



جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية الدراسات العليا

قسم الوسائط المتعددة

سمات الفيديو جراف الذي تنتجه صفحة (AJ+) عربي وتوزعه على منصة الفيسبوك

Features of Videographics Produced by (AJ+) Arabic and Distributed via Facebook

إعداد:

هيا مروان امريش

إشراف:

د. حافظ عساكرة

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

قسم الوسائط المتعددة كلية الدراسات العليا

2026

جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية الدراسات العليا

قسم الوسائط المتعددة

سمات الفيديو جراف الذي تنتجه صفحة (AJ+) عربي وتوزعه على منصة الفيسبوك

**Features of Videographics Produced by (AJ+) Arabic and Distributed via
Facebook**

رسالة ماجستير في الوسائط المتعددة

إعداد:

هيا مروان امريش

(الخليل – 2026)

فلسطين

جامعة بوليتكنك فلسطين
كلية الدراسات العليا

شهادة الموافقة على الأطروحة

أطروحة الطالبة هيا مراون امريش في برنامج ماجستير الوسائط المتعددة، ورقمها الجامعي (226011)، والتي تحمل عنوان "سمات الفيديو جراف الذي تنتجه صفحة (Aj+) عربي وتوزعه على منصة الفيس بوك". وقد حازت الأطروحة على قبول لجنة المناقشة بالإجماع ، وتم منح الباحثة درجة الماجستير في تخصص الوسائط المتعددة. كما جرى اعتمادها رسميا من قبل كلية الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة بوليتكنك فلسطين_الخليل .

تاريخ الدفاع عن الأطروحة: 2026/7/4

التوقيع

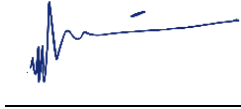
أعضاء لجنة التحكيم



1 - الدكتور حافظ عساكرة (مشرفاً على البحث)



2 - الدكتور إبراهيم الحروب (ممتحنا خارجيا)



3 - الدكتور نصر يوسف جوابرة (ممتحنا داخليا)

التوقيع

التاريخ

عميد الدراسات العليا والبحث العلمي

إقرار

الاسم: هيا مروان امريش

عنوان الأطروحة: سمات الفيديو جراف الذي تنتجه صفحة (+AJ) عربي وتوزعه على منصة الفيسبوك

المشرف: د. حافظ عساكرة

السنة: 2026

أقر بموجب هذا أنه تم الحصول على جميع المعلومات الواردة في هذه الوثيقة وتقديمها وفقاً للقواعد الأكاديمية والسلوك الأخلاقي، وأقر أيضاً أنه وفقاً لما تقتضيه هذه القواعد والسلوك، فقد قمت بالإشارة بشكل كامل إلى جميع المواد والنتائج التي ليست أصيلة في هذا العمل.

أقر بموجب هذا أنه يُسمح لجامعة بوليتكنك فلسطين وكلية الدراسات العليا والبحث العلمي بتخزين هذه الأطروحة وإتاحتها إلكترونياً.

التاريخ: 2026/7/4

التوقيع:



الشكر والتقدير

الحمد لله الذي أنار بالعلم البصائر، ورفع به شأن أولي النهى، والصلاة والسلام على معلم البشرية الخير، وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان. أتقدم بفيض من الامتنان وعظيم العرفان إلى تلك القامات العلمية التي كانت لي خير معين في رحلتي الأكاديمية، والذين لم يبخلوا عليّ يوماً بعلم أو نصح

إلى منارة العلم التي استضاءت بها دروبي، ومنهل العطاء الذي نهلت منه أسمى المعاني الأكاديمية

الأستاذ الدكتور الفاضل حافظ عساكرة

أتقدم إليكم بفيض من مشاعر العرفان والامتنان، ممتنة للأقدار التي جعلت منكم ملاحاً لرحلتي البحثية، ومشرفاً أستظل بظلال علمه الواسع. لقد كنت، ولا تزال، القدوة التي تجسد رصانة العلم ونبل الأخلاق، فلم تكن توجيهاتك السديدة مجرد إرشادات عابرة، بل كانت هي البوصلة التي قومت مساري كلما تاهت بي السبل، والصبر الجميل الذي منحني القوة لمواصلة المسير.

شكراً لفيض وقتك، ولسعة صدرك، ولتلك الملاحظات الدقيقة التي صقلت هذا العمل وأخرجته من حيز الجهد المتواضع إلى رحاب البحث الرصين. لقد تعلمت منك أن العلم أمانة، وأن التواصل رفيق العلماء الكبار، فجزاك الله عني خير ما يجازي به عباده المخلصين، وأدامك مناراً يهتدى به في ميادين الفكر والمعرفة.

إلى الدكتور القدير نصر جوابرة

المشرف والمنسق الذي واكب مسيرة هذا التخصص بكل إخلاص واقتدار؛ شكراً لجهودكم الحثيثة التي دلت الصعاب، ولحرصكم الدائم الذي كان له أبلغ الأثر في إتمام هذه الدراسة وخروجها إلى النور بصورتها المشرفة.

إلى أساتذتي الأجلاء في الهيئة التدريسية

يا من سكبتم من فيض فكركم في وجداني، وزرعتم في نفوسنا شغف البحث وسمو الطموح، أنتم السند الذي نعتز بالانتماء لمدارسه العلمية، وستبقى كلماتكم نبراساً يضيء لنا دروب المستقبل.

إلى زملائي وزميلاتي، رفقاء الدرب والمسير

شكراً لتلك اللحظات التي تقاسمنا فيها عناء الجهد وفرحة الإنجاز، كنتم نعم العون ونعم الصحبة، وأسأل الله لنا جميعاً مستقبلاً يزخر بالنجاحات والتوفيق.

هذا الجهد، أضعه بين أيديكم بكل تواضع، وفاء لمن علموني أن العلم أمانة، وأن النجاح رحلة كفاح لا تنتهي".

الاهداء

"من قال أنا لها.. نالها"

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والحمد لله الذي أعانني بفضلته على إتمام هذا الجهد.

إلى والدي العزيز "مروان"

إلى من استمدّ منه القوة والشموخ، إلى صاحب القلب الكبير والنهج القويم. أبي الغالي، شكراً لأنك كنت السند والظهر الذي أرتكز عليه، وما أنا إلا غرس يمينك، إليك أهدي هذا النجاح فخراً واعتزازاً.

إلى والدتي الحبيبة "رنا"

إلى مدرسة الحب والصبر، شكراً لقلبك الذي اتسع لهمومي، ولدعواتك التي كانت تفتح لي الأبواب الموصدة، كلماتك كانت القوة التي تدفعني كلما نال مني التعب. ثمرة جهدي هذه هي لك أولاً وأخيراً.

إلى زوجي الغالي "وليد"

إلى شريك العمر ورفيق الكفاح، من تحمل معي عناء هذه الرحلة بكل حب وصبر. شكراً لأنك كنت لي خير معين، ولأنك أمنت بي وبقدراتي عندما عصفت بي التحديات. وهذا النجاح هو حصاد مشترك لصبرنا وإصرارنا معاً.

إلى نبض قلبي وقرّة عيني ابني "نعيم"

أنت المعنى الحقيقي لنجاحي، شكراً لقلبك الصغير الذي احتمل انشغالي، ولضحكتك التي كانت تمنحني القوة كلما نال مني الجهد. إليك أهدي ثمرة كفاحي، فقد كنت حقاً 'النعيم' الذي يجمل أيامي ويدفعني لأكون الأفضل."

إلى إخوتي وأخواتي "شادن، رغد، ملك، خليل، محمد، مصطفى"

يا عزوتي ورفقاء العمر، شكراً لوجودكم الذي يمنح النجاح طعماً أجمل، فأنتم السند الذي لا يميل.

وشكر خاص إلى أختي وسندي "الدكتورة رغد"

إلى من كانت تقف خلفي مثل ظلي، ثابتة وداعمة مهما كثرت تخططاتي. شكراً لإيمانك بي حين شككت في قدراتي، وكلماتك التي كانت تشدّ أزرعي للوصول إلى هذه المرحلة. لقد كنت لي خير قدوة وأجمل ملهمة، ونجاحي هذا مدينٌ لروحك التي لم تملّ يوماً من تشجيعي."

إلى عائلتي الثانية أهل زوجي الأعزاء

إلى الذين أحاطوني بكرمهم ومودتهم، فكان حضورهم سنداً جميلاً يخفف عناء الطريق. شكراً لقلوبكم الطيبة، ولمشاعرهم الصادقة التي منحتني شعوراً دائماً بأنني بين أهلي. شكراً لوجودكم الكريم.

إلى طلابي وطالباتي الأعزاء؛ شكراً لأنكم كنتم الدافع لهذا العطاء، وممتنة جداً لجميع حضوركم

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن سمات الفيديو جراف الذي تنتجه منصة (+AJ) عربي وتوزعه على منصة الفيسبوك، من خلال تحليل خصائصه الفنية والبنائية وأنماط التفاعل الجماهيري معه. انطلقت الدراسة من إشكالية بحثية تتلخص بالتساؤل البحثي الاتي: "ما سمات الفيديو جراف الذي تنتجه (+AJ) عربي لمنصتها الرقمية عبر فيسبوك؟". استندت الدراسة على المنهج المختلط الذي يجمع بين الأدوات الكمية والكيفية لغايات الوصول إلى تحليل عميق ودقيق للمحتوى المدروس. إذ تمثل مجتمع الدراسة في محتوى الفيديو جراف الذي تنتجه صفحة (+AJ) عربي على منصة فيسبوك، فيما تكونت عينة الدراسة من (21) مفردة من الفيديو جراف، تم تحليلها على مدار سبعة أشهر متتالية من خلال اختيار ثلاثة مقاطع فيديو شهرية موزعة على الفترة الزمنية لتغطي بداية الشهر، ومنتصفه، ونهايته. إذ تم تطبيق اداة الدراسة المتمثلة باستمرار تحليل المحتوى باقية الكيفي والكمي على العينة المدروسة لغايات جمع البيانات ومن ثم تحليلها. اتخذت الدراسة اطاراً نظرياً بالانكفاء على نظريتين مرجعيتين وهما: نظرية انتشار المبتكرات، لفهم كيفية تبني الجمهور لقالب الفيديو جراف بوصفه شكلاً إعلامياً حديثاً في البيئة الرقمية، والنظرية السيميائية لتحليل لغة الصورة والرموز والعناصر البصرية المستخدمة في بناء الرسالة الإعلامية في الفيديو جراف، بما ساعدنا في تفسير الأبعاد الدلالية والتأثيرية للمحتوى البصري. ومن أبرز النتائج التي خلصت لها الدراسة أن منصة (+AJ) عربي اعتمدت على توظيف العناصر البصرية والجرافيكية الحديثة في إنتاج الفيديو جراف بما يعزز جاذبية المحتوى ويرفع من معدلات التفاعل الجماهيري. وأن الفيديو هات القصيرة التي اتبعت معالجة بصرية مكثفة حققت مستويات مشاهدة وتفاعل أعلى مقارنة بالقوالب التقليدية، إضافة إلى نجاح المنصة في توظيف السرد البصري والرموز والألوان والتكوينات الفنية بطريقة تدعم الرسالة الإعلامية وتساهم في تبسيط المعلومات وإيصالها بفاعلية إلى الجمهور الرقمي. ومن أهم التوصيات التي خلصت لها الدراسة ضرورة اهتمام المؤسسات الإعلامية العربية بتطوير استراتيجيات إنتاج المحتوى البصري المخصص للمنصات الرقمية، مع التركيز على الفيديو جراف بوصفه قالباً إعلامياً معاصراً قادراً على جذب الجمهور. كما أوصت الدراسة بضرورة إجراء المزيد من البحوث الأكاديمية المتخصصة في تحليل أنماط المحتوى البصري الرقمي والتفاعل معه، نظراً لندرة الدراسات العربية التي تناولت هذا المجال. تبرز أهمية هذه الدراسة للمجتمع البحثي في كونها تساهم في سد فجوة معرفية تتعلق بدراسة الفيديو جراف كقالب بصري حديث في الإعلام الرقمي العربي، كما تقدم إطاراً علمياً وتحليلياً يمكن للباحثين الاستفادة منه في دراسة المحتوى الرقمي والتفاعلات الجماهيرية عبر المنصات الرقمية الحديثة، إلى جانب دعم الدراسات المرتبطة بالإعلام الرقمي وصحافة الفيديو والسرد البصري المعاصر.

الكلمات المفتاحية: المحتوى الرقمي، الفيديو جراف، المنصات الرقمية، نظرية انتشار المبتكرات، النظرية السيميائية.

Abstract

This study aimed to reveal the features of videographics produced by the (AJ+) Arabic platform and distributed via Facebook by analyzing its technical and structural characteristics alongside audience engagement patterns, addressing the central question: "What are the features of videographics produced by (AJ+) Arabic for its digital platform on Facebook?" Employing a mixed-methods approach with quantitative and qualitative content analysis tools, the study examined a sample of 21 videographic clips selected over seven consecutive months (three clips monthly representing the beginning, middle, and end of each month) from the (AJ+) Arabic Facebook page. Theoretically anchored in the Diffusion of Innovations Theory—to explain the adoption of videographics as an emerging digital format—and Semiotic Theory—to analyze the semantic and persuasive dimensions of visual symbols—the study revealed that (AJ+) Arabic heavily relies on modern graphic elements and intensive visual processing in short-form videos to boost engagement, effectively leveraging color schemes, iconography, and visual storytelling to simplify complex information for digital audiences. Consequently, the study recommends that Arab media institutions refine their digital visual production strategies and calls for further academic research in this understudied domain, underscoring its own contribution to bridging a significant knowledge gap in Arab digital journalism, video production, and visual narrative studies.

Keywords: Digital Content, Videographics, Digital Platforms, Diffusion of Innovations Theory, Semiotic Theory.

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان	ب
شهادة الموافقة على الأطروحة	ج
التفويض	د
الشكر والتقدير	هـ
الاهداء	و
الملخص باللغة العربية	ز
الملخص باللغة الانجليزية	ح
فهرس المحتويات	ط
قائمة الجداول	ل
قائمة الاشكال والصور	م
قائمة الملحقات	ع

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

مقدمة الدراسة	2
مشكلة الدراسة	4
تساؤلات الدراسة	4

5	أهداف الدراسة
5	أهمية الدراسة
6	حدود الدراسة
6	مصطلحات الدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

9	تمهيد
9	الإطار النظري للدراسة
25	الدراسات السابقة
29	التعقيب على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

35	تمهيد
35	منهجية الدراسة
36	مجتمع الدراسة
36	عينة الدراسة
38	أداة الدراسة
42	إجراءات الصدق

الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة

44	تمهيد
46	نتائج التحليل الكمي
64	نتائج التحليل الكيفي
66	نتائج التحليل السيميائي

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

109	مناقشة النتائج وتفسيرها
119	الخلاصة والاستنتاجات الأكاديمية
120	القيود والمحددات البحثية
121	التوصيات

قائمة المراجع

122	المراجع العربية
124	المراجع الأجنبية
130	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الفصل- رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
3.1	اختيار العينة	37
4.1	قائمة الفيديوهات المحللة	44
4.2	أنماط التفاعل الجماهيري لجميع الفيديوهات المحللة (21 فيديو جراف)	60

قائمة الأشكال والصور

رقم الصفحة	المحتوى	رقم الفصل-رقم الشكل
46	توزيع تكرارات وحدة "نوع المحتوى" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.1
47	توزيع تكرارات وحدة "زاوية المعالجة" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.2
48	توزيع تكرارات وحدة "الأسلوب الفني" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.3
49	توزيع تكرارات وحدة "توظيف الرموز" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.4
50	توزيع تكرارات وحدة "استخدام الأيقونات" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.5
51	توزيع تكرارات وحدة "توظيف الألوان" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.6
52	توزيع تكرارات وحدة "أحجام اللقطات" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.7
53	توزيع تكرارات وحدة "الجرافيك المستخدم" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.8
54	توزيع تكرارات وحدة "حركات الكاميرا" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.9
55	توزيع تكرارات وحدة "زوايا الكاميرا الرأسية" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.10
56	توزيع تكرارات وحدة "زوايا الكاميرا الأفقية" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.11
57	توزيع تكرارات وحدة "الإضاءة" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.12
58	توزيع تكرارات وحدة "الصوت" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.13
59	توزيع تكرارات وحدة "التكوين البصري" في فيديو جراف AJ+ عربي	4.14

62	أعلى 10 فيديوهات مشاهدة في عينة الدراسة	4.15
63	توزيع إجمالي المشاهدات حسب الشهر	4.16
66	صورة الفيديو (1): شو قالوا بالعبري - 274 مقابل 4	4.17
68	صورة الفيديو (2): وداع أب لطفله في الكفن بالبسكويت	4.18
70	صورة الفيديو (3): تخفيف الأحمال الكهربائية	4.19
72	صورة الفيديو (4): تبديل كسوة الكعبة	4.20
74	صورة الفيديو (5): قضية الطالبة المغربية والكوفية	4.21
76	صورة الفيديو (6): انتقادات لافتتاح أولمبياد باريس	4.22
78	صورة الفيديو (7): استشهاد الصحفي إسماعيل الغول	4.23
80	صورة الفيديو (8): شو قالوا بالعبري - خراب الهيكل	4.24
82	صورة الفيديو (9): إغلاق 46 ألف شركة (انهيار الاقتصاد الإسرائيلي)	4.25
84	صورة الفيديو (10): ماذا يحدث في الضفة الغربية؟	4.26
86	صورة الفيديو (11): المدوان - جحيم سجن أبو غريب	4.27
88	صورة الفيديو (12): سلاح المقاطعة (ستاريكس)	4.28
90	صورة الفيديو (13): النازحون اللبنانيون في منطقة عالية	4.29
92	صورة الفيديو (14): السليط الإخباري - سنة على 7 أكتوبر	4.30

94	صورة الفيديو (15): شو قالوا بالعبري - أكتوبر الأسود	4.31
96	صورة الفيديو (16): لحظة... لمن يصوت العرب؟	4.32
98	صورة الفيديو (17): إغلاق كارفور الأردن بسبب المقاطعة	4.33
100	صورة الفيديو (18): اعتداء على سيدة حامل في شيكاغو	4.34
102	صورة الفيديو (19): لقاء الأحبة (لقاء أخوين في حلب)	4.35
104	صورة الفيديو (20): قصة السجين السوري مازن حمادة	4.36
106	صورة الفيديو (21): المدوان - رحلة البحث عن أستاذ	4.37

قائمة الملحقات

الرقم	الملحق	رقم الصفحة
1	نموذج لبطاقة تحليل كفي لمحتوى الفيديو جراف	130
2	نموذج لبطاقة تحليل كفي لمحتوى الفيديو جراف	134
3	أسماء النخب الأكاديمية في الجامعات الفلسطينية المحكمة للبطاقات	137

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة الدراسة:

يشهد سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تحولاتٍ متسارعةً على صعيد التعاطي مع المعلومات والبيانات؛ الأمر الذي أسهم في تعزيز قدرة المؤسسات والأفراد على اتخاذ قراراتهم، وبناء استراتيجياتهم، وتحسين جودة محتواهم، فضلاً عن تقديم المعلومات للمستخدمين وتخصيصها بما يتوافق مع متطلبات وخصوصية البيئة الرقمية وطبيعة جمهورها. وقد استحوذت هذه التحولات المعاصرة على الاهتمام العالمي، لافتةً النظر إلى بروز أنماط مختلفة على صعيد إنتاج المعلومات وتداولها واستهلاكها (Asakra, 2019). ومن هنا يظهر قطاع الاعلام كجزء أساسي من ذلك السوق، حيث يعتبر قطاع الإعلام من أبرز القطاعات التي تأثرت بالرقمنة وما أفرزته؛ إذ مرَّ هذا القطاع بتغيرات جذرية مست جانب إنتاج المحتوى الإعلامي والصحفي بكل أشكاله. وقد استثمرت وسائل الإعلام في الابتكارات التكنولوجية، ممهدةً الطريق لظهور أساليب سردية جديدة وقوالب إعلامية معاصرة؛ مما أحدث تحولاً جوهرياً في طرائق عملها خلال السنوات الأخيرة. وقد اتسمت البيئة الإعلامية والاتصالية المعاصرة بسماتٍ متعددة، كالنفاذية، وسرعة الانتشار، وهيمنة المحتوى متعدد الوسائط. كما حظيت التقنيات الناشئة بظهور لافتٍ للبرمجيات الحديثة والأدوات المتصلة بإنتاج المحتوى؛ ما مكن صناعات المحتوى من إعادة تكييف قصصهم قبل توزيعها عبر المنصات الرقمية. وبذلك، أضحت الاندماج مع التكنولوجيا جزءاً لا يتجزأ من مراحل إنتاج المحتوى وتوزيعه، وصولاً إلى تسويقه.

واجهت وسائل الإعلام، في الوقت ذاته، قضايا جوهريّة مرتبطة بالاتجاهات الرقمية الجديدة، ولا سيما في مسألة توزيع المحتوى؛ فقد فرضت متطلبات النشر الرقمي ضرورة الالتزام بأخلاقيات مهنية محددة، تتجسد في أسلوب العرض والأداء، ومصداقية مصدر المعلومات، والاستغلال الأمثل للإمكانيات المادية والتكنولوجية المتاحة. كما تطلب المحتوى اهتماماً على المستوى التشريعي، حيث استوجب وضع سياساتٍ وتنظيماتٍ تضبط العمل الرقمي المنشور. وأخيراً، برزت الحاجة لإيلاء اهتمام خاص "بالعامل الذاتي" المتمثل في القائم بالاتصال، ومدى التزامه بمواثيق الشرف المهني (إبراهيم، 2023). وبناءً على ما سبق، نجد أنفسنا كباحثين مطالبين بإعادة توجيه جهودنا العلمية لفهم طبيعة عمل الوسائط المستحدثة، وكيفية تزويدها بالمحتوى، إضافةً إلى دراسة خصائصها وأنماط تشغيلها. ومن هنا، تبلورت فكرة هذه الدراسة انطلاقاً من ملاحظة صعود المحتوى البصري المتمثل في الفيديو القصير، أو ما يُعرف بـ "صحافة الفيديو جراف"؛ إذ هيمن هذا قالب على خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي، وأصبح من أكثر القوالب الإعلامية شيوعاً وانتشاراً، محققاً تفاعلاً واسعاً من قبل الجمهور. وهو ما دفع الباحثة للولوج في مسار دراسة هذه الظاهرة وتحليلها؛ لاستيضاح فاعليتها، وفهم أنماط ذلك المحتوى البصري، وكيفية تعاطي وسائل الإعلام معه.

لقد أتاح قالب "الفيديو جراف" للمتلقّي إمكانية مشاهدة محتوى مرئي يشتمل على وسائط متعددة دون عناء في عملية الاختيار؛ إذ يقدم الفيديو رسالةً أو محتوىً معيناً للمشاهد بالاعتماد على مخطط يدمج أنماطاً متنوعة من الوسائط المعلوماتية، مثل: الفيديوهات الواقعية أو الكرتونية، والصور، والرسوم البيانية، والتسجيلات الصوتية، والنصوص، وغيرها من الوسائط المستحدثة. ويُصنّف المحتوى الرقمي الإعلامي إلى أنواعٍ مختلفة وفقاً لاستخداماته؛ إذ يمكن إدراجه ضمن مواقع الفضائيات، أو الصحف الإلكترونية، أو الإذاعات؛ الأمر الذي سهّل نشر الأخبار ووصولها للمتلقين بما يتناسب مع ظروفهم المختلفة، سواء كانوا في مقر عملهم أو في وسائل النقل أو غيرها (رميساء وعلّى وسيدري، 2022).

ومن جهتهما، عرّف الباحثان خيرى وحربي (2020) المحتوى الرقمي بأنه: "كل ما تم إنجازه ونشره وتوظيفه في المنصات الرقمية وبشكل رقمي".

وبالعودة إلى الجذور التاريخية، يرجع الباحثون والمنظرون الإعلاميون بدايات فن الفيديو إلى فنانين أمثال "أندي وار هول" و"نام جون ببيك"، لكنهم عدّوا الألماني "وولف فوستيل" أول من دمج التلفاز بالفيديو في عمل فني؛ حيث شهد عام 1959م ولادة هذا الفن عبر عمله الشهير "النظرة الألمانية" (Deutscher Ausblick)، كما ورد في دراسة الشقران (2021). ومنذ ذلك الحين، صارت رواية القصص عبر الفيديو بأشكالها المتنوعة من أبرز القوالب الإعلامية الحديثة التي منحت صناع المحتوى فرصة لسرد قصصهم من خلال قوالب مبتكرة، مثل: الفيديو جراف، وصحافة الفيديو، وصحافة الهاتف المحمول، وسينما الهاتف، وصحافة البيانات. وقد أثمرت التطورات المتسارعة في ميدان الإعلام عن بروز منصات إعلامية معاصرة موازية للوسائل الفضائية الكبرى، أحدثت تحولات عميقة في جوهر الرسالة الإعلامية وطبيعتها؛ فأصبحت المنصات الرقمية غنية بمقاطع الفيديو التي أثبتت فاعليتها في جذب اهتمام الجمهور، لا سيما مع تفضيل تلك المنصات للمحتوى البصري القصير والإبداعي والتفاعلي. ومن هنا، تجلت براعة صانعي المحتوى في سرد القصص عبر الصور واللقطات المرئية، مع توظيف الأيقونات والرموز في التمثيل البياني والمعلوماتي (Dwivedi et al., 2021; Zhang, 2024).

وفي إطار هذا التحول، استأثرت منصة (+AJ) عربي -وهي منصة رقمية تابعة لشبكة الجزيرة- بزمّام المبادرة في تطوير استراتيجيات جديدة تتواءم مع مفهوم الإعلام الحديث؛ وذلك عبر إنتاج محتوى مرئي بأساليب تتناسب مع طبيعة الوسائط الجديدة. وقد استهدف هذا المحتوى زيادة تفاعل الجمهور، وتسريع نشر القصة، مع التركيز على الموصفات الفنية والإبداعية، وتشجيع حركة المرور (Traffic)؛ مما مكّنها من استقطاب جمهور جديد في فترة وجيزة (Zayani, 2020). وبناءً عليه، يخصص هذا العمل البحثي لرصد سمات "الفيديو جراف" الذي يُوزّع عبر منصات قناة الجزيرة الرقمية؛ بهدف فهم استراتيجيتها وتحليلها، واستخلاص استنتاجات حول فاعلية الأساليب الموظفة لتوزيع المحتوى عبر منصة "فيسبوك". أما على صعيد السياق الفلسطيني، فقد لوحظ وجود شح في المصادر التي تناولت موضوع "الفيديو جراف"، ومع ذلك ظهرت محاولات بحثية واعدة من خلال أطروحات الماجستير في تخصصات الوسائط المتعددة (Multimedia). ونظراً لندرة الدراسات التي تبحث في هذا المجال فلسطينياً، جاءت هذه الدراسة لردم هذه الفجوة المعرفية.

ولتحقيق هذا الهدف، نُظّم الشكل العام للدراسة وفقاً لتسلسل علمي موزع على خمسة فصول؛ ضماناً للانسجام المنهجي. إذ خصص الفصل الأول للمقدمة ومشكلة الدراسة، وتساؤلاتها وأهميتها، وأهدافها، وحدودها، وتأسيس أهم المصطلحات المرتبطة بها. فيما خصص الفصل الثاني لاستعراض الإطار النظري لهذه الدراسة، إذ احتوى على الدراسات السابقة والنظريات ذات العلاقة ومن ثم مناقشتها من قبل الباحثة وربطها بالدراسة الحالية، بينما انصب تركيز الباحثة في الفصل الثالث على توضيح سمات المنهجية المتبعة في هذه الدراسة وتحديد مجتمعتها، وتوضيح عينتها والأداة الموظفة للتطبيق على العينة المدروسة. أما الفصل الرابع فخصص لاستعراض النتائج التي تمخض عنها الإطار التطبيقي الذي تقوم عليه هذه الدراسة تحليلياً وتوصيفاً وفقاً لاستراتيجية صفحة (+AJ) عربي المتبعة في تخصيص محتواها لمنصة فيسبوك. أما الفصل الخامس والأخير فقد تضمن أهم النتائج والاستنتاجات والتوصيات التي خلصت لها الدراسة.

1.2 مشكلة الدراسة:

تشهد البيئة الرقمية تحولات جذرية ومنتامية مكنت من إعادة تشكيل آليات إنتاج الوسيط الإعلامي الرقمي وتصميمه وتوزيعه، وغدت التكنولوجيا مكوناً مركزياً يتداخل مع جميع مراحل العملية الاتصالية. ورغم هذه الافاق المتنوعة، برزت للواجهة تحديات جديدة دفعت بصناع المحتوى والمؤسسات الإعلامية إلى تطوير قوالب سردية وبصرية ثرية من حيث بنية المحتوى ومدى توافقه مع طبيعة المنصات الرقمية الناشئة، وبما يضمن بناء فهم فعالٍ ومغاير لطرق معالجة رسائل الوسائط المتعددة ما بين المرسل والمستقبل. يعد "الفيديو جراف" من أبرز وأكثر القوالب التي يتم تداولها في البيئة الرقمية في السنوات الماضية، بوصفه شكلاً جديداً مخصصاً للتوزيع الرقمي. وعلى الرغم من انتشاره الواسع وتأثيره المتنامي، إلا أن هذا القالب المعاصر لم يحظَ باهتمامٍ بحثي كافٍ، لا سيما على صعيد معايير وأساليب الإنتاج والسرد وكيفية استعراض القصص البصرية التي يتم تكييفها للتوافق مع طبيعة المنصات الرقمية.

تمكنت منصة AJ+ عربي من تطوير استراتيجية فعالة لسرد القصص البصرية عبر Facebook، من خلال إنتاج محتوى هادف وثرى بالوسائط المتعددة ضمن قوالب جاذبة للمشاهدين (لعمارة وحرشاوي، 2021)، مع الحفاظ على مستويات عالية من المهنية في التصميم البصري لفيديوهات المنصة (Asakra, 2019)، الأمر الذي جعلها نموذجاً جديراً بالدراسة لاستكشاف آفاق التفاعل مع محتواها البصري. وهذا يمكننا من تكوين فهم عميق لكيفية تصميم المحتوى الرقمي وربطه بالجمهور، ويملاً فراغاً معرفياً هاماً في الأدبيات المتصلة بموضوع الدراسة وبناءً على ما تقدم، تتمحور المشكلة البحثية لهذه الدراسة في التساؤل البحثي الرئيسي الآتي: ما سمات محتوى الفيديو جراف الذي تنتجه صفحة AJ+ عربي وتوزعه عبر Facebook، وما الخصائص السردية والبصرية والتفاعلية التي تميز هذا المحتوى المنشور في البيئة الرقمية؟

1.3 تساؤلات الدراسة:

يتفرع عن التساؤل الرئيس لهذه الدراسة عدد من الأسئلة الفرعية التي تهدف لتغطية جوانب الموضوع المدروس للوصول إلى نتائج ذات قيمة علمية وفق الآتي:

1. ما هي المواصفات الفنية المستخدمة في تصميم الفيديو جراف الذي تنتجه (AJ+) لمنصتها الرقمية فيسبوك؟
2. ما أهم العناصر البنائية المكونة للفيديو جراف الذي تنتجه (AJ+) عربي لمنصتها الرقمية فيسبوك؟
3. ما سمات التفاعل مع محتوى الفيديو جراف الذي تنتجه (AJ+) عربي لمنصة فيسبوك الرقمية؟
4. ما هي المضامين التي يتناولها محتوى الفيديو جراف الذي تُنتجه صفحة (AJ+) عربي لمنصة فيسبوك الرقمية؟

5. إلى أي مدى أسهمت العناصر الجرافيكية في دعم الرسالة البصرية للفيديو؟

1.4 أهداف الدراسة:

1. تحديد المواصفات الفنية المستخدمة في تصميم الفيديو جراف الذي تنتجه (+AJ) عربي لمنصتها الرقمية فيسبوك.
2. الكشف عن أهم العناصر البنائية المكونة للفيديو جراف الذي تنتجه (+AJ) عربي لمنصتها الرقمية فيسبوك.
3. معرفة سمات التفاعل مع محتوى الفيديو جراف الذي تنتجه (+AJ) عربي لمنصتها الرقمية فيسبوك.
4. تحديد المضامين التي يتناولها محتوى الفيديو جراف الذي تُنتجه صفحة (+AJ) عربي لمنصتها الرقمية فيسبوك.
5. استكشاف مدى إسهام العناصر الجرافيكية في دعم الرسالة البصرية للفيديو.

1.5 أهمية الدراسة:

1. **الأهمية الموضوعية:** تستمد هذه الدراسة أهميتها من موضوعها إذ تناولت أحد قوالب الإعلام المعاصرة والمتمثل في "الفيديو جراف"، وهي بذلك تقدم اسهاما علميا يرتبط بتطوير الفهم المعرفي المتعلق بخصائص البنية البصرية الرقمية التي تخصص للمنصات الرقمية المعاصرة عبر تحليل أنماط البنية ذات الصلة بمحتوى الفيديو جراف الذي يعتبر شكلا اتصاليا هجيناً، كما تساعد المجتمع البحثي في تفسير الكيفية التي يوظف عبرها صناع المحتوى، العناصر البصرية لغايات إعادة تشكيل المحتوى الإخباري وتكييفه ليتوافق مع طبيعة المنصات الرقمية المعاصرة، إذ تمثل تجربة الجزيرة الاعلامية، نافذة يمكن الاتكاء والمرآة عليها، بما يسهم في فهم تحولات السرد البصري الرقمي في البيئة الرقمية. وتقدم الدراسة اسهاما علميا عبر سد الثغرات". المتعلقة بالتأصيل العلمي لصحافة "الفيديو جراف"، وتحليل سمات هذا القالب لدى منصة (+AJ) عربي؛ بوصفها منصةً أنشئت خصيصاً لسرد القصص بصرياً وتشكيل تجربة إبداعية تقدم "تغذية بصرية" مبسطة وتفاعلية للمتلقي. وبناءً عليه، فإن إدراج مادة هذا البحث ونتائجه وتوصياته في التداول العلمي يشكل إضافة معرفية وجدة علمية تخدم الباحثين في هذا المجال، في ظل ندرة الأبحاث التي تناولت هذه الأنماط الصحفية الحديثة في المكتبة العربية.

2. **الأهمية التطبيقية:** تقدم هذه الدراسة اسهاما تطبيقياً يمكن صناع المحتوى من الاستفادة من تجارب منصة +AJ في رواية قصصهم بأسلوب جذاب وفعال؛ إذ أن النموذج الذي تعتمده منصة (+AJ) عربي، يستحق التجربة التطبيقية عبر الاستفادة من مزاياه وأنماطه في تنظيم المعلومات وتكييفها وتوزيعها رقمياً، وهذا يمكنهم من استجلاء مدى إسهام هذه الفيديوهات في السرد البصري للقصص، واستكشاف أبرز الأساليب والمتطلبات التقنية لإنتاج المحتوى المخصص للمنصات الرقمية.

3. **الأهمية الإعلامية :** تقدم هذه الدراسة اسهاما في المجال الإعلامي المعاصر عبر استكشاف لآليات اشتغال المحتوى البصري في البيئة الرقمية خاصة في السياق العربي، في ظل التحولات التي تشهدها الساحة الإعلامية التقليدية للاستفادة من الأفاق التي أفرزها الإعلام الرقمي القائم على خاصية التفاعلية، وسرعة الانتشار والتوزيع، واقتصاد الانتباه البصري الذي يتجلى بقالب الفيديو جراف. وعليه تسهم هذه الدراسة في مواكبة الاتجاهات الحديثة في بحوث الاتصال والإعلام عبر تتبع استراتيجيات إنتاج "الفيديو جراف" وتحديد انعكاساتها على الممارسة الإعلامية.

1.6 حدود الدراسة:

تقوم هذه الدراسة ضمن الحدود الآتية:

- **الحدود الموضوعية:** أشار الحد الموضوعي لهذه الدراسة في تفكيك بنية الفيديو جراف عبر تحليل الخصائص الفنية والبنائية التي تعتمدها منصة (AJ+) عربي واستكشاف أنماط التفاعل الجماهيري مع هذا النوع من المحتوى.
- **الحدود الزمنية:** سيتم تطبيق الحدود الزمنية لهذه الدراسة في الفترة الزمنية 2024، والممتدة من شهر 6 ولغاية شهر 12، لمدة زمنية تقدر بسبعة أشهر.
- **الحدود المنهجية:** المنهج المختلط هو منهج يجمع بين الأدوات الكمية والكيفية في وقت واحد، من أجل الوصول لتحليل عميق ودقيق فيما يتعلق بالفيديو جراف الذي سيتم تناوله في هذه الدراسة.
- **الحدود النظرية:** سيتم استخدام نظريتين أساسيتين في مجال الاعلام الرقمي، أولاً نظرية انتشار المبتكرات: تهتم هذه النظرية في طريقة نقل الأفكار والتقنيات الجديدة بين الناس، وسيتم تطبيق هذه النظرية من أجل فهم طريقة تناول منصة (AJ+) عربي الفيديو جراف كقالب جديد والذي تقوم بنشره عبر منصاتها الفيسبوك الرقمية، وكيف كان لهذا القالب تأثير كبير في فرض نفسه وقدرته على أن يكون مرغوب وجذاب للجمهور العربي الرقمي الذي كان معتاد على نظام تقليدي قديم. ثانياً سيتم تطبيق النظرية السيميائية التي تعرف على أنها علم العلامات والرموز، وسيتم استخدام هذه النظرية في دراستنا من أجل تحليل "لغة الصورة" والوصول لفهم عميق للفيديو جراف الذي يتم نشره عبر منصة (AJ+) عربي لمنصة فيسبوك الرقمية.

1.7 مصطلحات الدراسة:

1.7.1 المحتوى الرقمي:

يقصد بالمحتوى الرقمي تحويل كل ما كان ورقياً إلى موارد تُنشر عبر شبكات المعلومات أو من خلال الوسائط المتعددة، لذلك مثلت الرقمنة أهم مصدر لإنشاء محتوى رقمي وذلك كما عرّفها بوكرزازة وغزال (2010). وقد عرّفه أمين وعبد الله (2016) بأنه كل نص أو صورة أو فيديو يضم محتوى علمياً، أو اقتصادياً، أو ترفيهياً، أو أدبياً، أو سياسياً، يُنشر عبر الإنترنت. أما العملة (2024)، فقد عرّفته بأنه وسائط مشفرة تُقرأ آلياً ويُمكن إنشاؤها وعرضها وتعديلها ونقلها وحفظها عبر الأجهزة الإلكترونية بشكلها الرقمي، وهي تشمل الوسائط المتعددة بأشكالها المختلفة.

1.7.2 الفيديو جراف:

صنف الزهراني (2019) الفيديو جراف على أنه قالب هجين يجمع بين الوسائط المتعددة، حيث يعتمد على عرض الصور والفيديوهات، ولا يخلو من النصوص والرسوم المتحركة واللقطات الرقمية التي تهدف إلى توضيح الغرض من الفيديو للمشاهد، وقد عُدَّ هذا القالب فيديو رقميًا يُنتج للإنترنت بشكل خاص.

1.7.3 منصة (AJ+) عربي:

عرّفها شكور (2018) على أنها منصة إخبارية أطلقتها شبكة الجزيرة العالمية عام 2014، وقد بدأت في البداية باللغة الإنجليزية ثم شملت اللغات العربية والفرنسية والإسبانية. كما عرّفها العليمات وآخرون (2022) بأنها مساحة رقمية تهدف إلى نشر كل حدث وخبر آني بالإضافة إلى مواضيع حياتية من الواقع العربي، وتتميز بأسلوبها المؤثر والمميز ضمن إطار وقالب صحفي يحفّز التفاعل البناء في المجتمع.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

2.1 تمهيد:

تتكامل المراكز النظرية لهذه الدراسة من خلال المزاوجة بين نظرية انتشار المبتكرات والنظرية السيميائية، لتشكيل إطار مفاهيمي يفسر ظاهرة "الفيديو جراف" في السياق الرقمي؛ فبينما تُعنى الأولى برصد آليات تبني هذا قالب الاتصالي كمبتكر تقني عبر منصة فيسبوك، تتولى الثانية تفكيك الأبعاد الدلالية والرمزية لمصطلحات السرد البصري والعناصر الجرافيكية المشكلة للمحتوى. ويهدف هذا الترابط النظري إلى تقديم قراءة منهجية تتجاوز الوصف الفني للمصطلحات، لتصل إلى استيعاب دور البنى البصرية في تعزيز التفاعل لدى جمهور منصة (AJ+)، مما يمنح الدراسة عمقاً تحليلياً يربط بين خصائص الوسيط الرقمي وبين السيميولوجيا البصرية الموظفة فيه.

2.2 الإطار النظري للدراسة:

يُعدّ الإطار النظري الركيزة العلمية التي تنطلق منها الدراسة لفهم ظاهرة البحث وتفسير أبعادها المختلفة، إذ يوفّر الأسس المفاهيمية والمرجعيات النظرية التي تدعم بناء الفروض والأسئلة، وتربط بين مفاهيم الدراسة وعناصرها ومتغيراتها. ويهدف هذا الفصل إلى وضع الموضوع في سياقه العلمي الدقيق من خلال استعراض الأدبيات والمفاهيم المرتبطة به، وتحليل التصورات النظرية التي تناولت المحتوى الرقمي وأنماط إنتاجه وتداوله عبر المنصات الرقمية، ولا سيما قالب الفيديو جراف الذي أصبح أحد أبرز أشكال السرد البصري المعاصر في الصحافة الإلكترونية.

يتناول هذا الفصل مجموعة من المحاور الجوهرية، بدءاً بتحديد الإطار المفاهيمي للفيديو جراف من حيث تعريفه، خصائصه، مكوناته البنائية، وتطوره التاريخي، مع التركيز على دوره في تقديم محتوى بصري تفاعلي يجمع بين النص والصورة والصوت. من خلال دمج المفاهيم والمداخل النظرية، يقدّم هذا الفصل إطاراً متكاملًا يساعد في فهم آليات توظيف الفيديو جراف في المنصات الرقمية، وتفسير تأثيره على عمليات الاتصال، ويُعدّ للمنهجية التحليلية التي تعتمد عليها الدراسة في فحص المحتوى المقدم عبر منصة (AJ+) عربي.

2.2.1 مفهوم الفيديو جراف:

الفيديو جراف (Videography) أو الفيديو المعلوماتي (information video) هو من أحدث الطرق لعرض وتوضيح الرسالة الإعلامية، ويعتمد على عرض الصور والفيديو مع نصوص توضح بعض الأمور للمشاهد. يتميز الفيديو جراف عن سائر الفيديوهات بأن نسبة كبيرة من الأفراد يمكنهم مشاهدته. فشخص ضعيف البصر يستطيع الاستماع إلى الصوت الموجود ومشاهدة الصور، بينما الشخص ضعيف السمع يمكنه قراءة النصوص والوصول إلى هدف الفيديو. يستخدم الجميع الفيديو جراف كوسيلة رائعة لنشر المعلومات وعرضها (الشاذلي، 2023).

عرّف مطاوع (2022) "الفيديو جراف" بأنه قالبٌ متعدد الوسائط وقابلٌ للتعديل، يُستخدم لعرض المعلومات في هيئة فيديو؛ بحيث ينقل الأحداث والتفاصيل والشخصيات من خلال لقطات فيديو، ونصوص، وصور ثابتة، أو بيانات إحصائية مصحوبة بالموسيقى. وقد ركز مطاوع على أهمية تحقيق "الانسجام الانتقالي" بين المشاهد، مُضيفاً أن الفيديو جراف يُعدّ أحد أنماط "الإنفوجرافيك التفاعلي" الذي يتنوع ما بين الرسوم المتحركة والفيديو التفاعلي، ويتناول قضايا متنوعة توظف المؤثرات الصوتية والخرائط لتقديم قصة إخبارية تكسر جمود القوالب التقليدية، وتخلق جواً من التفاعل مع المتلقي. وفي سياق متصل،

صنّف الزهراني وعطية (2019) الفيديو جراف بوصفه شكلاً مستحدثاً من أشكال الوسائط المتعددة المتخصصة في العمل الصحفي المعاصر. من جانبها، وضعت الباحثة تعريفاً إجرائياً لـ "الفيديو جراف" يرتبط بسياق دراستها الحالية؛ حيث عرّفته بأنه: "كل محتوى بصري تقدمه منصة (AJ+) عربي عبر منصاتها الرقمية، يدمج بين وسائط متعددة متكاملة (النصوص، والفيديو، والصوت، والصور، والرسوم المتحركة)؛ لخدمة المحتوى الرقمي وسرده بطريقة فنية مميزة". وتتنوع مضامين هذا المحتوى ما بين عرض معلوماتي لقضايا مُعاد صياغتها وترتيبها، أو سرد لقصص إنسانية، مع التركيز على توظيف هذا قالب في المعالجة الصحفية للأخبار والقضايا الراهنة.

2.2.2 تاريخ الفيديو جراف:

سعت الصحافة قديماً إلى تطوير أساليب متنوعة في أنماط عرض المعلومات "المقروءة والمرئية"؛ بهدف تقديم مضامين صحفية تتسم بالشمولية. وقد برز دور الصحافة الأمريكية في هذا الاتجاه بالتزامن مع الطفرة التكنولوجية في القرن العشرين، التي أتاحت فرصة لخوض تجارب واختبار أساليب بصرية جديدة لعرض المحتوى، حيث استُخدمت هذه الوسائل الحديثة -آنذاك- في الصحف التقليدية بشكل خاص. ومع حلول القرن الحادي والعشرين، بدأت تكنولوجيات الإعلام الحديث بالظهور؛ مما أوجد حاجة ملحة لتحقيق "التقارب والانسجام" بين الأنماط الإخبارية المطبوعة والإلكترونية. وعلى الرغم من التخوف الذي ساد من أن الإنترنت قد يحدّ من الاندماج الرقمي، إلا أن الواقع جاء مغايراً لذلك؛ فقد منح الإنترنت المحررين القدرة على إنتاج مضامين إخبارية "متعددة الوسائط" تجذب انتباه الجمهور، وتسمح لهم بإعادة إرسال المحتوى الإعلامي ومشاركته عبر الفضاء الرقمي (الزهراني وعطية، 2019).

2.2.3 مراحل ظهور وتطور قوالب الفيديو جراف:

تأسست الفكرة الجوهرية لإنتاج المضمون وصياغة القصص الإخبارية على مبدأ تحقيق "الاندماج المتكامل" بما يتواءم مع المنصات الإعلامية المختلفة، سواء كانت حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو مواقع إلكترونية؛ إذ عُدّت فكرة الاندماج هذه البذرة الأساسية التي أدت إلى ظهور ما يُعرف بـ "الفيديو جراف"، ضمن قوالب بصرية تحتوي على مقاطع مصورة مصحوبة بنصوص تفسيرية. وقد تظاهر هذه الشروحات عند تفاعل المستخدم مع عنصر معين في شاشة العرض، أو قد توضع في جانب الصور أو أسفلها وفقاً لأسلوب العرض المتبع. وقد قدمت وكالة "أسوشيتد برس" (Associated Press) نموذجاً رائداً في هذا السياق عند تغطيتها لزلزال ولاية "غوجارات" بالهند؛ حيث استُعين في مستهل العرض بلقطات مصورة ومؤثرات صوتية تعكس انهيار المباني، مع التركيز على نقل الأصوات الواقعية من موقع الحدث، ثم يبدأ ظهور أصوات المحللين تدريجياً مع تلاشي تلك الأصوات. وقد اعتمد العرض على نصوص تظهر عبر الشاشة لنقل تفاصيل الحدث للمشاهد؛ مما مكنه من استيعاب القصة عبر تضافر اللقطات المصورة مع المؤثرات الصوتية والنصوص التفسيرية (مكادامز، 2015).

لقد تميزت المعالجة الخبرية لزلزال "غوجارات" عن غيرها من القصص التقليدية بتقديمها أسلوباً سردياً مغايراً، جمع بين وسيطين إعلاميين: التصوير الفوتوغرافي الذي نقل لقطات حقيقية من زمن وقوع الحدث، والتسجيل الصوتي الواقعي للمشهد (مكادامز، 2015). وبحلول عام 2005، تطورت هذه التجارب لتعرض الصور الفوتوغرافية بشكل آلي، بينما استلزم بعضها الآخر تفاعل المستخدم لتصفح المحتوى. كما أُدرجت العناصر الصوتية في المواضيع التي تتطلب خلق تأثير وجداني قوي لدى المستخدم، فيما تم الاستغناء عنها في حالات أخرى تجنباً لإضعاف جودة العرض.

وفي مرحلة لاحقة، واصلت صيغ الفيديو تطورها وفق معايير تقنية محددة، مدفوعة بالتسارع التكنولوجي المطرد. وبناءً على دراسة أجراها معهد "رويترز" حول مستقبل صناعة الأخبار، تبين أن الفيديوهات التي تحظى بنسب مشاهدة مرتفعة هي تلك التي تنتمي بـ "القصر الزمني"؛ إذ غالباً لا تتجاوز مدتها الدقيقة الواحدة، ولا تتضمن بالضرورة صوتاً طبعياً للأحداث، بل تكفي بعرض عناوين ومعلومات فرعية لتوضيح النقاط الجوهرية. وقد اتسمت مواضيع هذه الفيديوهات بكونها متنوعة وشيقة، تشمل قضايا إنسانية وعاطفية تهدف إلى جذب انتباه الجمهور. ومن هنا، برز دور وسائل التواصل الاجتماعي كبيئة خصبة لنشر الأخبار، حيث اعتمد قالب "الفيديو جراف" كنمط إخباري يساهم في تحقيق أقصى درجات الاندماج في صناعة المحتوى والمضمون الرقمي (الزهراني، 2019).

2.2.4 الهيكل البنائي لقالب الفيديو جراف:

يختلف "الفيديو جراف" عن غيره من أنماط الفيديو في أسلوب عرضه للمعلومات؛ إذ لا يفرض على المتلقي عناءً في اختيار الموضوعات أو توجيهها، حيث صُممت مرحلة العرض لتفسير وفق تسلسلٍ خطي واضح من البداية إلى النهاية، بخلاف الوسائط غير الخطية. ويتنوع أسلوب العرض عبر توظيف مجموعة من العناصر (النص، الصور، الرسوم، والصوت، والفيديو)؛ بهدف تحفيز المتلقي على التفاعل أثناء سرد القصة الإخبارية. وقد بُنيت هيكليّة "الفيديو جراف" لتوظيف التفاعلية وفق تخطيطٍ منهجي يشمل ثلاثة مستويات رئيسية: أولاً: مخطط القصة (Storyboard)، والذي يهدف إلى اختيار العناصر الأساسية والمساندة وترتيبها وفقاً لمسار العرض؛ ليظهر بشكل جذاب للمتلقي. ثانياً: الوسائط المعلوماتية، والتي تُقسم إلى نوعين: عناصر معلوماتية أساسية تشمل (الصور، ولقطات الفيديو، والرسوم المتحركة، والخرائط، والرسوم التوضيحية، والنصوص، واللقطات الصوتية المسجلة)، وعناصر معلوماتية مساندة تتضمن (الموسيقى الخلفية، والمؤثرات الصوتية الإضافية، والمؤثرات البصرية، وحركة العناصر المعروضة). ثالثاً: صيغة العرض، حيث يتخذ "الفيديو جراف" صيغة "الفيديو الرقمي"؛ مما يجعله مرناً وقابلاً للتعديل والمونتاج في أي وقت، علماً بأن هذا النوع من الفيديوهات أنتج خصيصاً للنشر عبر الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) (الزهراني وعطية، 2019).

وفي سياق متصل، تستند بنية "الفيديو جراف" إلى تصميم بصري قوي وجذاب عبر سرد الأحداث بأسلوب قصصي؛ حيث يتبع تسلسلاً تصاعدياً يبدأ بتمهيد عام للحدث، ثم ينتقل إلى عرض التفاصيل بشكل مفصل. وقد شُدد في هذا الصدد على ضرورة انتقاء كلماتٍ سهلة ومبسطة يستوعبها المشاهد، مع التأكيد على أهمية توظيف الصور أو الرسوم التوضيحية أو الخرائط -حسب متطلبات المحتوى-؛ لمساعدة المشاهد على الربط المنطقي بين الحدث والخبر (الرمحي، 2023).

2.2.5 أهمية الفيديو جراف:

برزت الأهمية البالغة لـ "الفيديو جراف" في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي؛ لكونه قالباً إخبارياً حديثاً يتسم بتنوع موضوعاته. وقد أتاح هذا القالب سرد القصص الإخبارية من أبعادٍ متعددة، وعرضها على المشاهدين بأساليب مبتكرة؛ إذ يتميز بقدرته على تقديم كمٍّ وافٍ ومتنوع من المعلومات، مع دمج عناصر متعددة لدعم الخبر، مثل: الصوت، والصورة، واللقطات المرئية، والوسائط المتعددة الأخرى، وذلك ضمن مدة زمنية وجيزة؛ مما جعل هذا القالب أكثر جاذبيةً وإقناعاً وتأثيراً لدى المشاهد (الشيخ، 2022).

2.2.6 أهداف الفيديو جراف:

تميز "الفيديو جراف" باستهدافه لشرائح واسعة من الجمهور بمختلف فئاته العمرية؛ إذ أتاح للأشخاص الذين يعانون من ضعف الرؤية إمكانية الاستماع إلى التسجيل الصوتي المصاحب للعرض، كما مكّن فاقد السمع من قراءة النصوص التوضيحية المرافقة للمشاهد المرئية؛ سعياً لتحقيق الغاية الاتصالية المرجوة منه. وقد انصب هدف الفيديو جراف على تناول موضوعات وقضايا متنوعة، تشمل الترويج للأفكار، أو استعراض قصص النجاح، أو عرض المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات المختلفة (الرمحي، 2023).

2.2.7 المحتوى الرقمي:

يُعرف "المحتوى" بأنه كل ما يشتمل عليه الإنتاج الفكري الإنساني من أفكار، أو معلومات، أو خبرات، تُخزن في أوعية مختلفة، بدءاً من العقل البشري، وصولاً إلى الوسائط الرقمية والإعلامية، وقواعد البيانات والبرمجيات المتنوعة. أما فيما يتعلق بـ "المحتوى الرقمي"، فقد عرفه القرني، (2022) بأنه: "كل ما يُكتب باللغة العربية في الفضاء الرقمي، سواء داخل العالم العربي أو خارجه، كما يشتمل على التسجيلات الصوتية أو المصورة التي يُستدلّ من خلالها على هويتها العربية، ومن ثم تتم مشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي". وقد تجلّى المحتوى الرقمي في عرض كميات هائلة من المعلومات التي تهتم الإنسان في مختلف حقول المعرفة، سواء كانت إنسانية، أو بحثية، أو تطبيقية؛ ومنها ما يرتبط بالحالة الجوية، أو القضايا الاقتصادية والمالية، أو ما ينشر عبر الصحف والمجلات والمكتبات الرقمية، فضلاً عن المجالات الطبية والسياسية. وتُحفظ هذه المعلومات عادةً في بنوك المعلومات، أو المواقع الجامعية، أو قواعد بيانات الشركات والمؤتمرات العلمية. كما تأتي أحياناً على هيئة نصوص إلكترونية كُتبت بلغات توكيد خاصة تُحوّل النص التناظري إلى رقمي، بما يتيح تواجدها عبر الحواسيب والشبكات العالمية (محمد، 2019).

بالإضافة إلى ذلك، اتسم المحتوى الرقمي بتوظيف الألوان التي تُسهّم في جذب انتباه المتلقي وتعزيز تفاعله مع الخبر؛ لما لها من أثر نفسي يساعد على ربط الأفكار، مما يُسهّل استرجاع المعلومة (طاهر وأشرف، 2020). وبناءً عليه، تنوع المحتوى الرقمي بوصفه وثيقة رقمية قد تكون كتابية، أو سمعية، أو بصرية، تُبث عبر الوسائل الإعلامية بأنماط مباشرة أو غير مباشرة (علوي، 2020). ومن جهتها، وضعت الباحثة تعريفاً إجرائياً للمحتوى الرقمي؛ بوصفه: "المحتوى الذي تقدمه منصة (AJ+) عربي عبر منصاتها الرقمية، من خلال مقاطع الفيديو القصيرة التي تتناول موضوعات سياسية، ورياضية، وصحية، وعلمية، وإنسانية؛ متميزةً بذلك عن المنصات الإعلامية التقليدية التي تقدم الخبر بقوالب نمطية".

2.2.8 المنصات الرقمية:

تمثل الشبكات الاجتماعية فضاءات رقمية تجمع أطرافاً متباينة من الأشخاص والمنظمات؛ حيث يشكل الفرد فيها العنصر الجوهري الذي يُعرف بـ "العُقدة" (Node). وتنبثق عن هذه العُقدة شبكةً معقدة من الروابط التي تتدرج في قوتها؛ بدءاً من الاهتمامات السطحية أو الانتماءات الشكلية كتشجيع الأندية والتبعية المؤسسية، وصولاً إلى أشكال أكثر رسوخاً واتصالاً بالهوية، مثل المعتقدات الفكرية، والتموضع الطبقي، والمركز الاجتماعي (بوزيدي وبن يدير، 2022). تشير هذه الشبكات إلى بيانات رقمية توفر للمبحرين عبر الإنترنت مجتمعات افتراضية شاملة؛ إذ تعمل هذه المنصات كجسر لرقمنة العلاقات الإنسانية، فهي

إما أن تقوم بإعادة إنتاج الروابط الاجتماعية الواقعية ونقلها إلى الفضاء الرقمي، أو تعمل كأداة لاستحداث شبكات علاقة مبتكرة تتجاوز الحدود الجغرافية والاجتماعية المعتادة للمستخدم (الصفدي، 2015).

وفي سياق متصل، صُنِّفت المنصات الرقمية بوصفها بيئاتٍ تفاعليةٍ أتاحت للأفراد الاتصال وتبادل الخبرات والثقافات؛ مما ساعد على كسر الحواجز وتعزيز التفاعل الاجتماعي في مختلف المجالات. كما أسهمت في بناء شبكاتٍ تخصصيةٍ تتيح الحوار وتبادل الأفكار حول مواضيع علمية ومهنية مشتركة (حومر وآخرون، 2022). وقد أُطلق على المنصة الرقمية أيضاً مصطلح "المنصة الإلكترونية"؛ وهي مساحاتٌ تضم مجموعاتٍ ذات مصالحٍ مشتركة، تُمكنهم من تبادل المعلومات، أو الأفكار، أو حتى المنتجات (امدور وآخرون، 2023). أما دلول وبن طيبة (2023) فقد عرفا المنصات الرقمية من منظورٍ تقني بأنها: "عملية قائمة على تحويل المعلومات والبيانات إلى صور رقمية تُعالج بواسطة أجهزة إلكترونية؛ مما يُسهل في تحويل النصوص والصور والخرائط إلى إشارات ثنائية (Binary Signals) يسهل عرضها وتداولها". بينما عرّف حمودي (2020) المنصات الرقمية بأنها منظومة إلكترونية تفاعلية تعرض محتوياتٍ متعددة من مصادر متنوعة، وفقاً لرؤية صانع المحتوى وطبيعة الفئة المستهدفة. وأشار زكي والحلفاوي (2023) إلى أنها شبكات تقدم محتوىً تفاعلياً كالفيدوهات ومننديات النقاش، وتكون متاحةً للمستخدم في أي وقت؛ مما يعزز من كفاءة الإنجاز.

وبناءً على ما سبق، وضعت الباحثة تعريفاً إجرائياً للمنصة الرقمية بوصفها: "البيئة التفاعلية التي تتيح تقديم قوالب فنية متنوعة من الوسائط المتعددة (فيدوهات، صور، رسوم ثابتة ومتحركة، ونصوص) لمنصة (AJ+) عربي؛ مما يمكنها من تنويع محتواها بأسلوب مميز في سرد القصص الإخبارية". علاوة على ذلك، تبرز المنصات الرقمية -وفي مقدمتها "فيسبوك" ومنصة "إكس"- كأدوات محورية للتفاعل الإنساني المعاصر؛ إذ تركز أساساً على بناء "الهوية الرقمية" التي تتيح للمستخدمين بث المحتوى وتبادله، مما يخلق فضاءً تفاعلياً مستمراً (Midgley et al., 2024). وتشير البيانات الإحصائية إلى انتشار واسع النطاق لوسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت نسبة المستخدمين 62.6% من إجمالي سكان العالم، بنحو 5.07 مليار شخص يخصصون زماً يومياً قدره ساعتان و 20 دقيقة للتفاعل الرقمي. ومن حيث تعددية الاستخدام، يمتلك الفرد عالمياً ما متوسطه 8.4 حساباً، بينما تنخفض هذه النسبة لدى المستخدمين في الولايات المتحدة لتصل إلى نحو 7.1 حساباً (Seidman et al., 2025).

بيد أن زيادة الانخراط في هذه الوسائل ارتبطت بمخاوف متعلقة بالصحة النفسية؛ وقد عرّى الباحثون تباين هذا التأثير إلى ثنائية "النشاط والسلبيّة" في التعامل مع المحتوى. فبينما يوجد ارتباط وثيق بين الاستهلاك السلبي للمحتوى وتدني مستوى الرفاهية، تظل آثار المشاركة التفاعلية النشطة موضوعاً للنقاش الأكاديمي (Kahlow et al., 2020; Langlais et al., 2024). كما تتحدد طبيعة هذه الانعكاسات بناءً على المقاصد السلوكية للمستخدمين، والتي تتنوع بين السعي نحو التعزيز الاجتماعي، أو التحكم في الصورة الذهنية (العرض الذاتي)، أو محاولة التعامل مع القلق المرتبط بـ "رهاب الفوات" (FoMO)، وهي عوامل محورية في توجيه التأثير النهائي للاستخدام الرقمي (L. Li et al., 2022; Seidman, 2013; Sheldon et al., 2011).

لم يتوقف تأثير بزوغ وتوسع شبكات التواصل الاجتماعي عند حدود إعادة صياغة آليات التفاعل الرقمي فحسب، بل تغلغلت هذه الوسائط في صميم الممارسات الحياتية اليومية؛ مستحيلةً إلى موردٍ جوهري لا غنى عنه في تحصيل المعرفة، والترويح عن النفس، وإدارة الأواصر الاجتماعية (Aichner et al., 2021; Gentzkow & Shapiro, 2011). ورغم الآفاق الواسعة التي فتحتها هذه المنصات في مجالات الاتصال ومشاركة المعارف، إلا أنها أفرزت تحدياتٍ جوهريّة نتيجة تداخل أهدافها

الربحية مع التفاعلات الاجتماعية المتشابكة؛ وهو ما ولد هواجس عميقة حول تداعياتها المجتمعية الشاملة. وفي هذا السياق، ركزت الأدبيات السابقة بشكل مكثف على دراسة ظواهر سلبية مثل التشردم الأيديولوجي (الاستقطاب)، وتدفق البيانات الزائفة، والأنماط السلوكية العدائية داخل البيئات الرقمية (Bail et al., 2018; Cinelli et al., 2021; González- Bailón & , 2023). (Lelkes, 2023; Lazer et al., 2018; Lupu et al

تُبرز هذه الاستنتاجات التأثيرات المتداخلة والعميقة التي تفرضها شبكات التواصل الاجتماعي على طبيعة الحوار العام؛ ومع ذلك، تظل العقبة البحثية الأبرز هي استجلاء آليات تأثير هذه الفضاءات الرقمية على الأنماط السلوكية للأفراد، وهي معضلة تتجذر أساساً في الشح الملحوظ في البيانات المفتوحة التي تتيح للباحثين دراسة هذه الظواهر بعمق وشفافية (Roozenbeek, 2022). وفي مقابل ذلك، تؤدي استراتيجيات التواصل الفعال دوراً محورياً في توجيه التوجهات السلوكية للأفراد نحو الأنماط المرغوبة، علاوة على ذلك، يبرز التواصل الذي يتسم بالشفافية والاتساق كركيزة أساسية لتعزيز ثقة الجمهور، لا سيما في ظل الظروف التي تتسم بعدم اليقين (Holmes, 2008; Vaughan & Tinker, 2009). وعلى الصعيد التقليدي، ارتكزت القنوات الحكومية في إيصال المعلومات إلى الجمهور على حزمة من الوسائط المتعارف عليها، كالمواقع الإلكترونية الرسمية والمؤسسات الصحفية المطبوعة، إضافة إلى البث التلفزيوني والإذاعي؛ إلا أن المشهد الإعلامي المعاصر شهد تحولاً جوهرياً، حيث تزايد نفوذ منصات التواصل الاجتماعي وتعددت المنابر الإعلامية البديلة، مما أدى إلى إعادة تشكيل آليات تدفق المعلومات (Wong et al., 2020). وقد أسهم بزوغ منصات التواصل الاجتماعي -على غرار "فيسبوك" و"إكس" (تويتر سابقاً) - في إحداث تحول نوعي في ديناميكيات تداول المعلومات؛ حيث أتاحت هذه الوسائط للجهات الرسمية والجمهور إمكانية التفاعل والمشاركة اللحظية للمحتوى. وتأسيساً على ذلك، وفي ظل الانتشار الكثيف لتقنيات الويب التشاركي، تجاوز الاتصال المرتبط بإدارة المخاطر إطاره التقليدي القائم على النموذج الخطي، ليتحول إلى عملية اتصالية تفاعلية ومعقدة تتسم بتعدد المسارات وتداخل الأدوار بين المرسل والمستقبل (Sesagiri Raamkumar et al., 2020).

ثمة ميلٌ فطري لدى مستخدمي الإنترنت نحو بناء بيانات معلوماتية انتقائية؛ إذ يسعى المستخدمون لتعزيز معتقداتهم الراهنة من خلال استهلاك المحتوى المتوافق معها، متجاوزين الآراء المتباينة. وتؤدي هذه الممارسة إلى ما يُعرف في الأدبيات الأكاديمية بـ "غرف الصدى" (Echo Chambers)؛ التي تزيد من حدة الاستقطاب الرقمي وتحد من قدرة الأفراد على الانفتاح على الأطروحات البديلة (Bakshy et al., 2015; Garrett, 2009). ولا تتخذ ظاهرتي غرف الصدى والاستقطاب الرقمي نمطاً موحداً عبر كافة المنصات؛ إذ تتفاوت حدتهما وانتشارهما بشكل ملحوظ تبعاً للخصائص التقنية لكل منصة، والسياسات التي تحكم خوارزميات ترتيب المحتوى (Cinelli et al., 2021). تبرز هذه المعطيات الدور المحوري الذي تضطلع به "الهندسة الخوارزمية" للمنصات الرقمية المُصممة أساساً لرفع معدلات التفاعل في إعادة تشكيل ديناميكيات التواصل؛ إذ إن هذا التركيز الممنهج على تحفيز المشاركة قد يُفضي إلى تعزيز أنماط سلوكية بعينها بشكل غير مقصود، مما يطرح إشكالية بحثية في التمييز بين التفاعلات ذات الطابع العضوي (التلقائي) وبين تلك التي تُعد نتاجاً مباشراً لآليات التصميم التقني (Castaño-Pulgarín et al., 2019; Johnson et al

2.2.9 منصة الفيسبوك:

يمثل مطلع القرن الحادي والعشرين منعطفاً جوهرياً في طبيعة المشهد الإعلامي العربي؛ إذ أدت طفرة التكنولوجيا العالمية إلى إحداث تغييرات هيكليّة في الممارسات المهنية وأنماط تلقي الأخبار. وقد أسهم هذا التقدم التقني في كسر جمود النموذج الاتصالي

التقليدي، مُعزّزاً التفاعلية بين المؤسسات والجمهور، ودافعاً بالأخير من دور "المتلقي السلبي" إلى "الفاعل النشط" والمشارك المباشر في صيرورة إنتاج المادة الإعلامية (المناسير، 2011). وتشير التوقعات الراهنة إلى طفرة متسارعة في حجم المحتوى المرئي المتاح عبر شبكة الإنترنت، لا سيما مع الانتشار اللافت لقوالب الفيديو القصيرة المصممة لتلائم طبيعة التصفح الرقمي. بالإضافة إلى توافر تقنيات التصوير وتطبيقات التحرير الرقمي المُبسّطة؛ مما أدى إلى "ديمقراطية إنتاج المحتوى" وتسهيل معالجته ونشره (العليمات وآخرون، 2022).

تُعد منصة "فيسبوك" نموذجاً دالاً على هذا الزخم؛ حيث تشهد معدلات مشاهدة يومية تصل إلى مئة مليون ساعة، مدعومة بتقنيات تفاعلية كال بث المباشر والتصوير البانورامي (360 درجة). وقد انعكس هذا الواقع على الاستراتيجيات الإعلامية للمؤسسات الإخبارية التي باتت تسعى حثيثاً لموائمة أدواتها الإنتاجية مع تفضيلات الجمهور الرقمي (العليمات وآخرون، 2022). وتُعرّف منصة "فيسبوك" بأنها شبكة اجتماعية رقمية تتيح لمستخدميها بناء ملفات شخصية ومشاركتها مع الآخرين. وقد تعود فكرة إنشائها إلى "مارك زوكربيرغ" عام 2004 كبادرة تجمع الزملاء لتبادل الرسائل والآراء (نيشال، 2016). ومنذ ذلك الحين، رسخت المنصة مكانتها كقوة مهيمنة في قطاع التواصل الاجتماعي؛ حيث تحولت من أداة أكاديمية محدودة النطاق لتصبح وجهة رقمية رئيسية تحتضن شريحة واسعة تصل إلى 80% من مستخدمي الإنترنت في بعض المجتمعات المتقدمة. ويعود هذا النجاح إلى قدرة المنصة الفائقة على تيسير الروابط الاجتماعية بين الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة، متجاوزةً بذلك قيود المكان والاتصال الفيزيائي المباشر (Moore-Russo et al, 2017).

وتُعد منصة "فيسبوك" ركيزةً جوهريّة في هيكلية الشبكات الاجتماعية؛ إذ صُممت لتعزيز التفاعل عبر توفير واجهات تتيح بناء هويات رقمية ومشاركة الوسائط المتعددة والمحتوى النصي (إبراهيم، 2023). ورغم هذا الدور التفاعلي، فقد أثارت المنصة جدلاً بحثياً حول تأثيراتها الجانبية، لا سيما كعامل مسبب للإلهاء وتأثيرها على أنماط السلوك الاجتماعي في الأوساط التعليمية. ومع ذلك، تظل المنصة فضاءً غنياً بالمحتوى المتعدد الذي يتجاوز الحواجز الزمانية والمكانية (Moore-Russo et al, 2017). وتُعد سهولة الوصول والانتشار من أبرز المزايا الفنية التي تدعم عالمية المنصة، إلا أن هذه الخصائص تفرض تعقيدات تتعلق بما يُعرف بـ "التراحم المعلوماتي" (Information Clutter)؛ حيث يجد المستخدم نفسه وسط بيئة تتنافس فيها المحتويات التجارية والترفيهية والإخبارية على استقطاب اهتمامه. ونتيجة لهذا التشبع، يصبح فعل التفاعل مع المحتوى عملية انتقائية معقدة في ظل التدفق المستمر والمتسارع للمنشورات (Siemens & Weller, 2011).

وقد لعبت أدوات التفاعل الرقمي -تقنيات مشاركة الوسائط المتعددة وآليات التفاعل اللحظي المتمثلة في التعليق، والإعجاب، والانضمام للمجموعات- دوراً حاسماً في صياغة بنية المجتمعات الافتراضية؛ حيث أصبحت هذه المنصات فضاءات خصبة لتجمع الأفراد الذين تجمعهم غايات وميول فكرية مشتركة (Bode, 2016; Burke et al, 2011). وتتيح هذه الإمكانيات أنماطاً من التفاعل تتسم بالديناميكية والقدرة على التكيف (van Dijck, 2013). وقد اتجهت المؤسسات الصحفية التقليدية نحو تبني استراتيجيات النشر عبر منصات التواصل الاجتماعي؛ استجابةً لتحول هذه المنصات إلى قنوات إخبارية رئيسية. وقد أثبتت الدراسات الأكاديمية الأهمية المتزايدة لهذه الوسائط في المشهد الإعلامي؛ مما دفع الباحثين إلى استكشاف ديناميكيات تفاعل الجمهور مع المحتوى الإخباري وتطوير أطر نظرية لتحليل أنماط هذا التفاعل. وفي هذا الصدد، ركزت التوصيات العلمية على تعزيز المشاركة مع المحتوى السياسي باعتباره مدخلاً لتفعيل المشاركة المدنية، لا سيما وأن هذه المنصات تمنح الجمهور أدوات غير مسبقة للتعبير عن آرائهم وتفاعلاتهم تجاه القضايا الراهنة (Thonet et al, 2017).

أدى تصاعد هيمنة وسائل التواصل الاجتماعي كقنوات رئيسية لنقل الأخبار إلى إثارة تساؤلاتٍ جوهرية حول مدى تبعية المؤسسات الإعلامية التقليدية لهذه المنصات الرقمية في استراتيجياتها للوصول إلى الجمهور. وقد تصاعدت المخاوف لدى النخب التشريعية وصناع القرار عالمياً إزاء طبيعة التفاعلات بين مالكي هذه المنصات ودور النشر، لا سيما مع القلق المتزايد من أن التغييرات الخوارزمية التي تفرضها المنصات بشكل انفرادي قد تهدد النموذج الاقتصادي المستدام للعمل الصحفي وتحد من قدرته على الاستمرار (عادل صالح، 2021). كما أثار تمتع منصات التواصل الاجتماعي باستقلالية مطلقة في تعديل خوارزميات التوصية وتوجيه المحتوى مخاوف متزايدة لدى الأوساط الأكاديمية والسياسية والإعلامية؛ فقد تزايد القلق بشأن الدور المحوري الذي تلعبه هذه المنصات في صياغة سمات الخطاب العام، وتأثير مقاييس الأداء الرقمي على آليات العمل الصحفي. وقد ترسخ هذا الطرح في الأدبيات البحثية منذ أن أثبتت الدراسات التجريبية امتلاك هذه المنصات لقوة تأثيرية في عمليات توزيع الأخبار وتوجيه الممارسات التحريرية (Meese & Hurcombe, 2021; Bailo et al., 2021).

أدى الانتشار العالمي لمنصة "فيسبوك" وتداعياتها المجتمعية واسعة النطاق إلى جعلها موضوعاً مركزياً في الأبحاث الأكاديمية؛ حيث تمحورت الدراسات التأسيسية -مثل أعمال إليسون وآخرون (Ellison et al., 2007) - حول تتبع دور المنصة في تعزيز وتنمية ما يُعرف بـ "رأس المال الاجتماعي"، وكذلك دراسة فالينزويلا وآخرون (Valenzuela et al., 2009). وفي المقابل، انتقلت البحوث المعاصرة إلى استقصاء التداعيات المتطورة لمنصة "فيسبوك" على مجالات التعبئة السياسية، والمشاركة المدنية، وآليات تداول المعلومات. وفي هذا الإطار، كشفت دراسات جيرباودو وآخرون (Gerbaudo et al., 2023) عن وجود علاقة طردية بين توظيف الخطاب المشحون عاطفياً -لا سيما مشاعر الغضب- في صفحات قادة اليمين الشعبي بأوروبا الغربية، وبين معدلات التعبئة الرقمية؛ مما يؤكد على البعد الوجداني كركيزة أساسية للنشاط السياسي عبر الإنترنت. ومن زاوية أخرى، فحص مايترا وهانجلي (Maitra & Hänggli, 2023) دور المنصة في سياق الديمقراطية المباشرة في سويسرا، موضحين تباين أنماط الانخراط السياسي تبعاً للمتغيرات الحزبية والنوع الاجتماعي؛ وهو ما يطرح تساؤلاتٍ جوهرية حول مدى تحقيق "المساواة التمثيلية" في فضاءات التعبئة الرقمية.

كما استحوذ الانخراط السياسي عبر منصة "فيسبوك" على اهتمام بحثي واسع؛ إذ استقصت الدراسات الأكاديمية دور هذه المنصة كآلية فاعلة في حشد الحركات الاجتماعية، وتوجيه اتجاهات الرأي العام، وتفسير قنوات المشاركة المدنية (Guimarães et al., 2021). وفي السياق ذاته، أثبتت دراسة بوليان (Boulianne, 2019) وجود ارتباط إيجابي بين كثافة استخدام فيسبوك وارتفاع مستويات المشاركة المدنية؛ وهو ما يدعم النتائج التي توصل إليها تانغ ولي (Tang & Lee, 2013) باعتبار المنصة محركاً جوهرياً لعمليات التعبئة السياسية، خاصة خلال الاستحقاقات الانتخابية وحركات العدالة الاجتماعية. وتُعزى هذه القدرة التعبوية إلى خصائص المنصة التفاعلية المتعددة، كإنشاء الفعاليات، والمجموعات الحوارية، وأدوات البث المباشر؛ التي توفر بنية تحتية رقمية تتيح تنسيق الحشود وتحفيز الأنشطة الجماعية بفاعلية وسرعة فائقتين (Bode, 2016). كما تتجلى الفاعلية السياسية لمنصة "فيسبوك" في قدرتها على تسريع ديناميكيات الحشد الشعبي، وهو ما ظهر بوضوح في محطات تاريخية فارقة مثل أحداث "الربيع العربي" وحركة (Black Lives Matter)؛ حيث عملت المنصة كحاضنة رقمية جوهرية لنشر المعلومات وتنسيق التحركات الاحتجاجية على الأرض (Valenzuela, 2013). وقد بحث دزانكو وآخرون (Džanko et al., 2025) في مراجعتهم المنهجية الكيفية التي تُوظف بها الإشارات اللغوية كالتأطير العاطفي، وتماسك السرد، ومصادقية المصدر؛ للتأثير على وصول الرسائل وقبولها، مما قدم رؤى ثاقبة حول محددات الانتشار الفيروسي للمحتوى. وتعد ظاهرة "فقاعة التصفية" (Filter Bubble) نموذجاً تحليلياً جوهرياً يُفسر كيف تعمل المعالجة الخوارزمية على تقليص التنوع المعلوماتي الذي يتعرض

له المستخدمون؛ إذ تحصرهم في أطر معرفية متجانسة تعزز من حدة الاستقطاب المجتمعي، وتخلق بيئة خصبة لانتشار التضليل الإعلامي (Khorshidi et al, 2025).

2.2.10 نظرية انتشار المبتكرات (Diffusion of Innovations):

انطلاقاً من طبيعة الدراسة الرامية إلى تحليل أنماط التفاعل مع محتوى "الفيديو جراف" الذي تنتجه منصة (AJ+) عربي عبر "فيسبوك"، تم توظيف "نظرية انتشار المبتكرات" كإطار نظري حاكم؛ حيث تُعد هذه النظرية المدخل المنهجي الأنسب لتفسير ديناميكيات انتقال وتبني هذا النمط التحريري المستحدث، مما يتيح فهماً تحليلياً دقيقاً للعلاقة بين محتوى الفيديو (كمتغير مستقل) وأنماط التفاعل الرقمي (كمتغير تابع). وتقدم نظرية انتشار المبتكرات إطاراً مرجعياً محورياً في دراسات الإعلام والاتصال؛ إذ توضح كيفية تبني الجمهور للأشكال الإعلامية المستحدثة—مثل الفيديو جراف—والعوامل المؤثرة في سرعة انتشارها أو تباطؤها، مما يساهم في فهم دوافع المتلقي وآليات التأثير الاتصالي. وفي هذا السياق، توظف الدراسة هذه النظرية لتحليل أنماط تفاعل جمهور "فيسبوك" مع محتوى الفيديو جراف الذي تنتجه صفحة (AJ+) عربي؛ سعياً للكشف عن أثر خصائص هذا المحتوى في تعزيز مستويات التفاعل. ومن خلال استعراض المفاهيم الجوهرية للنظرية، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم منظور تفسيري يربط بين طبيعة المحتوى المستحدث والسلوك الرقمي للمتلقي، مؤصلةً بذلك الظاهرة المدروسة ضمن إطارها السوسيولوجي والاتصالي.

وفي دراستنا الحالية، تكشف النظرية عن مراحل تبني الأفراد للمحتوى، والعوامل المؤثرة في قابلية انتشار الفيديو جراف، وأنماط الجمهور المتفاعلة، إلى جانب تبيان دور المنصة الرقمية كقناة إما تُسرّع عملية التبني أو تعيقها؛ إذ تتجلى العلاقة بين النظرية وموضوع البحث في كونها علاقة تفسيرية تطبيقية متكاملة.

2.2.11 نظرية انتشار المبتكرات المستحدثة:

عُرفت هذه النظرية أيضاً باسم "نظرية التأثير المحدود"، وقد صُنفت كواحدة من النظريات التي فسّرت سلوك الإنسان في تبنيه للأفكار الجديدة أو استهلاكه للمنتجات المستحدثة في المجتمع. وقد برزت هذه النظرية في أواخر الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين بعد أن تأثرت بنظرية "تدفق المعلومات" التي قدمها لازارسفيد، كما أشار إليها السالم (2019). وقد نُسب الفضل في ظهورها إلى "إفريت روجرز"؛ وهو أستاذ العلاقات العامة في نيو مكسيكو، الذي ركّز جهوده على إيجاد آلية لتطوير المجتمع الريفي الأمريكي، واهتم بالآلية تبني أي مستحدث أو ابتكار جديد يتزامن مع التغيرات الاقتصادية أو الاجتماعية؛ الأمر الذي أسهم في جعل الولايات المتحدة دولة قوية بعد الحرب العالمية الثانية (غطاس، 2019).

بُني نموذج نظرية انتشار المبتكرات على مصطلحين رئيسيين: "الانتشار" و"المستحدث"؛ وقد عرف الباحث الانتشار بأنه: عملية تجري بين أعضاء النظام الاجتماعي الذين يتبنون الفكرة أو المستحدث، بحيث ينقلونها في وقت محدد عبر قنوات اتصال معينة يستطيعون التحكم بها. أما بالنسبة للمستحدث، فقد عرّفه روجرز بأنه: العملية الذهنية التي تدور في ذهن الفرد من لحظة معرفة الفكرة إلى لحظة تبنيها، كما أن القرارات تتغير تبعاً للشخصيات والمناخ الاجتماعي والثقافي والظروف المحيطة ببيئة العمل، بالإضافة إلى الضغوط الاجتماعية التي قد تحيط بالفرد (الخولي، 2022). وبناءً على هذه النظرية، قُبلت أي مستحدثات دخيلة على المجتمع مع مرور الوقت، وذلك وفقاً لمجموعة من المتغيرات والظروف الخاصة بالبيئة التي أُدخلت عليها، كما أشارا حفيفة وعبد القادر (2024). وقد عُدّت نظرية اجتماعية نفسية تُساعد في التنبؤ بكيفية اتخاذ المجتمع لقراراتهم في تبني أفكار

جديدة؛ كما أنها تشرح كيفية انتشار الأفكار والتقنيات الجديدة وسبب انتشارها، ومعدلاتها، وذلك اعتماداً على فهم أنماط الأفراد في المجتمع (عجوز وآخرون، 2020).

وقد تميزت نظرية انتشار المبتكرات بحسب غطاس (2019)، بأن انتشارها يعتمد على عدة عناصر؛ أولها المبتكر والابتكار: وهو أي فكرة مستحدثة دخيلة على المجتمع تُحدث تغييرات في الحياة الاجتماعية مثل الإنترنت. كما برز دور الاتصال في عملية انتشار المبتكرات؛ حيث يتبنى الناس أي فكرة جديدة دخيلة إلى المجتمع مع مرور الوقت عليها. شغل سلوك الأفراد في تبني الابتكارات الجديدة سواء كانت منتجاً أو قصة أو سلوكاً اهتمام الباحثين؛ وقد لوحظ أن هذا التبني يحدث بشكل متسلسل حتى يصبح الابتكار منتشرًا بالكامل في المجتمع. كما أشار الباحثون إلى أن الأفراد الذين يتبنون الأفكار مبكراً يمتلكون خصائص تميزهم عن غيرهم، وقد صُنّفوا إلى خمس فئات بناءً على هذه النظرية وفقاً لروجرز (2020):

أولاً: المبتكرون (غير المخترعين): يُعرفون بأنهم الفئة التي تبنت الفكرة مبكراً، لتمييزهم بالقدرة على التغيير والمغامرة بتجربة أفكار جديدة، وقدرتهم على مواجهة المخاطر؛ وقد شكّلوا ما نسبته 2.5% من المجتمع.

ثانياً: المتبنون الأوائل: تنجذب هذه الفئة لأي ابتكار جديد، ولكن تعتمد في ذلك على الأدلة؛ وقد شكّلوا ما نسبته 13.5%.

ثالثاً: الأغلبية المبكرة: شكّلوا 34% من الأفراد الذين يتبنون الأفكار الجديدة قبل الشخص العادي، ولكنهم يحتاجون إلى دليل قبل تبني الابتكار.

رابعاً: الأغلبية المتأخرة: شكّلوا 34%، وهم على النقيض تماماً من الفئة السابقة؛ حيث يعتمدون أي ابتكار فقط بعد التأكد من نجاحه وتداوله بين الناس.

خامساً: الفئة الأخيرة: شكّلت ما نسبته 16% من المجتمع، وعُدّت من أصعب الفئات التي يمكن التعامل معها لجذبها لأي ابتكار جديد؛ وذلك لقدرتها على التشكيك الدائم في أي تغيير.

أنشأ روجرز وزميله "شومكير" نموذجاً لانتشار المبتكرات يوضّح عناصر عملية تدفق المعلومات من أجل نشر الابتكارات، وقد اقتبس هذا النموذج من نموذج "ديفيد بيرلو" الذي تضمن خمسة عناصر رئيسية؛ أولاً: المصدر الذي يتمحور حول العلماء والمخترعين وقادة الرأي، ثانياً: الرسالة التي تتعلق بالمحتوى الجديد للابتكار، ثالثاً: الوسيلة التي تشمل وسائل الاتصال الشخصي والإعلام، رابعاً: المستقبل الذي يضم الأفراد الذين يستقبلون الفكرة، خامساً: الأثر الذي يتجلى في قدرة الابتكار على التأثير في سلوك وتوجهات الفرد (هني وحلايمية، 2020). وتتكون نظرية انتشار المبتكرات من عدة مراحل تُسهم في تبني الفرد لها؛ في البداية تُعرف بـ "مرحلة الوعي" بحيث يُعلم الفرد بالابتكار للمرة الأولى، تليها "مرحلة الاهتمام" التي يبرز فيها اهتمام الفرد بالتعرف على الابتكار بشكل أكبر، بعد ذلك تأتي "مرحلة التقييم" التي تساعد الفرد على تجميع المعلومات لتقييم الابتكار، وأخيراً تأتي "مرحلة التجريب" وفيها يُجرب الفرد الابتكار الجديد؛ فإما أن يتبناه إذا اقتنع به، أو يرفضه إذا لم يقتنع به (جلولي وبغداد باي، 2024).

أوردت الباحثتان هني وحلايمية (2020) الخصائص المعرفية التي أثرت في انتشار المبتكرات وقبولها بين الأفراد. وقد قامت هذه الخصائص على خمسة عوامل:

- 1 - الميزة النسبية: تعتمد على مدى إدراك الفرد لأهمية الابتكار الجديد في الوقت الحالي، مما يُسرّع عملية تبنيه لديه.
- 2 - التوافق: يرتبط بمدى انسجام الفكرة مع القيم السائدة في المجتمع؛ فكلما زاد التوافق زادت احتمالية قبولها وتداولها بين الأفراد.
- 3 - الصعوبة: يُقصد بها مدى صعوبة فهم الفكرة واستخدامها؛ فكلما كانت الفكرة أبسط زادت احتمالية استخدامها وانتشارها بين الأفراد.
- 4 - قابلية التجزئة: تشير إلى إمكانية تقسيم الفكرة الجديدة إلى أجزاء منفصلة من أجل تطبيقها بشكل منفصل، حتى يسهل على المبتكر تجربتها وتحديد ما إذا كانت مقبولة أم لا.
- 5 - سهولة الاستخدام والتداول: تتمثل في سهولة نشر الأفكار والأساليب الجديدة بين الأفراد، بحيث كلما كانت نتائج تبني الفكرة واضحة، تكون مقبولة وتتم مشاركتها بين الأفراد بكل سهولة.

2.2.12 اسقاط النظرية على الدراسة:

تبرز أهمية نظرية انتشار المبتكرات المستحدثة للبحث في تركيزها على التداعيات الناتجة عن تحليل محتوى "الفيديو جراف" الذي تنتجه منصة (AJ+) عربي عبر صفحتها على فيسبوك؛ وقد أكد على دور هذه المنصة في التأثير على تفكير وسلوكيات الأفراد الذين يستخدمونها، وذلك لقدرة المنصات الرقمية — وخاصة فيسبوك — على التأثير في المستخدمين من خلال الرسائل التي تُوصلها لهم أثناء عرض محتوى الفيديو، سواء كانت أخباراً سياسية، أو اقتصادية، أو ثقافية، وغيرها. كما برز دور المنصات الاجتماعية، وخاصة فيسبوك، في قدرتها على تسهيل وصول المعلومات لكافة الأفراد في مختلف أنحاء العالم؛ وستقوم الباحثة بتحليل محتوى الفيديوهات التي شاركتها منصة (AJ+) عربي على صفحتها في فيسبوك خلال فترة معينة، مما سيسهم في تحليل العناصر التي وُظفت أثناء عرض الفيديو، ودراسة مضامينها، ومدى تأثيرها، وتفاعل الأفراد معها، ومدى إعجابهم ومشاركتهم لها.

2.2.12.1 النظرية السيميائية:

بالاستناد إلى طبيعة المشكلة البحثية المطروحة، والتي تم صياغتها لكي نفهم أنماط التفاعل مع محتوى "الفيديو جراف" الذي تنتجه (AJ+) عربي في منصتها الرقمية عبر فيسبوك، نرى أن الإطار النظري الأنسب لتفسير الظاهرة قيد الدراسة والوصول إلى نتائج تدعم أهداف الدراسة يتمثل في توظيفنا لـ (النظرية السيميائية)؛ إذ توصل هذه النظرية المفاهيم والأبعاد العلمية التي تساعدنا على تحليل وفهم العلاقة بين (محتوى الفيديو جراف الذي تنتجه (AJ+) عربي كمتغير مستقل، وأنماط التفاعل على المنصات الرقمية مثل فيسبوك كمتغير تابع).

تعتمد هذه الدراسة على إطارٍ تكاملي يجمع بين المقاربة السيميائية ونظرية انتشار المبتكرات لفهم ديناميكيات التفاعل الرقمي مع محتوى "الفيديو جراف" في منصة (AJ+) عربي؛ فبينما تعمل السيميائية كأداةٍ لتحليل الدلالات والرموز البصرية التي يبني من خلالها المتلقي معناه الخاص، تُوظف نظرية انتشار المبتكرات لتفسير أنماط تبني الجمهور لهذا القالب الإعلامي المستحدث، والعوامل التي تُسرّع انتشاره أو تعيقه. يتيح هذا الدمج المنهجي فهماً أعمق للارتباط بين

خصائص المحتوى (كعلامات دلالية) وبين سلوكيات التفاعل الرقمي (كعمليات تبني)، مما يوفر رؤية تفسيرية شاملة تتجاوز الوصف السطحي إلى تحليل آليات التأثير الإعلامي في البيئة الرقمية.

تسعى هذه الدراسة إلى توظيف المرتكزات الأساسية لهذه النظرية لغايات تفسير وتحليل أنماط التفاعل التي يُظهرها مستخدمو منصة فيسبوك تجاه محتوى "الفيديو جراف" الذي تنتجه صفحة (AJ+) عربي، والكشف عن أثر خصائص هذا المحتوى في مستوى التفاعل معه؛ ويتحقق هذا الهدف في استعراضنا للخلفية التاريخية لهذه النظرية، وتوضيح مفاهيمها الأساسية، مع تبيان مدى تلاقيها مع الموضوع قيد الدراسة.

نظرت البحوث السيميائية إلى العمل الإبداعي الجديد بأنه لا يمكن أن يوجد بمعزل عن النصوص السابقة، ورأت أن ما يجذب انتباه المشاهد للعمل الإبداعي هو كمية النصوص التي يشتمل عليها، سواء وضعها الأديب عن قصد أو عن غير قصد. ولهذا السبب، عُرِّفت السيميائية بأنها دراسة تتناول السلوك الإنساني الذي يمثل حالة ثقافية تُنتج المعاني، وقد شُدِّد على أن هذا السلوك لا يمكن أن يكون ذا دلالة في غياب القصيدة "الصريحة أو الضمنية" (نعيمه، 2016). تباينت تعاريف السيميائية بين النقاد والباحثين، وقد انصب اهتمام معظمهم على دراسة العلامة. وقد شرحت رفاعي (2022) مصطلح "سيمولوجيا" بأن أصله كلمة يونانية هي "semiology"، وعند تحليلها وُجد أن الكلمة الأولى "semeion" تعني "العلامة"، وأيضاً كلمة "logos" تعني "الخطاب" أو "العلم"، وبذلك أصبح معنى "semiology" هو "علم العلامات" أو "علم الدلالة". أما رولان بارت فقد عرّفه بأنه: "سيمولوجيا تبحث في العلاقة بين الدال والمدلول، وهما في طبيعتين مختلفتين متقابلتين لا يتصفان بالمساواة أبداً، فالدال لن يكون المدلول مطلقاً".

بعد دراسة التعريفات التي تناولت السيميائيات، تأكد أن معناها يدور حول العلامة، وبهذا عُرِّفت السيمولوجيا بأنها علم العلامات التي تشمل: (الأيقونة – الرمز – الإشارة). ومن وجهة نظر فرديناند دي سوسير، تتألف العلامة من الدال (الصورة الصوتية)، والمدلول (الصورة الذهنية)، بالإضافة إلى المرجع؛ لكن المرجع استُبعد لاحقاً لِميله للطابع الحسي والمادي. أما ميخائيل باختين فقد رأى أن العلامة تميل إلى البعد المادي والواقعي، بحيث لا يمكن فصلها عن الأيديولوجيا؛ كما اعتبر أن العلامات تظهر نتيجة لتفاعل الأفراد في الميدان (حمدوي، 2020).

2.2.12.1.1 تأسيس النظرية السيميائية:

أُسست السيميوطيقية في ظل التحول من المناهج اللغوية والأدبية إلى علمٍ مقنّن؛ ووفقاً لما أشارت إليه عسول (2022)، فقد قامت هذه المدرسة على قواعد وأسس تبحث في العمل الأدبي باعتباره علامة دالة على مدلول. وقد تقاسمت مدرستان أساسيتان فكرة الدراسات السيميائية: مدرسة "فرديناند دي سوسير" ومدرسة "تشارلز بيرس"؛ وقد تزامن ظهورهما مع منبعين اثنين: الأول هو العالم اللغوي السويسري "فرديناند دي سوسير"، الذي لعب دوراً في أصل تسمية العلم بـ "السيمولوجيا"؛ حيث استخدم هذا المصطلح في كتابه "محاضرات في اللسانيات العامة". أما الفيلسوف الأمريكي الثاني فهو "تشارلز ساندرز بيرس"، والذي كان له دورٌ في تسمية العلم بـ "السيموطيقا"؛ وعلى الرغم من اختلاف المصطلحات، إلا أن بعض النقاد يستخدمونها في الوقت نفسه، ويعود هذا الاختلاف إلى القطبين الأمريكي والأوروبي؛ مما يؤدي إلى عدم استقرار المصطلح.

هدف المنهج السيميائي النقدي إلى تفكيك العلامات باختلاف أنواعها؛ حيث لم تهتم السيميوطيقا بما تناوله النص أو بمن قاله، أي لم تهتم بالمضمون ولا بسيرة الكاتب وحياته بقدر اهتمامها بشكلانية المضمون؛ من أجل تحقيق معرفة دقيقة بالمعنى، سواء كان عميقاً أم سطحيّاً (عسول، 2022).

2.2.12.1.2 السيميائية البصري:

لم تهتم السيميائية بعلوم الفنون بقدر اهتمامها بالعلوم اللغوية، ولكن في عام 1943 قدم العالم "موكاروفيسكي" بحثاً يهتم بالفنون البصرية من خلال السيميائية البصرية، والتي عُدَّت المحاولة الأولى والأهم في الربط بين الفنون البصرية والسيميائية. كما اهتمت بعض الدراسات بالجمع بين الفن البصري والسيمياء، لكنها ظلت محاولات محدودة التأثير؛ حيث لم تكن جهود العلماء مكثفة في هذا المجال لإثرائه. وفي عام 1984، قامت "ليندا سكوت" في الولايات المتحدة ببحث في مجال تفكيك وتحليل الصور في الإعلانات، عبر الاعتماد على القراءة التحليلية للوصول إلى الرسائل المخفية وراء هذه الإعلانات؛ مما ساعد الباحثين والمختصين في توظيف السيمياء في مجال الاتصال البصري والتوسع فيه (الزهراني، 2021).

2.2.12.1.3 السيميائية والصورة:

تؤدي الصورة اليوم دوراً مهماً في حياتنا اليومية؛ فقد أصبحت أبلغ من الكلمات، ويرى الكثيرون أن الصورة تساوي ألف كلمة، ومع وجود الكلمات معها شكلت رابطاً وثيقاً مع المشاهد، إذ تحمل له الرسائل والأهداف وتنقلها عبر شاشة صغيرة. ومع التطورات اليوم في التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، باتت الصورة جزءاً حيويّاً بشكل لم يسبق له مثيل في شتى جوانب حياتنا، فكل مظاهر الحياة اليومية لا تخلو من موضوعات السيميائية؛ فهي تثري معلومات المشاهد وتُسهم في تكوين وعي بصري حول ما تحتويه الصورة من لغويات.

اعتبر سليمان (2014) أن الصورة كلمة شاملة وجامعة يستخدمها الناس كأسلوب تعبير، وهي شيء محسوس متنوع المعاني والمجالات، حيث تُستخدم في مجالات العلوم والفنون والقنوات الفضائية ووسائل التواصل الاجتماعي وغيرها؛ فالصورة موجودة في كل مكان وزمان وملينة بالعلامات والدلالات. كما تكمن أهمية الصورة في جذب انتباه القارئ أو الراي، فما تعجز عنه الكلمات تتكفل به الصورة لتوضحه، وقد تتواجد لدعم النص وزيادته عمقاً وفهماً من خلال اللون والشكل والخطوط والحركات. وبالتأكيد، تنجح الصورة في تأكيد ما ورد فيها من معلومات، فهي تضيف للأخبار مصداقية كبيرة، وتبدو وكأنها إيقاف زمني للوقت بشكل مؤقت من أجل شرح ما يبدو عليه المشهد في تلك اللحظة، ونقل الواقع لإثراء عملية الاتصال؛ ولا يُشترط فيها أن تكون محسوسة أو مطبوعة، بل يمكن أن تكون صورة صوتية، أو حركية، أو موسيقية، فالصورة جامعة ولا يمكن اختزالها في صورة مطبوعة فقط.

2.2.12.1.4 بين السيميائية والتصميم البصري:

تسارع التصميم البصري في تأثيره على المشاهد؛ حيث أدخل في العديد من المجالات، مثل: الإعلانات، والرسوم، والسينما، والوسائل التعليمية، وعلوم الفضاء، والطب، وغيرها. والهدف من هذا التطور السريع هو زيادة فاعلية التأثير على المشاهد، وقد تزامن مع التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال التصميم البصري. وقد لعبت النظريات دوراً كبيراً

في تطور هذا المجال، مثل: نظريات الألوان، ونظريات الاتصال، والنظريات المعاصرة؛ ومن أهم تلك النظريات هي النظرية السيميائية، التي برز دورها في إحداث تأثيرات في عقل المشاهد، والحصول على ردود أفعال منه. فالمصمم يهدف في تصميمه إلى استثارة شيء ما في نفس المشاهد، وهذا ما تؤكدته النظرية السيميائية وتحفّزه في التصميم؛ فهي تدرس تأثير الأشياء على المشاهد في الشقين اللغوي والبصري، وتُسهّم أيضاً في تحميل الرموز العاطفية التي تثير دماغ المشاهد، وبالتالي تجعله أكثر تفاعلاً مع التصميم البصري، بفضل التواصل بين السيميائية والتصميم البصري الرقمي (الزهراني، 2021).

2.2.12.1.5 مبادئ النظرية السيميائية وآلية التحليل:

تُعَدُّ النظرية السيميائية من أبرز النظريات التي اشتغل بها الفكر الإنساني الحديث في مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية، إذ تُمثّل علماً متكاملًا يسعى إلى الكشف عن آليات إنتاج المعنى داخل النصوص والصور والممارسات الثقافية. وتنطلق هذه النظرية من مسلّمةٍ جوهريةٍ مفادها أنّ كل ما يُحيط بالإنسان من ظواهر وسلوكيات ورموزٍ إنما هو منظومةٌ من العلامات الدالة، يمكن قراءتها وتفكيكها للوصول إلى مدلولاتها العميقة. ومن هذا المنطلق، يصف بعض الباحثين السيميائيات بأنها "علم العلامات أو نظرية عامة في العلامات"، وهو ما يجعلها إطاراً معرفياً مرناً قابلاً للتطبيق على مختلف الأنساق الدلالية، سواء أكانت لغوية أم بصرية أم سمعية (شاندر، 2008).

ولا تقف السيميائية عند حدود الوصف الظاهري للعلامة، بل تتجاوز ذلك إلى رصد العلاقات المعقدة بين الدوال ومدلولاتها، وبين العلامة ومرجعها في الواقع، وبين العلامة وقارئها في سياقاتها الثقافية والاجتماعية المختلفة. ومن ثمّ، فإنّ التحليل السيميائي يُتيح للباحث في مجال الإعلام الرقمي أداةً منهجيةً صارمةً للوقوف على البنى الدلالية الخفية التي يُنتجها المحتوى المرئي، ولا سيما حين يتعلّق الأمر بقوالب بصرية مكثفة كقوالب الفيديو جراف، التي تُكثّف المعنى في زمنٍ قصيرٍ من خلال شبكةٍ معقدةٍ من الإشارات اللونية والحركية والصوتية والنصية المتشابكة.

2.2.12.1.6 المؤسسون الكبار: دي سوسير وبيرس وبارت:

تستند النظرية السيميائية في تأسيسها إلى مدرستين علميتين متكاملتين، تشكّلتا في مطلع القرن العشرين على يد عالمين بارزين كان لهما الفضل في إرساء قواعدها الإبتيمولوجية. أمّا الأولى، فهي المدرسة الأوروبية البنوية التي قادها العالم اللغوي السويسري فرديناند دي سوسير (Ferdinand de Saussure) في كتابه "محاضرات في اللسانيات العامة" (1916)، إذ نظر إلى العلامة باعتبارها كياناً نفسياً ثنائي البنية يتكوّن من "الدال" (Signifier) -أي الصورة الصوتية أو البصرية- و"المدلول" (Signified) -أي الصورة الذهنية أو المفهوم-، وأطلق على هذا العلم تسمية "السيميولوجيا" (Semiology). وأمّا الثانية، فهي المدرسة الأمريكية البراغماتية التي أرسى دعائمها الفيلسوف وعالم المنطق تشارلز ساندرس بيرس (Charles Sanders Peirce)، الذي قدّم تصنيفاً ثلاثياً للعلامة يضم: الأيقونة (Icon) -التي تربطها بمرجعها علاقة تشابه، والمؤشّر (Index) -الذي يحيل إلى مرجعه عبر علاقة سببية أو وجودية-، والرمز (Symbol) -الذي يقوم على علاقة اصطلاحية بحثة بين الدال والمدلول-، وسمّى هذا العلم "السيميوطيقا" (Semiotics) (Chandler, 2007).

وقد تطوّرت النظرية السيميائية تطوّراً ملحوظاً على يد المفكر الفرنسي رولان بارت (Roland Barthes)، الذي أسهم إسهاماً نوعياً في توسيع مجالات تطبيق السيميائية لتشمل تحليل النصوص الإعلامية والصور الفوتوغرافية والإعلانات والأفلام. وتعدّ مساهمته الأبرز في هذا السياق هي تمييزه الدقيق بين مستويين أساسيين للدلالة، أرسى من خلالهما منهجية تطبيقية واضحة للتحليل السيميائي، ولا تزال تُستخدم حتى يومنا هذا في الدراسات الإعلامية. ويتجلى هذا التمييز في كتابه الشهير "بلاغة الصورة" (1964) ومقالاته اللاحقة، التي ربط فيها بين السيميائية والممارسة النقدية للخطاب البصري الإعلامي (Barthes, 1977).

2.2.12.1.6.1 النظرية السيميائية ونموذج بيرس:

يرتبط تيار السيميائية الأمريكية برائدها تشارلز ساندروس بيرس، الذي أثر تسميتها بالسيميوطيقا، واعتبر أن المنطق في جوهره ليس سوى مسمى آخر لعلم العلامات هذا. يعرف بيرس السيميوطيقا بأنها نظرية شبه ضرورية أو شكلية للعلامات؛ ويقصد بذلك أنها تقوم على مراقبة طبيعة العلامات المتداولة وتحليلها عبر عملية الرصد التجريدي وهي ملكة فطرية يمارسها عامة الناس لكن الفلاسفة غالباً ما يتجاهلون في نظرياتهم. وقد ذهب بيرس إلى أبعد من ذلك مؤكداً أنه لا يمكن دراسة أي ظاهرة في الوجود إلا من منظور سيميوطيقي. وبناءً على ذلك، تتسع السيميوطيقا للبيرية لتشمل الدلالة، والتواصل، والتمثيل معاً، مرتكزة على أبعادها الثلاثة الشهيرة: التركيبية، والدلالية، والتداولية (داني، 2013). فاصل حديث الفيلسوف بيرس في نظريته السيميائية يدور حول العلامة، حيث يرى أن العلامة هي كل ما يمثل شيئاً ما بالنسبة لشخص ما. وتتأسس هذه النظرية على علاقة ثلاثية الأبعاد؛ فالأول هو العلامة ذاتها، والثاني هو الموضوع أو الشيء الممثل، والثالث هو المفسر الذي يربط بينهما. من هنا، تظهر أهمية الذات (المتلقي) كعنصر جوهري في عملية الدلالة وصناعة المعنى، وهو ما يمثل جوهر سيميائية التواصل. وفي هذا السياق، يرى رائد السيميائية أومبرتو إيكو أن سيميائية التواصل تركز بالأساس على صناع العلامات، وهم الأفراد الذين ينتقون الإشارات من محيطهم الخام، ويعيدون تركيبها لإنتاج تعبير لغوي يحمل دلالة واضحة (البيرية، 2021).

لقد أعطى بيرس للعلامة مفهوماً أشمل وأكثر عمومية بوصفها كيانا ثلاثي المبنى، يتكون من المصورة وتقابل الدال عند سوسير، والمفسرة وتقابل المدلول عند سوسير، والموضوع ولا يوجد له مقابل عند سوسير. ولكل عنصر من هذه العناصر الثلاثة، تفرعات ثلاثية وهي المصورة (تصوير، تصديق، حجة)، والمفسرة (علامة نوعية، متفردة، عرفية)، والموضوع: أيقونة، مؤشر، رمز). والمصورة كما يوضحها بيرس، هي شيء ما، ينوب لشخص ما، عن شيء ما، من وجهة ما، وبصفة ما. فهي توجه لشخص ما، بمعنى أنها تخلق في عقله علامة معادلة، وبذا تكون العلامة مع التفسير علامة أخرى (فتاتيت، إسماعيل حسين، 2020). رغم كثرة الخصائص التي تميز المفسرة وتستدعي النقاش، فإن وصفها بمجرد الفهم الناجم عن علاقة العلامة بالموضوع قد لا يكون كافياً. ولعل الأنسب هو النظر إليها بوصفها ترجمة أو تطويراً للعلامة الأصلية؛ إذ يتيح لنا مفهوم الترجمة هذا بناء فهم أكثر عمقاً وتشابكاً للعلاقة بين الطرفين. ويرى بيرس أن العلاقة بين العلامة والمفسرة هي علاقة تحديد مشروط لا علاقة سببية مادية؛ فالعلامة تحدد مفسرتها عبر استثمار خصائص دلالية معينة في كيفية إشارتها إلى موضوعها، مما يسهم في توليد الفهم العام وتشكيله (الحواني، ناصر، 2022).

أما بالنسبة لموضوع، فليس كل صفة فيه تدخل في عملية الدلالة؛ بل هناك سمات محددة فقط هي التي تسمح للعلامة بتمثيله. ويرى بيرس أن العلاقة بين الموضوع والعلامة هي علاقة تحديد مشروط وليست علاقة سببية مباشرة؛ أي أن

الموضوع يفرض شروطاً وحدوداً معينة يجب أن تلتزم بها العلامة لكي تنجح في تمثيله، بدلاً من القول بأن الموضوع هو الذي يخلق العلامة أو يولدها. بعبارة أخرى، يضع الموضوع إطاراً من المتغيرات التي يجب أن تتحرك العلامة في حدودها لتعبر عنه، مع بقاء خصائص معينة فقط للموضوع هي الفاعلة في هذه العملية الدلالية (الحوالي، ناصر، 2022). بناءً على ذلك، يتضح أن كل فكرة هي في جوهرها علامة، وأن أي فعل ذهني أو تفكير يكمن في تأويل هذه العلامات وتفسيرها. ومن هنا، تلعب العلامات دور الوسيط الذي يربط بين العالم الخارجي للموضوعات والعالم الداخلي للأفكار. ويتأسس هذا المفهوم على أن العملية السيميائية ليست سوى نشاط تفاعلي متكامل، تتضافر فيه ثلاثة أركان رئيسية: العلامة، وموضوعها، ومفسرتها (أرشيد & عيد، 2025).

لعل أبرز الانتقادات الموجهة لنموذج بيرس يكمن في نزعه الشمولية التي حوّلت الوجود بأسره إلى شبكة من العلامات؛ إذ اتخذ من العلامة ركيزة لتفسير كل مظاهر الكون، مادية كانت أم مجردة، بسيطة أم معقدة، حتى غدا الإنسان نفسه بمشاعره وأفكاره مجرد علامة في هذا النسق. والمفارقة هنا أن هذه العلامات لا تحيل في نهاية المطاف إلا إلى علامات أخرى، مما يضعنا أمام تساؤل جوهري: كيف يمكننا الخروج من هذا الفضاء الدلالي المغلق؟ وهل يتيح لنا نظام بيرس موطئ قدم خارج سياق العلامات لنرسي فيه علاقة حقيقية تربط العلامة بمرجع واقعي صلب يتجاوز ذاتها. (فتاتيت، إسماعيل حسين، 2020)

2.2.12.1.7 الدلالة التعيينية والدلالة التضمينية (المستويان البارتيان):

يُميّز رولان بارت بين مستويين متكاملين في قراءة العلامة البصرية: المستوى الأول هو "الدلالة التعيينية" أو "التقريرية" (Denotation)، ويُقصد بها المعنى الأولي المباشر الذي تحمله العلامة بمعزل عن أي حمولة ثقافية أو إيديولوجية، فهي القراءة الحرفية التي تصف ما تراه العين بشكل موضوعي مجرد من التأويل (كوصف الأشخاص والأماكن والألوان والأشياء كما تظهر في الصورة). أما المستوى الثاني فهو "الدلالة التضمينية" أو "الإيحائية" (Connotation)، ويتجاوز فيها التحليل العلامة الظاهرة إلى ما تحمله من معانٍ ثقافية ووجدانية وإيديولوجية تتشكل عبر سياقات الجمهور المتلقي وتجاربه المعرفية. وفي هذا المستوى ينكشف ما أسماه بارت بـ "الأسطورة" (Myth)، وهي تلك المعاني المضمرّة التي تُحوّل الطبيعي إلى ثقافي، والذاتي إلى موضوعي، فتمرّر إيديولوجيات معينة على أنها بديهيات (Barthes, 1972).

2.2.12.1.8 السيميائية البصرية والمحتوى الإعلامي:

وفي ميدان السيميائية البصرية تحديداً، تتأطر الصورة بوصفها نسقاً علامتياً مركّباً، يتشكّل من شبكة من الدوال البصرية المتداخلة، تشمل: التكوين البصري، وزوايا التصوير، وأحجام اللقطات، والإضاءة، والألوان، والحركة، والنصوص المرافقة، وكل واحدة من هذه العناصر تحمل في طياتها حمولة دلالية تتفاعل مع غيرها لإنتاج المعنى الكلي للنص البصري. ويذهب بعض الباحثين إلى أن "الصورة الإعلامية ليست محايدة بطبيعتها، بل هي خطابٌ مُدلجٌ يُعيد تشكيل الواقع وفق رؤية بعينها"، وهو ما يجعل التحليل السيميائي أداةً منهجيةً ضروريةً لكشف هذه البنى التأطيرية الكامنة، خاصةً في ظل التدفق البصري المتسارع الذي تشهده المنصات الرقمية المعاصرة (الحجوي، 2018).

2.2.12.1.9 آلية التحليل السيميائي ومبادئه المنهجية:

تتأسس آلية التحليل السيميائي على جملة من المبادئ المنهجية التي يمكن تتبعها كما تكشف عنها الأبحاث العلمية المتخصصة، وتتمثل أبرز هذه المبادئ في: أولاً، مبدأ "المحاينة" (Immanence)، الذي يقتضي التعامل مع النص أو الصورة بوصفها نسقاً مغلقاً قائماً بذاته في المرحلة الأولى من التحليل، قبل الانفتاح على السياقات الخارجية. ثانياً، مبدأ "التحليل البنيوي" الذي يبحث عن العلاقات الداخلية بين العلامات داخل النسق ذاته، ويُفكّك مكوناتها ووظائفها التركيبية. ثالثاً، مبدأ "تحليل الخطاب" الذي يربط البنية بالدلالة، والدلالة بالسياق الثقافي والاجتماعي. وقد دأب الباحثون على اتباع خطواتٍ منهجيةٍ متدرّجةٍ تبدأ بـ: (1) الوصف التعييني الموضوعي لعناصر الصورة، ثم (2) التحليل التضميني لاستخراج الدلالات الإيحائية، وأخيراً (3) التأويل النقدي الذي يربط بين البنية الدلالية والسياق المُنتج للنص (السريغيني، 2017؛ شاندر، 2008).

2.2.12.1.10 اسقاط النظرية على الدراسة:

تتطلب هذه الدراسة من إطار نظري تكاملي يدمج بين مقاربتين علميتين لتفكيك ومساءلة محتوى "الفيديو جراف" الذي تنتجه منصة (AJ+) عربي عبر صفحتها على منصة "فيسبوك". وتأتي هذه التوليفة المنهجية لتستجيب للطبيعة البصرية المكثفة والرمزية لهذا النمط الاتصالي القصير، والذي يستلزم أدوات تحليلية دقيقة للكشف عن طبقاته الدلالية المضمرّة.

وفي هذا السياق، وُظّفت "النظرية السيميائية" كأداة إجرائية عبر تطبيق ثنائية رولان بارت (الدلالة التعيينية والدلالة التضمينية)؛ بهدف تقديم تحليل ممنهج للبناء الدلالي والرمزي للمحتوى، والكشف عن الخطابات الأيديولوجية والرسائل المبطنة، لا سيما تلك المتعلقة بقضايا حقوق الإنسان والنزاعات السياسية والاجتماعية في المنطقة العربية.

وبالموازاة مع ذلك، اعتمدت الدراسة على "نظرية انتشار المبتكرات" لتفسير آليات تبني الجمهور الرقمي لهذا المحتوى (باعتباره ابتكاراً اتصالياً)، وتحديد أنماط التفاعل معه ورصد مدى تأثيره في الأفراد. ويُتيح هذا الربط المنهجي صياغة رؤية تفسيرية شاملة تربط بين الخصائص السيميائية والبصرية للمحتوى من جهة، وسلوكيات التفاعل الرقمي للمتلقّي في بيئة "فيسبوك" من جهة أخرى.

2.3 الدراسات السابقة:

يُعتبر استعراض الدراسات السابقة ومناقشتها من أهم الخطوات الأساسية التي تساعد الباحثين في مجال الإعلام على الإحاطة بما توصلت إليه جهود الباحثين في حقل الإعلام، وما أنجزوه من جهودٍ علميةٍ في مجال دراسات "الفيديو جراف"؛ إذ تُمكن الباحث من الاطلاع على المناهج والأدوات التي وُظّفت في الدراسات ذات السياق البحثي، كما أنها تُمكن من تحديد موقع هذه الدراسة ضمن الإطار البحثي العام؛ إذ تُوّشر إلى أوجه الإضافة البحثية والتجديد فيها. كما أن هذا الفصل يسعى إلى إبراز الدراسات العلمية المنجزة في المجتمع البحثي والتي تناولت الموضوع قيد الدراسة في حقلّي الإعلام والاتصال، لغايات الاستفادة من خلاصات النتائج واكتشاف الفجوات البحثية التي تسعى دراستنا الحالية إلى معالجتها بحثياً.

يسعى هذا الفصل إلى تتبّع تطور المفاهيم المرتبطة بالموضوع، وتحليل الأساليب المنهجية التي اعتمدتها تلك الدراسات، سواء في تناول خصائص المحتوى البصري أو في دراسة سلوك التفاعل عبر المنصات الرقمية. وفي دراستنا هذه، اهتمت العديد من الدراسات السابقة بدراسة "الفيديو جراف" بكافة أشكالها، مع إبرازها للكيفية التي يتم عبرها استخدام تلك

المنتجات البصرية في المنصات الرقمية. وفي هذا القسم، حرصنا على تناول الدراسات ذات الصلة بموضوع دراستنا والتي تم تبويبها ضمن مسارين: الأول، الدراسات التي جذرت معالجة "الفديو جراف" بحثياً، والثاني يتعلق بالدراسات التي عالجت موضوع المنصات الرقمية.

2.3.1 الدراسات العربية:

1 - دراسة سباق ومعتا لله (2024) : " استراتيجيات التغطية الإعلامية أثناء الأزمات دراسة تحليلية لعينة من

مقاطع الفيديو على موقع قناة الجزيرة على "Youtube"

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة استراتيجيات قناة "الجزيرة" أثناء تغطيتها الإعلامية للأزمات في عام 2023. وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي لملائمته لطبيعة الدراسة، واستخدم أداة تحليل المضمون. طُبِّقَت الدراسة على عينة عشوائية من الفيديوهات المنشورة في عام 2023، بلغت 12 مفردة. استخلص الباحث من دراسته استنتاجاتٍ؛ أهمها: أن قناة الجزيرة تعتمد أساليب عقلانية، مثل استخدام اللغة العربية الفصحى كلغة معتمدة داخل القناة. كما كانت الصورة الثابتة والمتحركة هي الأسلوب الأبرز في التغطية، إلى جانب استخدام القوالب الإخبارية الصورية.

2 - دراسة الشيخ (2022): "القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية".

هدفت هذه الدراسة إلى رصد الموضوعات التي يتناولها "الفيديو جراف" في المواقع الإخبارية المصرية، سواء الحكومية أو الخاصة، من حيث الشكل والمضمون؛ إذ صُنِفَت كدراسة وصفية تحليلية، لاعتمادها على منهج المسح الإعلامي من خلال أسلوب تحليل المضمون. استغرقت فترة الدراسة التحليلية للقيم الإخبارية المتضمنة في "الفيديو جراف" بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة شهراً كاملاً، من 1 أبريل 2021 إلى 1 مايو 2021، بإجمالي (263) فيديو جراف إخباري. توصلت الدراسة إلى مجموعةٍ من النتائج؛ أهمها: أن المواقع المصرية الحكومية والخاصة حرصت على التنوع والتعدد في القيم الإخبارية المتضمنة للفيديو جراف، وقد تضمن كل موقع إخباري توجهاً سياسياً معيناً يحدد له أهم القيم الإخبارية التي يعتمد عليها في صياغة قوالبه. كما ركزت المواقع على النص المكتوب المصاحب للفيديو جراف مع وسائط أخرى متنوعة، مثل: التعليق الصوتي أو الصوت الأصلي، والموسيقى، والرسوم المتحركة أو التوضيحية، واللقطات الحية في مواقعها الإخبارية.

3 - دراسة مطاوع (2022): "توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية".

كشفت هذه الدراسة عن الآلية المتبعة لتوظيف "الفيديو جراف" في الصحافة الإخبارية الإلكترونية، وذلك من خلال شكل ومضمون "الفيديو جراف" المنشور عبر مواقع الصحف الإلكترونية؛ وتم تطبيقها على مواقع: "اليوم السابع"، و"المصري اليوم"، و"البوابة نيوز"، و"أخبار اليوم". وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح الإعلامي من خلال أسلوب تحليل المضمون. وقد استغرقت فترة الدراسة التحليلية للقيم الإخبارية شهري يوليو وأغسطس 2020م، بإجمالي (660) فيديو جراف. توصلت الدراسة إلى مجموعةٍ من النتائج؛ أهمها: أن صحيفة "اليوم السابع" قد تفوقت على الصحف الإلكترونية الثلاث الأخرى في توظيف "الفيديو جراف" أو "الفيديو المعلوماتي" في بنية النصوص والأخبار المنشورة عبر موقعها، عن طريق استخدام الرسوم المتحركة من أجل إنشاء فيديو معلوماتي، وتحويل البيانات والمعلومات إلى فيديو متحرك متخذاً شكل "الفيديو جراف". كما اشتركت مواقع الصحف الأربعة في قاسم مشتركٍ مرتبطٍ بالوسائط المتعددة، مثل: التعليق الصوتي، والصور الثابتة، والموسيقى في الخلفية.

4 - دراسة حومر، علي، وعبد الكريم (2022): "تطور تصميم المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية دراسة حالة شبكة الجزيرة".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أحدث وأهم التقنيات والخصائص الجديدة للمحتويات، كما اهتمت بدراسة تطور تصميم المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية. وقد اعتمدت على "شبكة الجزيرة" كونها متطورة في تصميم الموقع والمحتوى، ولأنها أكثر قناة إخبارية تجد تفاعلاً من المستخدمين. وقد استخدمت الدراسة منهج "دراسة الحالة"، الذي ساعد الباحثين على جمع أكبر قدر من المعلومات الصحيحة والشاملة عن استخدام شبكة الجزيرة للمحتوى الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي. توصل الباحثون إلى العديد من النتائج؛ أهمها: أن شبكة الجزيرة قدمت شكلين من الفيديو الأكثر تفاعلاً؛ فقد نشرت فيديوهات طويلة على "يوتيوب" لتزويد المشاهدين بمعلومات وتفاصيل أكثر، كما اعتمدت على عرض الفيديوهات القصيرة (Shorts) المشابهة لمقاطع (Reels) على "إنستغرام" و"فيسبوك"، والتي تميزت بعرض محتوى كامل في مدة زمنية قصيرة.

5 - دراسة الحجوي

(2018): "التحليل السيميائي للصورة البصرية في الخطاب الإعلامي لصحيفة الرياض الرقمية وأوجه تعالقه مع العلامة اللغوية"

"

بعنوان "التحليل السيميائي للصورة البصرية في الخطاب الإعلامي لصحيفة الرياض الرقمية وأوجه تعالقه مع العلامة اللغوية": هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الصورة الصحفية سيميائياً للكشف عن المعاني والدلالات الخفية التي تحملها، عبر الاستناد إلى أبرز المقاربات السيميائية المستخدمة في تحليل الصورة، ولا سيما مقاربتَي رولان بارت وتشارلز بيرس. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بأداتيهِ: تحليل المضمون والمقاربة السيميائية. وقد توصلت إلى أن الصورة الصحفية الرقمية تحمل في طياتها شبكة من العلامات الدالة التي تتجاوز مستوى التقرير المباشر إلى مستوى الإيحاء الإيديولوجي. وتشابهت دراستنا مع دراسة الحجوي في توظيف النظرية السيميائية كإطار تحليلي للمحتوى البصري، إلا أن دراستنا تنفرد بتطبيق هذه النظرية على قالب بصري حديث هو الفيديو جراف ضمن منصة الفيسبوك، مع الجمع بين التحليل الكمي والكيفي.

6 - دراسة محمد (2017): "نمط البناء الفني للقصة الإخبارية وعلاقته بسياق توظيف الفيديو المصاحب للنص على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإخبارية العربية".

سعت هذه الدراسة إلى معرفة أنواع البنية الفنية في بناء القصص الإخبارية الموجودة على شبكة الإنترنت، والكشف عن أنماط مختلفة من لقطات الفيديو التي تُوظف داخل البناء الفني للقصص الإخبارية. وقد اعتمدت الدراسة على منهجية المسح بالعينة، والمنهج المقارن، واستخدم الباحث أداة تحليل المضمون. وقد طبقت الدراسة على عينة شملت (300) قصة صحفية من مواقع إخبارية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: أن هناك ثلاثة أنواع من البنية الفنية الإخبارية هي: الانتقائية، والبناء المتشابه، والبناء المدمج. كما كانت الصور الحية المشابهة للتقارير التلفزيونية هي الشكل الأكثر اعتماداً في النوعين الانتقائي والمتشابه، في حين كانت صور الفيديو هي الشكل الأكثر اعتماداً في نوع البناء المدمج.

2.3.2 الدراسات الأجنبية:

1 - دراسة " Attitudes of Media Students in Palestine towards Video Journalism Content Disseminated by Russia Today on the Arabic Channel's Page on Facebook": اتجاهات طلبة الإعلام في فلسطين نحو محتوى الصحافة المرئية الذي تبثه قناة روسيا اليوم على صفحة القناة العربية على الفيسبوك".

هدف هذا البحث إلى معرفة اتجاهات طلبة الإعلام في فلسطين نحو "صحافة الفيديو" عبر صفحة قناة (روسيا اليوم) بالعربية على فيسبوك. كما سعى إلى التعرف على آراء الطلبة حول المحتوى المرئي الذي تقدمه صفحة القناة من خلال التحقق من دوافع متابعتهم لها، بالإضافة إلى الكشف عن الجوانب المعرفية التي يتأثر بها الطلبة نتيجة متابعتهم لصحافة الفيديو عبر الصفحة. صُنفت الدراسة ضمن المناهج الكمية؛ حيث عُدَّ التحليل الإحصائي من أكثر الأساليب العلمية ملاءمة لمثل هذه الدراسات التحليلية، فهو يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات والأوصاف الخاصة بالظاهرة محل الدراسة.

خرجت الدراسة بعدة نتائج وتوصيات، منها: ضرورة عمل كليات الإعلام في فلسطين على تطوير مهارات مدرسي الإعلام لاستخدام التقنيات المعاصرة، وتدريب الطلبة على سرد القصص من خلال صحافة الفيديو. والحاجة إلى تنويع المحتوى الإعلامي الذي تنتبها قناة (روسيا اليوم)، وتوسيعه ليشمل كافة منصات التواصل الاجتماعي. وأخيراً، أهمية الاستفادة من الخبراء وصناع المحتوى البصري على منصات التواصل الاجتماعي لرفع المهارات العملية للطلبة في إنتاج القصص باستخدام صحافة الفيديو.

2 - دراسة " Occidental Mindoro's emerging photography and videography services: The role of social media marketing as a promotional tool.: خدمات التصوير الفوتوغرافي وتصوير الفيديو الناشئة في أوكسيدنتال ميندورو: دور التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي كأداة ترويجية.

اعتمد المصورون ومصورو الفيديو في "أوكسيدنتال ميندورو" بشكل كبير على التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي لنشر أعمالهم. ونظراً للموقع البعيد للمقاطعة، استُخدمت وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة أساسية للترويج. اتجه البحث نحو "دراسة الحالة النوعية" للتعرف على التحديات التي تواجهها شركات التصوير الفوتوغرافي وتصوير الفيديو الجديدة في المقاطعة. وقد أُجري البحث بهدف صريح يتمثل في معرفة المزيد عن التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وإمكانياته كأداة ترويجية.

أظهرت نتائج البحث أن التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي أداة لا غنى عنها لنجاح هذه الشركات؛ إذ يستخدم أصحاب الأعمال الصغيرة التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي لأنه يُساعدهم على توفير المال، ويصل إلى

المزيد من الأشخاص، ويُسهّل دخول السوق، ويجعل تقديم المنتجات والميزات الجديدة أكثر سهولة. بالإضافة إلى ذلك، وجدت الدراسة أن هناك ثلاثة عيوب رئيسية مرتبطة بالتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، هي: سهولة تكرار الشركات، وصعوبات الثقة والخصوصية والأمان، وردود الفعل غير المواتية.

تضمنت هذه الاستراتيجيات: الاتساق، والتسويق بالمحتوى، والمحتوى الذي يركز على الصورة، والتسويق الشفهي الإلكتروني، ورواية القصص على وسائل التواصل الاجتماعي والبيع الشخصي، والاستجابة الآلية، وتحسين توقيت النشر، والتعرف على المصطلحات المجتمعية، وعدم استخدام حساب شخصي في المعاملات. هذه هي أكثر استراتيجيات وممارسات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي فعالية، والتي يستخدمها المشاركون في بناء هوية العلامة التجارية، والتواصل مع العملاء، وزيادة إنتاجية المبيعات. وإذا تمكنت الشركات الصغيرة في المقاطعة من تعلم استخدام أساليب التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي المنطقية والفعالة، فقد تُساعد نتائج هذه الدراسة في زيادة معدلات نجاحها والمساهمة في التغيير المجتمعي.

3 - دراسة "The Visual Turn In Social Media Marketing" (2017) Gretzel التحول البصري في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي".

وصف هذا البحث التغييرات الأخيرة في منصات وسائل التواصل الاجتماعي وتقنيات الكاميرا التي أشارت إلى بداية عصر جديد من الممارسات. وقد صوّر بالتحديد منصات مشاركة المحتوى المرئي مثل "إنستغرام" (Instagram)، ومنصات البث المباشر مثل "بيرسكوب" (Periscope)، وتطبيق الرسائل متعددة الوسائط "سناپ شات" (Snapchat). أكد البحث أن التحولات في مشهد وسائل التواصل الاجتماعي تستدعي الحاجة إلى مناهج تسويق جديدة عبر هذه الوسائل؛ وقد حدد الفرص والتحديات التي تواجه مسوقي السياحة في الاستفادة من الاتجاهات المرئية الجديدة. كما دعا إلى فهم أفضل لسلوكيات إنشاء المحتوى المرئي لدى السياح، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي المرئية لتوجيه ممارسات تسويق السياحة.

2.3.3 التعقيب على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:

تناولت الباحثة مجموعة من الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع بحثها، بشكل مباشر وغير مباشر؛ بهدف تحديد وجهات النظر والتوجهات العلمية المرتبطة بمشكلة البحث. ومن خلال هذه المراجعة، استفادت الباحثة من عدة جوانب يمكن تلخيصها كالآتي:

1 - دراسة سباق ومعطالله (2024): استراتيجيات التغطية الإعلامية أثناء الأزمات دراسة تحليلية لعينة من مقاطع الفيديو على موقع قناة الجزيرة على "Youtube".

ركّزت دراسة سباق ومعطالله (2024) على استراتيجيات قناة "الجزيرة" في تغطية الأزمات خلال عام 2023؛ مستخدمةً المنهج الوصفي التحليلي وتحليل المضمون لعينة من 12 فيديو على "يوتيوب". وتشابهت الدراسات في استخدامهما لهذه الأدوات المنهجية لفهم المحتوى والاستراتيجيات المتبعة على المنصات الرقمية. وعلى الرغم من هذا التشابه، فقد وظّفت دراستنا المنهج ذاته بتركيز أكبر على نوع محدد من المحتوى وهو "الفيديو جراف"، كما حلّلت

أنماط التفاعل بالتفصيل على منصة "فيسبوك". في المقابل، ركزت دراسة "سباق ومعطائه" على استراتيجيات التغطية الإعلامية العامة في كافة أشكال الفيديو على "يوتيوب"، خاصة خلال الأزمات. وبينما اهتمت دراسة "سباق ومعطائه" بالجانبيين اللغوي والبصري، واستخدام اللغة العربية الفصحى والصورة في إيصال الرسائل، فقد أضافت دراستنا تحليلاً منهجياً للعناصر الفنية والبصرية داخل "الفيديو جراف"، وقاست مدى تأثيرها المباشر على تفاعل الجمهور (المشاهدات، الإعجابات، والتعليقات، والمشاركات).

لقد استهدفت دراستنا ثغرة بحثية مهمة، تمثلت في غياب دراسة تفصيلية لأنماط التفاعل الجماهيري مع المحتوى الإعلامي الرقمي المتخصص "الفيديو جراف"؛ حيث تجاوزت دراستنا مجرد التغطية المباشرة للموضوع، وقدمت فهماً أعمق لتأثير المضمون البصري على تفاعل المشاهد. ختاماً، يمكن القول إن دراستنا أكملت ووسّعت فهم ديناميكيات التفاعل الرقمي مع محتوى الفيديو الإعلامي، خصوصاً في بيئة منصات التواصل الاجتماعي المتعددة؛ بينما ركزت دراسة "سباق ومعطائه" على استراتيجيات التغطية الإعلامية أثناء الأزمات على منصة واحدة واستخدام اللغة والصورة فيها.

2 - دراسة الشيخ (2022): "القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية".

استفادت دراستنا من دراسة الشيخ (2022) في اعتماد المنهج الوصفي التحليلي واستخدام تحليل المضمون كأداة رئيسية؛ حيث ركزت كلتا الدراستين على دراسة "الفيديو جراف" من حيث المحتوى والمضمون الفني، واهتمتا بالجانب البصري مثل: النصوص، والألوان، والصوت، والرسوم المتحركة. وتتباين الدراستان بشكل واضح في عدة جوانب؛ إذ اهتمت دراسة "الشيخ" بتحليل القيم الإخبارية للفيديوهات في المواقع المصرية الحكومية والخاصة، مع عينة كبيرة بلغت (263) فيديو على فترة قصيرة (شهر واحد).

في المقابل، تهدف دراستنا إلى تحليل أنماط التفاعل الرقمي مع محتوى منصة (AJ+) عربي على "فيسبوك"، معتمدةً على عينة مقصودة أصغر (18 فيديو) على مدى 7 أشهر؛ مما منحها عمقاً أكبر في التحليل. كما أضافت دراستنا أبعاداً مهمة لم تتناولها دراسة "الشيخ"، مثل: تحليل أنماط التفاعل (المشاهدات، الإعجابات، والتعليقات، والمشاركات)، والمدة الزمنية للفيديوهات. أسهمت هذه الأبعاد في سد فجوة بحثية مهمة لم تتناول العلاقة بين المحتوى وتفاعل الجمهور في البيئة الرقمية الحديثة؛ مما يعزز القيمة البحثية للدراسة الحالية ويقدم رؤى أكثر شمولاً ودقة حول سلوك الجمهور على منصات التواصل الاجتماعي.

3 - دراسة مطاوع (2022): "توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية".

تناولت الدراسة الحالية، بعنوان "تحليل محتوى الفيديو جراف الذي تنتجه (AJ+) عربي على فيسبوك"، المنهج الوصفي التحليلي في البحث، واستفادت بشكل جلي من الدراسات السابقة، وعلى رأسها دراسة مطاوع (2022). اعتمدت الدراسة على منهجية تحليل المضمون لفحص محتوى "الفيديو جراف"؛ وهو ما شكّل حجر الأساس في بناء الإطار المنهجي لها. وبينما تشاركت الدراسة الحالية مع دراسة "مطاوع" في استخدام منهجية تحليل المضمون وأهمية "الفيديو جراف" في نقل المعلومة، فقد تجاوزتها في جوانب أخرى؛ تمثلت تلك الجوانب في تعمق الدراسة الحالية في

الجانب الوصفي التحليلي عبر اختيار عينة لفترة زمنية أطول امتدت لسبعة أشهر، مما أتاح رصد أنماط التفاعل ومواصفات "الفيديو جراف" بصورة أكثر تفصيلاً. كما ركزت الدراسة بشكلٍ أوسع على تحليل عناصر متعددة مثل: دلالات الألوان، والرموز، والنصوص، وأسلوب التكوين، بالإضافة إلى تحليل أنماط التفاعل (عدد المشاهدات، والإعجابات، والتعليقات، والمشاركات)؛ وهو ما تميزت به عن دراسة "مطالع" التي ركزت بشكلٍ أكبر على الجوانب الشكلية والمضمون الإعلامي، مع إيلاء اهتمامٍ أقل لسلوك المتلقين وتفاعلهم.

وبناءً على ذلك، سعت الدراسة الحالية إلى سد الثغرة البحثية التي لوحظت في الدراسات السابقة، والمتمثلة في ضعف التحليل المعمق لأنماط التفاعل مع محتوى "الفيديو جراف" على منصات رقمية محددة خلال فترة زمنية ممتدة، بالإضافة إلى إغفال الجانب الفني التفصيلي في تكوين الفيديو وتأثيراته على تفاعل المتلقين. وعليه، فقد حاولت الدراسة معالجة هذه الثغرة من خلال تكامل المنهج الوصفي التحليلي مع تحليل المضمون الموسع، وأخذ عينات ذات دقة زمنية وموضوعية محددة.

4 - دراسة حومر، علي، وعبد الكريم (2022): "تطور تصميم المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية دراسة حالة شبكة الجزيرة".

استخدمت الدراسات، الحالية ودراسة حومر وعلي وعبد الكريم (2022)، المنهج الوصفي التحليلي، لكنهما اختلفتا في مجال التطبيق؛ حيث عُتبت دراستنا بتحليل محتوى "الفيديو جراف" وأنماط التفاعل معه على منصة "فيسبوك"، في حين تناولت دراسة "حومر" منهج "دراسة الحالة" لتحليل محتوى شبكة "الجزيرة" على منصات متعددة. تباينت الأدوات المنهجية بشكلٍ واضح؛ فقد اعتمدت دراستنا على أداة تحليل مضمون تفصيلية شملت المحتوى، والتصميم، والعلامات البصرية، وأنماط التفاعل. بينما ركزت دراسة "حومر" على التحليل النوعي لاستخدام شبكة "الجزيرة" وخصائص تصميم المحتوى لديها. وظهر التشابه بين الدراستين في تركيز كليهما على منصة رقمية محددة ذات جمهور متفاعل؛ فقد خصّصت دراستنا تركيزها على منصة (AJ+) عربي على "فيسبوك"، في حين خصّصت دراسة "حومر" اهتمامها بشبكة "الجزيرة" وتعدد منصاتها.

أما الاختلاف، فتمثّل في نوع المحتوى المدروس؛ حيث تعمّقت دراستنا في "الفيديو جراف" بتحليل تفصيلي لأنماط التفاعل والبنية الفنية، أما دراسة "حومر" فقد وسّعت نطاقها ليشمل أنواعاً مختلفة من الفيديو (طويل وقصير)، مع تحليلات عامة حول التطور التصميمي. ويُذكر أن دراستنا عالجت أبعاداً فنيةً وبصريةً بعمقٍ أكبر، من خلال التركيز على تفاصيل كدلالة الألوان والرموز والتكوين، وهو جانبٌ كان أقل تفصيلاً في دراسة "حومر" التي استهدفت أساليب النشر والاتجاهات العامة لتصميم المحتوى. وقد سدّت دراستنا ثغرةً بحثيةً تكمن في غياب تحليل مفصّل لأنماط التفاعل مع أنواع محددة من محتوى الفيديو الرقمي "الفيديو جراف"، مع التركيز على التركيب الفني والبصري وتأثيره على جمهور "فيسبوك".

5 - دراسة محمد (2017): "نمط البناء الفني للقصة الإخبارية وعلاقته بسياق توظيف الفيديو المصاحب للنص على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإخبارية العربية".

ركّزت دراسة محمد (2017) على تحديد ثلاثة أنماطٍ للبناء الفني هي: "الانتقائي"، و"المتشابه"، و"المدمج"، مع توضيح اختلافاتٍ في أساليب توظيف الفيديو بين هذه الأنماط. وتشابهت الدراستان في اعتمادهما على منهج تحليل المضمون كأداةٍ رئيسيةٍ لتحليل المحتوى الرقمي؛ حيث عُتبت كلتاهاما بالتحليل التفصيلي للمحتوى المصاحب للنصوص الإخبارية الرقمية بينما ركّزت دراسة "محمد" على البناء الفني العام للقصص الإخبارية وتوظيف الفيديو المصاحب داخل النص، اختلفت دراستنا في تركيزها على محتوى "الفيديو جراف" كنوعٍ فريدٍ من المحتوى المرئي المعلوماتي. وفيما يخص العينات البحثية، فقد استخدمت دراستنا عينةً محددةً لعددٍ من الفيديوهات لمدة 7 أشهر لصفحة (+AJ) عربي على منصة "فيسبوك"؛ مما أتاح عمقاً وتركيزاً أكبر على منصةٍ وفترةٍ زمنيةٍ بعينها. في المقابل، استُخدمت في دراسة "محمد" عينةٌ كبيرةٌ بلغت (300) قصةٍ إخباريةٍ من مواقع إلكترونيةٍ متنوعةٍ.

وبالرغم من أن دراسة "محمد" قدّمت تصنيفاً لأنماط البناء الفني وعلاقتها بالفيديو، فقد توسّعت دراستنا لتشمل أنماط التفاعل الجماهيري مع محتوى "الفيديو جراف"، مثل: عدد المشاهدات، والإعجابات، والمشاركات، والتعليقات على منصة "فيسبوك"؛ بالإضافة إلى دراسةٍ تفصيليةٍ للمضمون من حيث عناصر التصميم البصرية لقد تبينّت ثغرةً بحثيةً واضحةً في الدراسات السابقة، تمثّلت في ضعف التركيز على التفاعل الجماهيري وأنماط المشاركة، والتأثير المباشر للمكونات الفنية والبصرية في "الفيديو جراف" على الجمهور في بيئةٍ رقميةٍ محددةٍ؛ وهي جوانب لم تُعالج بعمقٍ في دراسة "محمد" التي ركّزت على البناء الفني والسياق العام لتوظيف الفيديو. وبناءً على ذلك، فقد عالجت دراستنا هذه الفجوة بفهمٍ أكثر دقةٍ وعمليةٍ للعلاقة بين البناء الفني التفصيلي لـ "الفيديو جراف" وأنماط الاستجابة والتفاعل الرقمي مع هذا النوع من المحتوى على منصات التواصل الاجتماعي.

1 - دراسة " Attitudes of Media Students in Palestine towards Video Journalism Content Disseminated by Russia Today on the Arabic Channel's Page on Facebook " اتجاهات طلبة الإعلام في فلسطين نحو محتوى الصحافة المرئية الذي تبثه قناة روسيا اليوم على صفحة القناة العربية على الفيسبوك".

هدفت دراسة الشيخ و Asakra (2023) إلى معرفة اتجاهات طلبة الإعلام في فلسطين نحو محتوى "صحافة الفيديو" الذي تبثه قناة (روسيا اليوم) على صفحتها العربية على "فيسبوك". وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الكمي والتحليل الإحصائي لفهم دوافع المتابعة وآراء الطلبة حول المحتوى. في المقابل، تختلف دراستنا معها في المنهج؛ حيث استخدمت المنهج المختلط مع أداة تحليل المضمون (الكمي والكيفي). تشترك كلتا الدراستين في الاهتمام بمحتوى الفيديو الرقمي على منصات التواصل الاجتماعي؛ لكن دراستنا ركّزت على تحليل بنية "الفيديو جراف" والعناصر الفنية وأنماط التفاعل الجماهيري في منصة "فيسبوك"، في حين عُتبت دراسة "الشيخ و Asakra" بتقييم اتجاهات المتلقين (طلبة الإعلام) تجاه محتوى قناةٍ محددةٍ.

لقد أثّرت دراسة "الشيخ و Asakra" تفسير أنماط التفاعل في دراستنا من خلال فهم الجوانب المعرفية والسلوكية للمتلقين وتأثير المحتوى المرئي عليهم. أما الثغرة التي عالجتها دراستنا، فقد تمثّلت في الربط بين المحتوى الفني للفيديو وأنماط التفاعل المتعددة (مشاهدات، وإعجابات، وتعليقات، ومشاركات). وختاماً، قدّمت دراستنا قراءةً متكاملةً

تربط بين الجانب الفني للمحتوى الرقمي واستجابات الجمهور العملية؛ بينما ركزت دراسات مثل دراسة "الشيخ و Asakra" على فهم اتجاهات المتلقين وتجاربهم في متابعة محتوى محدد على منصات التواصل الاجتماعي.

2 - دراسة " Sibulan Limos-Galay (2023) " Occidental Mindoro's emerging & photography and videography services: The role of social media marketing as a promotional tool.: خدمات التصوير الفوتوغرافي وتصوير الفيديو الناشئة في أوكسيدنتال ميندورو: دور التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي كأداة ترويجية.

أكدت دراسة Sibulan & Limos-Galay (2023)، التي تناولت خدمات التصوير الفوتوغرافي وتصوير الفيديو في "أوكسيدنتال ميندورو"، على أن التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي يُعدُّ أداةً أساسيةً للترويج والوصول إلى جمهورٍ أوسع. وقد تشاركت دراستنا معها في تأكيد أهمية التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي كأداةٍ فعالةٍ للترويج للمحتوى المرئي، سواء كان ذلك في إطار خدمات التصوير أو محتوى "الفيديو جراف" الإعلامي.

بالمقابل، اختلفت دراستنا في تركيزها على تحليل محتوى الفيديو الرقمي وتأثير تصميمه الفني وأنماط التفاعل عليه في منصة "فيسبوك"؛ في حين ركزت دراسة " Sibulan & Limos-Galay " على الجانب التسويقي والترويجي لخدمات الفيديو والتصوير في بيئة جغرافية محددة. كما قدّمت الدراسة الأخرى إطاراً عملياً لاستراتيجيات التسويق والتحديات التي تواجه الشركات الصغيرة في الأسواق الناشئة، وهو ما يعد مفيداً لفهم الجوانب التسويقية التي قد تؤثر في نجاح المحتوى الرقمي. تُغطي دراستنا بُعداً مختلفاً يركّز على بنية المضمون البصري وأنماط تفاعل الجمهور؛ مما يمكن أن يُكمل استراتيجيات التسويق من حيث تحسين جودة المحتوى وزيادة جاذبيته. وقد سلّطت دراستنا الضوء على كيفية تأثير جودة المحتوى الفني وإبداعه على التفاعل الجماهيري، وهو عاملٌ مهمٌ في نجاح استراتيجيات التواصل الاجتماعي. وبالتالي، يُمكن الاستفادة من نتائج دراستنا لتقديم توصياتٍ فنيةٍ تساعد مصوري الفيديو في تحسين محتواهم بما يدعم الترويج وزيادة الانتشار.

3 - دراسة " Gretzel (2017) " The Visual Turn In Social Media Marketing: التحول البصري في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي".

تناولت دراسة Gretzel (2017) التحول البصري في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وركّزت على التغيرات الحديثة في منصاتٍ مثل: "إنستغرام"، و"بيرسكوب"، و"سناب شات". وأكدت كلتا الدراستين على أهمية المحتوى المرئي في العصر الرقمي، لكنهما اختلفتا في التركيز؛ ففي حين ركّزت دراستنا على تحليل فيديوهات "الفيديو جراف" وتأثير مضمونها البصري على أنماط التفاعل، عُنيت دراسة " Gretzel " بالتحول الأوسع في مشهد تسويق المحتوى المرئي، خاصةً في مجال السياحة.

تكاملت الدراستان في التأكيد على أهمية فهم الديناميكيات البصرية وسلوكيات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي؛ فبينما تعمّقت دراستنا في تحليل تفاعل الجمهور مع المحتوى الفني المرئي تحديداً، سلّطت دراسة " Gretzel " الضوء على السياق التسويقي الأوسع والتقنيات الجديدة. كما أن دراستنا قدّمت إضافةً تطبيقيةً للمجال الإعلامي من خلال تحليلٍ تفصيليٍّ لأنواع مضامين الفيديو ومواصفاته الفنية والرسائل البصرية التي تؤثر في التفاعل. في المقابل، دعت

دراسة "Gretzel" إلى فهمٍ عامٍ وتكييف استراتيجيات التسويق مع التحولات البصرية الجديدة. أشارت دراسة "Gretzel" إلى تغيراتٍ كبيرةٍ في مشهد المحتوى المرئي والتحديات أمام المسوّقين للتكيّف معها، ولكنها افتقرت إلى التحليل العملي التفصيلي لكيفية تصميم مقاطع الفيديو (الفيديو جراف) وتأثيرها على أنماط التفاعل الفعلية للمشاهدين؛ وهو ما غطّته دراستنا بشكلٍ دقيقٍ ومفصّلٍ على منصة "فيسبوك".

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

3.1 تمهيد:

يستعرض هذا الفصل منهجية الدراسة لتحليل محتوى الفيديو جراف الذي تقدمه منصة (AJ+) عربي عبر منصة الفيسبوك، من خلال توظيف المنهج المختلط التفسيري بشقيه (الكمي- الكيفي) مع صنع تحليل سيميائي بصري؛ لتوفير فهم شامل لمشكلة البحث لرصد خصائص الفيديوهات وتفسير أنماط التفاعل الجماهيري اتجاهها. ويتناول الفصل تحديد مجتمع الدراسة المتمثل في المنصة الرقمية (AJ+) عربي، وبيان أسس اختيار العينة الطبقية المكونة من (21 فيديو جراف)، والتي تم توزيعها بطريقة منهجية تغطي الفترة الممتدة من يونيو إلى ديسمبر 2024 لضمان تمثيل متوازن لمحتوى المنصة عبر أشهر الدراسة.

كما يوضح الفصل أداة الدراسة الرئيسية، وهي بطاقة تحليل المضمون (الكمي-الكيفي) التي صممها الباحثة لتشمل ثلاثة محاور أساسية تتمثل في فئات المضمون والخصائص البصرية وأنماط التفاعل الجماهيري، إضافة إلى رصد المدة الزمنية للفيديوهات بوصفها التطبيق. وبهذا يقدم الفصل إطاراً منهجياً متكاملًا يمكن من تحليل المادة البصرية والبيانية بطريقة علمية في تحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى استنتاجات موضوعية.

3.2 منهجية الدراسة:

يُبين هذا الفصل الإطار المنهجي المُعتمد لدراسة أنماط تفاعل الجمهور مع محتوى الفيديو جراف الذي تُنتجه (AJ+) عربي على صفحتها الرسمية على فيسبوك. تستخدم الدراسة المنهج المختلط لتفسيري (الكمي-الكيفي)، الذي يدمج بين المنهجين الكمي والكيفي لتوفير فهم شامل لمشكلة البحث. البحث المختلط يمكن الباحث من الجمع بين مزايا المنهجين الكمي والكيفي؛ مما يوفر رؤى أكثر دقة وعمقاً من أيٍّ منهما على حدة (Ahmed & Pereira, 2024; Fàbregues et al., 2021; Wasti et al., 2022).

تُجرى العملية المنهجية على مرحلتين متتاليتين؛ المرحلة الأولى تعتمد على تحليل المحتوى الكمي كأداة رئيسة لجمع البيانات لدراسة مقاطع "الفيديو جراف" المنشورة على صفحة (AJ+) عربي على "فيسبوك" وتحويلها إلى بيانات رقمية بشكلٍ منهجي؛ ويتم من خلال هذه الاداة تحديد الخصائص البنوية (مثل: نوع المحتوى، وزاوية المعالجة، والأسلوب الفني)، والتركيز على العناصر التقنية والبصرية (كأحجام اللقطات، وأنواع الجرافيك، وتوظيف الألوان، واستخدام الأيقونات والرموز التعبيرية)، وأيضاً دراسة العلاقة بين خصائص المحتوى ومستويات التفاعل، بحيث تُظهر أنماط التفاعل الملحوظة. يُعدّ تحليل المحتوى الكمي أسلوباً فعالاً لتحليل المحتوى الإعلامي بطريقة منظمة وقابلة للتكرار (Krippendorff, 2022)؛ فهو يسمح بتحديد الأنماط والتكرارات والعلاقات بين خصائص المحتوى ومستويات تفاعل الجمهور، كما أن التحليل الكمي يمهّد لعملية التفسير الكيفي (النوعي). ومع ذلك، ورغم قدرة التحليل الكمي، إلا أنه يظل محدوداً في تفسير الأسباب الكامنة وراء سلوك الجمهور؛ لذا، تم إدراج عنصرٍ نوعي لمعالجة هذا القصور. ووفقاً لـ Braun and Clarke (2006)، يُعد التحليل الموضوعي منهجاً مرناً ودقيقاً لتحديد أنماط المعنى وتفسيرها ضمن البيانات النوعية؛ مما يجعله مناسباً بشكلٍ خاصٍ لتحليل خطاب وسائل التواصل الاجتماعي.

ومن هنا تأتي المرحلة الثانية، وهي التحليل الكيفي (النوعي) للمحتوى الفيديوي جراف الذي يتم نشره على صفحة (AJ+) عربي على الفيسبوك. تنتج هذه الاداة فهم شامل وتفسيري للخصائص السيميائية والجمالية الانتقال من الرصد الرقمي إلى التحليل الكيفي للدلالة والتأثير، مع التركيز على الوظيفة السردية للعناصر السمعية والبصرية الموظفة داخل الفيديو جراف (مثل:

الصور، الفيديوهات، الرسوم المتحركة، والمؤثرات الصوتية والمرئية، كما تهدف هذه المرحلة أيضاً إلى تقييم الجودة الفنية والبصرية للفيديو من خلال دراسة (كفاءة استعمال زوايا الكاميرا وحركاتها، أحجام المشاهد، الإضاءة، وتكوين اللقطات)، وتفسير الغرض الفني والدرامي من استخدامها بهذا الشكل.

يُعدّ دمج هذين المنهجين أساسياً في سياق الدراسة، حيث لا يقتصر قياس تفاعل الجمهور على الجوانب الكمية فحسب، بل يتجلى أيضاً في الممارسات التفسيرية والخطابية. إن البحث باستخدام المنهج المختلط ذو قيمة خاصة عند دراسة الظواهر الاجتماعية المعقدة (Foote, 2025; Hongling et al., 2025; Saraswati & Devi, 2023). علاوة على ذلك، يسمح التصميم التفسيري التسلسلي في هذه الدراسة للباحث باستخدام النتائج النوعية لشرح النتائج الكمية ووضعها في سياقها، مما يُعزز صحة النتائج وقابليتها للتفسير (Creswell, 2009). يُعد هذا الأمر ذا أهمية خاصة عند تحليل التفاعل مع المحتوى المرئي مثل مقاطع الفيديو الرسومية، حيث قد تتأثر استجابات الجمهور بكل من السمات الهيكلية والتفسيرات الذاتية.

3.3 مجتمع الدراسة:

وهو يضم الأشخاص، أو الأشياء، أو العناصر التي تُشكّل موضوع الدراسة (ذباح ونابلي، 2020)، وعليه تمثل منصة (+AJ) عربي الرقمية مجتمع هذه الدراسة، حيث يتكون مجتمع الدراسة من جميع محتويات الفيديو الرسومية التي نشرتها منصة (+AJ) عربي على صفحتها الرسمية على فيسبوك. تمثل هذه المنصة مثالاً بارزاً للصحافة الرقمية التي تعتمد على السرد المرئي لتوصيل القضايا المعقدة إلى جمهور واسع.

3.4 عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على العينة الطبقية (Stratified Sampling)، وذلك من خلال تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات وفق الطبيعة الموضوعية لمحتوى الفيديو جراف الذي أنتجته منصة (+AJ) عربي والمنشور عبر صفحتها الرسمية على منصة فيسبوك خلال الفترة الممتدة من يونيو إلى ديسمبر 2024. ويهدف هذا التقسيم إلى ضمان تمثيل مختلف الأنماط الموضوعية التي يتناولها المحتوى، وعدم اقتصار التحليل على نوع واحد من الموضوعات. وبعد تصنيف مجتمع الدراسة إلى طبقاته الرئيسية، جرى اختيار عدد من مقاطع الفيديو جراف من كل طبقة بما يحقق تمثيلها داخل العينة، لتتكون العينة النهائية من (21) فيديو جراف، خضعت جميعها للتحليل الكمي والكيفي وفق استمارة تحليل المحتوى وأداة التحليل السيميائي المعتمدتين في الدراسة. ويُعد اختيار العينة الطبقية أكثر ملاءمة لطبيعة هذه الدراسة؛ نظراً لأن مجتمع الدراسة يتسم بالتنوع من حيث الموضوعات التي يعالجها محتوى الفيديو جراف، الأمر الذي يتطلب تمثيلاً متوازناً لمختلف الفئات الموضوعية، بما يتيح إجراء مقارنات أكثر دقة بين خصائصها الفنية والبنائية والسيميائية، ويحد من احتمالية انحياز النتائج نحو فئة موضوعية بعينها.

اعتمدت الدراسة العينة الطبقية بدلاً من العينة العشوائية؛ لأن مجتمع الدراسة لا يتسم بالتجانس، وإنما يضم فئات موضوعية متعددة تختلف في طبيعة معالجتها البصرية والسردية، مثل الموضوعات السياسية، والإنسانية، والاجتماعية، والعلمية، وغيرها. ومن ثم فإن استخدام العينة العشوائية قد يؤدي إلى تمثيل غير متوازن لهذه الفئات، بينما تضمن العينة الطبقية تمثيل جميع الطبقات الرئيسية داخل مجتمع الدراسة، بما يعزز شمولية التحليل ودقته، ويزيد من موثوقية النتائج وإمكانية المقارنة بين الأنماط المختلفة لمحتوى الفيديو جراف.

وقد روعي عند اختيار مفردات العينة أن تمثل مختلف الطبقات الموضوعية التي يتكون منها مجتمع الدراسة، مع الالتزام بالحدود الزمنية المحددة، بحيث تحقق العينة درجة مناسبة من التمثيل لمحتوى الفيديو جراف المنشور خلال فترة الدراسة، بما يخدم أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

جدول (3.1): جدول اختيار العينة

الرقم	تاريخ النشر	عنوان الفيديو	الرابط
1	2024 /6/10	شو قالوا بالعبري 274 مقابل 4	https://www.facebook.com/reel/1145896046736230
2	2024 /6/22	وداع أب لطفله في الكفن بالبسكويت	https://www.facebook.com/reel/1522676398641995
3	2024 /6/27	تخفيف الاحمال الكهربائية	https://www.facebook.com/reel/849553246580566
4	2024 /7/7	تبديل كسوة الكعبة	https://www.facebook.com/reel/336765089477684
5	2024 /7/18	قضية الطالبة المغربية والكوفية	https://www.facebook.com/reel/1584489312096821
6	2024 /7/28	انتقادات لافتتاح أولمبياد باريس	https://www.facebook.com/reel/1640404963474642
7	2024 /8/1	استشهاد إسماعيل الغول	https://www.facebook.com/reel/3848671115422021
8	2024 /8/14	شو قالوا بالعبري - خراب الهيكل	https://www.facebook.com/reel/379339111611966
9	2024 /8/29	اغلاق 46 ألف شركة	https://www.facebook.com/reel/1698822817545647
10	2024 /9/3	ماذا يحدث في الضفة الغربية؟	https://www.facebook.com/reel/1062958275406234
11	2024 /9/13	المدوان - جحيم سجن أبو غريب	https://www.facebook.com/reel/1070710921435879

https://www.facebook.com/reel/504840065743555	سلاح المقاطعة	2024 /9/27	12
https://www.facebook.com/reel/826962772983754	النازحون اللبنانيون في منطقة عالية	2024 /10/1	13
https://www.facebook.com/reel/1071602334619185	السليط الإخباري - سنة على 7 أكتوبر	2024 /10/11	14
https://www.facebook.com/reel/1250206309552734	شو قالوا بالعبري - أكتوبر الأسود	2024 /10/28	15
https://www.facebook.com/reel/1237474824071203	لحظة... لمن يصوت العرب؟	2024 /11/3	16
https://www.facebook.com/reel/1104447430511335	إغلاق كارفور الأردن بسبب المقاطعة	2024 /11/15	17
https://www.facebook.com/reel/3866302783582357	اعتداء على سيدة حامل في شيكاغو	2024 /11/18	18
https://www.facebook.com/reel/510300435388357	لقاء الأحياء	2024 /12/4	19
https://www.facebook.com/reel/2653914644998868	قصة السجين السوري مازن حمادة	2024 /12/11	20
https://www.facebook.com/reel/1100261081791001	المدوان - رحلة البحث عن أستاذ	2024 /12/22	21

3.5 أدوات الدراسة:

3.5.1 الأداة الكمية: استمارة التحليل الكمي للمحتوى:

تُعرّف استمارة التحليل الكمي للمحتوى إجرائياً بأنها أداة منهجية صممتها الباحثة لتحليل محتوى "الفيديوجراف" موضوع الدراسة، استناداً إلى فئات ومؤشرات جرى تحديدها مسبقاً، وذلك لتحويل السمات النوعية للمادة الإعلامية إلى بيانات رقمية قابلة للتصنيف، والإحصاء، والمقارنة. وقد وُظِّفت هذه الاستمارة لرصد حزمة من المتغيرات المحورية، شملت: نوع المحتوى، وزوايا المعالجة، والأساليب الفنية، إلى جانب المكونات السمعية والبصرية (كالجرافيك، والرسوم

المتحركة، والمؤثرات المتنوعة)، بالإضافة إلى مؤشرات التفاعل الرقمي؛ وبما يضمن في النهاية الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها.

قامت الباحثة بتطوير استمارة تحليل محتوى مهيكله لتحليل مقاطع الفيديو المختارة بشكل منهجي. تتضمن الأداة من حيث

- **نوع المحتوى** (سياسي - اقتصادي - اجتماعي - بيئي - حقوقي/إنساني - غير ذلك).

يتم تعريفه إجرائياً في هذه الدراسة بأنه الفئة الموضوعية التي يُصنّف في ضوئها "الفيدويجراف" بناءً على القضية المحورية التي يطرحها (كالمحتوى السياسي، الإنساني، الاجتماعي، الاقتصادي، الصحي، أو العلمي). وجرى قياس هذا المتغير من خلال فرز وتصنيف كل مقطع فيديويجراف وفقاً للموضوع الرئيس.

- **زاوية المعالجة** (توعوي - نقدي - محايد).

يتم تعريف "زاوية المعالجة" إجرائياً على أنها المنظور التحريري أو المقاربة الاتصالية التي تبنتها منصة "AJ + عربي" في طرح موضوع "الفيدويجراف" (سواء جاء الطرح إخبارياً، تفسيرياً، تحليلياً، توعوياً، أو إنسانياً). وجرى قياس هذا المتغير من خلال تحديد الزاوية التحريرية المهيمنة على السياق العام للمحتوى.

- **الأسلوب الفني** (لقطات حية - رسوم متحركة - جرافيك معلوماتي - رسوم بيانية - صور واقعية - رموز تعبيرية - رموز ارشادية/علامات بصرية - لا يوجد استخدام للرموز).

يتم تعريف "الأسلوب الفني" إجرائياً على أنه الرؤية الإخراجية والبصرية التي اعتمدت في صياغة "الفيدويجراف"، وذلك من خلال كيفية توظيف عناصر الجرافيك، والنصوص المتحركة، والمؤثرات المتنوعة. وجرى قياس هذا المتغير بالاستناد إلى النمط التصميمي والإنتاجي المهيمن على المقطع.

- **توظيف الألوان** (رمزية - تجميلية - استخدام مفرط - ألوان هادئة/ محايدة - غير ذلك).

يتم تعريف "توظيف الألوان" إجرائياً على أنه الآلية المعتمدة في اختيار وتنسيق الدرجات اللونية داخل "الفيدويجراف" بما يخدم بناء الرسالة البصرية ويعمق دلالاتها. وجرى قياس هذا المتغير من خلال رصد طبيعة الألواح اللونية المستخدمة، ومدى توافقها مع المضمون، وتقييم وظيفتها الاتصالية والجمالية في السياق.

- **الجرافيك المستخدم** (نص متحرك - جداول / مؤشرات - رسوم توضيحية/تشريحية - لا يوجد توظيف جرافيكي).

يعرف "الجرافيك المستخدم" إجرائياً على أنه كافة المكونات التصميمية والبصرية التي يتشكل منها "الفيدويجراف"، كالأيقونات، والرموز، والخرائط، والإنفوجرافيك، والرسوم التوضيحية، والأشكال الهندسية. وجرى قياس هذا المتغير من خلال حصر أنواع هذه العناصر الجرافيكية، وتقييم مدى فاعلية توظيفها في دعم الرسالة الإعلامية وتعميق دلالاتها.

- **حركات الكاميرا** (نحو اليمين-نحو اليسار - استعراضية نحو الأعلى - استعراضية نحو الأسفل).
- يعرف "حركات الكاميرا" إجرائياً على أنه كافة الانتقالات الديناميكية، الفعلية منها أو الافتراضية، الموظفة في معالجة الفيديو جراف؛ كالتحريك الأفقي والرأسي، والتقريب والإبعاد، والتتبع. وجرى قياس هذا المتغير من خلال رصد أنماط هذه الحركات، وتحليل دورها الوظيفي في إبراز عناصر المحتوى وتوجيه عين المشاهد.
- **زوايا الكاميرا الرأسية** (طبيعية - علوية - منخفضة - عين الطائر).
- تعرف "زوايا الكاميرا الرأسية" إجرائياً على أنها المستوى العمودي للقطعة التصويرية مقارنةً بالموضوع المعروض، وتشمل الزوايا المرتفعة، والمنخفضة، ومستوى النظر. وجرى قياس هذا المتغير من خلال رصد الزاوية البصرية المهيمنة التي اعتمدها الفيديو جراف في إخراج وعرض عناصره المختلفة.
- **زوايا الكاميرا الأفقية** (امامية - ثلاثة ارباع امامية - جانبية - خلفية).
- تعرف "زوايا الكاميرا الأفقية" إجرائياً على أنها الاتجاه المحوري الذي تُلتقط منه اللقطة بالنسبة للموضوع المعروض، وتشمل الزوايا الأمامية، والجانبية، والخلفية. وجرى قياس هذا المتغير من خلال رصد منظور العرض المهيمن والأكثر تكراراً في تقديم لقطات الفيديو جراف.
- **الإضاءة** (ناعمة - قوية - مختلطة - غير ذلك).
- تعرف "الإضاءة" إجرائياً على أنها أسلوب توزيع وتوظيف الدرجات الضوئية داخل الفيديو جراف بهدف إبراز المكونات البصرية، وتوجيه عين المتلقي نحو العناصر المحورية، فضلاً عن إضفاء أبعاد جمالية ودلالية على المضمون. وجرى قياس هذا المتغير عبر تحليل نمط التوزيع الضوئي السائد، وتقييم مدى انسجامه مع السياق التعبيري للمادة الإعلامية.
- **الصوت** (موسيقى - راوي - مختلط - صوت طبيعي بالمكان).
- يعرف "الصوت" إجرائياً على أنها كافة العناصر الصوتية المرافقة لـ الفيديو جراف، والتي تشمل التعليق الصوتي، والمقاطع الموسيقية، والمؤثرات الصوتية المتنوعة. وجرى قياس هذا المتغير من خلال تحديد طبيعة المواد السمعية الموظفة، وتحليل دورها الوظيفي في مساندة السرد البصري وتعميق أثر الرسالة الإعلامية.
- **التكوين** (التكوين المتماثل - التكوين الغير متماثل - التكوين المركزي - Rule of Thirds Composition - تكوين الخطوط القائدة).
- يعرف "التكوين" إجرائياً على أنها أسلوب تنظيم وترتيب المكونات المرئية داخل إطار الفيديو جراف، بما يشمل توزيع الصور والنصوص والرسوم والألوان، بهدف تحقيق الاتزان البصري وتوجيه انتباه المتلقي نحو المضمون. وجرى قياس هذا المتغير من خلال تحليل كيفية تنسيق هذه المفردات داخل المشهد، وتقييم مدى انسجامها في بناء الرسالة الاتصالية وتماسكها.
- **أنماط تفاعل الجمهور مع محتوى الفيديو عبر فيسبوك**: (عدد المشاهدات - عدد الإعجابات - عدد التعليقات - عدد المشاركات).
- تُعرّف "أنماط تفاعل الجمهور عبر فيسبوك" إجرائياً بأنها المؤشرات الرقمية الظاهرة التي يسجلها مستخدمو المنصة تفاعلاً مع الفيديو جراف محل الدراسة، وتتمثل في: عدد المشاهدات، والتفاعلات، والتعليقات، والمشاركات. وجرى قياس هذا المتغير لتحديد حجم التلقي ومستوى الرواج الذي حققه كل مقطع ضمن عينة البحث.

3.5.2 أداة الكيفية: استمارة التحليل الكيفي للمحتوى:

تعرف استمارة التحليل الكيفي للمحتوى اجرائياً على أنها أداة بحثية أعدتها الباحثة لتحليل المحتوى الكيفي لعينة الدراسة، والكشف عن الدلالات الظاهرة والضمنية للعناصر البصرية والسمعية والسردية التي يتضمنها الفيديو جراف. واعتمدت الأداة على التحليل السيميائي لفحص كيفية توظيف الصور، والألوان، والرموز، والنصوص، والعناصر الجرافيكية، والحركة، والصوت، في بناء الرسالة البصرية وإنتاج المعنى، وذلك في ضوء الإطار النظري للدراسة، بما يساهم في تفسير خصائص المحتوى والإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها.

قامت الباحثة بتطوير استمارة تحليل محتوى كفي مهيكله لتحليل مقاطع الفيديو المختارة بشكل منهجي. تتضمن الأداة من حيث: **المعلومات العامة عن الفيديو جراف** : (المصدر - المدة الزمنية للفيديو - فئة الموضوع - نوع قالب الفيديو - منصة النشر - جودة الفيديو). تُعرّف "المعلومات العامة للفيديو جراف" إجرائياً بأنها البيانات الوصفية الأساسية الخاصة بكل مقطع خاضع للدراسة، وتتضمن متغيرات رئيسية مثل: تاريخ النشر، والمدة الزمنية، والمحور الموضوعي الأساسي. ويهدف رصد هذه المؤشرات التعريفية إلى حصر مفردات العينة وتصنيفها، تمهيداً لإجراء عمليتي التحليل الكمي والكيفي.

والعناصر المستخدمة لسرد القصة بصرياً: (الفيديوهات - الصور - رسوم متحركة - رسم بياني - رسومات ثلاثية الأبعاد - رموز - المؤثرات الصوتية - المؤثرات البصرية - موسيقى في الخلفية - التعليق الصوتي - نصوص قصيرة). تُعرّف "عناصر السرد البصري" إجرائياً بأنها المنظومة السمعية والمرئية التي يركز عليها الفيديو جراف في بناء وتطوير الحبكة ونقل الرسالة الإعلامية؛ وتتنوع بين الصور، والنصوص، والرسوم المتحركة، والمؤثرات اللونية، والحركية، والسمعية. وجرى قياس هذا المتغير من خلال رصد طبيعة هذه المكونات وتحليل آليات دمجها وتكاملها لتشكيل التدفق القصصي وإيصال المعنى للمتلقى.

وأخيراً الجودة الفنية والبصرية للفيديو : (كفاءة زوايا الكاميرا - كفاءة حركة الكاميرا - كفاءة حجم اللقطة - كفاءة التأطير - كفاءة الإضاءة). تُعرّف "الجودة الفنية والبصرية" إجرائياً بأنها القيمة الإنتاجية والإخراجية للمقطع، والتي تُقاس من خلال مؤشرات محددة تشمل: درجة وضوح الصورة، وتناغم المزيج اللوني، وبراعة التصميم الجرافيكي، واتزان التكوين البصري، وسلاسة الحركات والانتقالات، ونقاء الصوت. وجرى قياس هذا المتغير عبر رصد هذه الخصائص وتقييم مدى تكاملها في تقديم رسالة اتصالية واضحة وجذابة للمشاهد.

3.5.3 أداة التحليل السيميائي للفيديو جراف:

يُستكمل في هذا القسم التحليلان الكمي والكيفي عبر تقديم تحليل سيميائي مرئي معمق ومنهج لمفردات عينة الدراسة البالغ عددها (21) فيديو جراف لتدعيم المنهج المستخدم في الدراسة وتكوين صورة أكثر عمقا حول الظاهرة المدروسة. يستند هذا التحليل إلى الركائز المنهجية التي أرساها رولان بارت في مؤلفه "بلاغة الصورة" (Rhetoric of the Image) وما تلاها من دراسات متخصصة في تحليل الخطاب البصري، وذلك من خلال التمييز بين المستوى التعييني (Denotative Level) والمستوى التضميني (Connotative Level)؛ لضمان الكشف عن مستويات المعنى المتعددة داخل الرسالة البصرية. تستعين الدراسة أيضاً بالتصنيف السيميائي للعلامات لدى تشارلز ساندرز بيرس (Charles Sanders Peirce)، الذي يُصنف العلامات إلى ثلاثة أنماط (الأيقونة، المؤشر، الرمز)، مما يُمكن من فهم الروابط الدلالية بين العناصر المرئية والسياقات الثقافية والسياسية والاجتماعية. تُفَعِّل الباحثة بناءً على ذلك نموذجاً تحليلياً ثلاثي الأبعاد، يربط

بين الوصف البصري المباشر، وتحليل الدلالات الضمنية، والسياق المنتج للخطاب، وهو النموذج الذي طُبّق على جميع فيديوهات العينة (Fauziyah et al., 2025; Sørensen et al., 2019; West, 1977).

وتُنَفَّذ عملية التحليل السيميائي عبر ثلاثة مستويات تحليلية مترابطة. يبدأ المستوى الأول بالوصف العام للفيديو، حيث تُوثق الباحثة البيانات الأساسية الخاصة بكل مفردة من مفردات العينة، وتشمل عنوان الفيديو، وتاريخ نشره، وموضوعه الرئيس، إلى جانب استعراض السياق العام الذي أُنتج في إطاره، بما يوفر الخلفية اللازمة لفهم الخطاب البصري وتحليل دلالاته. يلي ذلك المستوى الثاني، وهو القراءة التعيينية (التقريبية)، التي تُعنى بوصف العناصر المرئية والسمعية الظاهرة وصفاً مباشراً دون اللجوء إلى التأويل أو التفسير. وفي هذا المستوى تُحلّل الشخصيات الظاهرة، والنصوص المكتوبة، والألوان المستخدمة، والرموز والأيقونات، واللقطات والمشاهد، والمؤثرات البصرية والصوتية، فضلاً عن عناصر التصميم الجرافيكي، وذلك بهدف بناء وصف دقيق لمكونات الرسالة البصرية كما تظهر للمتلقّي.

أما المستوى الثالث، فيتمثل في القراءة التضمينية (الإيحائية)، التي تتجاوز الوصف المباشر إلى استكشاف المعاني الكامنة التي تنتج عن التفاعل بين العناصر البصرية والسمعية داخل الفيديو جراف. ويركز هذا المستوى على تحليل الدلالات الرمزية للألوان، ودلالات التكوين البصري، والمرجعيات الثقافية والسياسية والاجتماعية للعلامات، إلى جانب الكشف عن الرسائل الضمنية والأبعاد الأيديولوجية والخطابية للمحتوى، وتحليل مفهوم الأسطورة (Myth) وفق منظور رولان بارت، فضلاً عن تفسير أنماط تمثيل الفاعلين والأحداث داخل الخطاب البصري. واستناداً إلى هذه المستويات التحليلية، طُبّق النموذج السيميائي على جميع مفردات عينة الدراسة، حيث خُصص لكل فيديو جراف نموذج تحليل مستقل يتضمن وصفاً عاماً للفيديو، يتبعه تحليل تعييني للعناصر الظاهرة، ثم تحليل تضميني يستجلي الأبعاد الدلالية والرمزية الكامنة في بناء المعنى، بما يتيح تقديم قراءة سيميائية متكاملة للخطاب البصري الذي تنتجه منصة AJ+ عربي عبر محتوى الفيديو جراف.

3.6 إجراءات الصدق:

اتبعت الباحثة سلسلة من الإجراءات المنهجية لإثبات موثوقية أدوات الدراسة وملاءمتها للقياس، حيث كانت الخطوة الأولى هي التأكد من "صدق المحتوى" (Content Validity)، أو ما يطلق عليه "الصدق الظاهري" للبطاقة بالاستناد إلى آراء مجموعة من المحكمين والخبراء في مجال الإعلام والوسائط المتعددة، الذين يمتلكون خبرة علمية واسعة في أساليب البحث العلمي. كانت هذه الخطوة تهدف إلى تنظيم أدوات الدراسة (بطاقتي التحليل الكمي والكيفي) وتحسينها، لضمان توافق مضمونها مع تحقيق أهداف البحث والإجابة على أسئلته. ولتنفيذ ذلك، تم تقديم الأدوات في صيغتها الأولية لمجموعة من النخب الأكاديمية والخبراء في الجامعات الفلسطينية والمؤسسات المهنية.

استناداً إلى الملاحظات المهمة والتعديلات التي اقترحتها المحكمون، قامت الباحثة بإعادة تنقيح الأدوات، وقد شمل ذلك (إعادة صياغة، إضافة، أو حذف) بعض الفئات والمؤشرات، حتى تم اعتماد "بطاقة تحليل المضمون" و "بطاقة تحليل أنماط التفاعل" في صيغتهما النهائية.

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة

أولاً: تمهيد:

تتناول هذه الدراسة تحليل مضمون "الفيديوجراف" الذي تنتجه منصة (AJ+ عربي) والمنشور عبر صفحتها الرسمية على "فيسبوك"، خلال الفترة الممتدة من يونيو حتى ديسمبر 2024. وقد شملت عينة البحث (21) فيديوجراف، موزعةً على سبعة أشهر متتالية، بواقع ثلاثة فيديوهات لكل شهر بشكلٍ منتظم.

اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المضمون الكمي والكيفي معاً؛ إذ تمحورت أداة التحليل الكمي حول أربع عشرة (14) وحدة تحليلٍ رئيسيةٍ تتعلق بالمواصفات الفنية والبصرية، في حين ركزت أداة التحليل الكيفي على أربعة محاور هي: (المعلومات العامة، وأنماط التفاعل الجماهيري، والعناصر البصرية السردية، والجودة الفنية). وقد استندت الدراسة إلى إطارٍ نظريٍّ مزدوجٍ يجمع بين نظرية انتشار المبتكرات (Rogers, 2003) والنظرية السيميائية – علم العلامات (sehtraB, 1977)؛ بوصفهما إطارين مكملين لفهم آليات إنتاج المحتوى الرقمي وأثره في الجمهور.

جدول (4.1): قائمة الفيديوهات المحللة

الرقم	الشهر	عنوان الفيديو	التصنيف الموضوعي	نوع المعالجة
1	يونيو 2024	تخفيف الأحمال الكهربائية	اقتصادي / اجتماعي	توعوية
2	يونيو 2024	شو قالوا بالعبري 274 مقابل 4	سياسي / حقوقي	نقدية
3	يونيو 2024	وداع أب لطفله في الكفن بالبسكويت	حقوقي / إنساني	توعوية
4	يوليو 2024	انتقادات لافتتاح أولمبياد باريس	اجتماعي / ثقافي	نقدية
5	يوليو 2024	تبديل كسوة الكعبة	ديني / اجتماعي	توعوية
6	يوليو 2024	قضية الطالبة المغربية والكوفية	حقوقي / سياسي	نقدية
7	أغسطس 2024	استشهاد إسماعيل الغول	حقوقي / إنساني	توعوية

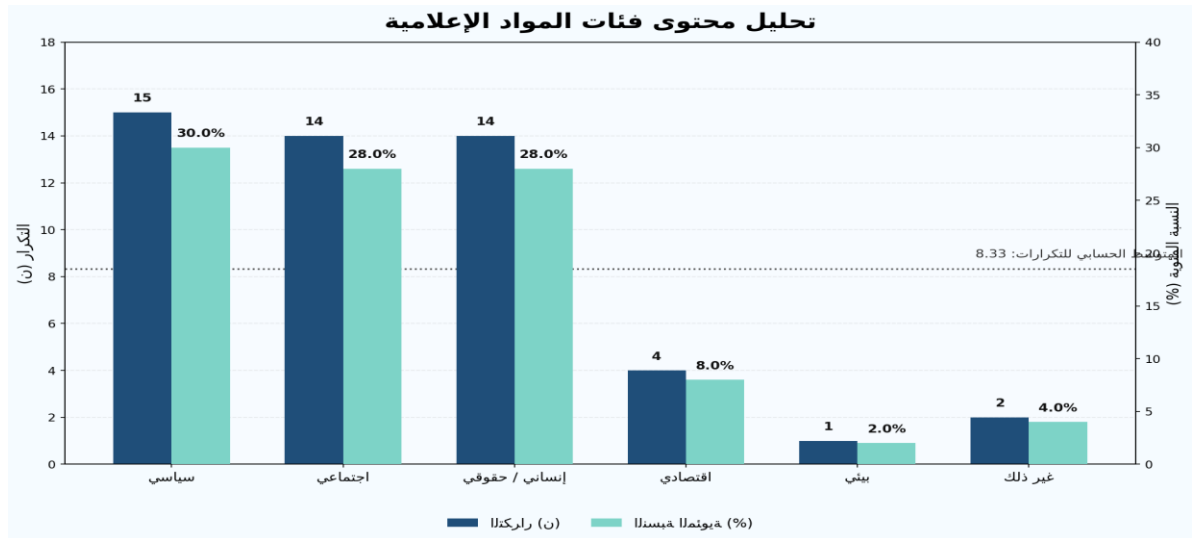
8	أغسطس 2024	إغلاق 46 ألف شركة	اقتصادي	توعوية
9	أغسطس 2024	شو قالوا بالعبري - خراب الهيكل	سياسي	نقدية
10	سبتمبر 2024	المدوان - جسيم سجن أبو غريب	حقوق / إنساني	نقدية
11	سبتمبر 2024	سلاح المقاطعة	اقتصادي / سياسي	توعوية
12	سبتمبر 2024	ماذا يحدث في الضفة الغربية؟	سياسي / حقوقي	توعوية
13	أكتوبر 2024	السليط الإخباري - سنة على 7 أكتوبر	سياسي / حقوقي	نقدية
14	أكتوبر 2024	النازحون اللبنانيون في منطقة عالية	حقوق / إنساني / اجتماعي	توعوية
15	أكتوبر 2024	شو قالوا بالعبري - أكتوبر الأسود	سياسي	نقدية
16	نوفمبر 2024	اعتداء على سيدة حامل في شيكاغو	اجتماعي / حقوقي	توعوية
17	نوفمبر 2024	لحظة... لمن يصوت العرب؟	سياسي	توعوية
18	نوفمبر 2024	إغلاق كارفور الأردن بسبب المقاطعة	اقتصادي / سياسي / اجتماعي	نقدية
19	ديسمبر 2024	المدوان - رحلة البحث عن أستاذ	اجتماعي / إنساني	توعوية

21	ديسمبر 2024	لقاء الأوبة	اجتماعي / إنساني	توعوية
----	-------------	-------------	------------------	--------

ثانياً: نتائج التحليل الكمي:

يستعرض هذا الفصل نتائج التحليل الكمي لـ (21) فيديو جراف من إنتاج منصة (AJ+ عربي)؛ وذلك من خلال جداول التكرارات والنسب المئوية لأربع عشرة (14) وحدة تحليلية، يُعقب كلٌّ منها رسمٌ بيانيٌ يُجسّد هذه النتائج، ثم تحليلٌ دلاليٌّ معمّقٌ يكشف أبرز الأنماط والتوجهات العلمية الكامنة في البيانات.

1 - وحدة تحليل "نوع المحتوى":



شكل (4.1): توزيع تكرارات وحدة "نوع المحتوى" في فيديو جراف AJ+ عربي

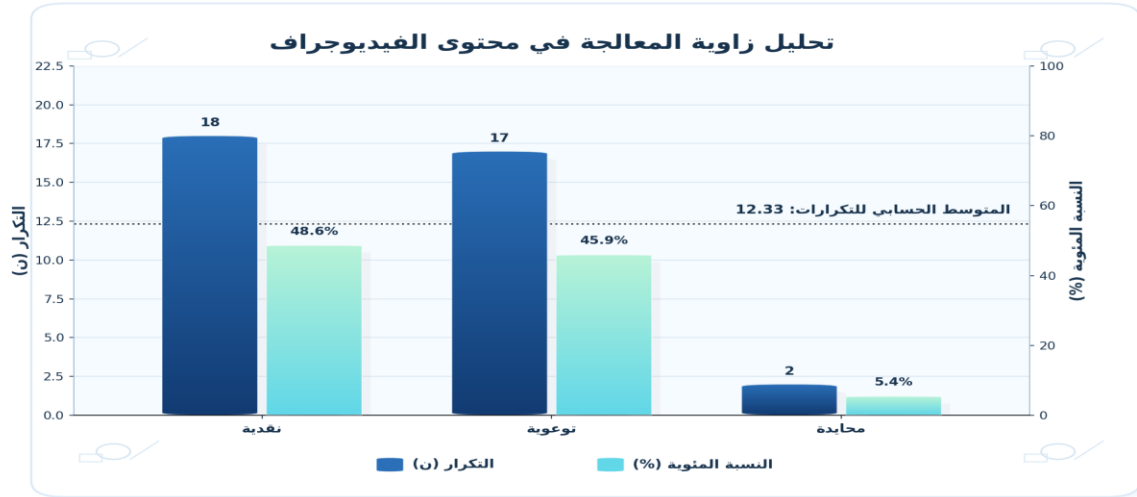
التحليل والتفسير:

تُشير النتائج إلى أن المحتوى السياسي جاء في المرتبة الأولى بتكرار (15) مرة، ونسبة 30.0% من إجمالي التكرارات المرصودة في هذه الوحدة؛ يليه كلٌّ من المحتوى الاجتماعي والمحتوى الحقوقي/الإنساني بتكرار (14) مرة ونسبة 28.0% لكلٍّ منهما، ثم المحتوى الاقتصادي بتكرار (4) مرات ونسبة 8.0%، فئة "غير ذلك" بتكرارين بنسبة 4.0%، وأخيراً المحتوى البيئي بتكرار مرة واحدة بنسبة 2.0%. وقد احتُسبت هذه النتائج وفق منطق التكرار التراكمي للفئات داخل الفيديو الواحد؛ أي إن الفيديو الذي يجمع أكثر من مضمون يُحتسب مرةً في كل فئة يظهر فيها.

يعكس هذا التوزيع التوجه التحريري الاستراتيجي لمنصة (AJ+ عربي) نحو المزج بين البعد السياسي والبعد الحقوقي/الإنساني؛ بوصفهما المجالين الأكثر قدرة على تمثيل هوية المنصة التحريرية، مع حضور ثانوي للمضامين

الاجتماعية والاقتصادية، و غياب شبه كامل للطابع البيئي المستقل. ويُشير ذلك إلى أن المنصة لا تتعامل مع القضايا بوصفها موضوعاتٍ خدميةٍ معزولة، بل تُعيد تأطيرها غالباً داخل سياقات صراعٍ وحقوقٍ وعدالةٍ ومعنىٍ عام يتجاوز الحدث المباشر.

2 - وحدة تحليل "زاوية المعالجة":



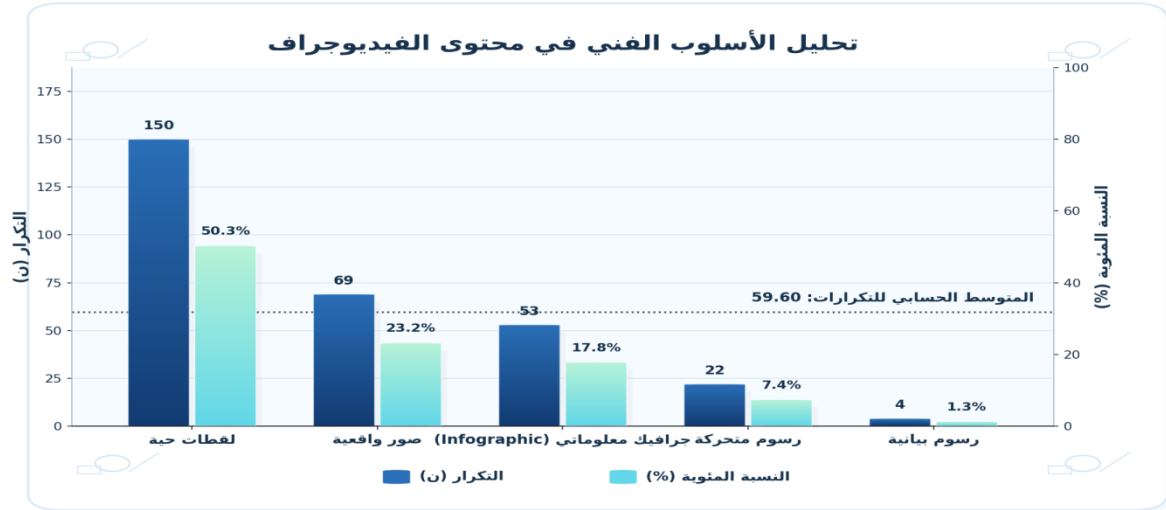
شكل (4.2): توزيع تكرارات وحدة "زاوية المعالجة" في فيديو جراف AJ+ عربي

التحليل والتفسير:

تُظهر النتائج تقارباً شديداً بين الزاويتين النقدية والتوعوية؛ إذ سجّلت المعالجة النقدية (18) تكراراً بنسبة 48.6% من إجمالي التكرارات المسجلة في هذه الوحدة، تلتها المعالجة التوعوية بـ (17) تكراراً ونسبة 45.9%، بينما جاءت المعالجة المحايدة في مرتبة متأخرة جداً بتكرارين فقط ونسبة 5.4%. يُشير هذا التوازن الدقيق بين النقدية والتوعوية إلى فلسفة تحريرية ناضجة؛ فالمنصة لا تكتفي بنقل المعلومة أو الحدث، بل تسعى في آنٍ واحدٍ إلى تفكيك السرديات الرسمية (البعد النقدي)، وتعزيز وعي الجمهور وتمكينه من أدوات الفهم والتأثير (البعد التوعوي). وقد أكدت دراسة "سباق ومعطائه" (2024) أن قناة "الجزيرة" تعتمد الأساليب التحليلية والعقلانية في تغطيتها، وهو ما ينعكس جلياً على طبيعة معالجة AJ+ عربي بوصفها منصة شقيقة في المنظومة الإعلامية ذاتها.

أما انحسار المحتوى المحايد، فدلالته المنهجية واضحة؛ إذ إن الحياد الكامل لا يتوافق مع طبيعة المحتوى الذي تتناوله المنصة في سياق صراعات إنسانية حية، وهذا ما حاولت دراستنا التعمق في تفسيره عبر إثبات أن المعالجة النقدية والتوعوية يتكاملان ولا يتضادان في الخطاب الإعلامي للمنصة، وأن التوازن بينهما يشكل استراتيجية فاعلة لتحقيق التأثير الجماهيري دون الوقوع في شرك الدعاية أحادية الاتجاه.

3 - وحدة تحليل "الأسلوب الفني":



شكل (4.3): توزيع تكرارات وحدة "الأسلوب الفني" في فيديو جراف AJ+ عربي

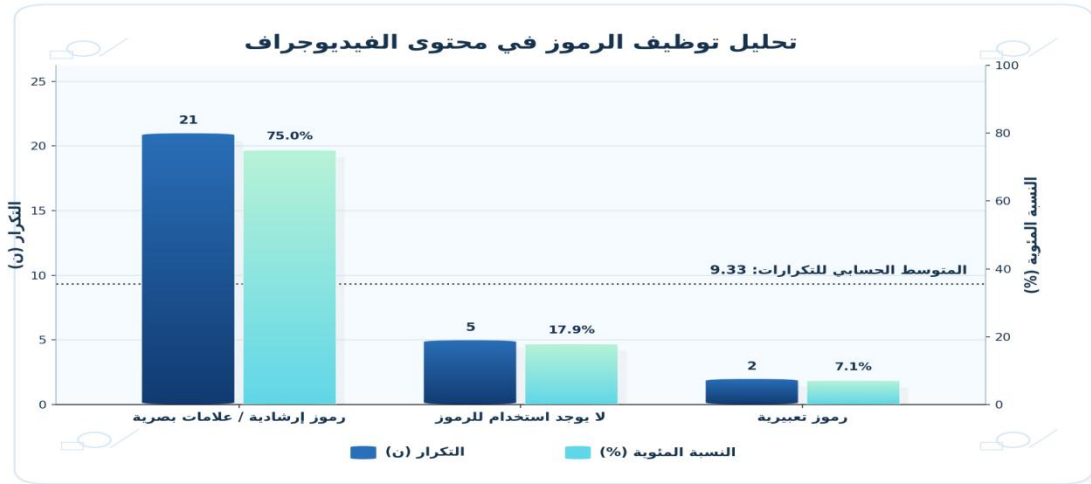
التحليل والتفسير:

تُهيمن اللقطات الحية على الأسلوب الفني بنسبة 50.3% من إجمالي التوظيفات المرصودة في هذه الوحدة؛ مما يُشير إلى أن "الواقعية البصرية" هي الركيزة الأولى التي تبني عليها المنصة مصداقيتها مع جمهورها. وتلتها الصور الواقعية بنسبة 23.2%، ثم "الجرافيك المعلوماتي" بنسبة 17.8%، فالرسوم المتحركة بنسبة 7.4%، فيما جاءت الرسوم البيانية في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.3% فقط.

يُمثل الجمع بين اللقطات الحية والصور الواقعية رصيذاً وثائقيًا وتوثيقياً لا غنى عنه، فيما يُضيف "الجرافيك المعلوماتي" طبقةً تفسيريةً تُحوّل المعلومة الخام إلى فهمٍ مُرتّب. ويتوافق هذا النمط الهجين مع ما أشارت إليه دراسة "مطالع" (2022) من أن "الفيديو جراف" الفعّال يعتمد المزج بين الواقعية التوثيقية والتصميم المعلوماتي؛ لتحقيق أقصى درجات الاستيعاب والأثر.

ومن المنظور السيميائي الذي تتبناه دراستنا استناداً إلى Barthes (1977)، فإن اللقطات الحية تؤدي وظيفة "التثبيت الدلالي" (Anchorage) التي تربط الصورة بمرجعٍ واقعي لا يقبل التشكيك، بينما يؤدي "الجرافيك المعلوماتي" وظيفة "الإرسال" (Relay) التي تُوجّه تفسير المشاهد نحو قراءةٍ محددة. وهذا التوليف بين الوظيفتين هو ما يمنح "فيديو جراف" (AJ+ عربي) قوته الإقناعية؛ وهو ما أغفلته الدراسات السابقة كدراسة الزهراني وعطية (2019) حين اكتفت بوصف الأسلوب الفني دون سبر أعماق الدلالة.

4 - وحدة تحليل "توظيف الرموز":



شكل (4.4): توزيع تكرارات وحدة "توظيف الرموز" في فيديو جراف AJ+ عربي

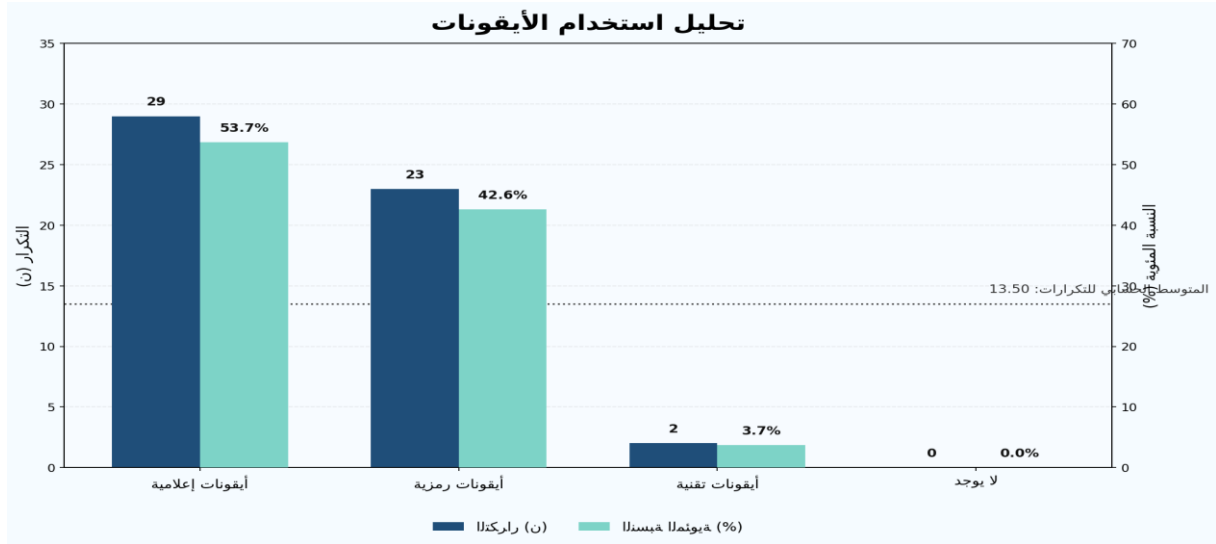
التحليل والتفسير:

هيمنت الرموز الإرشادية والعلامات البصرية بنسبة 75.0% من إجمالي الرموز المستخدمة؛ مما يكشف عن توجه وظيفي واضح في توظيف الرمز داخل "فيديو جراف" (AJ+ عربي). وفي المقابل، بلغت نسبة غياب الرموز 17.9%، بينما لم تتجاوز الرموز التعبيرية 7.1%؛ وهو ما يؤكد أن المنصة تُفضّل الرموز ذات الوظيفة التوجيهية والمعرفية على الرموز الوجدانية الخفيفة.

تكشف هيمنة الرموز الإرشادية عن وعي سيميائي متقدم لدى فريق الإنتاج؛ فالرمز الإرشادي يُنشئ علاقة مباشرة بين الدال والمدلول، تُيسر على المشاهد الاستيعاب الفوري دون الحاجة إلى وساطة ثقافية معقدة. أما "سيميائية الغياب" التي تكشف عنها نسبة 23.8% الخالية من الرموز، فتُشير إلى أن المنصة تُدرك أن الفيديوهات التوثيقية الخام لا تحتاج إلى رموز مضافة؛ لأن الواقع المُصوّر هو نفسه الرمز الأقوى.

وتتوافق هذه النتيجة مع ما رصده حومرو على وعبد الكريم (2022) من توجه شبكة "الجزيرة" نحو الاقتصاد البصري في توظيف الرموز. وما حاولت دراستنا أن نُضيفه هو تحليل الوظيفة الاستراتيجية للتوليف بين هذين النمطين (الرمز والغياب الرمزي) في خلق تنوع أسلوبِي يُجنّب المنصة خطر الرتابة البصرية التي تُحذر منها "نظرية انتشار المبتكرات" (sregoR, 2003)؛ حين تُشير إلى أن التعقيد الزائد يُعرقّل التبني الجماهيري.

5 - وحدة تحليل "استخدام الأيقونات":



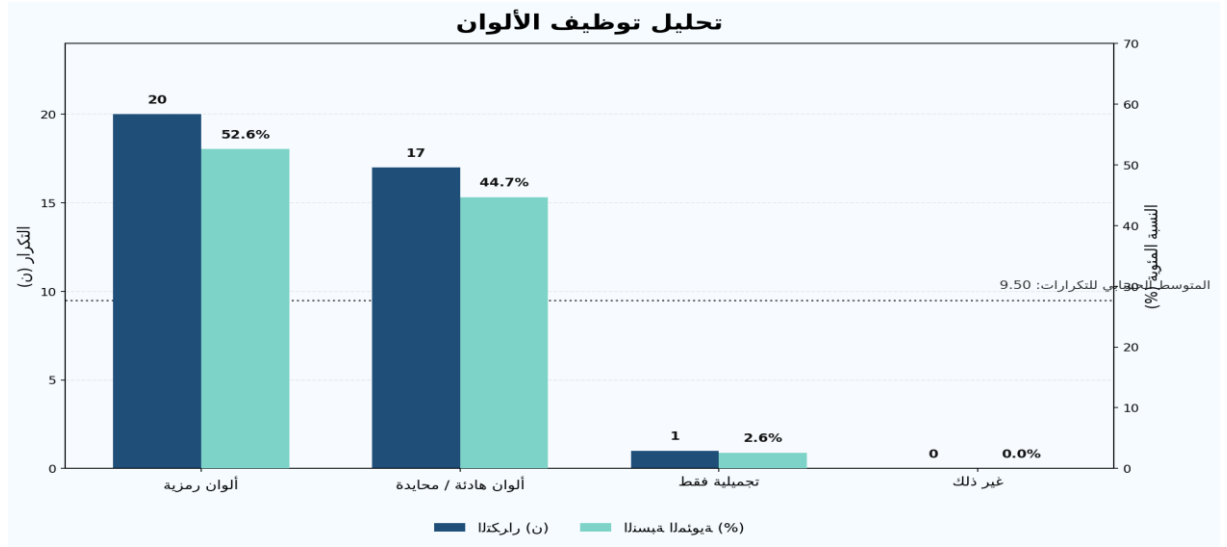
شكل (4.5): توزيع تكرارات وحدة "استخدام الأيقونات" في فيديو جراف AJ+ عربي

التحليل والتفسير:

تتصدر الأيقونات الإعلامية المشهد بنسبة 53.7% من إجمالي الأيقونات المرصودة، تليها الأيقونات الرمزية بنسبة 42.6%، ثم الأيقونات التقنية بنسبة 3.7% فقط؛ فيما لم تُسجَل أي حالة ضمن فئة "لا يوجد" (0.0%). ويكشف هذا التوزيع عن اعتماد المنصة على الأيقونة بوظيفتين متكاملتين: وظيفة إعلامية تفسيرية تُيسّر الفهم السريع، ووظيفة رمزية تُكثّف المعنى وتحمله أبعداً إيحائية أعمق.

يُمثّل التوازن بين الأيقونات الإعلامية والرمزية معادلةً بصريةً دقيقةً تجمع بين الوضوح التواصلّي والعمق الدلالي؛ فـ"المفتاح" يحمل دلالة الكشف والإفصاح، و"العدسة" تشير إلى المراقبة والرصد، و"القفل" يُشير إلى القيود والحصار، وكلها رموزٌ تُعرّف (AJ+ عربي) بهويتها الاستقصائية الناقدة. إن المنصة تُحقّق التوازن بدرجة عالية من الوعي التصميمي. كما أن غياب فئة "لا يوجد" يُشير إلى أن الأيقونة ليست عنصراً هامشياً في بناء الرسالة البصرية، بل مكوناً شبه ثابت في بنية العرض.

6 - وحدة تحليل "توظيف الألوان":



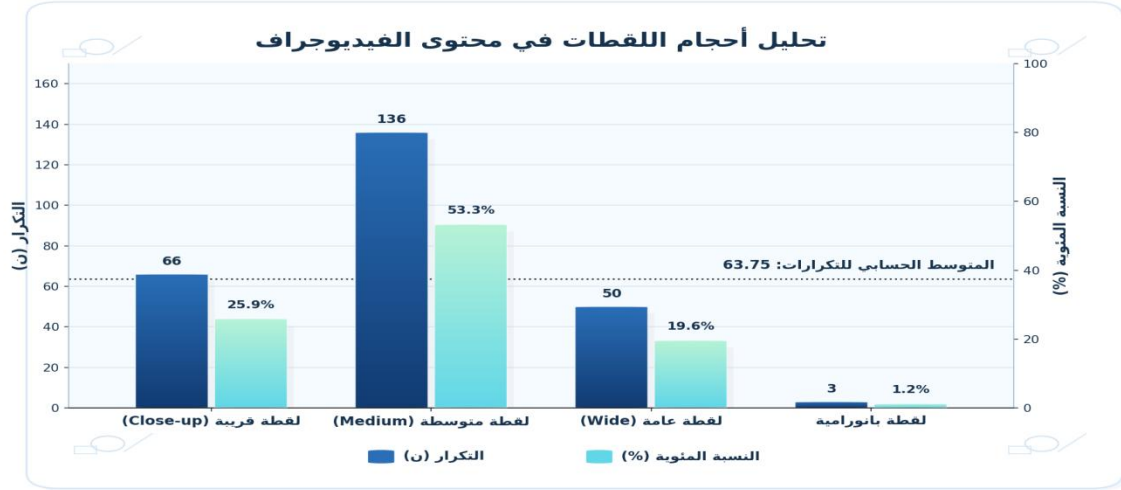
شكل (4.6): توزيع تكرارات وحدة "توظيف الألوان" في فيديوجراف AJ+ عربي

التحليل والتفسير:

تُمثّل الألوان الرمزية الفئة الأعلى حضوراً بنسبة 52.6% من إجمالي أنماط التوظيف اللوني، تليها الألوان الهادئة/المحايدة بنسبة 44.7%، فيما جاءت الألوان التجميلية فقط بنسبة 2.6%، بينما لم تُسجّل أي حالة ضمن فئة "غير ذلك" (0.0%). ويُشير هذا التقارب النسبي بين اللون الرمزي واللون الهادئ إلى أن (AJ+ عربي) تُدير خطابها البصري عبر موازنة دقيقة بين شحنة الدلالة والانضباط الجمالي.

تؤكد هيمنة الألوان الرمزية بنسبة 52.6% أن المنصة تمتلك منظومةً لونيةً تحريريةً واعيةً ومدرّسةً؛ فاللون "الأحمر" يُشيع في سياقات الحرب والطوارئ والخسائر البشرية، بينما تُستخدم الألوان الهادئة والمحايدة بنسبة 44.7% بوصفها خلفيةً تنظّم المشهد وتمنع التشنّج وتُبقي التركيز على الفكرة المركزية. بهذا المعنى، لا يعمل اللون هنا كزخرفةٍ بصريةٍ، بل كأداةٍ دلاليةٍ لإدارة العاطفة والإيقاع والإدراك؛ كما أن غياب فئة "غير ذلك" يؤكد انتظام الاختيارات اللونية داخل أنماطٍ محددةٍ وواضحةٍ.

7 - وحدة تحليل "أحجام اللقطات":



شكل (4.7): توزيع تكرارات وحدة "أحجام اللقطات" في فيديو جراف AJ+ عربي

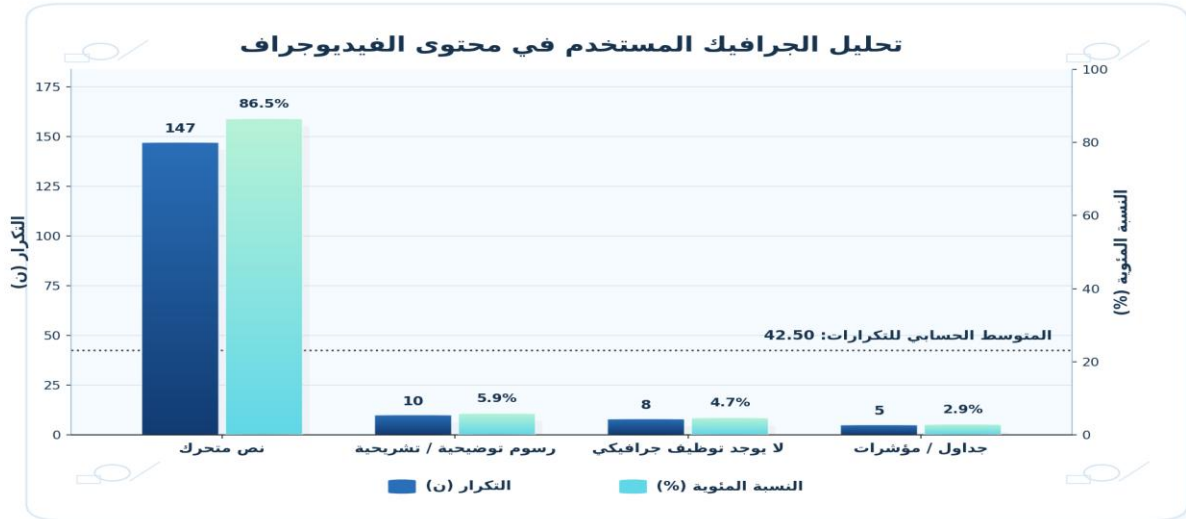
التحليل والتفسير:

تتصدر اللقطة المتوسطة قائمة أحجام اللقطات بنسبة 53.3% من إجمالي اللقطات المرصودة، تليها اللقطة القريبة بنسبة 25.9%، ثم اللقطة العامة بنسبة 19.6%؛ في حين جاءت اللقطة البانورامية بنسبة محدودة بلغت 1.2% فقط. ويكشف هذا التوزيع عن تفضيل واضح للقطات التي توازن بين حضور الشخص/العنصر وبين بقاء السياق المحيط مرئياً وقابلاً للفهم.

يُشير التوازن بين اللقطة القريبة واللقطة المتوسطة إلى استراتيجية بصرية ثنائية المستوى؛ فاللقطة المتوسطة تُحقق التوازن بين إظهار لغة الجسد وتعابير الوجه، بينما تُقرب اللقطة القريبة المشاهد من التجربة الإنسانية الخام، وتُنشئ ذلك الاتصال العاطفي المباشر. وقد أشارت أبحاث علم الاتصال البصري إلى أن اللقطة القريبة تُطلق استجابة عاطفية أشد مما تُحدثه اللقطات الأبعد؛ وهو ما يُفسر جزئياً الأرقام الضخمة في مشاهدات فيديوهات المنصة.

وما أضافته دراستنا إلى ما سبقها من أعمال كدراسة محمد (2017)، هو الكشف عن الترابط البنوي بين أحجام اللقطات وزوايا المعالجة الموضوعاتية؛ إذ وجدنا أن الفيديوهات "النقدية" تُكثر من اللقطة القريبة لتجسيد التأثير الإنساني للقرارات السياسية، بينما تلجأ الفيديوهات "التوعوية" بشكل أكبر إلى اللقطة المتوسطة؛ لإيجاد مسافة تأملية بين المشاهد والحدث.

8- وحدة تحليل "الجرافيك المستخدم":



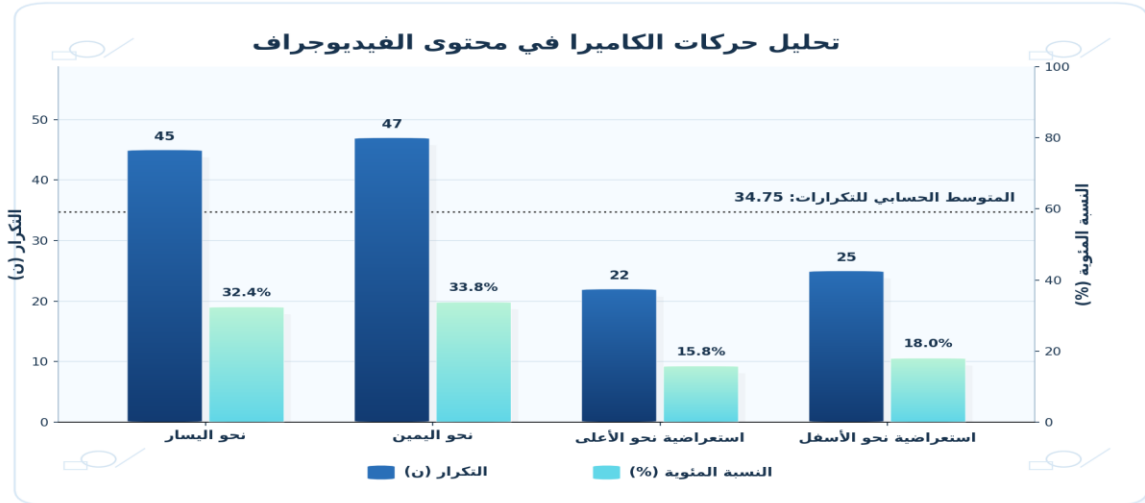
شكل (4.8): توزيع تكرارات وحدة "الجرافيك المستخدم" في فيديو جراف AJ+ عربي

التحليل والتفسير:

يُهيمن "النص المتحرك" على قائمة الجرافيك المستخدم بنسبة 86.5% من إجمالي التوظيفات الجرافيكية؛ وهو ما يُمتثل البصمة الأكثر وضوحاً لمنصة (AJ+ عربي) في بناء خطابها البصري. وتلتها الرسوم التوضيحية/التشريحية بنسبة 5.9%، ثم غياب التوظيف الجرافيكي بنسبة 4.7%، وأخيراً الجداول/المؤشرات بنسبة 2.9% فقط.

يُجسّد الاعتماد على النص المتحرك بنسبة 86.5% استراتيجية "إتاحة شاملة" للمحتوى؛ إذ يكفل نقل الرسالة الأساسية حتى في حالات المشاهدة الصامتة أو السريعة على المنصات الاجتماعية. كما أن محدودية حضور الجداول/المؤشرات والرسوم التوضيحية تُظهر أن (AJ+ عربي) تُفضّل السرد البصري المختزل والسريع على العرض الإحصائي الكثيف؛ بما ينسجم مع طبيعة الاستهلاك الرقمي الخاطف.

9 - وحدة تحليل "حركات الكاميرا":



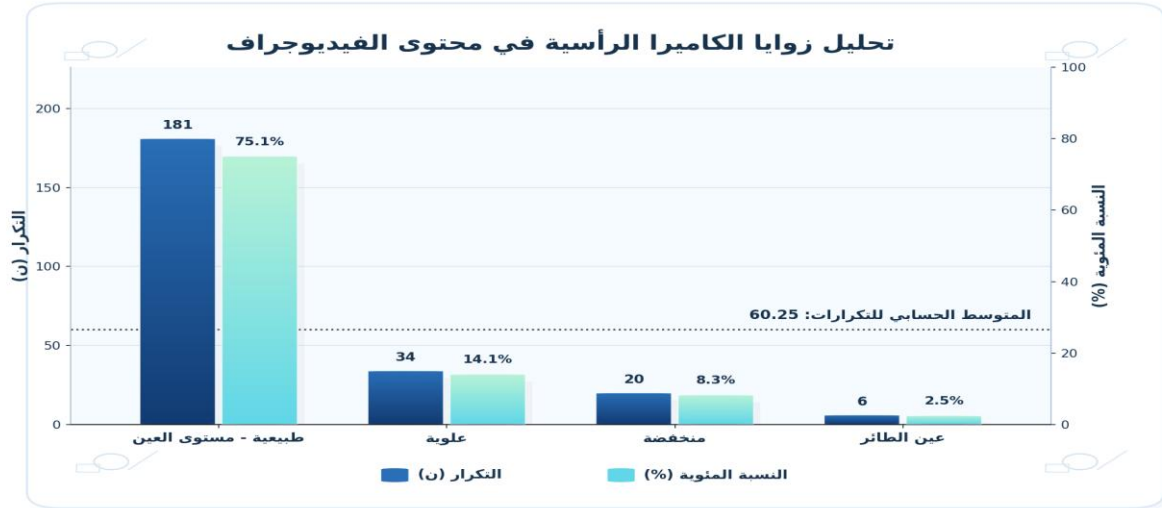
شكل (4.9): توزيع تكرارات وحدة "حركات الكاميرا" في فيديو جراف AJ+ عربي

التحليل والتفسير:

تتقارب حركات الكاميرا الأفقية في الصدارة؛ إذ سجّلت الحركة نحو اليمين (47) تكراراً بنسبة 33.8%، والحركة نحو اليسار (45) تكراراً بنسبة 32.4% من إجمالي الحركات المرصودة. أما الحركة الاستعراضية نحو الأسفل فبلغت 18.0%، في حين جاءت الحركة الاستعراضية نحو الأعلى بنسبة 15.8%. ويُشير ذلك إلى اعتماد ديناميّة بصرية متوازنة تقوم على الحركة الأفقية بوصفها النمط الأكثر ملاءمةً للسرد الإخباري التفسيري.

يُجسّد التقارب بين الحركتين الأفقيتين (اليمين 33.8% / اليسار 32.4%) استراتيجية بصرية تُضفي على الفيديو حيوية ودينامية دون الإخلال بمبدأ الاتزان البصري الذي يُريح العين العربية المعتادة على النسق الأفقي في القراءة. كما أن بقاء الحركات الرأسية في نطاق محدود يعكس حرصاً على الاقتصاد الحركي وتجنّب المبالغة التي قد تُضعف الجدية الإخبارية.

10 - وحدة تحليل "زوايا الكاميرا الرأسية":



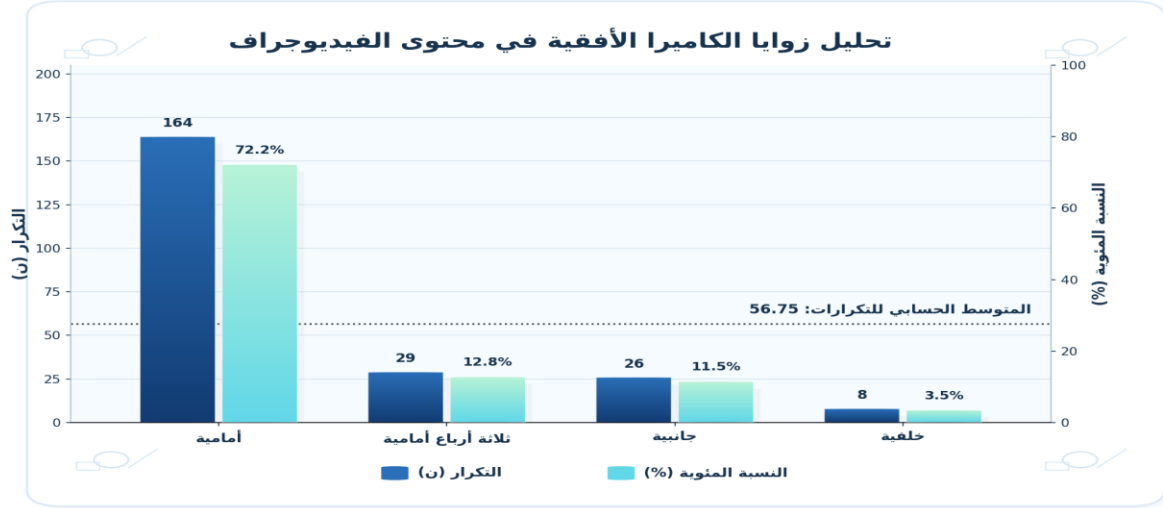
شكل (4.10): توزيع تكرارات وحدة "زوايا الكاميرا الرأسية" في فيديو جراف AJ+ عربي

التحليل والتفسير:

تتصدر زاوية مستوى العين الطبيعية المشهد بنسبة 75.1% من إجمالي زوايا الكاميرا الرأسية، تليها الزاوية العلوية بنسبة 14.1%، ثم الزاوية المنخفضة بنسبة 8.3%، وأخيراً زاوية عين الطائر بنسبة 2.5%. ويكشف هذا التوزيع عن ميل واضح نحو الخطاب البصري القائم على الألفة والقرب وإيهام المشاهد بأنه داخل الحدث لا فوقه.

تُنتج هيمنة زاوية مستوى العين الطبيعية (75.1%) علاقةً نديّةً تُساوي بين المُقدّم والمشاهد، وتخلق ذلك الشعور بالخطاب المباشر الذي يُعزز المصداقية والثقة ويجعل المتلقي شريكاً في الحدث لا مجرد متفرجٍ عليه. أما الزوايا العلوية والمنخفضة فتؤدي أدواراً مساندةً تُستخدم عند الحاجة إلى إظهار السيطرة أو الهشاشة أو توسيع الحقل الدلالي للمشاهد.

11 - وحدة تحليل "زوايا الكاميرا الأفقية":



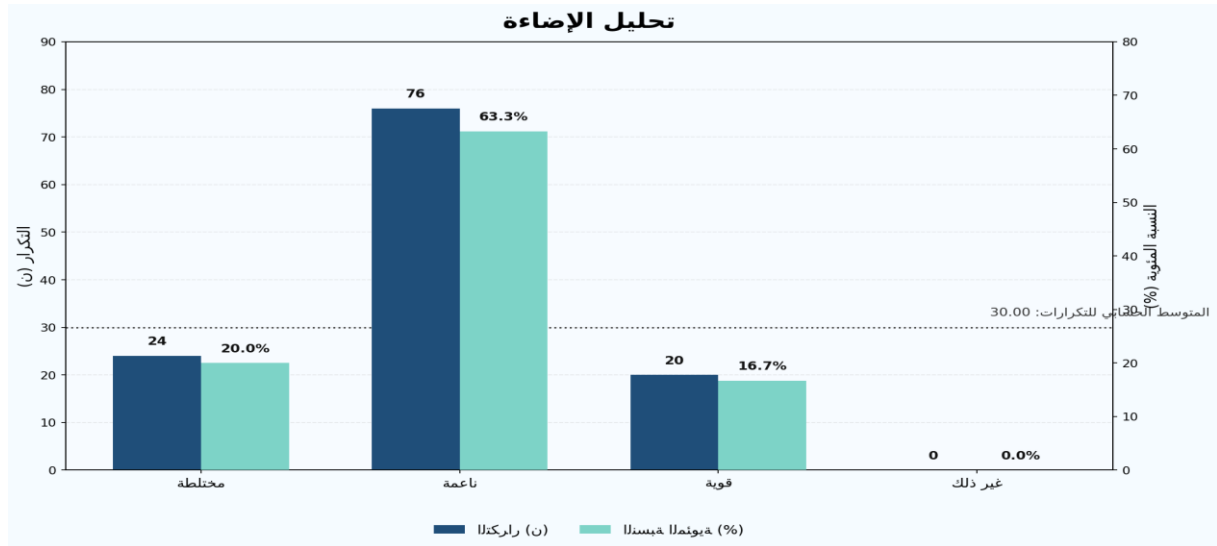
شكل (4.11): توزيع تكرارات وحدة "زوايا الكاميرا الأفقية" في فيديو جراف AJ+ عربي

التحليل والتفسير:

تسيطر الزاوية الأمامية المباشرة بنسبة 72.2% من إجمالي زوايا الكاميرا الأفقية، تليها زاوية ثلاثة أرباع أمامية بنسبة 12.8%، ثم الجانبية بنسبة 11.5%، وأخيراً الخلفية بنسبة 3.5%. ويشير هذا التوزيع إلى أن المنصة تفضل المواجهة البصرية المباشرة، مع توظيف محدودٍ للزوايا الالتفافية أو الخلفية لأغراضٍ تنويريةٍ أو دراميةٍ.

تُجسّد هيمنة الزاوية الأمامية المباشرة (72.2%) خيار المواجهة الشفافة مع الجمهور وتمنح المحتوى صفة الخطاب الصريح. وإذا أضفنا زاوية ثلاثة أرباع أمامية (12.8%) فإننا ندرك أن الفريق يبني تجربةً بصريةً قائمةً على الانفتاح والمصادقية، فيما تبقى الزوايا الجانبية والخلفية أدواتٍ فرعيةً تُستخدم حين تستلزم البنية السردية قدراً من التدرج أو الإيحاء أو المراقبة البصرية من الخارج.

12 - وحدة تحليل "الإضاءة":



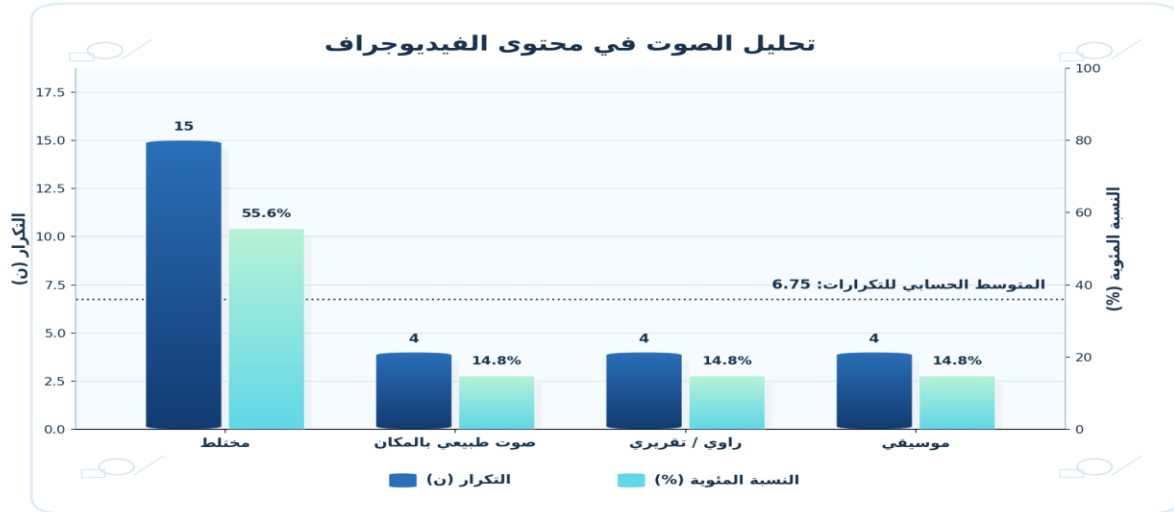
شكل (4.12): توزيع تكرارات وحدة "الإضاءة" في فيديو جراف AJ+ عربي

التحليل والتفسير:

تُهيمن الإضاءة الناعمة على المشهد الضوئي بنسبة 63.3% من إجمالي أنماط الإضاءة المرصودة، تليها الإضاءة المختلطة بنسبة 20.0%، ثم الإضاءة القوية بنسبة 16.7%، بينما لم تُسجَل أي حالة ضمن فئة "غير ذلك" (0.0%). ويكشف ذلك عن ميل واضح إلى بناء صورة بصرية مريحة ومتوازنة تحافظ على وضوح العنصر الإنساني دون افتعالٍ أو خشونة ضوئية زائدة.

تُهيمن الإضاءة الناعمة (63.3%) بما يعكس تفضيلاً جمالياً ومهنياً يُناسب الطابع التفسيري والإنساني للمنصة، ويُبقي التركيز على الوجوه والعناصر المركزية دون إرباكٍ بصريٍّ. أما الإضاءة المختلطة فتظهر بوصفها استجابةً لتنوع البيئات والمواقف التصويرية، في حين تبقى الإضاءة القوية خياراً وظيفياً محدوداً يُستخدم عند الضرورة التعبيرية أو الميدانية. كما أن غياب فئة "غير ذلك" يدل على أن أنماط الإضاءة الموظفة جاءت ضمن خياراتٍ إنتاجية واضحة ومحددة.

13 - وحدة تحليل "الصوت":



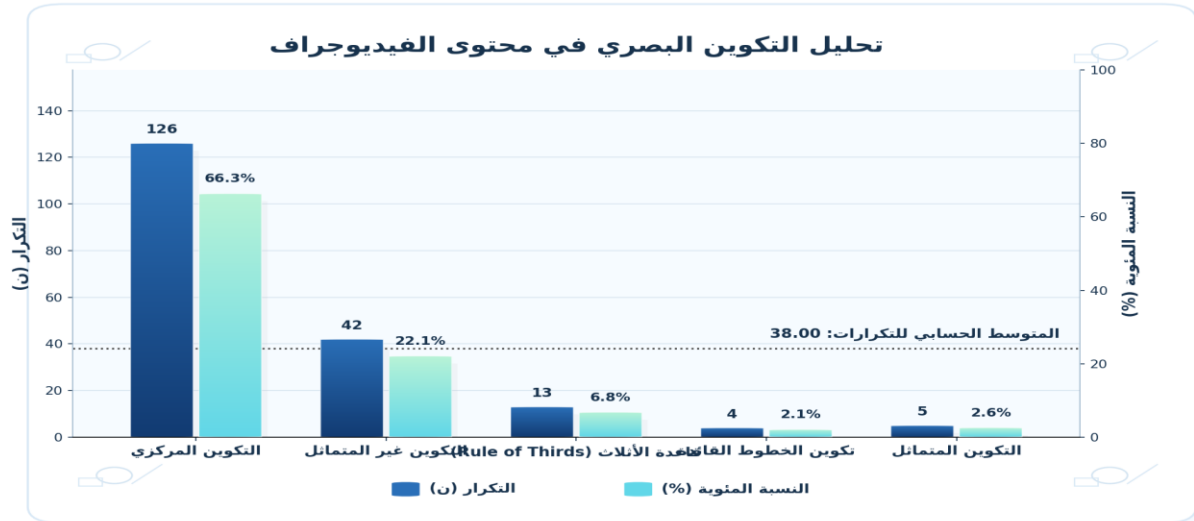
شكل (4.13): توزيع تكرارات وحدة "الصوت" في فيديو جراف AJ+ عربي

التحليل والتفسير:

يُهيمن الصوت المختلط على 55.6% من إجمالي الأنماط الصوتية المسجلة، تلاه كلٌّ من الصوت الطبيعي بالمكان، والراوي/التقريرري، والموسيقى بنسبةٍ متساويةٍ بلغت 14.8% لكل فئةٍ. ويُشير هذا التوزيع إلى أن المنصة تميل إلى المزج السمعي المركّب الذي يجمع بين الشرح والتأثير والانغماس الواقعي داخل المشهد.

يعكس الصوت المختلط (55.6%) التوجه نحو بناء تجربةٍ صوتيةٍ متعددة الطبقات، تجمع بين التعليق التقريرري والموسيقى والمؤثرات الصوتية الطبيعية. ويتجلى في هذه النتيجة فهمٌ عميقٌ لمتطلبات الجمهور الرقمي الذي يحتاج إلى سياقٍ سمعيٍّ غنيٍّ يُثري التجربة البصرية من دون أن يطغى عليها، فيما يظل حضور الصوت الطبيعي والراوي والموسيقى منفردةً حضوراً وظيفياً مسانداً لا مركزياً.

14 - وحدة تحليل "التكوين البصري":



شكل (4.14): توزيع تكرارات وحدة "التكوين البصري" في فيديو جراف AJ+ عربي

التحليل والتفسير:

يُشكّل التكوين المركزي المرجعية البصرية الأولى بنسبة 66.3% من إجمالي أنماط التكوين المرصودة، تلاه التكوين غير المتماثل بنسبة 22.1%، ثم قاعدة الأثلاث بنسبة 6.8%، فالتكوين المتماثل بنسبة 2.6%، وأخيراً تكوين الخطوط القائدة بنسبة 2.1%. ويُظهر هذا التوزيع بوضوح أن المنصة تُراهن على وضع العنصر الرئيس في بؤرة الإدراك البصري قبل أي شيء آخر.

يُجسّد التكوين المركزي (66.3%) الفلسفة السردية القائمة على التمرکز البصري الذي يضع العنصر الأساسي في قلب الإطار ويُرسّخ حضوره المعرفي والسلطوي. كما أن بقاء التكوين غير المتماثل في المرتبة الثانية بنسبة 22.1% يدل على وجود هامشٍ محسوبٍ من التنوع البصري، لكنه لا ينافي المركزية مكانتها بوصفها القاعدة الحاكمة للخطاب المرئي لدى (AJ+ عربي).

أنماط التفاعل الجماهيري:

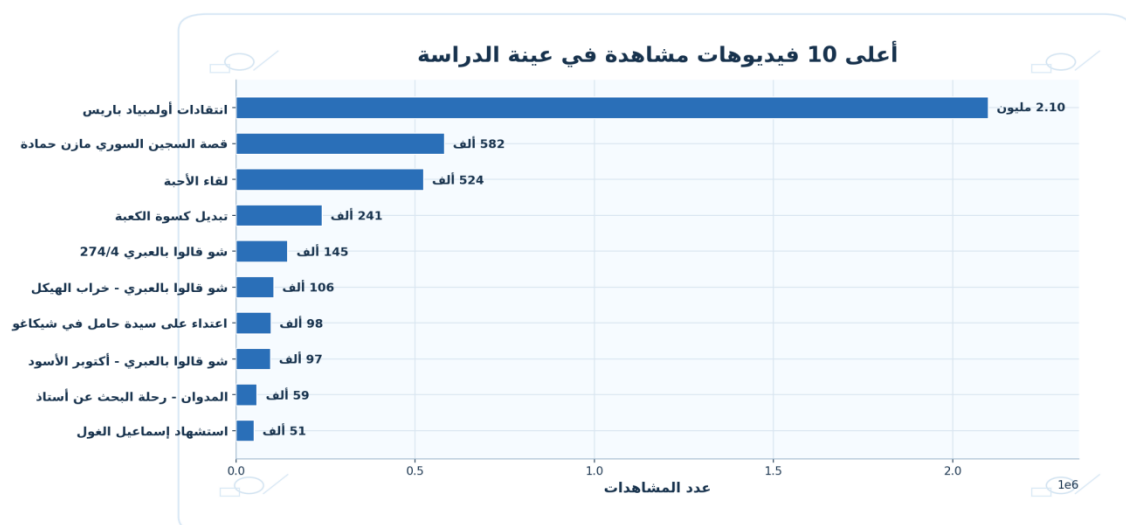
يرصد هذا القسم أنماط التفاعل الجماهيري مع فيديوهات (AJ+ عربي) الإحدى والعشرين، ويُحلّل دلالاتها الكيفية في ضوء معطيات الأرقام التفاعلية على "فيسبوك". وتكشف هذه البيانات عن تفاوتٍ لافتٍ يعكس تعدديةً في قيمة المحتوى وأبعاد التأثير.

جدول (4.2): أنماط التفاعل الجماهيري لجميع الفيديوهات المحللة (21 فيديو جراف)

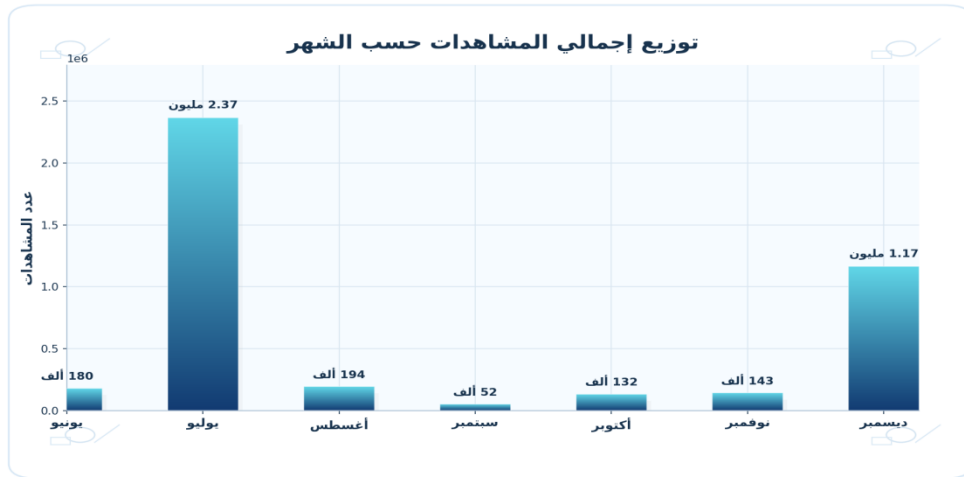
عنوان الفيديو	الشهر	المشاهدات	الإعجابات	التعليقات	المشاركات
شو قالوا بالعبري 4/274	يونيو	145,000	4,300	95	503
وداع أب لطفه في الكفن	يونيو	16,900	556	48	103
تخفيف الأحمال الكهربائية	يونيو	18,800	302	13	15
تبديل كسوة الكعبة	يوليو	241,000	3,200	384	432
قضية الطالبة المغربية والكوفية	يوليو	25,200	529	43	48
انتقادات أولمبياد باريس	يوليو	2,100,000	10,900	1,300	1,600
استشهاد إسماعيل الغول	أغسطس	51,000	1,000	38	148
إغلاق 46 ألف شركة	أغسطس	37,300	1,100	63	193

498	162	3,100	106,000	أغسطس	شو قالوا بالعبري - خراب الهيكل
27	8	212	14,700	سبتمبر	المدوان - جحيم سجن أبو غريب
54	5	319	20,600	سبتمبر	سلاح المقاطعة
64	13	368	16,100	سبتمبر	ماذا يحدث في الضفة الغربية؟
131	39	565	25,400	أكتوبر	السليط الإخباري - سنة على 7 أكتوبر
16	5	151	9,800	أكتوبر	النازيون اللبنانيون في منطقة عالية
487	127	3,700	96,700	أكتوبر	شو قالوا بالعبري - أكتوبر الأسود
95	113	731	98,000	نوفمبر	اعتداء على سيدة حامل في شيكاغو
17	22	207	19,100	نوفمبر	لحظة... لمن يصوت العرب؟
150	46	637	28,300	نوفمبر	إغلاق كارفور الأردن بسبب المقاطعة
14	23	525	58,900	ديسمبر	المدوان - رحلة

البحث عن أستاذ					
574	577	8,100	582,000	ديسمبر	قصة السجين السوري مازن حمادة
780	399	10,600	524,000	ديسمبر	لقاء الأخبة
5,952	3,521	51,095	4,232,900	—	المجموع



شكل (4.15): أعلى 10 فيديو مشاهدة في عينة الدراسة



شكل (4.16): توزيع إجمالي المشاهدات حسب الشهر

تحليل أنماط التفاعل الجماهيري:

رصدت الدراسة ثلاثة أنماطٍ سيميائية-تفاعلية متميزة تُشكّل معاً خريطة الاستجابة الجماهيرية لمحتوى (+AJ) عربي، وتكشف أن كثافة التفاعل لا ترتبط بمتغيّرٍ واحدٍ، بل تنتج من تداخل الجدول العام والحمولة الرمزية وعمق البعد الإنساني معاً.

النمط الأول: المحتوى الجدلي/النقدي واسع الانتشار:

تُحقّق الفيديوهات الجدلية ذات الارتباط المباشر بالنقاش العام أعلى مستويات الوصول، كما في "انتقادات لافتتاح أولمبياد باريس" الذي سجّل 2,100,000 مشاهدة، و"شو قالوا بالعبري 4/274" الذي بلغ 145,000 مشاهدة، و"شو قالوا بالعبري - أكتوبر الأسود" الذي حقق 96,700 مشاهدة. وتكشف هذه الأرقام أن المحتوى الذي يلامس الجدول الجمعي ويستفز الموقف العام يمتلك قابليةً عاليةً للانتشار، خصوصاً عندما يُصاغ بصرياً في هيئة نقدية سريعة ومكثفة.

النمط الثاني: المحتوى الإنساني القصصي العميق:

تحافظ الفيديوهات الإنسانية ذات السرد القصصي على كثافة تفاعلية لافتة حتى عندما لا تكون الأعلى عدداً في الوصول، كما في "قصة السجين السوري مازن حمادة" (582,000 مشاهدة) و"لقاء الأحيبة" (524,000 مشاهدة). والمفارقة هنا أن هذا النمط لا يكتفي بالمشاهدة، بل يرفع أيضاً منسوب الإعجاب والتعليق والمشاركة؛ بما يدل على أن التأثير الوجداني العميق يتحول إلى أشكالٍ متعددةٍ من الانخراط، لا إلى مشاهدةٍ عابرةٍ فقط.

النمط الثالث: المحتوى الديني والاجتماعي الرمزي:

يُمثّل فيديو "تبديل كسوة الكعبة" (241,000 مشاهدة في 26 ثانية) نموذجاً بالغ الدلالة على قوة الحمولة الرمزية الجمعية؛ فالقصر الزمني لم يحدّ من الأثر، بل أسهم في تكثيفه. وعلى الطرف المقابل، تكشف فيديوهات ذات طبيعة اجتماعية أقل

صدامية مثل "النازحون اللبنانيون في منطقة عالية" (9,800 مشاهدة) أن القيمة الإنسانية وحدها لا تضمن الانتشار إذا لم تتقاطع مع عنصر رمزي أو جدلي أو حدثي واسع التداول.

ثالثاً: التحليل الكيفي المعمق لأبرز الفيديوهات:

نموذج أول: "انتقادات لافتتاح أولمبياد باريس" - الأعلى مشاهدة (يوليو 2024):

يُمثل هذا الفيديو، بما سجّله من 2,100,000 مشاهدة، نموذجاً صريحاً لقوة المحتوى الجدلي حين يتقاطع مع قضية دينية/ثقافية تمس الإدراك الجمعي العربي. وتكمن فاعليته في معادلةٍ مركّبةٍ: مدة قصيرة، موقف واضح، رموز ثقافية قابلة للتداول، وسرد بصري مباشر لا يستهلك وقتاً طويلاً من المتلقي. لذلك جاء الحجم الهائل من التعليقات (1,300) والمشاركات (1,600) دليلاً على أن الجدل القيمي، حين يُصاغ بكثافةٍ بصريةٍ عاليةٍ، يتحول إلى وقودٍ انتشاريٍّ بالغ القوة.

نموذج ثانٍ: "قصة السجين السوري مازن حمادة" - ذروة التأثير الإنساني الاستقصائي (ديسمبر 2024):

يُجسّد هذا الفيديو بـ 582,000 مشاهدة نموذجاً متقدماً للسرد القصصي الاستقصائي الذي يجمع بين قيمة الشهادة والبعد الحقوقي والوجداني الإنساني. وتتجلّى قوته في تحويل قصةٍ فرديةٍ إلى قضيةٍ عامةٍ عبر بنيةٍ وثائقيةٍ مكثفةٍ، وهو ما يفسّر ارتفاع الإعجابات إلى 8,100 والتعليقات إلى 577 والمشاركات إلى 574. بهذا المعنى، لا يعمل الفيديو بوصفه مادةً إخباريةً فحسب، بل بوصفه شهادةً بصريةً تُحفّزُ التلقي الأخلاقي والوجداني في آنٍ واحدٍ.

نموذج ثالث: "لقاء الأوبة" - التفاعل الوجداني الخالص:

يُظهر هذا الفيديو أن المشهد الإنساني العفوي قادرٌ على توليد استجابةٍ واسعةٍ دون الاعتماد على بنيةٍ تفسيريةٍ معقدةٍ؛ فقد حقق 524,000 مشاهدة، و 10,600 إعجاب، و 708 مشاركة. وتُشير هذه المؤشرات إلى أن عفوية اللقطة الحية وصدق اللحظة قد يخلقان أثراً فورياً يتجاوز كثيراً من الصياغات الإخبارية المطوّلة؛ لأن المتلقي هنا لا يستهلك خبراً، بل يشهد لحظةً وجدانيةً مكتملةً.

نموذج رابع: "شو قالوا بالعربي" - نمط متكرر وهوية برنامجية ثابتة:

ظهرت هذه السلسلة في ثلاثة أشهر (يونيو وأغسطس وأكتوبر) بنسقٍ بصريٍّ وسرديٍّ ثابتٍ يُكسبها صفة البرنامجية الممنهجة. وقد حققت حلقاتها الثلاث 145,000 و 106,000 و 96,700 مشاهدة على التوالي، مع مشاركاتٍ مرتفعةٍ بلغت 503 و 498 و 487. ويكشف هذا الثبات عن جمهورٍ يعرف العلامة البصرية للسلسلة ويستجيب لها بوصفها قالباً موثقاً لإنتاج المعنى النقدي وإعادة تداوله.

نموذج خامس: "النازحون اللبنانيون في منطقة عالية" - ظاهرة الصمت التأملية:

يُعد هذا الفيديو (9,900 مشاهدة) حالةً لافتة؛ فعلى الرغم من أصلاته الوثائقية وعمقه الإنساني، سجل أدنى مستويات التفاعل مقارنةً ببقية عينة الدراسة. ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن المحتوى الإنساني العميق لا ينعكس بالضرورة في ارتفاع معدلات الإعجاب أو التعليق أو المشاركة، إذ قد يكتفي الجمهور بالمشاهدة دون الانخراط في تفاعلٍ ظاهرٍ.

رابعاً: الأنماط البارزة والدلالة العلمية للنتائج:

1. نمط الهوية البصرية لـ AJ+ عربي:

تتشكل الهوية البصرية للمنصة حول معادلة ثابتة تركز على ثلاثة محاور: التوثيق الواقعي (لقطات حية وصور واقعية بنسبة 50.3% و 23.2% من إجمالي توظيفات الأسلوب الفني)، والمعالجة النقدية-التوعوية (48.6% و 45.9% من إجمالي زوايا المعالجة)، والتأطير الجرافيكي النصي (نص متحرك 86.5% من إجمالي الجرافيك المستخدم). وهذه المعادلة تُنتج نوعاً من الصحافة البصرية الموجزة التي تزوج بين المصادقية وسهولة الاستهلاك والقدرة على الانتشار.

2. نمط "الثبات الأسلوبي" كاستراتيجية للولاء الجماهيري:

يُثبت استمرار سلسلة "شو قالوا بالعبري" بأسلوب بصري ثابت عبر ثلاثة أشهر أن التكرار المنهجي لبنية بصرية محددة يُشكل أداة استراتيجية لبناء الولاء الجماهيري وتكوين هوية قارئة مستدامة. وهو ما يُرسخ نظرية "انتشار المبتكرات" في مرحلة "التبني الكامل"، كما يتوافق مع مبدأ "الاتساق العلامي" الذي يرى "بارت" أنه يُنشئ "كوداً بصرياً مشتركاً" بين المُنتج والجمهور يُيسر عملية التلقي ويُعمّقها.

3. نمط الاقتصاد البصري - المدة القصيرة لا تعني التأثير القليل:

تُثبت نتائج فيديو "كسوة الكعبة" (26 ثانية) و"استشهاد الغول" (84 ثانية) أن المدة الزمنية القصيرة لا تُنقص من قيمة التفاعل حين تكون الحمولة الرمزية والوجدانية عالية. وهو ما يُرسخ مبدأ الاقتصاد البصري في الصحافة الرقمية: الكثافة الرمزية تُعوّض الكثافة الزمنية. وتتوافق هذه النتيجة مع ما خلص إليه "غريتزل" (Gretzel, 2017) من أن البيئة الرقمية تُشجع على إنتاج محتوى مكثف قصير يُعظم الأثر في أقصر وقت ممكن.

4. نمط الألوان الرمزية وإدارة العاطفة الجماهيرية:

شروع الألوان الرمزية بنسبة 52.6% يؤكد أن المنصة تعتمد لغةً بصريةً للون تتجاوز الوظيفة الجمالية إلى وظيفة إدارة العاطفة وبناء الموقف. فاللون هنا ليس خلفية محايدة، بل جزء من بنية الإقناع؛ إذ يعمل الأحمر -مثلاً- في سياقات الحرب والخطر، بينما تقوم الألوان الهادئة والمحايدة بنسبة 44.7% بوظيفة التوازن والتهدئة والتنظيم البصري.

5. قيمة الكثافة الرمزية:

أظهرت الدراسة أن المحتوى الإنساني المؤثر قد يحقق معدلات مشاهدة مرتفعة دون أن يصاحبها ارتفاع مماثل في التعليقات أو غيرها من أشكال التفاعل الظاهر، مما يشير إلى أن التأثير بالمحتوى لا ينعكس بالضرورة في المشاركة العلنية من قبل الجمهور. وتدعو هذه النتيجة إلى عدم الاقتصاد على مؤشرات التفاعل التقليدية، مثل الإعجابات والتعليقات، عند تقييم نجاح المحتوى الرقمي، بل إلى النظر أيضاً في مؤشرات أخرى، كحجم المشاهدات وسلوك المتابعة، بما يوفر فهماً أكثر شمولاً لتأثير المحتوى في البيئة الرقمية.

خامساً: التحليل السيميائي (21 صورة) من الفيديوهات:

يأتي هذا القسم استكمالاً للتحليلين الكمي والكيفي، ليقدم تحليلاً سيميائياً مرئياً معمقاً وممنهجاً لكل واحد من الفيديوهات الإحدى والعشرين التي مثلت عينة الدراسة. ويستند هذا التحليل إلى المنهجية السيميائية التي أرساها رولان بارت في كتابه "بلاغة الصورة" (1964) وفي مقالاته اللاحقة، عبر التمييز بين مستويين متكاملين من القراءة، يكشف كل منهما عن طبقة مختلفة من طبقات المعنى. ويضاف إلى مرجعية بارت السيميائية البيرسية التي تميز بين ثلاثة أنواع للعلامة (الأيقونة، المؤشر، الرمز)، بما يجعل التحليل ثلاثي الأبعاد: بصرياً ودلالياً وسباقياً. وتتكامل القراءتان البارتيّتان كالأتي (Barus et al., 2025; Thellefsen& Friedman, 2023):

التحليل السيميائي لصور الفيديوهات (21 فيديو):



صورة(4.17): الفيديو (1): شو قالوا بالعبري - 274 مقابل 4

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو ضمن السلسلة الأسبوعية "شو قالوا بالعبري" التي تعرض فيها قناة (AJ+) عربي تغطيات الإعلام العبري ومحليته، نشر في 2024/6/10 بعد عملية اقتحام مخيم النصيرات وسط قطاع غزة. يسلط الفيديو الضوء على المقارنة الصارخة بين أرقام الضحايا الفلسطينيين الذين سقطوا في العملية ومن بينهم 274 شهيداً مقابل تحرير أربعة محتجزين إسرائيليين، عبر استعراض ما قالته القنوات العبرية (يديعوت أحرونوت، القناة 13 الإسرائيلية) عن "نشوة التحرير" التي تحولت إلى جحيم على الفلسطينيين.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تتألف الصورة من تركيبة بصرية عمودية طبقية ذات خلفية سوداء مغمشة تتضمن في وسطها إطاراً تلفزيونياً بالأزرق والأبيض يظهر مجموعة من الأشخاص في حالة عناق جماعي متداخل ينطق بالفرح الممتزج بالبكاء، تبدو وجوههم متجعدة بالعواطف الجياشة. وعلى يمين الإطار تبرز شخصية تلفزيونية يرتدي بدلة رسمية في خلفية استوديو إخباري بديكور تكنولوجي يوحي بالحضور الرسمي. في منتصف الصورة يبرز نص عربي أبيض كبير بخط سميك يقول: "بدؤوا ببلورة فكرة عملية"، وفي أسفل الإطار نص آخر أصغر يقرأ: "أسرار عملية النصيرات ونشوة تحرير المحتجزين في غزة التي تحولت إلى جحيم"، وهي صياغة تكشف عن التناقض الدلالي المقصود. يظهر شعار AJ+ عربي في الزاوية العلوية اليمنى موقعاً كتوقيع بصري، وعلى الحافة اليسرى تبرز أيقونات التفاعل من إعجابات (4.3 ألف) وتعليقات (93) ومشاركات (482) كمؤشرات على الانتشار الجماهيري. أما الموقع الإلكتروني "ynet.co.il" فيظهر في أعلى المنشور كمصدر إعلامي عبري متعمد الإبراز. الألوان المسيطرة تنتظم وفق منظومة ثلاثية مدروسة: الأسود الداكن للخلفية الذي يعطي إحساساً جنائزياً، والأبيض للنصوص الذي يختار الوضوح الأقصى، والأزرق المتوسط في إطار اللقطة التلفزيونية الذي يستحضر هوية الإعلام الإسرائيلي، مع لمسات من حيوية البشرة في وجوه الأشخاص.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تحليل القراءة التضمينية لهذه الصورة إلى استراتيجية بصرية بالغة الذكاء في تنفيذ الرواية الإعلامية الإسرائيلية وكشف تناقضاتها الجوهرية، عبر تعريض المشاهد العربي لما يقال بالعبري في غرف الأخبار الإسرائيلية. فالمشهد الذي يبدو ظاهرياً نشوة احتفال بتحرير المحتجزين، يعاد تأطيره من خلال النص المرافق إلى جحيم دامس يعكس الكلفة البشرية الفادحة على الفلسطينيين (274 شهيداً مقابل 4 محتجزين). ويعمل التركيب البصري سيميائياً على مستويات ثلاث متراكبة فللمستوى الأول، مستوى التضاد اللونيحيث يلتقي الأسود رمز الحداد الفلسطيني المستدام بالأزرق رمز علم الاحتلال في إطار واحد، فينتج ما يسمى في السيميائيات البصرية الحقل الدلالي المتنازع عاذاً يتصارع فيه قوتان رمزيتان. أما المستوى الثاني، مستوى التفكير السردى: حيث يختزل الأبيض في كتابة العنوان وظيفتين متناقضتين: فهو لون الكتابة الإعلامية المحايدة شكلاً، ولون الكفن الجنائزي مضموناً، فيتحوّل النص نفسه إلى "كفن مكتوب" يغلف روايات الإعلام العبري. وأخيراً المستوى الثالث، مستوى الأسطورة البارتية: حيث تفصح الصورة كيف تحول وسائل الإعلام الإسرائيلية العملية العسكرية التي خلفت مجزرة إلى إنجاز بطولي، عبر آلية ما سماه بارت التحويل من التاريخ إلى الطبيعة، أي تجريد الفعل العنيف من سياقه التاريخي السياسي وتقديمه كأنه حدث طبيعي يستحق الاحتفال.

ويمثل عناق المحتجزين الإسرائيليين الفرحة المؤقتة التي يتغافل عنها الجمهور العبري ولا يلتفت إلى ثمنها الفلسطيني الفادح، بينما يكشف وجود المحلل العبري في الجانب الأيمن سلطة الخطاب التي تصنع الرواية وتعيد تدويرها. وتعمل (AJ+) عربي هنا سيميائياً كناقذ سيميولوجي بمفهوم بارت يستعير لغة الإعلام الإسرائيلي ذاتها ليفككها من داخلها، ويعري ما يخفي وراء العلامات الزائفة التي تنسجها الرواية الإسرائيلية. وتستحضر هذه الاستراتيجية التحليلية ما أسماه إيكو السيميائية المضادة، التي تستخدم أدوات الخصم اللغوية والبصرية لفصح تناقضاته الجوهرية.



صورة (4.18): الفيديو (2): وداع أب لطفله في الكفن بالبسكويت

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو إنساني صادم من إنتاج (AJ+) عربي ضمن سلسلة Fault Lines ، نشر في 2024/6/22، يوثق لحظة وداع أب فلسطيني لطفله "فراس" الذي استشهد في القصف الإسرائيلي على قطاع غزة. وتكمن قوة الفيديو في تفصيل صادم ومؤثر: قيام الأب بوضع قطعة بسكويت بالتمر داخل كفن طفله، لأن الطفل كان قد طلب منه شراءها قبل استشهاده بقوله: "يا بابا بدي بسكويت بالتمر"، تحول هذه التفصييلة الصغيرة المأساة من إحصائية مجردة إلى وجع إنساني شخصي.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

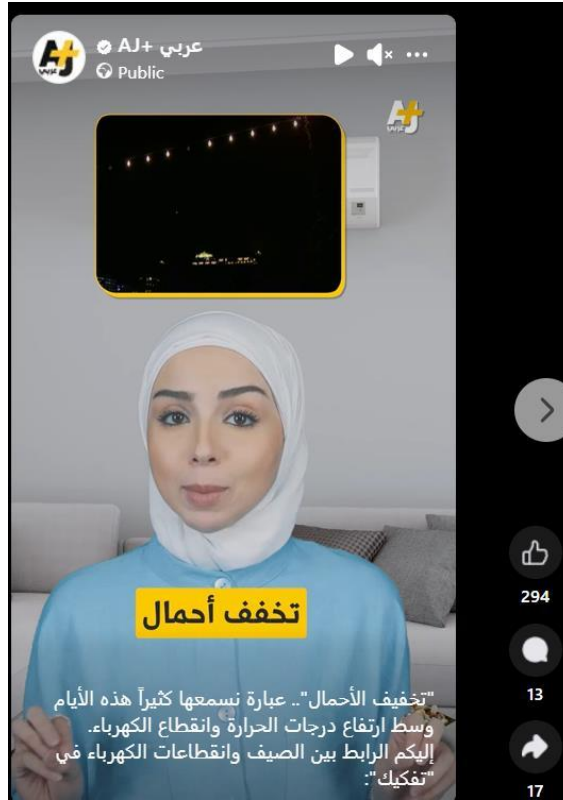
تعرض الصورة لقطة قريبة مركزة داخل إطار فيديو فيسبوكي محاط بخلفية سوداء مكتمة، يتوسطها كفن أبيض ناصع البياض يلف جسداً صغيراً يبدو لطفل في عمر يتراوح بين الثالثة والخامسة، وفوقه ينحني رجل بالغ بملابس داكنة مغبرة، ذراعه مرفوعة إلى وجهه في وضعية كلاسيكية في أيقونوغرافيا الحزن العربي، توحى بالحزن العميق والإرهاق النفسي الذي يتجاوز قدرة الجسد على الاحتمال. الألوان المسيطرة على المشهد قليلة بشكل مدروس ومتقشفة بلاغياً: الأبيض الناصع في الكفن الذي يحول الجسد الصغير إلى كتلة نورية، والأسود/الرمادي في ملابس الرجل وخلفية المكان الذي يستحضر طقس العزاء، والأصفر في إطار التحديد للفيديو الذي يلعب دور شريط الحدث الإعلامي، والبرتقالي في شريط التاريخ الذي يحمل تاريخ النشر (2024/6/22). يظهر في أعلى يمين الإطار الوسم الإنجليزي "FAULT LINES" بخط سميك مميز، يستحضر الهوية السلسلية للسلسلة الاستقصائية، بينما يكشف النص العربي الإيضاحي أسفل الفيديو القصة كاملة، مبتدئاً بالعبرة الطفولية الأخيرة الممزقة: "يا بابا بدي بسكويت بالتمر". التكوين البصري مركزي بامتياز، إذ

يحتل الكفن بؤرة الانتباه البصري، وتتوازن حوله الكتل البصرية في توزيع هرمي يصعد من الكفن (القاعدة) إلى الأب (الذروة). والإضاءة الداخلية خافتة وحزينة، تنسجم مع طقوس العزاء، وتلقي ظلالاً متدرجة تضيء على المشهد طابعاً تأملياً يكاد يكون أيقونياً بالمعنى الديني للكلمة. ويضفي غياب أي عنصر زخرفي في الإطار لا أيقونات تفاعلية بارزة، ولا ألوان صاخبة شعوراً بأن المشهد ذو قدسية بصرية تستحق التأمل لا الاستهلاك العابر.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تنفتح الصورة على شبكة مكثفة من الدلالات الإيحائية التي تلامس الفاجعة الجمعية الفلسطينية في أعماق طبقاتها. فالبسكويت الذي يمثل في القراءة التعيينية مجرد مادة غذائية بسيطة يومية يتحول سيميائياً إلى علامة مكثفة تختزل في طياتها أربع حقائق متشابكة ذات حمولات ثقافية وسياسية وإنسانية مترابطة، الحقيقة الأولى هي الجوع البنيوي الذي يفرضه الحصار الإسرائيلي على أطفال غزة، إذ صار البسكويت بالتمر وهو أبسط الكماليات الغذائية في أي مكان آخر من العالم حلماً يستحق التحقق وأمنية تسطر، وهذا في حد ذاته إدانة سيميائية للحصار. والحقيقة الثانية فهي فقدان البراءة الطفولية المبكر، حيث يتحول الطفل سيميائياً من طالب للحلوى وهي الصورة النموذجية للطفل في الأدبيات الإنسانية إلى شهيد مكفن، وينتقل في لحظة من المستقبل الموعود إلى الماضي المغلق. أما الحقيقة الثالثة فهي الوفاء الأبوي بوعده متأخر، فالأب لم يتمكن من تلبية رغبة طفله في حياته الأسباب خارجة عن إرادته، إما الحصار أو القصف أو ندرة المؤن، فيكرمه بها في موته في طقس بصري تراجمي يجعل من "البسكويت" قرباناً رمزياً يلخص الأبوة الفلسطينية كلها. وأخيراً الحقيقة الرابعة وهي تحول المأساة الفلسطينية من إحصائية مجردة (28,000 شهيد مسجل في غزة) إلى وجع إنساني شخصي يستطيع كل مشاهد مهما كانت جنسيته أو دينه أن يتفاعل معه ويتألم له، وهذا ما أسماه بارت الانتقال من المجموع إلى المفرد كأقوى تقنية بلاغية في الصورة.

ويعمل الكفن الأبيض المحايد سيميائياً على ضده تماماً: فمن المفترض في الكفن أن يحمل دلالة الطهر والسلام الأخير، لكنه هنا يتحول إلى قطعة قماش متهمه تكشف عن جريمة مستمرة بدلاً من أن تستر سكينه الراحلين، وتحول الكفن من رمز نهاية إلى رمز شهادة. أما انحناء الأب الجسدي، فيمثل سيميائياً انكسار الأبوة أمام عجزها عن الحماية، ويستحضر تلقائياً صورة "مايكل انجلو" في تمثاله Pietà حيث تحتضن مريم العذراء جسد المسيح، فيتحول الأب الفلسطيني إلى نسخة ذكورية من Pietà في زمن الإبادة الحديثة. وعلى المستوى الأسطوري البارتي تكشف الصورة كيف يحول القصف الإسرائيلي اليومي المعتاد (شراء البسكويت لطفل) إلى طقس جنازتي مؤبد، فتصبح كل تفصيلة من الحياة الفلسطينية اليومية حاملة لاحتمال الموت، ويتحول المطبخ والبقالة والحلوى وهي فضاءات منزلية آمنة في أي ثقافة أخرى إلى مواقع حروب صامتة ضمن ما يمكن تسميته اليومي المنكوب.



صورة(4.19): الفيديو (3): تخفيف الأحمال الكهربائية

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو توعوي تفسيري من إنتاج (AJ+) عربي، نشر في 2024/6/27، يتناول مصطلحاً تقنياً اقتصادياً صار جزءاً من الواقع اليومي للمواطن المصري، وهو "تخفيف الأحمال الكهربائية"، الذي يعني انقطاع التيار الكهربائي بشكل مجدول خلال فترات الذروة، خاصة في فصل الصيف. يشرح الفيديو الأسباب التقنية والاقتصادية وراء هذه الظاهرة، وتأثيراتها على حياة المواطنين، وذلك من خلال مذيعة محبة تقدم المعلومة في إطار منزلي مألوف.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطة متوسطة قريبة لمذيعة شابة عربية يوجد خلفها خلفية مركبة فيها أريكة رمادية داخل غرفة معيشة داخلية حديثة تنتمي إلى الذوق العربي المعاصر، ترتدي حجاباً أبيض ناصعاً وقميصاً أزرق فاتحاً ذا قصة متواضعة، وتوجه نظرتها مباشرة إلى الكاميرا بتعبير هادئ وجاد ينم عن صلابة من ينقل خبراً ثقیلاً. تظهر فوق صدرها كتابة صفراء كبيرة بخط سميك تقول: "تخفيف أحمال"، وأسفلها نص أبيض توضيحي بخط أنحف يشرح: "تخفيف الأحمال... عبارة نسمعها كثيراً هذه الأيام وسط ارتفاع درجات الحرارة وانقطاع الكهرباء..."، وهي صياغة تستهل بتعريف المصطلح كأنها محاضرة مبسطة فتساعد أي شخص قراءة تفاصيل النشرة التي ستقوم المذيعة بروايتها حتى وإن لم يتم تشغيل الصوت للفيديو. في أعلى الإطار الأوسط يظهر مربع فيديو صغير يعرض لقطة ليلية خارجية بأضواء نقطية متناثرة في السماء وخط أفقي من الإضاءة يفصل بين الأرض والسماء، يستحضر فوضى السكنات الكهربائية في الليلة المظلمة. الجدار الخلفي رمادي هادئ يتأرجح عليه جهاز يشبه الترموستات أو لوحة التحكم الكهربائية البيضاء، بما يلعب دوراً علامتياً مدروساً.

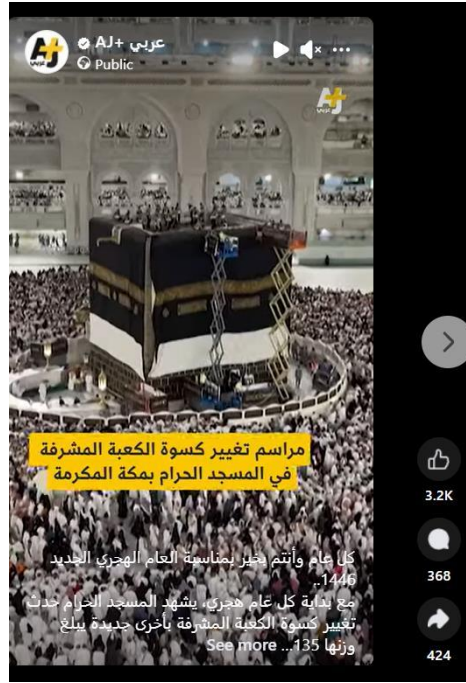
والإضاءة ناعمة ومتوازنة توحى بأجواء استوديو منزلي مصمم بعناية ينزح طابع الرسمية الإخبارية ويضع المشاهد في غرفة معيشة افتراضية تجمعها بالمذبة. التكوين البصري مركزي هرمي يتدرج من الكتابة الكبيرة في الأعلى إلى وجه المذبة في المنتصف إلى الكتابة التفسيرية في الأسفل. والزاوية أمامية مستوية تخلق علاقة ندية بين المذبة والمشاهد.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تعمل الصورة على المستوى الإيحائي عبر أربع طبقات دلالية مترابطة تكشف عن البراعة التحريرية لـ (AJ+) عربي في تعريب الخبر الاقتصادي المعقد إلى منطق بصري مأنوس. الطبقة الأولى، طبقة توطين المذيع: حيث تجسد المذبة المحببة بهيئتها المنزلية البسيطة سيميائياً المواطن العادي الذي يحدث مشاهديه بلغتهم وفي بيئتهم، بدلاً من المذيع الأنيق في الاستوديو البعيد البارد الذي يتحدث بلهجته الفصحى المتكلفة. ويكسر هذا الاختيار الحاجز النفسي بين الإعلام والجمهور، وينقل المنصة من "برج الإعلام" إلى "الصالون العائلي". و الطبقة الثانية، طبقة الطمأنينة الزائفة: حيث يلعب اللون الأبيض في حجابها والرمادي المحايد في خلفية الديكور دور الطمأنينة الجمالية التي تكسر سيميائياً الكتابة الصفراء الفاقعة "تخفيف أحمال"، فالأصفر -في القراءة البصرية- لون التحذير والتنبيه المعتمد عالمياً في إشارات المرور والملابس العاكسة، يكسر هدوء المشهد الظاهري ويحيل إلى أزمة مخفية كامنة تحت سطح الحياة العادية. وهذا التناقض اللوني بين الأبيض (السلام) والأصفر (التحذير) هو ما يسمى في السيميائيات البصرية التضاد اللوني الوظيفي.

اما الطبقة الثالثة، طبقة الأيقونة المؤشرة: حيث تلعب اللوحة الكهربائية البيضاء على الجدار دور العلامة المؤشرة (Index) بمفهوم بيرس (التي تحيل بالقرب المكاني إلى البنية التحتية الكهربائية الهشة، فتذكر المشاهد بأن ما يجلس بجواره (المكيف، الثلاجة، التلفاز) هو نفسه الذي يهدده الانقطاع المتكرر. كذلك، يستحضر مربع الفيديو الليلي الصغير في أعلى الصورة دلالة "الظلام المستدام" بوصفه شبحاً متهدداً يهدد الأمن المتعلق بالطاقة. وأخيراً الطبقة الرابعة، طبقة التلطيف البيروقراطي: وهي الطبقة التي تكشف عن أعماق ما تفعله الصورة سيميائياً. فعلى المستوى الأسطوري البارتي تكشف الصورة كيف تحول الحكومات والشركات الكهربائية أزمة سياسية واقتصادية مركبة (عجز توليد الكهرباء، فساد إدارة الموارد، تخلف البنية التحتية، حروب وأزمات إقليمية) إلى مصطلح بيروقراطي ملطف محايد هو تخفيف الأحمال، الذي يخفي تحت لسانه التقني المحايدين المعاناة اليومية للمواطن المصري، وينقل المسؤولية من الفعل السياسي إلى الحدث الفني العابر. ويذكر هذا المنطق بما حلله نعوم تشومسكي في كتاباته حول تصنيع الموافقة، حيث تستخدم السلطات مصطلحات تقنية ملطفة لنزع الحمولات السياسية عن قراراتها الموجهة.

وتأتي (AJ+) عربي هنا سيميائياً لتفك هذا التلطيف البيروقراطي وتعيد الكلمة إلى معناها الإنساني المباشر: انقطاع الكهرباء يعني انقطاع مكيف المريض، وتعطل ثلاجة الطعام، وإظلام غرفة الطفل، وتوقف مضخات المياه، وعجز المدرسة عن العمل، وإفلاس المتاجر الصغيرة.



صورة(4.20): الفيديو (4): تبديل كسوة الكعبة

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو إخباري قصير (مدته 26 ثانية) من إنتاج (AJ+) عربي، نشر في 2024/7/7، يوثق المراسم السنوية الرسمية لتبديل كسوة الكعبة المشرفة في المسجد الحرام بمكة المكرمة، بمناسبة بداية العام الهجري الجديد (1446هـ). يستعرض الفيديو الحدث الديني بطابع احتفالي مهيب، ويسلط الضوء على الحرفية اليدوية الفائقة المستخدمة في صناعة الكسوة الجديدة من الحرير والذهب الخالص.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطة واسعة جداً من زاوية مرتفعة تطل على المسجد الحرام في مكة المكرمة، يتوسطها بناء الكعبة المشرفة بكسوتها السوداء الفاحمة وزخارفها الذهبية المميزة المنسوجة بخيوط الحرير المذهبة، يحيط بها آلاف المصلين والزوار غالبيتهم بملابس الإحرام البيضاء الناصعة ينتظمون في حركة دائرية منسقة تكاد تكون كونية في رتابتها الروحية. الألوان المسيطرة على المشهد قليلة ومعبرة ومختارة بعناية: الأسود الفاحم لكسوة الكعبة الذي يختزل قروناً من التاريخ الإسلامي، والذهبي البارز في الخطوط والزخارف وحلقات التثبيت الذي يستحضر النفائس والتعظيم، والأبيض الناصع للحشود وملابس الإحرام الذي يدل على المساواة المطلقة، والرمادي/البيج في عمارة الأروقة المحيطة الذي ينتمي إلى تراث العمارة الإسلامية. يتصدر الجزء الأوسط من الصورة نص أصفر بارز يقول: "مراسم تغيير كسوة الكعبة المشرفة في المسجد الحرام بمكة المكرمة"، يتبعه نص أبيض تهنئة بالعام الهجري الجديد 1446هـ. التكوين البصري مركزي بامتياز، إذ تحتل الكعبة بؤرة الإطار، والحشود تكون دوائر بصرية متتالية حولها تستحضر مفهوم المدارات الكونية. والإضاءة قوية ومنتشرة، نهارية مفتوحة تكشف كل التفاصيل المعمارية، تنفي أي منطقة ظل، كأن المشهد يستجلب نور السماء كله.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تمثل الصورة نموذجاً بالغ الكثافة في الترميز الديني الجمعي للهوية الإسلامية، إذ تعمل سيميائياً على إنتاج معنى القداسة المتجددة عبر منظومة علاماتية متراكبة ذات أبعاد روحية وتاريخية وجمالية. فالكعبة في القراءة التضمينية ليست مجرد مبنى معماري مكعب الشكل، بل هي العلامة المركزية التي تتوحد حولها الأمة الإسلامية في توجهها الروحي والجغرافي معاً، فكل مسلم في الأرض من اليابان إلى المغرب يتجه إليها خمس مرات في اليوم، فتعمل كمركز كوني علاماتي لخريطة الإسلام الذهنية. وقد عمد التصوير من الزاوية العلوية إلى تأكيد المركزية الكونية لها، إذ تبدو كعين تنظر إلى السماء، والحشود البيضاء حولها كأموح بشرية منجذبة نحو مركز جذب روحي مغناطيسي، ويذكر هذا المنظر بما وصفه ابن بطوطة وابن جبير في رحلاتهما من تيار البشر حول الكعبة.

ويلعب الثنائي اللوني الأسود/الذهبي دوراً إيحائياً عميقاً ومركباً: فالأسود في سياق الكعبة - يحمل دلالة مغايرة تماماً لدلالاته الجنائزية المعتادة في الثقافات الأخرى، إذ يصبح هنا رمزاً للجلال والمهابة والنبيل، تماماً كأسودة الراية النبوية، ويكتسب طاقة رمزية تجمع بين البهاء والغموض، بين الحضور والغياب. بينما الذهبي يستحضر النفائس والتعظيم، ويستدعي المنظومة الكاملة لرخارف العمارة الإسلامية من قباب المساجد إلى مخطوطات القرآن. أما البياض الجمعي للمحرمين، فيمثل المساواة الكونية أمام الله، إذ تنمحي الفوارق الطبقية والقومية والعرقية في زي موحد مكون من قطعتين بسيطتين، فلا يميز الملك عن الفلاح، ولا الغني عن الفقير. وهذه المساواة البصرية تنتمي إلى ما يسمى في السيميائيات الدينية.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تكشف الصورة كيف تعمل الكعبة كأسطورة حية تجدد كسوتها سنوياً لتجسد فكرة التجدد الروحي في إطار الثبات الديني الراسخ، فالكسوة الجديدة تغطي بنية قديمة، تماماً كتجديد الإيمان السنوي في القلب الذي لا يتغير جوهره. كذلك يستحضر اختيار (AJ+) عربي تغطية هذا الحدث ضمن أجندتها التحريرية وعياً واضحاً بأهمية الترميز الديني في تعزيز الانتماء العربي الإسلامي الجمعي، خاصة في زمن تتصارع فيه الهويات الفرعية (القومية، الإقليمية، المذهبية) ويحتاج فيه العربي المسلم إلى تذكير بصري بجذره الجامع. ويمثل هذا الفيديو، سيميائياً، نوعاً من السيميائيات التوحيدية التي تنسج خيطاً بصرياً يجمع المتفرق، وتختار من القداسة ما هو إيجابي توحيدي بدلاً من السلبي الانقسامي، فتحول (AJ+) عربي بذلك من منصة تحليل الصراع إلى منصة "تجديد العلاقة الروحية"، في توازن تحريري نادر يكشف عن نضج منهجي متقدم.



صورة(4.21): الفيديو (5): قضية الطالبة المغربية والكوفية

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو من إنتاج (AJ+) عربي نشر في 2024/7/18، يتناول واقعة جامعية مغربية أثارت جدلاً واسعاً، حيث رفض أحد عمداء الكليات يذكر اسمه بـ"محمد الطالب" تسليم الشهادة الجامعية للطالبة "خديجة" خلال حفل التخرج، بسبب ارتدائها الكوفية الفلسطينية تضامناً مع أهل غزة. يسلط الفيديو الضوء على ردود الفعل المتضامنة من طلاب غزة الذين أرسلوا رسائل شكر للطالبة المغربية، ويناقش حدود حرية التعبير في الفضاءات الأكاديمية.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة مشهداً داخلياً من قاعة احتفالية جامعية بستاير خمرية مهيبه ومنصة رسمية، تتمركز فيها ثلاث شخصيات بارزة في توزيع مدروس. على اليسار العميد محمد الطالب يرتدي بدلة رمادية رسمية ذات قصة كلاسيكية، يمد يده مصافحاً أو مسلماً شيئاً. في الوسط، تقف الطالبة خديجة ترتدي قبعة التخرج السوداء وعباءة التخرج بلون اسود، وحول عنقها الكوفية الفلسطينية البيضاء/السوداء بشكل واضح متعمد، كأنها إعلان موقف. وعلى اليمين تقف شخصية بشعر طويل مكشوف وملابس شبه رسمية، تحمل الشهادة التي يتم توزيعها على الطلاب الخريجين. تتصدر أعلى يسار الإطار كتابة صفراء بارزة بعنوان: "رفض العميد محمد الطالب"، وفي أسفل الصورة نص أبيض تفسيري يستعرض القصة. الألوان شديدة التنوع وتحمل دلالات قوية متنازعة: الأحمر الخمرى للستاير الذي يستحضر فخامة الفضاءات الجامعية الرسمية، والأسود الأكاديمي المهيب، والأبيض/الأسود للكوفية الذي ينقل صوتاً سياسياً. والإضاءة دافئة مسرحية تسلط على المنصة، تخلق ضمناً توازناً بين الطابع الاحتفالي الرسمي والطابع التوثيقي الإخباري الذي يختاره الفيديو لنقل الواقعة.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تتفتح الصورة على قراءة تضمينية شديدة الكثافة، إذ تمثل سيميائياً صدام الرموز بين سلطتين رمزيتين متنازعتين: سلطة المؤسسة الأكاديمية كفضاء مفترض للحياد، وسلطة الهوية السياسية الفلسطينية كفضاء مفترض للالتزام. فالكوفية في القراءة التضمينية ليست مجرد قطعة من القماش، بل هي العلامة الفلسطينية المركزية بامتياز، تحمل في طياتها قرناً من النضال والمقاومة (منذ ثورة 1936 بقيادة الشيخ عز الدين القسام، مروراً بنكبة 1948، ونكسة 1967، والانتفاضتين الأولى والثانية، وحتى يومنا هذا في حرب غزة). وقد تحولت الكوفية تدريجياً من قطعة لباس ريفي فلسطيني إلى أيقونة سياسية بفضل توظيف الزعيم الفلسطيني الراحل ياسر عرفات لها كرمز شخصي، حتى صارت اليوم تنسج بالحريز وتلبس في عواصم العالم كإعلان تضامن مع فلسطين.

وعندما تلتف هذه الكوفية حول عنق طالبة مغربية في لحظة تخرجها، فإنها تتحول سيميائياً إلى وسام مضاد ينافس الوشاح الأكاديمي التقليدي على رمزية الإنجاز، ويجسد ما يسمى في السيميائيات العلامة الملزمة بمفهوم بارت، أي تلك العلامة التي لا تكتفي بنقل المعنى المحايد، بل تتخذ موقفاً سياسياً صريحاً. ويخلق التناقض اللوني بين الأسود/الأبيض للكوفية عباءة التخرج اشتباكاً بصرياً بين ما هو سياسي مقاوم وما هو أكاديمي معتمد، بين الهوية المورثة والهوية المكتسبة، بين الالتزام والتحديد.

أما رفع الطالبة لرأسها بشكل مواجه للكاميرا فيعيد في سيميائيات الجسد علامة كرامة وتحد، فهي لا تطأطئ رأسها أمام السلطة الأكاديمية، بل تواجهها بنظرة صريحة تقول: "أحمل كرامتي وكرامة شعبي". وتستحضر هذه الوضعية الجسدية سيميائياً صورة "المناضل/المناضلة" الكلاسيكية في الأيقونوغرافيا الثورية، التي طورته الحركات التحررية في العالم الثالث منذ منتصف القرن العشرين.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفضح الصورة كيف تستخدم المؤسسات الأكاديمية خطاب الحياد العلميلإنكار حق الطلاب في التعبير عن قضاياهم العادلة، وكيف تتحول لحظة التخرج التي تفترض أن تكون رمز التحرر المعرفي إلى ميدان للقمع الرمزي. ويعري الفيديو سيميائياً أسطورة الحرم الجامعي المحايد التي تنسجها المؤسسة، ويكشف أن الحياد قد يكون في كثير من الأحيان قناعاً لانهياز مضمّر يخدم السلطة القائمة ضد الهامش. ويمثل هذا الفيديو سيميائياً احتفاء مضاداً تقدمه (AJ+) عربي بطلة جديدة للمقاومة الرمزية تتجاوز الحدود الجغرافية، وتنسج خيطاً تضامنياً بين المغرب وفلسطين عبر فضاء بصري واحد.



صورة(4.22): الفيديو (6): انتقادات لافتتاح أولمبياد باريس

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو من إنتاج (AJ+) عربي نشر في 2024/7/28، يتناول الجدل الواسع الذي أثاره حفل افتتاح دورة الألعاب الأولمبية في باريس 2024، بسبب تضمنه عرضاً اعتبر إساءة للديانة المسيحية ومحاكاة ساخرة للوحة "العشاء الأخير" لليوناردو دافنشي. شارك في العرض مجموعة من المتحولين جنسياً وأدى دور المسيح رجل شبه عار بحضور طفلة، ما أثار موجة غضب واتهامات بترويج البايذوفيليا (الميل الجنسي للأطفال). يسلط الفيديو الضوء على ردود الفعل الإسلامية والمسيحية الرفضية.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطة عامة لمشهد مسرحي احتفالي متعدد الطبقات البصرية، حيث تكتظ المنصة بمجموعة كبيرة من الراقصات والعارضات (يحتل عددهن من 8 إلى 10 أو أكثر) بأزياء متعددة الألوان الزاهية التي تنتمي إلى الجماليات البصرية المعاصرة: الوردي الفاقع، والأحمر الناري، والأزرق المتوهج، والأخضر العشبي، والبرتقالي الساطع، والبنفسجي. تظهر في المقدمة شخصية بزي أزرق مع قناع أو وجه مصبوغ بلون أزرق/رمادي، بهيئة شبه كرتونية تمثيلية. ترتدي إحدى النساء في الوسط تاجاً دائرياً يشبه الهالة المقدسة في الأيقونات المسيحية، وترفع ذراعها في حركة استعراضية مدروسة تستحضر تموضع المسيح في لوحة "العشاء الأخير" لليوناردو دافنشي.

يتصدر منتصف الصورة مربع نص أصفر كبير يحتل موضع هيمنة بصرية، يحمل العبارة: "العرض شارك فيه مجموعة من المتحولين جنسياً". وفي أسفل الصورة نص أبيض تفصيلي يستعرض الانتقادات المسيحية والإسلامية والأخلاقية التي قوبل بها الحفل. والخلفية مسرحية داكنة مع قوس لامع في الأعلى يستدعي الأقواس الكلاسيكية يضيء المشهد بألوان متشظية. والإضاءة قوية مركزة على الممثلين تخلق تبايناً عالياً يبرز حيوية الأزياء على خلفية معتمة. الألوان تتجاوز ستة

إلى ثمانية ألوان رئيسية تعمل دلاليا على خلق إحساس بالفرجة والاحتفال المجنون، الذي يعرف بالإفراط البصري المقصود.

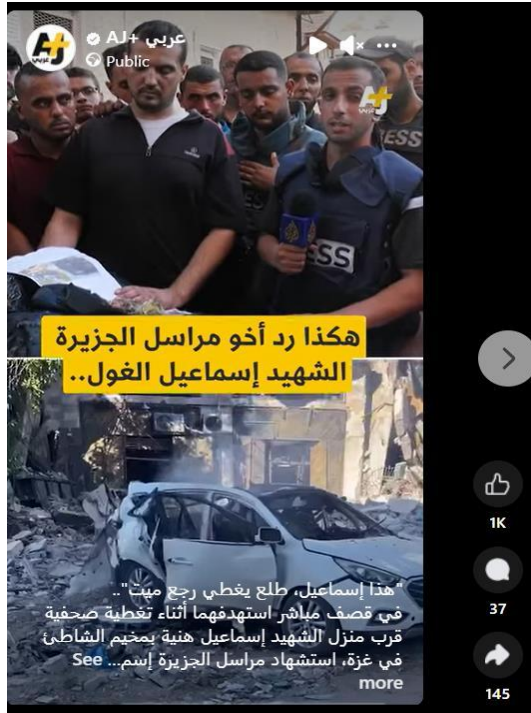
ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تمثل الصورة نموذجاً سيميائياً متقدماً في اشتباك الخطابات الثقافية، إذ تعرض على المستوى الإيحائي تناقضاً صريحاً بين اللامعرف الجندي الذي يحتفل به الغرب الليبرالي المعاصر، والموقف الأخلاقي المحافظ الذي تتبناه شريحة واسعة من الجمهور العربي والإسلامي والمسيحي التقليدي. فالألوان الزاهية المتناثرة على المنصة وردي، أزرق، أصفر، برتقالي، أخضر تستحضر إيحائياً علم الفخر المميز لحركة الميم (LGBTQ+) منذ تصميمه بواسطة الفنان غيلبرت بيكر، وهو ما يجعل الاحتفال الأولمبي ذا حمولة سياسية تتجاوز الفرجة الرياضية إلى بيان إيديولوجي بصري. أما تكرار الزرني الأزرق في المقدمة، فيحيل إيحائياً إلى الإله الإغريق ديونيسوس (إله النبيذ والاحتفالات الجسدية المتطرفة والاحتفاء الطقوسي بالخمرة والشهوة)، ويكشف عن عودة وثنية متنكرة في ثوب حديث تقديمي، وهي قراءة سيميائية يؤيدها منظمو الحفل أنفسهم الذين أقرروا في تصريحات لاحقة أنهم استوحوا المشهد من العيد الإغريقي القديم.

ويلعب اللون الأصفر الفاقع في مربع النص دور الإنذار البصري الذي يكسر فرجة الاحتفال ويستدعي القارئ إلى موقف نقدي، فيحول الفيديو من تقرير ترفيهي إلى بيان موقف. أما تاج الهالة الذي ترتديه الممثلة في الوسط، فيستدعي مباشرة تموضع المسيح في لوحة العشاء الأخير، فتتحول الممثلة سيميائياً إلى بديل ساخر للمسيح، وهذا التموضع البصري المتعمد هو ما أثار الموجة الأوسع من الغضب في الأوساط المسيحية والإسلامية.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تكشف الصورة كيف تستخدم القوى الغربية منصات كالأولمبياد لترويج أيديولوجيا الإنسان الجديد المتحرر من القيود الجندرية والدينية، وكيف يعاد تأطير هذا الترويج إعلامياً تحت يافطة التقدمية وحقوق الإنسان، بينما يمارس في الواقع إقصاء مضاداً للقيم التقليدية والدينية. ويمثل اختيار (AJ+) عربي لهذه القضية انحيازاً واضحاً لتمثيل الموقف الثقافي العربي/الإسلامي في وجه ما تعتبره هيمنة ثقافية غربية تمارس عولمة قسرية لنموذج بعينه من الإنسان الكوني.

وقد تجلّى هذا الفيديو بكونه الأعلى مشاهدة في الدراسة (2.1 مليون مشاهدة) ضمن النموذج الأول للتحليل الكيفي المعمق، وهذا الانتشار الكثيف هو في حد ذاته دليل سيميائي على ما يمكن تسميته التعطش الثقافي للجمهور العربي إلى من يعبر عن موقفه الأخلاقي في وجه التيار الغربي السائد، ويرى نفسه فيه دون رقابة أو تلطيف.



صورة(4.23): الفيديو (7): استشهاد الصحفي إسماعيل الغول

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو توثيقي مؤثر من إنتاج (AJ+) عربي، نشر في 2024/8/1، يخلد ذكرى مراسل قناة الجزيرة الشهيد إسماعيل الغول الذي اغتالته القوات الإسرائيلية في 31 يوليو 2024 بقصف مباشر على سيارته أثناء تغطيته الصحفية قرب منزل الشهيد إسماعيل هنية في مخيم الشاطئ بغزة. يستعرض الفيديو ردود فعل عائلة الشهيد، خاصة شقيقه الذي علق على استشهاده بعبارة مؤثرة، ويسلط الضوء على المخاطر التي يتعرض لها الصحفيون الفلسطينيون.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطة متوسطة قريبة لمشهد ميداني توثيقي خارجي تلتقطه كاميرا الميدان في لحظتها العفوية. تتمركز في المقدمة شخصية مراسل شاب أو رجل إعلامي يحمل ميكروفون قناة الجزيرة بحركة شبه آلية كأنه لم يستوعب بعد ما جرى، يرتدي سترة لونها أزرق داكنا مع شارة صحافة بارزة، يحدق مباشرة نحو الكاميرا بنظرة متوترة وجادة تكشف عن صدمته أمام مشهد يفوق احتمالاه. يحاط به ما يقرب من 8-12 رجلاً بملابس مدنية عادية بألوان داكنة ومحيدة (رمادي، أسود، كاكي زيتي، بني)، تكشف وجوههم عن مشاعر متداخلة من الحزن والصدمة والقلق والغضب المكتوم، ينظر بعضهم للأسفل وآخرون ينظرون للأمام كمن ينتظر قصفاً ثانياً.

يظهر في أسفل الإطار جزء من قطعة قماش فاتحة تغطي ما يبدو جثة، دون كشف تفصيلي، احتراماً للجسد الشهيد وللمشاهد معاً. الخلفية مأساوية ممزقة تماماً: سيارة بيضاء محترقة ومدمرة بشكل بين في منتصف/أسفل الإطار يظهر منها هيكل معدني ملتوي، جدران متهادمة مغطاة بالسواد والركام، ودخان خفيف يلتف في الأجواء يدل على حداثة الحدث. الألوان المهيمنة: الرمادي، الأسود، الأزرق الداكن، الأبيض في الغبار والكفن، والأصفر في مربع العنوان (5-6 ألوان رئيسية

تعمل وفق منظومة جنائزية صارمة). يتصدر المنتصف نص أصفر يقول: "هكذا رد أخو مراسل الجزيرة الشهيد إسماعيل الغول.."، وفي الأسفل نص أبيض تفسيري يتجدد وفق ما يرويهِ المذيع خلال الفيديو. والإضاءة طبيعية خارجية متوسطة منخفضة بسبب الدخان والركام، تخلق طابعا ضبابيا مؤسفا يذكر بلوحات الحرب الكلاسيكية.

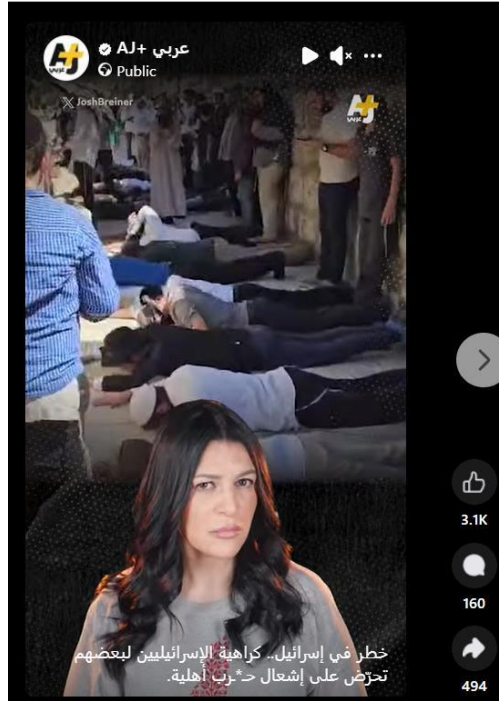
ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تمثل الصورة سيميائياً وثيقة جنائزية مفتوحة الدلالات، حيث تتضافر كل العناصر البصرية لإنتاج معنى لشهادة الجسد الممدد تحت القماش، وشهادة الصورة التي تنقل الموقف إلى ملايين المشاهدين. فالميكروفون الذي يحمله الصحفي الباقي يتحول من أداة عمل مهنية إلى علامة مؤشرة بمفهوم بيرس تحيل إلى زميل غائب كان يحمل ميكروفونا مشابهاً قبل ساعات، وتخلق حضوراً مضاعفاً للزميل المغتال في حضور الزميل الباقي. ويتحول الميكروفون، من حيث هو أداة مهنية، إلى شاهد قبر محمول ينطق بما لا يستطيع نطقه الجسد المحجوب تحت القماش.

وتلعب السيارة المحترقة دور النصب التذكاري الميداني، فهي ليست مجرد حطام بل شهادة قبر تحمل قصة الجريمة في كل معدن ملئ منها وكل زجاج محطم. أما قطعة القماش البيضاء التي تغطي الجسد، فتلعب دوراً سيميائياً مضاداً معقداً: من المفترض أن تخفي، لكن بتعريضها أمام الكاميرا تكشف وتفضح، فيتحول الفعل الذي يفترضه الفقه الإسلامي (ستر الميت) إلى فعل اتهم بصري يواجه الكاميرا بما لا يسكت. ويمثل وقوف الرجال في حلقة حول الجسد الحضرية الجنائزية الجماعية، وهي طقس سيميائي عربي يعبر عن المشاركة الجمعية في الفاجعة، يستحضر تراث المآثم العربي الذي يجتمع فيه الذكور حول الميت لحمله ودفنه، فتتحول المهنة الصحفية إلى عائلة ممتدة تشيع أفرادها بنفس الطقس الذي يشيع به الأهل ذويهم.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تكشف الصورة كيف يستهدف الاحتلال الصحفيين بشكل منهجي لمحو عين الحقيقة التي تنقل المجزرة، فيتحول قتل المراسل من حدث فردي إلى استراتيجية منظمة لإسكات الرواية، وهذا ما تكشف عنه تقارير لجنة حماية الصحفي (CPJ) التي أحصت أكثر من 130 صحفياً استشهدوا في غزة خلال السنة الأولى من الحرب، وهو رقم غير مسبوق في تاريخ الحروب الحديثة. كذلك تكشف الصورة كيف يتحول الصحفي الفلسطيني من ناقل للأخبار إلى خبر بذاته، ومن مؤرخ للمأساة إلى ضحية من ضحاياها في انعكاس سيميائي مأساوي يجسد المعادلة الفلسطينية القائلة: "في فلسطين، الصحفي هو الخبر."

ويستحضر هذا الانقلاب السيميائي مفهوم الموت المؤلف عند الفيلسوف الفرنسي رولان بارت حيث يتحول الموت المصور إلى عمل فني مفتوح يستجلب القراءة والتأويل ويكسر صمته الخاص. ويلاحظ أن نظرة المراسل الباقي مباشرة نحو الكاميرا تلعب دوراً تواصلياً عميقاً، فهي ليست نظرة موضوعية محايدة كنظرات المراسلين العادية، بل هي نظرة ضمير تتوجه بالسؤال الصامت إلى كل مشاهد: "إلى متى؟".



صورة(4.24): الفيديو (8): شو قالوا بالعبري - خراب الهيكل

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو من إنتاج (AJ+) عربي ضمن سلسلة "شو قالوا بالعبري"، نشر في 2024/8/14 بالتزامن مع ذكرى خراب الهيكل (تيشعابآف) عند اليهود، وهي ذكرى دينية يحيي فيها اليهود ذكرى تدمير الهيكلين الأول والثاني. يتناول الفيديو ما قاله المحللون الإسرائيليون عن "الانقسام الداخلي" في المجتمع الإسرائيلي، وتحذيراتهم من اندلاع "حرب أهلية" بسبب الكراهية بين فئاته المختلفة، رابطا بين الذكرى الدينية وأحوال إسرائيل المعاصرة.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة تركيا بصريا ذا طبقتين دلالية، يجمع بين فضاءين زمنيين ومكانيين وموضوعاتيين في إطار واحد. في الخلفية، يظهر مجموعة من الرجال (نحو 8-10 أو أكثر) ملقن على الأرض في صفوف متوازية، وجوههم غير واضحة بسبب وضعية الانبطاح الجماعي الكامل، الذي يخفي الوجوه ويكشف الأجساد. يرتدون قمصانا وسراويل عادية بألوان مختلفة بين الفاتح والداكن، ووضعيات أجسادهم على الأرض توحي بأدائهم لصلاة جماعية أو سجود طقوسي مكثف يستحضر طقوس "تيشعابآف" اليهودية التي يحيي فيها اليهود ذكرى خراب الهيكلين الأول والثاني.

المكان خارجي يبدو شارعا أو ساحة قرب جدار حجري يستحضر إيحائيا حائط البراق. في أسفل الصورة تظهر صورة بورتريه لامرأة بشعر أسود طويل متموج وبشرة فاتحة إلى متوسطة، تعبير وجهها جاد ومتحفظ، ترتدي ملابس رمادية، تبدو كمقدمة إعلامية أو محللة سياسية.

الألوان الأساسية محايدة بامتياز: الأسود، الرمادي، الأبيض في النص، مع ألوان خفيفة في ملابس المنبطحين (4-6 ألوان). يتصدر شريط أصفر أعلى الصورة بعنوان: "خطر في إسرائيل.. كراهية الإسرائيليين لبعضهم تحرض على إشعال حرب أهلية". والإضاءة طبيعية خارجية مع ظلال واضحة في الخلفية، بينما الإضاءة على المقدمة (المذيعة) أنعم ومتوازنة، ما

يخلق تباينا بصريا بين التوثيق الميداني (الصورة الخلفية) والتحليل الصحفي (المذبة الأمامية)، فيجد المشاهد نفسه في "حوار بصري" بين الواقع والتحليل. التكوين البصري طبقي مركزي يستجلب اهتمام العين بالتناقض الذي يحمله.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

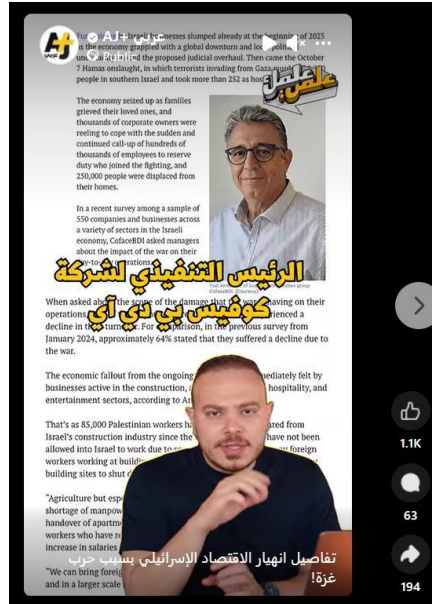
تتميز الصورة بتوظيف سيميائي مركب يكشف عن الانشقاق الداخلي البنية الإسرائيلية، عبر استراتيجية بصرية بالغة الذكاء تستعير من المشهد الديني الإسرائيلي ذاته دليل تفككه. فوضعية الانبطاح الجماعي للرجال تستدعي إيحائياً ذاكرة المجازر والمقابر الجماعية، رغم أنها في القراءة التعيينية مجرد طقس ديني يهودي. وهذا التوظيف يمثل ما يسمى في السيميائيات المفارقة البصري، إذ يتخذ المحلل من صورة الدين نفسه دليلاً على تفكك إسرائيل، فيقلب الطقس الديني المفترض أن يكون رمزا لوحدة الأمة الإسرائيلية إلى دليل على انقسامها.

ويخلق الجدار الحجري في الخلفية إحاء قويا بحائط البراق الذي يسميه اليهود "حائط المبكى"، فيكتسب المشهد كاملاً بعداً دينياً تاريخياً يستحضر سردية الفقد التي تتأسس عليها الهوية اليهودية الحديثة. ويلاحظ سيميائياً أن صفوف المنبطحين تتكون في الخلفية كطبقة "أفقية" ممددة، بينما تظهر المحللة في الأمام كطبقة "عمودية" منتصبة، فيخلق هذا التضاد الهندسي معنى سيميائياً عميقاً: ما ينبطح ينتمي إلى الماضي (الطقس الديني، الحزن المؤبد، تكرار الذكرى)، وما ينتصب ينتمي إلى الحاضر (التحليل النقدي، المساءلة، الكشف الإعلامي).

أما حضور المقدمة الشابة بملامح شرقية في الجزء السفلي، فتلعب سيميائياً دور المترجم الثقافي الذي يفك شيفرة الخطاب العبري ويقدمه للجمهور العربي، وتنقل اللغة العربية في النص كاملة السرد من الفضاء اللغوي العبري المغلق إلى الفضاء العربي المفتوح، محولة ما هو حميم يهودي إلى مكشوف علني. وهذه الترجمة الثقافية ليست بريئة، بل هي عمل سياسي بامتياز، يكشف للجمهور العربي مكامن الضعف في الكيان الإسرائيلي.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفضح الصورة الأسطورة المؤسسة لإسرائيل القائمة على فكرة الشعب الواحد ذي المصير المشترك، وتكشف أن ما تحاول إسرائيل تصديره خارجياً كوحدة قومية يخفي تحته انقسامات عميقة بين العلمانيين والمتدينين، وبين اليمين العلماني الصهيوني واليمين الديني الحريدي، تكاد تدفع الكيان إلى حرب أهلية.

وتكشف الصورة كذلك ما يسمى في السوسيولوجيا الإسرائيلية أزمة الهوية التي تفاقمت بعد حرب غزة 2024، حيث صار السؤال "من هو اليهودي" يتجاوز الإطار الديني إلى الإطار السياسي والاجتماعي. ويمثل هذا الفيديو سيميائياً عكس المرأة أمام إسرائيل بلغتها العبرية ذاتها، فترى نفسها لا كما تود أن تتقدم إلى العالم، بل كما يراها محللوها الخاصون في غرف الأخبار العبرية، وهذا الانعكاس المؤلم هو ما تخشاه إسرائيل أكثر من أي تهديد خارجي، إذ يكشف هشاشتها الداخلية التي تحاول تغطيتها بخطاب الوحدة القومية.



صورة (4.25): الفيديو (9): إغلاق 46 ألف شركة (انهيار الاقتصاد الإسرائيلي)

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو تحليلي اقتصادي من إنتاج (AJ+) عربي، نشر في 2024/8/29، يستعرض التأثيرات الاقتصادية الكارثية لحرب غزة على الاقتصاد الإسرائيلي. يتناول الفيديو إغلاق ما يقرب من 46 ألف شركة إسرائيلية منذ بدء الحرب، نقلاً عن دراسة اقتصادية شاملة شملت 550 شركة ضمن العينة، وأظهرت أن 64% من المنشآت تضررت بشكل مباشر، فضلاً عن نزوح نحو 250 ألف شخص من سكان المستوطنات الشمالية والجنوبية.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطة مركبة متعددة الطبقات تحاكي تصميم تقرير اقتصادي منشور في صحيفة مالية متخصصة. تتوزع الصورة عمودياً على محورين رئيسيين: في الأعلى يظهر رجل مسن أو في منتصف العمر، يشعر رمادي ونظارات وهيئة رسمية نسبياً بقميص أبيض فاتح ذي قصة كلاسيكية، تبدو ملامحه هادئة محايدة جادة تنتمي إلى منطق الخبير الاقتصادي المعتمد (يحتمل أنه الرئيس التنفيذي للشركة المذكورة في العنوان). وفي الأسفل يظهر رجل آخر متحد/مقدم بشعر قصير ولحية خفيفة، يرتدي قميصاً داكناً يرفع يده في وضعية تفسيرية متزنة مع تعبير جاد ينم عن السيطرة على المعلومة. تتمدد الخلفية كاملة كنص مقال اقتصادي مطبوع باللغة الإنجليزية، تظهر فيه أرقام واضحة بارزة تلعب دوراً مركباً: 2023، 2024، 550 شركة، 250,000 شخص، 64%، يتحدث المقال عن انهيار الاقتصاد الإسرائيلي بعد الحرب، نقلاً عن دراسة اقتصادية أكاديمية محكمة.

الألوان السائدة: الأبيض في الخلفية النصية الذي يستحضر صفحات الجريدة الورقية، والأسود في النص الإنجليزي، والأسود الداكن في ملابس المقدم، الأبيض في ملابس الرجل العلوي، والأصفر الفاقع في العنوان العربي الذي يكسر برود الخلفية 5-7 ألوان رئيسية تعمل وفق منظومة رصينة تحليلية. يتصدر منتصف الصورة عنوان أصفر كبير: "الرئيس التنفيذي للشركة كوفيس بي دي إي"، وفي الأسفل نص أبيض: "تفاصيل انهيار الاقتصاد الإسرائيلي بسبب حرب غزة".

اضاءة الاستوديو نظيفة على الوجوه تنفي الظلال القاسية وتعطي طابعاً وثائقياً محكماً. والتكوين البصري مركزي طبقي ينتقل البصر فيه من الأعلى الخبير إلى المنتصف الأرقام إلى الأسفل المحلل.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تجسد الصورة سيميائياً الانتقام الاقتصادي المسكنأو البكاء الإسرائيلي المكتوم، عبر منظومة سيميائية متطورة تستعير لغة الخصم (المنطق الاقتصادي الغربي) لخدمة الرواية المقاومة. فتوظيف نص إنجليزي كخلفية كاملة يلعب دوراً سيميائياً قوياً ومركباً ذا ثلاث وظائف متزامنة، الوظيفة الأولى، علامة السلطة: حيث تستدعي الإنجليزية هنا مصداقية المصدر الغربي (المحايد ظاهرياً) في تقييم الاقتصاد الإسرائيلي، فلا يستطيع المشاهد الإسرائيلي أن يتهم القناة بالانحياز لأن النص غربي لا عربي. أما الوظيفة الثانية، الانعكاس المعرفي: حيث يجد المشاهد العربي نفسه فجأة قارئاً لما يقرأه الإسرائيلي ذاته، فيقلب التسلسل المعرفي التقليدي لم يعد الإعلام الغربي يقرأ العالم العربي، بل العالم العربي صار يقرأ انهيار الإعلام والاقتصاد الإسرائيلي. وأخيراً الوظيفة الثالثة، التوثيق الأرشيفي: حيث يتحول النص الإنجليزي إلى وثيقة تاريخية تؤرخ للحظة، وتعطي الفيديو طابعاً توثيقياً يتجاوز عمر النشر إلى الأرشيف الدائم.

ويمثل اختيار صورة الرجل المسن بالنظارات والقميص الأبيض الرسمي في الأعلى العلامة الأيقونية للنخبة الاقتصادية الإسرائيلية التي كانت تزدهر وصارت اليوم تعاني، فيتحول وجهه من وجه نجاح مفترض إلى وجه خسران مؤكد. والأرقام (46 ألف شركة، 250 ألف نازح، 64% خسائر) تلعب دور الأيقونات الإحصائية بمفهوم بيرس التي تملك سلطة سيميائية عالية في إقناع الجمهور بجسامة الانهيار، لأن الأرقام في الإيستيمولوجيا المعاصرة تعد أعلى مراتب الحقيقة الموضوعية. أما اللون الأصفر الفاقع للعنوان، فيستحضر دلالة شريط الخطر أو التحذير الإخباري العاجل، ويستوقف القارئ كما تستوقفه أشرطة الحوادث في الشوارع.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفضح الصورة أسطورة المعجزة الاقتصادية الإسرائيلية التي طالما روج لها كنموذج لنجاح دولة، وتظهر أن هذه المعجزة مبنية على رمل سياسي هش، ينهار بمجرد دخول الدولة في حرب مفتوحة تتجاوز قدرتها على التحمل.

كذلك، تكشف الصورة كيف تعيد (AJ+) عربي توظيف لغة المحلل الاقتصادي التي يحتكرها الإعلام الغربي عادة لخدمة الرواية العربية المقاومة، فتقلب معادلة الضحية والمعتدي بالأرقام والإحصاءات ذاتها، وهذا الانقلاب السيميائي يمثل ما يمكن تسميته السيميائيات الناسخة، التي تنسخ علامات الخصم وتعيد توظيفها لخدمة الموقف المقابل. وتكشف الصورة في النهاية عن وعي تحريري متقدم بأن الحرب الإعلامية لا تكسبها العواطف وحدها، بل تكسبها الأرقام والوثائق والمصادر الغربية حين تستخدم في غير ما اعتادت أن تخدمه.



صورة(4.26): الفيديو (10): ماذا يحدث في الضفة الغربية؟

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو توثيقي ميداني من إنتاج (AJ+) عربي، نشر في 2024/9/3، يستعرض التصاعد العسكري الإسرائيلي في الضفة الغربية بعد عام تقريباً من حرب غزة. يسلط الفيديو الضوء على العمليات العسكرية الإسرائيلية المستمرة في مدن جنين وطولكرم ونابلس، وعمليات المقاومة الفلسطينية المسلحة ضد جنود الاحتلال والمستوطنين. يجمع الفيديو بين مشاهد من الدمار الناتج عن الاجتياحات ومشاهد من المقاومة الفلسطينية.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة تركيباً بصرياً عمودياً مقسماً على لوحتين أفقيتين متجاورتين، يلعب التقسيم فيهما دوراً سيميائياً مركزياً يكاد يفوق دور المحتوى البصري لكل منهما.

في اللوحة العلوية تظهر لقطة عامة من زاوية مرتفعة لمساحة طبيعية مملوءة بحطام وركام بني داكن، يوحى بالدمار الواسع نتيجة اقتحام عسكري، تتناثر فيها أحجار وقمامة ومخلفات بشكل يستدعي صور مناطق الحرب الكلاسيكية. في اللوحة السفلية، تظهر لقطة متوسطة قريبة من زاوية منخفضة تحاكي كاميرات المراقبة الأمنية، تظهر شخصاً ملابسه داكنة يسير في ساحة داخلية بشكل يوحى بالجدية والتوتر والتحيز.

الألوان محايدة أرضية بامتياز: درجات من البني والرمادي والأسود، تخلق أجواء قاتمة جانازية. تنصدر اللوحتين كتابات نصية عربية ببيضاء: في الأعلى "تزامناً مع عملية"، وفي الأسفل "عسكرية للاحتلال"، مع تفسير نصي تحت اللوحتين يصف عمليات المقاومة المسلحة ضد جنود الاحتلال والمستوطنين.

يتبع التكوين البصري قاعدة الأثلاث (Rule of Thirds) بفصل المشهد إلى نصفين أفقيين، مؤكداً التضاد بين ما بعد العملية (الركام في الأعلى) وأثناء العملية (حركة الجندي في الأسفل). الإضاءة طبيعية صارمة تحاكي طبيعة لقطات الأخبار ولقطات المراقبة، تنفي أي تجميل بصري يخفي مأساوية المشهد.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

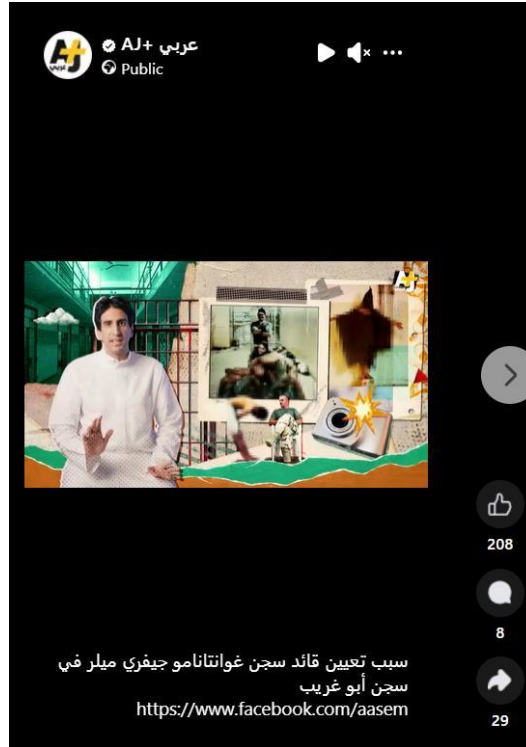
تنتفتح الصورة على قراءة سيميائية متطورة تتأطر تحت مفهوم الجدلية البصرية، وهي قراءة تستلهم الفلسفة الهيغلية وتسقطها على الفضاء البصري الإعلامي. فتقسيم الإطار إلى لوحتين يخلق سيمياء ما يسمى الحوار البصبيين فعلين متكاملين: اعتداء عسكري يخلف ركاماً (الأعلى)، وفعل مقاوم يتسلل ضمن المكان (الأسفل). وهذا الجمع بين فعلين في إطار واحد ينتمي إلى ما يسمى في علم الإخراج المونتاج الجدلي الذي أسسه السيميائي السوفياتي سيرجي أيزنشتاين، حيث يتولد المعنى من اصطدام لقطتين متناقضتين لا من تتابعهما السلس.

ويلعب الركام في اللوحة العلوية دور الأيقونة المؤشرة بمفهوم بيرس الذي يشهد على وجود حدث سابق (الاجتياح) دون عرضه مباشرة، فيحول الغياب إلى حضور، ويذكر المشاهد بأن الركام ليس مجرد حطام صامت بل خطاب بصري ينطق بمأساته. أما في اللوحة السفلية فتظهر حركة جنود الاحتلال كاستعراض بصري لفرض السيطرة العسكرية الميدانية، في حين تتخذ المقاومة شكل (الوجود الشبحي الخفي) الذي يملأ المكان بالتهديد دون أن تلمحه الكاميرا.

ويعمل التقسيم العمودي سيميائياً على إنتاج معنى الأرض الممزقة؛ فالضفة الغربية تعرض هنا كجسد مقسم بين ما يصيبه من اعتداءات وما يولده من مقاومة، فيتحول الإطار إلى خريطة سيميائية للجغرافيا الفلسطينية الممزقة.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفضح الصورة الخطاب الإسرائيلي القائل بأن الضفة هادئة أو تحت السيطرة، وتكشف أن ما يحدث هناك هو حرب شبه مخفية تنظمها معادلة الاجتياح والاستجابة على نحو يومي، حرب لا تصنع عناوين في الإعلام الغربي لأنها لا تتخذ شكل المعارك الكبرى التي تحظى بالتغطية، بل شكل الحرب الصغيرة المستدامة التي تستنزف الفلسطيني يومياً دون أن تستوقف الكاميرات الكبرى.

ويذكر التقسيم الثنائي سيميائياً بفكرة الجدلية الهيغلية بين القوة المهيمنة (الاحتلال) والقوة المقاومة (المقاومة)، حيث يلد كل منهما الآخر في حلقة تاريخية لا تنتهي. وتستحضر الصورة كذلك سيميائياً مفهوم الفضاء المتنازع عليه، فالضفة ليست مجرد منطقة جغرافية بل هي ميدان صراع يتنازع فيه الاحتلال والمقاومة على رواية ما يحدث فيها.



صورة (4.27): الفيديو (11): المدون - جسيم سجن أبو غريب

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو وثائقي استقصائي من إنتاج (AJ+) عربي ضمن سلسلة "المدون"، نشر في 2024/9/13، يستعرض فضائح سجن أبو غريب العراقي خلال الاحتلال الأمريكي، ويسلط الضوء على دور قائد سجن غوانتانامو الأمريكي السابق "جيفري ميلر" الذي عين في أبو غريب لتسريع وتيرة الاستجواب، وكانت نتيجة تعيينه فضائح التعذيب والإذلال الجنسي للمعتقلين العراقيين التي اهتز لها العالم في عام 2004.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة تركيباً بصرياً وثائقياً من نوع التوضيح التعليمي المميز لسلسلة "المدون". تتوسط المشهد شخصية رجل يقف في الواجهة اليسرى من الإطار، يرتدي ثوباً أبيض تقليدياً ينتمي إلى الزي العربي/الإسلامي، يوجه نظره نحو الكاميرا بتعبير جاد ومتوجس ينم عن قلق مسؤول ووعي تاريخي بجسامة ما ينقله. تنفتح الخلفية على مونتاغ من صور تاريخية تكشف عن قضبان سجن وأشخاص مشوشة ضبابية مخفية الملامح، تشير بوضوح إلى فضيحة سجن أبو غريب التاريخية التي اهتز لها العالم سنة 2004. الألوان متحفظة مكتومة تنتمي إلى تقاليد التصوير الأرضي: البنيات المختلفة، الكريمي، والأحمر الذي يرمز للخطر والتحذير، يتناثر في النص بشكل مدروس. تتصدر أسفل الصورة كتابة بيضاء: "سبب تعيين قائد سجن غوانتانامو جيفري ميلر في سجن أبي غريب"، مع شعار "المدون" بارز في الأعلى يلعب دور التوقيع الموضوعاتي للسلسلة. التكوين البصري غير متناظر بشكل مدروس، حيث يتخذ المتحدث جانبا أيسر والمونتاغ التاريخي يملأ بقية الإطار، فينشئ ديكالكتيكاً بصرياً بين الحاضر الناطق والماضي الصامت. الإضاءة اصطناعية مسرحية

متدرجة، تسلط الضوء على الشخصية الرئيسية مع إبقاء الخلفية مرئية ضمن سياق تاريخي محدد، تكاد تكون إضاءة قدسية تستجلب جلاله الذكرى التاريخية المظمورة.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تكشف الصورة في قراءتها التضمينية عن الذاكرة الاستعمارية المفضوحة في الخطاب الإعلامي العربي، وتتخبط في عملية التفكيك التاريخي للسردية الإمبراطورية. فتوظيف الدرجات اللونية البنية للخلفية يستحضر سيميائياً الأرشيف القديم والذاكرة المظمورة ويحول سجن أبو غريب من مجرد حدث تاريخي مضى إلى وثيقة إدانة خالدة تستحضرها (AJ+) عربي في لحظتها الإعلامية الراهنة.

وينتمي هذا التوظيف اللوني إلى تقليد سينمائي راسخ يستخدم السبيل للإحالة إلى الذاكرة المجروحة. ويؤدي الثوب الأبيض الذي يرتديه المتحدث دوراً سيميائياً عكسياً مدهشاً: فالأبيض تقليدياً يرمز للطهر والنقاء، وهو هنا يتعارض دلالياً مع "الجريمة المظمورة" خلفه، فيخلق ما يسمى التضاد البصري الذي يؤكد المفارقة بين البراءة الممثلة بالحكي والاستهتار الأمريكي بأرواح المعتقلين. أما قضبان السجن الملاحظة في الخلفية فتلعب دور العلامة الأيقونية المطلقة للسجن والاعتقال، بل تستحضر المأساة الاستعمارية الأمريكية بكل تفاصيلها من فضائح التعذيب الجسدي والإذلال الجنسي التي وثقتها صور المجندة الأمريكية ليندي إنغلاند وزملائها، وهي صور صارت في حد ذاتها "أيقونات سيميائية" لسقوط أخلاقي للإمبراطورية الأمريكية.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفكك الصورة أسطورة الديمقراطية الأمريكية التي تتخذها الولايات المتحدة قناعاً لتدخلاتها العسكرية حول العالم، وتكشف أن ما يخفى تحت عنوان الحرية وحقوق الإنسان وتصدير الديمقراطية هو نفس ممارسات الاستبداد التي تدعي محاربتها. ويستدعي اسم جيفري ميلر القادم من غوانتانامو إيحائياً منطق الجسر المتجاوز للحدود، الذي ينقل تقنيات التعذيب من معتقل إلى آخر، محولاً السجون الأمريكية حول العالم إلى شبكة مفتوحة لخرق الكرامة الإنسانية، تمتد من غوانتانامو في كوبا إلى أبو غريب في العراق. ويمثل هذا الفيديو، سيميائياً ذاكرة مقاومة ترفض النسيان وتذكر العالم بأن جرائم الأوس لا يمكن أن تمحى بسهولة، وأن السردية التاريخية مفتوحة على إعادة الكتابة الإعلامية المستمرة.

تتحول المهمة الإعلامية من نقل الحاضر إلى تحرير الماضي من قبضة المنتصر الذي يكتب التاريخ على هواه. ويلتقي هذا الفيديو في عمقه السيميائي بأطروحة العدالة الانتقالية التي ترى أن المحاسبة تبدأ بإعادة كتابة الذاكرة قبل تفعيل القضاء، فالكلام السيميائي عن الجريمة هو الخطوة الأولى نحو رفض إفلاتها من العقاب.



صورة (4.28): الفيديو (12): سلاح المقاطعة (ستاربكس)

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو تحليلي اقتصادي اجتماعي من إنتاج (AJ+) عربي، نشر في 2024/9/27، يستعرض نتائج حملات المقاطعة الاقتصادية ضد الشركات الداعمة للاحتلال الإسرائيلي بعد عام من طوفان الأقصى. يركز الفيديو على انخفاض أسهم شركة "ستاربكس" الأمريكية بنسبة تتجاوز 12% بسبب مقاطعة المستهلكين العرب والمسلمين، ويقدم المقاطعة بوصفها سلاحاً سلمياً فعالاً يمارسه المستهلكون في وجه الاقتصاد الداعم للاحتلال.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطة متوسطة مباشرة لواجهة متجر زجاجية تعرض مجموعة من العارضات البيضاء والسوداء، تتدلى بأوضاع متنوعة تستدعي صور المتاجر الفاخرة في شوارع المدن الأوروبية. الزجاج الأمامي ملون بكتابات غرافيتي حمراء صارخة تكون شعارات بالإنجليزية "FREE PALESTINE": (فلسطين حرة) و "BOYCOTT" (قاطع)، بخط يدوي ينم عن فعل احتجاجي عفوي غير مؤسسي، يتخذ النص الأحمر الصاعق بؤرة الانتباه البصري ويكسر برود العرض التجاري المدروس.

تتمركز في وسط الإطار كتابة صفراء بخط عربي كبير تقول: "المقاطعة: رفاهيات يومية تقتل الفلسطينيين"، وهي صياغة تعكس السخرية التحريرية المميزة للمنصة. وفي الأسفل نص تفسيري أبيض يستعرض انخفاض أسهم ستاربكس وأهمية المقاطعة. الألوان مركزة ومحددة سيميائياً: الأبيض/الأسود البارد للعارضات، والأحمر الصاعق للغرافيتي، والأصفر التحذيري للنص المركزي، والأسود لخلفية النص. التكوين البصري مركزي، إذ تحتل كتابة الغرافيتي قلب المشهد وتؤطر

العارضات. والإضاءة طبيعية نهارية ساطعة تنعكس على الزجاج، خالية من الظلال الدرامية، تخلق إحساساً بالواقعية الميدانية التي تنفي أي تدخل إخراجي مفترض.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تعمل الصورة سيميائياً على مستوى متقدم من السخرية البصرية، إذ تكشف عن المفارقة الجوهرية بين الاستهلاك الرأسمالي المعولم والضمير الأخلاقي الإنساني، عبر منظومة سيميائية تنسج خيطاً نقدياً بين الأيقونات الاستهلاكية والشعارات الثورية. فالعارضات البيضاء تلعب سيميائياً دور الإنسان المجوف أو المستهلك بلا روح، الذي يستهلك المنتجات دون أن يلتفت إلى الكلفة الدموية لإنتاجها وتوزيعها. وتستحضر هذه العارضات فكرة أن الإنسان يتحول إلى دمية استهلاكية تفقد ذاتيتها أمام منطق السوق. أما اللون الأحمر الصاق في الغرافيتي، فيلعب دوراً سيميائياً ثلاثياً متكاملًا، فالمستوى الأول هو الإحالة إلى الدم المسفوك في غزة، فالأحمر هنا ليس لوناً جمالياً بل دم مكتوب على واجهة الزجاج. والمستوى الثاني هو الإحالة إلى غضب المقاطعين ودعوتهم للحرب الاقتصادية. أما المستوى الثالث فتدخل البصري ليخترق هدوء العرض التجاري ويحطمه. ويخلق التوزيع البصري للنص الإنجليزي (للجمهور العالمي) مع النص العربي (للجمهور المحلي) ما يسمى الثنائية الخطابية التي تكثف الرسالة وتعممها على مديات جغرافية مختلفة. وتمثل هذه الازدواجية اللغوية سيميائياً استراتيجية المخاطبة المزدوجة التي تستهدف بناء خطاب كوني يتجاوز الجمهور العربي التقليدي إلى الجمهور المتضامن العالمي.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفضح الصورة أسطورة الاستهلاك الحداثي التي يروجها الإعلام التجاري الرأسمالي "اشتر ولا تسأل"، وتكشف أن كل كوب من القهوة في ستاربكس وكل ملابس ماركة تحمل تكاليف سياسية قد تكون دامية، وأن البراءة الاستهلاكية وهم سيميائي ينسجه السوق لتجريد المستهلك من مسؤوليته الأخلاقية. وتحول الصورة المستهلك من ضحية للسوق إلى فاعل سياسي يستطيع بقرار شرائي بسيط أن يؤثر في الاقتصاد العالمي، وهذا التمكين السيميائي هو ما يسمى في الأدبيات الحديثة المواطنة الاستهلاكية.

ويمثل الفيديو سيميائياً إعلان تحد بصري يستخدم لغة الإعلانات التجارية ذاتها (الواجهة الزجاجية، العارضات، الشعارات) لخدمة الرواية المقاومة، فتصبح المقاطعة إعلاناً مضاداً يفك شفرة الاستهلاك التقليدي. وينتمي هذا التوجه السيميائي فلسفياً إلى ما طورته مدرسة التأويل المضاد، حيث تتحول العلامة من حامل للمعنى المهيمن إلى حامل للمعنى المقاوم عبر تفكيكها وإعادة بنائها بشكل مضاد.



صورة(4.29): الفيديو (13): النازحون اللبنانيون في منطقة عالية

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو إنساني توثيقي من إنتاج (AJ+) عربي، نشر في 2024/10/1، يتناول مأساة النازحين اللبنانيين الذين أجبروا على ترك منازلهم في الجنوب اللبناني نتيجة العدوان الإسرائيلي، ولجأوا إلى منطقة "عاليه" الجبلية في شرق بيروت. يستعرض الفيديو قصصاً إنسانية من خلال شخصيات محددة منهم "أحمد عباس حجازي" وزوجته فاطمة، ويسلط الضوء على معاناتهم اليومية في مراكز الإيواء، وفقدانهم لكل شيء يملكونه.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطة بورتريه متوسطة قريبة لرجل مسن يدعى "أحمد عباس حجازي"، يجلس إلى طاولة بسيطة مع راديو قديم، في تكوين يستحضر تقاليد التصوير الإنساني الكلاسيكي. يرتدي سترة رمادية ذات سحاب فوق قميص مخطط، ويضع نظارات على وجهه تحمل خدوش سنوات طويلة. تنم ملامحه عن إرهاق شديد واستسلام هادئ مكثرت بمرارة، تكشف خطوط وجهه عن تضاريس من الألم الذي راكمته السنوات الأخيرة.

الخلفية بسيطة جدران زرقاء مطلية ببيكولوجيا الهدوء، مع مشعل تدفئة معدني، ما يشير إلى مكان مؤقت كمركز إيواء أو مدرسة محولة. الألوان ناعمة: الأزرق، الرمادي، ابيض. تنصدر الصورة تعليقات نصية باسم الرجل ووضعها: "أحمد عباس حجازي، نازح من جنوب لبنان"، وفي الأسفل عبارة: "وأخبارهم معاناتهم ما توصف".

الإضاءة الطبيعية ناعمة تدخل من نافذة خلفه تخلق هالة تأملية، التكوين متوازن مركزي يتركز كاملاً على الشخص لخلق اتصال إنساني مع المشاهد بأقصى قدر من الكثافة الوجدانية.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

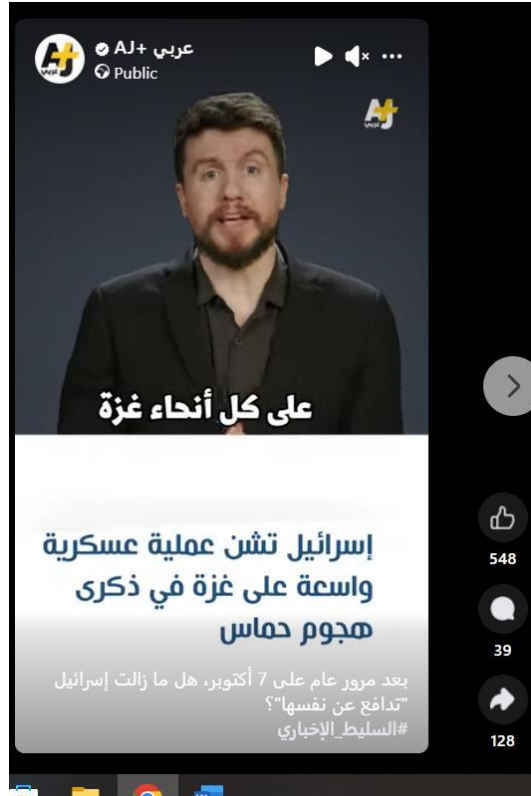
تمثل الصورة نموذجاً عميقاً في السيميائية الإنسانية التي تستخدم البساطة لإنتاج أعمق المعاني، عبر منظومة علامائية مكثفة تنسج خيط المأساة الفردية بخيط المأساة الجماعية. فوجه الرجل المسن المتعب يلعب سيميائياً دور الأيقونة الإنسانية التي تختزل مأساة شعب بأكمله في ملامح شخص واحد؛ كل خط في وجهه يحمل قصة، وكل بريق في عينيه يكشف عن خسران لا يوصف.

ويذكر هذا التوظيف السيميائي بأطروحة الفيلسوف الفرنسي إيمانويل ليفيناس حول كيف يكون وجه الآخر نقطة انطلاق كل أخلاق، إذ يفرض الوجه المعذب التزاماً أخلاقياً على كل من يراه. ويعمل الراديو القديم بجانبه كعلامة مؤشرة ذات حمولات متعددة، أولاً: يستحضر ذاكرة الأيام الجميلة قبل النزوح حين كان الراديو رفيق المساءات اللبنانية العريقة في مجلس عائلي يستمع إلى فيروز أو وديع الصافي. ثانياً: يرمز للأخبار التي يتابعها لعله يسمع عن موعد العودة، فيتحول من رفيق مسار إلى رفيق قلق. وثالثاً: شاهد تكنولوجي بدائي في زمن السمات فون، يكشف عن فجوة طبقية تجعل النازح معلقاً بين زمنين: الزمن الذي عاش فيه (راديو) والزمن الذي يعيش فيه الآخرون (هواتف ذكية).

وتلعب الجدران الزرقاء الباردة دوراً سيميائياً محيداً عاطفياً فالأزرق فلسفياً لون البعد والابتعاد، ما يشير إلى أن هذا المكان ليس بيتاً بل مأوى مؤقت، يذكر الرجل كل صباح بأنه ضيف مؤقت حتى في أرضه. أما الإضاءة الطبيعية الخلفية، فتخلق سيميائياً هالة نبوية حول الرجل، تحوله من نازح مجهول إلى شهيد حي يحمل ذاكرة الوطن.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفضح الصورة أسطورة الحرب النظيفة التي تحاول إسرائيل ترويجه عن نفسها كدولة تستهدف حزب الله فقط؛ بل تكشف أن ثمن هذه الحرب يدفعه أطفال وشيوخ ونساء لا علاقة لهم بأي تنظيم سياسي. وتستحضر الصورة سيميائياً تراث الصورة الفلسطينية النازحة في 1948 و 1967، وتكشف عن تكرار تاريخي لنفس المأساة في جغرافيا عربية مختلفة، وكأن القدر العربي يستنسخ مأساه في كل جيل.

ويمثل هذا الفيديو ضمن النموذج الخامس "ظاهرة الصمت التأملية" التي رصدتها هذه الدراسة، إذ يستجلب مشاهدات ومشاركات كثيفة مع قلة في التعليقات نتيجة عجز اللغة عن ملامسة الوجد، فالكلام أمام هذا الوجه يبدو فضولاً غير ضروري.



صورة(4.30): الفيديو (14): السليط الإخباري - سنة على 7 أكتوبر

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو ساخر تحليلي من إنتاج (AJ+) عربي ضمن سلسلة "السليط الإخباري"، نشر في 2024/10/11 بعد عام بالضبط من بدء أحداث "طوفان الأقصى" في 7 أكتوبر 2023. يتناول الفيديو بأسلوب ساخر شبه كوميدي تناقض الخطاب الإسرائيلي القائل بأنه يدافع عن نفسه" بعد عام كامل من القصف المستمر على غزة. يطرح الفيديو السؤال المحوري: هل لا تزال إسرائيل "تدافع عن نفسها" بعد كل هذه الكلفة البشرية؟

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطةً متوسطةً مباشرةً لرجل في منتصف العمر يحتل منتصف الإطار. هو رجل أبيض البشرة، بشعر قصير ولحية قصيرة، يرتدي بدلةً سوداء فوق قميص داكن تنتمي إلى الزي المعتمد للمذيع التقليدي. تتم ملامحه عن جدية متزنة مع نظرة مباشرة نحو الكاميرا، وإيماءات خفيفة بيديه توحي بأنه يشرح أو يقدم فقرةً إخبارية، فيعطيه هذا مظهر المذيع/المقدم المشهور الذي ينتمي إلى المنظومة الإعلامية السائدة. تتوسط الصورة كتابات بارزة: عنوان كبير أزرق يستعير شكل "البريكنغ نيوز": "إسرائيل تشن عمليةً عسكريةً واسعةً على غزة في ذكرى هجوم حماس"، وفوقه عبارة بخط أبيض كبير واضح: "على كل أنحاء غزة". وفي الأسفل سؤال صغير بخط رمادي/أبيض ساخر بامتياز: "بعد مرور عام على 7 أكتوبر، هل ما زالت إسرائيل تدافع عن نفسها؟" مع هاشتاج "#السليط_الإخباري". الخلفية بسيطة رمادية بلا تفاصيل مكانية، تشير إلى استوديو رقمي مسطح ينفي أي سياق جغرافي محلي. الألوان محدّدة: الأسود، الرمادي الداكن، الأبيض، الأزرق، مع لمسات من البشرة الفاتحة، والإضاءة استوديو ناعمة متوازنة بلا ظلال حادة. التكوين مركزي كلاسيكي يستعير شكل النشرة الإخبارية الجادة بامتياز، ولكنه يكسرها موضوعاً.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تمثل الصورة سيميائياً نموذجاً متطوراً للسخرية الإعلامية كأداة نقدية، عبر منظومة سيميائية مركبة تستعير شكل الخطاب السائد لتفكيكه من داخله. فالمقدم ببطلته الرسمية السوداء وهيئته الجادة يلعب دور المذيع التقليدي المعتمد إعلامياً، لكن السياق الساخر ينقل هذه الهيئة إلى اللعب على شكل الرصانة، وهي تقنية سيميائية تستعير الملامح المعتمدة في الإعلام السائد لتفكيكها من داخلها، تنتمي إلى ما طوّره الفيلسوف الفرنسي جاك ديريدا تحت مفهوم "التفكيك".

ويستحضر هذا الأداء تراث الكوميديا السياسية حيث يكون الساخر المقنع بالجدية أقدر على كشف التناقض من الناقد المباشر. ويعمل العنوان الأزرق الصغير "إسرائيل تشن عملية عسكرية واسعة كملفوظ رسمي بصياغته الإخبارية المحايدة الباردة، ثم يكسر هذا العنوان الأبيض الأكبر على كل أنحاء غزة بكشف التضخيم والتناقض، حيث يكشف أنّ ما يسمّى "عملية" هو في الحقيقة حملة إبادة تطال الجغرافيا كاملة. أما السؤال الساخر في الأسفل ("هل ما زالت إسرائيل تدافع عن نفسها؟") فيلعب دور الكشف السيميائي الذي يفكّ شيفرة الخطاب الإسرائيلي ذاته، ويطرح السؤال المنطقي الذي يتجنّبه الإعلام الغربي: "كيف يكون من يقصف الجميع مدافعاً عن نفسه؟". وتلعب الخلفية الرمادية السادية دور المسرح الفارغ الذي يركّز كل الانتباه على الخطاب، خلافاً للأخبار التقليدية بخرايطها ورسومها، فتعيد المشهد من نشرة أخبار إلى مشهد مسرحي سياسي.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفضح الصورة أسطورة الدفاع عن النفس التي تحتّم بها إسرائيل منذ تأسيسها، وتكشف أنّ هذه الأسطورة بعد عام من القصف صارت مكشوفة وفاقة لمصادقيتها أمام أي منطق عقلائي. وينتمي هذا التوظيف السيميائي إلى الخطاب ذو البعد الواحد، حيث تستعير السلطة منطقاً واحداً (الدفاع) لتبرير كل ممارساتها، ويأتي الساخر ليكسر هذه الأحادية عبر إعادة طرح السؤال البيديي. ويستحضر استخدام "السليط" وهو لفظ عربي يعني الذلاقة اللغوية والنقد الجريء إيحائياً تراث المعارضة السياسية العربية في النقاش العلني، فيحوّل الفيديو من مجرد تقرير إخباري إلى قصيدة هجائية حديثة تتوجّه بكلام صريح إلى الجمهور، حيث تم اثبات أنّ الكوميديا السياسية قد تكون أقدر على توصيل الموقف من نشرات الأخبار التقليدية. ويمثّل الفيديو سيميائياً تفكيكاً ممنهجاً للكلام الرسمي الإسرائيلي عبر استعارة شكله نفسه، وهذا الانعكاس السيميائي حيث ينقلب الشكل على المضمون يمثل قمة المفارقة البلاغية في الخطاب الإعلامي المعاصر.



صورة(4.31): الفيديو (15): شو قالوا بالعبري - أكتوبر الأسود

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو من إنتاج (AJ+) عربي ضمن سلسلة "شو قالوا بالعبري"، نشر في 2024/10/28 ضمن ذكرى "حرب أكتوبر 1973" التي يسميها الإسرائيليون "أكتوبر الأسود"، وتزامناً مع نقاشات سياسية مصرية-إسرائيلية حول مقترحات الرئيس عبد الفتاح السيسي للهدنة في غزة. يتناول الفيديو ما قالته الصحف والقنوات الإسرائيلية عن موقف السيسي ودور مصر التاريخي في الصراع العربي-الإسرائيلي، مع نظرة نقدية تستحضر هزيمة إسرائيل التاريخية في أكتوبر 1973.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة تركيباً بصرياً ذا طبقتين تحاكي بؤسرات التحليل السياسي. في الخلفية، تهيمن صورة بورتريه كبيرة جداً للرئيس عبد الفتاح السيسي تحتل تقريباً ثلاثة أرباع الإطار، يرتدي بدلة سوداء وقميصاً أبيض وربطة عنق داكنة مائلة للأحمر/البنفسجي. تنم ملامحه عن رسمية هادئة مع ابتسامة خفيفة جداً، ونظرة مباشرة نحو الكاميرا، تبدو كصورة بورتريه رسمية أو أرشيفية. وفي مقدمة الإطار في الأسفل، تقف امرأة في منتصف العمر، بشعر أسود طويل، ترتدي لباساً ملوناً ذا نقشة تراثية أو زخرفية عربية مع وشاح متعدد الألوان (الأحمر، الرمادي، الأسود، الأبيض). تعبير وجهها حاد نقدي مع فم مفتوح كأنها تتحدث، مضيقاً طابعاً جديلاً تحليلياً ينم عن السلطة المعرفية التي تملكها. تتمركز كتابة في الوسط: "الرئيس عبد الفتاح السيسي" بخط أبيض كبير فوق صدر الرجل. أسفلها نص: "لعنة أكتوبر للاحق تنبأها.. فما هو موقفه من مقترح السيسي؟". وفي أعلى اليسار يظهر نص صغير "wikipedia.org". الألوان متعددة: الأسود، الأبيض، الرمادي، الأحمر، البنفسجي، الوردي (6+ ألوان). والإضاءة ناعمة مسطحة أرشيفية تحريرية، تنفي أي بعد زمني محدد. التكوين هرمي طبقي ينزل من القمة (السيسي) إلى القاعدة (المحللة).

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تلعب الصورة سيميائياً على ثنائية مركزية هي السلطة الرسمية مقابل المحلل المعلق، ضمن استراتيجية بصرية متطورة في الإعلام النقدي العربي. فالصورة البورتريه الكبيرة للسياسي في الخلفية تلعب دور الأيقونة السلطوية، التي تعبر عن موقع القوة والقرار، تستحضر تقاليد البوسترات السياسية في الأنظمة العربية. لكن وضع المرأة المحللة في المقدمة بحجم أصغر يلعب دوراً سيميائياً عكسياً مدروساً فهي بخلاف ما ينتظر من حجمها الصغير، تحتل بخطابها وتعبيرها النقدي المركز الفعلي للمشاهد. وهذا الانقلاب السيميائي يذكر بمفهوم الهيمنة المضادة، حيث يستطيع الخطاب النقدي أن يكسر سلطة الخطاب المهيمن دون أن ينفيه.

أما اللون البنفسجي الداكن في ربطة عنق السياسي، فيستحضر إيحائياً دلالة الدبلوماسية المتألفة، ولكن ظهوره ضمن مشهد تحليلي نقدي يكشف عن التناقض بين الصورة والموقف؛ فالصورة تنطق بالرسمية، والموقف يطرح التساؤل. ويستحضر تركيز الفيديو على مصطلح لعبة أكتوبر إيحائياً ذاكرة خديعة أكتوبر 1973 التي خدع فيها السادات الإسرائيليين، فيحول الفيديو من تحليل راهن إلى استحضار تاريخي مكثف يطرح السؤال: هل يكرر السياسي حنكة السادات في مفاوضات اليوم، أم يكتفي بالاستثمار في الذكرى دون فعلها؟

ويلاحظ سيميائياً وجود إشارة "wikipedia.org" كمصدر لصورة السياسي، وهذا يلعب دوراً مكشوفاً في شفافية المصدر التي تتبعها (AJ+) كاستراتيجية مصداقية، وينفي عنها تهمة الفبركة التي قد توجه إلى الإعلام النقدي عادة. وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفضح الصورة أسطورة الزعيم العربي الحكيم التي تنسجها بعض الأدبيات حول السياسي، وتكشف عن قراءة إسرائيلية تكتيكية لخطواته، ما يطرح تساؤلات حول مدى استقلالية القرار العربي. وتؤدي اللغة العربية في النص دوراً مترجماً للخطاب العبري، فيستطيع المشاهد العربي أن يستمع سيميائياً إلى ما يقوله الإسرائيليون عن زعمائهم، وهي تجربة مذلة ومحرضة في الوقت ذاته، تستفز سؤالاً جوهرياً: من يتحكم في القرار العربي حقاً؟ وتنتهي هذه المقاربة السيميائية إلى ما طوره إدوارد سعيد تحت مفهوم الاستشراق المؤسسي، حيث تحتكر القوى الكبرى معرفة الذات الشرقية وتعيد تقديمها للشرقيين أنفسهم، فيأتي الإعلام العربي النقدي ليكسر هذا الاحتكار عبر إعادة ترجمة ما يقال عن العرب إلى لغتهم.



صورة(4.32): الفيديو (16): لحظة... لمن يصوت العرب؟

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو تحليلي سياسي من إنتاج (AJ+) عربي، نشر في 2024/11/3 قبل أيام من الانتخابات الرئاسية الأمريكية. يستعرض الفيديو الخيارات السياسية للجالية العربية الأمريكية في تلك الانتخابات: فريق سيصوت لترامب رغم سياساته المؤيدة لإسرائيل، وآخر سيصوت لكاميل هاريس، وفئة ثالثة قررت كسر احتكار الحزبين الكبريين (الديمقراطي والجمهوري) بالتصويت لجيل ستاين مرشحة حزب الخضر التي نالت شعبية عربية واسعة بسبب مواقفها الداعمة لفلسطين.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطة جانبية ميدانية من زاوية ثلاثة أرباع. تتمركز شخصية واحدة بارزة في الجنب الأيسر من الإطار رجل مسن ملامحه غير واضحة بسبب الكمامة الطبية الزرقاء التي تغطي فمه وأنفه. ينحني قليلاً فوق صندوق اقتراع منشغلاً بإدخال ورقة أو التعامل مع جهاز التصويت، في طقس ديمقراطي يخفي ما يخفي من توتر سياسي كامن. يرتدي قبعة سوداء، سترة سوداء داكنة ذات تفاصيل فاتحة، وبنطالاً أسود. خلفه يظهر شخص آخر بشكل جزئي جداً، يرتدي ملابس بلون بيج.

الخلفية: مركز اقتراع داخلي بأرضية خشبية لامعة، وحواجز أو مقصورات رمادية، وجدران بلون محايد، ما يدل على مكان رسمي عام ينتمي إلى أجواء العملية الديمقراطية الأمريكية. الألوان واقعية طبيعية (بني، رمادي، أسود، أزرق خفيف، بيج)، ما يحيل لمشهد مدني اقتراعي هادئ ظاهرياً.

تتصدر أسفل الإطار كتابة بيضاء كبيرة: "للعنوان المستمر على غزة"، ونص تفسيري يستعرض الخيارات الانتخابية. التكوين البصري غير مركزي بالكامل؛ الشخصية الرئيسية في الثلث الأيسر/الوسطى، وهذا التوضع خارج المركز يلعب

دورا سيميائياً مدروسا يكشف عن تهميش الناخب العربي حتى داخل الإطار البصري. الإضاءة داخلية ناعمة متساوية تعطي طابعاً وثائقياً إخبارياً ينفي أي تدخل تجميلي.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تنتفتح الصورة سيميائياً على قراءة متعددة الطبقات تكشف عن التمثيل السياسي المحدود للجالية العربية الأمريكية، عبر منظومة علامائية تنسج خيط الأزمة الوجودية للعربي المهاجر. فالكمامة الطبية التي تغطي وجه الرجل المسن تلعب دوراً سيميائياً قوياً ومركباً فهي في القراءة التعيينية إجراء صحي معتاد، لكنها في القراءة التضمينية إخفاء مزدوج للهوية فلا الكاميرا تستطيع التعرف على صاحبها، ولا الجالية العربية تستطيع التعبير عن صوتها الحقيقي في ظل ثنائية ترامب- هاريس التي تدعم إسرائيل كلاهما.

وتستحضر الكمامة كذلك مفهوم الإسكات البصري، حيث يغطي الفم فهو يستخدم كأداة للكلام والاحتجاج في لحظة التعبير السياسي الأهم. وتلعب الأيدي الممدودة نحو صندوق الاقتراع دور الفعل الوحيد المسمول للمهش في الديمقراطية الأمريكية تصويت سياسي بين خيارين كلاهما يدعم إسرائيل، وهذا التضييق السيميائي في الخيارات يكشف عن الحصار الأيديولوجي الذي يفرضه النظام الانتخابي الأمريكي على الأقليات.

ويلعب صندوق الاقتراع نفسه دور العلامة الإجرائية التي تختزل الحياة السياسية في طقس دوري مغلق، يتكرر كل أربع سنوات دون أن يغير شيئاً جوهرياً في علاقة الإمبراطورية الأمريكية بالقضايا العربية. أما الألوان الباردة المنحازة للرمادي والبنّي، فتعطل أي ثورية بصرية، وتعكس مناخ البرود الديمقراطي الذي يشعر به الناخب العربي في الولايات المتحدة، إذ يمارس فعلاً ديمقراطياً مجرداً من أي حرارة سياسية حقيقية.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفضح الصورة أسطورة الديمقراطية الأمريكية الشاملة التي تدعي تمثيل كل الأصوات؛ بل تكشف أن الناخب العربي محاصر بين خيارين يغلقان عليه نوافذ التعبير الحقيقي عن موقفه من الإبادة في غزة. ويستحضر هذا الكشف السيميائي التمثيل الإجرائي مجرد حق التصويت لا يكفي ما لم يكن هناك تمثيل جوهري ينعكس على القرارات الفعلية.

ويخلق ذكر جيل ستاين في النص التفسيري إشارة للبدل التمرد الذي يفك احتكار الحزبين، فيستحضر سيميائياً مفهوم الفعل الاحتجاجي عبر صندوق الاقتراع، الذي يحول التصويت من تأييد لمرشح إلى رفض لمنظومة. وتمثل الصورة بصرياً التوتر الوجودي للعربي المهاجر بين هويته الأصلية (المقاومة) وهويته الجديدة (المواطن في دولة تدعم خصمه)، وهذا التوتر هو ما يسمى في أدبيات الهوية الانتماء المزدوج المتنازع الذي يلزم الجالية العربية في الغرب منذ نكبة 1948 وحتى اليوم.



صورة(4.33): الفيديو (17): إغلاق كارفور الأردن بسبب المقاطعة

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو احتفالي توثيقي من إنتاج (AJ+) عربي، نشر في 2024/11/15، يعلن خبر إغلاق شركة "كارفور" الفرنسية لجميع فروعها في الأردن نتيجة حملات المقاطعة المكثفة التي قادها الأردنيون ضد الشركات الداعمة لإسرائيل. يستعرض الفيديو هذا الإغلاق كانتصار للشعب الأردني وكدليل على قوة المقاطعة الاقتصادية كسلاح سلمي فعال، ويوثق نجاحاً ملموساً للحملات الشعبية ضد الاستثمارات الداعمة للاحتلال.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطة عامة بعيدة من زاوية منخفضة صاعدة نحو الأعلى. يظهر في الأسفل بوضوح شعار "Carrefour" الكبير بحروفه الزرقاء والحمراء الشهيرة على سطح المبنى، والواجهة العلوية للمحل التجاري تحته، وهي ملامح تنتمي إلى علامة الشركات العابرة للقارات الراسخة في الذاكرة البصرية العربية. تهيمن السماء الزرقاء الصافية مع سحب بيضاء على الجزء الأكبر من الصورة، مما يوحي بأجواء نهائية مفتوحة مشرقة تستحضر مناخ النصر والاحتفال. تتمركز في منتصف الإطار كتابة بارزة داخل مستطيل جرافيكي أصفر: "كارفور تعلن إغلاق جميع فروعها في الأردن"، يتبعها نص أبيض تفسيري أصغر: "مبارك للشعب الأردني هذا الانتصار، حملات المقاطعة في الأردن تجبر كارفور على إغلاق فروعها"، بصياغة احتفالية صريحة تكسر الحياد الإخباري المفترض.

الألوان محدودة واضحة ودلالية: الأزرق الفاتح للسماء (60%)، الأبيض للسحب والنصوص (20%)، الأصفر للنص الرئيسي (10%)، الأزرق والأحمر لشعار كارفور (10%). التكوين البصري قريب من "قاعدة الأثلاث" مع توظيف واضح للمساحة السلبية في السماء، وهذا التوظيف يلعب دوراً مدروساً في إحياء الانفتاح والانتصار. الإضاءة طبيعية نهائية مشرقة عالية الوضوح، بلا ظلال قوية، تعزز شعور الانتصار البصري.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تُمثّل الصورة نموذجاً سيميائياً بارعاً في الاحتفال البصري بنجاح المقاومة الاقتصادية، عبر منظومة علامائية تنسج خيط النصر الشعبي على القوة الرأسمالية العابرة للقارات. فزاوية التصوير المنخفضة الصاعدة تلعب دوراً سيميائياً مهماً، إذ تجعل المشاهد ينظر إلى شعار "كارفور" من تحت، فيخلق هذا إحياء السقوط البصري لشركة كانت تتربع طويلاً على عرش التجارة الأردنية. وينتمي هذا التوظيف إلى ما يسمى في علم الإخراج الزاوية الانعكاسية، حيث تستخدم الزاوية المنخفضة عادة لتعظيم الشخصية، لكنها هنا تستخدم في انعكاس سيميائي لكشف هشاشة العملاق الرأسمالي أمام إرادة الشعب الجماعية.

وتلعب السماء الزرقاء الصافية التي تهيم على المشهد دوراً سيميائياً مضاعفاً ذا ثلاثة وجوه، الوجه الأول: تستحضر دلالة السلام والنقاء الأخلاقي بعد طرد الملوث (الشركة الداعمة للاحتلال)، فتنتقي الصورة من الطقس ما ينسجم مع الموقف ، الوجه الثاني: تستحضر دلالة المدى المفتوح والانتصار اللامحدود، إذ يفتح غياب الغيوم البصر على مستقبل بلا قيود. أما الوجه الثالث: تخلق تبايناً قوياً مع المتجر الساقط تحتها.

أما اللون الأصفر الفاقع للنص الرئيسي فيستحضر سيميائياً شريط الذهب أو الميدالية الذهبية التي تتوج بها مقاطعة ناجحة. ويعمل غياب الإنسان من الصورة بشكل كامل سيميائياً على تأكيد انتصار هيكلي يتجاوز الأفراد، حيث الفعل الجماعي تجلّى في تفكيك المؤسسة، وهذا الغياب المدروس للوجوه الفردية يختار التعبير عن البطولة الجمعية بدلاً من البطولة الفردية، فتتحول المقاطعة من إنجاز زعيم إلى إنجاز شعب.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفكك الصورة أسطورة الشركات العابرة للقارات الحصينة التي تتخيل نفسها فوق المحاسبة، وتكشف أن المستهلك الواعي بات قوة سياسية قادرة على إجبار أكبر الشركات على الانسحاب من أسواق كاملة. ويستحضر هذا الكشف السيميائي قدرة الحركات الاحتجاجية المعولمة على مواجهة العولمة الاقتصادية بأدواتها ذاتها. كما وتستحضر الصورة سيميائياً مفهوم العدالة الاقتصادية الشعبية بوصفها بديلاً عن العدالة السياسية الرسمية التي قد لا تأتي، وتكشف عن وعي نقدي بأن التغيير قد لا يأتي من القمة الحكومات والمنظمات الدولية بل من القاعدة المستهلكين الواعين ويمثل اختيار (AJ+) عربي توثيق هذا الإغلاق بنبرة احتفالية ضمن خطاب التمكين الشعبي، ويعلم الجماهير العربية أن المقاطعة ليست شعاراً عاطفياً بل أداة عملية يمكن قياس نتائجها بأرقام ملموسة. وينتمي هذا التوجه التحريري إلى ما يسمى في الأدبيات الإعلامية صحافة الحل، التي لا تكتفي بنقل المشكلة بل تسلط الضوء على نجاحات المقاومة الشعبية، فتقلب معادلة الإعلام السائد التي تغطي الفضل والكوارث بينما تهتمش قصص النجاح.



صورة(4.34): الفيديو (18): اعتداء على سيدة حامل في شيكاغو

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو إخباري إنساني من إنتاج (AJ+) عربي، نُشر في 2024/11/18، يتناول واقعة عنصرية جريئة وقعت في مدينة شيكاغو الأمريكية، حيث تعرض زوج عربي كانا يرتديان ملابس عليها شعارات فلسطينية (يحمل كوفية أو علم فلسطين) لاعتداء في أحد المطاعم العامة، حيث هاجمتهما امرأة أمريكية بيضاء ذات توجه صهيوني. يكشف الفيديو ارتفاع الكراهية ضد المسلمين والعرب في الولايات المتحدة بسبب الانحياز الإعلامي والسياسي المعادي للقضية الفلسطينية.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطة ميدانية قريبة متوترة من زاوية قريبة من مستوى العين، تلتقط لحظة عفوية من صراع جسدي متوتر ينفي أي احتمال للتحضير المسرحي. تتمركز في منتصف/يمين الإطار سيدة مسنة أو متقدمة في السن بشعر أشقر فاتح قصير، ترتدي معطفاً رمادياً. ذراعها مرفوعة نحو الأعلى في وضعية صد أو مقاومة، ووجهها متوتر والفم مفتوح كأنها تتحدث/تصرخ بكلام غاضب. تتم ملامحها عن غضب ومدافعة واستنفار يكشف عن "شحنة كراهية" مخزونة تنطلق في لحظتها العفوية.

شخص آخر يظهر من الخلف/الجانب فقط، يمد يداً نحو السيدة، ملامحه غير واضحة لكن وضعية جسده توحي بأنه طرف في احتكاك جسدي، وهو الزوج العربي المعتدى عليه

أعلى يسار الإطار: شعار AJ+ عربي، وتحت كلمة Public، ثم وسم الموقع شيكاغو، وتحت شريط أصفر بالتاريخ: 16 نوفمبر/تشرين الثاني 2024. في منتصف الصورة عنوان كبير بالعربية: "ماذا تفعلين؟"، وفي الأسفل نص تفسيري.

الألوان محدودة ومحايطة (رمادي، أسود، أبيض، أصفر) تخلق إحساساً وثائقياً صادقاً ينفي أي جمالية متدخلة. الزاوية مائلة قليلاً مع وجود عنصر أمامي معرقل (كتف/ظهر شخص آخر) يجعل المشهد يبدو تلقائياً مقتطعاً من فيديو مباشر. الإضاءة داخلية طبيعية ناعمة تنتمي إلى أجواء المطعم الأمريكي العادي.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تنتفح الصورة سيميائياً على قراءة معقدة تكشف عن الوجه المكشوف للعنصرية للمنهجية في المجتمعات الغربية، عبر منظومة علامائية تفضح الإسلاموفوبيا اليومية المخفية تحت يافطة التعددية. فالسيدة المسنة الأمريكية في وضعها الجسدي المتوتر تلعب دوراً سيميائياً مزدوجاً حيث أنها في القراءة التعيينية: هي معتدية غاضبة في حالة من السيطرة الذاتية المفقودة وفي في القراءة التضمينية: هي رمز الاستهلاك الأيديولوجي للكرهية المغدّاة عبر الإعلام الصهيوني الغربي الذي يغذيه طوال السنوات.

ويحول هذا التوظيف السيميائي المعتدية من فرد مجنون إلى عينة اجتماعية تكشف عن مرض جماعي أوسع. ويلعب وضع يديها المرفوعتين في حركة عدوانية/تفاعلية سيميائياً دور الفعل التحريضي الذي يكشف أن المجتمع الأمريكي الأبيض يرى نفسه ضحية لوجود فلسطيني، فيعنفه كفعل دفاعي مزعوم. وهذا الانعكاس السيميائي حيث يتحول المعتدي إلى ضحية مزعومة حيث يختار النظام المهيم عدواً صريحاً يبرر به ممارساته العدوانية.

وتلعب الكاميرا العنصرية بزوايتها المائلة دور الشاهد الميداني الذي لا يعدل، لا يجمل، لا يرتب، بل ينقل الواقع "كما هي"، وهذه الخشونة البصرية المقصودة تنتمي إلى تقاليد التصوير الوثائقي الأخلاقي الذي يرفض تلطيف الجريمة. ويلعب العنوان "ماذا تفعلين؟" الموجه بصيغة المؤنث دوراً سيميائياً تفاعلياً مع المشاهد، يكسر الجدار الرابع ويدخل في حوار صامت مع المعتدية وهذا الكسر السيميائي يحول المشاهد من متفرج سلبي إلى شاهد مكلف.

ويكشف الشريط الأصفر بالتاريخ دلالة سيميائية: التاريخ الذي عادة ما يتقدم هنا يصير وثيقة جريمة مفتوحة للتحقيق، يستحضر الذاكرة القانونية بدل أن يستحضر الأرشيف الإعلامي.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفضح الصورة أسطورة المجتمع الأمريكي المنفتح والمتسامح، وتكشف أن الحرية الأمريكية مشروطة بكون الفرد لا يحمل علم فلسطين أو رمزها، وأن حلم أمريكا مغلق في وجه من يعبر عن هوية تزجج النسيج الأيديولوجي السائد. وتستحضر الصورة سيميائياً مفهوم الإسلاموفوبيا اليومية التي تتجاوز السياسات الرسمية إلى التفاعلات الفردية في المطاعم والأسواق ومحطات الحافلات.

وينتمي هذا الكشف إلى تراث الدراسات النقدية للعرق التي طورتها مدرسة من المفكرين أمثال هنري لويس غيتس وإدوارد سعيد وهومي بابا، الذين كشفوا عن أن العنصرية المعاصرة لا تتجلى أساساً في القوانين بل في الإيماءات الصغيرة والاحتكاكات اليومية. ويمثل هذا الفيديو سيميائياً كاميرا مقابلة تسجل ما تختار الكاميرات الغربية الرسمية إخفاءه أو تجاهله، فتفك احتكار الإعلام السائد لسردية من هو الضحية ومن هو المعتدي. وتنتمي هذه المقاربة السيميائية إلى ما يسمى الإعلام البديل الذي طورته حركات المجتمع المدني في أمريكا اللاتينية منذ سبعينيات القرن العشرين، حيث تتحول الكاميرا من عين السلطة إلى عين المهمش.



صورة(4.35): الفيديو (19): لقاء الأحبة (لقاء أخوين في حلب)

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو إنساني مؤثر من إنتاج (AJ+) عربي، نشر في 2024/12/4 ضمن أجواء سقوط النظام السوري وتحرر مدن سوريا الواحدة تلو الأخرى. يوثق الفيديو لحظة إنسانية عفوية مؤثرة للقاء أخ مع أخيه في مدينة حلب بعد فراق دام سبع سنوات. يكشف الفيديو لحظة العناق الجسدي المحمل بالحنين، والدموع، والعواطف المكتومة، ويمثل أحد أكثر الفيديوهات التي ولدت "التفاعل الوجداني الخالص" في الدراسة.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطة ميدانية عفوية متوسطة من زاوية منخفضة قليلاً ومائلة، تلتقط لحظة عناق جماعي شديد التأثير تنتمي إلى اللحظات الجوهرية في تاريخ التصوير الفوتوغرافي في الهواء الطلق داخل حديقة أو ممشى ترابي محاط بأشجار ونباتات، مع سماء زرقاء واضحة في الخلفية تضيء على المشهد طابعاً تحريماً مفتوحاً. تظهر ثلاث شخصيات في عناق متداخل مؤثر: رجل في الأعلى/الوسط يرتدي قبعة صوفية رمادية وجاكيتاً رمادياً، يمسك بشخصين محتضنين على الأرض في لحظة عناق شديد، الشخصان المتعانقان: أحدهما على اليسار رجل أكبر سناً بشعر أبيض قصير، يرتدي سترة صفراء مع بنطال أرزق، والآخر على اليمين يظهر شعره أبيض أيضاً يرتدي سترة رمادية مع بنطال رمادي، الرؤوس متالصة، الأجساد متداخلة، الدموع تكاد تسمع رغم الصمت البصري.

الألوان طبيعية مشرقة: الأزرق للسماء، الأخضر للنباتات، البني/الرملي للممر، والرمادي والأصفر والأسود في الملابس. تنصدر أسفل الإطار كتابة بالعربية: "لقاء أخ مع أخيه في مدينة حلب بعد فراق دام 7 سنوات". التكوين البصري يتركز

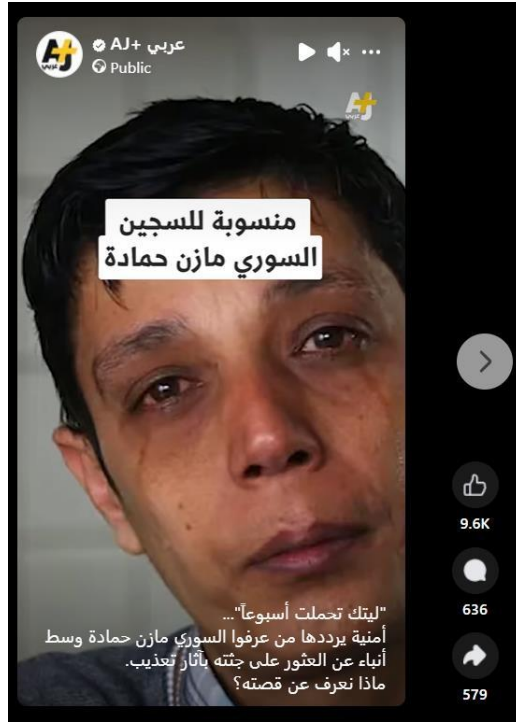
على العناق في منتصف الإطار، مع الرجل الواقف فوقهما كعنصر عمودي يوازن التكوين ويضفي طابعاً حمائياً. الإضاءة طبيعية نهائية قوية مع ظلال واضحة ولمعان الشمس على الوجوه.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تمثل الصورة سيميائياً نموذجاً متكاملماً لما يسمى في السيميائيات الوثيقة الوجدانية الصافية، حيث تنطق الصورة بلغة كونية تتجاوز الكلام، وتستجلب الدمع من المشاهد دون حاجة إلى أي شرح نصي. فالعناق المتداخل بين الأخوين يلعب دور الأيقونة العاطفية المطلقة، التي لا تحتاج إلى تفسير أو تأويل، فتكلم القلوب مباشرة عبر مفهوم يخترق المشاهد ويؤثر فيه دون توسط عقلي.

وتلعب القبة الصوفية الرمادية للرجل الواقف دلالة سيميائية مؤشرة على الموسم الزمني (الشتاء / البرد / الحزن الذي تلاشى)، بينما توحى المعاطف الدافئة بالشتاء العربي الذي اعتاد على البرد حتى صار جزءاً من الذاكرة الجماعية، فيتحول الشتاء في السيميائية العربية من فصل مناخي إلى رمز وجودي للانتظار والصبر. ويعمل المكان الحديقة العامة المفتوحة سيميائياً كفضاء محرر، يستحضر دلالة المجتمع المدني الذي عاد إلى الحياة بعد سنوات من الحرب، فينتقل الفضاء من ميدان موت إلى ميدان حياة. أما السماء الزرقاء الصافية في الخلفية، فتلعب دور الأفق المفتوح، يستحضر دلالة المستقبل الواعد الذي صار ممكناً بعد عهد مغلق. وتلعب أشعة الشمس المنعكسة على الوجوه دور الحضور الإلهي أو البركة التي تكمل اللقاء.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تكشف الصورة كيف يعيد الفعل البسيط (عناق بين أخوين) كتابة التاريخ السوري بأسره، فيتحول من حكاية حرب إلى حكاية لم شمل، وهذا التحول السيميائي يمثل ما يسمى في الفلسفة التاريخية اللحظة المسيانية عند والتر بنيامين، حيث تتكشف كل التاريخ في لحظة واحدة تغير مجراه. وتمثل الصورة سيميائياً إعادة بناء العائلة العربية التي مزقتها الحروب والاستبداد، ويتحول العناق من فعل شخصي إلى رمز إعادة وصل الجسد العربي الممزق. ويمثل هذا الفيديو في هذه الدراسة التفاعل الوجداني الخالص، حيث تتدفق المشاهدات والمشاركات بنسب مرتفعة، إذ يجد كل مشاهد عربي في هذا العناق صدًى لأشواقه المكتومة للقاءات مؤجلة مع أهل أو وطن، فيصبح الفيديو مرآة يرى فيها المشاهد العربي ذاته قبل أن يرى فيها الآخرين.



صورة(4.36): الفيديو (20): قصة السجين السوري مازن حمادة

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو وثائقي استقصائي من إنتاج (AJ+) عربي، نشر في 2024/12/11، بعد أيام من سقوط نظام بشار الأسد في 8 ديسمبر 2024، وتحرير سجنائه. يتناول الفيديو قصة الناشط والسجين السوري "مازن حمادة" الذي اعتقل في سجون النظام السوري بعد ثورة 2011، وتعرض لأبشع أنواع التعذيب التي ما تزال آثارها على جسده ووجهه. يسلط الفيديو الضوء على شهادة مازن المؤثرة، وأمنيته بالعبور على جثة معذبيه، كرمز لكل من قتل تحت التعذيب في سجون الأسد.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة لقطة بورتريه قريبة جداً لوجه رجل سوري يدعى مازن حمادة، يملأ معظم الإطار، مع خلفية محايدة رمادية/بيضاء غير واضحة تنفي أي سياق مكاني يشغل المشاهد عن الوجه. ملامحه شديدة التأثر تنتمي إلى الأيقونوغرافيا الجنائزية الحية: شعر أسود قصير، وجه نحيل، عيانان متعبتان محمرتان تحمل أثر ألف من الليالي بلا نوم، هالات داكنة تحت العينين كأنها وشم مطبوع، ملامح شاحبة وحزينة توحى بمرارة تنهش الوجه من داخله. حالته العاطفية تبدو مرهقة منكوبة صادمة، توحى بالألم والمعاناة وآثار التعذيب أو السجن الطويل، حتى تكاد العين ترى التعذيب مطبوعاً على البشرة، النظرة موجهة مباشرة نحو الكاميرا بتحد صامت.

الألوان قليلة مائلة للكتمة (درجات البشرة، الأسود في الشعر، البني/الأسود تحت العينين، الأبيض في النص العلوي)، تنتمي إلى المنظومة اللونية للحزن. تنصدر أعلى المنتصف داخل مستطيل أبيض كبير كتابة: "منسوبة للسجين السوري مازن حمادة"، وفي الأسفل سطر آخر يستعرض الأمنية بالعبور على جثة المعذبين، وما نعرفه عن قصته. التكوين البصري مركزي بالكامل، حيث يتموضع الوجه في الوسط مع توزيع متوازن للطرفين، ويعلو العنوان على الجبهة. الزاوية أمامية

مباشرة على مستوى العين، بلا ميلان واضح، ما يجعل النظرة المواجهة أكثر تأثيراً وأقرب إلى محاكمة بصرية للمشاهد. الإضاءة ناعمة محايدة، من مصدر داخلي، تبرز العينين والخطوط الحادة حول الوجه.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تمثل الصورة قمة ما يمكن تحقيقه سيميائياً في البورتريه المقاوم، وهي نمط من البورتريهات يتجاوز التصوير التقليدي ليتحول إلى وثيقة إدانة بصرية مفتوحة، تلتقط ذاكرة الجريمة المحفورة في الجسد. فوجه مازن حمادة في القراءة التضمينية ليس مجرد وجه شخصي، بل هو خريطة جريمة تسجل على تضاريسها كل ضربة سوط وكل صرخة كتيمة في المسلخ البشري وهو التعبير الذي أطلقه التقرير الشهير لقيصر المسرب من النظام السوري سنة 2014، الذي وثق آلاف صور ضحايا التعذيب في سجون الأسد

تلعب الهالات الداكنة تحت العينين دوراً سيميائياً مؤشراً بمفهوم بيرس: فهي العلامة المادية التي تشهد على ليال بلا نوم، وأيام بلا أكل، وسنوات بلا أمل، تكاد تكون دليل إثبات جنائي يستحق التحقيق القانوني. وتلعب العينان المحمرتان دور النافذة المفتوحة على الجحيم (الجحيم الأسدي) الذي عاش فيه مازن وألوف غيره. أما الوجه النحيل فيمثل سيميائياً الجسد النحيل الذي يعبر عن الانهيار الفيزيائي نتيجة التجويع الممنهج في سجون النظام، الذي وثقته تقارير المنظمات الحقوقية الدولية. ويلعب الإطار الفارغ من أي زينة خلفية سيميائية دور العزلة المطلقة التي عاشها مازن، حيث لا شيء يشغل المشاهد عن مواجهة هذا الوجه، فيحاكم نفسه أمامه كما يحاكم النظام

أما النظرة المباشرة نحو الكاميرا، فتلعب دوراً مذهلاً: إنها ليست نظرة ضحية مستكنة، بل نظرة شاهد يتهم العالم بأجمعه بالتواطؤ والصمت، وتستحضر تلقائياً صورة الشهيد الحي في الأدبيات الدينية المسيحية والإسلامية، الذي ينطق بجسده دون أن يفتح فمه. وعلى المستوى الأسطوري البارتي تفصح الصورة أسطورة سوريا الممانعة التي روجت لها أدبيات النظام السوري لعقود بوصفها حصن القومية العربية في وجه إسرائيل، وتكشف أن ما كان مخفياً تحت يافطة الصمود كان أبشع آلة تعذيب في القرن الواحد والعشرين، تمارس ضد الشعب السوري نفسه الذي تدعي حمايته.

وتستحضر الصورة سيميائياً مفهوم "الذاكرة الجسدية"، فالجسد البشري حتى بعد التحرر من السجن يحمل في تضاريسه أرشيف الجريمة الذي يستحيل محوه. وينتمي هذا التوظيف السيميائي إلى ما طورته الفيلسوفة الأمريكية إيلين سكري في كتابها الجسد المتألم، حيث تكشف أن التعذيب يهدف أساساً إلى تحطيم العالم الداخلي للضحية، وأن الجسد بعد التعذيب يحمل خريطة الدمار التي لا يمكن إخفاؤها. ويمثل هذا الفيديو سيميائياً شهادة جسدية لا تستطيع كل محاكم الأرض أن تكذبها. وقد سجل هذا الفيديو ضمن النموذج الثاني في الفصل الرابع "ذروة التأثير الإنساني الاستقصائي"، وهو يجسد قمة قدرة (AJ+) عربي على تحويل المأساة الفردية إلى قضية عامة، وتحويل الجسد المعذب إلى دليل سياسيفك شيفرة الاستبداد الذي طورته الأنظمة العربية المستبدة في القرن العشرين.



صورة(4.37): الفيديو (21): المدون - رحلة البحث عن أستاذ

أولاً: وصف الفيديو:

فيديو وثائقي استقصائي إنساني من إنتاج (AJ+) عربي ضمن سلسلة "المدون"، نشر في 2024/12/22، يستعرض قصة إنسانية مميزة لمجموعة من الطلاب السعوديين الذين قرروا البحث عن معلمهم المصري الذي درسهم قبل 30 سنة، ليجدوه بعد رحلة طويلة من البحث. يسلط الفيديو الضوء على قيمة المعلم في الذاكرة الجماعية، والعلاقة الإنسانية الممتدة بين المعلم وطلابه التي تتجاوز الحدود الجغرافية والأزمنة.

ثانياً: القراءة التعيينية (التقريرية):

تعرض الصورة تركيباً بصرياً مركباً يجمع بين صورتين في طبقتين زمنيتين متجاورتين، ففي الخلفية يظهر رجل أكبر سناً بملامح هادئة نسبياً، شعره رمادي قصير، يرتدي سترة داكنة فوق قميص فاتح، يقف في مكان يبدو داخلياً، وهو المعلم المصري الموضوع للبحث. وفي الأسفل أمام الكاميرا، يظهر شاب أصغر سناً بوجه واضح يرتدي ثوباً أبيض تقليدياً ينتمي إلى الزي الخليجي السعودي، وهو مقدم البرنامج أو الراوي. الألوان دافئة مع توازن مدروس: الأسود والرمادي والأبيض في الملابس، مع خلفية صفراء /مصفرة دافئة وملابس وردية أو بنية في الجهة اليمنى، ما يعطي إحساساً منزلياً أو مكاناً داخلياً ينتمي إلى الفضاء الحميمي الذي يستحضر دماء البيت. تنصدر أعلى اليمين/الوسط كلمة "المدون" بشعار السلسلة، وفي منتصف الصورة عنوان كبير: "درسهم قبل 30 سنة"، وفي الأسفل نص: "طلاب سعوديون يبحثون عن معلم مصري". التكوين البصري طبقي مركب: الوجه الأكبر في الأعلى، والوجه الأصغر في الأسفل، وبينهما نص مكتوب، فينشئ هذا التكوين محادثة بصرية بين زمنين. الإضاءة متباينة بين الخلفية الدافئة والإضاءة الأمامية على الوجهين، مع وضوح جيد للملامح، الزاوية أمامية مستقيمة متوازنة.

ثالثاً: القراءة التضمينية (الإيحائية):

تكشف الصورة في قراءتها التضمينية عن النوستالجيا التعليمية كموضوع مركزي يخترق الذاكرة الجماعية العربية، عبر منظومة علامائية تنسج خيط الذاكرة الإنسانية بين الأجيال والجغرافيات. فتراكم الصورتين (المعلم في الخلف، الراوي في الأمام) يلعب دوراً سيميائياً توليدياً: فالمعلم في الأعلى يمثل الأصل المنسي، والراوي في الأسفل يمثل الذاكرة الفاعلة التي تستحضر هذا الأصل.

ويعمل هذا التكوين البصري الطبقي على إنتاج معنى العمق الزمني، حيث يتجاوز الماضي البعيد (30 سنة) والحاضر القريب (الآن)، فتتحول الصورة من لحظة زمنية لخريطة زمن تختزل ثلاثة عقود في إطار واحد. ويلعب الثوب الأبيض التقليدي الذي يرتديه المقدم/الراوي دوراً سيميائياً مهماً، إذ يستحضر الهوية الخليجية السعودية (الثوب) كم منطقة جغرافية، ويتفاعل مع الوجه المصري في الخلف لخلق ما يسمى العلاقة العربية البينية التي صمدت رغم الحدود والسياسات. وتلعب الخلفية الصفراء الدافئة دور الذاكرة المضيفة بمعنى الذكرى الجميلة المحفوظة، وتسرب إحياء بالشمس والدفء العائلي. وتستحضر هذه الخلفية سيميائياً غرفة الفصل القديمة التي يتذكرها كل خريج من مدارس السبعينيات والثمانينيات في العالم العربي. ويستحضر اسم "المدو ان" الذي تتخذ السلسلة كعنوان إيحائياً تراث الكتابة والتأريخ في الثقافة العربية منذ ابن خلدون والطبري، فتتحول القصة من حكاية معلم الوثيقة مؤرخة تدخل سجل العلاقات الإنسانية العربية.

وعلى المستوى الأسطوري البارتي تكشف الصورة أسطورة الجفاء العربي التي يروجها بعض الإعلام الغربي عن العرب كشعب متناحر، وتفضح أن تحت السطح السياسي المتوتر تمتد شبكة عميقة من العلاقات الإنسانية الصامته التي تتجاوز الأنظمة والدول. وينتمي هذا الكشف السيميائي إلى ما طوره إدوارد سعيد تحت مفهوم "الموقع الجغرافي للإنسانية المشتركة"، حيث ينطلق من فكرة أن الحدود السياسية لا تحجب الروابط الإنسانية العميقة. وتستحضر الصورة سيميائياً مفهوم التعليم كفعل محبة، حيث يتحول الفصل الدراسي للبيت ثان، والمعلم للأب معنوي، ينطبع في ذاكرة الطلاب لعقود طويلة. ويمثل هذا الفيديو سيميائياً احتفاء بالقيم الإنسانية الكلية (الوفاء، الذاكرة، الامتنان) التي تتجاوز الانقسامات السياسية المعاصرة في العالم العربي، ويستحضر في عمقه التحريري يوعيا تحريريا متقدما بأن الموضوعات الإنسانية قد تكون أقدر على بناء الوعي العربي المشترك من الموضوعات السياسية الصاخبة، وأن الإعلام الجاد ينجح حين يذكر شعبه بأنه شعب واحد تجمعهم روابط تتجاوز جوازات السفر والحدود.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة النتائج وتفسيرها في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة

بعد استعراض نتائج التحليل الكمي والكيفي للفيديوجراف في منصة (+AJ) عربي، تأتي هذه المناقشة لتُقدّم قراءة تفسيرية معمّقة تربط النتائج التي توصّلت إليها الدراسة بالإطار النظرية المعتمدة (نظرية انتشار المبتكرات ونظرية السيميائية) من جهة، وبالدراسات السابقة العربية والأجنبية من جهة أخرى. إذ لا تكتفي الدراسة الأكاديمية الجادة برصد الأرقام وتوصيف الأنماط، بل تتجاوز ذلك إلى تفكيك دلالاتها العلمية حتى يتثنى لنا الإجابة على كامل أسئلة البحث، وكشف مواضع الاتفاق والاختلاف بينها وبين ما انتهت إليه الحقول البحثية المجاورة. ومن هذا المنطلق، يتمحور هذا القسم حول ثلاثة مستويات تحليلية متكاملة: المستوى الأول يتعلّق بتفسير النتائج في ضوء النظريتين الحاكميتين من منطلق ربط السؤال بالإجابة، والإجابة بالأدلة، والأدلة بالإطار النظري الذي وجه البحث منذ بدايته، والمستوى الثاني يتناول المقارنة المنهجية والنتائج مع الدراسات السابقة لتحديد مواضع التقاطع والتباين، أما المستوى الثالث فيبيّن المسوّغات العلمية التي دفعت الباحث إلى اختيار هاتين النظريتين دون سواهما لتأطير هذه الدراسة.

1. مسوّغات اختيار نظريتي انتشار المبتكرات والسيميائية إطاراً حاكماً للدراسة:

لم يأت اختيار نظريتي انتشار المبتكرات والسيميائية اعتباطاً، بل جاء استجابةً لمنهجيةً لطبيعة الظاهرة موضع الدراسة، وهي ظاهرة تنطوي على بُعدين متلازمين لا يُمكن تفسير أحدهما بمعزل عن الآخر. فالفيديوجراف بوصفه قالباً إعلامياً مستحدثاً يتطلّب إطاراً نظرياً يُفسّر ديناميكيات انتشاره وتبنيّه جماهيرياً، وهو ما توفّره نظرية انتشار المبتكرات لـ (إيفريت روجرز)؛ غير أنّ هذا الفيديوجراف في الوقت ذاته ليس مجرد "وعاء" تكنولوجي، بل هو نسيج من العلامات والدلالات البصرية (ألوان، أيقونات، رموز، لقطات، تكوينات) التي تتطلّب أداة تحليلية قادرة على تفكيك بنيتها الرمزية، وهو ما توفّره النظرية السيميائية في صيغتيها عند (دي سوسير: الدال/المدلول) و(بيرس: الأيقونة/الرمز/الإشارة).

وعليه، فإنّ النظريتين تعملان في هذه الدراسة عمل "العdestين المتكاملتين": فنظرية انتشار المبتكرات تنظر إلى الفيديوجراف من الخارج بوصفه مبتكراً يسري في جسم الجمهور الرقمي وفق خصائص خمس حدّدها روجرز (الميزة النسبية، والتوافق، والصعوبة أو التعقيد، وقابلية التجزئة، وسهولة الاستخدام والتداول)، في حين تنظر السيميائية إلى الفيديوجراف من الداخل بوصفه بنيةً دلاليةً تُنتج المعنى عبر تفاعل العلامات البصرية. وقد أثبتت نتائج الدراسة أنّ هذا التكامل النظري لم يكن ترفاً منهجياً، بل ضرورةً تفسيريةً؛ إذ إنّ تفسير النتيجة المركزية للدراسة —وهي صعود الفيديوجراف بوصفه القلب الأسرع نمواً في البيئة الرقمية— لا يكتمل إلّا بالجمع بين عاملين: سهولة التبني الجماهيري (بُعد روجرز)، والكثافة الرمزية البصرية (بُعد سوسير وبيرس).

2. انتشار الفيديوجراف بوصفه القلب الأسرع نمواً: قراءة في ضوء نظرية انتشار المبتكرات:

أظهرت نتائج الدراسة أنّ الفيديوجراف يُمثّل أكثر القوالب الإعلامية إنتاجاً وانتشاراً على منصة (+AJ) عربي، حيث حقّقت العيّنة المدروسة (21 فيديوجراف) تفاعلاً جماهيرياً ضخماً بلغ 4,232,900 مشاهدة، و 51,095 إعجاباً، و 3,521 تعليقاً، و 5,952 مشاركة، وهو ما يضع الفيديوجراف في مصافّ أكثر القوالب الإعلامية نماءً في البيئة الرقمية المعاصرة. وتُشير هذه النتيجة إلى أنّ الجمهور العربي الرقمي يميل إلى تبني أنماط إعلامية جديدة ذات خصائص بصرية ديناميكية،

وهو ما يُمكن تفسيره في ضوء نظرية انتشار المبتكرات لـ (إيفريت روجرز)، التي ترى أنَّ قابلية المبتكر للانتشار تتحدّد وفق خصائص خمس تتوفّر جميعها في الفيديو جراف بصورةٍ لافتةٍ.

فعلى صعيد الميزة النسبية، يتفوّق الفيديو جراف على القوالب الإعلامية التقليدية (كالنصّ المكتوب والخبر الصوتي والتقرير التلفزيوني الطويل) بقدرته على ضغط المعلومة وتقديمها في مدّة زمنية قصيرة مشحونة بصرياً؛ وهو ما أثبتته نتائج الدراسة التي بيّنت أنَّ فيديوهات لا تتجاوز مدّتها الدقيقة ونصف الدقيقة قادرةٌ على تحقيق ملايين المشاهدات (كما في فيديو "كسوة الكعبة" البالغة مدّته 26 ثانية). أمّا على صعيد التوافق، فإنّ الفيديو جراف ينسجم مع البنية الثقافية للجمهور العربي الرقمي الذي يميل إلى الاستهلاك البصري السريع، ومع سلوكيات التصفّح على منصّات التواصل الاجتماعي التي تُكافئ المحتوى القصير والعالي الجاذبية. وعلى صعيد الصعوبة (التعقيد)، يبرز الفيديو جراف في منصة (AJ+) عربي كقالب سهل الاستيعاب بفضل اعتماده المكثّف على النصّ المتحرّك (بنسبة 86.5% من الجرافيك المستخدم)، وهو ما يجعله قابلاً للفهم حتى في حالة المشاهدة بالصوت المكتوم التي تُمثّل السلوك الأكثر شيوعاً على فيسبوك. كما تتحقّق خاصيّة قابلية التجزئة من خلال إمكانية تقسيم المحتوى إلى وحداتٍ بصريةٍ صغيرة (لقطات، ومشاهد، وعناوين فرعية)، وتتحقّق سهولة الاستخدام والتداول عبر قابلية الفيديو جراف للمشاركة والانتشار الفيروسي، وهو ما تدلّ عليه نسبة المشاركات المرتفعة (5,952 مشاركة في العيّنة).

في إطار الإجابة عن التساؤل الأول المتعلق بالموصفات الفنية المستخدمة في تصميم الفيديو جراف الذي تنتجه (AJ+) لمنصّتها الرقمية "فيسبوك"، فقد أفضى التحليل الكمي في الفصل الرابع، عبر منظومة من ثماني وحدات تحليلية مترابطة (وحدات 3، 7، 9، 10، 11، 12، 13، 14)، إلى كشف بنية متكاملة من المواصفات الفنية تنتظمها فلسفة بصرية موحدة، تستند إلى ثلاثة محاور بنائية كبرى: محور المرجعية الواقعية، ومحور العلاقة الندية مع المشاهد، ومحور الكثافة الدلالية في الإطار الواحد. وعلى مستوى الأسلوب الفني (وحدة 3)، تبين أن منصة (AJ+) عربي تولي اللقطات الحية الواقعية الأولوية القصوى بنسبة (50.3%)، تتلوها الصور الواقعية بنسبة (23.2%)، ثم الجرافيك المعلوماتي بنسبة أدنى؛ وهو ترتيب سيميائي يكشف عن انحياز تحريري واضح نحو اقتصاد المرجع الذي يعزز ثبات الرسالة ومصداقيتها. وفيما يخص أحجام اللقطات (وحدة 7)، فقد توزعت بين اللقطات القريبة والمتوسطة والعامة وفق متطلبات الموضوع، بينما كشفت حركات الكاميرا (وحدة 9) عن هيمنة الكاميرا الثابتة في القوالب التحليلية، والكاميرا المتحركة في التغطيات الميدانية.

أما على صعيد زوايا الكاميرا، فقد رسخت زاوية "مستوى العين" (وحدة 10) حضورها المهيمن بنسبة بلغت (75.1%)، وهي زاوية تصنف في القاموس السيميائي "بزاوية المساواة" التي تضع المشاهد والمحتوى في مستوى بصري واحد؛ في حين أظهرت زوايا الكاميرا الأفقية (وحدة 11) هيمنة الزاوية الأمامية بنسبة (72.2%). وتتنوع الإضاءة (وحدة 12) وفق المضمون، حيث برزت الإضاءة الناعمة الطبيعية بنسبة (63.3%) في القصص الإنسانية، وتداخلت مع الإضاءة المختلطة في القوالب التحليلية والسياسية.

وقد تجلّى التوظيف المتقن للصوت (وحدة 13) في دمج ثلاثي بين صوت الراوي، والموسيقى التصويرية المكثفة عاطفياً، والصوت الطبيعي للحدث الميداني، منتجاً حالة من الانغماس البصري-السمعي. وأخيراً، أكد التكوين البصري (وحدة 14) هيمنة التكوين المركزي بنسبة (66.3%)، وهو ما ينسجم مع طبيعة الاستهلاك السريع في منصة فيسبوك.

وقد جرى توثيق كل هذه النتائج بجدول التكرارات والنسب المئوية الدقيقة، مدعمةً بالملاحظات الكيفية التي تفسر الأرقام في سياقها التوظيفي. وقد جرى تأطير هذه النتائج نظرياً في الفصل الخامس ضمن القسم الثالث البنية الدلالية للفيديو جراف، حيث تبين أن هذه الموصفات ليست خيارات جمالية عشوائية، بل قرارات سيميائية مدروسة تنتمي إلى الفلسفة البصرية الموحدة للمنصة. وبذلك، فإن هذا الهدف قد تحقق تحققاً كاملاً وممنهجاً متجاوزاً الرصد الكمي إلى التحقق المفسر الذي يجمع بين البيانات الرقمية والتفسير النظري في وحدة منهجية متسقة.

في إطار الإجابة عن التساؤل الثاني المتعلق بأهم العناصر البنائية المكونة للفيديو جراف الذي تنتجه (AJ+) عربي لمنصتها الرقمية "فيسبوك"، أبان التحليل في الفصل الرابع، عبر ست وحدات تحليلية متضافرة (وحدات 1، 2، 4، 5، 6، 8)، أن هذه العناصر لا تعمل بمعزل عن بعضها، بل تنتظم في شبكة علامائية متداخلة تتفاعل وفق منطق سيميائي صارم يهدف إلى توليد المعنى وتكثيفه في الحيز الزمني القصير. تتمحور هذه العناصر حول خمسة محاور بنائية كبرى: أولها محور نوع المحتوى (وحدة 1)، الذي توزع على خمسة حقول موضوعاتية (السياسي، والاجتماعي، والحقوقي/الإنساني، والاقتصادي، والديني/الثقافي)، كاشفاً عن الأولوية التحريرية للمنصة. وثانيها محور زاوية المعالجة (وحدة 2)، التي رصدت التوزع بين النقدية (48.6%) والتوعوية (45.9%) والمحايدة (5.4%)، وهو توزيع ذو دلالة سيميائية تكشف عن بصمة تحريرية منحازة للموقف الصريح. وثالثها محور توظيف الرموز والأيقونات (وحدتا 4 و5)؛ حيث حلت وحدة (4) الرموز ذات الحملات الثقافية والسياسية والدينية الكثيفة (كالكوفية، وكسوة الكعبة، وميكروفون الصحفي، وحائط المبكى، وواجهات المتاجر)، بينما لعبت وحدة (5) دور المؤشرات السيميائية عبر الأيقونات الإعلامية والتعبيرية والإحصائية التي تحيل المشاهد إلى مدلول خارج إطار الصورة.

ورابعها محور توظيف الألوان (وحدة 6)، الذي كشف سيطرة الألوان الرمزية بنسبة (52.6%)، حيث تستخدم كأداة دلالية لا زخرفية (الأحمر للدم والخطر، والأصفر للتنبيه، والأزرق للحيداء، والأسود للجلال أو الحداد). وخامسها محور الجرافيك والنصوص (وحدة 8)، الذي شمل الرسوم البيانية والجدول التفاعلية والخرائط، وسجل فيه النص المتحرّك النسبة الأعلى في الدراسة ببلوغه (86.5%)؛ وهي نسبة تعكس وعياً تحريرياً متقدماً بفلسفة المشاهدة الصامتة التي يستهلك بها أكثر من 85% من جمهور فيسبوك المحتوى الفيديوي. وقد جرى تفسير الترابط الجدلي بين هذه العناصر، حيث تبين أنها تشكل ما سمته الدراسة "الهوية البصرية المركبة" لـ (AJ+) عربي، التي تجمع بين الصرامة المعلوماتية والحرارة الإنسانية والنقد السياسي. ويمثل هذا الهدف في تحقيقه انتقال الدراسة من الرصد الوصفي إلى التحليل البنائي، الذي يكشف عن منطق التآلف الداخلي للعناصر البصرية، وهو ما يميز التحليل السيميائي عن تحليل المحتوى التقليدي.

في إطار الإجابة عن التساؤل الثالث المتعلق بأنماط التفاعل مع محتوى الفيديو جراف الذي تنتجه (AJ+) عربي لمنصة "فيسبوك"، فقد أفضى التحليل الكمي المعمق في الفصل الرابع، ضمن القسم الثالث المخصص لـ "أنماط التفاعل الجماهيري"، إلى رصد ثلاثة أنماط سيميائية تفاعلية متميزة، ينفرد كل منها ببصمته التفاعلية الفريدة، ويكشف عن علاقة دقيقة بين بنية المحتوى البصري ونوعية الاستجابة الجماهيرية.

يتمثل النمط الأول في "المحتوى الجدلي/النقدي واسع الانتشار"؛ وهو نمط تتبناه المنصة عمداً عبر طرح تناقضات بصرية صريحة في قضايا قيمة أو سياسية (كفيديو انتقادات أولمبياد باريس الذي حقق 2.1 مليون مشاهدة)، ويتميز بمعدلات تعليقات ونقاشات عالية تتجاوز أحياناً عشرة آلاف تعليق، حيث يمثل الفيديو فيه ساحة جدلية مفتوحة. أما النمط الثاني، فهو

ما سمته الدراسة "ظاهرة الصمت التأمل ي"؛ وتتجلى في القصص الإنسانية الصادمة العميقة (كقصة وداع أب لطفله بالبسكويت، أو قصة السجين السوري مازن حمادة، أو قصة استشهاد إسماعيل الغول). ويتميز هذا النمط ببنية تفاعلية مغايرة، حيث يرتفع معدل المشاهدات والمشاركات بشكل صاروخي، مقابل انخفاض نسبي في التعليقات.

وتعد هذه الظاهرة أحد أبرز إسهامات الدراسة النظرية، إذ تثبت أن الصمت قد يكون أدل على التأثير من الكلام، حيث يفقد المشاهد المصدوم قدرته على التعبير اللفظي فيكتفي بالمشاركة الصامتة. ويأتي النمط الثالث في "المحتوى الديني والاجتماعي الرمزي" (كفيديو تبديل كسوة الكعبة، أو لقاء الأخوين في حلب)؛ والذي يستثير ردود فعل توافقية وتضامنية بين الجمهور تجمع شتات الهوية الجمعية، وتتسم بارتفاع نسبة التفاعل عبر "الإيموجي" التضامنية مع انخفاض حدة الجدل. وقد جرى تفسير هذه الأنماط الثلاثة في ضوء النظرية السيميائية (رولان بارت وتشارلز بيرس) ونظرية انتشار المبتكرات (روجرز)؛ باعتبار أن كل نمط تفاعلي يمثل مرحلة مختلفة من مراحل التبني الجماعي للمبتكر، ويكشف عن مفهوم "الوخز" البارتية، بحيث تبين الدراسة أن الكثافة الدلالية للصورة قد تبلغ حداً يعطل اللغة اللفظية عند المتلقي. ويمثل هذا الهدف، في تحقيقه، انتقال الدراسة من الرصد الوصفي إلى التحليل البنائي الذي يكشف عن منطق التآلف الداخلي للعناصر البصرية. وبذلك، فقد تحقق الهدف الثالث تحقيقاً معمقاً ومنهجاً عبر التفكيك السيميائي لبنية التفاعل، متجاوزاً النماذج التقليدية التي تفترض أن التعليق هو المؤشر الوحيد على التأثير.

في إطار الإجابة عن التساؤل الرابع المتعلق بأبرز القوالب الفنية التي توظفها قناة (AJ+) عربي لتوزيع محتواها البصري في الوسائط الحديثة، كشف التحليل المعمق في الفصل الرابع، عبر القسم الرابع المخصص للتحليل الكيفي للنماذج التمثيلية، أن المنصة قد طورت منظومة متكاملة من القوالب الفنية الثابتة، تعمل كل منها وفق بصمة بصرية مميزة تنتجها هوية إخراجية متسقة. ويمكن رصد خمسة قوالب فنية مركزية تعمل كـ "معمار تحريري" للمنصة: أولها قالب "شو قالوا بالعبري" التحليلي السياسي ذو الهوية البصرية الثابتة، الذي يستعير لغة الإعلام الإسرائيلي ليفك شيفرتها أمام الجمهور العربي. وثانيها قالب التوثيق الإنساني القصصي، الذي يتجلى في فيديوهات كقصة السجين السوري مازن حمادة، وداع أب لطفله بالبسكويت، ويتميز ببؤرة بصرية مركزية على شخص واحد يمثل سيميائياً الإنسان المتضرر. وثالثها قالب التحليل الإخباري السريع، الذي تتجلى نماذجه في فيديوهات تخفيف الأحمال الكهربائية وإغلاق 46 ألف شركة إسرائيلية، ويتميز ببنية مكثفة تجمع بين الرقم والصورة والنص التفسيري. ورابعها قالب التغطية الميدانية الحية، الذي يظهر في فيديوهات كاستشهاد إسماعيل الغول، والنازحين اللبنانيين، ويتميز بخشونة بصرية مقصودة. وخامسها قالب المدونات الاستقصائية المتجلى في سلسلة "المدون"، الذي يجمع بين العناصر الوثائقية والاستقصائية والإنسانية، ويستخدم الصور الأرشيفية بدرجات لونية سببية.

وقد تحقق هذا الهدف منهجياً في الفصل الرابع، حيث جرى تحليل خمسة نماذج تمثيلية: النموذج الأول فيديو "انتقادات أولمبياد باريس" بوصفه نموذجاً لقالب "التعليق الإخباري الجدلي" (2.1 مليون مشاهدة). النموذج الثاني "السجين السوري مازن حمادة" (الوثائقي الاستقصائي الإنساني). النموذج الثالث "لقاء الأخوين في حلب" (التفاعل الوجداني الخالص). النموذج الرابع "شو قالوا بالعبري" (التحليل السياسي البيني). النموذج الخامس "النازحون اللبنانيون في عاليه" (التوثيق الإنساني الميداني).

في إطار الإجابة عن التساؤل الخامس المتعلق بالمدة الزمنية المستخدمة في الفيديو جراف الذي تنتجه (AJ+) عربي لمنصة فيسبوك الرقمية، أظهر التحليل في الفصل الرابع عبر الجدول التمهيدي (4.1) قائمة الفيديوهات المحللة أن مدة الفيديوهات تتوزع على طيف زمني مرن يتراوح بين حد أدنى بلغ (26 ثانية) في الفيديوهات الإخبارية فائقة القصر (كفيديو تبديل كسوة الكعبة)، وحد أقصى بلغ (14 دقيقة) في القوالب الاستقصائية والوثائقية (كفيديو "رحلة البحث عن أستاذ" ضمن سلسلة "المدون"). ومع ذلك، يتركز التكرار الإحصائي الأعلى في المدى المتوسط الذي يتراوح بين (3-7 دقائق)، وهو ما ينطبق على نحو 60% من الفيديوهات المحللة.

تكشف هذه التوزيعية الزمنية عن وعي تحريري دقيق بالسلوك الانتباهي لمستخدم فيسبوك؛ فبينما تشير أبحاث المنصات إلى أن متوسط مدى الانتباه لا يتجاوز 47 ثانية في الفيديوهات الإخبارية، فإنه يرتفع إلى 6-9 دقائق في المحتوى القصصي الإنساني العميق. وبناء على ذلك، لا تخضع المنصة لقولبة زمنية صارمة، بل تكيف زمن السرد البصري وفقاً لحاجة الدلالية للموضوع؛ ثوان للحدث الديني الاحتفالي، ودقائق للتحليل السياسي، ودقائق ممتدة للقصة الإنسانية. وقد جرى تأطير هذه النتائج نظرياً تحت مفهوم الاقتصاد البصري، الذي صاغته الدراسة ليعبر عن قدرة المنتج البصري على تكثيف الحد الأعظم من المعنى في الحيز الأدنى من الزمن. ويجد هذا المفهوم مسانده في كتابات رولان بارت حول الصورة المكثفة، ويجسد الفكرة التي تنسب للمصور هنري كارتييه بريسون: "الصورة ليست عما تراه، بل عما يعجز اللسان عن قوله." وعليه، فإن هذا الانتقاء الزمني ليس مقيداً بالضرورات التكنولوجية للمنصة، بل هو قرار سيميائي-تحريري مدروس ينسجم مع طبيعة "الأنا الرقمية" المعاصرة التي تفضل الكثافة على الإسهاب، والإيحاء على التصريح. ويعد هذا الاكتشاف إسهاماً نظرياً، إذ يكشف عن منطق سيميائي متطور ينتقل بالفيديو جراف من مفهوم التقرير الإخباري التقليدي إلى الجملة البصرية المكثفة التي تفعل في المتلقي ما لا يفعله مقال من ألف كلمة، وهو ما يجسد انتقالاً نوعياً في بنية الخطاب الرقمي المعتمد على الكثافة الرمزية والوجدانية.

أما الإجابة عن التساؤل السادس : ما هي المضامين التي يتناولها محتوى الفيديو جراف الذي تنتجه صفحة (AJ+) عربي لمنصة فيسبوك الرقمية فقد تبين في الفصل الرابع، عبر وحدة التحليل الأولى المخصصة لـ "نوع المحتوى"، أن منصة (AJ+) عربي تتناول طيفاً واسعاً من المضامين الذي يمكن تصنيفه إلى خمسة حقول موضوعاتية كبرى، يتفاعل بعضها مع بعض في شبكة موضوعاتية متشابكة تكشف عن الأجندة التحريرية للمنصة . الحقل الأول هو حقل المضامين السياسية المرتبطة بالقضية الفلسطينية والصراع في غزة والضفة الغربية ولبنان والمواقف العربية والإقليمية والدولية من هذا الصراع (كفيديوهات سلسلة شو قالوا بالعبري، السليط الإخباري، لمن يصوت العرب)، ويتموضع هذا الحقل سيميائياً ضمن ما يسمى خطاب المقاومة الإعلامية الذي يتحدى الخطاب المهيمن الإسرائيلي والأمريكي.

الحقل الثاني هو حقل المضامين الاجتماعية كقضية كوفية الطالبة المغربية، والاعتداء على السيدة الحامل في شيكاغو، التي تتناول قضايا الهوية والاندماج والتمييز العنصري ضد العرب والمسلمين في الفضاءات الغربية. ويكشف هذا الحقل عن وعي منهجي بالاغتراب البصري الذي يعيشه العربي خارج وطنه . الحقل الثالث هو حقل المضامين الحقوقية/الإنسانية كقصص السجناء (مازن حمادة)، والشهداء (إسماعيل الغول)، والنازحين (اللبنانيين في عاليه)، التي تتناول الإنسان في أضعف لحظاته، وتحول الأرقام الإحصائية المجردة إلى وجوه وأسماء وقصص . الحقل الرابع هو حقل المضامين الاقتصادية كفيديوهات حملات المقاطعة (ستاربكس، كارفور) وانهيار الاقتصاد الإسرائيلي (إغلاق 46 ألف شركة)، التي تستخدم لغة الأرقام والإحصاءات لخدمة الرواية المقاومة، وتكشف عن وعي بالسلح الاقتصادي كأداة سياسية سلمية

فعالة. الحقل الخامس والأخير هو حقل المضامين الدينية والثقافية والاجتماعية كفيديو تبديل كسوة الكعبة ولقاء الأخوين السوريين في حلب، الذي يرسخ الهوية الجمعية العربية الإسلامية ويستحضر روابطها العاطفية والروحية.

وتتجاز المنصة بوضوح عبر توزيع نسب هذه الحقول نحو منظور حقوق الإنسان والتحليل النقدي للسلطة بدلاً من الحياد التقليدي، وهو ما أكدته الفصل الخامس بشكل صريح في القسم الخاص بالهوية التحريرية والبصرية، حيث وصفت المنصة بأنها تتجاز انحيازاً واضحاً لمنظور حقوق الإنسان، وهذا الانحياز في الفلسفة الإعلامية المعاصرة لا يعد نقصاً مهنيّاً بل اختياراً قيمياً ينتمي إلى مدرسة الصحافة الملتزمة التي ترى الحياد المطلق وهماً منطقياً مستحيلًا. وقد تم تحديد المضامين التي يتناولها محتوى الفيديو جراف الذي تنتجه صفحة (AJ+) عربي لمنصتها الرقمية فيسبوك. حيث تحقق هذا الهدف تحقّقاً تفصيلياً ومنهجياً في الفصل الرابع، عبر وحدة التحليل الأولى المخصصة لـ "نوع المحتوى"، التي صنفت المضامين إلى خمسة حقول موضوعاتية كبرى: سياسي، اجتماعي، حقوقي/إنساني، اقتصادي، بيئي/ديني، ورصدت نسبة تكرار كل حقل، وتوزيعه على شهور الدراسة (من يونيو إلى ديسمبر 2024). وعزز هذا التحليل الكمي التحليل الكيفي المعمق لأبرز الفيديوهات في القسم الرابع، الذي تناول كل فيديو كوحدة موضوعاتية قائمة بذاتها، يستحق دراسة سيميائية مستقلة، ويكشف عن مدى الالتزام الإيديولوجي الذي يسري في الجسم التحريري للمنصة.

وقد جاء في المقدمة من حيث تكرار المحتوى السياسي بنسبة (30%)، يتلوه المحتوى الاجتماعي والحقوقي/الإنساني بنسبة (28%) لكل منهما، وهي نسب تكشف عن توازن تحريري مدروس بين العين السياسية التي ترصد الصراعات، والعين الإنسانية التي تلتقط مأساة الفرد. وتم تأطير هذه المضامين في الفصل الخامس تحديداً في النقطة الأولى من الخلاصة المعنونة بالهوية البصرية لـ AJ+ عربياً باعتبارها تعكس انحيازاً واضحاً لمنظور حقوق الإنسان والتحليل النقدي للسلطة. ويلاحظ أن هذا الانحياز ليس عفويّاً، بل ينتمي إلى مدرسة الصحافة الملتزمة التي تتجاوز وهم الحياد المطلق إلى الإقرار بأن كل خيار تحريري من اختيار الموضوع إلى اختيار الزاوية هو في حد ذاته فعل تأطيريلا يخلو من حمولات قيمية. ويؤيد هذه القراءة ما يلاحظه المشاهد من تركيز المحتوى على شخصيات مهمشة تاريخياً في الإعلام السائد: السجين، والنازح، والمهجر، والشهيد، والطالبة المنبوذة، والمستهلك المقاطع، وكلها فئات يختار الإعلام التقليدي إخفاءها أو تهميشها، بينما تختار (AJ+) عربي إبرازها وتحويل قصصها إلى علامات كلية تتحدى السرديات الرسمية. ويمثل هذا التوجه، سيميائياً، عكس الهرمية الإعلامية الذي يهتم بنقل الكاميرا من المنابر الرسمية إلى الهوامش المنسية.

في إطار الإجابة عن التساؤل السابع: ما مدى نجاح الجرافيك في دعم الرسالة البصرية للفيديو؟ فقد كشفت نتائج التحليل الكمي والكيفي في الفصل الرابع عبر وحدة تحليل الجرافيك المستخدم (وحدة 8) ووحدة لتكوين البصري (وحدة 14) عن نجاح بيّن وملفت للجرافيك؛ إذ سجل النص المتحرك نسبة مرتفعة بلغت (86.5%) من إجمالي الفيديوهات المحللة، وهي نسبة تعد من أعلى النسب المسجلة في الدراسات المقارنة على المنصات الإخبارية العربية. ويكشف هذا الرقم عن وعي تحريري بالغ الدقة بما يمكن تسميته اقتصاديات السمع، إذ تشير إحصاءات منصة فيسبوك إلى أن أكثر من 85% من الفيديوهات يستهلكها المستخدم بالصوت المكتوم، مما يجعل النص المتحرك ضرورة وظيفية قصوى لضمان وصول الرسالة.

كما لعبت العناصر الجرافيكية الأخرى كالرسوم البيانية (38%)، والجداول (12%)، والخرائط (24%)، والأيقونات الإحصائية (47%)، والألوان الرمزية (52.6%) دوراً محورياً في تكثيف المعنى. ويتجلى هذا النجاح في نماذج تمثيلية

كفيديو "إغلاق 46 ألف شركة" الذي يستخدم نصاً إنجليزياً اقتصادياً كخلفية ليكتسب مصداقية غربية، وفيديو "سلاح المقاطعة" الذي يتوسل بالغرافيتي الأحمر، وسلسلة "شو قالوا بالعبري" التي تستخدم اقتباسات منقولة حرفياً. وقد اعتمدت المنصة نظاماً لونياً ثابتاً يشكل الكود البصري المشترك، حيث الأصفر للعناوين، والأبيض للنصوص التوضيحية، والأحمر للتنبيه، والأخضر للإيجابية. ويتجاوز التوظيف الجرافيكي وظيفة التزيين إلى وظيفة إل حكم، إذ تعد الاختيارات الحجمية واللونية والحركية أفعالاً تأطيرية ذات حمولات سياسية وإيديولوجية كامنة.

وقد ربط الفصل الخامس بين هذا النجاح والمرجعية النظرية السيميائية؛ إذ تستثمر المنصة في الكثافة الدلالية للجرافيك لإنتاج أثر بصري متعدد الطبقات، حيث يعمل كل عنصر جرافيكي كعلامة مؤشرة بمفهوم بيرس، تحيل إلى مدلول معرفي أو وجداني بكفاءة تفوق ما يستطيع النص المنطوق. وبذلك، فإن النتيجة المركزية للدراسة وهي انتشار الفيديو جراف كقالب مستحدث تتسق مع "نظرية انتشار المبتكرات" لروجرز، حيث تتحول العناصر البصرية إلى محفزات تدفع المتلقي لتبنيه وإعادة نشره، ما يرسخ موقعه في مراحل متقدمة على منحنى التبني. وبذلك، تحقق الهدف ببيان أن النص المتحرك لم يعد عنصراً مساعداً بل عنصراً بنائياً مركزياً طور لغة الصحافة الرقمية. وقد نجح الجرافيك التوضيحي في جسر الفجوة بين التجريد الإحصائي (الأرقام والنسب) والواقع الإنساني (الوجوه والقصص)، عبر تحويل البيانات الجافة إلى رسوم ذات حمولات عاطفية. وهكذا، فإن هذا التحقق كشف عن فلسفة الجرافيك لدى المنصة، باعتباره ركيزة سيميائية مركزية لا غنى عنها في إنتاج المعنى البصري، وتجسيد مفهوم الوخز البارتي، حيث الصورة المكثفة قادرة على اختراق المتلقي وتجاوز حدود اللغة.

3. البنية الدلالية للفيديو جراف: قراءة في ضوء النظرية السيميائية:

إذا كانت نظرية انتشار المبتكرات تُفسّر "لماذا ينتشر" الفيديو جراف، فإن النظرية السيميائية تُفسّر "كيف يُنتج معناه" ويثير تفاعله. فقد كشفت نتائج التحليل الكمي أنّ الفيديو جراف في منصة (AJ+) عربي يستند إلى منظومة دلالية متراكبة تشمل: الألوان الرمزية (52.6%)، والأيقونات الإعلامية والرمزية (بمجموع 96.3%)، والرموز الإرشادية (75%)، والتكوين البصري المركزي (66.3%)، واللقطات المتوسطة والقريبة (بمجموع 79.2%). وتُشير هذه الأرقام وفق مفاهيم (دي سوسير) — إلى أنّ كلّ عنصر بصري في الفيديو جراف يقوم بوظيفة "الدال" الذي يُحيل إلى "مدلول" ذهني لدى المتلقي، بحيث تُصبح الألوان والأيقونات واللقطات جميعها علامات مشحونة بمعانٍ تتجاوز وظيفتها الجمالية إلى وظيفة الإقناع وبناء الموقف.

ويمكن تفسير هذه النتيجة أيضاً في ضوء تصنيف (تشارلز بيرس) للعلامات الثلاثي (الأيقونة، والرمز، والإشارة)؛ إذ تتجلى الأيقونة في الصور الواقعية واللقطات الحية التي تُشكّل 73.5% من الأسلوب الفني للفيديو جراف، وتتجلى الرموز في الألوان ذات الحمولة الدلالية (كالأحمر للخطر والحرب، والألوان الهادئة للتوازن والتهذبة)، في حين تتجلى الإشارات في الرموز الإرشادية والعلامات البصرية التي توجّه انتباه المشاهد. وهذا التكامل بين أنماط العلامات الثلاث يُفسّر القدرة العالية للفيديو جراف على إنتاج معنى مركّب يُحرّك الوجدان الجماهيري، وهو ما يتجلى في ظاهرة "الصمت التألمي" التي رصدتها الدراسة؛ إذ إنّ الكثافة الدلالية للصورة قد تبلغ حدّاً يُعطل اللغة اللفظية عند المتلقي، فيكتفي بالمشاهدة والانتشار الصامت بوصفهما تعبيراً عن التأثير العميق.

ومن ثم، فإن سيطرة التكوين المركزي (66.3%) واللقطة الأمامية عند مستوى العين (بنسبتي 72.2% و 75.1% على التوالي) ليست خياراً جمالياً بحتاً، بل قرارٌ سيميائيٌ مدروسٌ يُنتج علاقة "مواجهة مباشرة" بين الصورة والمتلقي، ويُكرّس ما يُسمّيه (بارت، 1977) بـ "الرسالة الأيقونية المشحونة" التي تُقصر المسافة بين المرسل والمستقبل، وتُعزز الشعور بالمصادقية والقرب الإنساني. وهو ما يتسق مع ما خلصت إليه الدراسة من أنّ الهوية البصرية لـ (AJ+) عربي تقوم على "معادلة ثابتة تجمع بين التوثيق الواقعي والمعالجة النقدية والتأطير الجرافيكي"، وهي معادلة تُقرأ سيميائياً بوصفها نسقاً دلالياً مُتكاملاً لا مجموعة عناصر متفرقة.

4. مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة: مواضع الاتفاق والاختلاف والفجوات البحثية:

تستمد الدراسة جزءاً من قوّتها التفسيرية من مقارنة نتائجها بما انتهت إليه الدراسات السابقة العربية والأجنبية، سواء على صعيد المنهج أو على صعيد النتائج. ويُقدّم هذا المحور قراءةً مقارنةً تُبيّن مواضع التقاطع والتباين، وتكشف المساحة التي أضافتها هذه الدراسة إلى الحقل البحثي، وهي مساحةٌ تتمحور حول الجمع بين التحليل البصري الدقيق للفيديو جراف وبين قياس أنماط التفاعل الجماهيري الرقمي في إطارٍ نظريٍّ مزدوج.

4-1 على صعيد الاتفاق مع الدراسات السابقة:

اتّفت هذه الدراسة مع دراسة الشيخ (2022) في نتيجةٍ جوهريةٍ مفادها أنّ النصّ المكتوب والتعليق البصري يُمثّلان العمودين الفقريّين للفيديو جراف الإخباري؛ وهو ما تؤكّده نتيجتنا الكميّة التي رصدت هيمنة النصّ المتحرّك بنسبة 86.5%. كما تتقاطع دراستنا مع دراسة مطاوع (2022) في التأكيد على الأهمية المتنامية للفيديو جراف في الصحافة الإخبارية العربية، وإن اختلفت الحالة الدراسية اليوم السابع مقابل (AJ+) عربي. وعلى الصعيد ذاته، تلتقي نتائجنا مع دراسة سباق ومعطالله (2024) في أنّ الصورة —ثابتةً ومتحرّكةً— تُمثّل الأسلوب الأبرز في التغطية الإعلامية لدى قناة الجزيرة على منصّاتها الرقمية.

أمّا على صعيد الدراسات الأجنبية، فتتفق دراستنا مع ما خلصت إليه دراسة (Gretzel, 2017) من أنّ التحوّل البصري (Visual Turn) في منصّات التواصل الاجتماعي يستوجب استراتيجيات محتوى جديدة تتمحور حول الصورة، وهو ما يُقدّم الفيديو جراف في منصة (AJ+) عربي تجسداً عربياً واضحاً له. كما تلتقي نتائجنا مع دراسة (Alsheik&Asakra, 2023) في ضرورة تطوير مهارات سرد القصص عبر صحافة الفيديو في الإعلام العربي، وهو ما أثبتته الدراسة من خلال رصد نماذج ناجحة من السرد البصري (كنموذج "قصة السجين السوري مازن حمادة" الذي حقّق 582,000 مشاهدة).

4-2 على صعيد الاختلاف مع الدراسات السابقة:

تتباين هذه الدراسة مع دراسة الشيخ (2022) في المحور التحليلي؛ إذ انشغلت دراسة الشيخ بتحليل القيم الإخبارية المُتضمّنة في الفيديو جراف بالمواقع الإخبارية المصرية، في حين انشغلت دراستنا بتحليل البنية البصرية والسردية والدالية للفيديو جراف وربطها بأنماط التفاعل الرقمي الكمي والكيفي. كما تختلف دراستنا عن دراسة حومرو علي وعبد الكريم (2022) في نطاق العيّنة؛ إذ ركّزت تلك الدراسة على تطوّر تصميم المحتوى الرقمي في شبكة الجزيرة بصورة

عامة، بينما حصرت دراستنا عيّناتها في 21 فيديو جرافاً محدّد الخصائص من منصّة (AJ+) عربي تحديداً، على امتداد سبعة أشهر متتالية. وعلى صعيد المنهج، تختلف دراستنا عن دراسة محمد (2017) التي اعتمدت على المنهج المقارن بين أنماط البناء الفنّي للقصة الإخبارية، في حين اعتمدت دراستنا المنهج التفسيري الذي يجمع الكمي والكيفي مع توظيف إطار نظري مزدوج (انتشار المبتكرات + السيميائية). كما تتجاوز دراستنا الأفق التطبيقي لدراسات التسويق البصري (كدراسة Sibulan & Limos-Galay, 2023) إلى الأفق الصحفي-الحقوقي، وهو ما يُمثّل إضافة نوعية إلى الحقل البحثي.

4-3 الفجوة البحثية التي تُسهم هذه الدراسة في سدّها:

كشفت القراءة المقارنة للدراسات السابقة عن ثغرة بحثية واضحة يُمكن تلخيصها في ثلاثة أبعاد: البعد الأول هو ضعف الدراسات العربية ولا سيّما الفلسطينية منها التي تتناول الفيديو جراف بوصفه قالباً مستحدثاً له خصائصه الفنية والدلالية المستقلّة؛ إذ جاء حضوره في الدراسات العربية السابقة عارضاً ضمن الحديث عن الصحافة الرقمية بعامة. والبعد الثاني هو الفجوة في الربط بين التحليل البصري الدقيق لمكوّنات الفيديو جراف (ألواناً، وأيقونات، ولقطات، وتكويناً) وبين المؤشّرات الرقمية للتفاعل الجماهيري (مشاهدات، وإعجابات، وتعليقات، ومشاركات)، وهو ربط لم تتجرأ عليه معظم الدراسات السابقة. أمّا البعد الثالث فهو غياب التأطير النظري المزدوج الذي يجمع بين نظرية انتشار المبتكرات والنظرية السيميائية في دراسة واحدة، وهو ما تُنفرد به هذه الدراسة. وبذلك، فإنّ الإسهام البحثي لهذه الدراسة لا يُنحصر في إضافة عينة جديدة إلى أدبيات تحليل المضمون، بل يمتدّ إلى فتح مسارٍ تفسيريّ مزدوجٍ يربط "الانتشار" بـ "الدلالة"، ويستثمر أدوات النظريتين الحاكميتين في قراءة الفيديو جراف قراءةً لا تكتفي بما هو ظاهر على السطح، بل تنفذ إلى البنى العميقة التي تصنع جاذبيته وفاعليته.

5. تكامل النظريتين والدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة:

عند التأمل في النتائج الرئيسية للدراسة مجتمعة، يتّضح أنّ كلّ نتيجةٍ منها لا تنمّ قراءتها قراءةً مكتملةً إلّا عبر الجسر المنهجي الذي يربط النظريتين بالدراسات السابقة. فنتيجة "الثبات الأسلوبي" التي رصدتها الدراسة في سلسلة "شو قالوا بالعبري" تُفسّر في ضوء نظرية انتشار المبتكرات باعتبار أنّ التكرار المنهجي يُعزّز من خاصيّة التوافق وسهولة الاستخدام، وفي ضوء السيميائية باعتبار أنّ البنية البصرية الثابتة تُشكّل نسقاً دلاليّاً معتاداً يُكرّس الولاء الجماهيري. وتلتقي هذه النتيجة مع دراسة حومر وزملائه (2022) التي بيّنت أنّ الجزيرة تعتمد قوالب محدّدة لكلّ منصّة (فيديوهات طويلة لليوتيوب، وقصيرة لفيسبوك وإنستغرام) لتحقيق الحدّ الأعلى من التفاعل، وهو ما يُقدّم سنداً خارجياً لنتيجة دراستنا.

كذلك فإنّ نتيجة الاقتصاد البصري أي أنّ المدة القصيرة لا تُنتقص من التأثير حين تكون الحمولة الرمزية عالية تتّسق مع خاصيّة الميزة النسبية وقابلية التجزئة عند روجرز، ومع مفهوم الكثافة الدلالية في السيميائية البصرية. وهي نتيجة تتقاطع مع ما خلصت إليه دراسة Gretzel (2017) حول ضرورة التكيّف مع طبيعة الاستهلاك البصري السريع في المنصّات الرقمية. أمّا نتيجة "الألوان الرمزية وإدارة العاطفة الجماهيرية" فنقرأ سيميائياً قراءةً صريحة بوصفها توظيفاً مقصوداً لدلالات الألوان، وتتفق مع ما أشار إليه بارت (1977) من أنّ الصورة الإعلامية ليست بريئة أبداً، بل هي مُنقّلة بالدلالات الأيديولوجية والوجدانية.

وتبقى النتيجة الأكثر أصالة في هذه الدراسة هي رصد "ظاهرة الصمت التأملّي"؛ إذ تُشير هذه الظاهرة إلى انفصال المشاهدات عن التعليقات في المحتوى الإنساني الصادم. ويُمكن تفسير ذلك في ضوء النظرية السيميائية؛ حيث إنّ تراكب العلامات الأيقونية والرمزية يبلغ حدّاً من الكثافة يُعطّل القدرة اللفظية عند المتلقّي، فيتحوّل التعبير من التعليق المكتوب إلى المشاهدة المتكرّرة والانتشار الصامت. كما يُمكن تفسيرها في ضوء نظرية انتشار المبتكرات؛ حيث إنّ المتلقّي يُسهم في نشر المبتكر (الفيديوجراف) عبر المشاركة حتى وإن لم يُعلّق لفظياً، وهو ما يتّفق مع ما يُسمّيه روجرز بقنوات الاتصال غير المباشرة. وهذا يدلّ على أنّ مؤشرات قياس النجاح الإعلامي الرقمي ينبغي أن تتجاوز المنطق الكميّ البحث إلى منطقٍ أعمق يُراعي نوعية التأثير لا كميّته فقط، وهي إضافة نوعية تُقدّمها هذه الدراسة إلى الحقل البحثي العربي.

6. خلاصة المناقشة:

في ضوء ما تقدّم، يُمكن القول إنّ نتائج هذه الدراسة لا تقف وحدها معزولة عن سياقها النظري والبحثي، بل تنسجم مع مُخرجات نظرية انتشار المبتكرات ونظرية السيميائية انسجاماً يُعمّق فهمنا لظاهرة الفيديوجراف بوصفه قالباً إعلامياً مستحدثاً يجمع بين خصائص المبتكر القابل للانتشار والبنية الدلالية الكثيفة. كما تلتقي نتائج الدراسة مع الدراسات السابقة العربية والأجنبية في جملة من القضايا المنهجية والنتائجية، وتختلف عنها في مساحات تُشكّل الإسهام الخاص لهذه الدراسة، وأبرزها: الجمع بين التحليل البصري الكمي-الكيفي وأنماط التفاعل الرقمي، والتأطير النظري المزدوج، ورصد ظاهرة "الصمت التأملّي" بوصفها مؤشراً تفاعلياً أعمق. ومن هذا المنطلق، فإنّ الفصل التالي سيستخلص من هذه المناقشة أبرز الاستنتاجات الأكاديمية، ثم يُقدّم جملة من التوصيات القابلة للتطبيق في الحقلين الإعلامي والأكاديمي.

الخلاصة والاستنتاجات الأكاديمية:

1. الهوية البصرية لـ (AJ+ عربي):

تتشكل الهوية البصرية للمنصة حول معادلة ثابتة تجمع بين التوثيق الواقعي والمعالجة النقدية والتأطير الجرافيكي، مُنتجةً صحافةً رقميةً ملتزمةً ترفض وهم الحياد وتتبنى منظور حقوق الإنسان والتحليل النقدي للسلطة.

2. الثبات الأسلوبي كاستراتيجية بنيوية:

تُظهر الدراسة أن استمرار منصة "AJ+ عربي" في تقديم برامج بصرية ثابتة ليس مجرد خيار عشوائي، بل استراتيجية مدروسة تهدف إلى بناء هوية بصرية قوية متماسكة للمحتوى يسهل على الجمهور التعرف عليها فوراً. هذا الترابط البصري يساهم بشكل مباشر في كسب ثقة المتابعين، وتوطيد علاقتهم بالمنصة، وضمان ولائهم لها في الفضاء الرقمي المزدهم.

3. المقاطع القصيرة وقيمة الكثافة الرمزية:

تُثبت النتائج أنّ المدة الزمنية القصيرة لا تُنقص من قيمة التأثير حين تكون الحمولة الرمزية والوجدانية عالية، مما يُرسّخ مبدأ الاقتصاد البصري.

4. أهمية عينة البحث الكاملة:

أثبتت إضافة جميع الفيديوهات أن استكمال العينة يُغني الدراسة بأنماطٍ تفاعلية وبصرية متنوعة، وهو ما يُرسّخ ضرورة الشمولية في أي دراسة تحليل مضمون.

القيود والمحددات البحثية:

على الرغم من أن الدراسة سعت إلى تحقيق أهدافها بالاعتماد على إطار منهجي ونظري متكامل، فإن نتائجها ينبغي أن تُفسّر في ضوء عدد من المحددات التي قد تؤثر في نطاق تعميمها، وتتمثل فيما يأتي:

1. اقتصرَت الدراسة على تحليل محتوى الفيديو جراف الذي تنتجه منصة (JA+) عبر صفحتها الرسمية على منصة فيسبوك، الأمر الذي يجعل نتائجها مرتبطة بطبيعة هذه المنصة وسياساتها التحريرية، ولا يمكن تعميمها بصورة مباشرة على المؤسسات الإعلامية الأخرى أو المنصات الرقمية المختلفة.
2. اعتمدت الدراسة على عينة مكونة من (21) فيديو جراف منشورة خلال الفترة من يونيو إلى ديسمبر 2024، وهو ما يجعل النتائج مرتبطة بالإطار الزمني والعينة التي تناولتها الدراسة.
3. اعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى الكمي والتحليل السيميائي، ومن ثم ركزت على تحليل خصائص الرسالة الإعلامية وعناصرها البصرية والسردية، دون قياس اتجاهات الجمهور أو تفسير دوافعه من خلال أدوات البحث الميداني.
4. استندت الدراسة إلى مؤشرات التفاعل الرقمية الظاهرة التي توفرها منصة فيسبوك، مثل المشاهدات والإعجابات والتعليقات والمشاركات، وهي مؤشرات تعكس جانبًا من تفاعل الجمهور، لكنها لا تمثل بالضرورة جميع أشكال التأثير أو الاستجابة للمحتوى.
5. يعتمد التحليل السيميائي بطبيعته على تفسير الدلالات والعلامات البصرية في ضوء الإطار النظري المعتمد، وهو ما يجعل بعض النتائج التفسيرية مرتبطة بالسياق التحليلي للدراسة، مع الالتزام بالمعايير العلمية التي تضبط هذا النوع من التحليل.

التوصيات:

1. الاستثمار في النص المتحرك: باعتباره عنصراً استراتيجياً لا خيارياً في كل فيديو جراف، مع مراعاة أنَّ الجمهور يُشاهد بالصوت المكتوم في أغلب الأحيان.
2. الحفاظ على المعادلة الذهبية لـ (AJ + عربي): التي تجمع الواقعية الإنسانية مع التفسير الجرافيكي، وتعميم هذه المعادلة في مناهج الإعلام الرقمي.
3. بناء هويات برنامجية ثابتة ومستدامة: بعينها وأسلوبها البصري المُعرَّف والقابل للتمييز الفوري من قِبَل الجمهور.
4. تطوير دليل استخدام الألوان الرمزية في الفيديو جراف الإخباري العربي بما يُراعي الخصوصية الثقافية والوجدانية للجمهور العربي.
5. الاهتمام بالمحتوى الإنساني القصصي العميق: حتى حين تُظهر مؤشرات التفاعلية انخفاضاً ظاهرياً؛ لأن "الصمت التأملي" يُعدّ مؤشراً على التأثير العميق لا على الإخفاق.
6. التوسع في تغطية الأبعاد البيئية وغير النمطية: التي ظل حضورها النهائي محدوداً في تصنيف نوع المحتوى، بما يُحقق تنوعاً أكبر في الأجندة التحريرية ويُوسّع أفق التأثير الجماهيري.
7. ضرورة انطلاق المؤسسات الإعلامية الفلسطينية والعربية نحو اعتماد قوالب الفيديو جراف الجديدة وتعزيز مهارات الافراد في انتاج المحتوى الرقمي الموجز وال جذاب
8. تنفيذ أبحاث أكاديمية إضافية تربط بين التطور التكنولوجي للوسائط المتعددة وفهم الجمهور العربي للمحتوى المرئي على وسائل التواصل الاجتماعي.
9. فتح آفاق جديدة للبحث حول دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في صناعة الفيديو جراف مع ضرورة تقييم مدى تأثير هذه الأدوات الحديثة على تفاعل الجمهور وقيمة الرسالة الإعلامية نفسها.

المراجع العربية:

1. إبراهيم، وائل سماح محمد. (2023). أثر اختلاف أنماط التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي في بيئات التعلم الإلكتروني وعلاقته بمهارات التواصل الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات. *المجلة العربية للتربية النوعية*، 7(28)، 451-500.
2. أمدر، ريان، ومحمداتي، المعتز بالله، وبوخناف، حمزة. (2023). دور المنصات الرقمية التعليمية في تحصيل الطالب الجامعي - منصة مودل نموذجا - دراسة على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية [رسالة تخرج غير منشورة]. جامعة 08 ماي 1945 قالمة.
3. أرشيد، دينا، عيد، أحمد جمال، &. (2025). التحليل السيميائي لمضمون الإعلانات وفقاً لنظرية تشارلز بيرس. *مجلة الفن والتصميم*، 0(0)، 0-0. <https://doi.org/10.21608/ifca.2025.439314.1071>
4. بوزيدي، عتيقة، وبن يدير، هدى. (2022). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى طلبة جامعة قاصدي ورقلة (الفيس بوك أنموذجا): دراسة ميدانية لعينة من طلبة سنة ثانية ماستر اتصال جماهيري ووسائل جديدة [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
5. الحجوي، عبد الله. (2018). التحليل السيميائي للصورة البصرية في الخطاب الإعلامي لصحيفة الرياض الرقمية وأوجه تعالقه مع العلامة اللغوية. *مجلة الدراسات الإعلامية*، 4(4)، 112.87-
6. حمودي، صفد حسام. (2020). اهتمامات المنصات الرقمية بقضايا الشباب العراقي: دراسة تحليلية للأشكال التلفزيونية والرقمية في منصة صوت المستقبل. *مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع*، 59(59)، 216-230.
7. حومر، رميساء، وزايد، علي، وسريدي، عبد الكريم. (2022). تطور تصميم المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية: دراسة حالة شبكة الجزيرة [رسالة تخرج غير منشورة]. جامعة 8 ماي 1945 قالمة.
8. دلول، شيماء، وبن طيبة، خلود. (2023). دور المنصات الرقمية في تسويق الخدمات دراسة حالة: منصة BZ.BOOKING.PRO [رسالة تخرج غير منشورة]. جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي.
9. البرية، ثانياة خيرة. (2021). التحليل السيميائي بنظرية تشارلز ساندروس بريس في إعلان "اتباع التعليمات الصحية" في قناة يوتيوب لوزارة الصحة السعودية. قسم اللغة العربية وآدابها، كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.
10. الحلواني، ناصر. (2022). نظرية بيرس في العلامة. موسوعة ستانفورد للفلسفة، حكمة.
11. داني، محمد. (2013). في ماهية السيميائيات الصورة. *Semat*, 1(1), 145-156. <https://doi.org/10.12785/semat/010110>
12. الزهراني، أحمد، وعطية، مروة. (2019). استخدامات الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة مقارنة بين المواقع العربية والغربية. *مجلة الآداب*، 31(2)، 133-179.
13. زكي، مروه، والحلفاوي، وليد. (2023). الدعم المهني للمعلمين في جائحة كوفيد-19 (تطوير تطبيق نقال لتنمية الوعي بتوظيف المنصات الرقمية في التعليم أثناء الازمات). *مجلة الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية*، 91(91)، 175-191.
14. السرغيني، محمد. (2017). محاضرات في السيميولوجيا (ط. 2). إفريقيا الشرق.

15. الشاذلي، مازن [الرمحي، حماد]. (2023، 12 مايو). ما هو الفيديو جراف ولماذا أصبح ضرورة لكل صحفي .
مجلة السياحة العربية <https://alsyahaalarabia.com/posts/44643>.
16. الشيخ، رشا محمد عاطف. (2022). القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (81)، 543.497-
17. الصفدي، فلاح سلامة حسن. (2015). *استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة: دراسة ميدانية في محافظات غزة* [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية (غزة).
18. صالح، عادل. (2021). العوامل المؤثرة على أنماط التفاعل مع الأخبار السياسية على صفحتي (فيسبوك) لصحيفتي "اليوم السابع" و"الوطن". *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، (22)، 67.1-
19. علوي، هند. (2020). المحتوى الرقمي العربي عبر شبكة الإنترنت: اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى. *إشارة*، (7)، 88.62-
20. العليمات، فرحان، والزعبي، أشرف، والحاتمة، معاذ، والنادي، مازن. (2022). اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو متابعة الفيديوهات الرقمية القصيرة عبر منصة "AJ+" عربي في موقع فيسبوك: دراسة مسحية. *مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات*، (2)، 369.351-
21. عواف، طاهر، وزيدان، أشرف. (2020). أثر التفاعل بين نمط التلميح البصري وأسلوب عرضه عبر المحتوى الرقمي النقال في تنمية التحصيل المعرفي الفوري والمؤجل لدى طلاب المرحلة المتوسطة بمنهج اللغة الإنجليزية. *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، (16)، 4، 51.22-
22. القرني، عالية صالح. (2022). واقع صنع المحتوى الرقمي وضوابطه العقدية. *مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية*، (1)، 38، 62.12-
23. فتاتيت، إسماعيل حسين، الغويل، عبد الله عبد الرحم ن. (2020). سيميائية النص الأدبي (قراءة في النظرية والتطبيق). *مجلة الساتل العلمية المحكمة*، 24.
24. محمد، فاطمة أحمد. (2019). المحتوى الرقمي الصحي: المفهوم والإفادة. *مجلة كلية الآداب*، (51)، 535.505-
25. المناصير، أشرف محمد مازن. (2011). *اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1: دراسة ميدانية في الجامعة الأردنية وجامعة البترا الخاصة* [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الأردنية.
26. مطاوع، نسمة. (2022). توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية علي عينة من المواقع الالكترونية للصحف المصرية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، (23)، 295.247-
27. مكادامز، مندي. (2015). *الصحافة متعددة الوسائل (فلاش)* (كمال السيد، مترجم). المركز القومي للترجمة.

المراجع الأجنبية:

1. Ahmed, A., & Pereira, L. (2024). *Mixed methods research: Combining both qualitative and quantitative approaches*. ResearchGate.
2. Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-five years of social media: A review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215–222.
3. Asakra, H. (2019). *Distribution of short videos on social media platforms to promote television channel content* [Master's thesis, Southern Federal University].
4. Asakra, H. I. M., & Alsheikh, Y. M. Y. (2023). Attitudes of media students in Palestine towards video journalism content disseminated by Russia Today on the Arabic channel's page on Facebook. *Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences*, (87), 210–226.
5. Asad, F., & Parker, O. (2025). *Traditional media vs. New media: Analyzing news consumption patterns in a contemporary media landscape*. ResearchGate.
6. Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., Bumpus, J., Chen, H., Hunzaker, M. B. F., Lee, J., Mann, M., Merhout, F., & Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(37), 9216–9221.
7. Bailo, F., Meese, J., & Hurcombe, E. (2021). The institutional impacts of algorithmic distribution: Facebook and the Australian news media. *Social Media + Society*, 7(2).
8. Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132.
9. Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications*, 4(1), 40–51.
10. Barthes, R. (1972). *Mythologies* (A. Lavers, Trans.). Hill and Wang. (Original work published 1957)
11. Barthes, R. (1977). *Image, music, text* (S. Heath, Ed. & Trans.). Hill and Wang.
12. Barus, E., Aisyah, A., Siregar, E. F., & Risnawaty, R. (2025). An Analysis of Roland Barthes' Semiotic Theory: Focusing on Denotation, Connotation, and Myth. *International Journal of Educational Research Excellence (IJERE)*, 4(2), 355–363. <https://doi.org/10.55299/ijere.v4i2.1438>
13. Bode, L. (2016). Pruning the news feed: Unfriending and unfollowing political content on social media. *Research & Politics*, 3(3).

14. Borghol, Y., Mitra, S., Ardon, S., Carlsson, N., Eager, D., & Mahanti, A. (2011). Characterizing and modelling popularity of user-generated videos. *Performance Evaluation*, 68(11), 1037–1055. <https://doi.org/10.1016/j.peva.2011.07.008>
15. Boulianne, S. (2019). Revolution in the making? Social media effects across the globe. *Information, Communication & Society*, 22(1), 39–54.
16. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
17. Burke, M., Kraut, R., & Marlow, C. (2011). Social capital on Facebook. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 571–580.
18. Castaño-Pulgarín, S. A., Suárez-Betancur, N., Vega-Alvarado, L. M., & López-Chavez, H. (2021). Internet, social media and online hate speech. Systematic review. *Aggression and Violent Behavior*, 58, Article 101608.
19. Chandler, D. (2007). *Semiotics: The basics* (2nd ed.). Routledge.
20. Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). Dynamics of online hate and misinformation. *Scientific Reports*, 11(1), Article 22083.
21. Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
22. de Vries, L., Gensler, S., & Leeftang, P. S. H. (2012). Popularity of brand posts on brand fan pages: An investigation of the effects of social media marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 26(2), 83–91. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2012.01.003>
23. Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, Article 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
24. Džanko, L., et al. (2025). Linguistic features influencing information diffusion in social networks: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 18, Article 100626.
25. Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168.

26. Fàbregues, S., Escalante-Barrios, E. L., Molina-Azorin, J. F., Hong, Q. N., & Verd, J. M. (2021). Taking a critical stance towards mixed methods research: A cross-disciplinary qualitative secondary analysis of researchers' views. *PLOS ONE*, 16(7), Article e0252014. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0252014>
27. Fauziyah, D., Nurhapitadin, I., Nur Sakinah, M., & Islam Negeri Sunan GunungDjati Bandung, U. (2025). Charles Sanders Peirce's Trichotomy of Object in the Free Palestine Campaign Posters from Pinterest. *Journal of Research on Language Education (JoRLE)*, 6(1), 22–30. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JoRLE/index>
28. Foote, L. A. (2025). Social work research and mixed methods: Stronger with a quality framework. *Research on Social Work Practice*, 35(1), 44–56. <https://doi.org/10.1177/10497315231201157>
29. Garrett, R. K. (2009). Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news users. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 265–285.
30. Gazi, Md. A. I., Rahaman, Md. A., Rabbi, Md. F., Masum, Md., Nabi, Md. N., & Senathirajah, Ma. R. B. S. (2024). The role of social media in enhancing communication among individuals: Prospects and problems. *Environment and Social Psychology*, 9(11). <https://doi.org/10.59429/esp.v9i11.2979>
31. Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2011). Ideological segregation online and offline. *The Quarterly Journal of Economics*, 126(4), 1799–1839.
32. George Nathan, B., Ifeanyi Martins, N., Christian Ugochukwu, E., Vivian Ifeoma, O., & Martins, C. I. (2024). Prospects of new media and problems of old media in a digital age: An evaluation. *IRASS Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, 1(1), 41–49. <https://irasspublisher.com/journal-details/IJAHSS>
33. Gerbaudo, P., et al. (2023). Angry posts mobilize: Emotional communication and online mobilization in the Facebook pages of Western European right-wing populist leaders. *Social Media + Society*, 9(1).
34. González- Bailón, S., & Lelkes, Y. (2023). Do social media undermine social cohesion? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 17(1), 155–180.
35. Gretzel, U. (2017). The visual turn in social media marketing. *Tourismos*, 12(3), 1–18.
36. Guimarães, S. S., et al. (2021). Characterizing political bias and comments associated with news on Brazilian Facebook. *Social Network Analysis and Mining*, 11(1), Article 94.

37. Guo, P. J., Kim, J., & Rubin, R. (2014). How video production affects student engagement. *Proceedings of the First ACM Conference on Learning @ Scale Conference*, 41–50. <https://doi.org/10.1145/2556325.2566239>
38. Holmes, B. J. (2008). Communicating about emerging infectious disease: The importance of research. *Health, Risk & Society*, 10(4), 349–360.
39. Hongling, C., Yishu, L., Yang, W., Maoyi, T., Zhenhua, Y., Lin, Z., Nan, L., Yangfeng, W., Yiming, Z., Chunhua, C., Yahong, C., & Siyan, Z. (2025). Mixed methods research in general practice: Key points of design and implementation and case analysis. *Chinese General Practice Journal*, 2(3), Article 100070. <https://doi.org/10.1016/j.cgpj.2025.100070>
40. Hughes, C., Swaminathan, V., & Brooks, G. (2019). Driving brand engagement through online social influencers. *Journal of Marketing*, 83(5), 78–96.
41. Johnson, N. F., et al. (2019). Hidden resilience and adaptive dynamics of the global online hate ecology. *Nature*, 573(7773), 261–265.
42. Kahlou, J. A., Coker, M. C., & Richards, R. (2020). The multimodal nature of Snapchat in close relationships. *Computens in Human Behavior*, 111, Article 106409.
43. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
44. Khorshidi, M. S., Merigó, J. M., & Beydoun, G. (2025). Academic research on Facebook: A bibliometric review. *Social Network Analysis and Mining*, 15(1), Article 109.
45. Krippendorff, K. (2022). *Content analysis: An introduction to its methodology*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781071878781>
46. Langlais, M. R., Boudreau, C., & Asad, L. (2024). TikTok and romantic relationships: A qualitative descriptive analysis. *American Journal of Qualitative Research*, 8(3), 95–112.
47. Lazer, D. M. J., et al. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096.
48. Li, H. O.-Y., et al. (2020). YouTube as a source of information on COVID-19: A pandemic of misinformation? *BMJ Global Health*, 5(5), Article e002604.
49. Li, L., et al. (2022). A network analysis approach to the relationship between fear of missing out (FoMO), smartphone addiction, and social networking site use. *Computers in Human Behavior*, 128, Article 107086.

50. Lupu, Y., et al. (2023). Offline events and online hate. *PLOS ONE*, 18(1), Article e0278511.
51. Maitra, J., & Hänggli, R. (2023). Who speaks and who is heard on Facebook? *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, 3.
52. Meese, J., & Hurcombe, E. (2021). Facebook, news media and platform dependency. *New Media & Society*, 23(8), 2367–2384.
53. Midgley, C., Lockwood, P., & Thai, S. (2024). Can the social network bridge social distancing? *Psychology of Popular Media*, 13(1), 44–54.
54. Moore-Russo, D., et al. (2017). Content in context: Analyzing interactions in a graduate-level academic Facebook group. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 14(1), Article 19.
55. Ong, B., & Toh, D. J. (2023). Digital dominance and social media platforms: Are competition authorities up to the task? *IIC - International Review of Intellectual Property and Competition Law*, 54(4), 527–572. <https://doi.org/10.1007/s40319-023-01302-1>
56. Peirce, C. S. (1931–1958). *Collected papers of Charles Sanders Peirce* (C. Hartshorne, P. Weiss, & A. W. Burks, Eds., Vols. 1–8). Harvard University Press.
57. PletikosaCvijikj, I., & Michahelles, F. (2013). Online engagement factors on Facebook brand pages. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 843–861. <https://doi.org/10.1007/s13278-013-0098-8>
58. Rolnik, G., Cagé, J., Gans, J., Goodman, E., Knight, B., Prat, A., & Schiffrin, A. (2019). *Protecting journalism in the age of digital platforms* (Committee for the Study of Digital Platforms - Media Subcommittee Report). George J. Stigler Center for the Study of the Economy and the State; The University of Chicago Booth School of Business. <https://sciencespo.hal.science/hal-03947806v1>
59. Roozenbeek, J., & van der Linden, S. (2022). Democratize social-media research—with access and funding. *Nature*, 612, 404.
60. Sabate, F., Berbegal-Mirabent, J., Cañabate, A., & Lebherz, P. R. (2014). Factors influencing popularity of branded content in Facebook fan pages. *European Management Journal*, 32(6), 1001–1011. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.05.001>
61. Saraswati, Ext., & Devi, A. (2023). Mixed methods-research methodology an overview. *Nursing and Health Care*, 5(4). <https://doi.org/10.30654/mjnh.100024>
62. Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 54(3), 402–407.

63. Seidman, G., Hudak, L. M., & Langlais, M. (2025). Motivations for active and passive social media use and their relation to wellbeing. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2025(1).
64. Siemens, G., & Weller, M. (2011). Higher education and the promises and perils of social networks. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 8(1), 156.
65. Sørensen, B., Thellefsen, T., Thellefsen, M., & Nurma Dewi, A. (2019). Charles S. Peirce's sign typology of 1903 and the semeiotic of universe, man, and culture. *Semiotica*, 2019(228), 287–300. <https://doi.org/10.1515/sem-2018-0121>
66. Tang, G., & Lee, F. L. F. (2013). Facebook use and political participation. *Social Science Computer Review*, 31(6), 763–773.
67. Tetteh, P. K., & Kankam, P. K. (2024). The role of social media in information dissemination to improve youth interactions. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2334480>
68. Thellefsen, M., & Friedman, A. (2023). Icons and metaphors in visual communication: The relevance of Peirce's theory of iconicity for the analysis of visual communication. *Public Journal of Semiotics*, 10(2). <https://doi.org/10.37693/pjos.2023.10.24762>
69. Thonet, T., et al. (2017). Users are known by the company they keep. *ACM Conference on Information and Knowledge Management*, 87–96.
70. Wasti, S. P., Simkhada, P., van Teijlingen, E., Sathian, B., & Banerjee, I. (2022). The growing importance of mixed-methods research in health. *Nepal Journal of Epidemiology*, 12(1), 1175–1178. <https://doi.org/10.3126/nje.v12i1.43633>
71. West, W. W. (1977). The Object of Signs in Charles S. Peirce's Semiotic Theory [University of Rhode Island]. <https://digitalcommons.uri.edu/theses>
72. Zayani, M. (2020). Digital journalism, social media platforms, and audience engagement: The case of AJ+. *Digital Journalism*, 9(1), 24–41. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1816140>
73. Zhang, Y. (2024). The impact of new media on traditional media. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences ALSS*, 2024(28), 691–696.

الملاحق

ملحق (1): نموذج لبطاقة تحليل كمي لمحتوى الفيديو جراف:

وحدة التحليل	فئة التحليل	التكرار	(%) النسبة المئوية
نوع المحتوى	سياسي		
	اقتصادي		
	اجتماعي		
	بيئي		
	حقوقى / إنساني		
	غير ذلك		
زاوية المعالجة	توعوية		
	نقدية		
	محايدة		
الأسلوب الفني	لقطات حية		
	رسوم متحركة		
	جرافيك معلوماتي (Infographic)		
	رسوم بيانية		
	صور واقعية		

		رموز تعبيرية	توظيف الرموز
		رموز إرشادية/علامات بصرية	
		لا يوجد استخدام للرموز	
		إعلامية (كأيقونة الهاتف أو الشبكة)	استخدام الأيقونات
		تقنية (مثل شحن، بيانات، إلخ)	
		رمزية (مفتاح، قفل، عدسة، إلخ)	
		لا يوجد	
		رمزية (أحمر=تحذير، أخضر=أمل)	توظيف الألوان
		تجميلية فقط	
		استخدام مفرط	
		ألوان هادئة / محايدة	
		غير ذلك	
		لقطة قريبة (Close-up)	أحجام اللقطات
		لقطة متوسطة (Medium)	
		لقطة عامة	

		(Wide)	
		لقطة بانورامية	
		نص متحرك	الجرافيك المستخدم
		جداول / مؤشرات	
		رسوم توضيحية/تشريحية	
		لا يوجد توظيف جرافيكي	
		نحو اليمين	حركات الكاميرا
		نحو اليسار	
		استعراضية نحو الأعلى	
		استعراضية نحو الأسفل	
		طبيعية - مستوى العين	زوايا الكاميرا الراسية
		علوية	
		منخفضة	
		عين الطائر	
		امامية	زوايا الكاميرا الافقية
		ثلاثة ارباع امامية	
		جانبية	
		خلفية	

		ناعمة	الإضاءة
		قوية	
		مختلطة	
		غير ذلك	
		موسيقي	الصوت
		راوي - تقرير	
		مختلط	
		صوت طبيعي بالمكان	
		التكوين متماثل	التكوين
		التكوين غير متماثل	
		التكوين مركزي	
		Rule of Thirds Composition	
		تكوين الخطوط القائدة	

أولاً: بطاقة تحليل أنماط التفاعل مع محتوى الفيديو جراف الذي تنتجه منصة (AJ+) وتنشره عبر صفحة فيسبوك		
بطاقة تحليل مضمون الفيديو جراف		
أولاً: المعلومات العامة عن الفيديو جراف		
العنصر	الوصف/البيانات	
المصدر		
المدة الزمنية للفيديو		
فئة الموضوع		
نوع قالب الفيديو		
منصة النشر		
جودة الفيديو		
بطاقة تحليل مضمون الفيديو جراف		
ثانياً: أنماط تفاعل الجمهور مع محتوى الفيديو عبر فيسبوك		

ملحق(2): نموذج لبطاقة تحليل كفي لمحتوى الفيديو جراف:

أنماط التفاعل	العدد	فاعلية التفاعل	التفسير الكيفي الدلالة	التقييم
عدد المشاهدات				
عدد الإعجابات				
عدد التعليقات				
عدد المشاركات				

بطاقة تحليل مضمون الفيديو جراف

ثالثًا: العناصر المستخدمة لسرد القصة بصريًا

العنصر	فاعلية الاستخدام	التحليل الكيفي (الدلالة والأثر)	الوظيفة السردية في القصة البصرية
الفيديوهات			
الصور			
رسوم متحركة			
رسم بياني			
رسومات ثلاثية الأبعاد			
رموز			
المؤثرات الصوتية			
المؤثرات البصرية			
موسيقى في الخلفية			
التعليق الصوتي			
نصوص قصيرة			

بطاقة تحليل مضمون الفيديو جراف				
رابعاً: الجودة الفنية والبصرية للفيديو				
العنصر	فاعلية الاستخدام	التحليل - التوصيف	نوع الزاوية المستخدمة	الغرض الفني/الدرامي من استخدامها
كفاءة زوايا الكاميرا				
كفاءة حركة الكاميرا				
كفاءة حركة الكاميرا				
كفاءة حجم اللقطة				
كفاءة التأطير (Framing)				
كفاءة الإضاءة				

ملحق(3): أسماء النخب الأكاديمية في الجامعات الفلسطينية المحكمة للبطاقات:

أسماء النخب الأكاديمية في الجامعات الفلسطينية المحكمة للبطاقات

اسم الدكتور	الرتبة العلمية	مكان العمل
الدكتور حافظ عساكرة	أستاذ الاعلام المعاصر	جامعة بوليتكنك فلسطين
الدكتور إبراهيم الحروب	أستاذ الاعلام	الجامعة العربية الامريكية
الدكتور يوسف الشيخ	أستاذ الاعلام	جامعة القدس المفتوحة
الدكتور صبري أبو ماريا	أستاذ الاعلام	جامعة خضوري