

## "توظيف أسلوب الكروس ميديا في سرد القصة الإخبارية بالمواقع الإلكترونية الإخبارية"

إسلام محمد مطاوع محمد (\*)

### مقدمة:

أحدث ظهور شبكة الإنترنت تطورًا كبيرًا في التحرير الصحفي ولقد تطورت أساليب الصياغة والكتابة للفنون الصحفية واستفادت المواقع الإخبارية من التقنيات الحديثة التي أتاحتها هذه الشبكة خاصة في مجال الإخراج والتحرير الصحفي.

وحدث تغييرًا جذريًا في أساليب سرد وعرض المضامين الإخبارية ومع التطور التكنولوجي لم يعد النص وحده كافيًا بإيصال المعلومات الرقمية للقارئ دون الاستعانة بالوسائط المتعددة، حيث يؤدي التميز البصري باستخدام العناصر المختلفة من التقنيات السردية دورًا كبيرًا في تسهيل مهمة القارئ تجاه المادة الصحفية المقدمة حيث تقوم ببناء بيئة معلوماتية مترابطة غنية تمكن من الحصول على المعلومات بصورة أسرع مقارنة بالطرق التقليدية حيث لم يعد القارئ يتحمل قراءة موضوع تصل كلماته إلى ٧٠٠ كلمة أو أكثر بل أصبح يسعى وراء الجديد سواء في شكل المادة الصحفية المقدمة أو في مضمونها.

وفرضت المواقع الإخبارية الإلكترونية أساليب رقمية حديثة لسرد وتقديم الأشكال الإخبارية بصفة عامة والقصة الإخبارية الرقمية بصفة خاصة تختلف عن الأنماط التقليدية مستفيدة من الإمكانيات التي أتاحتها شبكة الإنترنت وتطورت أساليب العرض والتقديم للقصة الإخبارية تماشيًا مع تطور أساليب التحرير الصحفي للصحافة الإلكترونية.

ومع تطور الصحافة الإلكترونية وانتشارها لم يعد المحتوى الجيد للقصة الصحفية كافيًا وحده لإثارة اهتمام القراء أو رفع نسب التفاعل بين المتابعين

(\*) هذا البحث مستل من رسالة الدكتوراه الخاصة بالباحث، وهي بعنوان: [توظيف الأساليب الرقمية الحديثة في تقديم القصة الإخبارية بالمواقع الإلكترونية وعلاقتها بانتباه وتذكر القراء للمضمون-دراسة شبه تجريبية]، تحت إشراف أ.د. فوزي عبد الغني خلاف - كلية الآداب - جامعة سوهاج & أ.م.د. أحمد محمود موسى - كلية الآداب - جامعة سوهاج & د. هاني إبراهيم السمان - كلية الآداب - جامعة سوهاج.

بل أصبحت طريقة عرض القصة من أبرز العوامل المؤثرة في جذب القارئ وضمان تفاعله، بجانب المحتوى.

لذلك شهد أسلوب عرض القصص الصحفية بالمواقع الإلكترونية تطورًا مهمًا في السنوات الأخيرة، وأصبحت الوسائط المتعددة مثل الرسوم البيانية والفيديوهات وملفات الصوت وتصميمات الجرافيك ورسوم الكاريكاتير جزءًا مهمًا من طرق العرض الحديثة للقصص الصحفية بجانب النص والصور، حتى ظهر و انتشر مؤخرًا أسلوب الكروس ميديا، والذي يعد طريقة مبتكرة لسرد القصص الإخبارية تقوم على دمج الوسائط المتعددة في تصميم واحد فقط فنقرأ وتسمع وتشاهد في وقت واحد وذلك من خلال توظيف الوسائط المتعددة في ملف صحفي واحد يشارك في إعداده فريق متعدد التخصصات يتعاون معًا في سبيل إنجاح الموضوع الصحفي وذلك من أجل جذب أكبر عدد من القراء لمتابعة الموضوعات الصحفية التي ينتجها الموقع. (أسماء قنديل، ٢٠١٩).

وهذه الدراسة تركز على تجربة عدد من المواقع الإلكترونية الإخبارية التي اهتمت بتوظيف أسلوب الكروس ميديا في إنتاج القصة الإخبارية وتقديمها للجمهور .

#### الدراسات السابقة:

انسجامًا مع موضوع الدراسة جرى استعراض الدراسات التي تناولت الأساليب والتقنيات الحديثة ودورها في تحرير وسرد القصة الإخبارية الرقمية.

#### (١) دراسة فاطمة فايز عبده: الاتجاهات الحديثة في سرد القصة الإخبارية

الرقمية وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، (فاطمة فايز، ٢٠٢٢)  
بحثت هذه الدراسة أهم الاتجاهات الخاصة بالسرد القصصي الرقمي داخل المنصات المصرية وتوصلت إلى تنوع الأشكال والقوالب التي يتم بها تقديم المحتوى.

وكشفت نتائج التحليل الكيفي ومقابلات القائمين بالاتصال ونتائج مقابلات الجمهور أن المحتوى المرئي يأتي في المقدمة سواء بالنسبة لاستخدام الوسائل الإعلامية له أو من حيث تفضيل الجمهور.

وكشفت النتائج أن المؤسسات الصحفية لجأت إلى تعزيز استخدام أسلوب السرد القصصي في تقديم القصص و الأخبار والمعلومات سعيًا منها وراء جذب اهتمامات الجمهور فأصبحت الأخبار يتم تقديمها كقصة في شكل فيديو جراف أو كروس ميديا أو فيديو مسجل أو باستخدام آلية البث الحي عبر فيسبوك من خلال صفحات المؤسسات الصحفية، كما أكد المبحوثين تفضيلهم لهذا الأسلوب لأنه من وجهة نظرهم سهل ومبسط وأكثر إقناعًا بالنسبة لهم وهو ما يتفق أيضًا مع فرضيات نظريتي الترميز الثنائي ونموذج السرد من أن أسلوب السرد ورواية

القصص هو الأقرب إلى الإنسان منذ الطفولة فضلاً عن دوره في إضفاء أسلوب الإقناع والمنطق على طريقة سرد المعلومة المقدمة خاصة إذا ما تحقق لها الاتساق السردي وتوافر المنطق والدليل.

## (٢) دراسة صلاح الدين إبراهيم: استخدام مواقع القنوات الإخبارية للوسائط المتعددة في موقعي سكاي نيوز والجزيرة "دراسة تحليلية مقارنة"، (صلاح الدين إبراهيم، ٢٠٢١).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات موقعي سكاي نيوز عربية والجزيرة للوسائط الرقمية الحديثة (الإنفو جرافيك والفيديو جرافيك) كأداة رقمية تعزز المحتوى الرقمي للقصص الإخبارية من خلال تقديم المعلومة معززة بالرسوم والأشكال التوضيحية وأشرطة الفيديو والرسوم المتحركة، والتي تعمل على تعزيز المعرفة والفهم للجمهور بما تقدمه من أخبار ومعلومات وبيان طبيعة الفروق بين الموقعين في استخدام الوسائط المتعددة واعتمدت الدراسة أداة تحليل المضمون لتحليل عينة من الوسائط في موقعي قناتي الجزيرة، وسكاي نيوز عربية من خلال الأسبوع الصناعي حيث جرى تحليل ما مجموعه ٢٦٣ وحدة تحليلية من الإنفو جرافيك والفيديو جرافيك خلال الفترة الممتدة ما بين ١ كانون الثاني / ٢٠٢١ إلى ١ نيسان / ٢٠٢١.

### توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:

- ١- كانت الموضوعات السياسية والاجتماعية والرياضية من أكثر الموضوعات التي تناولها الإنفو جرافيك والفيديو جرافيك في موقعي الجزيرة وسكاي نيوز العربية.
- ٢- استحوذت العناصر المقروءة والعناصر المرئية على النسبة الأكبر من مكونات الإنفو جرافيك والفيديو جرافيك المنشور في موقعي الجزيرة وسكاي نيوز عربية، بينما جاءت العناصر الصوتية بنسبة ضئيلة جداً.
- ٣- أظهرت النتائج أن أساليب عرض البيانات في الإنفو جرافيك والفيديو جرافيك في كلا الموقعين ركزت على الأسلوب الوصفي، ثم الأسلوب التحليلي، ثم الأسلوب المقارن في الرتبة الثالثة.

## (٣) دراسة Emma Igelstrom: ثراء المحتوى بالقصص الإخبارية الرقمية، (Emma Igelstrom, 2020).

تستهدف الدراسة كيفية تعزيز محتوى القصص الإخبارية الرقمية متعددة الوسائط وكيف يمكن أن يساعد ثراء المحتوى المدعم بالتقنيات السردية في تقديم القصص الإخبارية في الوصول لأكثر نطاق من الجمهور بطريقة أكثر جاذبية من الطرق التقليدية، واستخدمت الدراسة أداة المقابلة مع عدد من

العاملين بالصحافة النرويجية باختلاف مناصبهم التي شملت رئيس تحرير ومصور فيديو ومصور فوتوغرافي ومصمم رقمي للوسائط المتعددة ومحررين.

### وأشارت النتائج إلى:

- أن المحتوى الثرى والمدعم بالوسائط المعلوماتية يساعد في تقديم النقاط الرئيسية للقصة الصحفية بطريقة سهلة ومفهومة وذلك يشجع القراء على مشاركة القصص على حساباتهم الشخصية على صفحات التواصل الاجتماعي مما يوسع نطاق الجمهور
  - يفضل مع القصص الطويلة التي تحتوى على إحصائيات وبيانات معقدة استخدام الرسوم الثابتة والمتحركة بدلا من النصوص لأن ذلك يساعد القارئ على الفهم بشكل أكبر وأسرع.
  - قوالب الأخبار الرقمية لديها إمكانات تقنية مثل استخدام الرسوم والصور والفيديو والرسوم المتحركة وهي إمكانات لا تتوفر في النسخ المطبوعة.
- (٤) دراسة حسين محمد ربيع : التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الإلكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في إنتاج القصة الصحفية المدعومة بالبيانات، (حسين ربيع، ٢٠١٨).

هدفت الدراسة الى التعرف على التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الإلكترونية المصرية واستخدمت منهج دراسة الحالة، ووظفت أدواتي المقابلة المتعمقة والملاحظة مع محرري ومشرفي قسم الوسائط المتعددة بمواقع (مصراوي، ويلا كورة، أوناء، الكونسولتو) وتوصلت الدراسة إلى وجود تداخل كبير لدى المحررين في مفهوم صحافة البيانات والوسائط المتعددة وتلك العابرة للوسائط والمنصات، وأن المحررين يؤمنون بأهمية توظيف الوسائط المتعددة في القصص المدعومة بالبيانات، لتحقيق التكامل بين هذه الوسائط في قالب واحد مشوق وجذاب للقارئ، وأن أبرز دوافع إنتاج قصص مدعومة بالبيانات هي مواجهة منافسة الوسائل والمواقع الأخرى، ومواكبة المستجدات ومتطلبات الصحافة الاستقصائية، وأن الدور الأساسي لصحافة البيانات هو توصيل المعلومات بدقة للقارئ وبشكل مبسط وجذاب، إضافة لدورها في دعم الدور الرقابي على الحكومة والسلطة، وأن أساس أي قصة مدعومة بالبيانات ليس فقط الأرقام وإنما إمكانية التعبير عنها بصريا بشكل ثري ومتنوع.

(٥) دراسة **krieken** : توظيف التقنيات السردية في تقديم القصص الصحفية متعددة الوسائط، (krieken,2018).

سعت الدراسة للوقوف على التقنيات السردية التي توظف لتقديم القصص الصحفية متعددة الوسائط والكيفية التي يجرى من خلالها توظيف النصوص والصور ومقاطع الفيديو والرسوم المتحركة والصوت لدمج المتلقي في تفاصيل وأحداث القصة، وطبقت الدراسة منهج دراسة الحالة لقصة إخبارية نشرت في الموقع الإلكتروني لصحيفة **NewYORK Times**. وأظهرت النتائج أنه يعاد بناء تفاصيل مشاهد الخبر بشكل واضح من خلال مزيج من النصوص والصور والفيديو والرسوم بحيث يتم التعبير عن بنية الحدث الأساسية من خلال توظيف النص والصور، بينما يتم بناء وجهات نظر الأطراف الفاعلة في الحدث من خلال استخدام مجموعة من النصوص القصيرة ولقطات الفيديو واللقطات الصوتية.

كما أوضحت النتائج أنه على الرغم من كون النص لا يزال تقنية أساسية من تقنيات السرد ولكن لا بد من تكامله مع باقي الأشكال الأخرى للوسائط المتعددة.

(٦) دراسة مروة عطية: نمط البناء الفني للقصة الإخبارية وعلاقته بسياق توظيف الفيديو المصاحب للنص على شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإخبارية العربية، (مروة عطية، ٢٠١٧).

وتهدف الدراسة إلى رصد وتحليل أنواع البنى الفنية المستخدمة في بناء القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت، والكشف عن العلاقة بين نوع البناء الفني للقصة الإخبارية ولقطات الفيديو المصاحبة له واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك ثلاثة أنماط من البنى الفنية للقصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت وهذه الأنماط هي بمثابة قوالب تتوافق مع طبيعة بيئة النص الفائق ويتم في إطارها تشكيل المضمون الإخباري سواء وفقاً لطبيعة الاتجاه الذي يتبناه القالب سواء كان الاتجاه المستقل الذي يمثله البناء الانتقائي أو اتجاه الدمج الذي يمثله البناء المتشابك، والبناء المدمج الذي يدعم التكامل بين عناصر البناء الفني للقصة الإخبارية.

وفيما يتعلق بنوع لقطات الفيديو التي يمكن توظيفها في إطار البناء الفني للقصة الإخبارية أشارت نتائج الدراسة إلى أن اللقطات الحية المصورة الأقرب إلى التقارير التلفزيونية كانت النمط السائد في التوظيف ضمن البناء الانتقائي والمتشابك، بينما كانت لقطات الفيديو جراف الأعلى في التوظيف ضمن البناء المدمج.

### التعليق على الدراسات السابقة:

- أوضحت نتائج الدراسات أنه من أبرز دوافع إنتاج قصص إخبارية مدعومة بالبيانات هي منافسة الوسائل والمواقع الأخرى وأن الأساس بها ليس الأرقام فقط ولكن إمكانية التعبير عنها بشكل ثرى ومتنوع.
- تنوعت الأدوات البحثية بالدراسات السابقة ولكن اعتمد معظمها على أداة تحليل المضمون والمقابلة والملاحظة.
- معظم الدراسات العربية تكاد تتشابه في السياقات البحثية ولم تخرج عن كونها دراسات وصفية كمية رصدت إشكالية الوسائط المتعددة بوصفها شكل من أشكال التفاعلية.
- الدراسات التي تناولت القصة الإخبارية الرقمية على شبكة الإنترنت تناولت أنواع البنى الفنية المستخدمة في بناء القصص الإخبارية وعلاقتها بلقطات الفيديو المصاحب لها وهو نمط واحد من أنماط الوسائط المتعددة، وركزت على التقنيات السردية التي يتم توظيفها في تقديم القصص الإخبارية، والاتجاهات الخاصة بالسرد القصصي الرقمي داخل المنصات المصرية.

### • أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

- ❖ المساعدة 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 والتحقق من فروضها.
- ❖ أفادت الدراسات السابقة في التعرف على المناهج العلمية المستخدمة في دراسات الويب والأساليب والأدوات المستخدمة في إجراء الدراسات التجريبية وشبه التجريبية.
- ❖ المساعدة في تحديد وتكوين الإطار النظري للدراسة وتقسيم الفصول 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 والعمليات المعرفية ومجال الدراسات التجريبية بشكل عام.
- ❖ أفادت نتائج الدراسات السابقة الباحث بشكل كبير في بداية الدراسة لوضع الفكرة البحثية، وتفيد أيضاً بشكل كبير بعد استخراج النتائج في عملية

المقارنة بين ما توصلت إليه تلك الدراسة وما توصلت إليه الدراسات السابقة.

### الإطار المنهجي للدراسة:

#### مشكلة الدراسة:

في ضوء التطور التكنولوجي الهائل والاندماج والتقارب الذي فرضته طبيعة تقنيات شبكة الإنترنت والذي بدوره ألقى بظلاله على صناعة المضمين الإخبارية وطريقة إنتاجها وعرضها للجمهور اتجهت المواقع الإخبارية إلى توظيف أساليب جديدة ومتعددة في عرض المحتوى الإخباري لتحقيق السرعة والدقة من خلال تنوع هذه الأساليب في عرض المحتوى الإخباري ما بين الصوت والصورة والفيديو من أجل جذب أكبر عدد ممكن من المتابعين خاصة مع تغير طبيعة الجمهور وعاداته وتفاعله مع المادة الإعلامية المقدمة ولعل هذه التقنيات بدت بصماتها جلية في ظهور أساليب رقمية حديثة كأسلوب الكروس ميديا في سرد وتقديم القصة الصحفية الإخبارية بالمواقع الإلكترونية بطريقة تجذب القارئ.

لذا تمثلت مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: كيف يتم توظيف أسلوب الكروس ميديا في سرد وتقديم القصة الإخبارية بالمواقع الإلكترونية الإخبارية؟

#### أهمية الدراسة:

- تكتسب الدراسة أهمية خاصة بسبب قلة الدراسات التي تناولت القصة الإخبارية بالمواقع الإلكترونية ومعظم الدراسات التي أجريت في هذا المجال تناولت القصة الإخبارية بالصحف المطبوعة.
- شهدت القصة الإخبارية تغيرًا حدث في طريقة عرض مضمونها في الصحف الإلكترونية فأصبحت أكثر تطورًا بفضل تأثير الوسائط التكنولوجية الحديثة من حيث التحرير والإخراج.
- تعد هذه الدراسة إضافة للمكتبة الإعلامية في مجال بحوث التحرير الصحفي الإلكتروني والصحافة الرقمية وهو مجال تحتاج إليه كل من المؤسسات الأكاديمية والإعلامية في مصر والوطن العربي.
- استفادة الباحث من نتائج تحليل الأساليب الرقمية في سرد القصة الإخبارية مما يساعد في تمكنه واكتساب مهارة تحويل القصة الإخبارية بالأسلوب التقليدي إلى قصة رقمية من خلال الكروس ميديا.

#### أهداف الدراسة:

١. التعرف علي أسلوب توظيف الكروس ميديا في تقديم القصص الإخبارية من خلال الكشف عن:

- أ- الوسائط المتعددة والتقنيات التكنولوجية المستخدمة في عرض المضمون وكيفية توظيفها داخل القصة.
  - ب- أنواع العناوين المستخدمة في أسلوب الكروس ميديا وسمتها وشكلها.
  - ج- أنواع القصة الإخبارية بأسلوب الكروس ميديا.
  - د- الترابط بين مكونات البناء الفني للقصة الإخبارية بأسلوب الكروس ميديا.
- الإطار النظري للدراسة:**  
**إنتاج القصص الإخبارية وفق أسلوب الكروس ميديا:**

الإعلام المتقاطع Cross Media هو تجسيد فعلي لمفهوم تعدد المنصات وتطبيق يأخذ في اعتباره التغيير في عادات الجمهور الاتصالية في الحصول على المعلومات ويمكن وصفه ببساطة بأنه عملية تواصل وتعاون لإنتاج القصة ثم المشاركة في نشر المحتوى على عدة منصات إخبارية بطريقة متكاملة كي تصل لمختلف القراء والمشاهدين. (أحمد على الزهراني، ٢٠٢٠، ص ٩٦)

حيث إن عملية إنتاج القصة بمراحلها ووسائل نشرها المتعددة والمختلفة سواء أكانت مقروءة، أو مسموعة، أو مرئية، تعتمد أساساً على الصحفي أو المحرر الذي يجيد باحترافية عالية استخدام مختلف الوسائل المتنوعة المناسبة المطلوبة لإنتاج ونشر القصة.

ومن أجل أن نكون أكثر دقة علينا أن نميز ما بين التواصل عبر وسائل الإعلام وعملية إنتاج القصة فإذا ما قسمناها لمحورين أحدهما: رأسي والآخر أفقي، فإن الخط الرأسي (أو المحور الرأسي) يمثل عملية الإنتاج من البداية إلى النهاية، بداية من فكرة إنشاء القصة حتى نشرها، حيث يؤدي الصحفي أو المحرر المتعدد المهارات العديد من الوظائف في صنع ذلك القصة الإخبارية كإجراء المقابلات تصوير الفيديو، التقاط الصور الفوتوغرافية، كتابة القصة، تحرير الصوت والفيديو.

أما المحور الثاني الأفقي (المتقاطع معه) وهو الخاص بالنشر، فهو من ناحية أخرى، يتألف من منصات إعلامية مختلفة يمكن من خلالها نشر تلك القصة الإخبارية، سواء أكانت صحيفة أو إذاعة وتلفزيون أو مواقع افتراضية كالنشر على الإنترنت والموبايل، وهنا الجوهر والأساس هو ما إذا كانت منصات وسائل الإعلام المختلفة تتقاطع مع بعضها البعض. (مرودة فاضل، ٢٠٢٣، ص ٨٩)

وأسلوب الكروس ميديا يقوم أساساً على التداخل والتعاون بين مختلف الوسائل الإعلامية بطريقة تجعل من المستحيل الاستغناء عن أحدها دون تغيير في النص، مما يؤثر على المنتج النهائي للمحتوى.

ويرى الباحث أن الكروس ميديا كأسلوب رقمي لسرد وتقديم القصة الإخبارية الرقمية يعنى الدمج والتكامل بين النص والصوت والصورة والجرافيك والفيديو في سرد القصة، وهذا يعنى الاستغلال لكافة إمكانيات الوصول للمتلقى في المحتوى الذي تقدمه المواقع الإخبارية له.

### مرتكزات " الكروس ميديا " Cross media :

استخدام أسلوب الكروس ميديا في عرض المحتوى أو القصص الإخبارية ليست شكل من أشكال الرفاهية أو الترف في استغلال التقنيات التي تتيحها البيئة الرقمية، و المتلقي المنفتح على العالم قد لا يرى الجهد وراء إنتاج إصدار واحد من الكروس ميديا، لكنه يشعر بالقطع بأن هناك رؤية ما أو فلسفة صنعت له هذا الزخم الرائع بصرياً وفنياً ومضموناً، لكي تصل إليه فكرة أو قصة أو تحقيقاً أو محتوى جاداً ومسلماً. (أحمد على، مروة عطية، ٢٠٢٠، ص ٩٧)

والكروس ميديا هي نتاج عمل جماعي متناغم وهي فكرة وحركة وسرد بصري ومضمون صالح للعرض، فالشرطان الرئيسيان هما الجودة والعمق (علاء الغطريفي، ٢٠١٨).

وتعتمد الكروس ميديا Cross Media في بيئة الإعلام الرقمي على محورين أساسيين هما: محور إنتاج العمل و محور المحتوى الخبري.

### خطوات إنتاج المحتوى الصحفي وفق أسلوب الكروس ميديا:

تطور المحتوى الصحفي بشكل متسارع فرض مجموعة من التحديات على الصحفي لتطوير أدائه وأدواته ومع ظهور أسلوب CROSS MEDIA تبدلت القصص الإخبارية بشكل جوهري وانتقلت من كونها مجرد نصوص إلى أشكال متعددة تشمل النصوص والصور والصوتيات ولقطات الفيديو والخرائط التفاعلية ورسوم الجرافيك وكلها في سياق مخطط واحد وهذا يتطلب بالتبعية إتقان الأدوات التقنية إضافة إلى المعرفة بالآلية التي يتم من خلالها التخطيط لإعداد قصص متعددة الوسائط الرقمية تجذب الانتباه من خلال المحتوى القوى وطريقة العرض الجاذبة (أسماء قنديل، ٢٠١٩).

وفي هذا السياق تشير الشبكة العالمية للصحافة الاستقصائية إلى أهم الخطوات الضرورية لإنتاج مضمين صحفية بطريقة "كروس ميديا" على النحو التالي:

## أولاً- توفر العنصر البصري وثرائه واختزال النص:

الحكم على إمكانية تنفيذ المحتوى الصحفي بأسلوب الكروس ميديا خاضع في المقام الأول لمدى توفر العنصر البصري وثرائه، بالإضافة إلى اختزال النص وهو أهم ما يميز أسلوب الكروس ميديا بجانب توفر العناصر السابقة لا بد أن يكون لدى المحرر تصور حول كيفية توظيف وعرض المادة المتاحة، وما يحدد نجاح القصة الصحفية بأسلوب الكروس ميديا هو استخدام الأدوات الرقمية المناسبة لتظهر أفضل طريقة لسرد قصة ذات جودة وعمق، ويأتي ذلك من خلال التنسيق الثلاثي بين الصحفي والمطور، والمصمم، والذي يؤدي كل منهما دوراً مهماً يكمله الآخر، فلا قيمة لعرض جيد دون محتوى يستحق، ولا يمكن أن يكون المحتوى جذاباً دون طريقة عرض جيدة.

## ثانياً- وضع خطة جيدة الإعداد:

تبدأ خطة الإعداد من اختيار الفكرة والموافقة عليها ومن ثم تبدأ رحلة البحث عن معلومات أو محتوى يدعمها، وتأتي مرحلة فلترة المحتوى الذي تم جمعه كمرحلة تالية، يليها المراجعة النهائية للمحتوى والبدء في اختبار أسلوب الكروس ميديا للتنفيذ وتأتي مرحلة التحقق من استعراض القصة من أجهزة مختلفة كمرحلة لاحقة للتأكد من شكل العرض وتحديدًا على أجهزة الهواتف المحمولة، وأخيراً تكون مرحلة النشر.

## ثالثاً- مرونة المحتوى:

من المهم أن يكون لدى المحرر أو الصحفي المرونة الكافية للتعديل والتبديل والاستغناء خاصة عن المحتوى النصي في مقابل المحتوى البصري بحيث يتجنب التكرار، كذلك لا بد أن تكون خطة العمل قابلة للتحديث وإضافة ما يستجد.

## رابعًا- اختيار أسلوب سرد القصة الرقمية:

يختلف أسلوب سرد القصص الإخبارية في البيئة الرقمية وبين أساليب السرد المعتادة وأول هذه الاختلافات هو التركيز على اختيار عناوين قصيرة وغامضة وجذابة و أيضا لابد من استعراض المعلومات بشكل سريع ومباشر دون أي حواشي أو ارتجال .

كما يتم العمل على بناء القصص الإخبارية بأسلوب الكروس ميديا من خلال تقسيم المحتوى إلى نماذج مصغرة تكمل بعضها البعض دون تداخل حيث إن مرونة العرض تسمح للمتلقي بحرية الاختيار.

وهذا يتطلب تحديد المحاور الرئيسية والثانوية في القصة الصحفية حتى يتم إبرازها بشكل جيد، كذلك ترتيب الوسائط الرقمية المستخدمة بأسلوب منطقي يعكس المحاور التي تم تحديدها سلفا.

ومن المهم تجنب تكرار المعلومات الصحفية المذكورة في النصوص أو الوسائط المتعددة حتى يجد القارئ معلومة جديدة عند مطالعة النصوص الصحفية أو مشاهدة العروض البصرية ولا يشترط توظيف جميع أشكال الوسائط المتعددة في ملف صحفي واحد ولكن يختار الصحفي ما يتلاءم من باقة الوسائط المتعددة أثناء تنفيذ موضوعه .

وهنا تجدر الإشارة إلى أنه لا بد من استخدام لغة بسيطة وسهلة ومباشرة وأن تكون الجمل قصيرة ومعبرة عن الموضوع وأخيرا تحديد الصورة الرئيسية في القصة، والأطراف الفاعلة في القصة. (أسماء قنديل، ٢٠١٩)

**الصعوبات التي تواجه الصحفيين لإنتاج قصص الكروس ميديا: (مروة فاضل، ٢٠٢٣، ص٩٣)**

- ١- مساحة الموقع الإلكتروني:  
قد لا تستوعب مساحة الرابط الواحد ببعض المواقع الإلكترونية هذه المادة، وهو ما يُصعب تنفيذه بهذه الطريقة في عدة مؤسسات، لكن الحل هنا أن يعمل المبرمجون بالمؤسسة على زيادة المساحة المخصصة لذلك، والاعتماد على برامج ضغط معينة للفيديو، وكذلك الصور مع الحفاظ على الجودة.
- ٢- سرعة الإنترنت:  
تحتاج هذه الطريقة إلى سرعة إنترنت عالية للعرض بشكل جيد وسريع.
- ٣- العرض على الهاتف المحمول:

هي مشكلة تواجه قصص الـ Cross-Media الإعلام المتقاطع في كل المؤسسات الصحفية بالعالم، كون شاشة الهاتف لا تسمح بظهور المادة بعرضها ووضعها الصحيح مثل شاشات أجهزة الكمبيوتر، وهي المشكلة التي يحاول المختصون إيجاد حلول لها في الوقت الحالي.

### نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف الظاهرة موضع الدراسة، والتعرف على عناصرها ومكوناتها وتحليلها وتفسيرها، لذلك تسعى الدراسة إلى وصف وتحليل أسلوب الكروس ميديا في سرد القصة الإخبارية الرقمية.

### مناهج الدراسة:

#### ١- منهج المسح:

تعتمد الدراسة على منهج المسح في التعرف على توظيف أسلوب الكروس ميديا في سرد القصة الإخبارية بالمواقع الإخبارية من خلال مسح أنواع القصص الإخبارية بأسلوب الكروس ميديا والعناوين والصور وأشكال عرضها، والوسائط المتعددة، المتواجدة على المواقع الإخبارية عينة الدراسة.

٢- المنهج المقارن: وذلك بهدف عقد المقارنة بين مواقع الدراسة في توظيفها لأسلوب الكروس ميديا في تقديم القصة الإخبارية.

### عينة الدراسة:

اختار الباحث عينة قدرها ٣ مواقع إخبارية إلكترونية وتم اختيار هذه المواقع بناء على دراسة استطلاعية حيث تبين أن هذه المواقع توظف أسلوب الكروس ميديا في عرض وتقديم القصة الإخبارية الرقمية.

وهذه المواقع هي:

- ١- موقع مصرأوي.
- ٢- موقع بوابة الأهرام.
- ٣- موقع الوطن.

ونظرًا لأن هذا الأسلوب يحتاج إلى فريق عمل ووقت كبير لصنع قصة بهذا الأسلوب الرقمي لذا فإن عددها قليل وقد اعتمد الباحث على الحصر الشامل للقصص الإخبارية المقدمة بهذا الأسلوب وذلك خلال الفترة من يناير ٢٠١٩ وحتى ديسمبر ٢٠٢٢.

## أداة جمع البيانات:

### أداة تحليل المضمون:

حيث تعتمد الدراسة على أداة تحليل المضمون لدراسة أسلوب الكروس ميديا بوصفه أسلوب مستحدث في تقديم القصة الإخبارية بالمواقع الإلكترونية فرضتهما طبيعة تقنيات شبكة الإنترنت.  
**التعريفات الإجرائية للدراسة:**

**أسلوب الكروس ميديا:** أسلوب رقمي مستحدث لسرد القصة الإخبارية بالمواقع الإلكترونية يهدف إلى توصيل المحتوى بشكل أكثر جاذبية وسلاسة للمتلقي يقوم على دمج الوسائط المتعددة من نصوص وصور ورسوم معلوماتية ومقاطع فيديو في تصميم واحد من خلال عرض القصة بتصميم مختلف يناسب محتواها، وتقليل كتل النص، والاعتماد على مواد بصرية أكثر وعرضها بشكل ومساحة أفضل فيستطيع المستخدم أن يقرأ ويشاهد ويستمتع في وقت واحد من خلال تقاطع وتداخل الوسائط المعلوماتية في تصميمه.

**المواقع الإلكترونية:** يقصد بها المواقع الإخبارية الإلكترونية التي تصدر عن مؤسسات إعلامية ذات ملكية مصرية والتي توظف أسلوب الكروس ميديا والفيديو جراف في عرض القصص الصحفية.

### **الصدق والثبات:**

يعنى الصدق أن تقيس أداة جمع البيانات ما يفترض قياسه، ويرتبط الصدق بالإجراءات المتخذة في التحليل، كاختيار العينة، ووضع الفئات وتحديدًا تحديداً واضحاً ودقيقاً، بالإضافة إلى درجة الثبات في التحليل.

ويشير مفهوم الثبات إلى الوصول إلى نفس النتائج بتكرار تطبيق المقياس على نفس المفردات في نفس الموقف أو الظروف وبالتالي فإن كافة الإجراءات يجب أن تتسم بالدقة والاتساق والثبات للوصول إلى ثبات النتائج . (محمد عبد الحميد، ٢٠١٥، ص ٦١١)

وقد لجأ الباحث إلى أسلوب إعادة الاختبار بالنسبة للدراسة التحليلية وقد قام الباحث بتحليل المواقع محل الدراسة عينة تمثل ١٠% من القصص الإخبارية بعد فترة زمنية قدرت بشهر من انتهاء عملية التحليل الأصلي وقد توصل الباحث أيضاً إلى نفس النتائج التي قد تصل إلى حد التطابق.

**نتائج الدراسة:**

**١- عدد القصص الإخبارية التي تم تحليلها بمواقع الدراسة:**

جدول (١) يوضح عدد القصص التي تم تحليلها بأسلوب الكروس ميديا

مواقع الدراسة	موقع مصري	بوابة الأهرام	موقع الوطن	المجموع
عدد القصص	٢٦	٣	٦	٣٥

يتضح من الجدول السابق أن عدد القصص التي تم تحليلها بلغ ٣٥ قصة ، وذلك بواقع ٢٦ قصة لموقع مصري، و ٣ قصص لموقع بوابة الأهرام ، و ٦ قصص لموقع الوطن وهذه هي عدد القصص المنشورة بأسلوب الكروس ميديا خلال فترة الدراسة بموقع بوابة الأهرام وموقع الوطن ، ونظرًا لأن أسلوب الكروس ميديا في إنتاج القصة الإخبارية يحتاج إلى جهد كبير ووقت كبير وفريق عمل لإنتاجها فإن هناك قلة في عدد القصص بهذا الأسلوب ولكن تميز موقع مصري في توظيف هذا الأسلوب الرقمي في سرد القصة الإخبارية ويعزو الباحث ذلك إلى وجود فريق عمل متخصص لهذا القسم ضمن موقع مصري أحد مواقع مجموعة أونا للصحافة يضم محررون ومصممون ومطورون بإشراف الأستاذ علاء الخطري رئيس المجموعة.

**٢- نوع القصة المنشورة بأسلوب كروس ميديا:**

جدول رقم (٢) يوضح نوع القصة بأسلوب الكروس ميديا

	موقع مصري		بوابة الأهرام		موقع الوطن		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مفردة	١٨	٦٩.٢	٣	١٠٠	٦	١٠٠	٢٧	٧٧.١
مركبة	٨	٣٠.٨	-	-	-	-	٨	٢٢.٩

**أنواع القصة الإخبارية بأسلوب الكروس ميديا من وجهة نظر الباحث:**

القصة المفردة: وهي القصة التي تشتمل على محور واحد  
القصة المركبة: القصة التي تشتمل على أكثر من محور في إطار السياق العام للقصة الرئيسية.

من بيانات الجدول السابق يتضح أن القصص الإخبارية المفردة احتلت المركز الأول وذلك بنسبة ٧٧.١% يليها في المركز الثاني القصص المركبة وذلك بنسبة ٢٢.٩%.

بدراسة كل موقع نجد أن: موقع مصراوي تميز بنشر القصص المركبة التي تشمل أكثر من جانب للقصة بنسبة ٣٠.٨% **وتتفق هذه النتيجة** مع دراسة (مروة فاضل ٢٠٢٣) والتي أكدت وجود قصص إخبارية متكاملة حيث احتوت القصة الواحدة على ٧ محاور فرعية ضمن القصة يتم الانتقال إليها من خلال الضغط على المحور التالي مما يسهل الانتقال بين أجزاء القصة.

في المقابل اهتم موقعي بوابة الأهرام و الوطن بالقصة المفردة بشكل أساسي.

**٣. طبيعة العنوان الرئيس وسمته:**

جدول رقم (٣) يوضح طبيعة العنوان الرئيس وسمته

المجموع	موقع الوطن		بوابة الأهرام		موقع مصراوي			
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
٦٨.٦	٢٤	٨٣.٣	٥	٦٦.٧	٢	٦٥.٤	١٧	مباشر
٣١.٤	١١	١٦.٧	١	٣٣.٣	١	٣٤.٦	٩	غير مباشر

يقصد الباحث في هذه الفئة مدى وضوح العنوان الرئيس أو غموضه بالنسبة للقارئ حيث لاحظ الباحث أثناء التحليل أن هناك عناوين مباشرة وواضحة بالنسبة للقارئ وعلى الجانب الآخر عناوين قصيرة وغامضة وليست مفهومة فعلى سبيل المثال قصة بموقع مصراوي بعنوان الكرنيتينا هذه الكلمة التي تعنى الحجر الصحي كانت بمثابة العنوان الرئيس للقصة فهي كلمة غير واضحة ومفهومة للقارئ وللتعرف على المقصود بها لا بد من الدخول على رابط القصة بأسلوب الكروس ميديا وهذا نوع من التشويق والجذب **ويعزو الباحث** استخدام العناوين غير المباشرة في صياغة القصص الصحفية لإثارة انتباه القارئ لقراءة تفاصيل القصة.

من بيانات الجدول السابق يتضح أن العناوين الرئيسية المباشرة احتلت المركز الأول وذلك بنسبة ٦٨.٦% يليها في المركز الثاني العناوين غير المباشرة وذلك بنسبة ٣١.٤%.

**بدراسة كل موقع نجد أن:**

موقع مصراوي اعتمد على العناوين المباشرة في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٦٥.٤%، ثم العناوين غير المباشرة بنسبة ٣٤.٦%.

فيما اعتمدت بوابة الأهرام على العناوين المباشرة بشكل أساسي وذلك بنسبة ٦٦.٧%، ثم العناوين غير المباشرة بنسبة ٣٣.٣%، أما بالنسبة لموقع الوطن اعتمد على العنوان المباشر بنسبة ٨٣.٣%، ثم العناوين غير المباشرة بنسبة ١٦.٧%.

#### ٤- التنسيق بين العناوين المستخدمة في القصص المنشورة بأسلوب الكروس ميديا:

جدول رقم (٥) يوضح التنسيق بين العناوين المستخدمة في القصص المنشورة

المجموع	موقع الوطن		بوابة الأهرام		موقع مصر اوي			
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
٢٨.٦	١٠	٥٠	٣	٣٣.٣	١	٢٣.١	٦	تمهيدية
١٠٠	٣٥	١٠٠	٦	١٠٠	٣	١٠٠	٢٦	رئيسية
٧٤.٣	٢٦	٦٦.٧	٤	٦٦.٧	٢	٦٩.٢	٢٠	ثانوية
٦٢.٩	٢٢	٦٦.٧	٤	٦٦.٧	٢	٦١.٥	١٦	فقرات

تدل بيانات الجدول السابق على التنسيق بين العناوين المصاحبة للقصة الإخبارية بأسلوب الكروس ميديا كالتنسيق بين العنوان التمهيدي والرئيس والثانوي ثم بعد ذلك عنوان الفقرات، وتبين نتائج الجدول أن العنوان الرئيس كان متواجداً في القصة الإخبارية بأسلوب الكروس ميديا في مواقع الدراسة بنسبة ١٠٠% باعتبارها العنوان الأساسي والأهم والذي يلخص الموضوع ويبرز أهم ما فيه ويعمل على جذب انتباه القارئ وحثه على قراءة القصة، يليه العنوان الثانوي بنسبة ٧٤.٣% وهو العنوان الذي يلحق بالعنوان الرئيس ويضيف مزيد من التفاصيل اليه وتفسيره في حالة ما كان العنوان الرئيس غامضاً وغير مباشراً.

ثم جاء عنوان الفقرات في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٦٢.٩% وجاء العنوان التمهيدي الذي يسبق العنوان الرئيس ويمهد له في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٨.٦%.

**ولاحظ الباحث أن العناوين الصحفية جاءت مرتبطة ببعضها وكذلك مرتبطة بالمضمون المقدم في القصص الإخبارية المنشورة. ودراسة كل موقع نجد أن:**

اعتمد موقع مصر اوي بشكل أساسي على العنوان الرئيس وذلك بنسبة ١٠٠%، يليه في المرتبة الثانية العنوان الثانوي ونسبة ٦٩.٢%، يليه عنوان الفقرات وذلك بنسبة ٦١.٥%، ثم العنوان التمهيدي بنسبة ٢٣.١%.

فيما اعتمدت بوابة الأهرام بشكل كلى على العنوان الرئيس بنسبة بلغت ١٠٠%، وتساوى اعتماد الموقع على العنوان الثانوي والفقرات وذلك بنسبة ٦٦.٧%، ثم العنوان التمهيدي بنسبة ٣٣.٣% أما بالنسبة لموقع الوطن فقد اعتمدت على العنوان الرئيس في المقام الأول بنسبة بلغت ١٠٠%، وتساوى اعتماد الموقع على العنوان الثانوي وعنوان الفقرات بنسبة ٦٦.٧%، وجاء العنوان التمهيدي في المرتبة الأخيرة بنسبة ٥٠%.

**٥- شكل العناوين المستخدمة:**

جدول رقم (٥) يوضح شكل العناوين المستخدمة

المجموع	موقع الوطن		بوابة الأهرام		موقع مصراوي			
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
١٠٠	٣٥	١٠٠	٦	١٠٠	٣	١٠٠	٢٦	ثابتة
٣١.٤	١١	١٦.٧	١	-	-	٣٨.٥	١٠	متحركة

من بيانات الجدول السابق يتضح اعتماد مواقع الدراسة على العناوين الثابتة بشكل أساسي بنسبة ١٠٠%، يليها في المركز الثاني العناوين المتحركة وذلك بنسبة ٣١.٤%.

بدراسة كل موقع نجد أن: موقع مصراوي اعتمد على العناوين الثابتة بشكل أساسي وذلك بنسبة ١٠٠% ثم العناوين المتحركة بنسبة ٣٨.٥%.

فيما اعتمدت بوابة الأهرام على العناوين الثابتة بشكل أساسي وذلك بنسبة ١٠٠%، ولم توظف العناوين المتحركة في القصص الإخبارية المنشورة، أما بالنسبة لموقع الوطن اعتمد على العناوين الثابتة بنسبة ١٠٠%، ثم العناوين المتحركة بنسبة ١٦.٧%.

ويعزو الباحث استخدام العناوين المتحركة في قصص الكروس ميديا لكونه يعتمد في المقام الأول على الجذب البصري وتستخدم هذه العناوين داخل القصة للإشارة الى تفاصيل مهمة من خلال تسليط الضوء على عنوان مهم داخل القصة من خلال الحركة.

## ٦- الترابط بين مكونات البناء الفني للقصة بمواقع الدراسة:

جدول رقم (٦) يوضح طبيعة الترابط بين مكونات البناء الفني للقصة

الترابط بين الأحداث	مصراوي		بوابة الاهرام		الوطن		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
المقدمة	١٠٠	٢٦	١٠٠	٣	١٠٠	٦	١٠٠	٣٥
الجسم	١٠٠	٢٦	١٠٠	٣	١٠٠	٦	١٠٠	٣٥
الخاتمة	١٥.٤	٤	٦٦.٧	٢	١٦.٧	١	٢٠	٧

تدل بيانات الجدول السابق على أن هناك اتفاق بين مواقع الدراسة في طريقة عرض التفاصيل والمعلومات وترابطها حيث تلتزم بوجود المقدمة التي تكون بمثابة التمهيد للقصة الإخبارية المنشورة، والجسم الذي يحمل المعلومات والبيانات والوقائع أو مسار القصة وتطورها ثم جاء توظيف الخاتمة بشكل ضعيف جداً ويعزو الباحث ذلك إلى أن أسلوب الكروس ميديا أسلوب رقمي يعتمد على الجذب البصري للقارئ من خلال الاهتمام بالعناصر الجرافيكية والتقنية في تقديم القصة بشكل جذاب وذلك على حساب مكونات البناء الفني للقصة التي تشتمل على مقدمة وجسم وخاتمة والتي تمثل النتيجة أو الخلاصة أو تقييم المحرر أو تعميم أو اعطاء أحكام موضوعية في نهاية القصة، و نجد أن مواقع الدراسة اعتمدت على الترابط بين الأفكار الذي يقوم على توفير مقدمة وجسم لكل قصة وذلك بنسبة ١٠٠% ولكن على حساب الخاتمة حيث جاءت بنسبة ضعيفة بلغت ٢٠%.

بدراسة كل موقع نجد أن: موقع مصراوي اعتمد على المقدمة والجسم بشكل أساسي وذلك بنسبة ١٠٠% و جاءت نسبة وجود خاتمة في القصص المنشورة به ١٥.٤%.

فيما اعتمدت بوابة الأهرام على المقدمة والجسم بشكل أساسي وذلك بنسبة ١٠٠%، وبلغت نسبة وجود خاتمة للقصة ٦٦.٧% والتي تمثلت في خلاصة رأى المحرر في نهاية القصة.

أما موقع الوطن فقد اعتمد على المقدمة والجسم بشكل أساسي وذلك بنسبة ١٠٠%، وبلغت نسبة وجود خاتمة للقصة ١٦.٧% و تمثلت في خلاصة رأى المحرر في نهاية القصة.

## ٧- الوسائط والتقنيات المستخدمة في القصص الإخبارية المنشورة :

جدول رقم (٧) يوضح الوسائط المستخدمة في القصص الإخبارية المنشورة

أنواع الوسائط	موقع مصري		بوابة الأهرام		موقع الوطن		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
الصور	٢٦	١٠٠	٦	١٠٠	٣٥	١٠٠	
الفيديو	٨	٣٠.٨	٦	٦٦.٧	١٦	٤٥.٧	
إنفو جراف	٢٢	٨٤.٦	-	-	٢٥	٧١.٤	
مقاطع الصوت	٦	٢٣.١	-	-	٦	١٧.١	
بودكاست	٢	٧.٨	-	-	٢	٥.٧	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الصور حصلت على المركز الأول من بين التقنيات المدعمة للقصة الإخبارية في المواقع الإلكترونية، حيث إن جميع القصص المقدمة في مواقع الدراسة اعتمدت على الصور وذلك بنسبة ١٠٠%، بينما حصلت رسوم الانفو جراف على المرتبة الثانية حيث أن ٢٥ قصة من القصص التي تم تحليلها بمواقع الدراسة اشتملت على إنفو جراف بنسبة ٧١.٤%. أما ملفات الفيديو اشتملت ١٦ قصة من إجمالي القصص التي تم تحليلها بمواقع الدراسة بأسلوب الكروس ميديا على ملفات الفيديو وذلك بنسبة بلغت ٤٥.٧%.

### وسيتم تناول كل عنصر على حدة:

**أولاً: الصور:** يتضح من الجدول السابق اهتمام مواقع الدراسة باستخدام الصور في القصص الإخبارية المنشورة وتحتوى كل قصة بأسلوب الكروس ميديا على أكثر من صورة وهذا يتلائم مع طبيعة أسلوب عرض القصة بالكروس ميديا الذي يعتمد في المقام الأول على الصورة بالإضافة الى طبيعة الوسيلة التي ينشر بها القصص وهى المواقع الإلكترونية والتي تتيح نشر أكثر من صورة دون الالتزام بمساحة محددة

وتعد الصورة من عناصر الجذب الأساسية للقارئ خاصة أنها تضيف مزيداً من الواقعية والمصداقية على القصة وتؤكد مضمونها.

**ثانياً: مقاطع الفيديو:** توضح نتائج الجدول توظيف مقاطع الفيديو في القصص الإخبارية لكونها تؤكد المضمون وتعطى ترابط عضوي مع التفاصيل الواردة في المتن و توظيف مقاطع الفيديو يرجع الى الإمكانيات المادية لهذه المواقع والتي تحتوى على كوادرنية وتقنية.

**وتختلف** تلك النتيجة عما توصلت إليه دراسة (ماجد فضل، ٢٠١٤، ص١٦٤) التي كشفت عن غياب استخدام الفيديو عن موقعي صحيفتي الأيام والحياة الجديدة.

#### **ثالثاً : الإنفو جراف:**

يتضح من الجدول السابق اهتمام مواقع الدراسة باستخدام الإنفو جراف في القصص الإخبارية المنشورة وتحتوى كل قصة بأسلوب الكروس ميديا على أكثر من إنفو جراف وهذا يتلاءم مع طبيعة أسلوب عرض القصة بالكروس ميديا الذى يعتمد بشكل أساسى على الرسوم المعلوماتية الإنفو جراف والتي تبسط البيانات والمعلومات للقارئ في شكل رسوم.

#### **رابعاً: ملفات الصوت:**

تشير بيانات الجدول السابق إلى تميز موقع مصراوي فقط بتوظيف مقاطع الصوت في القصص الإخبارية وهذا يحقق التنوع في تقنيات سرد المعلومات بالموقع ، ويتم توظيف مقاطع الصوت من خلال نشرها أيضا على منصة أخرى مثل ساوند كلاوند ( SOUND CLOUD ) و من سمات أسلوب الكروس ميديا " الإعلام المتقاطع" نشر المحتوى عبر أكثر من وسيلة .

**وتختلف** هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة (هانى ابراهيم، ٢٠١٩) حيث أوضحت أن جميع البوابات الإخبارية عينة الدراسة لا يوجد بها مقاطع صوتية بصفتها الرئيسية وذلك بنسبة ١٠٠ %.

#### **خامساً: البودكاست:**

تشير بيانات الجدول إلى انفراد موقع مصراوي بتوظيف البودكاست في القصص الإخبارية بنسبة بسيطة بلغت ٧.٨%، وتم توظيفه لسرد تفاصيل القصة بأسلوب مختلف ومختصر، ويتم نشر البودكاست أيضاً على صفحة الموقع بمنصة ساوند كلاوند ( SOUND CLOUD ).

## ٨- أنواع الصور المستخدمة في القصص الإخبارية المنشورة:

جدول (٨) يوضح أنواع الصور المستخدمة في القصص الإخبارية المنشورة

أنواع الصور	موقع مصراوي		بوابة الأهرام		موقع الوطن		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
شخصية	٢٠	٧٦.٩	٣	١٠٠	٦	١٠٠	٢٩	٨٢.٩
إخبارية	٧	٢٦.٩	-	-	٣	٥٠	١٠	٢٨.٦
موضوعية	٩	٣٤.٦	٣	١٠٠	٢	٣٣.٣	١٤	٤٠
تعبيرية	٧	٢٦.٩	١	٣٣.٣	-	-	٧	٢٠

تدل بيانات الجدول السابق على أن الصور الشخصية جاءت في المركز الأول، حيث اعتمدت ٢٩ قصة من إجمالي عدد القصص التي تم تحليلها في مواقع الدراسة على الصور الشخصية وذلك بنسبة بلغت ٨٢.٩%، في حين اعتمدت ١٤ قصة على الصور الموضوعية لتحل المركز الثاني بنسبة بلغت ٤٠%، يليها الصور الإخبارية في المركز الثالث بواقع ١٠ قصص و بلغت نسبتها ٢٨.٦% وفي المرتبة الأخيرة الصور التعبيرية بنسبة ٢٠%، وبدراسة نتائج كل موقع يتضح الآتي:

بالنسبة لموقع مصراوي نجد أن الصور الشخصية والتي ترتبط بأشخاص ذات علاقة بالحدث حازت على المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٧٦.٩%، بينما جاءت الصور الموضوعية في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة بلغت ٣٤.٦%، ثم تساوت الصور الإخبارية والتعبيرية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٦.٩%

كما أن بوابة الأهرام اعتمدت على الصور الموضوعية والشخصية بشكل أساسي وذلك بنسبة ١٠٠%، ثم جاءت الصور التعبيرية في المرتبة الثانية بنسبة ٣٣.٣%. أما موقع الوطن فنجد أن الصور الشخصية حازت على المرتبة الأولى وذلك بنسبة ١٠٠%، بينما جاءت الصور الإخبارية في المرتبة الثانية وذلك بنسبة بلغت ٥٠%، ثم جاءت الصور الموضوعية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٣٣.٣%.

## ٩- شكل عرض الصور بالقصص الإخبارية :

جدول رقم (٩) يوضح شكل عرض الصور بالقصص الإخبارية

المجموع	موقع الوطن		بوابة الأهرام		موقع مصر اوي		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
ثابتة	١٠٠	٣٥	١٠٠	٦	١٠٠	٣	٢٦
متحركة	١٧.١	٦	١٦.٧	١	-	-	١٩.٢
قابلة للتمرير والحركة	٥.٧	٢	-	-	-	-	٧.٧

من بيانات الجدول السابق يتضح اعتماد مواقع الدراسة على الصور الثابتة بشكل أساسي بنسبة ١٠٠%، يليها في المركز الثاني الصور المتحركة وذلك بنسبة ١٧.١%، يليها الصور القابلة للتمرير والحركة بنسبة ٥.٧%.

بدراسة كل موقع نجد أن:

موقع مصر اوي اعتمد على الصور الثابتة بشكل أساسي وذلك بنسبة ١٠٠% ثم الصور المتحركة بنسبة ١٩.٢% يليها الصور القابلة للحركة والتمرير بنسبة بلغت ٧.٧%.

فيما اعتمدت بوابة الأهرام على الصور الثابتة بشكل أساسي وذلك بنسبة ١٠٠%، ولم توظف الصور المتحركة أو الصور القابلة للتمرير والحركة في القصص الإخبارية المنشورة ، أما بالنسبة لموقع الوطن اعتمد على الصور الثابتة بنسبة ١٠٠%، ثم الصور المتحركة بنسبة ١٦.٧%.

ولم يوظف موقع الوطن الصور القابلة للحركة والتمرير في القصص المنشورة بالموقع.

## ١٠- علاقة الصور بالمضمون المقدم في القصص المنشورة:

جدول رقم (١٠) يوضح علاقة الصور بالمضمون

المجموع		موقع الوطن		بوابة الأهرام		موقع مصراوي		علاقة الصور بالمضمون
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٥٤.٣	١٩	٥٠	٣	-	-	٦١.٥	١٦	تضيف معلومات للمضمون
١٠٠	٣٥	١٠٠	٦	١٠٠	٣	١٠٠	٢٦	تأكيد للمضمون

تدل بيانات الجدول السابق أن ١٩ قصة من إجمالي عدد القصص التي تم تحليلها كانت بها صور تضيف معلومات للمضمون وليس تكرارًا للمعلومات الواردة في المتن وذلك بنسبة ٥٤.٣% وتميز موقع مصراوي في استخدام الصور التي تضيف معلومات للنص وذلك بنسبة ٦١.٥% وموقع الوطن بلغت نسبة الصور التي تضيف معلومات للمضمون ٥٠%.

وتدل بيانات الجدول السابق أن الصور المستخدمة في القصص الإخبارية المنشورة في مواقع الدراسة الثلاثة كانت جميعها تأكيدًا للمضمون .  
١١. صيغ الصور المصاحبة للقصص المنشورة بمواقع الدراسة:

اعتمدت مواقع الدراسة على صيغة JPEG في جميع الصور وذلك بنسبة بلغت ١٠٠% وتعد هذه الصيغة الأكثر استخدامًا في المواقع الإخبارية الإلكترونية، ويعزو الباحث اعتماد المواقع الإخبارية محل الدراسة على صيغة JPEG لأنها قادرة على عرض صور عالية الجودة وبمساحات صغيرة عند ضغطها وهذا يساعد على تحميل الصفحة بصورة سريعة.

وتميز موقع مصراوي في التنوع في صيغ الصور المستخدمة في القصص المنشورة بين صيغة JPEG و صيغة PNG وذلك بنسبة ١٠٠% خاصة أن صيغة PNG تم ابتكارها من أجل المواقع ولديه مميزات أفضل وأقل عيوبًا منهم حيث إن ألوانه ذات درجة عالية من الوضوح لكنه لا يُدعم من جميع متصفحات الويب، وتميز مصراوي أيضا بتوظيف الصورة بصيغة GIF، أما موقعي الوطن وبوابة الأهرام استخدمتا صيغة JPEG فقط في القصص المنشورة بهما

## ١٢- علاقة الفيديو بالمضمون المقدم في القصص المنشورة بأسلوب الكروس ميديا بمواقع الدراسة:

ملفات الفيديو التي اعتمدت عليها القصص الإخبارية المنشورة في مواقع الدراسة كانت جميعها تركز على جانب واحد من جوانب القصة وتضيف معلومات مختلفة عن الواردة في النص، وذلك بنسبة ١٠٠% . وبالتالي استفادت مواقع الدراسة من هذه التقنية التي تجمع كل عناصر الجذب إلى جانب النص من صور وصوت وحركة والتي يمكن من خلالها تقديم معلومات إضافية إلى النص المكتوب بحيث تجذب القارئ لمشاهدة الفيديو لاشتماله على معلومات إضافية للمضمون بحيث يكون هناك تكاملاً بين النص والفيديو وليس تكراراً لما هو موجود بمتن القصة. وهنا تجدر الإشارة إلى أهمية استخدام تقنية الفيديو بالنسبة للقارئ الذي ليس لديه القدرة والرغبة في قراءة النصوص الطويلة فبالتالي توظيف الفيديو يخفف من التفاصيل المكتوبة في النص.

## ١٣- طريقة عرض ملفات الفيديو بأسلوب الكروس ميديا:

جدول رقم (١١) يوضح طريقة عرض ملفات الفيديو في القصص المنشورة

طريقة العرض مواقع الدراسة	التحميل download	العرض المباشر streaming	الجمع بين الطريقتين	عرضها بمنصات أخرى
موقع مصراوى	√	√	-	√
بوابة الأهرام	√	√	-	√
موقع الوطن	√	√	-	√

وفقاً للجدول السابق يتضح أن مواقع الدراسة اعتمدت على عدة طرق لعرض ملفات الفيديو منها طريقة العرض المباشر في تقديم ملفات الفيديو وتسمح مواقع الدراسة بإمكانية تحميل الفيديو على الجهاز الخاص بالمستخدم وهي الطريقة الأفضل بالنسبة له للتغلب على مشكلة بطء الإنترنت وإمكانية التوقف أثناء المشاهدة و أتاحت إمكانية المشاهدة لاحقاً عند النقر عليها من قبل المستخدم يتم إضافتها لقائمة المشاهدة لاحقاً في موقع اليوتيوب بجهاز الكمبيوتر لديه ويستطيع الرجوع إليه ومشاهدة الفيديو في الوقت الذي يريده.

وتتيح مواقع الدراسة للمستخدم إمكانية مشاركة الفيديو بمواقع التواصل الاجتماعي ولاحظ الباحث ان مواقع الدراسة تقوم بنشر مقاطع الفيديو بالموقع على منصات أخرى مثل اليوتيوب وذلك لتحقيق مزيد من التفاعلية عند اقبال المستخدمين المتابعين عليها وهذا يتناسب مع طبيعة أسلوب الكروس ميديا " الإعلام المتقاطع " والذي يعنى تقاطع أكثر من وسيلة في نشر المحتوى .

**وتتفق** هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة (سلوى عبد الهادي، ٢٠١٠) والتي كشفت عن استخدام جميع مواقع الدراسة الجمع بين طريقة البث المباشر والتحميل في عرض ملفات الفيديو.

### **خاتمة الدراسة وتوصياتها :**

- يتضح من نتائج تحليل أسلوب الكروس ميديا أن النص لا يزال محورياً في قصص الكروس ميديا ولكن يتم استكمالها ودعمه بتنسيقات وسائط أخرى وذلك من خلال ترجمة تقنيات السرد اللغوي باستخدام الوسائط المتعددة ويتم التعبير عن كل جزء من أجزاء السرد داخل القصة بواسطة الوسائط المتعددة إلى جانب النص فهيكّل الحدث يتم التعبير عنه من خلال النص والصور التي تعزز من وقت السرد فالصور الملونة تدل على الحاضر والصور الأبيض والأسود تدل على الماضي، والتعبير عن الأرقام والبيانات والإحصائيات بشكل بسيط يتم من خلال الإنفو جراف واستخدام الخرائط للتعبير عن الأماكن أما جهات النظر ورواية التفاصيل من خلال الأطراف الفاعلة داخل القصة يتم التعبير عنها باستخدام النصوص ومقاطع الصوت والبودكاست والفيديو فاستخدام المشاهد المرئية بواسطة الفيديو تعزز من فهم القارئ للقصة .

**وتختلف** هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها (Pincus, H,2017) التي أظهرت عدم وجود فروق في الانغماس للقصة بين قصة إخبارية نصية وقصة إخبارية متعددة الوسائط ويمكن تفسير هذه النتيجة لأن موضوع القصة المستخدمة في تلك الدراسة التي كانت محورها الرئيسي قصة شخصية تركز على حياة المرأة بدلا من حدث معين أو سلسلة من الأحداث وهذا أعاق الإمكانات الغامرة لعناصر الوسائط المتعددة .

- تحتوى قصص الكروس على العديد من العناصر التقنية حيث تحتوى القصة الواحدة على نص وصورة وفيديو ورسوم توضيحية وذلك من أجل قصة إخبارية متكاملة تحتوى على كافة المعلومات بطريقة مبسطة ولكن

ليس شرطاً وجود كافة الوسائط داخل القصة ولكن بما يتلاءم مع طبيعة القصة المنشورة حيث تحتوى بعض القصص على الفيديو والصوت والبودكاست إلى جانب النص بينما تخلو بعض القصص من هذه التقنيات ويتم الاعتماد على النص والصور والرسوم التوضيحية والإنفو جراف وذلك يدل على التنوع في طريقة عرض المعلومات حسب القصة الإخبارية المقدمة في الموقع الإخباري.

- اعتمدت مواقع الدراسة على توظيف العناوين غير المباشرة من خلال استخدام عنوان رئيسي قصيراً وغامضاً في القصص الإخبارية المنشورة بأسلوب الكروس ميديا و يتم استخدام العناوين غير المباشرة لجذب انتباه القراء وإثارة فضولهم لقراءة تفاصيل القصة، وكان هناك اهتمام بصياغة العناوين الرئيسية بشكل جذاب باعتبارها العنصر الأول الذى يقع عليه عين القارئ.

- جاءت العناوين الصحفية جاءت مرتبطة ببعضها وكذلك مرتبطة بالمضمون المقدم في القصص الإخبارية المنشورة و يتضح من التحليل أن هناك اتفاقاً على اعتماد مواقع الدراسة على العنوان الرئيسي ثم العنوان الثانوي الذى يلحق العنوان الرئيسي ويضيف مزيد من التفاصيل إليه وتفسيره في حالة ما كان العنوان الرئيسي غامضاً وغير مباشراً.

- اعتمدت مواقع الدراسة على العناوين الثابتة بشكل أساسي ولكن وظفت العناوين المتحركة لإضفاء مزيد من التنوع والتباين في عرض العناوين و تعد العناوين المتحركة طريقة فعالة لجذب الانتباه ويتم استخدامها لتسليط الضوء على جزء مهم داخل القصة.

- أوضحت النتائج أنه هناك اتفاق بين مواقع الدراسة في طريقة عرض التفاصيل والمعلومات وترباطها حيث تلتزم بوجود المقدمة التي تكون بمثابة التمهيد للقصة الإخبارية المنشورة، والجسم الذى يحمل المعلومات والبيانات والوقائع أو مسار القصة وتطورها ثم جاء توظيف الخاتمة بشكل ضعيف جدا ويمكن تفسير ذلك إلى أن أسلوب الكروس ميديا أسلوب رقمي يعتمد على الجذب البصرى للقارئ من خلال الاهتمام بالعناصر الجرافيكية والتقنية في تقديم القصة بشكل جذاب وذلك على حساب مكونات البناء الفني للقصة التي تشتمل على مقدمة وجسم وخاتمة التي تمثل النتيجة أو الخلاصة أو تقييم المحرر أو تعميم أو إعطاء أحكام

موضوعية في نهاية القصة ويعزو الباحث عدم وجود خاتمة للقصة الإخبارية نتيجة الخلط بينه وبين الفنون الصحفية الأخرى، هذا بالإضافة إلى أن طرق الكتابة تتغير وتتطور فقد يلجأ المحرر إلى ترتيب الفقرات في القصص المنشورة واختيار الفقرة الصالحة للنهاية وبالتالي أصبحت النهايات المفتوحة أحد النهايات المطروحة وبالتالي لا يوجد خاتمة ولكن من المهم الإجابة على الأسئلة الصحفية التي يدور حولها القصة وتقديم التفاصيل وخلفيات الحدث ومع ذلك الخاتمة إن وجدت يجب توظيفها بالشكل الصحيح الذي يخدم القصة.

- أكدت نتائج التحليل اعتماد مواقع الدراسة على الصور الثابتة بشكل أساسي بنسبة ١٠٠%، يليها في المركز الثاني الصور المتحركة وذلك بنسبة ١٧.١%، يليها الصور القابلة للتمرير والحركة بنسبة ٥.٧%.

- اعتمدت مواقع الدراسة على صيغة JPEG بشكل أساسي وتعد هذه الصيغة الأكثر استخدامًا في المواقع الإخبارية الإلكترونية حيث إنها قادرة على عرض صور عالية الجودة وبمساحات صغيرة عند ضغطها وهذا يساعد على تحميل الصفحة بصورة سريعة وتميز موقع مصر اوي في التنوع في صيغ الصور المستخدمة في القصص المنشورة بين صيغة JPEG و صيغة PNG وذلك بنسبة ١٠٠% خاصة أن صيغة PNG تم ابتكارها من أجل المواقع ولديه مميزات أفضل وأقل عيوبًا منهم حيث إن ألوانه ذات درجة عالية من الوضوح لكنه لا يُدعم من جميع متصفحات الويب، أما موقى الوطن وبوابة الأهرام استخدمتا صيغة JPEG فقط في القصص المشورة بهما

- ملفات الفيديو التي اعتمدت عليها القصص الإخبارية المنشورة في مواقع الدراسة كانت جميعها تركز على جانب واحد من جوانب القصة وتضيف معلومات مختلفة عن الواردة في النص، وبالتالي استفادت مواقع الدراسة من هذه التقنية التي تجمع كل عناصر الجذب إلى جانب النص من صور وصوت وحركة والتي يمكن من خلالها تقديم معلومات إضافية إلى النص المكتوب بحيث تجذب القارئ لمشاهدة الفيديو لاشتماله على معلومات إضافية للمضمون بحيث يكون هناك تكاملاً بين النص والفيديو وليس تكراراً لما هو موجود بمتن القصة.

وهنا تجدر الإشارة إلى أهمية استخدام تقنية الفيديو بالنسبة للقارئ الذي ليس لديه القدرة والرغبة في قراءة النصوص الطويلة فبالتالي توظيف الفيديو يخفف من التفاصيل المكتوبة في النص.

### التوصيات:

١- ضرورة اهتمام المواقع الإخبارية الإلكترونية بتوظيف التقنيات الحديثة التي توفرها شبكة الإنترنت مثل تقنية النص الفائق والوسائط المتعددة، وذلك من خلال إثراء المضمون بالروابط والفيديو والصوت والفيديو جراف والانفو جراف والخرائط، وعدم الاكتفاء بالصور فقط.

٣- عمل دورات تدريبية لمحوري المواقع الإخبارية الإلكترونية لصقل مهاراتهم في المجال التكنولوجي والرقمي وتدريبهم على الصياغة السليمة والقوالب الحديثة في الكتابة للصحافة الإلكترونية.

٤- إجراء مزيد من الدراسات حول أساليب السرد القصصي الرقمي وكيفية توظيفها بالمواقع الإخبارية.

### المراجع:

#### أ. الكتب العلمية:

(١) أحمد على الزهراني، مروة عطية (٢٠٢٠): **الصحافة والإعلام الرقمي في عصر الذكاء الاصطناعي**، جدة، دار خوارزم العلمية.

(٢) محمد عبد الحميد (٢٠١٥): **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، القاهرة: عالم الكتب.

#### ب. الدراسات العربية:

(١) سلوى عبد الهادي أحمد (٢٠١٠): **دور العناصر التفاعلية في تحسين أداء مواقع القنوات التليفزيونية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة على عينة من موقع القنوات التليفزيونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام.**

(٢) صلاح الدين إبراهيم (٢٠٢١): **استخدام مواقع القنوات الإخبارية للوسائط المتعددة في موقعي سكاي نيوز والجزيرة "دراسة تحليلية مقارنة"**، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، قسم الصحافة والإعلام.

٣) ماجد فضل صقر (٢٠١٤): التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام.

٤) مروة محمد فاضل (٢٠٢٣): الأساليب الحديثة لعرض المحتوى الإخباري في المواقع الإلكترونية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنوفية.

٤) هاني إبراهيم محمد (٢٠١٩): العوامل التقنية المؤثرة في أساليب تصميم الصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بانتباه الجمهور وتذكره للأخبار: دراسة تحليلية وشبه تجريبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام.

#### أبحاث علمية منشورة:

١) حسين محمد ربيع (٢٠١٨): التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الإلكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في إنتاج القصة الصحفية المدعومة بالبيانات، بحث مقدم للمؤتمر الدولي الرابع والعشرين (نحو تجسير الفجوة بين الإعلام والجمهور)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام .

٢) فاطمة فايز عبده (٢٠٢٢): الاتجاهات الحديثة في سرد القصة الإخبارية الرقمية وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، المجلد ٤، العدد ١

٣) مروة عطية (٢٠١٧): نمط البناء الفني للقصة الإخبارية وعلاقته بسياق توظيف الفيديو المصاحب للنص على شبكة الإنترنت-دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإخبارية العربية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد (١٠)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

#### مقالات في مواقع منشورة على الإنترنت:

(١) أحمد منتصر (٢٠١٨): الإعلام المتقاطع Cross-Media : صحفي واحد

لمنصات متعددة <http://egyeditors.com>

(٢) أسماء قنديل (٢٠١٩): تقنية الكروس ميديا.. طريقة مبتكرة لسرد القصص الصحفية.

[/https://ijnet.org](https://ijnet.org)

(٣) علاء الخطريفي (٢٠١٨): لماذا الكروس ميديا  
(<https://www.almasryalyoum.com>)

(٤) مارينا ميلاد (٢٠١٨): تجربة مصراوي في إنتاج التحقيقات والقصص  
الصحفية بطرية كروس ميديا، مقال منشور بالشبكة العالمية للصحافة  
الاستقصائية <https://gijn.org>

### المراجع الأجنبية:

1) Emma Igelstrom(2020): Rich Content in Digital News Stories- An investigation of how rich content can enhance digital stories and widen audience ,KTH Royal Institute of Technology ,Stockholm, Sweden

2) Krieken,k(2018): Multimedia Storytelling in Journalism: Exploring Narrative Techniques in Snow Fall, **Information**, 9(5),123

3) Pincus, H.; Wojcieszak, M.; Boomgarden, H. Do multimedia matter? Cognitive and affective effects of embedded multimedia journalism. **Sage Journal**, Volume 94, Issue 3, 2017