

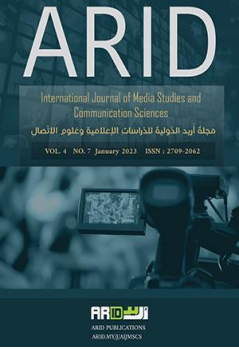


ARID Journals

**ARID International Journal of Media Studies and
Communication Sciences (AIJMCS)**

ISSN: 2709-2062

Journal home page: arid.my/j/AIJMCS



مجلة أريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الإتصال

العدد 7، المجلد 4، كانون الثاني 2023م

The usage of the image in the pages of directed satellite channels on the Instagram website (An analytical study of the photos published on the pages of Al-Hurra and Russia Today in Arabic)

Farah khalil mohammed

Al-Farabi University College - Media Department - Iraq

استخدامات الصورة في صفحات القنوات الفضائية الموجهة على موقع انستغرام
(دراسة تحليلية للصور المنشورة في صفحات قناتي الحرة وروسيا اليوم بالعربي)

م. م. فرح خليل محمد

كلية الفارابي الجامعة - قسم الإعلام - العراق

farahkhalil9292@gmail.com

arid.my/0004-7469

<https://doi.org/10.36772/arid.aijmcs.2023.475>

ARTICLE INFO

Article history:

Received 03/08/2022

Received in revised form 11/10/2022

Accepted 18/11/2022

Available online 15/1/2023

<https://doi.org/10.36772/arid.ajmcs.2023.475>

ABSTRACT

Today ,the image in its various forms and the multiplicity of styles of its publishing and display platforms is the pulse of the modern era due to its intensity in use, especially in social media platforms including Instagram website in particular, as a result of its using by overwhelming mass and interaction between different users categories due to the advantage of availability element of easing the publishing , innovative methods of publishing, additions, and features which make it at the top of the platforms via its continuous updating of the features which enable the user to interact and participate through it and see what is new in a way which summarizes the event. This prompted the media institutions to be present through it to meet their audience, who are using daily events in the form of images in accordance with the nature of the site. According to the above, the researcher has found the development of ways to publish images , the multiplicity of platforms, as some of them, are specialized such as Instagram, in publishing, sharing and editing images, a topic worthy of research, especially after the link of the satellite channels and their official accounts in this platform, including Al-Hurrah channel and RT in Arabic channel, which led to the research problem represented by the main question: (What are the uses of the image for RT and Al-Hurrah channels on Instagram?) as this question had led a set of sub-questions and objectives represented by knowing each of (the methods of the used images, their subjects, the attached elements to them, the used methods of publication, and the time period has been taken in the presentation). The research is descriptive research which adopted the analytical descriptive survey method, with using the comprehensive inventory of the research community represented by the published images in the accounts of RT channels. and Al-Hurrah for the period from (1/5-16/5/2022). One of the most

المخلص

تُعد الصورة بمختلف أشكالها وتعدد أساليب نشرها ومنصات عرضها اليوم نبض العصر الحديث لما لها من كثافة في الاستخدام نظراً لاسيما في منصات التواصل الاجتماعي وموقع انستغرام على وجه الخصوص لما له من جماهيرية طاغية في الاستخدام والتفاعل بين فئات الجمهور المختلفة بسبب ما يتميز به من سهولة في النشر يتيحها وطرق نشر مبتكرة واضافات ومميزات تجعله في صدارة المنصات من خلال تحديثه المستمر للميزات التي تجعل المستخدم يرغب بالتفاعل والمشاركة من خلاله والاطلاع على كل ما هو جديد بصورة تختصر الحدث مما جعل للمؤسسات الإعلامية الرغبة في التواجد من خلاله لتوافي جمهورها المستخدم بالأحداث اليومية بشكل صور تتناسب مع طبيعة الموقع، ونظراً لما سبق فقد وجدت الباحثة في تطور طرق نشر الصور وتعدد المنصات وتخصص بعضها مثل انستغرام في نشر الصور ومشاركتها وتحريرها موضوع جدير بالبحث سيما بعد ارتباط القنوات الفضائية بحسابات رسمية لها منها قناتي الحرة وروسيا اليوم بالعربي ما أدى الى طرح مشكلة البحث المتمثلة بتساؤل رئيس وهو (ماهي استخدامات الصورة لقناتي روسيا اليوم والحرة على موقع انستغرام؟) وقد نتجت عن هذا التساؤل مجموعة تساؤلات فرعية واهداف متمثلة بمعرفة كل من (اساليب الصور المستخدمة وموضوعاتها والعناصر المرفقة بها وطرق النشر المتبعة والمدة الزمنية التي تستغرقها في العرض) ويعد البحث من البحوث الوصفية اعتمد منهج المسح الوصفي التحليلي متبعاً أسلوب الحصر الشامل طريقة تحليل المضمون لمجتمع البحث المتمثل بالصور المنشورة في حسابات قناتي روسيا اليوم بالعربي والحرة للمدة من (5/1-2022/5/16م) وكان من اهم الاستنتاجات التي توصلت اليها الباحثة ان قناة الحرة هي الاكثر كثافة في النشر على موقع انستغرام نظراً لأعداد الصور واستخدامها مختلف الاساليب وبموضوعات مختلفة خلال مدة الدراسة بينما تلتها قناة روسيا اليوم بالعربي في كثافة النشر نسبة لعدد الصور واساليبها هي الاقل مقارنة بصفحة قناة الحرة وان اهتمام قناة روسيا اليوم بالعربي تركّز على نشر القصص اليومية التي تنتهي بعد 24 ساعة من نشرها اكثر من نشرها البوستات اليومية بينما ركزت قناة الحرة على نشر البوستات اليومية الثابتة والقصص اليومية والمثبتة والريلز فيديو بدرجة اهتمام متقاربة وبشكل يومي وكثيف.

الفصل الأول (الإطار المنهجي)

أولاً: مشكلة البحث:

تمثل الصورة المادة الأساسية التي يعتمد عليها الإعلام الحالي في إيصال مضامينه إلى الجمهور لا سيما في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي ذات الجماهيرية العالية ومنها موقع انستغرام المتخصص بمشاركة الصور على اختلاف أنواعها واستخداماتها والذي تعتمد وسائل إعلام كثيرة منها قنوات فضائية موجهة باللغة العربية في نشر مضامين ذات موضوعات مختلفة على شكل صور من خلال حساباتها الرسمية على الموقع مثل قناة روسيا اليوم والحررة اللتان تستخدمانه في نشر الصور وبنشاط يومي مستمر ومن هنا ينبع التساؤل الرئيس للبحث وهو (ماهي استخدامات الصورة لقناتي روسيا اليوم والحررة على موقع انستغرام؟)

وتتعلق من هذا التساؤل مجموعة تساؤلات فرعية كما يأتي:

- 1- ما المضامين التي تتضمنها الصور المنشورة في حسابات قناتي الحررة وروسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام؟
- 2- اي القضايا التي جرى التركيز عليها في الفيديوهات المنشورة في حسابات القناتين موضوع البحث على موقع انستغرام؟
- 3- ماهي اساليب الصور الاكثر استخداماً من قبل قناتي الحررة وروسيا اليوم موضوع البحث في حساباتهما على موقع انستغرام؟
- 4- ماهي العناصر المرفقة التي جرى استخدامها مع الصور في حسابات قناتي الحررة وروسيا اليوم بالعربي؟
- 5- كم تبلغ المدة الزمنية التي تستغرقها الصور المتحركة من قبل القناتين موضوع البحث على موقع انستغرام؟

ثانياً: اهمية البحث:

الأهمية العلمية والموضوعية: وتكمن فيما يقدمه البحث من معلومات جديدة تخص مجال الاعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي لاسيما موقع انستغرام بما يقدمه من خدمات ذات اهمية والذي يختص بنشر الصورة ومشاركتها مع عدد كبير من المتابعين وانعكاس ذلك على سلوك القنوات عبر استخدامه لنشر مضامينها الصورية ومنها القنوات الاعلامية الموجهة للمنطقة العربية.

الأهمية الاجتماعية:

وتتمثل فيما يقدمه البحث من معلومات تخص استخدام موقع انستغرام واهميته كموقع للتواصل وكواجهة إعلامية من خلال ما يحتويه من تحديثات تخدم إعلام المواطن من جهة وإعلام الوسائل من جهة اخرى.

ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- معرفة استخدامات الصورة لقناتي روسيا اليوم والحررة على موقع انستغرام من خلال تشخيص اساليب الصور المعتمدة.
- 2- تحديد المضامين الاكثر تركيزاً من قبل صفحات القناتين موضوع البحث على موقع انستغرام من خلال الوقوف على أكثر القضايا التي جرى التركيز عليها في الصور المنشورة.
- 3- بيان اساليب الصور الاكثر استخداماً من قبل قناتي الحررة وروسيا اليوم موضوع البحث في حساباتهما على موقع انستغرام.
- 4- توضيح شكل العناصر المرفقة بالصور المستخدمة في حسابات قناتي الحررة وروسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام.
- 5- الكشف عن المدة الزمنية التي تستغرقها الصور المتحركة المستخدمة من قبل قناتي الحررة وروسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام.

رابعاً: نوع البحث ومنهجه:

ينتمي البحث إلى نوع الدراسات الوصفية وقد استخدمت الباحثة منهج المسح بشقيه التحليلي والوصفي لانه ينسجم مع طبيعة موضوع البحث معتمداً على اسلوب تحليل المضمون الكمي والكيفي لجمع بيانات البحث وتبويبها في جداول احصائية وتحليلها وتفسيرها للوصول الى نتائج دقيقة ذات دلالة احصائية قابلة للتعميم.

خامساً: حدود البحث:

وتتمثل بما يأتي:

- 1- **حدود مكانية:** شبكة الانترنت/مواقع التواصل الاجتماعي/ الحسابات الرسمية لقناتي روسيا اليوم والحررة على موقع انستغرام.
- 2- **الحدود الزمانية:** وتمثلت بكافة الصور التي تم نشرها من قبل قناتي روسيا اليوم والحررة على موقع انستغرام والتي تمثلت بأسبوعين من تاريخ 2022/5/16-5/1م وتم اختيار الفترة بشكل عشوائي.
- 3- **حدود موضوعية:** استخدامات الصور المنشورة في صفحات قناتي روسيا اليوم بالعربي والحررة على موقع انستغرام.

سادساً: مجتمع البحث:

وتمثل بإجراء الباحثة حصراً شاملاً لكافة الصور المنشورة من قبل قناتي روسيا اليوم والحررة عبر حساباتهما الرسمية على موقع انستغرام ولمدة اسبوعين كاملين (16) يوماً وتبين ان عدد الصور المنشورة بمختلف انواعها الثابتة والمتحركة قد بلغ عددها في حساب قناة الحررة (784) و(486) في حساب قناة روسيا اليوم.

سابعاً: ادوات البحث:

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات ومعلومات البحث الادوات الآتية:

1. **اداة الملاحظة:** وهي المشاهدة الدقيقة لمجتمع البحث والذي تمثل بالصور المنشورة في صفحات قناتي روسيا اليوم بالعربي والحررة على موقع انستغرام.
2. **استمارة تحليل المضمون:** والتي اعدتها الباحثة وفقاً لمشاهدة جزء من مجتمع البحث بشكل دقيق والذي تمثل ب(50%) من مجموع الصور المنشورة على موقع انستغرام من قبل صفحات القناتين موضوع البحث لغرض التحليل الاولي حيث تم تحديد وحدات وفئات التحليل من اجل الخروج بنتائج دقيقة.

ثامناً: صدق التحليل:

أجرت الباحثة ملاحظة دقيقة وشاملة لمجتمع البحث بعد تحديد المدة توصلت من خلالها الى تحديد وحدات التحليل ومجموعة فئات رئيسية وفرعية ضمنيتها في استمارة تحليل مضمون وتم عرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء* المحكمين لأجل ابداء الرأي العلمي بخصوص الفئات وتم الاتفاق بشكل كامل من قبلهم على الفئات موضوع الدراسة وبذلك تحقق صدق التحليل.

تاسعاً: ثبات التحليل:

يقصد بإجراء الثبات التأكد من درجة الاتساق العالية لأدوات جمع المعلومات والبيانات بما يتيح قياس الظواهر والمتغيرات بدرجة عالية من الدقة وتوجد عدة مقاييس للثبات تتمثل بثلاث أساليب وهي اسلوب إعادة الاختبار واسلوب إعادة الاختبار بأشكال بديلة واسلوب التجزئة النصفية للأداة أو المقياس (بركات عبد العزيز) ونظراً لذلك فقد اختارت الباحثة اسلوب إعادة الاختبار للتأكد من ثبات التحليل حيث قامت باعادة التحليل على نفس المجموعة من الصور المنشورة في حسابات قناتي الحررة وروسيا اليوم بالعربي بعد فترة زمنية قدرها (اسبوعين) من إجراء التحليل الأول لها وقد وجدت الباحثة اختلافات طفيفة في ظهور ثلاث فئات جديدة وعليه بلغت نسبة الثبات (96%).

$$R = \frac{2 \times C}{2C + 1C} \quad \rightarrow \quad R = \frac{2 \times 45}{45 + 48} \quad \rightarrow \quad R = \frac{90}{93}$$

$$R = 96\% \quad \rightarrow \quad R = 0.096$$

-
- * 1- أ.د عادل عبد الرزاق مصطفى / جامعة بغداد / كلية الإعلام / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.
 - 2- أ.د عبد القادر صالح الحديثي / الجامعة العراقية / كلية الإعلام / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.
 - 3- أ.م.د حسين دبي حسان / جامعة بغداد / كلية الإعلام / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.
 - 4- أ.م.د مثنى محمد فيحان الغانمي / وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / دائرة العلاقات والإعلام.
 - 5- أ.م.د أياد هلال / الجامعة العراقية / كلية الإعلام / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.

عاشراً: المفاهيم الإجرائية:

1. **انستغرام:** هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي متخصص بنشر الصور بأساليب مختلفة و يتيح للمستخدمين ميزات متعددة تجعله ينفرد بتقديم المحتوى الصوري عن بقية المواقع لما يقدمه من خصائص تدعم التعامل مع الصور وتحريرها قبل نشرها.
2. **صفحات القنوات الموجهة في موقع انستغرام:** هي الحسابات الرسمية التي تطل من خلالها القنوات الفضائية الناطقة بالعربية على مستخدميها من جمهور موقع انستغرام والتي تتكيف من خلالها مع ميزات هذه الموقع لتقدم محتواها الإعلامي بما يتناسب مع طبيعة الصورة المنشورة عليه.

الفصل الثاني (انستغرام منصة اعلامية صورية)**أولاً: انستغرام (المفهوم والنشأة):**

يعرّف انستغرام بأنه عبارة عن احد مواقع التواصل الاجتماعي المختصة بمشاركة الصور والفيديو عبر الانترنت والذي يمكن مستخدميه من التقاط الصور ومقاطع الفيديو ومشاركتها على مجموعة متنوعة من منصات مواقع التواصل التي يشترك معها بمعظم الخدمات التي تقدمها (frederick f.wherry - juliet b., 2015).

ويُعد انستغرام طريقة جديدة من طرق الاتصال الذي يعتمد بشكل اساس على الصور والفيديوهات القصيرة ويسمح بتحديثها بطريقة سهلة وبسيطة وقد حصد التطبيق انتشاراً واسعاً منذ انطلاقه في عام 2010م بشكل خاص لأجهزة آبل المتعددة وبعد ان لقي رواجاً بدأ مؤسسه كيفن سيستروم تطوير نسخة اخرى منه للعمل على الاجهزة التي تُدار بنظام تشغيل الأندرويد فأصبح للتطبيق شعبية كبيرة إذ ان اكثر من مليون مشترك قام بتحميله على اجهزتهم خلال 12 ساعة فقط من طرحه وبلغ عدد مشتركيه حول العالم عام 2012 مائة مليون مشترك يتبادلون الصور من خلال حساباتهم (ابراهيم اسماعيل، 2014)، ويتيح الموقع لمستخدميه مشاركة صور وفيديوهات وتبادلها بالاعتماد على(سلسلة الفلتر) للتلاعب والتعديل وقد استقطب اكثر من (150) مليون مستخدم وتم تحميل (55) مليون صورة يومياً حسب احصاءات عام 2010-2013 ويسمح الموقع بكتابة تعليق قليل الاحرف على الصور وقد اصبح في مخزونه اكثر من مليار صورة منذ انشاءه ويتوفر الموقع بأكثر من 25 لغة ويذكر ان شركة فيسبوك قامت بشراء انستغرام في 2012/4/12 بصفقة قدرها مليار دولار (عثمان محمد الدليمي، 2020)، وفي عام (2016م) وصل عدد مستخدمي تطبيق انستغرام على مستوى العالم الى رقم قياسي جديد هو (500 مليون) مستخدم شهرياً (بشرى داوود السنجري، 2019).

ثانياً: مميزات تطبيق موقع انستغرام:

يتميز تطبيق انستغرام بعدة مميزات جزء منها فني والآخر تفاعلي تتلخص بالآتي (ابراهيم اسماعيل، 2014):

1. يُعد تطبيق مجاني 100% وله القدرة على التعامل مع انواع الكاميرات المختلفة على كافة الاجهزة سواء كانت أمامية او خلفية.
2. يمنح تطبيق الفلاتر المختلفة المخصصة لمعالجة الصور للمبتدئين والخبراء.
3. يعمل على الاجهزة التي تدار بنظامي التشغيل أندرويد وios.
4. اضافة اسماء وشروحات على الصور وتصنيفها.
5. يوفر ميزة ابداء الاعجاب بالصور المنشورة من قبل المستخدمين الاخرين ويبلغ اجمالي عدد ضغطات الاعجاب 8500 ضغطة في الثانية.
6. مشاركة الصور مع الاصدقاء على مختلف مواقع التواصل الاخرى (حمد القمزي، 2017).
7. يقدم التطبيق ميزة الخصوصية في النشر حيث بالإمكان السماح برؤية المنشورات فقط من قبل المتابعين او الاصدقاء.
8. التنبيهات اذ يقدم خدمة معرفة من قام بالتعليق على الصور التي يتم نشرها ويتيح معرفة من اشاروا الى المستخدم ومن اعجبهم الصورة كما وبالإمكان اضافة تحكم بهذه التنبيهات.

ثالثاً: استخدامات الصور في تطبيق انستغرام:

تتعدد استخدامات الصور وطريقة نشرها في موقع انستغرام باختلاف الميزات التي تقدمها وهي :- (محمد عباس، 2021)

1. استخدام الصور الثابتة واحدة او متعددة (Post): ويُتيح هذا التطبيق للمستخدمين تحميل الصور التي من الممكن تعديلها باستخدام عوامل التصفية والترشيح المختلفة الموجودة في التطبيق، ويتم تنظيم الصور باستخدام العلامات ومعلومات الموقع.
2. استخدام فيديو الدقيقة الواحدة: يعد تطبيق الإنستغرام من أفضل التطبيقات التي تسمح بمشاركة مقاطع الفيديو بدقة عالية، ويسمح لأي نظام فيديو أن يعمل على أي نظام تشغيل خاص بالهواتف الذكية.
3. استخدام فيديو الريل (Reel): عبارة عن موجز فيديو قصير التنسيق حيث يمكن للمستخدمين نشر مقاطع مدتها من 5 ثانية الى 90 ثانية، للمشاركة بنشاط يومي أو إظهار مهارة ما، أو تسويق علامتهم التجارية.
4. استخدام القصة اليومية (Story): هي عبارة عن ميزة يقدمها تطبيق إنستغرام يسمح لك بتسجيل فيديوهات تصل مدتها لغاية 15 ثانية، أو مشاركة صور تختفي من بروفائلك بعد مرور يوم على نشرك لها.

5. استخدام القصة المثبتة (Story highlight): من خلال هذه الوظيفة، يمكن أن نسلط الضوء على القصص التي نريد أن تبقى معروضة في البروفايل للأبد.
6. استخدام الـ IGTV : هو موقع YouTube الخاص بإنستغرام، إنه مكان يمكن للأشخاص من خلاله نشر مقاطع الفيديو المعدلة عالية الجودة بتنسيق طويل يصل إلى 10 دقائق ويتمثل أحد الاختلافات الرئيسية بين YouTube و IGTV في الاتجاه الرأسي لـ IGTV حيث يبدو أن ثقافة الصور الشخصية تُفضل التنسيق الرأسي.
7. استخدام البث الحي (Live): هي ميزة التسجيل الحي والمباشر للفيديوهات Live، والمستخدمون على هذه المنصة يحبون ذلك كثيراً سيما لمن يستخدم الإنستغرام في مجال الأعمال التجارية يُعتبر البث الحي والمباشر إحدى أفضل الطرق للبقاء قريباً من المتابعين له.

الفصل الثالث

أولاً: إجراءات البحث:

تضمنت اجراءات البحث قيام الباحثة بتحليل مضامين واشكال الصور التي تم نشرها في حسابات قناتي الحرة وروسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام من خلال اجراء الباحثة حصراً شاملاً لمجتمع البحث المتمثل بأسبوعين من شهر أيار من تاريخ (2022/5/16-5/1م) وقد تبين ان عدد الصور التي تم نشرها في حساب قناة الحرة (784) و(486) في حساب قناة روسيا اليوم بالعربي موزعة ما بين صور ثابتة وفيديوهات وريلز فيديو وقصص يومية وقصص مثبتة وبموجب ذلك تم تحديد الوحدات التحليلية الآتية:

1. وحدة الموضوع.

2. وحدة الزمن.

3. الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية.

وتضمنت فئات التحليل الفئات الخاصة بمضامين التقارير (ماذا قيل؟) والفئات الخاصة بالشكل الذي قدمت به تقارير القناتين موضوع البحث (كيف قيل؟) طبقاً لطبيعة الدراسة القائمة على وصف الصور موضوع الدراسة وصفاً دقيقاً بالمضمون والشكل.

ثانياً: أ- نتائج تحليل المضمون في حساب قناة الحرة

فئات ماذا قيل؟

جدول (1)

يبين مضامين الصور المنشورة في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام وفقاً لأسلوب الصورة المستخدمة

المرتبة	النسبة المئوية	المجموع الكلي	التكرار					الفئات	ت
			للفئات %	لتكرارات الفئات	قصص مثبتة highlight	قصة يومية story	فيديو ريلز Reels		
1	30.99%	243	51	27	13	2	150	السياسية	1
2	21.42%	168	29	28	20	2	89	الاجتماعية والإنسانية	2
3	14.41%	113	4	25	26	0	58	العسكرية والأمنية	3
4	9.18%	72	22	22	4	2	22	الرياضية	4
5	5.10%	40	1	15	9	0	15	البيئية	5
6	4.71%	37	4	11	8	0	14	الفنية	6
7	3.95%	31	7	9	3	0	12	العلمية	7
8	3.82%	30	3	11	5	0	11	الصحية	8
9	3.69%	29	4	14	1	0	10	التكنولوجية	9
10	2.67%	21	4	9	3	0	5	الاقتصادية	10

يوضح الجدول (1) مضامين الصور المنشورة في انستغرام لحساب قناة الحرة وقد تبين احتواء الصور عشرة مضامين رئيسية وحاز على المرتبة الاولى في اهتمامات النشر المضامين السياسية بواقع (243) تكرار موزعة حسب اسلوب الصورة المستخدمة ما بين (صور ثابتة وفيديو عادي وفيديو ريلز وقصص يومية و قصص مثبتة) وبنسبة (30.99%) وقد تضمنت بشكل عام (صور الزعماء, تصريحات, زيارات دبلوماسية, مباحثات واجتماعات), فيما جاء بالمرتبة الثانية المضامين الاجتماعية والإنسانية بواقع (168) وبنسبة (21.42%) إذ تضمنت (النشاطات الاجتماعية, التقاليد الموروثة, ثقافة البلدان, القضايا والمشاكل الاجتماعية والهجرة الناتجة عن الحروب والاضواح المعيشية للسكان), تلتها في المرتبة الثالثة المضامين العسكرية والأمنية بعدد (113) تكرار وبنسبة (14.41%)

وقد احتوت موضوعات (الحروب والنزاعات والعمليات العسكرية, اعتقالات, مناورات حربية), وحاز على المرتبة الرابعة المضامين الرياضية بـ(72) تكرار وبنسبة بلغت (9.18%) إذ تضمنت (اخبار المنتخب والاندية والمسابقات الرياضية والاولمبية واخبار اللاعبين ونجوم الرياضة) في حين جاء بالمرتبة الخامسة المضامين البيئية بـ(40) تكرار وبنسبة (5.10%) من المجموع الكلي للفئات وجاء بالمرتبة السادسة المضامين الفنية بـ(37) تكرار وبنسبة (4.71%) وقد تضمنت (اخبار الفنانين, نشاطات الفنانين والمشاهير, تصريحات النجوم), وتلتها بالمرتبة السابعة المضامين العلمية بـ(31) تكرار وبنسبة (3.95%) واحتوت (الاكتشافات والاختراعات العلمية الحديثة, اخبار الفضاء, نتائج الدراسات العلمية) وجاء بالمرتبة الثامنة المضامين الصحية بـ(30) تكرار وبنسبة بلغت (3.82%) وتضمنت كل ما يخص (الايوبنة, اللقاحات, اخبار منظمة الصحة العالمية, طرق الوقاية والعلاج من الامراض), وقد حاز على المرتبة التاسعة المضامين التكنولوجية بـ(29) تكرار وبنسبة (3.69%) فيما جاء بالمرتبة العاشرة والاخيرة المضامين الاقتصادية بـ(21) تكرار وبنسبة بلغت (2.67%) فقط من النسبة الكلية.

جدول (2)

يبين موضوعات الصور في حساب قناة الحرة في موقع انستغرام

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية %	المرتبة الحرة
1	صور تصريحات الرؤساء بشأن الحرب الروسية الاوكرانية	83	44%	1
2	صور هجرة المواطنين الاوكرانيين	65	35%	2
3	صور وصول المساعدات الانسانية الى المواطنين الاوكرانيين	24	13%	3
4	صور ضحايا الحرب الروسية الاوكرانية	11	6%	4
5	صور مخلفات الحرب الروسية الاوكرانية	5	3%	5
-	المجموع	188	100%	-

يتبين من الجدول (2) الموضوعات التي تم تداولها في الصور المنشورة من خلال حساب قناة الحرة في انستغرام وقد تصدرت المرتبة الاولى صور تصريحات الرؤساء بشأن الحرب الروسية الاوكرانية بـ(83) تكرار وبنسبة (44%) وقد تضمنت (التصريحات والتغريدات الخاصة بالرؤساء والزعماء بشأن الحرب الروسية الاوكرانية) وجاءت بالمرتبة الثانية صور هجرة المواطنين الاوكرانيين بـ(65) تكرار وبنسبة بلغت (35%) واحتوت (صور للمواطنين الاوكران وهم يغادرون منازلهم ومدنهم

خوفاً من القصف الروسي) وحاز على المرتبة الثالثة صور وصول المساعدات الانسانية الى المواطنين الاوكرانيين بـ(24) تكرار وبنسبة (13%) وتضمنت بدورها (لقطات لوصول المساعدات الانسانية من كافة الانحاء الى المواطنين الاوكرانيين في المناطق التي تتعرض للقصف بشكل مستمر) تلتها في المرتبة الرابعة صور ضحايا الحرب الروسية الاوكرانية بـ(11) تكرار وبنسبة بلغت (6%) احتوت (لقطات للجرحى والقتلى جراء القصف الروسي اليومي) في حين جاء بالمرتبة الخامسة والاخيرة صور مخلفات الحرب الروسية الاوكرانية بـ(5) تكرارات وبنسبة (3%) فقط من النسبة الكلية وقد احتوت (لقطات للمخلفات واثار الدمار التي تركها القصف الروسي لبعض المناطق والمدن الاوكرانية).

1- فئات كيف قيل؟

جدول (3)

يبين اساليب الصور المستخدمة في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية %	المرتبة الحرة
1	صور ثابتة (واحدة او متعددة)	386	49%	1
2	قصة يومية (Story)	171	22%	2
3	قصص مثبتة (Highlight)	129	16%	3
4	فيديو ريلز (Reels)	92	12%	4
5	فيديو عادي	6	1%	5
-	المجموع	784	100%	-

يوضح الجدول (3) اساليب الصور التي تم استخدامها في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام وقد حاز على المرتبة الاولى استخدام الصور الثابتة بشكلها المفرد والمتعدد الذي يتيح الموقع بـ(386) تكرار وبنسبة (49%) بينما جاء اسلوب القصة اليومية (Story) في المرتبة الثانية بواقع (171) تكرار وبنسبة (22%) وبنسبة (22%) بينما جاء بالمرتبة الثالثة اسلوب القصص المثبتة (Highlight) بـ(129) تكرار وبنسبة (16%) تلتها في المرتبة الرابعة اسلوب الفيديو الريلز بواقع (92) وبنسبة (12%) في حين جاء بالمرتبة الخامسة والاخيرة اسلوب الفيديو العادي بـ(6) تكرارات وبنسبة (1%) فقط من المجموع الكلي للأساليب المستخدمة.

جدول (4)

يبين نوع الصورة المستخدمة في القصص اليومية والقصص المثبتة في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام

المرتبة	النسبة المئوية %	تكرار القصص المثبتة (highlight)	المرتبة	النسبة المئوية %	تكرار القصص اليومية (story)	الفئات	ت
1	75%	97	1	56%	95	صور ثابتة	1
2	25%	32	2	44%	76	صورة متحركة (فيديو)	2
-	100%	129	-	100%	171	المجموع	-

يوضح الجدول (4) نوع الصورة المستخدمة في اسلوبي القصة اليومية والقصص المثبتة في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام وقد جاء اسلوب الصورة الثابتة بالمرتبة الاولى من حيث الاستخدام بواقع (95) تكرار وبنسبة (56%) للقصص اليومية (Story) وبـ (97) تكرار وبنسبة (75%) للقصص المثبتة (Highlight) فيما جاء بالمرتبة الثانية اسلوب الفيديو بواقع (76) تكرار وبنسبة (44%) للقصص اليومية، وبعده (32) تكرار بالنسبة للقصص المثبتة وبنسبة ما هو (25%) من المجموع الكلي.

جدول (5)

يبين نوع الصور الثابتة المستخدمة في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	ت
1	78%	451	صور فوتوغرافية	1
2	21%	119	صور جرافيك	2
3	1%	8	صور انفوجرافيك	3
-	100%	578	المجموع	-

يوضح الجدول (5) نوع الصور الثابتة التي تم نشرها في حساب قناة الحرة على انستغرام وقد حاز على المرتبة الاولى نوع الصور الفوتوغرافية بواقع (451) تكرار وبنسبة (78%) من المجموع الكلي للصور المنشورة فيما جاء في المرتبة الثانية نوع صور الجرافيك بـ (119) تكرار وبنسبة (21%) في حين جاء بالمرتبة الثالثة والاخيرة نوع صور الانفوجرافيك بـ (8) تكرارات وبنسبة (1%) فقط من النسبة الكلية.

جدول (6)

يبين نوع الفيديو المستخدم في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	ت
1	87%	258	فيديو حي	1
2	12%	36	جرافيك فيديو	2
3	1%	3	انفوجرافيك فيديو	3
-	100%	297	المجموع	-

يوضح الجدول (6) نوع الفيديو الذي تم استخدامه في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام وقد حاز على المرتبة الاولى في النشر نوع الفيديو الحي بـ(258) تكرار وبنسبة (87%) فيما جاء بالمرتبة الثانية نوع الجرافيك فيديو بواقع (36) تكرار وبنسبة (12%) في حين جاء بالمرتبة الثالثة والاخيرة نوع الانفوجرافيك فيديو بواقع (3) تكرارات وبنسبة (1%) فقط من النسبة الكلية للفيديوهات المنشورة.

جدول (7)

يبين نوع النصوص المرفقة مع الصور المنشورة في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	ت
1	37%	302	نص ضمن الصورة (عنوان او ترجمة)	1
2	33%	267	نص مرفق برابط او وسم (هاشتاغ)	2
3	20%	164	نص خبري	3
4	10%	79	نص بشكل تعليق مرفق على الصورة	4
-	100%	812	المجموع	-

يوضح الجدول (7) نوع النصوص المرفقة التي تم استخدامها مع الصور المنشورة في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام وقد حاز على المرتبة الاولى من حيث الاستخدام النصوص داخل الصورة اي ضمنها سواء كان بشكل عنوان للصورة او ترجمة ترافق كلام باللغة الانجليزية او توضيح للهجة عامية بواقع (302) تكرار وبنسبة (37%) بينما جاء في المرتبة الثانية نوع النصوص المرفقة برابط او هاشتاغ مع الصورة بواقع (267) تكرار وبنسبة (33%) وجاء بالمرتبة الثالثة نوع النص الخبري وهو عبارة عن خبر كامل مرفق مع الصورة المنشورة بواقع (164) تكرار وبنسبة (20%) في حين جاء بالمرتبة الرابعة والاخيرة النص الذي يكون بشكل تعليق مرفق يوضح ما جاء في الصورة لا يزيد عن سطر واحد بواقع (79) تكرار وبنسبة (10%) فقط من مجموع النصوص التي تم استخدامها مع الصور المنشورة.

جدول رقم (8)

يبين نوع الصوت المرفق بالفيديوهات المنشورة في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	ت
1	53%	158	صوت الموسيقى	1
2	31%	93	صوت الجو العام	2
3	9%	27	صوت الاقتباسات	3
4	5%	14	الفيديو الصامت	4
5	2%	5	صوت تعليق	5
-	100%	297	المجموع	-

يوضح الجدول (8) نوع الصوت المرفق داخل الفيديوهات المنشورة في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام وقد جاء بالمرتبة الاولى صوت الموسيقى إذ بلغ استخدامه (158) تكراراً وبنسبة (53%) من مجموع الفيديوهات المنشورة بينما جاء في المرتبة الثانية صوت الجو العام في الفيديوهات بـ(93) تكرار وبنسبة (31%) في حين جاء بالمرتبة الثالثة صوت الاقتباسات المتمثلة بالمقاطع الصوتية لتصريحات او لكلام شخصيات معينة بواقع (27) تكرار وبنسبة (9%) وتلاه في المرتبة الرابعة الفيديو الصامت من دون وجود اي نوع من الاصوات بواقع (14) تكرار وبنسبة (5%) فيما جاء بالمرتبة الخامسة والاخيرة التعليق الصوتي بواقع (5) تكرارات وبنسبة (2%) فقط من مجموع النسبة الكلية.

جدول (9)

يبين مدة عرض الفيديوهات المنشورة في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	ت
1	41%	123	أكثر من دقيقة	1
2	38%	113	اقل من دقيقة	2
3	21%	61	دقيقة واحدة	3
-	100%	297	المجموع	-

يوضح الجدول (9) زمن عرض الفيديوهات المنشورة في حساب قناة الحرة على موقع انستغرام وقد حاز على المرتبة الاولى مدرة العرض المتمثلة بـ (أكثر من دقيقة) بواقع (123) فيديو وبنسبة (41%) فيما جاء بالمرتبة الثانية مدة العرض المتمثلة بـ (اقل من دقيقة) بواقع (113) فيديو وبنسبة (38%)، في حين جاء بالمرتبة الثالثة والاخيرة مدة العرض المتمثلة (بدقيقة واحدة) بواقع (61) فيديو وبنسبة (21%) من مجموع النسبة الكلية.

ثانياً: ب- نتائج تحليل المضمون لحساب قناة روسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام

1- فئات ماذا قيل؟

جدول (1)

يبين مضامين الصور المنشورة في حساب قناة روسيا بالعربي على موقع انستغرام وفقاً لأسلوب الصورة المستخدمة.

المرتبة	النسبة المئوية للفئات %	المجموع الكلي لتكرارات الفئات	التكرار					الفئات	ت
			قصص مثبتة highlight	قصة يومية story	ريلز فيديو Reels	فيديو عادي	الصور الثابتة		
1	20.37%	99	2	72	11	0	14	العسكرية والأمنية	1
2	19.75%	96	51	43	0	0	2	الصحية	2
3	17.90%	87	6	51	5	0	25	السياسية	3
4	17.69%	86	73	11	0	0	2	العلمية	4
5	8.23%	40	3	32	0	0	5	الرياضية	5
6	5.76%	28	3	21	3	0	1	التكنولوجية	6
7	4.93%	24	1	18	2	0	3	الاقتصادية	7
8	3.29%	16	5	5	3	0	3	الاجتماعية والإنسانية	8
9	1.23%	6	2	2	1	1	0	البيئية	9
10	0.85%	4	0	3	1	0	0	الفنية	10
-	100%	486	146	258	26	1	55	المجموع	-

يوضح الجدول (1) مضامين الصور المنشورة وفقاً لأسلوب الصورة المستخدمة وقد حاز على المرتبة الاولى المضامين العسكرية والأمنية بواقع (99) تكرار وبنسبة بلغت (20.37%)، موزعة ما بين صور ثابتة وريلز فيديو وقصة يومية وقصص مثبتة متضمنة (تطورات الحرب الروسية الاكرانية والنزاعات والعمليات العسكرية، اعتقالات، مناورات حربية)، تلتها في المرتبة الثانية المضامين الصحية بواقع (96) تكرار وبنسبة (19.75%)، متضمنة (اخبار الاوبئة، اللقاءات، خبار منظمة الصحة العالمية، طرق الوقاية والعلاج من الامراض)، في حين جاء بالمرتبة الثالثة المضامين السياسية بواقع (87) تكرار وبنسبة بلغت (17.90%) متضمنة (تصريحات الزعماء بشأن الحرب الروسية الاوكرانية، زيارات دبلوماسية، مباحثات واجتماعات)، تلتها في المرتبة الرابعة المضامين العلمية بواقع (86) تكرار وبنسبة (17.69%) متضمنة (اخبار الاكتشافات

والاختراعات العلمية الحديثة, أخبار الفضاء), وجاء في المرتبة الخامسة المضامين الرياضية بواقع (40) تكرار وبنسبة (8.23%) ,تحتوي (أخبار المنتخب والاندية والمسابقات الرياضية والاولمبية وأخبار اللاعبين ونجوم الرياضة), وفي المرتبة السادسة جاءت المضامين التكنولوجية بواقع (28) وبنسبة (5.76%) متضمنة (أخر التطورات التكنولوجية واصدار الاجهزة الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي), تلتها في المرتبة السابعة المضامين الاقتصادية ب(24) تكرار وبنسبة (4.93%) متضمنة (اسعار العملات, المباحثات الاقتصادية, سعار النفط والذهب, البورصة), وفي المرتبة الثامنة جاءت المضامين الاجتماعية والإنسانية ب(16) تكرار وبنسبة (3.29%) متضمنة (النشاطات الاجتماعية, التقاليد الموروثة, ثقافة البلدان, القضايا والمشاكل الاجتماعية, وقضايا اللاجئين), وجاء في المرتبة التاسعة المضامين البيئية ب(6) تكرارات وبنسبة (1.23%), متضمنة (أخبار التلوث البيئي, مشكلات المناخ, اتفاقيات المناخ الدولية), في حين جاء بالمرتبة العاشرة والاخيرة المضامين الفنية بواقع (4) تكرارات وبنسبة (0.85%) من مجموع النسبة الكلية.

جدول (2)

يبين موضوعات الصور المنشورة في حساب قناة روسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية %	المرتبة الحرة
1	صور الانتصارات التي يحققها الجيش الروسي في الحرب	62	38%	1
2	صور تصريحات الزعماء والرؤساء بخصوص الحرب الروسية الأوكرانية	41	25%	2
3	صور تظهر أحدث الاسلحة والتقنيات العسكرية التي يتم استخدامها في الحرب	33	20%	3
4	صور تظهر مساعدة القوات الروسية للاجئين الأوكرانيين	28	17%	4
-	المجموع	164	100%	-

يوضح الجدول (2) موضوعات الصور التي يتم التركيز عليها في النشر في حساب قناة روسيا اليوم على موقع انستغرام إذ حازت على المرتبة الاولى الصور التي تحتوي موضوع الانتصارات التي يحققها الجيش الروسي في الحرب بواقع (62) تكرار وبنسبة (38%) متضمنة لقطات للجيش الروسي اثناء الحرب والانتصارات التي يحققونها بشكل يومي من خلال الاهداف وتلتها في المرتبة الثانية الصور التي تحتوي تصريحات الزعماء وتغريداتهم بخصوص تطورات الحرب الروسية الأوكرانية بواقع (41) تكرار وبنسبة (25%), وجاء بالمرتبة الثالثة موضوعات الصور التي تظهر احداث الاسلحة والتقنيات العسكرية التي يستخدمها الجيش الروسي في الحرب بواقع (33) تكرار وبنسبة (20%), في حين جاء في المرتبة الرابعة والاخيرة الصور التي تظهر مساعدة القوات الروسية للاجئين الأوكرانيين اثناء الحرب بواقع (28) تكرار وبنسبة (17%) من مجموع النسبة الكلية.

2- فنات كيف قيل؟

جدول رقم (3)

يبيّن اساليب الصور المستخدمة في حساب قناة روسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام

المرتبة الحرة	النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	ت
1	53.08%	258	قصة يومية (Story)	1
2	30.04%	146	قصص مثبتة (Highlight)	2
3	11.31%	55	صور ثابتة (واحدة او متعددة)	3
4	5.34%	26	فيديو ريلز (Reels)	4
5	0.23%	1	فيديو عادي	5
-	100%	486	المجموع	-

يوضح الجدول (3) اساليب الصور المستخدمة في حساب قناة روسيا اليوم على موقع انستغرام وقد حاز على المرتبة الاولى من حيث النشر اسلوب القصص اليومية (Story) بواقع (258) تكرار وبنسبة (53.08%)، فيما جاء بالمرتبة الثانية اسلوب القصص المثبتة (Highlight)، بواقع (146) تكرار وبنسبة (30.04%)، وجاء بالمرتبة الثالثة اسلوب الصور الثابتة (واحدة او متعددة) بواقع (55) تكرار وبنسبة (11.31%)، تلتها بالمرتبة الرابعة اسلوب الفيديو ريلز (Reels) بـ(26) تكرار وبنسبة (5.34%)، في حين جاء بالمرتبة الخامسة والاطيرة اسلوب الفيديو العادي بواقع (1) فيديو فقط وبنسبة (0.23%) من مجموع النسبة الكلية.

جدول (4)

يبيّن نوع الصورة المستخدمة في القصص اليومية والقصص المثبتة في حساب قناة روسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام

المرتبة	النسبة المئوية %	تكرار القصص المثبتة (highlight)	المرتبة	النسبة المئوية %	تكرار القصص اليومية (story)	الفئات	ت
1	64%	93	1	83%	213	صور ثابتة	1
2	36%	53	2	17%	45	صورة متحركة (فيديو)	2
-	100%	146	-	100%	258	المجموع	-

يوضح جدول (4) نوع الصورة المستخدمة في القصص اليومية والقصص المثبتة في حساب قناة روسيا اليوم على موقع انستغرام وقد حاز على المرتبة الاولى نوع الصور الثابتة في كلتا الفئتين بواقع (213) تكرار وبنسبة (83%) في القصص اليومية وبـ (93) تكرار وبنسبة (64%) في القصص المثبتة بينما جاء بالمرتبة الثانية نوع الصور المتحركة الفيديوية بواقع (45) تكرار وبنسبة (17%) في القصص اليومية بينما بلغ عدد تكراراته في القصص المثبتة (53) ونسبة ما هو (36%) من مجموع النسبة الكلية.

جدول (5)

يبين نوع الصور الثابتة المستخدمة في حساب قناة روسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	ت
1	%85	306	صور فوتوغرافية	1
2	%11	38	صور جرافيك	2
3	%5	17	صور انفوجرافيك	3
-	%100	361	المجموع	-

يوضح الجدول (5) نوع الصور الثابتة المستخدمة في حساب انستغرام لقناة روسيا اليوم وحاز على المرتبة الاولى نوع الصور الفوتوغرافية بـ(306) تكرار وبنسبة (85%) بينما جاء في المرتبة الثانية نوع الصور الجرافيك بواقع (38) تكرار وبنسبة (11%) في حين جاء بالمرتبة الثالثة استخدام صور الانفوجرافيك بواقع (17) تكرار وبنسبة (5%) من مجموع النسبة الكلية.

جدول (6)

يبين نوع الفيديو المستخدم في حساب قناة روسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	ت
1	%70	87	فيديو حي	1
2	%26	32	جرافيك فيديو	2
3	%5	6	الإنفوجرافيك فيديو	3
-	%100	125	المجموع	-

يوضح الجدول (6) نوع الفيديو المستخدم في حساب انستغرام لقناة روسيا اليوم بالعربي وقد جاء استخدام الفيديو الحي في المرتبة الاولى من حيث النشر بواقع (87) تكرار وبنسبة (70%)، بينما جاء بالمرتبة الثانية نوع الجرافيك فيديو بواقع (32) فيديو وبنسبة (26%)، في حين جاء بالمرتبة الثالثة نوع الانفوجرافيك فيديو بواقع (6) فيديو وبنسبة (5%) فقط من مجموع النسبة الكلية.

جدول (7)

يبين نوع النصوص المرفقة مع الصور المنشورة في حساب قناة روسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	ت
1	39%	401	نص ضمن الصورة (عنوان او ترجمة)	1
2	31%	321	نص مرفق برابط او وسم (هاشتاغ)	2
3	23%	231	نص خبري	3
4	7%	72	نص بشكل تعليق مرفق على الصورة	4
-	100%	1025	المجموع	-

يوضح الجدول (7) نوع النصوص المرفقة مع الصور المنشورة في حساب انستغرام لقناة روسيا اليوم بالعربي وقد جاء بالمرتبة الاولى من حيث الاستخدام نوع النص ضمن الصورة بواقع (401) تكرار وبنسبة (39%)، بينما جاء بالمرتبة الثانية النص المرفق برابط او وسم (هاشتاغ) بواقع (321) تكرار وبنسبة (31%)، وجاء بالمرتبة الثالثة نوع النص الخبري بواقع (231) تكرار وبنسبة (23%)، في حين جاء بالمرتبة الرابعة والاخيرة نوع النص الذي يرافق الصور بشكل تعليق بواقع (72) نص وبنسبة (7%) فقط من مجموع النسبة الكلية.

جدول (8)

يبين نوع الصوت المرفق بالفيديوهات المنشورة في حساب قناة روسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	ت
1	74%	93	صوت الموسيقى	1
2	14%	17	صوت الجو العام	2
3	10%	12	صوت تعليق	3
4	2%	2	صوت الاقتباسات	4
5	1%	1	الفيديو الصامت	5
-	100%	125	المجموع	-

يوضح الجدول (8) نوع الصوت المرفق بالفيديوهات المنشورة في حساب انستغرام لقناة روسيا اليوم بالعربي وجاء بالمرتبة الاولى صوت الموسيقى بواقع (93) فيديو وبنسبة (74%)، بينما جاء بالمرتبة الثانية صوت الجو العام بواقع (17) فيديو وبنسبة (14%)، فيما جاء بالمرتبة الثالثة صوت التعليق بواقع (12) فيديو وبنسبة (10%)، يليه بالمرتبة الرابعة صوت الاقتباسات بواقع (2) فيديو وبنسبة (2%)، في حين جاء بالمرتبة الخامسة والاخيرة نوع الفيديو الصامت بواقع فيديو واحد وبنسبة (1%) فقط من مجموع النسبة الكلية.

جدول (9)

يبين مدة عرض الفيديوهات المنشورة في حساب قناة روسيا اليوم بالعربي على موقع انستغرام

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	ت
1	69%	86	أقل من دقيقة	1
2	24%	30	أكثر من دقيقة	2
3	7%	9	دقيقة واحدة	3
-	100%	125	المجموع	-

يوضح الجدول (9) مدة عرض الفيديوهات المنشورة في حساب انستغرام لقناة روسيا اليوم بالعربي، جاء بالمرتبة الاولى فئة الفيديوهات التي تمتد مدرة عرضها لأقل من دقيقة واحدة بواقع (86) تكرار وبنسبة (69%)، بينما جاء بالمرتبة الثانية الفيديوهات التي يمتد زمنها لأكثر من دقيقة واحدة بمعدل (30) فيديو وبنسبة (24%)، في حين جاء بالمرتبة الثالثة فئة الفيديوهات التي تكون مدة عرضها دقيقة واحدة فقط بواقع (9) فيديوهات وبنسبة (7%) فقط من مجمل الفيديوهات المنشورة.

الاستنتاجات:

توصلت الباحثة الى مجموعة استنتاجات تتمثل بما يأتي:

- 1- ركزت قناة الحرة في نشر الصور ذات المضامين السياسية من خلال حسابها على موقع انستغرام بالدرجة الاساس وتلتها في الاهتمام المضامين الاجتماعية والإنسانية ومن ثم العسكرية والأمنية وباقي الفئات مما يدل على اهتمامها بالشأن السياسي وابراز دور الولايات المتحدة وعلاقتها الخارجية بدول العالم بينما ركزت قناة روسيا اليوم على نشر الصور ذات المضامين العسكرية والأمنية بالدرجة الاساس وتلتها بالمضامين الصحية ومن ثم السياسية من حيث اولويات النشر نظراً لتغطية الحرب الروسية الاوكرانية والتركيز على نقل مجرياتها.
- 2- ان أكثر الموضوعات التي تم تداولها في صور قناة الحرة هي صور التصريحات السياسية للزعماء والرؤساء بشأن الحرب الروسية الاوكرانية والاضاع التي يعاني منها المواطنون الأوكران وهجرتهم من البلاد وما تحمل هذه الصور من استمالات عاطفية انسانية بينما أكثر الموضوعات التي تم تداولها في الصور المنشورة من خلال حساب قناة روسيا اليوم بالعربي كانت الصور العسكرية واهتمامها بنقل الانتصارات التي يحققها الجيش الروسي واستخدامه التقنيات الحديثة اثناء الحرب وإظهار مدى التقدم في التكنولوجيا العسكرية.

- 3- أكثر اساليب الصور التي تم اعتمادها في النشر من قبل قناة الحرة هي الصور الثابتة (Post) سواء كانت صورة واحدة او متعددة في بوست واحد وتلتها من حيث الاهتمام بالنشر القصص اليومية (Story) والقصص المثبتة (Highlight)، بينما ركزت قناة روسيا اليوم على اسلوب القصص اليومية والقصص المثبتة وتلتها الصور الثابتة (post) من حيث الاهتمام بالنشر في صفحتها على موقع انستغرام.
- 4- اهتمت كلتا القناتين الحرة وروسيا اليوم بالعربي باستخدام العناصر المرفقة مع الصور بنفس الدرجة من الاهتمام متمثلة بالنصوص (داخل الصورة والنصوص التي تضم رابط او وسم (هاشتاغ) كما استخدمتا (الموسيقى وصوت الجو العام) بالدرجة الاساس من حيث أكثر الاصوات البارزة نظراً لاعتمادها على نوع الفيديو الحي في نشر الفيديوهات على صفحاتهما في موقع انستغرام.
- 5- اعتمدت قناة الحرة في نشر الفيديوهات التي يمتد عرضها لأكثر من دقيقة واحدة في النشر وتلتها في النشر الفيديوهات الاقل من دقيقة بينما اعتمدت قناة روسيا اليوم الفيديوهات التي تمتد مدة عرضها اقل من دقيقة وتلتها في الاهتمام الفيديوهات الاكثر من دقيقة في حين جاء فيديو الدقيقة الواحدة بدرجة الاقل اهتماماً في النشر من قبل كلتا القناتين في صفحاتهما على موقع انستغرام.
- 6- ان قناة الحرة هي الاكثر كثافة في النشر على موقع انستغرام نظراً لأعداد الصور واستخدامها مختلف الاساليب وبموضوعات مختلفة خلال مدة الدراسة بينما قناة روسيا اليوم بالعربي تلتها في كثافة النشر نسبة لعدد الصور واساليبها هي الاقل مقارنة بصفحة قناة الحرة وان اهتمام قناة روسيا اليوم بالعربي تركّز على نشر القصص اليومية التي تنتهي بعد 24 من نشرها اكثر من نشرها البوستات اليومية بينما ركزت قناة الحرة على نشر البوستات اليومية الثابتة والقصص اليومية والمثبتة والريلز فيديو بدرجة اهتمام متقاربة وبشكل يومي وكثيف.

التوصيات:

توصي الباحثة بما يأتي:

- 1- الأكاديميين بالتوجه الى عمل بحوث تخصص مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما موقع انستغرام نظراً لكمية التحديث في تقنياتها واساليب النشر فيها وبشكل مستمر ولما لها من اهمية وتأثير على الجمهور المستخدم الذي يهيمه كل جديد ومتاح على هذه المنصات.
- 2- المؤسسات الإعلامية العربية والمحلية الى استغلال التحديث المستمر في موقع انستغرام وغيره من مواقع التواصل واستخدامه بطريقة تعزز إمكاناتها التقنية لتكمل عملها التقليدي وتبرز وجودها الرقمي بين الجمهور المستخدمين اسوة بقنوات روسيا اليوم والحررة من خلال السبق في نشر الصورة وتفاصيلها بسبب سهولة وسرعة استخدام هذه المنصات وتقنياتها المتاحة ومميزاتها الجذابة والملفتة.
- 3- المؤسسات الإعلامية المحلية الى ضرورة النظر بأن ما ينشر على موقع انستغرام لا يشبه المضمون التقليدي السوري وانما يتناسب مع طبيعة الموقع وجمهوره المستخدم إذ ان ما ينشر على التلفزيون يجب ان يختلف عن صفحة القناة على انستغرام فلكل وسيلة خصائصها المميزة والمختلفة.

مراجع البحث:

frederick f.wherry - juliet b. (2015). the sage encyclopedia of economics and society instagram. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/303443794_Instagram_-_social_media

wherry, F. f. (n.d.).

- ابراهيم اسماعيل. (2014). الإعلام المعاصر. الدوحة: وزارة الثقافة والفنون والتراث.
- بركات عبد العزيز. (بلا تاريخ). اسس مناهج البحث الإعلامي. القاهرة: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع.
- بشرى داوود السنجري. (2019). صحافة الموبايل. العين - الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
- حمد القمزي. (2017). تقنيات التعليم ومهارات الإتصال. القاهرة: دار روابط للنشر وتقنية المعلومات / ط2.
- عثمان محمد الدليمي. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي (نظرة عن قرب). عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- محمد عباس. (2021). المسار التسويقي الالكتروني للمبتدئين. نشر الكتروني: dsn.