رجع الصدى وامكانية نقل السمات الشخصية للمرسل بشكل واضح بالإضافة الى دعمها استخدام اللغة المبسطة (رضا، 2023).

وتتلخص فروض النظرية في الآتي:

- إن المزيد من رجع الصدى والاشارات تزيد من ثراء وسائل الاعلام: فامتلاك الوسيلة لأدوات تتيح للمستقبل ان يرسل ردود فعله وتعليقاته الى المرسل يعتبر من عوامل ثراء الوسيلة لأنه يتيح امكانية ازالة اي التباس في المعلومات المرسله والوصول الى الوضوح في استقبال الرسالة بشكل صحيح.
- يؤدي استخدام الوسائط الأكثر ثراءً إلى أداء أفضل للمهام الملتبسة بينما سيؤدي استخدام الوسائط الأقل ثراءً إلى أداء أفضل للمهام الاقل غموضاً: وهذه النقطة تركز على اهمية ثراء الوسيلة فيما يتعلق بطبيعة المعلومات التي يتم ارسالها فكلما كانت الرسالة بحاجة الى توضيح ونقاش بين المرسل والمستقبل كان ارسالها بالوسائط الإعلامية الاكثر ثراء ضروري على عكس بعض المعلومات الواضحة والغير غامضة التي يمكن ارسالها بطرق اقل ثراء حيث تتميز الرسالة بالبساطة والوضوح وذلك يرتبط بمجموعة من المتغيرات المشتركة بين المرسل والمستقبل (اسماعيل، 2018).

تصف نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory معايير الاختيار بين الوسائط الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائط الإعلامية التي توفر رجع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة.

ونجد ان هذه النظرية تم استخدامها بشكل فعال لدراسة وسائل الاعلام مع ظهور العصر الرقمي حيث اتجهت الدراسات العربية الى محاولة الكشف عن ثراء وسائل الاعلام التي تم تطويرها حديثا ومحاولة مقارنتها بوسائل الاعلام القديمة، خاصة مع ظهور مصطلحات حديثة مثل الاعلام الجديد واندماج وسائل الاعلام بالإضافة الى التفاعلية الحديثة واتجاه العديد من الدراسات للوقوف على مدى تطور التفاعلية واختلافها حديثا وقديما.

واعتمدت الباحثة في دراستها على نظرية ثراء الوسيلة لمعرفة كيفية توظيف المواقع الإلكترونية للإمكانيات التقنية التي تتمتع بها في تقديم محتوى ثري بالوسائط الرقمية بأسلوب بسيط يجذب القارئ، والوسيلة توصف بالثراء هي التي لها القدرة على تقديم المعلومات بالطريقة التي تزيل أي غموض حول الرسالة المقدمة، ودائماً يأتي دور **المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية** بما تقدمه من معلومات في إزالة الغموض، وعدم التأكد» اللذين تناولتهما النظرية من خلال استخدام الرسوم البصرية التي تساعد القارئ في فهم المحتوى الإخباري، **كما اعتمدت الباحثة على أبعاد للثراء تتفق مع توظيف التقنيات الحديثة في تقديم المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية في مواقع الصحف اليومية السعودية**، وتتمثل في تعدد الرموز ويعني أن يتم تقديم الرسالة بأكثر من شكل حتى تصل للجمهور؛ وذلك من خلال تعدد القوالب التقنية الحديثة، والوسائط التي يتم استخدامها في تقديم المحتوى من نصوص وصور ورسوم، وفيديو اللغة الطبيعية وهي استخدام لغة قريبة من الجمهور، تصل له بسهولة ولا يجد صعوبة في فهمها، وقد تحقق هذا البعد من خلال حرص المواقع عينة الدراسة على تبسيط الأرقام والمصطلحات المعقدة وتدعيم المحتوى بتصميمات مختلفة تساعد في تسهيل إدراك المحتوى الإخباري بمختلف أشكاله.

ثانياً: التقنيات الحديثة في عرض المحتوى الإخباري في مواقع الصحف الإلكترونية

مع بزوغ المرحلة الاتصالية الرقمية الجديدة التي نجمت عن اندماج التقنية بالإعلام وظهور حقبة الإعلام الجديد القائم على الإفادة من التطبيقات الرقمية، شرعت المؤسسات الصحفية عبر مواقعها الإلكترونية إلى تسخير كل ما يستجد من أدوات وأساليب حديثة في إنتاج المحتوى، وإعادة توزيعه لخوض مضمار المنافسة في مجال الإعلام الرقمي وتقديم وسائل مختلفة تستهدف شرائح المجتمع بكافة رغباته وتوجهاته، في قالب رقمي يمكن القارئ والمشاهد والمستمع من تلقيها والاستفادة منها أو حتى مشاركتها الآخرين.

وتحولت المسألة من منافسة إلى تكامل استراتيجي للصحف الورقية مع التقنيات الحديثة، الأمر الذي جعل المؤسسات الصحفية تتحول إلى منصات إعلامية (عبدالفتاح، 2016) لتنتج الكلمة والصوت والصورة في آنٍ واحد حيث تعدد وتزايد وتكامل الأساليب والتقنيات الحديثة لتحقيق هدف إثراء لجماهير بمختلف الوسائل والطرائق والأدوات الحاملة للمحتوى وفق عمل جاد ومنظم يخطط أوقات الظهور والتناهي والتصاعد وصولاً إلى مرحلة الذروة والإغراق، تليها مراحل الرصد والتوثيق والقياس وتتبع ملامح الأثر، ليرتسم عبر خط الإنتاج هذا شكل الأداء الصحفي الجديد عبر منصات متعددة ضمن منظومة كبيرة تهدف الحفاظ على جماهيرها والوصول إلى أكبر شريحة واستقطاب فئات جديدة ما سيجعلها أكثر صموداً في ظل المتغيرات التي تشهدها الساحة الإعلامية، **وتعددت التقنيات الحديثة في عرض المحتوى الرقمي والتي اعتمدها المؤسسات الصحفية الكبرى ومن أهمها:**

تقنية الواقع الافتراضي والمعزز: تبرز تقنيات الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) كركائز أساسية في إعادة تشكيل تجارب المستخدمين وتوسيع آفاق التفاعل الرقمي، من خلال توفير

تجارب غامرة وتفاعلية تتجاوز حدود الوسائط التقليدية، تفتح هذه التقنيات الباب أمام إمكانيات جديدة في مجالات الصحافة الرقمية والإعلام الجديد، ويعد الاستثمار في تطوير تطبيقات الواقع الافتراضي والواقع المعزز ليس فقط خطوة نحو تعزيز تجربة المستخدم، بل هو أيضاً استثمار في مستقبل التكنولوجيا الرقمية الذي يعد بمزيد من التفاعل والإبداع وفرصة مثالية للمؤسسات الصحفية لخلق تجارب لا تُنسى تسهم في تشكيل ملامح المستقبل الرقمي.

ويقصد بتقنية الواقع الافتراضي (Virtual Reality) الذي يرمز لها اختصاراً بالـ VR تصميم نوع من العروض الخيالية بحث على شكل محاكاة حاسوبية لبيئة حقيقية، أو يكون خيالياً تماماً تم إنشاؤه بطريقة عالية الدقة والاحتراف، وهذا يجعل التفريق بينه وبين العالم الحقيقي صعباً، ويمكن الوصول إلى الواقع الافتراضي (Virtual Reality) عبر ارتداء نظارة أو خوذة خاصة تنقل المستخدم إلى هذا العالم.

وتعد الأفلام ثلاثية الأبعاد وألعاب الفيديو من أشهر استخدامات الواقع الافتراضي، الذي يقوم كما أسلفنا بإنشاء محاكاة تقوم بإغلاق العالم الخارجي والمستخدم عبر الأجهزة الحاسوبية التي تخلق البيئة وتنقله إليها(2)، وذلك عبر المعدات الحسية كالنظارات وسماعات الرأس، لذا نرى الذين يخوضون سباقاً بتقنية الواقع الافتراضي ينكمشون ويصرحون ويتألمون ويتحركون كأنهم يقودون حقاً، وهذا يحقق نوع من الانغماس لذا يعزز تجربة المستخدم (غازي، 2024).

إما تقنية الواقع المعزز الذي يشار إليه في اللغة الإنجليزية بمصطلح (Augmented Reality) ويرمز لها اختصاراً (AR)، فيمكن تعريفها على أنها عملية دمج العالم الافتراضي المتخيل بالعالم الحقيقي الواقعي، وذلك عبر استخدام تطبيقات مخصصة لذلك تساعد المستخدمين على التفاعل مع كل من العالم الواقعي والعالم الافتراضي، مع الاحتفاظ بالقدرة على التمييز بينهما.

ويمكن تعريف الواقع المعزز(3) بأنه إدخال كائنات وعناصر افتراضية إلى مشهد حقيقي يراه المستخدم، فتكون نتيجة ذلك عالماً هجيناً جديداً مؤلفاً من المكونات الفيزيائية الملموسة التي نستطيع إمساكها باليد والكائنات الافتراضية التي تستطيع رؤيتها وسماع صوتها والتفاعل معها، إلا أنها غير قابلة للمس. ولعل أشهر تطبيقات الواقع المعزز (Augmented Reality) الفلاتر التي تُستخدم على سناب شات وغيره من منصات التواصل الاجتماعي والتي تضيف كائنات افتراضية على الوجه البشري مثل أذني الأرنب وأنفه وغيرها من التفاصيل، كما توجد تطبيقات أخرى موجودة على الهواتف المحمولة تستخدم تطبيق الكاميرا وتضيف إلى المشهد أقزاماً أو أسماكاً وأشكالاً أخرى (جمعة والحسيني، 2023).

ويمكن للصحفيين استخدام تلك التقنيات من خلال:

- نقل المستخدم مباشرة إلى مواقع الأحداث الحالية، حيث سي شاهد القراء الأحداث وكأنهم في الموقع ذاته ويمكنهم التجول والتفاعل مع المحيط واستقاء المعلومات بشكل أكثر تفصيلاً.

- إضفاء عمق على القصص من خلال الواقع المعزز لتحسين قراءة التقارير والمقالات والقصص الصحفية حيث يمكن للقراء استخدام تطبيقات الهواتف الذكية لتمرير هواتفهم فوق صور القصص المطبوعة لعرض محتوى إضافي عبر نقلهم إلى محتوى إضافي من الروابط ومقاطع الفيديو.

- إحياء التاريخ من خلال الواقع الافتراضي حيث تستطيع وسائل الإعلام استخدام التقنيات المتقدمة لإحياء المواقع التاريخية من خلال الزيارات الافتراضية مما يساهم في تعزيز فهم القراء للأحداث التاريخية الهامة ويكون جزءاً منها.

تقنية 360 درجة Immersive video: تكنولوجيا فيديو حديثة يتم تصويرها في وقت واحد بكل الاتجاهات، وهي أفلام تسمح للمشاهدين بتجربة مشاهدة الفيلم من جميع الاتجاهات - الأمام والخلف والجانبين والأعلى والأسفل. يتم تصوير هذه الأفلام باستخدام كاميرات خاصة تلتقط كل الزوايا المحيطة بالكاميرا (4).

إن التعريف الأكثر شيوعاً هو التعريف الذي صاغته نوني دي لا بينيا رائدة في هذا المجال، فهي تستخدم هذا المصطلح للإشارة إلى إنتاج القصص الإخبارية بطريقة تسمح للمتلقي بالحصول على تجارب من منظور الشخص الأول للأحداث، حيث يولد هذا النوع من الصحافة إحساساً بالحضور ينقل المستخدمين إلى سيناريو مختلف، فيمكنهم مشاهدة قصة إخبارية معينة والشعور بأنهم موجودون بالفعل، ويتحقق هذا الوجود من خلال أنظمة الانغماس المختلفة (Cave أو HMD) وإنشاء عوالم افتراضية، والتي يمكن أن تسمى الترفيه ثلاثي الأبعاد، والتصوير بزوايا 360° هو إنتاج أصبح منتشرًا في قطاع الإعلام؛ نظرًا لتكلفته المنخفضة نسبيًا ووقت إنتاجه القصير.

الكروس ميديا: الدمج والتكامل بين الوسائط المتوفرة للمحتوى وهي نص وصوت وصور وفيديو وجغرافيك والرسوم وبيحث يعرض كل عنصر جزءاً من القصة، وأطلق مفهوم الإعلام المتقاطع Cross Media على نتائج معين أو على خدمة تمزج معطيات النص والصوت والصورة الفوتوغرافية والفيديو والإنفوجراف والرسوم والصور المتحركة، ويتجاوز هذا التعبير مجرد التعدد في استخدام الوسائط إلى فكرة الدمج بين هذه الوسائط وتكاملها بشكل يحقق جذب المتلقين، ويدفعهم للتعرض للمحتوى الإعلامي المقدم في هذه الرسائل الاتصالية، بالإضافة إلى إسهامها في بناء المعنى المراد توصيله إلى هؤلاء المتلقين (خليل، 2023).

تقنية السرد البصري باستخدام الشرائح: عرض المحتوى على شكل صور متعددة ونصوص قصيرة وأحياناً يتم تضمين ملفات صوتية وفيديو لتعزيز القصة، وتعتبر الشرائح واحدة من الأدوات المرئية الفعالة للتواصل والتفاعل مع القراء في المواقع الإخبارية. ويستخدم:

(1) عرض بالترتيب الزمني: يمكن استخدام الشرائح لعرض حدث واحد أو سلسلة أحداث حسب ترتيب زمني. يبدأ القارئ بالشريحة الأولى ويتحرك خلال الشرائح لمتابعة التطورات والتفاصيل.

(2) القصة المصورة: يمكن استخدام الشرائح لإنشاء قصة مصورة بشكل متسلسل. يمكن استخدام الصور والنصوص المصاحبة للشرائح لسرد الأحداث وإثارة الاهتمام ونقل المعلومات.

3) التقسيمات الفرعية: يمكن استخدام الشرائح لتقسيم الموضوع الرئيسي إلى فروع فرعية تحتوي على معلومات متعمقة. يمكن للقراء الانتقال بين الشرائح للاطلاع على التفاصيل بشكل متسلسل ومنهجي (كنعان، 2014).

تقنية البطاقات: أسلوب حديث في عرض المحتوى الصحفي يعتمد على استخدام البطاقات الصغيرة والقابلة للتمرير (تسمى أيضاً البطاقات المنزلقة أو السحب) لتقديم المعلومات بشكل جذاب ومرتب، يعمل النظام على تقسيم المحتوى إلى بطاقات منفصلة تعرض بشكل فردي. يمكن للقراء التنقل بين البطاقات عن طريق السحب أو النقر على الأزرار المتاحة، وبذلك يتمكنون من استكشاف المحتوى بسهولة وبصورة متسلسلة.

القصص الرقمية المطولة: هي قصص مطولة تعتمد على تجارب غنية ومتعددة الأبعاد. تتميز هذه القصص بأنها مفصلة ومتعمقة، وتعتمد على التفاعل والمشاركة من قبل القراء. باستخدام تقنيات متنوعة منها الوسائط المتعددة حيث يتم دمج النصوص مع الصور والفيديو والصوت والرسوم المتحركة لتوفير تجربة شاملة. يمكن استخدام هذه الوسائط لتوضيح الأحداث وإيصال الجوانب العاطفية وإلقاء الضوء على التفاصيل الهامة.

تقنية التدوين المباشر للقصص الإخبارية: هو نوع من التقارير الصحفية الذي يتم فيه نقل الأحداث والتفاصيل في الوقت الحقيقي أثناء وقوعها. يتم ذلك عادةً عن طريق كتابة تحديثات مستمرة وسريعة على منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر أو فيسبوك أو إنستغرام أو من خلال نشرات مباشرة على مواقع الأخبار.

وتعرف البث المباشر على مواقع التواصل الاجتماعي هو عملية نقل الفيديو والصوت بشكل مباشر وفوري عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، وإنستغرام، وتويتر، ويوتيوب، وغيرها، ويتيح هذا النوع من البث للمستخدمين التفاعل المباشر مع المحتوى والمعلومات التي يتم بثها، ويسمح للمشاهدين بالتعليق والمشاركة في الوقت الفعلي، مما يخلق تجربة تفاعلية ومشاركة فورية بين المذيع والجمهور - وفق تقنية البث المباشر في المواقع الإخبارية هي عملية نقل البيانات الصوتية والمرئية من مصدر مباشر إلى المشاهدين في الوقت الفعلي، وتستخدم هذه التقنية بشكل واسع في الإعلام لنقل الأخبار العاجلة، المؤتمرات الصحفية، الأحداث الرياضية، والحفلات الموسيقية وغيرها من الفعاليات الحية، ومن أهم فوائد البث المباشر التفاعل الفوري حيث يمكن للمشاهدين التفاعل مع المحتوى مباشرة من خلال التعليقات والأسئلة، والوصول الواسع لأنه يمكن الوصول إلى جمهور عالمي دون الحاجة إلى تجهيزات بث معقدة، بالإضافة إلى التكلفة المنخفضة لأن استخدام الهواتف الذكية والتطبيقات مثل فيسبوك لايف وبيرسكوب يجعل البث المباشر أقل تكلفة مقارنة بالبث التقليدي (شاهين، 2014).

تقنية الويكي: شكل من أشكال صحافة المواطن أو التعهد الجماعي وهي نوع من الصحافة التعاونية ووفقا لبول برادشو، هناك خمسة أنواع من ويكي الصحافة وهي الصحافة التي يمكن للقراء من خلالها تعديل مقال او منتج داخليا، وويكي الصحافة التعهد الجماعي وهي وسيلة لتغطية المواد

التي لا يمكن إنتاجها داخليا لأسباب لوجستية، وويكي الصحافة المساعدة وهي إنشاء ملحق لقطعة من الصحافة الأصلية مثل علامات تبويب، وويكي الصحافة المفتوحة والتي يتم إنشاء مقال ويكي كمساحة مفتوحة يقرر موضوعها المستخدم والتي يمكن فيها إنتاج المواد التي لم يتم إنتاجها من قبل، واخيرا ويكي الصحافة اللوجستية المقتصرة على مشاركة مساهمين داخليين فقط.⁽¹⁾ هي نظام تعاوني يتيح للمستخدمين إنشاء وتحرير المحتوى بشكل مشترك. وتستخدم في الصحافة بطرق مختلفة، منها: إنشاء موسوعات الأخبار، التحرير المشترك، الاستجابة السريعة للأخبار العاجلة: في حالات الأخبار العاجلة والحدث المتسارع، يمكن استخدام تقنية الويكي لتحديث المعلومات بشكل سريع وفعال. يمكن للصحافيين توفير معلومات جديدة وصور ومقاطع فيديو لحظية، ويمكن للقراء الاطلاع على هذه المحتويات بشكل فوري.

الفيديو جراف (Videography) أو الإنفورميشن فيديو (information video) هو احد أنماط الانفوجرافيك التفاعلي وهو عبارة عن رسوم متحركة تتناول شرح قضية معينة، أو فيديو تفاعلي يحتوي على بعض المعلومات التي تشرح بعض القضايا والأحداث وقد يحتوي على الموسيقى ومؤثرات الصوت والخرائط والصور وغيرها من الوسائط المتعددة، وهو النمط الذي أصبحت تتجه إليه المواقع والصحف الإلكترونية في تناولها للموضوعات والأحداث الجارية بشكل جذاب وتفاعلي.

وقد لجأت المواقع الإلكترونية للصحف العالمية إلى الفيديو جرافيك كوسيلة جذابة للانتشار وعرض المعلومات، وهناك العديد من المواقع الإلكترونية التي تشتهر بإنتاج الفيديو جرافيك وتوظيفه في معالجتها لمختلف الأحداث والقضايا، كما أن أغلب المؤسسات الإعلامية تستخدم هذا النوع على منصات الرقمية للخروج من قالب التقليدي للفيديو، ويستخدم الفيديو جرافيك في تناول مضامين متنوعة كالترويج لمنتجات شركة ما، أو عرض بعض المعلومات عن شيء ما، أو سرد السيرة الذاتية لشخص أو حدث ما، وذلك حسب سياق الموضوع، وحسب اهتمام كل موقع بتوظيف الفيديو جرافيك في معالجة الأخبار والقضايا (مطاوع، 2022).

أهم الوسائط الرقمية المتعددة في المحتوى الإخباري:

تشكل الوسائط المتعددة مزيجا نصيا صوتيا وصوريا يضي على المواقع الإعلامية جمالية وجاذبية ومهارة وتفاعلية، حيث انصهرت بواسطتها الفروق والأبعاد بين الوسائل الإعلامية، وأصبح الخبر يقرأ ويسمع ويشاهد في نفس الوقت على موقع واحد، وبات إحدى الضروريات والشروط للمواقع الإعلامية الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية التي تشهد التحديث باستمرار، وإحدى عناصر المنافسة بين الوسائل الإعلامية ومواقعها على الشبكة، فهي حقيقة جوهر الإعلام الالكتروني الذي تغيرت في ظلها المعلومات، فلم تعد استرسالا لعلامات حاملة لعنان يحددها مؤلف النص، ليؤهلها القارئ الذي تتحدد حريته في قدرته على التأويل في اطار الجمود والرتابة، بل اصبحت متشابكة، يتحكم في صياغة علاقتها المستخدم عن طريق تقنية النص الحي او النشاط، ولم تعد عملية التقبل مشاهدة استماع، أو قراءة خطية، بل ملاحظة نشطة تفاعلية.

وقدم دارسون وباحثون من تخصصات علمية وبحثية عديدة تعريفات للوسائط المتعددة مما أفرز جملة من التعريفات من بينها كونها مجموعة من التطبيقات الحاسوبية التي تعمل على تخزين المعلومات بعدة أشكال تحتوي على النصوص والأصوات والصور الثابتة والمتحركة والرسوم، وعرض هذه الموضوعات بطريقة تفاعلية وفقاً لمسارات يتحكم فيها المستخدم ويعرفها جايسكي بأنها وسائط الاتصال المتفاعلة التي تختل وتبدع وتخزن لنقل الإرسال، استرجاع النص، الرسوم البيانية التوضيحية، من خلال وسائل سمعية أو وسائل بصرية وهي حسب جاليرث تعني برامج تمزج بين الكتابات والصور الثابتة والمتحركة والتسجيلات الصوتية والرسومات الخطية لعرض الرسالة التي تستطيع المتعلم أن يتفاعل معها بالحاسوب.

إن لفظ الوسائط Media هي جمع كلمة وسيط medium والوسيط له معان كثيرة، منها أنه كل شيء يستطيع إيصال المعلومة، المكتوب Text كالرسائل المكتوبة أو الإلكترونية، فالنص عبارة عن أحرف وكلمات تتجمع لتحمل معلومة معينة يفهمها من قراؤها إذا كان يعرف اللغة المستخدمة في الكتابة، أو أنت تبلغه شخصياً بالصوت Sound أو برسم بياني image وقد تفسر له المعلومة بالصوت والصورة معاً، ونقلت وسام محمد تعريفاً للوسائط المتعددة من ستيفان روجر، يشير فيه إلى «أن كلمة Multi-media تشير حرفياً إلى استخدام نوعين أو أكثر من الوسائط، ونوعين مختلفين من طريقة التعرض، أو استخدام المعلومات مثل الاستماع والرؤية والقراءة والمشاهدة، وهو عكس مفهوم monomedium والذي يعني استخدام نوع واحد فقط من الوسائط مثل الصور، أو قطعة من النص أو مقطع صوتي، أو فيديو، ويعتبر الفيديو في حد ذاته ملتي ميديا، لأنه يعتمد على قناتين: قناة بصرية وأخرى سمعية - وبنفس الطريقة يمكن القول: إن الصحف تشكل الوسائط المتعددة من خلال مزج النص بالصور.

وأحصت الأدبيات التي تناولت دراسة الوسائط المتعددة في عدة مجالات مجموعة من الخدمات والمزايا التي توفرها، والتي يتحدد على أساسها أهمية هذه الوسائط، وحسب Gibbs فإنه بإمكان الوسائط المتعددة تحسين الاتصال و إثراء المواد المقدمة عبرها، كما أثبتت نتائج دراسات عديدة فاعلية هذه الوسائط في توفير بيئة للمستخدم و اكتسابه المعارف والمعلومات والمهارات ومنح المتلقي فرصة للتفاعل مع المضامين المقدمة عبرها، ويمكن الإشارة إلى مجموعة من الفرص والخدمات المهمة التي تقدمها الوسائط المتعددة فيما يلي: تهيئ فرصاً جديدة لتيسير الحصول على المعلومات عن طريق استشارة عدد أكبر من الحواس البشرية، فضلاً عن كونها تجعل العملية الإعلامية ممتعة وشيقة، وتزود المستخدم بالتغذية الراجعة الفورية، تقديم المعلومات بشكل جذاب ومختصر عن طريق شرح المفاهيم باستخدام رسومات بيانية ثلاثية الأبعاد وتوضيح كثير من المعلومات وتسهيلها بطريقة مبسطة.

وتستخدم المواقع الإخبارية مجموعة متنوعة من الوسائط المتعددة لجعل المحتوى أكثر جاذبية وتفاعلية. من بين هذه الوسائط:

- النصوص: تُستخدم لكتابة المقالات والأخبار والتقارير.
- معرض الصور: تُستخدم لتوضيح المقالات وجذب انتباه القراء.

- الفيديوهات: تُستخدم لنقل الأحداث بشكل مرئي ومباشر، حيث يقوم من خلالها الصحفيون بتصوير وتحرير وغالبًا تقديم مواد الفيديو التي يصورونها، ويتزامن النمو في صحافة الفيديو مع التغييرات الحادثة في تقنيات الفيديو وتخفيض النفقات (عبدالمقصود، 2019). وقد أصبحت الكاميرات ذات الجودة العالية ونظام التحرير غير الخطي (NLE) أصغر ومتاحة بأسعار أقل بكثير من الأسعار السابقة.
- التعليق الصوت: يُستخدم في البودكاست والمقابلات الصوتية.
- الرسوم المتحركة: تُستخدم لتوضيح الأفكار المعقدة بطريقة بسيطة وجذابة.
- الانفوجرافيك: يُستخدم لعرض البيانات والمعلومات بشكل بصري مبسط وسهل الفهم.
- البودكاست (5) هو نوع من الوسائط المتعددة التي تتيح للمستخدمين الاستماع إلى محتوى صوتي عند الطلب. يمكن أن تكون البودكاست حول مواضيع متنوعة مثل الأخبار، التعليم، الترفيه، الرياضة، التكنولوجيا، ويمتاز بعدة مميزات منها: سهولة الوصول حيث يمكن الاستماع إلى البودكاست في أي وقت ومن أي مكان، و تنوع المحتوى، وتحقيق التفاعل مع المضيفين من خلال التعليقات أو وسائل التواصل الاجتماعي، ويستخدم البودكاست كأداة تعليمية فعالة، حيث يمكن للطلاب والمعلمين الاستفادة منها في التعلم عن بعد، وأخيرًا سهولة الإنتاج حيث يمكن لأي شخص تقريبًا إنتاج بودكاست باستخدام معدات بسيطة وبرامج تحرير الصوت.
- وتؤكد كثير من الدراسات العلمية أن البودكاست أصبح أداة قوية في مجال الصحافة الإلكترونية، حيث يوفر وسيلة مبتكرة وجذابة لنقل الأخبار والمعلومات ويمكن توظيفه في الصحافة في عدة جوانب منها:
 - سرد القصص: يمكن للصحفيين استخدام البودكاست لسرد القصص بطرق أكثر تفصيلاً وعمقاً، مما يتيح للمستمعين فهم الأحداث من زوايا مختلفة.
 - المقابلات: يمكن إجراء مقابلات مع شخصيات مهمة أو خبراء في مجالات معينة، مما يضيف قيمة للمحتوى الصحفي.
 - التغطية الإخبارية: يمكن استخدام البودكاست لتغطية الأحداث الجارية بشكل مباشر أو تقديم تحليلات معمقة للأخبار.
 - التعليم والتوعية: يمكن للصحفيين استخدام البودكاست لتثقيف الجمهور حول مواضيع معينة أو تقديم نصائح وإرشادات.
 - التفاعل مع الجمهور: يمكن للبودكاست أن يكون وسيلة للتفاعل مع الجمهور من خلال الرد على أسئلتهم أو مناقشة تعليقاتهم.

مشكلة الدراسة:

شكلت التطورات المتسارعة لوسائل الإعلام الرقمية، ولاسيما في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي تحديا كبيرا للقائمين بالاتصال في الصحف اليومية لماكبة توظيف التقنيات الحديثة في صناعة وتقديم المحتوى الإخباري بأساليب جديدة؛ حيث أصبح الاقتراب من الجمهور وتلبية اهتماماته وتفضيلاته وعاداته الاتصالية الجديدة في التعرض للمحتوى الإخباري ضرورة ملحة لكافة المؤسسات الصحفية في العصر الرقمي، وذلك بعدما تغيرت سمات الجمهور وأدواره-بفعل التطورات التكنولوجية المتلاحقة-من متلقي سلبي للمعلومات إلي جمهور نشط (Audience Active) (أبو الخير، 2023).

وتبنت الصحف العالمية عبر مواقعها ومنصاتها الالكترونية المختلفة أساليب حديثة في عرض وتقديم المحتوى الإخباري المدعوم بالوسائط الرقمية المتعددة في محاولة للحفاظ علي الجمهور، وتعزيز فرص ارتباطه به وكسب ولاءه من جديد، لما لذلك من آثار إيجابية منها: تعزيز شعبية موقع الصحيفة الالكترونية، وانتشار مضامينه علي نطاق واسع، وزيادة عدد زواره ومتابعيه، الأمر الذي يؤدي في النهاية إلي زيادة مداخيل الصحف من الإعلانات أو نسب مشاهدات المحتوى الإخباري الذي تنشره الصحف عبر مواقعها ومنصاتها المختلفة.

لذا تتحدد إشكالية هذه الدراسة في التعرف على مدى توظيف مواقع الصحف اليومية السعودية للاتجاهات الحديثة في عرض وتقديم المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية، من خلال تحديد أهم أنواع الاتجاهات الحديثة المستخدمة في عرض المحتوى الإخباري، و تحديد الفروق بين مواقع الصحف اليومية السعودية في توظيف تلك الاتجاهات أهم الأدوات والوسائط الرقمية المستخدمة في عرض المحتوى الإخباري على مواقع تلك الصحف.

تساؤلات الدراسة:

1. ما حجم استخدام المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية بمواقع الصحف السعودية اليومية؟
2. ما نوع الأدوات والوسائط الرقمية المستخدمة بمواقع الصحف السعودية اليومية التي تستخدمها الصحف المحلية عينة الدراسة (الصور الثابتة، الصور المتحرك، الفيديو، الانفوجرافيك، الموشن جرافيك، البودكاست، الروابط، الشريط المتحرك)؟
3. ما عدد الأدوات والوسائط الرقمية المستخدمة في تحرير المحتوى الإخباري بمواقع الصحف السعودية اليومية عينة الدراسة؟
4. ما نوع الاتجاهات الحديثة المستخدمة التي استخدمتها الصحف عينة الدراسة في تقديم المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية (أسلوب الفيديو جراف، أسلوب Cross media، أسلوب الشرائح، أسلوب البطاقات، القصص الرقمية المطولة، التدوين المباشر، الواقع المعزز، الواقع الافتراضي، تقنية 360 درجة، تقنية الويكي؟

5. ما الفنون الصحفية التي وظفتها الصحف اليومية السعودية في إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؟
6. ما طبيعة الموضوعات التي تناولها المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية بالصحف عينة الدراسة؟
7. ما المصادر المعلوماتية التي اعتمد عليها المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية المنشور بمواقع الصحف اليومية السعودية؟
8. ما نوع المصادر التي توظفها الصحف في نشر المحتوى (حصري وخاص، غير حصري)؟
9. ما الفرق بين مواقع الصحف اليومية السعودية الرقمية عينة الدراسة في توظيف المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية؟

فروض الدراسة:

سعت الدراسة إلى التحقق من صحة الفروض التالية:

- الفرض الأول-** «توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد مواقع الصحف اليومية على الوسائط الرقمية المتعددة تبعًا لأولويات موضوعات المادة الصحفية».
- الفرض الثاني-** «توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد مواقع الصحف اليومية على الوسائط الرقمية المتعددة تبعًا لأولويات الفنون الصحفية».
- الفرض الثالث-** «توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوسائط الرقمية المتعددة التي تعتمد عليها مواقع الصحف اليومية وكثافة استخدامها».

المصطلحات الإجرائية للدراسة:

توظيف: استخدام الوسائط والطاقت والخبرات المتاحة للفرد أو المؤسسة والتي يمكن الاستفادة منها في تطوير وتحسين الأداء.

الاتجاهات الحديثة في أساليب عرض المحتوى: هي الأساليب و القوالب والتقنيات الرقمية الجديدة التي تستخدمها الصحف عينة الدراسة في تقديم وعرض المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية وتتمثل في (أسلوب الفيديو جراف، أسلوب Cross media، أسلوب الشرائح، أسلوب البطاقات، القصص الرقمية المطولة، التدوين المباشر، الواقع المعزز، الواقع الافتراضي، تقنية 360 درجة، تقنية الويكي).

المحتوى الإخباري: يقصد به المادة الصحفية المنشورة في مواقع الصحف اليومية عينة الدراسة حسب تقسيم الأشكال الصحفية وهي الفنون الصحفية الرئيسية (الخبر، التقرير، التحقيق، الحوار، القصة الصحفية).

الوسائط المتعددة هي: توظيف النصوص والجداول والرسوم البيانية، والصور الثابتة واللون والحركة والرسوم المتحركة والصوت والفيديو بكيفية مندمجة ومتكاملة، من أجل تقديم رسالة تواصلية فعالة قادرة على تلبية حاجيات المتلقي ومتكيفة مع قدراته الإدراكية وعرفها «فوجان» Tay Vaughan بأنها: «إي ارتباط للنص بفض الجرافيك والرسوم المتحركة والفيديو، ويتم من خلال الكمبيوتر، وعندما يسمح للمستخدم أن يسيطر على هذه العناصر تسمى وسائط متعددة تفاعلية -Interactive Me- dia»، وعندما يسمح للمستخدم باستخدام روابط لهذه العناصر يبحر من خلالها تصبح الوسائط المتعددة التفاعلية وسائط فائقة. ولقد أورد كل من شابمان وشابمان Chapman and Chapman تعريفاً للوسائط المتعددة بأنها «جمع اثنين أو أكثر من الوسائط المتعددة في شكل رقمي، بحيث يتم دمج بما يكفي لعرضها عبر واجهة واحدة أو يتم معالجتها بواسطة برمجية حاسوبية واحدة، وأجرائياً توظيف عناصر الوسائط المتعددة الصور، النص، الفيديو، الرسوم، الصوت بصورة مندمجة في تحرير المادة الإخبارية بمواقع الدراسة.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

يمكن تناول الإجراءات المنهجية للدراس من خلال العناصر التالية:

· **نوع الدراسة:** تنتهي هذه الدراسة إلى مجموعة الدراسات الوصفية، التي تستهدف وصف واقع توظيف مواقع الصحف اليومية السعودية للاتجاهات الحديثة في تقديم المحتوى الإخباري وأدواته المدعومة بتقنيات الوسائط الرقمية.

· **منهج الدراسة:** اعتمدت الدراسة على منهجين، الأول - منهج المسح الإعلامي، باستخدام أسلوب تحليل المضمون؛ للحصول على نتائج توضح مدى تطبيق مواقع الصحف اليومية السعودية للاتجاهات الحديثة في تقديم المحتوى الإخباري متعدد الوسائط بما يتوافق مع اتجاهات البيئة الرقمية، واتجاهات المتلقي المتجددة، وتهتم الدراسة برصد الوسائط الرقمية المتعددة المستخدمة في عرض المحتوى الإخباري بالصحف السعودية اليومية، ووصف أنواعها، والفرق بين مواقع الصحف في توظيف تلك الاتجاهات. والثاني - المنهج المقارن؛ وذلك للمقارنة بين بعض المواقع الإخبارية عينة الدراسة، والتعرف على مدى الاتفاق والاختلاف في استخدام التقنيات الحديثة في عرض المضمون الإخباري واستخدام الوسائط الرقمية.

· **أدوات الدراسة:** تعتمد الدراسة على صحيفة تحليل المضمون؛ كأداة لوصف محتوى مواقع الصحف اليومية عينة الدراسة، وذلك لوصف المحتوى الظاهر، والمضمون الصريح للمحتوى

الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط المتعددة، والمراد تحليله على مواقع الصحف السعودية اليومية؛ تلبية لاحتياجات البحث وأهدافه، وقد تم تقسيم صحيفة الاستبيان لعدة فئات، شملت: (فئة المضمون ونوع المحتوى والوسائط المستخدمة، فئة الموضوعات ومصادرها، فئة الشكل وأساليب تقديم المحتوى)، وذلك يساعد في الخروج بمؤشرات كمية تستطيع من خلالها الباحثة عقد المقارنات بين مواقع عينة الدراسة المختلفة.

· **مجتمع الدراسة وعينتها:** يتحدد مجتمع الدراسة في جميع مواقع الصحف اليومية السعودية، على أن ينطبق عليها المعايير التالية:

- أن تكون الصحيفة عاملة داخل المملكة العربية السعودية وحاصلة على ترخيص من وزارة الإعلام.
- أن يكون للصحيفة نسخة ورقية.
- أن يتضمن موقع الصحيفة على تبويب رئيس خاص بإنتاج المحتوى متعدد الوسائط الرقمية، وبناء عليه؛ تتحدد عينة الدراسة في بالحصص الشامل للصفحات المتخصصة بإنتاج المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية في مواقع الصحف اليومية التالية:

الصحيفة	مسمى التبويب
صحيفة الوطن	تفاعلية
صحيفة عكاظ	ملتمديا
صحيفة اليوم	الفيديو
مكة	انفوجرافيك
المدينة	ميديا

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: التقنيات الحديثة في تقديم المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية في مواقع الصحف اليومية السعودية.
- الحدود المكانية: المملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمنية: 2024/7/31-2024/5/1 م.

· إجراءات الصدق والثبات:

□ **أولاً- الصدق:** يقصد بصدق الأداة «أن تكون الأداة قادرة على قياس ما صممت من أجله، وسيتم التأكد من صدق أدوات الدراسة التطبيقية، وقدرة فئاتها الرئيسة والفرعية على التعبير عن أهداف الدراسة، والوصول لنتائج عن واقع مواكبة المؤسسات للبيئة الرقمية، من خلال عرض هذه الأدوات، وأدلة الترميز الخاص بها على عدد من أساتذة الإعلام والمختصين لتحكيمها، وتقديم رؤيتهم وملاحظاتهم للإفادة منها.

□ **ثانياً- الثبات:** ويقصد بثبات التحليل الوصول إلى النتائج نفسها بتكرار تطبيق المقياس على المفردات نفسها في المواقف أو الظروف ذاتها، وتوجد طرق تجريبية وإحصائية عدة لتحديد الثبات منها: طريقة إعادة الاختبار، وطريقة التجزئة النصفية، وغيره. ووفقاً لذلك قامت الباحثة بإجراء الثبات من خلال إعادة التحليل لعينة من مواقع الدراسة تم اختيارها بطريقة عشوائية، بعد الانتهاء من التحليل بفترة محددة، وجاءت النتيجة متطابقة مع التحليل الأول، مما يدل على ثبات وحدات التحليل الاستمارة.

نتائج الدراسة التحليلية:

يتناول هذا القسم من الدراسة عرضاً لنتائجها في إطار ما أسفر عنه تحليل مضمون المحتوى الإخباري التفاعلي وأدواته المدعومة بتقنيات الوسائط الرقمية في مواقع الصحف اليومية السعودية من بيانات وتحليلها ومعالجتها إحصائياً؛ بما يجيب على أسئلتها، كما يتناول عرضاً لمجموعة من التوصيات والمقترحات في إطار ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج، وذلك على النحو التالي:

السؤال الأول- الذي ينص على: «ما حجم المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية المستخدم بمواقع الصحف السعودية اليومية؟»

يتبين من جدول (1) التالي أن موقع صحيفة اليوم كان أكثر مواقع الصحف السعودية اليومية في نشر المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية في فترة التحليل والمحددة بـ (3) شهور، وهي مايو، يونيه، ويوليو لعام 2024م، بنسبة (39.3%)، تلاها موقع صحيفة مكة بنسبة (26.7%)، وفي الترتيب الثالث جاء موقع صحيفة عكاظ بنسبة (25.2%)، وفي الترتيب الرابع جاء موقع صحيفة المدينة بنسبة (8.8%)، بينما لم يوظف موقع صحيفة الوطن الوسائط الرقمية المتعددة في محتواه الإخباري في فترة التحليل المحددة؛ لذلك لم تخضع للتحليل في أسئلة الدراسة التالية.

جدول (1) حجم المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية المستخدم بمواقع الصحف السعودية اليومية عينة الدراسة الخاضع للتحليل (ن=206)

م	مواقع الصحف السعودية اليومية عينة الدراسة	حجم المحتوى الإخباري	
		ك	%
1	صحيفة الوطن	-	-
2	صحيفة عكاظ	52	25.2%
3	صحيفة اليوم	81	39.3%
4	صحيفة مكة	55	26.7%
5	صحيفة المدينة	18	8.8%
	الإجمالي	206	100%

السؤال الثاني- الذي ينص على: «ما الفنون الصحفية التي اعتمدها مواقع الصحف السعودية اليومية في نشر محتواها متعدد الوسائط الرقمية»؟

يتبين من جدول (2) التالي أن مواقع الصحف السعودية اليومية اعتمدت على الفنون الصحفية «الأخرى كالتعليق القصير على الأحداث» في نشر المحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية بنسبة (42.3%)، يليه فن «الخبر» بنسبة (28.1%)، وفي الترتيب الثالث جاء فن «التقرير» بنسبة (19.4%)، وفي الترتيب الرابع والأخير جاء فن «الاستطلاع» بنسبة (10.2%)، بينما لم تستخدم مواقع الصحف السعودية اليومية فنون: التحقيق، الحوار، المقال، والقصة الصحفية في نشر المحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية في فترة التحليل المحددة.

جدول (2) الفنون الصحفية التي اعتمدها مواقع الصحف السعودية اليومية في نشرالمحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية (ن=206)

م	الفنون الصحفية	مواقع الصحف السعودية اليومية								
		عكاظ		اليوم		مكة		المدنية		الإجمالي
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	خبر	38.5%	20	35.8%	29	-	-	50%	9	28.1%
2	تقرير	21.1%	11	23.5%	19	1.8%	1	50%	9	19.4%
3	تحقيق	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	حوار	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	مقال	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	قصة صحفية	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	استطلاع	40.4%	21	-	-	-	-	-	-	10.2%
8	أخرى كالتعليق القصير على الأحداث	-	-	40.7%	33	98.2%	54	-	-	42.3%
	الإجمالي	100%	52	100%	81	100%	55	100%	18	100%
قيمة =2ك	172.94	درجة الحرية	9	معامل التوافق	0.676	مستوى المعنوية	0.000	دال إحصائياً		

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (2) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين مواقع الصحف السعودية اليومية عينة الدراسة من حيث اعتمادها على الفنون الصحفية المُقترحة في نشر المحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية، حيث بلغت قيمة ك² (172.94)، وهي دالة إحصائياً عند مُستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة ارتباطية قوية حيثُ بلغت قيمة مُعامل التوافق (0.676) عند مُستوى معنوية (0.000)؛ مما يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين.

السؤال الثالث- الذي ينص على: «ما الوسائط الرقمية المتعددة التي استخدمتها مواقع الصحف السعودية اليومية في نشر محتواها الصحفي»؟

يتبين من جدول (3) التالي أن مواقع الصحف السعودية اليومية اعتمدت على الانفوجرافيك فقط كوسيط رقمي في نشر المحتوى الصحفي بنسبة (23.3%) تلاها استخدام النصوص المصاحب بالصور بنسبة (21.5%)، وفي الترتيب الثالث جاء استخدام المقاطع المرئية (الفيديو) فقط بنسبة (20.4%)، تلاها استخدام النصوص المصاحب بالمقاطع المرئية (الفيديو) بنسبة (14%)، ثم استخدام النصوص المصاحب بالانفوجرافيك بنسبة (9.7%)، وفي الترتيب السادس جاء استخدام النصوص المصاحب بمجموعة من الوسائط بنسبة (7.7%)، وفي الترتيب السابع والأخير جاء استخدام الصور فقط بنسبة (3.4%).

جدول (3) الوسائط الرقمية التي استخدمتها مواقع الصحف السعودية اليومية في نشر محتواها الصحفي (ن=206)

م	الوسائط الرقمية	مواقع الصحف السعودية اليومية									
		عكاظ		اليوم		مكة		المدينة		الإجمالي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
1	صورة فقط	-	-	-	-	-	-	-	-	3.4%	7
2	فيديو فقط	39	75%	-	-	-	-	3	16.7%	42	20.4%
3	إنفوجرافيك فقط	3	5.8%	25	30.8%	20	36.4%	-	-	48	23.3%
4	موشن جرافيك فقط	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	بودكاست فقط	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	نص+ صورة	2	3.8%	11	13.6%	30	54.5%	1	5.6%	44	21.5%
7	نص+ فيديو	-	-	28	34.6%	-	-	1	5.6%	29	14%
8	نص+ إنفوجرافيك	8	15.4%	2	2.5%	5	9.1%	5	27.6%	20	9.7%
9	نص+ موشن إنفوجرافيك	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	نص وروابط	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	نص وبودكاست	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12	نص ومجموعة وسائط	-	-	15	18.5%	-	-	1	5.6%	16	7.7%
الإجمالي		52	100%	81	100%	55	100%	18	100%	206	100%
قيمة =2كا	307.12	18	معامل التوافق	0.774	مستوى المعنوية	0.000	دال إحصائياً				

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (3) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين مواقع الصحف السعودية اليومية عينة الدراسة من حيث الوسائط الرقمية التي استخدمتها في نشر محتواها الصحفي متعدد الوسائط، حيث بلغت قيمة كا2 (317.12)، وهي دالة إحصائياً عند مُستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة ارتباطية قوية حيث بلغت قيمة مُعامل التوافق (0.774) عند مُستوى معنوية (0.000)؛ مما يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين.

السؤال الرابع- الذي ينص على: «ما عدد الوسائط الرقمية المتعددة التي استخدمتها مواقع الصحف السعودية اليومية في نشر محتواها الصحفي»؟

يتبين من جدول (4) التالي أن مواقع الصحف السعودية اليومية تستخدم الوسائط الرقمية في نشر المحتوى الصحفي بمتوسط (2.5) وسيط في كل عملية نشر، كما يوضح الجدول التالي أن صحيفتي اليوم والمدينة يستخدمان وسيط أو أكثر في كل عملية نشر للمحتوى الصحفي بمتوسط (2) لصحيفة اليوم، و(3.11) لصحيفة المدينة، بينما صحيفتي عكاظ ومكة لم يستخدمان أكثر من وسيط في كل عملية نشر.

جدول (4) عدد الوسائط الرقمية التي استخدمتها مواقع الصحف السعودية اليومية في نشر محتواها الصحفي (ن=206)

مواقع الصحف السعودية اليومية										عدد الوسائط الرقمية	م
الإجمالي		المدينة		مكة		اليوم		عكاظ			
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
161	78.1%	8	44.3%	55	100%	46	56.8%	52	100%	1	1
16	7.7%	-	-	-	-	16	19.8%	-	-	2	2
9	4.3%	1	5.6%	-	-	8	9.9%	-	-	3	3
8	3.8%	5	27.8%	-	-	3	3.6%	-	-	4	4
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	5
11	5.6%	3	16.7%	-	-	8	9.9%	-	-	6	6
1	0.5%	1	5.6%	-	-	-	-	-	-	أكثر من 6	7
206	100%	18	100%	55	100%	81	100%	52	100%	الإجمالي	
2.52		3.11		1		2		1		المتوسط الحسابي	
دال إحصائياً	0.000	مستوى المعنوية	0.578	معامل التوافق	15	درجة الحرية	103.15	قيمة كا ² =			

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (4) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين مواقع الصحف السعودية اليومية عينة الدراسة من حيث عدد الوسائط الرقمية التي استخدمتها في نشر محتواها الصحفي متعدد الوسائط، حيث بلغت قيمة كا² (103.15)، وهي دالة إحصائياً عند مُستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة ارتباطية قوية حيث بلغت قيمة مُعامل التوافق (0.578) عند مُستوى معنوية (0.000)؛ مما يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين.

السؤال الخامس- الذي ينص على: «ما أسلوب عرض محتوى مواقع الصحف السعودية اليومية الصحفي متعدد الوسائط الرقمية؟»

يتبين من جدول (5) التالي أن مواقع الصحف السعودية اليومية اعتمدت بشكلٍ أساسي على الأسلوب التقليدي أو لم يتم توظيف تقنيات حديثة في عرض المحتوى، حيثُ جاء في مقدمة الأساليب بنسبة (98%)، وبنسب ضئيلة جدًا بلغت (1%) جاء أسلوب الفيديو جراف بنسبة (1%)، بينما تقاسم كل من أسلوب القصص المٌطولة والتدوين المٌباشر النسبة الباقية والتي بلغت (0.5%)، في حين لم تعتمد مواقع الصحف السعودية اليومية على الأساليب الأخرى المُقترحة.

جدول (5) أسلوب عرض محتوى مواقع الصحف السعودية اليومية الصحفي متعدد الوسائط الرقمية (ن=206)

م	أسلوب عرض المحتوى	مواقع الصحف السعودية اليومية								
		عكاظ		اليوم		مكة		المدينة		الإجمالي
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	الفيديو جراف	1.9%	1	-	-	-	-	5.6%	1	1%
2	Cross media	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	الشرائح	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	البطاقات	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	القصص المٌطولة	-	-	-	-	-	-	5.6%	1	0.5%
6	التدوين المٌباشر	-	1	1.2%	-	-	-	-	1	0.5%
7	الواقع المعزز	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8	الواقع الافتراضي	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	تقنية 360	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	تقنية الويكي	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	الأسلوب التقليدي أو لم يتم توظيف تقنيات حديثة في عرض المحتوى	98.1%	51	98.8%	80	100%	55	88.9%	16	98%
	الإجمالي	100%	52	100%	81	100%	55	100%	18	100%
	قيمة =2ك	17.87	9	معامل التوافق	0.283	مستوى المعنوية	0.037	دال إحصائيًا		

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (5) السابق وجود علاقة دالة إحصائيًا بين مواقع الصحف السعودية اليومية عينة الدراسة من حيث أسلوب عرضها للمحتوى الصحفي متعدد الوسائط، حيث بلغت قيمة ك² (17.87)، وهي دالة إحصائيًا عند مُستوى معنوية (0.037)، وهي علاقة ارتباطية قوية حيثُ بلغت قيمة مُعامل التوافق (0.283) عند مُستوى معنوية (0.000)؛ مما يدل على علاقة مُتوسطة بين المتغيرين.

السؤال السادس- الذي ينص على: «ما موضوعات المادة الصحفية التي اعتمدت عليها مواقع الصحف السعودية اليومية في نشرها»؟

يتبين من جدول (6) التالي أن مواقع الصحف السعودية اليومية تنوعت في نشر موضوعات المادة الصحفية التي قامت بنشرها، حيث جاء في مُقدمتها الموضوعات الصحية بنسبة (23.2%)، تلاها كُلٌّ من موضوعات الحج والعمرة، والموضوعات التوعوية بنسبة (17.9%) لِكُلِّ منهما، وفي الترتيب الثالث جاءت الموضوعات الاجتماعية بنسبة (11.5%)، تلاها الموضوعات الفنية والترفيهية بنسبة (7.3%)، وفي الترتيب الخامس جاءت الموضوعات الثقافية بنسبة (4.3%)، تلاها الموضوعات السياسية، والاقتصادية بنسبة (3.9%) لِكُلِّ منهما، ثم موضوعات السفر والسياحة، والزراعة والبيئة بنسبة (2.9%) لِكُلِّ منهما، وفي الترتيب الثامن جاءت الموضوعات التقنية بنسبة (2.4%)، تلاها الموضوعات الرياضية بنسبة (1.4%)، وفي الترتيب العاشر والأخير جاءت موضوعات الإعلام والاتصال بنسبة (0.5%)، بينما لم تتناول مواقع الصحف السعودية اليومية أي موضوعات مُتعلقة بأحوال الطقس، كما لم تتطرق إلى أي مواضيع أخرى غير مُقترحة من قِبل الباحثة.

جدول (6) موضوعات المادة الصحفية التي اعتمدت عليها مواقع الصحف السعودية اليومية في نشرها (ن=206)

م	موضوعات المادة الصحفية	مواقع الصحف السعودية اليومية								
		عكاظ		اليوم		مكة		المدينة		الإجمالي
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	سياسي	3	4	4.9%	-	-	1	5.6%	8	3.9%
2	اقتصادي	10	5	6.2%	-	-	2	11.1%	8	3.9%
3	اجتماعي	1	6	7.4%	2	3.6%	5	27.7%	23	11.5%
4	صحي	-	18	22.2%	29	52.8%	1	5.6%	48	23.2%
5	الحج والعمرة	31	2	2.5%	-	-	4	22.1%	37	17.9%
6	فني أو ترفيهي	1	11	13.6%	2	3.6%	1	5.6%	15	7.3%
7	ثقافي	2	6	7.4%	-	-	1	5.6%	9	4.3%
8	رياضي	1	2	2.5%	-	-	-	-	3	1.4%
9	أحوال الطقس	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	توعوي	-	15	18.5%	22	40%	-	-	37	17.9%
11	السفر والسياحة	-	5	6.2%	-	-	1	5.6%	6	2.9%
12	بيئة وزراعة	1	3	3.7%	-	-	2	11.1%	6	2.9%
13	الإعلام والاتصال	-	1	1.2%	-	-	-	-	1	0.5%
14	تقني	2	3	3.8%	-	-	-	-	5	2.4%
15	أخرى	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	الإجمالي	52	81	100%	55	100%	18	100%	206	100%
قيمة =2كا	184.39	36	معامل التوافق	0.687	مستوى المعنوية	0.000	دال إحصائياً			

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (6) السابق وجود علاقة دالة إحصائيًا بين مواقع الصحف السعودية اليومية عينة الدراسة من حيث موضوعات المادة الصحفية التي اعتمدت عليها في نشرها للمُحتوى الصحفي متعدد الوسائط، حيث بلغت قيمة كا2 (184.39)، وهي دالة إحصائيًا عند مُستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة ارتباطية قوية حيث بلغت قيمة مُعامل التوافق (0.687) عند مُستوى معنوية (0.000)؛ مما يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين.

السؤال السابع- الذي ينص على: «ما النطاق الجغرافي للمحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية لمواقع الصحف السعودية اليومية»؟

يتبين من جدول (7) التالي أن النطاق الجغرافي المحلي جاء في مقدمة النطاقات الجغرافية للمحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية لمواقع الصحف السعودية اليومية بنسبة (52.4%)، تلاه النطاق غير المحدد بنسبة (36.9%)، وفي الترتيب الثالث جاء النطاق الدولي بنسبة (7.3%)، وفي الترتيب الرابع والأخير جاء النطاق العربي بنسبة (3.4%).

جدول (7) النطاق الجغرافي للمحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية لمواقع الصحف السعودية اليومية (ن=206)

م	النطاق الجغرافي للمحتوى الصحفي	مواقع الصحف السعودية اليومية									
		عكاظ		اليوم		مكة		المدينة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	محلي	46	88.5%	45	55.6%	-	-	17	97.4%	108	52.4%
2	عربي	1	1.9%	5	6.2%	-	-	1	5.6%	7	3.4%
3	دولي	4	7.7%	10	12.3%	1	1.8%	-	-	15	7.3%
	غير محدد	1	1.9%	21	25.9%	54	98.2%	-	-	76	36.9%
	الإجمالي	52	100%	81	100%	55	100%	18	100%	206	100%
	درجة الحرية	9		معامل التوافق	0.638	مستوى المعنوية	0.000	دال إحصائياً			
	قيمة كا ² =	141.15									

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (7) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين مواقع الصحف السعودية اليومية عينة الدراسة من حيث النطاق الجغرافي للمحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية التي قامت بنشرها، حيث بلغت قيمة كا² (141.15)، وهي دالة إحصائياً عند مُستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة ارتباطية قوية حيثُ بلغت قيمة مُعامل التوافق (0.638) عند مُستوى معنوية (0.000)؛ مما يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين.

السؤال الثامن- الذي ينص على: «ما مصادر المحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية لمواقع الصحف السعودية اليومية»؟

يتبين من جدول (8) التالي تعدد مصادر المحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية لمواقع الصحف السعودية اليومية، حيث جاء في مقدمة الوسائط مصدر «الصحيفة» بنسبة (38.3%)، تلاها المصادر غير المحددة بنسبة (32%)، وفي الترتيب الثالث جاءت مصادر الهيئات الحكومية بنسبة (11.7%)، تلاها وكالات الأنباء العالمية بنسبة (5.8%)، مُقابل (4.9%) لوكالات الأنباء المحلية، وفي الترتيب السادس جاءت البحوث والدراسات بنسبة (4.3%)، وفي الترتيب السابع جاءت مصادر الهيئات الخاصة، وصفحات التواصل الاجتماعي بنسبة (1.5%) لكلٍ منهما، بينما لم تعتمد مطلقاً المواقع على مصادر ها من القراء.

جدول (8) مصادر المحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية لمواقع الصحف السعودية اليومية (ن=206)

م	مصادر المحتوى الصحفي	مواقع الصحف السعودية اليومية									
		عكاظ		اليوم		مكة		المدينة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	الصحيفة	37	71.2%	33	40.7%	5	9.1%	4	22.2%	79	38.3%
2	وكالات الأنباء المحلية	7	13.5%	1	1.2%	-	-	2	11.1%	10	4.9%
3	وكالات الأنباء العالمية	5	9.6%	7	8.7%	-	-	-	-	12	5.8%
4	هيئات حكومية	1	1.9%	13	16%	-	-	10	55.7%	24	11.7%
5	هيئات خاصة	-	-	3	3.7%	-	-	-	-	3	1.5%
6	صفحات التواصل الاجتماعي	-	-	2	2.5%	-	-	1	5.5%	3	1.5%
7	القراء	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8	البحوث والدراسات	1	1.9%	5	6.2%	3	5.5%	-	-	9	4.3%
9	غير محدد	1	1.9%	17	21%	47	85.4%	1	5.5%	66	32%
	الإجمالي	52	100%	81	100%	55	100%	18	100%	206	100%
	قيمة كا=2	182.66	درجة الحرية	21	معامل التوافق	0.675	مستوى المعنوية	0.000	دال إحصائياً		

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (8) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين مواقع الصحف السعودية اليومية عينة الدراسة من حيث مصادر المحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية التي قامت بنشرها، حيث بلغت قيمة كا2 (182.66)، وهي دالة إحصائياً عند مُستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة ارتباطية قوية حيثُ بلغت قيمة مُعامل التوافق (0.675) عند مُستوى معنوية (0.000)؛ مما يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين.

السؤال التاسع- الذي ينص على: «ما نوع المصدر الصحفي لمحتوى مواقع الصحف السعودية اليومية متعدد الوسائط الرقمية»؟

يتبين من جدول (9) التالي أن مواقع الصحف السعودية اليومية اعتمدت على مجموعة من المصادر الصحفية في نشر محتواها، حيث جاء المصدر غير المحدد في مقدمة المصادر بنسبة (38.8%)، تلاها المصدر غير الحصري بنسبة (33.5%)، وفي الترتيب الثالث والأخير جاء المصدر الحصري والخاص بنسبة (27.7%)، وكشفت النتائج عن نشر معلومات وخاصة في الانفوجرافيك بدون الإشارة إلى مصادر المعلومة أو البيانات وهذا يعد إخلال بالقواعد المهنية الصحفية.

جدول (9) نوع المصدر الصحفي لمحتوى مواقع الصحف السعودية اليومية متعدد الوسائط الرقمية (ن=206)

مواقع الصحف السعودية اليومية										نوع المصدر الصحفي	م
الإجمالي		المدنية		مكة		اليوم		عكاظ			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%27.7	57	%22.2	4	-	-	%22.2	18	%67.3	35	حصري وخاص	1
%33.5	69	%72.2	13	-	-	%51.9	42	%26.9	14	غير حصري	2
%38.8	80	%5.6	1	%100	55	%25.9	21	%5.8	3	غير محدد	3
%100	206	%100	18	%100	55	%100	81	%100	52	الإجمالي	
دال إحصائياً	0.000	مستوى المعنوية	0.658	معامل التوافق	6	درجة الحرية	157.34	قيمة كا ²			

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (9) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين مواقع الصحف السعودية اليومية عينة الدراسة من حيث نوع المصادر لمحتواها الصحفي متعدد الوسائط الرقمية، حيث بلغت قيمة كا² (157.34)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة ارتباطية قوية حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.658) عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين.

نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

الفرض الأول- «توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد مواقع الصحف السعودية اليومية على الوسائط الرقمية المتعددة تبعًا لأولويات موضوعات المادة الصحفية».

جدول (10) دلالة الفروق بين مستوى اعتماد مواقع الصحف السعودية اليومية على الوسائط الرقمية المتعددة تبعًا لأولويات موضوعات المادة الصحفية

المتغيرات	ن	قيمة «كا ² »	درجة الحرية	مستوى الدلالة	معامل التوافق	الدلالة
الوسائط الرقمية المتعددة موضوعات المادة الصحفية	206	269.36	72	0.001	0.753	دال إحصائيًا

يوضح جدول (10) السابق وجود فروق دالة إحصائية بين مستوى اعتماد مواقع الصحف السعودية اليومية على الوسائط الرقمية المتعددة تبعًا لأولويات موضوعات المادة الصحفية، حيث بلغت قيمة كا² (269.36)، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.001)، كما تبين أن بينهما علاقة ارتباطية قوية حيث بلغت قيمة مُعامل التوافق (0.753) عند مستوى معنوية (0.001)؛ مما يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين.

الفرض الثاني- «توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد مواقع الصحف السعودية اليومية على الوسائط الرقمية المتعددة تبعًا لأولويات الفنون الصحفية».

جدول (11) دلالة الفروق بين مستوى اعتماد مواقع الصحف السعودية اليومية على الوسائط الرقمية المتعددة تبعًا لأولويات الفنون الصحفية

المتغيرات	ن	قيمة «كا ² »	درجة الحرية	مستوى الدلالة	معامل التوافق	الدلالة
الوسائط الرقمية المتعددة الفنون الصحفية	206	205.47	18	0.001	0.707	دال إحصائيًا

يوضح جدول (10) السابق وجود فروق دالة إحصائية بين مستوى اعتماد مواقع الصحف السعودية اليومية على الوسائط الرقمية المتعددة تبعًا لأولويات الفنون الصحفية، حيث بلغت قيمة كا² (205.74)، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.001)، كما تبين أن بينهما علاقة ارتباطية قوية حيث بلغت قيمة مُعامل التوافق (0.707) عند مستوى معنوية (0.001)؛ مما يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين.

الفرض الثالث- «توجد علاقة ذات دالة إحصائية بين الوسائط الرقمية المتعددة التي تعتمد عليها مواقع الصحف السعودية اليومية وكثافة استخدامها».

جدول (11) العلاقة بين الوسائط الرقمية المتعددة التي تعتمد عليها مواقع الصحف السعودية اليومية وكثافة استخدامها

الوسائط الرقمية المتعددة			المتغيرات
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل ارتباط Spearman
0.001	متوسط	طردي	**0.346

يوضح جدول (11) السابق وجود علاقة طردية دالة إحصائية متوسطة بين الوسائط الرقمية المتعددة التي تعتمد عليها مواقع الصحف السعودية اليومية وكثافة استخدامها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط Spearman (**0.346)، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.001)، وهي تعني أن كلما استخدمت الصحف السعودية اليومية الوسائط الرقمية المتعددة كلما تنوعت تلك الوسائط.

التوصيات:

انتهت نتائج الدراسة أن المحتوى الصحفي يشهد تغيرات عميقة وجذرية بفعل التطورات المعقدة والمتلاحقة لتكنولوجيا الاتصال التي سمحت بجمع المعلومات وانتقالها ومعالجتها ونشرها وفق أسس جديدة، وقواعد مستحدثة مما أسهم في تشكيل بيئة إعلامية جديدة، تحولت في إطارها تركيبة العملية الصحفية والإعلامية برمتها، وأدت الى تحولات كبيرة في المفاهيم والأطر النظرية والممارسة المهنية في المؤسسات الصحفية، ما يتطلب تحديث مفاتيح صناعة المحتوى الصحفي في مواقع الصحف السعودية وفقاً لمحددات البيئة الرقمية وذلك بتغيير واقعها وأدواتها وطريقة عملها كلياً للاستمرار والنجاح، حيث يشير الواقع المحلي والعالمي إلى أن صناعة الصحافة تعاني من أزمة وجودية تهدد بقاءها واستمراريتها وقدرتها على المنافسة نتيجة للكثير من العوامل والضغط والتحديات.

1 - أظهرت نتائج الدراسة تدني واضح في توظيف التقنيات الحديثة في تقديم المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية في مواقع الصحف اليومية السعودية، لذا تدعو الدراسة الصحف السعودية إلى التخطيط الاستراتيجي للمحتوى الصحفي والإسراع بوضع خطط عمل تعيد ترتيب قواعد العمل وصناعة المحتوى بما يتوافق مع الاتجاهات الحديثة لصناعة الصحافة، فضلاً عن الاتجاه نحو نشر المحتوى الخاص والحصري والاعتماد على المصادر الصحفية الخاصة والذاتية في صناعة المحتوى الإخباري.

2 - كما كشفت الدراسة على اعتماد الصحف بدرجة كبير على الصور والانفوجرافيك كوسائط تنشر مع المحتوى الصحفي على الرغم من أهمية الوسائط الأخرى، في الوقت التي كشفت الدراسة عن ضعف توثيق المحتوى الصحفي المنشور في الانفوجرافيك وعدم ذكر مصدر المعلومات، لذا توصي الدراسة بإنشاء

إدارة متخصصة بالجودة وصناعة الإبداع تكون مسؤولياتها تطبيق شروط المحتوى الصحفي المبدع بما يتوافق مع التقنيات الحديثة ويلبي حاجة القراء المتجددة واستقطاب الكفاءات الشابة المتميزة.

3 - أكدت الدراسة على ضعف توظيف الفنون الصحفية الرئيسية وضعف المحتوى الخاص والحصري لذا توصي الباحثة بزيادة أعداد الصحفيين وعقد الدورات المتخصصة في مجال صناعة المحتوى الصحفي الاحترافي الذي يتوافق مع محددات البيئة الاتصالية الحديثة.

4 - على صعيد كليات الإعلام توصي الباحثة إدراج مقررات متخصصة بصناعة المحتوى الصحفي الحديث، خاصة التقنيات والقوالب الحديثة على ان تكون مناهج تطبيقية ويخصص لها عدد من الساعات الكافية.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع العربية

- أبو الخير، خالد زكي. (2023). سمات الجمهور الرقمي وعلاقتها بأنماط ومحددات تفاعله مع محتوى المنصات الإخبارية. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، (43)، 373-431.
- أرباب، وداد هارون. (2021). أساليب التحرير الصحفي الإلكتروني وأدواته المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة في أشكال ومضامين المادة الإخبارية: دراسة تحليلية على المواقع الإخبارية الإماراتية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، (22)، 201-273.
- اسماعيل، نوال عبدالرحيم. (2018). *الأسس والقواعد الدولية لمنهجية الإعلام*. القاهرة: دار العلم والايمان للنشر والتوزيع.
- جمعة، دعاء هاشم، والحسيني، هالة أحمد. (2023). *الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في المؤسسات الإعلامية*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- خليل، محمود ابراهيم. (2023). *فنيات الكتابة الصحفية للمنصات الإلكترونية*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- ربيع، حسين محمد. (2018). *التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الالكترونية المصرية*. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (عدد خاص)، 665-607.
- رضا، أماني. (2023). *المنصات التلفزيونية التعارض والتكامل في الإعلام الرقمي*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- سمباوه، مياسر وليد. (2022). تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال. *مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية*، (5)6، 119-155.
- شاهين، عبدالباسط أحمد. (2014). *التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية*. دار المنهل للنشر والتوزيع.
- عبدالفتاح، فاطمة الزهراء. (2016). *غرف الأخبار الحديثة: تجارب من مصر والعالم*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عبدالمقصود، هاني. (2019). *اتجاهات الشباب المصري نحو المشاركة في إنتاج المضمون في صحافة الشبكات*. *مجلة البحث في التربية وعلم النفس*، (3)31، 107-130.
- العصيمي، خلود. (2019). *أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الالكترونية السعودية: دراسة مسحية على القائم بالاتصال*. *المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل*، (7)2، 91-128.
- عطية، مروة، والزهراي، أحمد. (2021). *الرد الإخباري المتعدد الوسائط في الصحافة الالكترونية العربية: دراسة تحليلية لخصائص ومواصفات توظيف الانتاج الإخباري المتعدد الوسائط*. *مجلة العلوم الاجتماعية*، (4)49، 171-199.

غازي، خالد محمد. (2024). الأخبار في عصر الآلة: كيف يشكل الذكاء الاصطناعي مستقبل الصحافة الإلكترونية. وكالة الصحافة العربية.

غالي، محرز حسين. (2008). صناعة الصحافة في العالم: تحديات الوضع الراهن وسيناريوهات المستقبل. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

كنعان، علي عبدالفتاح كنعان. (2014). الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية. الأردن: دار اليازوي للنشر.

مبارك، نعمة عبدالرحيم. (2018). أساليب تحرير صحافة البيانات وأثرها على فهم و تذكر المضمون الاقتصادي في الصحف الإلكترونية. المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، (4)، 96-124.

محمد، شيماء عبدالحميد. (2022). الأشكال المستحدثة في عرض المضامين الاخبارية واستخدام تقنيات السرد التفاعلي في المواقع الاخبارية: دراسة تحليلية مقارنة. مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية، (38)، 179-204.

مطاوع، إسلام محمد. (2020). التقنيات الحديثة المستخدمة في تحرير التقرير الصحفي في المواقع الاخبارية. مجلة كلية الآداب، (2)، 291-316.

مطاوع، إسلام محمد. (2023). تأثير استخدام الأساليب الرقمية الحديثة في تذكر القراء لمضمون القصص الإخبارية بالمواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة شبه تجريبية. مجلة كلية الآداب، (69)، 349-377.

مطاوع، نسمة. (2022). توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من مواقع الصحف الإلكترونية المصرية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (23)، 247-295.

(1) نشر معهد رويترز دراسة بالتعاون مع جامعة أكسفورد البريطانية تقريرًا حول اتجاهات الصحافة والإعلام والتكنولوجيا في عام 2023، مستندا إلى استطلاع رأي شمل 303 من الناشرين والأكاديميين وخبراء الصناعة من 53 دولة وإقليمًا حول العالم خلال الفترة من نوفمبر إلى ديسمبر 2022. <https://sa.alqarar.com/6824>

(2) بثت قناة الغد تقريرًا بتقنية الواقع الافتراضي تناول الانفجار الذي تعرض له مرفأ بيروت والخسائر الاقتصادية التي طالت المرفأ والمدينة https://youtu.be/HXkDQQi5r_Q?si=az4bOZWn_j26n7vB

(3) بثت قناة الغد تقريرًا بتقنية الواقع المعزز بعنوان جولة داخل أحد المفاعلات النووية <https://youtu.be/kilvo6c5wlc?si=Y-wfkNa8Zj8H8C5D8>

(4) نشرت صحيفة مال السعودية تقريرًا يتضمن تعريف بمنصة روح المدينة التي تقدم زيارة بتقنية 360 درجة في المدينة المنورة كتجربة مميزة يستطيع القراء من خلال التجول في المدينة [/https://visitmadinahsa.com/](https://visitmadinahsa.com/)

(5) قدمت صحيفة عكاظ مع نهاية عام 2019 تجربة مميزة في تسجيل مجموعة من حلقات البودكاست وخصصت تبويب خاص لذلك تضمن مستجدات الأحداث في السعودية والعالم على مدار الساعة، وتغطية مستمرة لأخبار السياسة والرياضة والاقتصاد والعلوم والفن ، وتغطية مستمرة لأخبار السياسة والرياضة والاقتصاد والعلوم والفن.

(6) تم تحكيم استمارة تحليل المضمون من قبل كلا من:

أ. د. يسرا حسني: أستاذ الإعلام بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

د. خالد الحمود: أستاذ مشارك في قسم الصحافة والإعلام الجديد بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

د. هيثم مؤيد جودة: أستاذ مشارك في قسم الصحافة والإعلام الجديد بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

د. ولاء محمد الطاهر: أستاذ مشارك بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

د. صفاء محمد: أستاذ مساعد في قسم الصحافة والإعلام الجديد بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

ثانياً: الأجنبية

Newman, N. (2022). **Journalism, media, and technology trends and predictions**. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University.

Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1984). Information richness: A new approach to managerial behavior and organizational design. **Research in organizational behavior**. 23-191 ,(6) .