

توظيف المرئيات البصرية في موقع 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.alqadami@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 ALqudaimi

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

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

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 الإفتراضي 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 ل قالب (WEBPAGE/ Graphic text)
- سلطت قناة الجزيرة من خلال المرئيات البصرية الضوء على قضايا فشل منظمات 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 موقع التواصل الاجتماعي كمصدر 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 والмонтаж والإخراج، كما أنها أجبرت الكثير من القطاعات على إيقاف العديد من التقنيات المتعلقة بالتصوير والмонтаж وغيرها، خصوصاً مع ظهور تقنية الديجيتال والHD باعتبارها لم تعد مجديّة 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 والشروط والتعليمات في وقت واحد، وجهة هامة لعرض المواضيع ذات الاتجاهات الواحدة أو المتعددة (Krum, 2013). لهذا تبهرت الفضائيات والوكالات والصحف لمثل هذه المرئيات وسارعت إلى العمل بها، سعياً منها لمواكبة التطورات، وتكون قادرة على الإلمام بالكم 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 جماليًا آخر (أحمد، 2017)

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، 2016).

مشكلة الدراسة:

اتجهت القنوات الفضائية إلى استخدام المرئيات البصرية في نشراتها وبرامجها التلفزيونية، نظراً لأهميتها وفاعليتها 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 (الدسمة، 2013) في حين توصلت دراسة إلى أن العروض البصرية أسهمت في ترسيخ الصورة الذهنية للقناة في عقول المشاهدين (الشديفات، 2019)

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 الإفتراضي 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 لتجسيدها 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 إخراج 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 للإellar 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 يوتوب.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من الأهمية العلمية التي ترتكز 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 يوتوب.
 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 قناتي 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 هدف الدراسة إلى معرفة مدى توظيف العروض البصرية في نشرات أخبار الفضائيات العربية، وابرز 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 والميدان لفترة ثلاثة أشهر ، وخلصت الدراسة إلى أن قناة الجزيرة كانت الأكثر استخداماً لقوالب 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)

وهدفت 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 والبتراء، وتوصلت الدراسة إلى أن الهوية البصرية للتلفزيون الأردني تعمل على ترسیخ الصورة الذهنية للفناء في عقول المشاهدين، وأن الشعار المستخدم كان بغرض إضافة عنصري التشویق والجذب لدى المشاهد.

3/ دراسة الطيب الفاتح(2019م)

وسعـت الـدرـاسـة إـلـى مـعـرـفـة دـوـرـة إـنـتـاج مـحـتـوى الـجـرـافـيـكـس الـإـخـبـارـيـ فيـ غـرـفـة الـأـخـبـارـ بـقـنـاة الـجـزـيرـةـ، وـالـإـضـافـاتـ الـتـيـ شـكـلـهـاـ اـسـتـخـادـ الـجـرـافـيـكـسـ فـيـ الـمـحـتـوىـ الـإـخـبـارـيـ وـاعـتـمـدـ الـبـاحـثـ عـلـىـ الـمـنـهـجـ الـوـصـفـيـ التـفـسـيـرـيـ مـسـتـخـدـمـاـ الـعـيـنـةـ الـقـصـدـيـةـ عـلـىـ الـعـاـمـلـيـنـ فـيـ غـرـفـةـ الـأـخـبـارـ وـخـلـصـتـ النـتـائـجـ إـلـىـ أـنـ الـجـرـافـيـكـسـ أـصـبـحـ عـنـصـرـاـ أـسـاسـيـاـ فـيـ أـخـبـارـ الـقـنـاةـ، وـأـنـ التـخـطـيـطـ فـيـ غـرـفـةـ الـأـخـبـارـ لـعـرـوـضـ الـجـرـافـيـكـسـ مـنـ أـهـمـ الـعـوـاـمـلـ الـتـيـ تـسـاعـدـ فـيـ نـجـاحـ مـحـتـواـهـ.

4/ دراسة عمر أبو عرقوب(2019م)

هـدـفـ الـدـرـاسـةـ إـلـىـ تـقـدـيمـ نـمـوذـجـ وـمـرـجـعـ لـلـبـاحـثـيـنـ وـالـصـحـفـيـنـ حـوـلـ غـرـفـ الـأـخـبـارـ التـلـفـزـيـوـنـيـةـ الـذـكـيـةـ وـالـتـحـولـاتـ الـتـيـ أـفـرـزـتـهـاـ التـقـنـيـاتـ الـحـدـيـثـةـ فـيـ مـراـحـلـ عـمـلـيـةـ الـإـنـتـاجـ الـإـخـبـارـيـ، وـاسـتـخـدـمـ الـبـاحـثـ الـمـنـهـجـ الـنـوـعـيـ، وـأـدـاتـيـ الـمـلـاحـظـةـ وـالـمـقـابـلـاتـ الـمـتـعـمـقـةـ، وـتـوـصـلـ الـبـاحـثـ إـلـىـ أـنـ اـسـتـخـدـمـ الـوـسـائـلـ وـالـأـدـوـاتـ الـاتـصـالـيـةـ الـحـدـيـثـةـ أـثـرـ بـشـكـلـ مـبـاـشـرـ عـلـىـ شـكـلـ وـمـضـمـونـ كـلـ مـاـ تـنـتـجـهـ غـرـفـ الـأـخـبـارـ الـذـكـيـةـ.

5/ دراسة بيرق الريبيعي (2019م)

هـدـفـ الـدـرـاسـةـ لـمـعـرـفـةـ أـسـالـيـبـ تـوـظـيـفـ الـإـنـفـوـجـرـافـيـكـ فـيـ الـمـوـاـقـعـ الـإـخـبـارـيـ، وـاسـتـخـدـمـ الـبـاحـثـةـ أـدـأـةـ تـحـلـيلـ الـمـضـمـونـ لـجـمـعـ الـبـيـانـاتـ مـنـ الـمـوـاـقـعـ الـإـخـبـارـيـةـ:ـ السـوـمـرـيـةـ نـيـوزـ وـسـكـايـ نـيـوزـ عـرـبـيـةـ وـالـجـزـيرـةـ نـتـ، وـخـلـصـتـ الـمـضـمـونـ إـلـىـ ضـعـفـ تـوـظـيـفـ الـمـوـاـقـعـ الـمـبـحـوـثـةـ لـلـإـنـفـوـجـرـافـيـكـ الـمـتـحـرـكـ وـالـتـفـاعـلـيـ عـلـىـ الرـغـمـ مـاـ تـوـفـرـهـ شـبـكـةـ الـإـنـتـرـنـتـ مـنـ مـجـالـاتـ، وـأـنـ كـلـ مـوـقـعـ مـنـ الـمـوـاـقـعـ الـمـبـحـوـثـةـ إـمـتـازـ بـشـكـلـ بـنـائـيـ يـخـلـفـ عـنـ الـآـخـرـ مـنـ حـيـثـ بـصـمـتـهـ الـإـنـفـوـجـرـافـيـةـ.

6/ دراسة رنا مهدي علي (2019م)

وـسـعـتـ الـدـرـاسـةـ إـلـىـ مـعـرـفـةـ فـاعـلـيـةـ الـوـاقـعـ الـإـفـتـرـاضـيـ الـمـسـتـخـدـمـ فـيـ الـإـلـعـانـاتـ التـلـفـزـيـوـنـيـةـ فـيـ جـذـبـ اـهـتمـامـ الـمـتـلـقـيـ وـتـفـاعـلـهـ مـعـ الـإـلـعـانـاتـ، وـتـمـ جـمـعـ الـبـيـانـاتـ مـنـ عـيـنـةـ مـقـدـارـهـاـ 120ـ وـخـلـصـتـ الـدـرـاسـةـ إـلـىـ أـنـ الـإـلـعـانـاتـ الـمـعـرـوـضـةـ باـسـتـخـدـمـ الـوـاقـعـ الـإـفـتـرـاضـيـ كـانـتـ مـمـيـزةـ، وـنـجـحـتـ بـرـجـةـ كـبـيرـةـ، وـأـنـ الـخـيـالـ الـمـسـتـخـدـمـ فـيـ الـإـلـعـانـاتـ الـمـعـرـوـضـةـ مـنـ خـلـالـ الـوـاقـعـ الـإـفـتـرـاضـيـ سـاـهـمـ فـيـ تـرـسـيـخـ فـكـرـةـ الـإـلـعـانـ وـقـوـتـهـ.

7/ دراسة أسامة محمد الحسن (2015م)

وـسـعـتـ الـدـرـاسـةـ إـلـىـ التـعـرـيفـ بـتـقـنـيـاتـ الـوـاقـعـ الـإـفـتـرـاضـيـ كـحـلـ جـدـيدـ فـيـ الـإـلـعـامـ وـاسـتـخـدـامـاتـهـ فـيـ قـنـاةـ الشـرـوقـ وـتـلـفـزـيـوـنـ السـوـدـانـ، وـاسـتـخـدـمـ الـبـاحـثـ الـإـسـبـيـانـ وـالـمـقـابـلـةـ وـالـمـلـاحـظـةـ لـجـمـعـ الـبـيـانـاتـ عـلـىـ عـيـنـةـ قـوـامـهـاـ 30ـ شـخـصـاـ مـنـ مـصـمـمـيـ الـجـرـافـيـكـ وـالـمـخـرـجـيـنـ وـالـمـنـتـجـيـنـ وـفـنـيـ الـدـيـكـورـ، وـتـوـصـلـتـ الـدـرـاسـةـ إـلـىـ أـنـ الـجـرـافـيـكـ يـعـدـ أـكـثـرـ التـقـنـيـاتـ جـاذـبـيـةـ وـإـبـهـارـ فـيـ إـنـتـاجـ الـبـرـامـجـ التـلـفـزـيـوـنـيـةـ، فـيـمـاـ لـمـ يـتـمـ اـسـتـخـدـمـ تـقـنـيـاتـ الـوـاقـعـ الـإـفـتـرـاضـيـ بـشـكـلـ أـمـثـلـ فـيـ بـرـامـجـ التـلـفـزـيـوـنـ السـوـدـانـيـ.

8/ دراسة أم هاني الطيب (2012م)

وـهـدـفـ الـدـرـاسـةـ إـلـىـ التـعـرـفـ عـلـىـ فـاعـلـيـةـ الـوـسـائـطـ الـمـتـعـدـدـةـ فـيـ إـنـتـاجـ بـرـامـجـ التـلـفـزـيـوـنـ السـوـدـانـيـ بـالـتـطـبـيقـ عـلـىـ قـسـمـ الـجـرـافـيـكـ، وـأـجـرـيـتـ الـدـرـاسـةـ عـلـىـ قـنـواتـ الـجـزـيرـةـ وـالـشـرـوقـ وـالـنـيلـ الـأـزـرـقـ مـنـ خـلـالـ اـسـتـخـدـمـ أـدـأـةـ الـمـقـابـلـةـ مـعـ الـمـدـرـاءـ وـالـخـبـرـاءـ فـيـ قـنـواتـ الـمـنـتـجـةـ لـلـجـرـافـيـكـ، وـتـوـصـلـتـ الـدـرـاسـةـ إـلـىـ أـنـ 70.3ـ%ـ مـنـ

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

التعليق 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 للعرض البصري في زيادة مستوى الإدراك والفهم والذكرا.

تسعى الدراسة الحالية إلى تسلیط الضوء على أشكال المرئيات البصرية مجتمعة وعلى رأسها القوالب الجرافيكية والواقع المعزز والواقع الإفتراضي خلال الحرب الإيرانية الاسرائيلية

- 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 قناتي الدراسة؟
التعريف الإجرائي للعرض البصري:

المرئيات البصرية: هي عرض بصري تشمل الأشكال التقليدية مثل الديكورات والإحصائيات والخرائط والصور الثابتة أو المتحركة والرسوم الثابتة أو المتحركة والمقطوع 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 الإفتراضي.

الإجراءات المنهجية:
نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية الهدافة 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، ويعامل مع الظاهرة كما هي في الواقع، ونتائجها أكثر قابلية للعميم.

مجتمع وعينة الدراسة:

قام الباحث برصد ما يتم نشره على مقاطع الفيديو خلال فترة الحرب الإيرانية الإسرائيلية من

2025/6/13 إلى 2025/6/24

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.
- تمثلان 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 استماراة 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 الاستماراة على مجموعة من الأكاديميين والمتخصصين 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%)، وتعتبر نسبة ثبات عالية تشير إلى صلاحية تطبيق استماراة تحليل المضمون.

نتائج الدراسة التحليلية لقناة الدراسة:

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

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

نسبة العرض البصري التقليدي لكل قناة		نسبة العرض البصري الحديث لكل قناة		زمن المرئيات التقليدية من الزمن الإجمالي للمواد الإخبارية		زمن العرض البصري الحديث للمواد من الزمن الإجمالي للأخبار		الزمن بالثواني		القناة
%	ث	%	ث	%	ث	%	ث	%	ث	
57.59%	107362	48.62%	52199	36.55%	107362	17.77%	52199	54.31%	159561	الجزيرة
42.41%	79051	51.83%	55168	26.91%	79051	18.78%	55168	45.69%	134219	سكاي نيوز
100%	186413	100%	107367	63.45%	186413	36.55%	107367	100%	293780	المجموع

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) من المرئيات التقليدية (وسائل الإلزام البصري) وتشير البيانات إلى حجم المرئيات البصرية الحديثة المتمثلة في القوالب الحرفية والمرئيات المقدمة عبر تقنيات شاشات الفيديو وول والواقعين الإفتراضي والمعزز، والتي بلغت أكثر من ثلث المادة الإخبارية المستخدمة مقارنة مع أقل من ثلثي الاستخدام مع (وسائل الإلزام البصري) المرئيات التقليدية والمتمثلة في مقاطع الفيديو والألوان والديكور والصور الثابتة وال المتحركة والخطوط، وهي نسبة ليست بالقليلة وتشير النتائج إلى تمازج توظيف المرئيات البصرية الحديثة خلال نشرات الأخبار مما ينبغي بزيادة الحاجة إلى استخدامها لضمان تقديم الخدمة الخبرية المتكاملة وجذب الجمهور وضمان متابعته.

وحلت قناة سكاي نيوز عربية أولاً من حيث توظيف المرئيات البصرية، والتي بلغت ما نسبته (18.78%)، بواقع (55168) من العرض الإخباري للقناة، فيما وظفت قناة الجزيرة مرئياتها بواقع (52199) ثانية بما نسبته (17.77%)، مع الإشارة إلى أن المعرض في قناة الجزيرة على موقعها في يوتيوب يفوق ما تعرضه سكاي نيوز عربية بخصوص الحرب الإيرانية الإسرائيلية من حيث المادة الخبرية.

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		القالب 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 بنسبة (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 الجرافيك (KEYPOINT-SENTENSE) بواقع (42.36%)، وهو القالب المستخدم في التصريحات أو البيانات أو التسريبات أو التهديدات، وبعد 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 موقع الأحداث مزوداً بإشارات توحى بأماكن سقوط الصواريخ والقصف الذي تعرضت له إيران أو إسرائيل، وغالباً ما يستخدم في حال الأخبار العاجلة التي لا تحتمل التأخير، فيما حل ثالياً في قناة سكاي نيوز عربية قالب (KEYPOINT-SENTENSE) بنسبة (9.56%)، ويوضح وجود فارق بينها وبين قناة الجزيرة، حيث يشير الفارق إلى نسبة التنويع 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%)، والمهمت بالترتيب الزمني للأحداث.

ويلاحظ وجود استخدام ملحوظ لقناة الجزيرة لقالب (KEYPOINT- NUMBER) و (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 графيكية، 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.

وفيمما يتعلق بأكثر القوالب графيكية توظيفاً، تبين الأرقام في الجدول أعلاه أن القالب (KEYPOINT-SENTENSE) كان الأكثر استخداماً من بين القوالب графيكية، 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 والتعليق على الأحداث، وكانت قناة الجزيرة الأكثر استخداماً لهذا النوع من القوالب графيكية.

وحل القالب (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 ليشرح ما جاء عليها من أخبار، وغالباً ما يتم كتابة التصريحات المتناقضة للأطراف أو التهديدات والرد عليها أو لشرح الفوارق بين اللقاحات 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 الأسف ليشير إلى حجم تلك الخسائر، ويستخدم هذا القالب عندما تكون الأرقام أهم شيء في الخبر، فيما حل قالب (QUICK-MAP) رابعاً بنسبة (7.77%)، والمعنى 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، ويليه 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%)، وتلتها القناة إلى هذا النوع عند صدور بيانات من قبل المسؤولين أو القيادات العسكرية أو وزارات الدفاع والخارجية، حيث تكتفي 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 التوسيع بين القوالب. في حين حل القالب الجرافيكي (BAYAN) ثالثاً 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 المسمية 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 بتتوسيع النشرة الإخبارية بدلاً من ظهورها بشكل ذي طابع سريدي يكتفي بخبر وراء خبر، حيث تُمكِّن من القضاء على الرتابة والملل وكسر روتين النشرة، فضلاً عن سهولة إعداد مثل هذه القوالب من حيث التصميم والصياغة وبما يسهم في الحصول على السبق 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 لقناة الجزيرة

وسكاي نيوز عربية

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

من خلال الجدول أعلاه يتضح بأن تقنية (VEDIOWALL) حلّت 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، ويطلب هذا النوع من الشاشات إستديوهات حديثة تتطلب إمكانيات وتجهيزات كبيرة تتيح إضفاء الأجزاء المناسبة وخلق الإحساس لدى المشاهد بالقرب من موقع الحدث.

وحل في المرتبة الثانية عرض (TOUCH SCREEN) بنسبة (18.46%)، ويرجع ذلك إلى سهولة إعداده 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 تعرّض استهدافها.

وجاءت عروض (AUGMATED REALITY) ثالثاً بنسبة (14.15%)، ويعد من المرئيات البصرية الحديثة والمقدمة والتي أحدثت نقلة في مجال المرئيات البصرية، حيث يمتلك القدرة على عرض الأشياء داخل الاستديو 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 المستخدمة في الغوص في الأماكن التي من الصعب الوصول إليها، كساحات المعارك أو التجول داخل المنشآت النووية والملجأ، 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 MMERSIVE- REALITY) بواقع (8.91%)، كما كانت قناة الجزيرة الأكثر استخداماً لتقنيات (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	
		%	ث	%	ث		
10.15	10896	4	3.36	3605	4	6.79	القوة الصاروخية الإيرانية
11.19	12016	7	0.84	903	2	10.35	فشل منظومات الدفاع الجوية الإسرائيلي
7.39	7941	3	5.23	5618	6	2.16	الخسائر الاقتصادية والبشرية لإيران واسرائيل
38.14	40951	1	22.55	24213	1	15.59	تدمير المفاعلات النووية في إيران والتدخل الأمريكي
3.38	3628	5	1.87	2005	7	1.51	مخاطر التلوث النووي جراء استهداف المفاعلات
4.22	4523	6	1.26	1350	5	2.96	التحذيرات من توسيع الحرب الإيرانية الإسرائيلية
25.53	27412	2	16.28	17474	3	9.26	الإغتيالات في إيران
100%	107367	----	51.38	55168	-	48.62	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن (تمدير 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 المرئيات البصرية الحديثة، نظراً لانشغال العالم بها نظراً لحجم الاختراق الكبير الذي اجتاز القيادات الإيرانية.

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

القوة الصاروخية الإيرانية حلت رابعاً من حيث توظيف المرئيات 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 للمرئيات البصرية بما نسبته (7.39%)، ويعود ذلك إلى حجم الخسائر التي تعرضت لها الدولتان خلال الإثنين يوماً سواء بسبب تداعيات الحرب أو بسبب الضربات المباشرة التي تلقاها كل طرف.

وحلت سادساً قضية التحذيرات من توسيع الحرب الإيرانية الإسرائيلية قائمة القضايا من حيث توظيف المرئيات البصرية الحديثة والمتقدمة بنسبة لم تتجاوز (4.22%)، ويعود التركيز على القضية من خلال المؤشرات نظراً لتزايد المؤشرات على توسعها خصوصاً في ظل التهديدات الأمريكية المتتصاعدة 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.

وتنزيل 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 المرئيات 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 بالمفاعلات النووية باعتبارها السبب الرئيس لإندلاع 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 سكاي نيوز عربية على قضية الإغتيالات في إيران بنسبة (16.28%) والتي حلّت ثالثاً في اهتمامات قناة الجزيرة ، ويعود ذلك للسياسة الإعلامية التي تتخذها الوسيستان في حين حلّت ثالثاً قضية الخسائر الاقتصادية والبشرية لإيران وإسرائيل بالنسبة لقناة سكاي 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 حلّت رابعاً في اهتمامات القناتين بنسبة قدرها (6.79 %) في قناة الجزيرة وما قدره (3.36 %) في قناة سكاي 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 سكاي نيوز عربية مخاطر القوة الصاروخية ونسبة الصواريخ التي اختربت المنظومات الدفاعية الإسرائيلية مقارنة بما تم تدميرها في الجو.

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

وحلت في المركز الأخير في قناة سكاي نيوز عربية قضية فشل منظومات الدفاع الجوية الإسرائيلية والتي لم تكن ضمن الاهتمام الكبير مقارنة بتركيزها على النووي والمفاعلات الإيرانية والخسائر الإيرانية، في حين حلّت 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

النسبة المئوية	الإجمالي	قناة سكاي نيوز عربية		قناة الجزيرة		ال قالب 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	حدث
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 سكاي 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 الإسرائيلي على إسرائيل في حين ركزت سكاي نيوز عربية على البث المباشر للقصف الإسرائيلي على كبريات المدن النووية والمفاعلات النووية، مع الإشارة إلى توزيع القناتين لمراسلتيها 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 القناتان على استضافة العديد من الخبراء وال محللين في الشؤون العسكرية والأمنية والسياسية والاقتصادية لبيان تداعيات الحرب وفائقاتها، أما ثالثاً فقد حل قالب التحليل بنسبة قدرها (16.45%) حيث حرصت القناتان على تغطية الحدث على مدار اليوم من داخل الأستديو 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%).

ويتبين من خلال الجدول أعلاه أن التغطية المباشرة والتحليل الإخباري كانا القالبان الأكثر استخداماً من قبل القناتين وان كانت الجزيرة الأكثر استخداماً من حيث الفترة الزمنية.

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

النسبة 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 وموقع إخبارية
2.20%	6451	0.98	2867	1.22	3584	مسؤولين
8.35%	24523	2.90	8514	5.45	16009	موقع 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 موقع التواصل الاجتماعي فقد حلت ثالثاً من حيث مصادر المادة الخبرية بنسبة بلغت (8.35%) وهي نتيجة منطقية كون القناتين تعمدتا نقل ما يتم به 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 النسبة إلى حجم التنافس بين القناتين في الحصول على المعلومات من مصادرهما الخاصة وإن كانت الجزيرة متوقعة نسبياً في كم المعلومات الخاصة فيعود لتاريخ إنطلاقها وخبرتها وشبكة مراسليها والمعاونين 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 كمصدر للمعلومات بنسبة مقدارها (5.60%) وهي نسبة ضئيلة تشير إلى اعتماد القناتين على المعلومات التي ينقلها مراسليها ومصادرها الخاصة، فيما حلت سابعاً 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 لقناة 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 إعتماد 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 الإفتراضي 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 ل قالب (WEBPAGE/ Graphic text)
- فيما يتعلق بترتيب القضايا من حيث توظيف المرئيات البصرية سلطت القناتان 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 موقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار والمعلومات.

النوصيات :

يوصي الباحث بالتالي:

- إجراء المزيد من الدراسات المتعلقة بالمرئيات البصرية نظراً لزيادة استخدامها في نشرات الأخبار وزيادة الحاجة الماسة لها من وسائل الإبهار.
- الاعتماد بشكل أكبر على المرئيات البصرية الحديثة في نشرات الأخبار نظراً لما تتوفره من عوامل جذب وإبهار للجمهور، وقدرة على تسهيل قراءة واستيعاب المعلومات بشكل أكثر إيقاضاً.

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 ص 135-114.
3. الحسن، أسامة محمد (2015م) استخدام تقنيات الواقع الإفتراضي 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 32-1.
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، ص 116.
5. الريعي، بيرق حسين جمعة(2019م)، التوظيف الصحفى للإنفوجرافيك في الواقع الإخباري، بحث مستقل من أطروحة دكتوراه، مجلة الباحث، بغداد، العدد 34، كانون الثاني-شباط -آذار، ص ص 149-168.

6. السنجري، بشري داود (2018م) دور القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تشكيل إتجاهات 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. القبيسي، حمود ريمان حمود (2022م)، استخدام العروض البصرية في نشرات أخبار الفضائيات العربية واتجاهات الإعلاميين اليمنيين نحوها، **أطروحة دكتوراه 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. الشمالي، الطيب الفتاح أحمد(2019م)، معالجة القصص الإخبارية بالجرافيك وسبل تعزيز المحتوى بصرياً وتحريرياً -دراسة حالة، الدوحة، معهد الجزيرة للإعلام، ص 14.
11. الطيب، أم هاني أبوصباح (2012م) فاعلية الوسائل المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون- دارسة 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 الإفتراضي 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 visualizationand 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 لاستمارة تحليل المضمون

- أ.د. علي العمار أستاذ الإعلام بجامعة صنعاء
- أ.د. محمد عبدالوهاب الفقيه أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة الحديدة
- أ.د. حسن درجة 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.