

توظيف المرئيات البصرية في مواقع أخبار قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية على
اليوتيوب خلال الحرب الإيرانية الإسرائيلية
(دراسة تحليلية)

د.حمود ردمان القديمي

قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، صنعاء، جامعة صنعاء، اليمن

h.alqdaimi@su.edu.ye

Using visual presentations in the news of Al Jazeera and Sky news Arabia
channels featured in YouTube
(Analyzing Studying)

D.Hamood Radman ALqdaimi

Radio and television dep., faculty of mass communication, Sanaa University, Sanaa,
Yemen.

تاريخ الاستلام: 2025-11-20، تاريخ القبول: 2025-12-7، تاريخ النشر: 2025-12-9.

الملخص:

هدفت الدراسة إلى رصد أنواع المرئيات البصرية المستخدمة في أخبار قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية الخاصة بالحرب الإيرانية الإسرائيلية المعروضة في مواقعها على يوتيوب وتحديد المضامين الإخبارية التي تقدمها قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية باستخدام المرئيات البصرية، بالإضافة إلى ترتيب القضايا في قناتي الدراسة من حيث استخدام المرئيات البصرية، وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي لتحليل محتوى أخبار قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية المعروضة في يوتيوب خلال الحرب الإيرانية الإسرائيلية والتي استمرت 12 يوماً، وقد خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية: -

- حلت الجزيرة أولاً من حيث توظيف المرئيات البصرية (الواقع الافتراضي والواقع المعزز، فيما كان استخدام قناة سكاي نيوز عربية أكثر لشاشات الفيديو وول ، فيما تصدرت قناة الجزيرة النسبة الأكبر في توظيف القوالب الجرافيكية الحديثة مقارنة مع قناة سكاي نيوز عربية التي كانت أكثر استخداماً لـالْقَالْبِي (WEBPAGE/ Graphic text)
 - سلطت قناة الجزيرة من خلال المرئيات البصرية الضوء على قضايا فشل منظومات الدفاع الجوية الإسرائيلية، القوة الصاروخية الإيرانية، في حين ركزت قناة سكاي نيوز عربية على قضايا الإغتيالات في إيران، والخسائر الاقتصادية والبشرية لإيران وإسرائيل والقوة الصاروخية لإيران.
 - جاء قالب التغطية المباشرة في المرتبة الأولى في اهتمامات القناتين، فيما تلاه قالب الحديث ثم الخبر، فيما كانت الجزيرة الأكثر استخداماً لتلك القوالب في تغطيتها مقارنة بسكاي نيوز عربية، فيما اعتمدت قناتا الدراسة على المراسلين كمصدر أول للمعلومات، تلاه المحللين والخبراء والدراسات ثم مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار والمعلومات.
- الكلمات المفتاحية: المرئيات البصرية ، الجزيرة ، سكاي نيوز عربية، الأخبار ، يوتيوب.

Abstract:

This study aimed to monitor the types of visual media used in news coverage of the Iranian-Israeli conflict on Al Jazeera and Sky News Arabia channels, as displayed on their YouTube channels, and to identify the news content presented by the two channels using visual media. Additionally, the study sought to rank the issues in the two channels in terms of the use of visual media. The researcher relied on the survey method to analyze the content of news coverage on Al Jazeera and Sky News Arabia channels on YouTube during the 12-day Iranian-Israeli conflict.

The study concluded the following:

- Al Jazeera ranked first in terms of utilizing visual media (augmented reality and virtual reality), while Sky News Arabia used video screens and walls more frequently.
- Al Jazeera topped the use of modern graphic templates compared to Sky News Arabia, which relied more on (web page/graphic text) templates.
- Through visual media, Al Jazeera highlighted issues such as the failure of Israeli air defense systems and Iran's missile capabilities, while Sky News Arabia focused on issues such as assassinations in Iran, economic and human losses for both Iran and Israel, and Iran's missile capabilities.
- The live coverage template ranked first in the interests of both channels, followed by talk shows and then news reports. Al Jazeera was the most frequent user of these templates in its coverage compared to Sky News Arabia.
- Both channels relied on correspondents as the primary source of information, followed by analysts, experts, and studies, and then social media as sources of news and information.

Keywords: Visual media, Al Jazeera, Sky News Arabia, News, YouTube.

مقدمة:

يعد المجال الإعلامي واحداً من المجالات التي كان للتكنولوجيا الفضل في تحسين أدائه، حيث فرضت التكنولوجيا على القائمين بالاتصال ضرورة مواكبة التطورات، واستخدام تقنيات جديدة في التسجيل والتصوير والمونتاج والإخراج، كما أنها أجبرت الكثير من القطاعات على إيقاف العديد من التقنيات المتعلقة بالتصوير والمونتاج وغيرها، خصوصاً مع ظهور تقنية الديجيتال وال HD باعتبارها لم تعد مجدية أمام ثورة الاتصالات التي يعيشها العالم.

ويعد التلفزيون من أهم الوسائل الإعلامية التي يحرص المشاهد على متابعتها، حيث أشارت دراسة قامت بها إحدى الدوريات الأمريكية أن التلفزيون حل في المرتبة الثانية بعد البيت الأبيض من حيث السلطة والنفوذ، بينما جاءت الصحف في المركز الثاني عشر والإذاعة في المركز السابع (السنجري، 2018).

وتشتمل وسائل الإبهار البصري على الصور والرسوم المدعمة بالنصوص والشروحات والتعليمات في وقت واحد، وجهة هامة لعرض المواضيع ذات الاتجاهات الواحدة أو المتعددة (Krum.2013).

لهذا تنبّهت الفضائيات والوكالات والصحف لمثل هذه المرئيات وسارعت إلى العمل بها، سعياً منها لمواكبة التطورات، وتكون قادرة على الإلمام بالكلم الكبير من الأخبار والأحداث التي يشهدها العالم، وربطها بأحداث سابقة سواء من خلال الصور أو الرسوم الثابتة أو الصور المتحركة أو الرسوم ثلاثية

الأبعاد، بالإضافة إلى قدرتها على وصف ما لا يمكن شرحه بالنصوص والكلمات، فضلاً عن عرض الحقائق بطريقة ممتعة، أو عمل مقارنات أو إحصائيات أو تسويق لمنتجات معينة، إضافة إلى أن هذه التقنيات منحت الصورة التلفزيونية بعداً جمالياً آخر (أحمد، 2017م)

لقد ظهرت المرئيات البصرية بتصميماتها المتنوعة، في محاولة لإضفاء أشكال مرئية جديدة، لتسهم في تجميع وعرض المعلومات البيانات في صور جذابة، لأنها تعمل على تغيير أسلوب التفكير تجاه البيانات والمعلومات الصعبة والمعقدة (شلتوت، 2016م).

مشكلة الدراسة:

اتجهت القنوات الفضائية إلى استخدام المرئيات البصرية في نشراتها وبرامجها التلفزيونية، نظراً لأهميتها وفعاليتها في جذب اهتمام المشاهدين، حيث خلصت إحدى الدراسات إلى أن الصورة أسهمت في عملية الإبراز للخبر، نظراً لقدرتها على وصف الحدث بكل تفاصيله وقدرتها على تجسيد ما تعجز عنه الكلمات (الدسة، 2013م) في حين توصلت دراسة إلى أن العروض البصرية أسهمت في ترسيخ الصورة الذهنية للقناة في عقول المشاهدين (الشديفات، 2019م)

وشهدت الفترة الأخيرة استخداماً ملحوظاً للمرئيات البصرية في وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون، والمصممة من خلال الجرافيكس، أو الصور والرسوم ومقاطع الفيديو التي يتم عرضها بتقنيات جديدة تمثلت في الواقع الافتراضي بالإضافة إلى الواقع المعزز الذي يحاول تجسيد الواقع، حيث استفادت تلك القنوات من تقنيات الكمبيوتر وتطبيقاته المتعددة، والتي شكلت مجالاً واسعاً لتنفيذ وصياغة الأفكار والمعلومات بفاعلية كبيرة زادت من نسب المشاهدة في الفضائيات نتيجة المرئيات البصرية المتعددة، والتي استطاعت تحويل المعلومات الكبيرة التي تحتاج إلى وقت كبير لتجميعها وبثها إلى صور ورسوم وبيانات جذابة وسهلة الفهم في آن واحد (أحمد، مرجع سابق).

كما اهتم القائم بالعمل التلفزيوني بالتمثيلات البصرية إسهاماً في لفت انتباه المشاهدين، من خلال الرؤية الجمالية التي تقدمها تلك التصاميم الساعية إلى زيادة أعداد المشاهدين، إذ كان لهذه العروض الفضل في تسهيل العمل لدى القائمين على الأخبار والبرامج التلفزيونية، نظراً لقدرتها على إختزال المعلومات، والجمع بين البيانات والتصميم لتمكين التعلم المرئي، مما ساعد عملية الاتصال على تقديم معلومات كثيرة بطريقة يتم فهمها بسرعة وسهولة (Smiciklas.2012)، ناهيك عن دورها في زيادة إدراك وفهم الرسائل المقدمة، وتذكير المشاهدين للأخبار التلفزيونية مقارنة مع الأخبار المقدمة بدون إنفوجرافيك (Pjesivac&others.2017).

ولذلك يسعى الباحث لمعرفة مدى استخدام المرئيات البصرية في أخبار قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية المعروضة في مواقعها على يوتيوب.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من الأهمية العلمية التي تركز على مدى استخدام المرئيات البصرية في الفضائيات الإخبارية العربية، باعتبارها من التقنيات الحديثة المستخدمة والتي تتطور بشكل مستمر، ولم تحظ

بالاهتمام الكافي في البحوث والدراسات، وكذا في سعيها إلى الخروج ببعض ملامح المرئيات البصرية وطبيعة استخداماتها في القنوات العربية.
أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى ما يلي:

1. التعرف على المدة الزمنية المخصصة للمرئيات البصرية في قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية.
 2. رصد أنواع المرئيات البصرية المستخدمة في أخبار قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية المعروضة في مواقعها على يوتيوب.
 3. تحديد المضامين الإخبارية التي تقدمها قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية باستخدام المرئيات البصرية.
 4. التعرف على ترتيب القضايا في قناتي الدراسة من حيث استخدام المرئيات البصرية.
 5. معرفة نوعية القوالب الإخبارية المستخدمة في قناتي الدراسة.
 6. التعرف على مصادر المادة الخبرية التي اعتمدت عليها قناتا الدراسة.
- الدراسات السابقة:
- بعد استعراض التراث العلمي للدراسات السابقة، توصل الباحث إلى العديد من الدراسات التي لها علاقة بموضوع دراسته لعل أبرزها ما يلي:

1/ دراسة القديمي (2022م)

هدفت الدراسة إلى هدفت الدراسة إلى معرفة مدى توظيف العروض البصرية في نشرات أخبار الفضائيات العربية، وبرزت الأشكال الإخبارية المستخدمة في نشراتها الإخبارية، والتعرف على ترتيب القضايا في قنوات الدراسة من حيث استخدام العروض البصرية، والتعرف على مصادر المعلومات التي تستقيها الفضائيات العربية في أخبارها المتضمنة للعروض البصرية، حيث استخدم الباحث أداة تحليل المضمون، كأداة لتحليل محتوى الفضائيات الإخبارية العربية لقنوات الجزيرة والعربية والياديين لفترة ثلاثة أشهر، وخلصت الدراسة إلى أن قناة الجزيرة كانت الأكثر استخداماً للقوالب الجرافيكية والواقع الافتراضي، فيما كانت قناة العربية الأكثر استخداماً لعروض الإنفوجرافيك والأوفر لي والواقع المعزز، في حين حلت القضايا السياسية صدارة الاهتمامات من قبل قنوات الدراسة، تلتها الأخبار الصحية، ثم الأخبار الأمنية، كما جاء قالب التقرير في المرتبة الأولى في اهتمامات جميع القنوات، فيما كانت قناة العربية الأكثر استخداماً للتقرير التلفزيوني.

2/ دراسة براءة الشديفات (2019م)

وهدف الدراسة إلى معرفة دور التصميم الجرافيكي في تطوير الهوية البصرية للتلفزيون الأردني، واستخدم الباحث الاستبانة لجمع المعلومات على عينتين من طلبة السنة النهائية من جامعات الشرق الأوسط وعمان الأهلية والبترا، وتوصلت الدراسة إلى أن الهوية البصرية للتلفزيون الأردني تعمل على ترسيخ الصورة الذهنية للقناة في عقول المشاهدين، وأن الشعار المستخدم كان بغرض إضافة عنصري التشويق والجذب لدى المشاهد.

3/ دراسة الطيب الفاتح (2019م)

وسعت الدراسة إلى معرفة دورة إنتاج محتوى الجرافيكس الإخباري في غرفة الأخبار بقناة الجزيرة، والإضافات التي شكلها استخدام الجرافيكس في المحتوى الإخباري واعتمد الباحث على المنهج الوصفي التفسيري مستخدماً العينة القصدية على العاملين في غرفة الأخبار وخلصت النتائج إلى أن الجرافيكس أصبح عنصراً أساسياً في أخبار القناة، وأن التخطيط في غرف الأخبار لعروض الجرافيكس من أهم العوامل التي تساعد في نجاح محتواها.

4/ دراسة عمر أبو عرقوب (2019م)

هدفت الدراسة إلى تقديم نموذج ومرجع للباحثين والصحفيين حول غرف الأخبار التلفزيونية الذكية والتحولت التي أفرزتها التقنيات الحديثة في مراحل عملية الإنتاج الإخباري، واستخدم الباحث المنهج النوعي، وأداتي الملاحظة والمقابلات المتعمقة، وتوصل الباحث إلى أن استخدام الوسائل والأدوات الاتصالية الحديثة أثر بشكل مباشر على شكل ومضمون كل ما تنتجه غرف الأخبار الذكية.

5/ دراسة بريق الربيعي (2019م)

هدفت الدراسة لمعرفة أساليب توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية، واستخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون لجمع البيانات من المواقع الإخبارية: السومرية نيوز وسكاي نيوز عربية والجزيرة نت، وخلصت إلى ضعف توظيف المواقع المبحوثة للإنفوجرافيك المتحرك والتفاعلي على الرغم مما توفره شبكة الإنترنت من مجالات، وأن كل موقع من المواقع المبحوثة إمتاز بشكل بنائي يختلف عن الآخر من حيث بصمته الإنفوجرافية.

6/ دراسة رنا مهدي علي (2019م)

وسعت الدراسة إلى معرفة فاعلية الواقع الافتراضي المستخدم في الإعلانات التلفزيونية في جذب اهتمام المتلقي وتفاعله مع الإعلانات، وتم جمع البيانات من عينة مقدارها 120 وخلصت الدراسة إلى أن الإعلانات المعروضة باستخدام الواقع الافتراضي كانت مميزة، ونجحت بدرجة كبيرة، وأن الخيال المستخدم في الإعلانات المعروضة من خلال الواقع الافتراضي ساهم في ترسيخ فكرة الإعلان وقوته.

7/ دراسة أسامة محمد الحسن (2015م)

وسعت الدراسة إلى التعريف بتقنيات الواقع الافتراضي كحقل جديد في الإعلام واستخداماته في قناة الشروق وتلفزيون السودان، واستخدم الباحث الاستبيان والمقابلة والملاحظة لجمع البيانات على عينة قوامها 30 شخصاً من مصممي الجرافيك والمخرجين والمنتجين وفنيي الديكور، وتوصلت الدراسة إلى أن الجرافيك يعد أكثر التقنيات جاذبية وإبهار في إنتاج البرامج التلفزيونية، فيما لم يتم استخدام تقنيات الواقع الافتراضي بشكل أمثل في برامج التلفزيون السوداني.

8/ دراسة أم هاني الطيب (2012م)

و هدفت الدراسة إلى التعرف على فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون السوداني بالتطبيق على قسم الجرافيك، وأجريت الدراسة على قنوات الجزيرة والشروق والنيل الأزرق من خلال استخدام أداة المقابلة مع المدراء والخبراء في القنوات المنتجة للجرافيك، وتوصلت الدراسة إلى أن 70.3% من

المبحوثين رأوا أن الجرافيك التلفزيوني يعد التصميم البياني والتوضيحي الفعال المتحرك والثابت والمتمثل في الشعارات والفواصل والخلفيات والأستديوهات الافتراضية والترويج والشريط الإخباري والتعريفي والذي يعبر عن هوية وبصمة التلفزيون التي تميزه عالمياً.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة أدبيات الدراسات السابقة اتضح الآتي:

- ركزت بعض الدراسات المتعلقة بالمرئيات البصرية على إجراء الدراسة التجريبية على مجموعات ضابطة وتجريبية لدراسة أثر تلك المرئيات على العمليات الإدراكية، وتوصلت الدراسات إلى وجود تأثير للعروض البصرية في زيادة مستوى الإدراك والفهم والتذكر.

تسعى الدراسة الحالية إلى تسليط الضوء على أشكال المرئيات البصرية مجتمعة وعلى رأسها القوالب الجرافيكية والواقع المعزز والواقع الافتراضي خلال الحرب الإيرانية الإسرائيلية

- سعت بعض الدراسات السابقة في مجملها لمعرفة مدى فاعلية بعض المرئيات البصرية، وتعتبر الدراسة امتداداً للدراسات السابقة

- تسعى الدراسة الحالية إلى دراسة المرئيات البصرية في قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية بنوع من التفصيل والمقارنة.

أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

ما مدى توظيف قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية للمرئيات البصرية في أخبارها المعروضة على يوتيوب؟

ويتفرع منه الآتي:

1. ما المدة الزمنية التي تخصصها قناتي الجزيرة وسكاي نيوز للمرئيات البصرية في أخبارها؟
2. ما نوعية المرئيات البصرية المستخدمة في أخبار قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية؟
3. ما نوعية المضامين الإخبارية التي تحرص قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية على تقديمها من خلال المرئيات البصرية؟

4. ما ترتيب القضايا في قناتي الدراسة وفقاً لاستخدام المرئيات البصرية؟

5. ما نوعية القوالب الإخبارية المستخدمة في قناتي الدراسة؟

6. ما مصادر المادة الخبرية التي اعتمدت عليها قناتا الدراسة؟

التعريف الإجرائي للعروض البصرية:

المرئيات البصرية: هي عروض بصرية تشمل الأشكال التقليدية مثل الديكورات والإحصائيات والخرائط والصور الثابتة أو المتحركة والرسوم الثابتة أو المتحركة والمقاطع الحية، والمحتوية على العديد من المعلومات والبيانات الخبرية، والمرئيات البصرية الحديثة والمتقدمة والتي يتم تقديمها

بالقوالب الجرافيكية أو باستخدام شاشات الفيديو أو عروض الواقع المعزز أو الواقع الافتراضي.

الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية الهادفة إلى وصف الظاهرة وصفاً دقيقاً وشاملاً من جميع جوانبها، بهدف الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها.

منهج الدراسة:

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي التحليلي، باعتباره المنهج المناسب، نظراً لاستخدامه في عدة أغراض منها وصف الظاهرة، وتحديد حجمها، ومدى انتشارها، وعلاقتها مع متغيرات أخرى، ويتعامل مع الظاهرة كما هي في الواقع، ونتائج أكثر قابلية للتعميم.

مجتمع وعينة الدراسة:

قام الباحث برصد ما يتم نشره على مقاطع الفيديو خلال فترة الحرب الإيرانية الإسرائيلية من 2025/6/13م إلى 2025/6/24م

1/ اختيار عينة الدراسة:

تم تحديد قناتي (الجزيرة، سكاي نيوز عربية) الإخباريتين كعينة للدراسة للأسباب التالية: -

- لأنهما الأكثر استخداماً للمرئيات البصرية خلال فترة الدراسة.
- لتوظيفهما أنواعاً متعددة من المرئيات البصرية.
- تمثّلان اتجاهين مختلفين في السياسة التحريرية.
- تحرص القناتان على بث أخبارهما عبر مواقعهما على اليوتيوب إلى جانب البث الفضائي، والذي يمكن الباحث من الوصول للمادة بأكثر من طريقة.

أدوات جمع البيانات:

- اعتمد الباحث على استمارة تحليل المضمون كأداة لتحليل محتوى الفضائيات الإخبارية العربية عينة الدراسة من خلال تقسيمها إلى فئتي المضمون والشكل، حيث اشتملت فئات الشكل والمضمون على المرئيات البصرية الحديثة والمتقدمة، ووسائل الإبراز البصري (المرئيات التقليدية)، والقضايا الأكثر استخداماً للمرئيات البصرية من قبل قناتي الدراسة، ونوع القوالب الإخبارية، ومصادر الأخبار، والزمن المستخدم للعروض البصرية.

- الصدق: تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأكاديميين والمختصين في مجال الإعلام والمرئيات البصرية، من أجل الحكم على صلاحيتها، وتم إجراء التعديلات المقترحة منهم، بما يخدم أهداف الدراسة.

- الثبات: تم الاستعانة بباحث آخر لإعادة تحليل مضمون عينة فرعية من عينة الدراسة تقدر بـ 10% من العينة، حيث تم استخدام معادلة هولستي لتحديد درجة الثبات، وبلغ متوسط معامل الثبات (91%)، وتعد نسبة ثبات عالية تشير إلى صلاحية تطبيق استمارة تحليل المضمون.

نتائج الدراسة التحليلية لقناتي الدراسة:

أجرى الباحث تحليلاً لمضمون أخبار قناتي (الجزيرة، سكاي نيوز عربية) وخلص الباحث إلى الآتي:

جدول رقم (1) يوضح زمن المواد الإخبارية لقناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية

القناة	الزمن بالثواني	زمن العرض البصري الحديث للمواد الإجمالي للأخبار		زمن المرئيات التقليدية من الزمن الإجمالي للمواد الإخبارية		نسبة العرض البصري الحديث لكل قناة		نسبة العرض البصري التقليدي لكل قناة	
		%	ث	%	ث	%	ث	%	ث
الجزيرة	159561	54.31%	52199	17.77%	52199	36.55%	107362	48.62%	52199
سكاي نيوز	134219	45.69%	55168	18.78%	55168	26.91%	79051	51.83%	55168
المجموع	293780	100%	107367	36.55%	107367	63.45%	186413	100%	107367

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن زمن المواد الإخبارية المتعلقة بالحرب الإيرانية الإسرائيلية التي تم تناولها خلال فترة الدراسة بلغ (293780) ثانية، توزعت على (54.31%) في قناة الجزيرة بواقع (159561) ثانية، في حين بلغ في قناة سكاي نيوز عربية ما نسبته (45.69%) بواقع (134219) ثانية. وبلغت المرئيات البصرية الحديثة المستخدمة في قناتي الدراسة خلال فترة الدراسة ما نسبته (36.55%) بواقع (107367 ثانية)، مقارنة بما نسبته (63.45%)، بواقع (186413 ثانية) من المرئيات التقليدية (وسائل الإبراز البصري) وتشير البيانات إلى حجم المرئيات البصرية الحديثة المتمثلة في القوالب الجرافيكية والمرئيات المقدمة عبر تقنيات شاشات الفيديو وول والواقع الافتراضي والمعزز، والتي بلغت أكثر من ثلث المادة الإخبارية المستخدمة مقارنة مع أقل من ثلثي الاستخدام مع (وسائل الإبراز البصري) المرئيات التقليدية والمتمثلة في مقاطع الفيديو والألوان والديكور والصور الثابتة والمتحركة والخطوط، وهي نسبة ليست بالقليلة وتشير النتائج إلى تعاضد توظيف المرئيات البصرية الحديثة خلال نشرات الأخبار مما ينبئ بتزايد الحاجة إلى استخدامها لضمان تقديم الخدمة الخيرية المتكاملة وجذب الجمهور وضمان متابعته. وحلت قناة سكاي نيوز عربية أولاً من حيث توظيف المرئيات البصرية، والتي بلغت ما نسبته (18.78%)، بواقع (55168 ثانية) من العرض الإخباري للقناة، فيما وظفت قناة الجزيرة مرئياتها بواقع (52199 ثانية) بما نسبته (17.77%)، مع الإشارة إلى أن المعروف في قناة الجزيرة على موقعها في يوتيوب يفوق ما تعرضه سكاي نيوز عربية بخصوص الحرب الإيرانية الإسرائيلية من حيث المادة الخيرية.

جدول رقم (2) يوضح نسب توظيف المرئيات البصرية الحديثة (القوالب الجرافيكية) المستخدمة في المواد الإخبارية في قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية

النسبة المئوية	الإجمالي	سكاي نيوز عربية		الجزيرة		القوالب الجرافيكية
		%	ث	%	ث	
0.55%	180	0.24	79	0.31	101	KEYPOINT
9.49%	3105	6.58	2152	2.91	953	KEYPOINT- NUMBER
51.92%	16988	9.56	3129	42.36	13859	KEYPOINT-SENTENSE
5.18%	1694	1.55	507	3.63	1187	KEYPOINT-TIMELINE
0.90%	295	0.32	104	0.58	191	BAYAN
1.58%	516	0.30	98	1.28	418	BAYAN-TEXT
0.63%	206	0.30	97	0.33	109	BARS
7.77%	2541	1.80	589	5.97	1952	QUICK -MAP
0.62%	204	0.29	94	0.33	110	PIE
0.46%	152	0.32	107	0.14	45	WEBPAGE
19.40%	6347	18.65	6101	0.75	246	Graphic text
1.50%	493	1.18	387	0.32	106	others
100	32.721	41.09	13444	58.91	19277	المجموع

وفقاً لنتائج الجدول أعلاه يلاحظ بأن قناة الجزيرة حصلت على النسبة الأكبر في توظيف القوالب الجرافيكية الحديثة بنسبه (58.91%)، ويعزى ذلك إلى حرص القناة على كسر الرتابة في نشرات الأخبار، فضلاً عن اهتمام القناة بالحصول على السبق الصحفي، حيث تعد هذه المرئيات سهلة ولا تستغرق أكثر من 3 دقائق لتصميمها وصياغتها ونشرها.

وحلت قناة سكاي نيوز عربية تالياً في توظيف القوالب الجرافيكية بنسبة (41.09%)، وتعد نسبة متدنية مقارنة بقناة الجزيرة، ويعزى ذلك إلى أن سكاي نيوز عربية تركز في عرض نشراتها على شاشات الفيديو وول بشكل أكبر.

وكانت قناة الجزيرة الأكثر استخداماً للقالب الجرافيكي (KEYPOINT-SENTENSE) بواقع (42.36%)، وهو القالب المستخدم في التصريحات أو البيانات أو التسريبات أو التهديدات، ويعد من أكثر القوالب استخداماً كما هو موضح بالنتائج ويتم استخدامه كنص ولا يحتاج العودة إلى المكتبات للحصول على الصور، في حين كانت سكاي نيوز عربية أكثر توظيفاً لقالب (Graphic text) بواقع (18.65%)، والذي يعد من القوالب الجرافيكية سهلة الإعداد والتصميم.

وحل قالب (QUICK -MAP) ثانياً في ترتيب قناة الجزيرة بنسبة (5.97%) والمتعلق بإظهار الخرائط عن مواقع الأحداث مزوداً بإشارات توجي بأماكن سقوط الصواريخ والقصف الذي تعرضت له إيران أو إسرائيل، وغالباً ما يستخدم في حال الأخبار العاجلة التي لا تحتمل التأخير، فيما حل ثانياً في قناة سكاي نيوز عربية قالب (KEYPOINT-SENTENSE) بنسبة (9.56%)، ويتضح وجود فارق بينها وبين قناة الجزيرة، حيث يشير الفارق إلى نسبة التنوع والسبق الصحفي في تقديم الأخبار.

في المقابل كانت سكاي نيوز عربية أكثر استخداماً خلال فترة الدراسة لقالب (KEYPOINT- NUMBER) والذي حل ثالثاً بواقع (6.58%)، فيما كانت الجزيرة أكثر توظيفاً لقالب (KEYPOINT- TIMELINE) بنسبة (3.63%)، والمهتم بالترتيب الزمني للأحداث.

ويلاحظ وجود استخدام ملحوظ لقناة الجزيرة لقالب (KEYPOINT- NUMBER) و (BAYAN- TEXT)، مقابل توظيف ملحوظ لقناة سكاي نيوز عربية لقالب (KEYPOINT- TIMELINE) و (QUICK -MAP)، كما تشير النتائج إلى إقبال القناتين محل الدراسة على توظيف القوالب الجرافيكية، مع اختلاف في نسبة اهتمام كل قناة لقالب دون آخر، حيث يخضع ذلك لنوعية الأخبار وملائمة القالب لنص الخبر من عدمه من وجهة نظر القناة.

وفيما يتعلق بأكثر القوالب الجرافيكية توظيفاً، تبين الأرقام في الجدول أعلاه أن القالب الجرافيكي (KEYPOINT-SENTENCE) كان الأكثر استخداماً من بين القوالب الجرافيكية، حيث حل في الترتيب الأول بواقع (51.92%) ويعزى ذلك لسهولة تصميم القالب ولأهميته في نشر التهديدات والتصريحات خلال الحرب، حيث تحرص القنوات على توظيفه من أجل الحصول على السبق الإخباري كونه لا يحتاج الكثير من الوقت لتصميمه ونشره، فضلاً عن مناسبته للأخبار المتعلقة بالتصريحات والتهديدات والتعليقات على الأحداث، وكانت قناة الجزيرة الأكثر استخداماً لهذا النوع من القوالب الجرافيكية.

وحل القالب الجرافيكي (Graphic text) ثانياً بواقع (19.40%)، وهو قالب سهل الإعداد، إذ لا يحتاج غير لوحة لكتابة الأخبار عليها وبطريقة تضمن الإبهار والجذب، فيما يتوسط المذيع الشاشة لشرح ما جاء عليها من أخبار، وغالباً ما يتم كتابة التصريحات المتناقضة للأطراف أو التهديدات والرد عليها أو لشرح الفوارق بين اللقائات وغيرها.

وجاء قالب (KEYPOINT- NUMBER) ثالثاً بواقع (9.49%)، والذي يستخدم في إيضاح الأرقام، فالحديث عن حدوث انهيار في البنية التحتية في إيران وإسرائيل بالإضافة إلى الخسائر الاقتصادية العسكرية يكفي أن تظهر القناة الرقم على الشاشة مصحوباً بسهم إلى الأسفل ليشير إلى حجم تلك الخسائر، ويستخدم هذا القالب عندما تكون الأرقام أهم شيء في الخبر، فيما حل قالب (QUICK -MAP) رابعاً بنسبة (7.77%)، والمعني بإظهار خرائط المناطق التي يتم فيها القصف والإنفجارات والتي غالباً لا يوجد فيها مراسلين أو تمنع حكومات البلدين التواجد فيها أو نقل معلومات عنها نظراً لحساسيتها، يليه خامساً قالب (KEYPOINT- TIMELINE) بواقع (5.18%)، والتي تقوم بنشر الأخبار وفقاً لمسارها الزمني خلال أيام الحرب، مثل الحديث عن تراجع عمليات القصف أو تزايدها.

وحل قالب (BAYAN-TEXT) سادساً بواقع (1.58%)، وتلجأ القناة إلى هذا النوع عند صدور بيانات من قبل المسؤولين أو القيادات العسكرية أو وزارات الدفاع والخارجية، حيث تكفي القناة بعرض صورة البيان مع كتابة أهم فقرات البيان، أو نشر البيان كاملاً، فيما حل سابعاً قالب (others) بنسبة (1.50%)، وهي

قوالب جرافيكية يتم فيها المزج بين أكثر من قالب لإيصال الفكرة أو استخدام لقالب (QUOTE)، والذي يعد من القوالب الجرافيكية الخاصة بالتصريحات ويستخدم من باب التنوع بين القوالب. في حين حل القالب الجرافيكي (BAYAN) ثامناً بنسبة (0.90%) تلاه قالب (BARS) تاسعاً بنسبة (0.63%)، والذي يظهر على شكل أعمدة للدلالة على شيء معين كأكثر المناطق تعرضاً للقصف أو أكثر الأسلحة استخداماً خلال الحرب، فيما حل في المركز العاشر قالب (PIE) بنسبة (0.62%) والذي يهتم بعرض المعلومات على شكل دائرة أو فطيرة تظهر أكثر المناطق تضرراً وأكثر الأسلحة استخداماً فضلاً عن أنواع الأسلحة المسيرة المستخدمة خلال الحرب، كما حل تالياً قالب (KEYPOINT) بنسبة (0.55%)، ويستخدم هذا النوع من القوالب عندما يكون هناك خبراً عاجلاً يضم العديد من النقاط فيتم صياغة أبرز النقاط وعرضها عبر هذا القالب. في حين حل أخيراً قالب (WEBPAGE) والذي يتم من خلاله الاستعانة ببعض الأخبار أو التصريحات من صفحات الويب على شبكة الإنترنت بنسبة لم تتجاوز (0.46%)،

وغالباً ما تستخدم القوالب الجرافيكية لأغراض مهنية تتعلق بتنويع النشرة الإخبارية بدلاً من ظهورها بشكل ذي طابع سردي يكتفي بخبر وراء خبر، حيث تمكن من القضاء على الرتابة والملل وكسر روتين النشرة، فضلاً عن سهولة إعداد مثل هذه القوالب من حيث التصميم والصياغة وبما يسهم في الحصول على سبق الصحفي، فضلاً عن إمكانيات ترتيب المعلومات حسب الفترة الزمنية أو المكانية أو الأهمية. جدول رقم (3) يوضح زمن المرئيات البصرية المتقدمة المستخدمة في المواد الإخبارية لقناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية

المرئيات البصرية المتقدمة	الجزيرة		سكاي نيوز عربية		الإجمالي	
	ث	%	ث	%	ث	النسبة المئوية %
VEDIOWALL	20265	27.15	26488	35.49	46753	62.64%
TOUCH SCREEN	3955	5.30	9827	13.16	13782	18.46%
IMMERSIVE-VIRTUAL	2048	2.74	1498	2.01	3546	4.75%
AUGMATED REALITY	6654	8.91	3911	5.24	10565	14.15%
المجموع	32922	44.10%	41724	55.90%	74646	100%

من خلال الجدول أعلاه يتضح بأن تقنية (VEDIOWALL) حلت في قائمة المرئيات البصرية المتقدمة المستخدمة في أخبار الفضائيات بنسبة (62.64%)، وغالباً ما يظهر مقدم الأخبار لشرح وتفصيل الأحداث، مع الإشارة إلى أنه يتم توظيف القوالب الجرافيكية وعرضها من خلال شاشات الفيديو وول، ويتطلب هذا النوع من الشاشات إستديوهات حديثة تتطلب إمكانيات وتجهيزات كبيرة تتيح إضفاء الأجواء المناسبة وخلق الإحساس لدى المشاهد بالقرب من مواقع الحدث.

وحل في المرتبة الثانية عرض (TOUCH SCREEN) بنسبة (18.46%)، ويرجع ذلك إلى سهولة إعداداته وقدرته على تناول الحرب بكل تفاصيلها، حيث يتيح لمقدم الأخبار الكتابة على الشاشة وتحديد الأماكن التي يتم قصفها أو استهدافها، فضلاً عن تحديد الأماكن الاستراتيجية أو الأماكن المتضررة جراء

القصف بالإضافة إلى دوره الكبير في التوضيح للمشاهدين عن المفاعلات النووية وأماكنها والصعوبات التي تعترض استهدافها.

وجاءت عروض (AUGMATED REALITY) ثالثاً بنسبة (14.15%)، ويعد من المرئيات البصرية الحديثة والمتقدمة والتي أحدثت نقلة في مجال المرئيات البصرية، حيث يمتلك القدرة على عرض الأشياء داخل الأستديو وكأنها حقيقة مثل الأخبار بأنواع الصواريخ والمسيرات المستخدمة في القصف سواء في إيران أو إسرائيل.

وحل رابعاً عروض (IMMERSIVE-VIRTUAL) بنسبة (4.75%)، والتي تعتبر واحدة من النقلات المهمة في عالم الأخبار والمستخدم في الغوص في الأماكن التي من الصعب الوصول إليها، كساحات المعارك أو التجول داخل المنشآت النووية والملاجئ، حيث تشير مثل هذه التقنيات إلى الدور التي لعبته المبتكرات في تعزيز الوصول للمعلومات، وساعدت في التغلب على صعوبات الحصول على المعلومة أو المكان.

ويلاحظ من الجدول أعلاه بأن سكاي نيوز عربية كانت الأكثر توظيفاً لعروض (VEDIOWALL)، في حين يبين الجدول بأن قناة الجزيرة كانت أكثر توظيفاً خلال فترة الدراسة لعروض (AUGMATED REALITY) بواقع (8.91%)، كما كانت قناة الجزيرة الأكثر استخداماً لتقنيات (IMMERSIVE-VIRTUAL)، في حين كانت سكاي نيوز عربية أكثر استخداماً لتقنية (TOUCH SCREEN).

جدول رقم (4) يوضح ترتيب اهتمامات القضايا من حيث توظيف المرئيات البصرية في قناتي الجزيرة وسكاي نيوز

النسبة المئوية	الإجمالي	قناة سكاي نيوز عربية			قناة الجزيرة			القضايا
		ت	%	ت	ت	%	ت	
10.15	10896	4	3.36	3605	4	6.79	7291	القوة الصاروخية الإيرانية
11.19	12016	7	0.84	903	2	10.35	11113	فشل منظومات الدفاع الجوية الاسرائيلية
7.39	7941	3	5.23	5618	6	2.16	2323	الخسائر الاقتصادية والبشرية لإيران واسرائيل
38.14	40951	1	22.55	24213	1	15.59	16738	تدمير المفاعلات النووية في إيران والتدخل الأمريكي
3.38	3628	5	1.87	2005	7	1.51	1623	مخاطر التلوث النووي جراء استهداف المفاعلات
4.22	4523	6	1.26	1350	5	2.96	3173	التحذيرات من توسع الحرب الإيرانية الاسرائيلية
25.53	27412	2	16.28	17474	3	9.26	9938	الإغتيالات في إيران
100%	107367	----	51.38	55168	-	48.62	52199	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن (تدمير المفاعلات النووية في إيران والتدخل الأمريكي) حلت في صدارة اهتمامات قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية من حيث توظيف المرئيات البصرية الحديثة بما نسبته (38.14%)، وهي القضية الرئيسية لإندلاع الحرب التي سلطت وسائل الإعلام الضوء عليها، أما ثانياً فقد

حلت قضية (الإغتيالات في إيران)، وبما نسبته (25.53%)، حيث كان لهذه القضية نصيباً كبيراً من حيث توظيف المراثيات البصرية الحديثة، نظراً لانشغال العالم بها نظراً لحجم الاختراق الكبير الذي اجتاحت القيادات الإيرانية.

فيما جاء ثالثاً من حيث تغطية قناتي الدراسة للقضايا من خلال المراثيات البصرية قضية فشل منظومات الدفاع الجوية الإسرائيلية بواقع (11.19%)، والملاحظ أن قناتي الدراسة كثفت من توظيف المراثيات فيما يتعلق بالقضية باعتبارها المرة الأولى التي تتعرض فيه إسرائيل لهذا الكم من الخسائر، بالإضافة إلى الاهتمام بالمنظومة الصاروخية الإيرانية المتطورة التي تمكنت من اختراق منظومات الدفاع الجوي الإسرائيلية المتطورة.

القوة الصاروخية الإيرانية حلت رابعاً من حيث توظيف المراثيات البصرية الحديثة والمتقدمة بواقع (10.15%)، والتي لاقت اهتماماً كبيراً نظراً لقوة المنظومة الصاروخية الإيرانية في اختراق منظومات الدفاع الجوي الإسرائيلية والمدعومة أمريكياً.

أما الخسائر الاقتصادية والبشرية لإيران وإسرائيل، فقد حل خامساً في ترتيب القضايا الأكثر توظيفاً للمراثيات البصرية بما نسبته (7.39%)، ويعود ذلك إلى حجم الخسائر التي تعرضت لها الدولتان خلال الإثنا عشر يوماً سواء بسبب تداعيات الحرب أو بسبب الضربات المباشرة التي تلقاها كل طرف.

وحلت سادساً قضية التحذيرات من توسع الحرب الإيرانية الإسرائيلية قائمة القضايا من حيث توظيف المراثيات البصرية الحديثة والمتقدمة بنسبة لم تتجاوز (4.22%)، ويعود التركيز على القضية من خلال المؤثرات نظراً لتزايد المؤشرات على توسعها خصوصاً في ظل التهديدات الأمريكية المتصاعدة على التدخل لضرب المنشآت النووية الإيرانية التي عجزت إسرائيل عن استهدافها كمنشأة فوردو، وصولاً إلى تدخلها المباشر، فضلاً عن التهديدات التي القتها بعض الأطراف الموالية لإيران بشأن المشاركة في الحرب في حال تم استهداف الخميني.

وتدليت قضية مخاطر التلوث النووي جراء استهداف المفاعلات بنسبة (3.38%)، حيث حرصت القناتين على تسليط الضوء على هذه النقطة نظراً للخطر المتوقع الذي سيقع على دول الخليج في حال وجود تلوث نووي باعتبار القناتين خليجيتين، فضلاً عن تزايد التحذيرات الدولية على خلفية وجود تسرب في منشأة نطنز النووية بسبب الاستهداف الإسرائيلي المباشر لها.

أما ترتيب قضايا كل قناة من حيث توظيف المراثيات البصرية الحديثة والمتقدمة، فقد فقد اتفقت القناتان على تدمير المفاعلات النووية في إيران والتدخل الأمريكي والتي حلت أولاً في قناة سكاي نيوز عربية بنسبة (22.55%) في قناة الجزيرة بنسبة (15.59%)، حيث كانت كل قناة حريصة على نقل كل ما يتعلق ب المفاعلات النووية باعتبارها السبب الرئيس لاندلاع الحرب ومخاوف الخليج المتزايدة من النظام الإيراني ومن التسرب الإشعاعي المتوقع، في حين حلت قضية فشل منظومات الدفاع الجوية الإسرائيلية ثانياً لدى قناة الجزيرة التي ركزت على الضربات الصاروخية التي تلقتها إسرائيل بفعل الصواريخ الإيرانية في

حين ركزت قناة سكاى نيوز عربية على قضية الإغتيالات في إيران بنسبة (16.28%) والتي حلت ثالثاً في اهتمامات قناة الجزيرة ، ويعود ذلك للسياسة الإعلامية التي تتخذها الوسيلتان في حين حلت ثالثاً قضية الخسائر الاقتصادية والبشرية لإيران وإسرائيل بالنسبة لقناة سكاى نيوز عربية (5.23%) حيث ركزت القناة بشكل كبير على الخسائر التي تلقتها إيران جراء الضربات الإسرائيلية في حين ركزت الجزيرة على الخسائر الإسرائيلية جراء الضربات الإيرانية.

أما القوة الصاروخية الإيرانية فقد حلت رابعاً في اهتمامات القناتين بنسبة قدرها (6.79%) في قناة الجزيرة وما قدره (3.36%) في قناة سكاى نيوز عربية، ورغم ذلك فقد اختلفت الإهتمامات في التغطية حيث ركزت الجزيرة على قدرة المنظومة الصاروخية الإيرانية على اختراق المنظومات الدفاعية الإسرائيلية وحجم القوة التدميرية، في حين تناولت سكاى نيوز عربية مخاطر القوة الصاروخية ونسبة الصواريخ التي اخترقت المنظومات الدفاعية الإسرائيلية مقارنة بما تم تدميرها في الجو.

أما التحذيرات من توسع الحرب الإيرانية الإسرائيلية فقد حل خامساً في اهتمامات قناة الجزيرة من حيث توظيف المربيات البصرية الحديثة بسبب تزايد التهديدات الأمريكية، في حين حلت سادساً قضية الخسائر الاقتصادية والبشرية لإيران وإسرائيل، في حين حلت خامساً في قناة سكاى نيوز عربية قضية مخاطر التلوث النووي جراء استهداف المفاعلات، في حين حل سادساً التحذيرات من توسع الحرب الإيرانية الإسرائيلية، ويعود ذلك إلى اهتمامات القنوات والسياسة الإعلامية لكل قناة.

وحلت في المركز الأخير في قناة سكاى نيوز عربية قضية فشل منظومات الدفاع الجوية الإسرائيلية والتي لم تكن ضمن الاهتمام الكبير مقارنة بتركيزها على النووي والمفاعلات الإيرانية والخسائر الإيرانية، في حين حلت أخيراً في قناة الجزيرة قضية مخاطر التلوث النووي جراء استهداف المفاعلات والتي لم تكن ضمن اهتمامات القناة مقارنة بالقوة الصاروخية الإيرانية وفشل المنظومات الإسرائيلية في اعتراضها.

جدول رقم (5) مقارنة بين قناتي الدراسة من حيث نوعية القوالب الإخبارية المستخدمة

النسب المئوية	الإجمالي	قناة سكاى نيوز عربية		قناة الجزيرة		القالب الإخباري
		%	ث	%	ث	
13.05%	38434	6.14	18031	6.94	20403	خبر
5.22%	15343	2.63	7722	2.59	7621	تقرير
16.45%	48314	8.53	25051	7.92	23263	تحليل
19.18%	56347	8.38	24621	10.80	31726	حديث
40.91%	120167	17.41	51135	23.50	69032	تغطية مباشرة
4.36%	12817	2.17	6376	2.19	6441	مؤتمر صحفي
0.81%	2358	0.44	1283	0.37	1075	أخرى
100%	293780	45.69	134219	54.31	159561	المجموع

يشير الجدول السابق إلى أن قالب التغطية المباشرة حل في المرتبة الأولى في قناتي الدراسة بما نسبته (40.91%)، حيث كانت الجزيرة الأكثر توظيفاً للتغطية المباشرة بما نسبته (23.50%)، في حين وظفت سكاى نيوز عربية التغطية بما نسبته (17.41%)، ويعود السبب إلى تغطية القناتين للقصف المباشر سواء

الجوي أو الصاروخي، مع الإشارة إلى أن قناة الجزيرة ركزت بشكل كبير على القصف الإيراني على إسرائيل في حين ركزت سكاي نيوز عربية على البث المباشر للقصف الإسرائيلي على كبريات المدن النووية والمفاعلات النووية، مع الإشارة إلى توزيع القنوات لمراسليها في كبار المدن الإيرانية والإسرائيلية لضمان التغطية المكتملة للحرب.

أما القالب الثاني، فقد حل قالب الحديث الترتيب الثاني بما نسبته (19.18%) واستخدمت قناة الجزيرة قالب الحديث بما بنسبة (10.80%) في حين وظفته قناة سكاي نيوز عربية بما نسبته (8.38%) حيث لجأت القنوات على استضافة العديد من الخبراء والمحللين في الشؤون العسكرية والأمنية والسياسية والاقتصادية لإيضاح تداعيات الحرب وفاتورتها، أما ثالثاً فقد حل قالب التحليل بنسبة قدرها (16.45%) حيث حرصت القنوات على تغطية الحدث على مدار اليوم من داخل الاستديو برفقة العديد من المحللين والخبراء والتواصل مع المسؤولين عبر الهاتف، وحل قالب التحليل الإخباري في قناة سكاي نيوز عربية بما نسبته (8.53%) مقارنة مع قناة الجزيرة بما نسبته (7.92%).

و حل رابعاً قالب الخبر الصحفي بنسبة قدرها (13.05%)، وبلغت نسبة استخدام قالب الخبر في قناة الجزيرة بما نسبته (6.94%) في حين بلغ استخدامه في قناة سكاي نيوز عربية (6.14%)، أما خامساً فقد حل قالب التقرير بما نسبته (5.22%) حيث بلغت نسبة استخدامه في قناة سكاي نيوز عربية بما نسبته (2.63%) بفارق ضئيل عن قناة الجزيرة التي بلغ توظيفها لهذا النوع من القوالب بما نسبته (2.59%). وبلغ توظيف المؤتمرات الصحفية خلال الحرب ما نسبته (4.36%) في حين لم يتجاوز استخدام القوالب الأخرى ما نسبته (0.81%).

ويتضح من خلال الجدول أعلاه أن التغطية المباشرة والتحليل الإخباري كانا القالبان الأكثر استخداماً من قبل القنوات وإن كانت الجزيرة الأكثر استخداماً من حيث الفترة الزمنية.

جدول رقم (6) مقارنة بين قناتي الدراسة من حيث مصدر المادة الخبرية

النسب المئوية	الإجمالي	قناة سكاي نيوز عربية		قناة الجزيرة		مصدر المادة الخبرية
		%	ث	%	ث	
8.04%	23630	3.32	9755	4.72	13875	خاص بالقناة
5.60%	16445	2.76	8098	2.84	8347	وكالات
51.41%	151037	24.44	71801	26.97	79236	مراسل القناة
5.65%	16587	3.50	10281	2.15	6306	صحف ومجلات ومواقع إخبارية
2.20%	6451	0.98	2867	1.22	3584	مسؤولين
8.35%	24523	2.90	8514	5.45	16009	مواقع التواصل الاجتماعي
4.58%	13470	1.81	5316	2.77	8154	فضائيات إخبارية
14.17%	41637	5.98	17587	8.19	24050	محللين وخبراء ودراسات
100%	293780	45.69	134219	54.31	159561	المجموع

توضح نتائج الجدول أعلاه أن قناتي الدراسة اعتمدتا على المراسلين كمصدر أول للمعلومات، حيث سجلت قناة الجزيرة النسبة الأكبر في اعتمادها على المراسلين بنسبة (51.41%)، ويعود ذلك إلى حجم

شبكة المراسلين التي تمتلكها القناتان، ويلاحظ بأن حجم تغطية المراسلين في قناة الجزيرة كانت بما نسبته (26.97%) بزيادة عن قناة سكاي نيوز عربية التي سجلت ما نسبته (24.44%)، وهي نسب متقاربة تشير إلى حرص القناتين على امتلاك شبكة من المراسلين لضمان الحصول على المعلومات وتحقيق السبق الإخباري.

وسجلت المعلومات القادمة من المحللين والخبراء والدراسات المركز الثاني بما نسبته (14.17%) وبلغت تغطية قناة الجزيرة ما نسبته (8.19%) مقارنة مع قناة سكاي نيوز عربية التي بلغ حجم تغطيتها ما نسبته (5.98%) أما مواقع التواصل الاجتماعي فقد حلت ثالثاً من حيث مصادر المادة الخبرية بنسبة بلغت (8.35%) وهي نتيجة منطقية كون القناتين تعمدتا نقل ما يتم بثه عبر وسائل التواصل بشأن سقوط الصواريخ والضربات التي لم تستطع القناتان الوصول إليها، واعتمدت قناة الجزيرة على ما نسبته (5.45%) مما ينشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة مع (2.90%) بالنسبة لقناة سكاي نيوز عربية.

وحلت الأخبار الخاصة بالقناة رابعاً بما نسبته (8.04%) وبلغت نسبة اعتماد الجزيرة على الأخبار الخاصة بها ما نسبته (4.72%) مقارنة مع نسبة لم تتجاوز (3.32%) بالنسبة لقناة سكاي نيوز عربية وتشير النسبتان إلى حجم التنافس بين القناتين في الحصول على المعلومات من مصادرها الخاصة وإن كانت الجزيرة منقوقة نسبياً في كم المعلومات الخاصة فيعود لتاريخ إنطلاقها وخبرتها وشبكة مراسليها والمتعاونين معها. أما خامساً فقد اعتمدت القناتان على الأخبار القادمة من الصحف والمجلات والمواقع الإخبارية بنسبة بلغت (5.65%) حيث اعتمدت قناة سكاي نيوز عربية على الصحف والمجلات والمواقع الإخبارية كمصدر للأخبار بنسبة (3.50%)، في حين اعتمدت قناة الجزيرة عليها بنسبة بلغت (2.15%).

وحلت سادساً الأخبار القادمة من الوكالات كمصادر للمعلومات بنسبة مقدارها (5.60%) وهي نسبة ضئيلة تشير إلى اعتماد القناتين على المعلومات التي ينقلها مراسليها ومصادرها الخاصة، فيما حلت سابعا الفضائيات الإخبارية كمصدر للأخبار والمعلومات بنسبة بلغت (4.58%) توزعت على ما نسبته (2.77%) بالنسبة لقناة الجزيرة مقارنة مع (1.81%)

وتذيل المسؤولين ذيل قائمة المصادر الإخبارية لقناتي الدراسة بنسبة لم تتجاوز (2.20%) ويعود ذلك إلى قصر الفترة التي اندلعت فيها الحرب والتي اكتفت القناتان بنقل التهديدات والتصريحات التي كانت تطلقها الأطراف المتصارعة في الحرب، وبلغت نسبة اعتماد الجزيرة على المسؤولين كمصدر للأخبار ما نسبته (1.22%) مقارنة مع (0.98%) في قناة سكاي نيوز عربية.

خلاصة نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- حلت الجزيرة أولاً من حيث توظيف المرئيات البصرية (الواقع الافتراضي والواقع المعزز، فيما كان استخدام قناة سكاي نيوز عربية أكثر لشاشات الفيديو وول.
- تصدرت قناة الجزيرة النسبة الأكبر في توظيف القوالب الجرافيكية الحديثة مقارنة مع قناة سكاي نيوز عربية التي كانت أكثر استخداماً لـ (WEBPAGE/ Graphic text)
- فيما يتعلق بترتيب القضايا من حيث توظيف المرئيات البصرية سلطت القنوات الضوء من خلال المرئيات البصرية الحديثة على قضية تدمير المفاعلات النووية في إيران والتدخل الأمريكي.
- سلطت قناة الجزيرة من خلال المرئيات البصرية الضوء على قضايا فشل منظومات الدفاع الجوية الإسرائيلية، القوة الصاروخية الإيرانية، في حين ركزت قناة سكاي نيوز عربية على قضايا الاغتيالات في إيران، والخسائر الاقتصادية والبشرية لإيران وإسرائيل والقوة الصاروخية لإيران.
- جاء قالب التغطية المباشرة في المرتبة الأولى في اهتمامات القناتين، فيما تلاه قالب الحديث ثم الخبر، فيما كانت الجزيرة الأكثر استخداماً لتلك القوالب في تغطيتها مقارنة بسكاي نيوز عربية.
- اعتمدت قناتا الدراسة على المراسلين كمصدر أول للمعلومات، تلاه المحللين والخبراء والدراسات ثم مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار والمعلومات.

التوصيات :

يوصي الباحث بالتالي:

- إجراء المزيد من الدراسات المتعلقة بالمرئيات البصرية نظراً لتزايد استخدامها في نشرات الأخبار وتزايد الحاجة الماسة لهذا النوع من وسائل الإبهار.
- الاعتماد بشكل أكبر على المرئيات البصرية الحديثة في نشرات الأخبار نظراً لما توفره من عوامل جذب وإبهار للجمهور، وقدرة على تسهيل قراءة واستيعاب المعلومات بشكل أكثر إيضاحاً.

المصادر والمراجع :

1. أبو عرقوب، عمر (2019م)، نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الإتصالية الحديثة فيها - ورقة بحثية، الدوحة، معهد الجزيرة للإعلام ، ص 21.
2. أحمد، ثامر جعفر (2017م)، الأبعاد الاتصالية والجمالية في الصورة التلفزيونية، بحث منشور، بغداد، مجلة الأكاديمي، العدد 83، ص ص135-114.
3. الحسن، أسامة محمد (2015م) استخدام تقنيات الواقع الافتراضي في تطوير واجهات العرض التلفزيوني - دراسة تطبيقية على قناتي الشروق والتلفزيون السوداني في الفترة من 2013-2015م، رسالة ماجستير منشورة، السودان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ص 1-32.
4. الدسمة، مبارك حمد (2013م)، التأثير الدلالي للكلمة والصورة في الخبر الإعلامي دراسة نظرية في الإعلام الكويتي، رسالة ماجستير منشورة، الأردن، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ص116.
5. الربيعي، بريق حسين جمعة(2019م)، التوظيف الصحفي للإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية، بحث مستل من أطروحة دكتوراة، مجلة الباحث، بغداد، العدد 34، كانون الثاني-شباط -آذار، ص ص 149-168.

6. السنجري، بشرى داوود (2018م) دور القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإرهاب، بحث منشور، مجلة الباحث الإعلامي، بغداد مجلد 10، العدد 39، ص ص 29-54.
7. الشديفات، إبراهيم الشديفات (2019م) دور التصميم الجرافيكي في تطوير الهوية البصرية لقناة التلفزيون الأردني من أجل رفع درجة التفضيل لدى المشاهد الأردني، رسالة ماجستير منشورة، الأردن، جامعة الشرق الأوسط، كلية العمارة والتصميم، ص 3-9.
8. القديمي، حمود ريمان حمود (2022م)، استخدام العروض البصرية في نشرات أخبار الفضائيات العربية واتجاهات الإعلاميين اليمنيين نحوها، أطروحة دكتوراة غير منشورة، اليمن، جامعة صنعاء، قسم الإذاعة والتلفزيون.
9. شلتوت، محمد شوقي عبد الفتاح (2016م)، الإنفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج، مكتبة الملك فهد، السعودية، ص 9.
10. الشمبلي، الطيب الفاتح أحمد (2019م)، معالجة القصص الإخبارية بالجرافيكس وسبل تعزيز المحتوى بصرياً وتحريراً -دراسة حالة، الدوحة، معهد الجزيرة للإعلام، ص 14.
11. الطيب، أم هاني أبوصباح (2012م) فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون - دراسة تطبيقية على الجرافيك (التصميم الإيضاحي) بتلفزيون السودان من الفترة 2009-2011م، بحث منشور السودان، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 3، العدد 14، ص 1-28.
12. علي، رنا مهدي (2019م)، الواقع الافتراضي في الإعلان التلفزيوني -دراسة ميدانية لعينة من طلاب كلية الفنون التطبيقية، بحث منشور، العراق، مجلة كلية التربية الأساسية، المجلد 25، العدد 103، ص 777-811.
- المراجع الأجنبية:
1. Krum R.2013 cool infographics.effective communication with data visulaizationand design,new jersey,wiley.
 2. Mark Smiciklas: thePowerof Infographic, Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences, 800 East 96th Street, Indianapolis, Indiana 46240 US,2012)p18.(
 3. 1 Ivanka Pjesivac&others: Using Infographics in Television News: Effects of Television Graphics on Information Recall About Sexually Transmitted Diseases,(University of Georgia: 120 Hooper Street, Athens, GA 30602, USA,2017)pp 2-17

أسماء المحكمين لإستمارة تحليل المضمون

- أ.د. علي العمار أستاذ الإعلام بجامعة صنعاء
- أ.د. محمد عبدالوهاب الفقيه أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة صنعاء .
- أ.د. حسن دجيرة أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة الحديدة
- أ.د. أحمد عقبات أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة صنعاء
- د. عبده الأكوع الأستاذ المساعد بقسم الصحافة كلية الإعلام جامعة صنعاء .