

دلالات توظيف الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية ... دراسة تحليلية لمنصة Graphic News

د. ريهام درويش

استاذ مساعد - قسم الاعلام - كلية الآداب - جامعة كفر الشيخ

مقدمة

أحدثت ثورة المعلومات تغيراً ملحوظاً في التدفق المعلوماتي وأسلوب إتاحة البيانات، وارتبطت تلك الثورة بظهور مصطلح البيانات الضخمة، وقد بدأ تداول هذا المصطلح في أواخر تسعينيات القرن العشرين ويعني مجموعة البيانات العديدة التي تنتج عن استخدام التقنيات الحديثة لأغراض شخصية أو مهنية، ويفوق حجمها قدرة سعة التخزين لقواعد البيانات التقليدية، لذا يتم التعامل مع كميات البيانات الهائلة والمتزايدة من خلال قواعد البيانات العملاقة. وتنقسم إلى البيانات المهيكلة **Structured Data** وهي البيانات المنظمة في جداول أو قواعد بيانات، والبيانات غير المهيكلة **Unstructured Data** وتمثل النسبة الأكبر من البيانات وهي البيانات التي يتم الحصول عليها يومياً من كتابات نصية وصور وفيديو ورسائل



على مواقع الإنترنت، والبيانات شبه المهيكلة **Semi-structured data** وتعد نوعاً من البيانات لا تكون في صورة جداول أو قواعد بيانات^٢.

أما البيانات المفتوحة فتشير إلى البيانات التي يتم جمعها ومشاركتها مع الآخرين لاستخدامها حسب رغبتهم، دون قيود على حقوق النشر أو الاستخدام. وتشتمل على البيانات الحكومية والبيانات العلمية أو التاريخية أو الجغرافية...إلخ.

وفي ظل هذا الكم الهائل من البيانات لم يعد النص وحده قادراً على إيصال المعلومة للجمهور، لذا ظهر مصطلح صحافة البيانات وهو العملية التي تقوم من خلالها مؤسسات الأخبار بتصفية البيانات وعرضها على هيئة رسوم وأشكال وهي الأكثر جذباً للقراء نظراً لقدرتها على تبسيط المعلومة، حيث أنها تعتمد على السرد البصري للبيانات، لذا لجأت العديد من المؤسسات إلى عرض البيانات من خلال الإنفوجرافيك بأشكال وتقنيات متعددة، فالإنفوجرافيك هو تمثيل بصري للبيانات والمعلومات المعقدة بتحويلها إلى رسوم مصورة يسهل استيعابها دون الحاجة إلى قراءة نصوص كبيرة، ويعتبر الإنفوجرافيك أحد الوسائل الهامة والفعالة وأكثرها جاذبية خاصة عبر الشبكات الإلكترونية، حيث تدمج بين السهولة والسرعة في عرض المعلومة وتوصيلها إلى المتلقي.

وقد بدأت المؤسسات الصحفية توظيف الإنفوجرافيك كنوع من القوالب الصحفية يتميز بقدرته على تبسيط المعلومات والأرقام والاحصائيات وتقديمها في أشكال بصرية متنوعة حتى يسهل استيعابها وفهمها دون الحاجة إلى قراءة متعمقة للموضوعات.

ومع انتشار استخدام الإنفوجرافيك في مجالات الإعلام ظهرت مواقع متخصصة تتناول القضايا الدولية بتوظيف الإنفوجرافيك في عرضها، لذا سعت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على دلالات توظيف الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية



عبر المنصات الإلكترونية بالتطبيق على منصة ^٣ Graphic News لمعرفة أبرز القضايا المتناولة وأكثر الأساليب استخداماً في تغطية تلك القضايا، وكذلك نوعية البيانات المستخدمة ومصادر الحصول عليها.

الدراسات السابقة

من خلال مسح الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة تم تقسيم هذه الدراسات إلى المحاور الآتية:

المحور الأول: دراسات تتناول توظيف وسائل الإعلام للإنفوجرافيك

المحور الثاني: تأثيرات استخدام الإنفوجرافيك على المتلقي

المحور الثالث: التحليل الدلالي للصورة الصحفية

ويتم إلقاء الضوء على هذه الدراسات كما يلي:

المحور الأول: دراسات تتناول توظيف وسائل الإعلام للإنفوجرافيك

أ. من حيث الموضوع

ركزت دراسات هذا المحور على معرفة كيفية تفعيل الصحافة الورقية والإلكترونية للإنفوجرافيك كما في دراسة (بيرق حسين جمعه، ٢٠١٩)^٤ التي اهتمت بمعرفة اساليب توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الاخبارية نظراً للأدوار الاتصالية المتنوعة للإنفوجرافيك، ودراسة (سهام حسن الشجيري، ٢٠١٩)^٥ التي اهتمت بالتعرف على المعايير الفنية والبصرية المستخدمة في جريدة القدس العربي والطرق المستخدمة في تمثيل البيانات وتحليلها وتحديد وسائل الجذب الفنية والبصرية المستخدمة، وكذلك دراسة (سرى محمد خالد شطناوي، ٢٠١٩)^٦ والتي استهدفت التعرف على درجة اهتمام المواقع الإلكترونية للصحف الأردنية اليومية بتوظيف الإنفوجرافيك، أيضاً دراسة (عبير محمد سليم، ٢٠١٨)^٧ فحاولت التعرف على درجة



اهتمام المواقع الفلسطينية الإلكترونية بفن الإنفوجرافيك وأهم مجالاته استخداماً، واهتمت دراسة (محمد جمال عبد المقصود، ٢٠١٨)^٨ بالتعرف على دور التصاميم الإنفوجرافية لتبسيط الرسالة الإعلامية ومدى إسهامه في تسهيل قراءة المعلومة لبعض فئات الجمهور، وكذلك استهدفت دراسة (جواد راغب الدلو، ٢٠١٧)^٩ التعرف على مدى اهتمام صحيفة الرسالة للإنفوجراف والقضايا التي يتناولها، ودراسة (على حمودة جمعة، ٢٠١٧)^{١٠} حاولت التعرف على مدى معالجة الإنفوجرافيك للصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها والتعرف على وسائل الإبراز في انفوجرافيك هذه الصحف، واهتمت دراسة (محمد صديق حسين)^{١١} هدفت الدراسة إلى معرفة مدى التزام المواقع الإلكترونية محل الدراسة بالقواعد الفنية والتصميمية لصناعة الإنفوجرافيك من خلال دراسة أمثلة لنماذج فعلية من أشكال الإنفوجرافيك الصحفي بالمواقع الصحفية العربية والوقوف على إيجابياتها وسلبياتها.

في حين اهتمت الدراسات الأجنبية بمحاولة التعرف على توظيف المنصات الإلكترونية للإنفوجرافيك، كما في دراسة (Jeongsub Lim, 2019)^{١٢} والتي اهتمت بتحديد أنماط مصادر شبكات كوريا الجنوبية في الإنفوجرافيك وأهم مجالاته استخداماً، وأيضاً دراسة (Eedan R. Amit-Danhi, 2018)^{١٣} اهتمت بدراسة تكتيكات الاقناع المستخدمة في نماذج الإنفوجرافيك السياسي على Twitter ودور تلك الاستراتيجيات في تفاعلية الجمهور مع تلك المضامين السياسية، وكذلك دراسة (Julio Costa Pinto, 2017)^{١٤} التي اهتمت بالتعرف على مدى ملاءمة الإنفوجرافيك الرقمي والتكنولوجي للصحف الإلكترونية، أما دراسة (waralk Siricharoen, 2015) فقد اهتمت بتقديم تأطير نظري لماهية الإنفوجرافيك وأنواعه وأهم استخداماته، وكذلك التعرف على الجوانب والأساليب التي تميزه، وحاولت دراسة (نايف العلياني، ٢٠١٦)^{١٥} معرفة الإنفوجرافيك كوسيلة حديثة تستخدم وتوظف في



المواقع الالكترونية بالقيم البصرية والفنية للإنفوجرافيكس وتوظيفه في المواقع الالكترونية، ودراسة (Banu Inanc, Uyan Dur, 2014)^{١٧} التي اهتمت بتحديد ماهية الإنفوجرافيك واستخداماته في الصحافة إضافة إلى أنواعها وأساليب عرض المحتوى والاختلافات بين التصاميم الثابتة والمتحركة.

ب. من حيث الجوانب المنهجية والإجرائية:

اعتمدت أغلب دراسات ذلك المحور على استخدام منهج المسح الإعلامي، واعتمد البعض على المنهج الوصفي كدراسة (سهام حسن الشجيري، ٢٠١٩)، ودراسة (محمد جمال عبد المقصود، ٢٠١٨) ولجأت بعض الدراسات العربية إلى تحقيق التكامل في منهجيتها بالجمع بين منهج المسح والمنهج المقارن كدراسة (سعيد محمد الغريب، ٢٠١٧)، في حين أغفلت الدراسات الأجنبية تحديد منهجها، واعتمدت الدراسات على أداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات.

ج. من حيث النتائج:

اتفقت نتائج الدراسات العربية والأجنبية على أهمية استخدام الإنفوجرافيك وفاعليات تصميمه، فقد خلصت دراسة (Julio Costa Pinto, 2017) إلى أنه بالرغم من أهمية استخدام الإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية إلى أنه ما زال هناك حاجة ملحة إلى وضع معايير لتصميم وتنفيذ أشكال من الإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية، ودراسة (Banu Inanc, Uyan Dur, 2014) التي خلصت إلى أن الإنفوجرافيك أصبح حاجة ضرورية في هذا العصر في ظل الاهتمام بالاتصال المرئي، حيث يعمل على تقديم معلومات معقدة وغير منظمة في تصميمات مفهومة وواضحة.

وأظهرت نتائج دراسة (عبير محمد سليم، ٢٠١٨) اهتمام مواقع الدراسة باستخدام الإنفوجرافيك بدرجات متفاوتة، واتفقت معها دراسة (جواد راغب الدلو، ٢٠١٨)



باهتمام الإنفوجرافيك بقضايا الشأن المحلي، كما اكدت دراسة (محمد جمال عبد المقصود، ٢٠١٨) أن من الاعتبارات الأساسية الخاصة بنجاح الإنفوجرافيك هي توظيف العناصر التيبوغرافية والجرافيكية باستغلال الايقونات ودلالاتها وتوظيف الفراغات والمساحات، وقد اتفقت دراسة (waralk Siricharoen, 2015) ودراسة (سهام حسن الشجيري، ٢٠١٨) إلى ضرورة الاهتمام بالعناصر المكونة للإنفوجرافيك واستخدام الصور والألوان وكذلك أهمية اتباع تقنية فنية وبصرية لإقناع القارئ ودراسة (سرى محمد خالد شطناوي، ٢٠١٩) إلى تنوع مضامين الإنفوجرافيك ما بين موضوعات إنسانية واجتماعية واقتصادية، كما أن الصحف الإلكترونية تعتمد على الإنفوجرافيك الثابت أكثر من الإنفوجرافيك المتحرك وهذا ما توصلت إليه دراسة (عبير محمد سليم، ٢٠١٨)، كما توصلت دراسة (Eedan R. Amit-Danhi and Limor Shifman, 2018) إلى أن الرسوم البيانية السياسية الرقمية والصور تعد أحد القوى الفاعلة المؤثرة في إقناع الجمهور.

المحور الثاني: دراسات تناولت تأثيرات استخدام الإنفوجرافيك على الجمهور:

أ. من حيث الموضوع

ركزت غالبية الدراسات العربية والأجنبية على معرفة تأثيرات استخدام الإنفوجرافيك من قبل القارئ بالاتصال والجمهور، فجاءت دراسة (دينا طارق محمود، ٢٠١٨)^{١٨} التي سعت إلى معرفة محددات توظيف صحافة البيانات في المواقع اخبارية المصرية والعالمية بتحليل المضمون الإعلامي واتجاهات القارئ بالاتصال، ودراسة (لجين محمد باقاسي، ٢٠١٨)^{١٩} التي اهتمت بمعرفة أهم التصميمات البصرية المستخدمة في تصميمات الإنفوجرافيك من وجهة نظر مصممي الإنفوجرافيك، ودراسة (سعيد محمد الغريب، ٢٠١٧)^{٢٠} التي استهدفت الكشف عن مدى وملامح استخدام المواقع الإلكترونية المصرية لفن الإنفوجرافيك، وتحليلها بالمقارنة، وكذلك الكشف عن تأثير الوعاء الإلكتروني المتمثل في شبكة الانترنت على استخدام مواقع



الدراسة للإنفوجرافيك في إطار نظرية ثراء الوسيلة، بأجراء مقابلة مع القائم بالاتصال في المواقع محل الدراسة، ودراسة (Sandra Zwinger, 2016^{٢١}) التي اهتمت بالتعرف على أنواع الإنفوجرافيك المستخدمة في الصحف الالكترونية وتقييمها، ودراسة (Murray Dick, 2012)^{٢٢} والتي اهتمت بدراسة القيم الإخبارية وممارسات العمل في انشاء الإنفوجرافيك التفاعلي في المواقع الإخبارية على الانترنت في المملكة المتحدة، من خلال الاعتماد على المقابلات المتعمقة مع الصحفيين العاملين في وسائل الاعلام إلى جانب الملاحظة لفترة قصيرة للإنفوجرافيك.

أما الدراسات التي اهتمت باجراء دراسات ميدانية فقط فجاءت دراسة (هاني إبراهيم أحمد البطل، ٢٠١٩)^{٢٣} والتي استهدفت التعرف على مدى انقراطية الشباب الجامعي البيوغرافية والجغرافية للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية الالكترونية المصرية، ودراسة (مروة عطية محمد)^{٢٤} والتي اهتمت بالكشف عن العلاقة بين أسلوب عرض وتقديم مضامين القصص الإخبارية عبر رسوم الإنفوجرافيك على تذكر وفهم هذه المضامين مقارنة بأساليب العرض التقليدية عبر قوالب التحرير الكلاسيكية على شبكة الإنترنت والمتمثلة وفقا لهذه الدراسة في قالب السرد المتسلسل، وذلك في إطار تصميم شبة تجريبي، ودراسة (Azam Majooni & Mona Masood, 2017)^{٢٥} التي سعت إلى محاولة تحديد مدى تمثيل صحافة البيانات في الأخبار التلفزيونية في كوريا الجنوبية والولايات المتحدة، أما دراسة (راللا عبد الوهاب، هبه عبد الرزاق، ٢٠١٧)^{٢٦} فقد استهدفت الدراسة رصد الوضع الحالي لصحافة البيانات في مصر والتعرف على مستقبلها وتأثيرها على مستقبل الصحافة في مصر وتعد الدراسة مستقبلية معتمده على النمط المعياري عبر مجموعة من السيناريوهات البديلة، كما سعت دراسة (سماح الشهاوي، ٢٠١٦)^{٢٧} إلى اختبار تأثير الإنفوجرافيك التفاعلي في تسهيل إدراك وتذكر المستخدمين للمعلومات وذلك من خلال المقارنة بين



الإنفوجرافيك التفاعلي والثابت والنص، بينما اهتمت دراسة (Eun-Ju Lee & Ye (2015) بقياس التأثير من خلال تفاعلية الجمهور أو التعددية النمطية للإنفوجرافيك، واهتمت دراسة (Murray Dick, 2014) بتأثير إنتاج الإنفوجرافيك ونشره على سير العمل بالصحف وذلك بالاعتماد على تحليل عينة من الإنفوجرافيك والرسوم البيانية المنشورة في صحيفة نيويورك تايمز المطبوعة، واهتمت دراسة (Marvin Mmilatz) ٢٠١٣، بقياس أثر الإنفوجرافيك التفاعلي على عملية التذكر لدى المستخدم،

ب. من حيث الجوانب المنهجية والإجرائية:

اختلفت توظيفات دراسات ذلك المحور للمناهج العلمية المختلفة، فقد حظت الدراسات التي تحمل الشقين الميداني والتحليلي بتوظيفها لمنهج المسح والمنهج المقارن كما في دراسة (دينا طارق محمود، ٢٠١٨) ودراسة (لجين محمد باقاسي، ٢٠١٨)، إلا أن العديد من دراسات ذلك المحور اعتمد على المنهج التجريبي مثل دراسة (سماح الشهاوي، ٢٠١٦) التي وظفت العلاقات المتبادلة والمقارن، ودراسة (Marvin Mmilatz) ٢٠١٣، ودراسة (مروة عطية محمد) ودراسة (Azam Majooni & Mona Masood, 2017)، وقد تم جمع البيانات بالاعتماد على استمارة المقابلة، في حين اعتمدت دراسة (رلا عبد الوهاب، هبه عبد الرزاق، ٢٠١٧) على أداة الاستبيان لجمع البيانات من الخبراء.

ج. من حيث النتائج:

أشارت دراسة (Azam Majooni & Mona Masood, 2017) إلى أن تصميم القصص الاخبارية في الإنفوجرافيك يحقق استيعاب وفهم أكثر من سردها بدون تصميم للإنفوجرافيك، وأكدت دراسة (سماح الشهاوي، ٢٠١٦) التأثير الإيجابي للإنفوجراف التفاعلي على العمليات المعرفية المتمثلة في التذكر الدقيق، أما دراسة



(لجين محمد باقاسي، ٢٠١٨) فخلصت إلى أن أهم العناصر الجرافيكية للإنفوجرافيك هي الرموز والأشكال التي تشكل جزءاً مهماً من التصميم في كمن صف الدراسة، ثم الرسوم البيانية والتعبيرية والخرائط والجداول والرسوم المتسلسلة أكثر العناصر التيبوغرافية استخداماً هي العناوين، أكثر المواضيع في تصميمات الإنفوجرافيك كانت المواضيع ذات المضمون الاجتماعي والسياسي والاقتصادي، أما دراسة (سعيد محمد الغريب، ٢٠١٧) فقد خلصت إلى تأثير الوعاء الإلكتروني على فن الإنفوجرافيك من خلال الإنفوجرافيك التفاعلي، تأثير البيئة الرقمية على فن الإنفوجرافيك، كما تبين تنوع أشكال الإنفوجرافيك بنوعيه الثابت والتفاعلي في المواقع ما بين الرسوم التخطيطية والجداول والقوائم والرسوم البيانية والرسوم الجغرافية، فضلاً عن الإنفوجرافيك الذي يتضمن معلومات نصية.

أما بالنسبة لتأثيرات الإنفوجرافيك على المتلقي فقد خلصت دراسة ((Sandra Zwinger, 2016 إلى أن المتلقي يفضل متابعة موضوعات الإنفوجرافيك التفاعلي الاجتماعية ويليها الموضوعات السياسية، وأيضاً توصلت الدراسة إلى أن أهم أسباب تفضيل الجمهور للإنفوجرافيك التفاعلي تبسيط المعلومة في أشكال بسيطة سهلة الفهم والاستيعاب والحفظ، وأشارت دراسة (هاني إبراهيم أحمد البطل، ٢٠١٩) إلى العديد من النتائج أهمها وجود فروق ذات دلالة إحصائية للصورة الصحفية بين متوسطات انقراطية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقاً لنوع الإنفوجرافيك، ودراسة (٢٠١٣) Marvin Mmilatz، التي أكدت على عدم وجود علاقة بين الإنفوجرافيك التفاعلي واستعادة المعلوماً بالنسبة للجمهور.

المحور الثالث: التحليل الدلالي للصورة الإعلامية

نظراً لاهتمام الإنفوجرافيك بالسرد البصري للمعلومات، ومحاولة الباحثة إجراء تحليل دلالي للإنفوجرافيك، فاستعانت الباحثة في هذا المحور بالدراسات التي تناولت التحليل الدلالي للصورة التليفزيونية والصحفية، وهي على النحو التالي:

أ. من حيث الموضوع:

على الرغم من عدم وجود دراسات تتناول التحليل الكيفي للإنفوجراف، إلا أن الباحثة رصدت في هذا المحور دراسات تناولت دلالات الصورة الإعلامية، ومنها دراسة (وفاء عبد الخالق ثروت، ٢٠١٧)^{٣١} التي اهتمت برصد وتحليل دلالة تأطير الصورة في التغطية الإعلامية للقضايا الاقتصادية، والكشف عن العلامات والدلالات التي تحتويها الصورة، ودراسة (حسام محمد إلهامي، ٢٠١٧)^{٣٢} التي استهدفت اكتشاف مجموعة الدلالات والمعاني التي تعكسها الرموز غير اللفظية على مواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة (رحاب الداخلي محمد، ٢٠١٦)^{٣٣} التي اهتمت بالتعرف على دلالات التغطية المصورة لأنشطة التنظيمات الإرهابية في موقعي الأهرام والشرق الأوسط السعودية، أما دراسة (سيفون بايه، ٢٠١٥)^{٣٤} فركزت على دراسة كيفية تحليل وقراءة الصورة الصحفية سيميائياً من أجل الكشف عن المعاني والدلالات الخفية التي تحملها، ودراسة (Sibel Onursoy, 2015)^{٣٥} التي حاولت البحث في المعاني والدلالات والرموز البصرية التي تشتملها الصورة الفوتوغرافية.

ب. من حيث النتائج

اعتمدت دراسات ذلك المحور على إجراء الدراسة من خلال نوعين من التحليل أولهما الكمي للصورة وآلياتها، والكيفي للدلالات ورموز الصورة في إطار منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن.



وخلصت الدراسات إلى أن قدرة اللغة البصرية على توصيل المعاني والرسائل والكشف عن الرسائل والدلالات التي يمكن أن تحملها الصورة الفنية، فقد توصلت دراسة (وفاء عبد الخالق ثروت، ٢٠١٧) إلى أن تحليل الدلالات الوضعية في الصور أسفر عن توظيف جيد لتعبيرات لغة الجسد، فالجسد ودلالاته الوضعية لديه القدرة على توليد المعاني وهذا ما نجحت كثير من الصور في توظيفه، أما دراسة (رحاب الداخلي، ٢٠١٦) فخلصت إلى أن الصورة تعد نسق أيقوني دال يتصافر ويتفاعل بداخله مجموعة من العلامات والرموز.

أما دراسة (Sibel Onursoy, 2015) فتوصلت إلى دلالات الرموز غير اللفظية تحددت في الوحدات البصرية الرئيسية، والعلامات السيمولوجية، والسمات والملاحم الجمالية، أما دراسة حسام إلهامي فخلصت إلى أن الرموز غير اللفظية توظف من جانب منتجها في محاولة لتجسيد العناصر غير الملموسة أو المجردة في الرسالة الاتصالية.

وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد المشكلة البحثية بدقة واختيار المنهج المناسب للدراسة، كما استطاعت الباحثة تحديد الأدوات العلمية المناسبة، وحاولت الباحثة من خلال تلك الدراسة إجراء نوع جديد من التحليلات الكيفية للإنفوجرافيك الذي طال دراسته من زاوية كمية فقط.

مشكلة الدراسة

يلاحظ من خلال مسح التراث العلمي السابق للدراسات التي تناولت الإنفوجرافيك إلى اهتمام غالبيتها بقياس مدى توظيف الإنفوجرافيك كأداة إعلامية في مختلف الصحف والمواقع الإلكترونية وتحديد أهم العناصر التبوغرافية اللازمة لجعله مادة تؤثر على فهم وإدراك الجمهور المتلقي لما يحمله من بيانات ومعلومات، إلا أن



غالبيتها لم يتطرق إلى دراسة مدى توظيف المنصات الإعلامية الإلكترونية للإنفوجرافيك في عرض قضية معينة بصفة عامة والمجتمع الدولي بصفة خاصة.

ولكون وسائل الإعلام تهتم بانتاج رسائل إعلامية ضمن انساق دلالية محددة تحمل في طياتها معاني ضمنية مختلفة قد يغفل عنها المتلقي، لذا فإن الدراسة تقدم تحليلاً دلالياً للإنفوجرافيك للكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر الإنفوجرافيك وتشكيل نظام الدلالة بأسلوب يتيح فهماً أفضل، حيث أن الباحثة تعاملت مع الإنفوجرافيك كأداة تعتمد على السرد البصري للبيانات.

لذا فقد تحددت مشكلة الدراسة في محاولة رصد الإنفوجرافيك المستخدم في تغطية القضايا الدولية بالمنصات الإلكترونية الدولية، إضافة إلى محاولة الكشف عن العلامات والدلالات التي يحتويها الإنفوجرافيك وكيفية توظيفها لتوصيل الرسالة بمعاني محددة، وذلك من خلال إجراء تحليل مضمون للإنفوجرافيك بمنصة ³⁶ Graphic News تحليلاً كمياً، وتحليل دلالات عينة عمدية من الإنفوجرافيك الموظف في القضايا المختلفة تحليلاً كمياً للمحتوى المعلوماتي.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من عدة اعتبارات:

١. ندرة الدراسات التي تناولت الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية في المنصات الإلكترونية المختلفة، إضافة إلى ندرة الدراسات التي تناولت تحليل دلالة الإنفوجرافيك حيث اهتمت الدراسات بالتحليل الكمي للإنفوجرافيك وتجاهلت إجراء تحليل كمي لمضامين المعلومات والبيانات.
٢. أهمية فهم المعايير الفنية والبصرية المستخدمة في الإنفوجرافيك، كالتمثلات البصرية التي تظهر المعلومات المراد نشرها بوضوح ودون كثير من الكلمات.



٣. تزايد اعتماد وسائل الإعلام عامة والمواقع الإخبارية الإلكترونية خاصة على الإنفوجرافيك وذلك لقدرته الاتصالية على تبسيط المعلومات والبيانات وتسهيل استيعابها وفهمها لدى الجمهور.

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى اختبار هدف رئيس هو مدى توظيف المنصات الإلكترونية للإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية، إضافة إلى قياس التحليل الدلالي لنماذج محددة من الإنفوجرافيك عينة الدراسة، ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف التالية:

١. التعرف على أهم القضايا الدولية التي يتناولها موقع Graphic News.
٢. الوقوف على الأساليب المكونة للإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية بموقع Graphic News.
٣. تحديد مصادر معلومات الإنفوجرافيك المنشورة في موقع Graphic News.
٤. رصد العلاقة بين قضايا الإنفوجرافيك وتوظيف أنواع الإنفوجرافيك بموقع Graphic News.
٥. محاولة رصد وتحليل الدلالات الرمزية للإنفوجرافيك وذلك من خلال تفكيك مكونات المحتوى للتعرف على المعاني الكامنة في ضوء المستوى التعييني والمستوى الضمني للدلالة.

تساؤلات الدراسة

تم بلورة تساؤل الدراسة الرئيسي في ما مدى اهتمام موقع Graphic News بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها؟
وينبثق من هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:



١. ما أهم القضايا التي يتناولها الإنفوجرافيك في موقع Graphic News؟
٢. ما نوع الإنفوجرافيك الذي يستخدمه موقع Graphic News وفقاً لمحتواه؟
٣. ما مصادر معلومات الإنفوجرافيك المنشورة في موقع Graphic News؟
٤. ما الأساليب المتبعة في عرض معلومات الانفوجرافيك في موقع Graphic News؟
٥. ما هي الرموز الدلالية التي يحملها محتوى الإنفوجرافيك في موقع Graphic News سواء على المستوى التعيني والمستوى التضميني؟

الإطار المعرفي للدراسة

الإنفوجرافيك

بدأ الاهتمام بمصطلح صحافة البيانات في عام ٢٠٠٦ في محاولة للتركيز على البيانات باعتبارها جوهر صناعة الأخبار، وهي العملية التي تقوم من خلال مؤسسات الأخبار بتصنيفية البيانات وتصورها وتكوين قصة خبرية منها، حيث تجمع بين التحقيق المتعمق وتصميم الرسوم البيانية، لذا تبنّت العديد من المؤسسات الاخبارية ممارسات صحافة البيانات لانتاج محتوى خبري قائم على التقييم أو التفسير أو عرض كميات كبيرة من البيانات .

ويمكن تعريف صحافة البيانات بأنها صحافة التعامل مع البيانات، فهي تعكس الدور المتزايد لاستخدام البيانات في إنتاج وتوزيع المعلومات في العالم الرقمي الذي يمكن تقريباً تحويل أي شيء به إلى أرقام، وتتطلب صحافة البيانات وجود قاعدة بيانات رقمية تمكن الصحفي من إنتاج إحصاءات تعرض من خلال قصة صحيفة متعمقة^{٣٧}، لذا أطلق عليها صحافة الرسومات المعلوماتية نظراً لاستخدام البيانات الرقمية في إنتاج المعلومات وتوزيعها في عصر الثورة الرقمية^{٣٨}.



وتنقسم أنواع البيانات إلى بيانات وصفية وهي التي يمكن عرضها في صيغ غير رقمية، وبيانات كمية وهي التي يمكن التعبير عنها بقيم رقمية، وفي ظل وجود تنوع مصادر الحصول على المعلومات وتعددها وتوغل الدور الذي تقوم به شبكة الانترنت في شتى المجالات، بات من السهل الحصول على حزم متنوعة من البيانات من خلال^{٣٩}:

١. بوابات البيانات المفتوحة: في ظل وجود اتجاه عالمي نحو تعزيز مبدأ الشفافية الحكومية اتجهت العديد من حكومات العالم والمنظمات الدولية، وأخيراً إلى انشاء منصات الكترونية تتيح من خلالها كافة البيانات والأرقام الحكومية حتى يتمكن المواطنون من الاطلاع عليها بسهولة لكونها بيانات عامة بموجب القانون.

٢. مواقع المؤسسات الدولية والتي تتضمن عدداً من قواعد البيانات العامة في العديد من القطاعات المختلفة والتي تعد ثروة هائلة من البيانات، حيث أن غالبية هذه المؤسسات تخصص قسماً للمنشورات والتقارير يتضمن احصائيات ومؤشرات رقمية.

ومع التدفق المتزايد للبيانات توجب على الصحفي التعامل مع البيانات المتوفرة لديه على أنها فرصة يمكنه من خلالها إظهار الكثير من المعلومات والعلاقات المتشابكة والمتداخلة بينها وتفسير مدلولها وأثرها على القارئ، حيث أن السرد البصري للبيانات يعتمد على العديد من العناصر الرئيسية التي لا تقل أهمية عن البيانات نفسها، فالألوان والأشكال والأحجام، والخطوط التي تساهم في وضع التصور البصري للبيانات ولكل منها مدلولها الذي يساهم في إظهار وتوضيح الرسالة الرئيسية المراد توصيلها إلى القارئ، يجعلها أداة قوية لتسليط الضوء على قضية ما لكونها أكثر يسراً وإقناعاً^{٤٠} بالمقارنة مع الطرق التقليدية لسرد القصص الصحفية.

ومن هذا المنطلق بدأت المواقع الالكترونية والمنصات الإخبارية توظف الإنفوجرافيك كأحد الرموز الاتصالية الأساسية كأداة لتقديم الكم الهائل من البيانات



والمعلومات المعقدة بسرعة وبشكل واضح من خلال تقديم المحتوى في هيئة صور أو خرائط أو رسوم بيانية.

فالإنفوجرافيك عبارة عن عروض مرئية رسومية، للمعلومات أو البيانات أو المعرفة^{٤١}، تهدف إلى عرض معلومات معقدة بسرعة ووضوح، لتحقيق الفهم والإدراك^{٤٢}، كما يعرفه البعض بأنه تمثيل لمعلومات في تنسيق رسومي مصمم لجعل البيانات سهلة الفهم في لمحة^{٤٣}.

ويستخدم الصحفيون الرسوم البيانية لإيصال رسالة بسرعة، وتبسيط عرض كميات كبيرة من البيانات، ورؤية أنماط وعلاقات البيانات، ومراقبة التغييرات في المتغيرات بمرور الوقت^{٤٤}، ويتم إنتاجه من خلال عدد من البرامج أهمها ، Inkscape ، Microsoft Publisher^{٤٥}.

فالإنفوجرافيك Infographic هو اختصار لكلمتين انجليزيتين هما (Information-Graphic) وهو يعني عرض المعلومات على شكل صور وبيانات ورسوم وخرائط أو الخلط بينها، بصورة تجعلها سلسلة وسهلة وواضحة للقارئ^{٤٦}، ويحمل تسميات من بينها Infographics انفوجرافيكس، التصميم المعلوماتية Information Design التصميم المعلوماتية Information Design، والبيانات التصويرية التفاعلية Data Visualization^{٤٧}.

يتألف infographics من ثلاثة أجزاء رئيسية. هم البصرية والمحتوى والمعرفة. تمثيلات مرئية لـ^{٤٨}:

(١) العناصر المرئية أو البصرية: وتشمل الألوان ، الرسومات، العلامات ، الرموز ، خرائط ، والرسوم البيانية ومختلف الأشكال التلقائية.



(٢) عناصر المحتوى: وتتضمن عرض الحقائق والإحصاءات والنصوص والمراجع، الأطر الزمنية بتصميم بصري فقط.

(٣) المعرفة وهي تقديم الوقائع والمعلومات من خلال الاستنتاجات والحقائق.

أنواع الإنفوجرافيك:

يمكن تقسيم الإنفوجرافيك إلى أنواع عدة وفقاً لتصميمه وتنفيذه إلى^٩:

١. الإنفوجرافيك الثابت: وهو عبارة عن دعاية ثابتة إما أن تطبع أو توزع أو تنشر علي صفحات الانترنت ومحتوي الإنفوجرافيك الثابت يشرح بعض المعلومات عن موضوع معين يختاره صاحب الإنفوجرافيك.
٢. الإنفوجرافيك المتحرك وله نوعان:

النوع الأول: تصوير فيديو عادي ويوضع عليه البيانات والتوضيحات بشكل جرافيك متحرك يظهر بعض الحقائق والمفاهيم علي الفيديو نفسه.

النوع الثاني: عبارة عن تصميم البيانات والتوضيحات والمعلومات بشكل متحرك كامل ويتطلب هذا النوع الكثير من الابداع واختيار الحركات المعبرة التي تساعد في اخراجها بطريقة شيقة وممتعة، وكذلك يكون لها سيناريو كامل للإخراج النهائي لهذا النوع وهذا اكثر الانواع استخداماً الآن.

ثانياً: التحليل الدلالي:

التحليل الدلالي هو تحليل السلوك الرمزي بكافة أنواعه وأشكاله وأدواته كي يستشف الدلالة وما ورائها حيث لا يتوقف عند مجرد تحليل هذه الأنواع والأشكال والأدوات في ذاتها، بل يتجاوز ذلك إلى محاولة اكتشاف المعاني الكامنة وراءها والتي تعبر عنها^{١٠}، فالنص الإعلامي يهدف في الأساس إلى توصيل معلومة أو رأي أو فكرة معينة بواسطة الرموز اللغوية، فإذا لم تكن هذه الرموز واضحة للدلالة بالنسبة



للمتلقي فتفشل العملية الاتصالية في تحقيق هدفها، فلا بد أن تكون الألفاظ التي تستخدم في صياغة النص الإعلامي واضحة الدلالة وبعيدة عن الغموض، وخالية ما يسمى بالتشويش الدلالي^{٥١}.

والدلائل الرمزية تعني مجمل العناصر والمركبات من أشكال ورموز وصيغ وسيم وإشارات علامات التي تتكلف بإرساء المعنى الذي تأتي من أجله الرسالة الكاريكاتورية، والمشهور في السميولوجيا أن الدليل SIGNE يتكون من عنصر دال SINGNIFIANT وهو الصورة السمعية أو الصوتية للدليل، أي الجانب المدرك أثناء عملية التعبير والوصف. وعنصر مدلول SIGNIFIE وهو لمفهوم والفكرة والتصور الذي يشير إليه الدال^{٥٢}، ويعد المدخل الوظيفي هو المدخل الأكثر عملية حيث يعتمد التحليل الدلالي للنصوص الإعلامية على رصد العناصر الدالة داخل النص^{٥٣}.

وفي عام ١٩٦٤ طبق رولان بارث منهجية في التحليل السيميولوجي للصورة، التي تعد أداة تعبيرية سلكها الإنسان منذ زمن بعيد لتجسد المعاني والأفكار والأحاسيس وبالتالي فهي عبارة أحد أهم العلامات غير اللغوية، أو أنها نظام للعلامات الاتصالية، كما أن الصورة تحمل العديد من الدلالات المختلفة وتنقل الرسائل المتنوعة ذات الرموز المحددة والتي يصعب فهمها وتحليلها إلا إذا فهمنا فك رموزها^{٥٤}.

وقد قدم كل من كريستيان مارتز ورولان بارث نماذج نظرية لدراسة سيميولوجيا الدلالة التي تستند إلى أسس علم اللسان النصي، وهذه النماذج لم يقتصر مجال تطبيقها على النصوص التقليدية (الأدبية أو المسرحية) ولكن وجد لها تطبيقاً على عدة مستويات من النصوص التعبيرية الأخرى لتشمل معظم أنظمة الإعلام والاتصال^{٥٥}.

وقد أشارت نتائج العديد من الدراسات إلى أن هناك مستويين لقراءة الصورة سيميولوجياً الأول هو المستوى التعييني ويمثل ما تعرضه الصورة مع الواقع بين



الدال والمدلول، والثاني المستوي التضميني وهو الأكثر تغطية أو يعبر عما يراد قوله في الصورة عن طريق تفكيك مدونة المرسل، ويتدخل هنا عامل القراءة الشخصية وتكون نابعة عن انطباعات وثقافة الفرد، بالاعتماد على عناصر القراءة التعيينية^{٥٦}.

ومن المصطلحات القريبة من الدلالة، فمصطلح السيميولوجيا هو علم دراسة العلامات والرموز كعناصر للسلوك التواصلي، وتمتد إلى جميع الإشارات غير اللفظية، فالصورة الصحفية تحمل دلالات، والنص السيميائي هو أن العنوان والنص والإخراج المطبعي والإشارات والصور أجزاء لا تتجزأ من الخطاب لها إشارات دالة يكمل بعضها بعضاً^{٥٧}.

وتتمثل شبكة التحليل السيميولوجي للصورة الصحفية فيما يلي^{٥٨}:

أولاً- المقاربة الوصفية: وتتم بتقديم وصف بسيط لمحتوى الصورة.

وتتضمن مجموعة من الخطوات وتشمل:

١. الجانب التقني: ويقصد بها المعطيات والمعلومات المادية التي تخص الصورة المعنية.

٢. الجانب التشكيلائي: ويتضمن القيمة الفنية للصورة مثل استخدام ألوان معينة يساعد على حسن التأويل، فالألوان لها وظيفة رمزية، ولقد حدد السيميولوجون لكل لون دلالاته.

٣. شبكة التحليل، وتتضمن:

- الموضوع.

- الرسالة (الصورة) عنوان الرسالة وتاريخها ونوعها.



- محاور الرسالة (محاور الصورة) وتشمل كل الرموز البصرية المتعلقة بالصورة أي كل ما هو موجود في الصورة من أشخاص وأدوات وهو ما يسمى بصورة الصورة، وكذلك الرموز البصرية غير المتعلقة بالصورة أو ما يسمى (صورة-اللا صورة) مثل الرسالة الألسنية الكلمات والأحرف وما يسمى المونيمات.

ثانياً: المقاربة الأيقونية: وتشمل التمثيلات الأيقونية التي جاءت في الصورة، ومنها ما يرتبط بالهيئة الإنسانية والأشكال الحيوانية والنباتية أو بالأشكال الهندسية.

ثالثاً: المقاربة السيميولوجية (التضمينية): الهدف المنطقي من خطوات التحليل السابقة وهي القراءة التضمينية بالدلالة الحقيقية للدليل، بحيث أنها تربط هذا الأخير وواقعه الخارجي.

ويهتم التحليل السيميولوجي بالبحث عن الدلالة الحقيقية لمحتوى الرسالة، واكتشاف معناها العميق ودلالاتها الخفية، ويعتبر التحليل السيميائي منهجاً هاماً، هدفه الأساسي هو النقد القائم على البحث العميق في مضامين الرسالة أو الخطاب الإعلامي، وبهذا يختلف منهج التحليل السيميائي عن تحليل المضمون الإمبريقي، إذ تؤكد أنه لا يهدف إلى فهم ميكانيزمات المعنى، بقدر ما يسعى لجمع مؤشرات دالة لفهم محتوى الرسالة^{٥٩}.

ومن هذا المنطلق تحاول الباحثة في هذه الدراسة تحليل دلالة الإنفوجرافيك في ضوء التحليل السيميولوجي للإنفوجرافيك الموظف في تغطية القضايا الدولية بتحقيق قراءة متعمقة لما يتضمنه الإنفوجرافيك من بيانات ومعلومات وحقائق مدى توظيف الموقع للأشكال والرسوم لتوصيل معلومة، وذلك في ضوء المقاربات السيميولوجية لرولان بارت، وما تشمله من تحليل تعييني وتضميني لمحتوى الإنفوجرافيك.



الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة: تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف الظاهرة والتعرف على مكوناتها وعناصرها عن طريق جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها بما يتيح تقديم صورة دقيقة وموضوعية عن الظاهرة، لذا تحاول الدراسة رصد وتوصيف مضامين الإنفوجرافيك للشئون والقضايا الدولية بطريقة كمية وكيفية خلال فترة زمنية معينة.

منهج الدراسة: وظفت الدراسة منهج المسح الإعلامي بهدف الحصول على معلومات وبيانات لتوصيف الظاهرة محل الدراسة، حيث تسعى الدراسة لتقديم وصف كمي وموضوعي ومنهجي لمحتوى موقع Graphic News خلال الفترة من ٢٠١٩/٩/١ : ٢٠١٩/١١/٣٠.

أداة الدراسة: اعتمدت الدراسة على الأدوات الآتية:

أولاً: أداة تحليل المضمون: اعتمدت الدراسة على أداة تحليل مضمون الإنفوجرافيك بموقع Graphic News عن القضايا الدولية وتضمنت عدة فئات مختلفة تحددت على النحو التالي:

١. فئات الموضوع أو المضمون أو القضايا المتناولة في الإنفوجرافيك.
٢. فئة أنواع الإنفوجرافيك وفقاً لمحتواه.
٣. فئة الأساليب المتبعة في عرض معلومات الإنفوجرافيك.
٤. فئة العناصر المكونة للإنفوجراف.
٥. فئة مصادر المعلومات والبيانات بالإنفوجرافيك.
٦. فئة الدول الأكثر تناولاً في الإنفوجرافيك الدولي.



ثانياً: أداة التحليل الدلالي: اهتمت الباحثة بقياس التحليل الدلالي للإنفوجرافيك من خلال المستويين التعييني والضمني بما يتضمنه من دال وهو الشئ المادي المستخدم للإيصال المعنى أو المدلول وهو المفهوم الذي يدل عليه.

مجتمع الدراسة وعينتها والمدى الزمني لها:

يتمثل مجتمع الدراسة في المنصات الإلكترونية التي تقدم خدماتها الإخبارية معتمدة على الإنفوجرافيك كقالب رئيس لتقديم المعلومات والبيانات والحقائق، وقد تم اختيار موقع Graphic News حيث يقدم تغطية للقضايا الدولية باستخدام الإنفوجرافيك كعينة عمدية، وقد أجرت الباحثة مسح شامل لفن الإنفوجرافيك في الموقع والذي اشتمل على ١١٩ انفوجرافاً، ولتحديد المدى الزمني للدراسة قامت الباحثة باختيار مدة التحليل في ثلاثة شهور تبدأ من ٢٠١٩/٩/١ حتى ٢٠١٩/١١/٣٠ حيث شهدت تلك الفترة العديد من الأحداث والصراعات الدولية.

وبالنسبة للتحليل الدلالي فقط قامت الباحثة باختياره نماذج للإنفوجرافيك تمثل نوعيات مختلفة من القضايا الدولية التي تم تناولها عبر الموقع محل الدراسة.

قياس الصدق والثبات:

تم قياس الصدق عن طريق قياس الصدق الظاهري لفئات أداة تحليل المضمون وأداة التحليل الدلالي من حيث قدرتها على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، أما اختبار الثبات فقد قامت الباحثة إعادة تحليل بعض نماذج الإنفوجرافيك التي تم دراستها في شهر سبتمبر بعد الانتهاء تماماً من اجراء التحليل، وقد بلغت نسبتهم ٢٢.٧% ممن إجمالي نماذج الإنفوجرافيك محل الدراسة، وقد بلغت قيمة معامل الثبات (٠.٩٤) وهي قيمة تدل على ثبات عالي للأدوات وتعكس ثبات البيانات ووضوح الأدوات.



نتائج الدراسة

أولاً: التحليل الكمي للدراسة: قامت الباحثة بإجراء تحليل كمي لتصاميم الإنفوجرافيك الموجودة بموقع Graphic News باستخدام الأساليب الإحصائية المتمثلة في التكرارات والنسب المئوية، وتوصلت لعدة نتائج يتم عرضها على النحو التالي:

١. قضايا الإنفوجرافيك

جدول رقم (١) يوضح نوع القضايا

القضايا	ك	%
سياسة	٢٤	٢٠.٢%
انتخابات	٢٠	١٦.٨%
اقتصاد	١٤	١١.٨%
احتجاجات	٩	٧.٦%
عسكري	٤٨	٤٠.٣%
شخصيات	٤	٣.٤%
الإجمالي	١١٩	١٠٠%

تشير نتائج الجدول رقم (١) إلى أن إجمالي عدد الإنفوجرافيكالذي تم نشره بموقع Graphic News في الفترة محل الدراسة بلغ (١١٩) إنفوجرافاً، اشتملت على تقديم معلومات وبيانات في القضايا التي تناولتها، حيث أشارت النتائج إلى أن القضايا العسكرية وما شملته من تدخلات في شئون دول ما والتسلح العسكري لبعض الدول جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٤٠.٣%)، يليها الشئون السياسية وما تتضمنته من صراعات دولية وانقلابات وقرارات سياسية على الصعيد الدولي في المرتبة الثانية بنسبة (٢٠.٢%)، أما في المرتبة الثالثة فجاءت الانتخابات في إيطاليا وبريطانيا



واسبانيا والبرلمان الأوروبي وتركيا وغيرها من الدول سواء كانت انتخابات رئاسية أو انتخابات برلمانية بنسبة (١٦.٨%)، كما جاء في المرتبة الرابعة الاقتصاد الدولي بنسبة (١١.٨%) وفي المرتبة الخامسة الاحتجاجات في السودان وهونج كونج وإيران ولبنان وغيرهم من الدول بنسبة (٧.٦%). ويعكس ذلك اهتمام الموقع بشرح المعلومات المعقدة المرتبطة بالقضايا الرئيسية ليسهل على القارئ فهمها واستيعابها.

٢. أنواع الإنفوجرافيك

جدول رقم (٢) يوضح أنواع الإنفوجرافيك وفقاً للمحتوى

أنواع الإنفوجرافيك	كـ	%
التسلسل الزمني أو التاريخ	١١	٩.٢%
الشخصيات	١٥	١٢.٦%
تحليل البيانات	٥٥	٤٦.٢%
صورة	٨	٦.٧%
المقارنات	١٤	١١.٨%
عرض الأفكار	١٦	١٣.٤%
الإجمالي	١١٩	١٠٠%

يتضح من نتائج الجدول رقم (٢) إلى أن موقع Graphic News وظف تحليل البيانات كأبرز أنواع الإنفوجرافيك استخداماً في تقديم المعلومات والبيانات، حيث بلغت نسبته (٤٦.٢%) حيث اتسمت معظمها بعرض الاحصائيات والبيانات خاصة في المجال العسكري والانتخابات، ويتفق ذلك مع دراسة جواد الدلو^{٦٠} والتي أشارت إلى أن اهتمام صحيفة الرسالة بتحليل البيانات يرجع لطبيعة القضايا التي تناولها، وفي المرتبة الثانية جاء عرض الأفكار بنسبة (١٣.٤%) وذلك بعرض التوجهات السياسية في المجالات السياسية والعسكرية ومنها على سبيل المثال "السيناريوهات المستقبلية



للسياسية الإيطالية، تداعيات سحب ترامب لقواته من سوريا، إجراءات عزل رئيس الولايات المتحدة"، ثم الشخصيات في المرتبة الثالثة بنسبة ١٢.٦%، يليه المقارنات في المرتبة الرابعة بنسبة (١١.٨%) والتسلسل الزمني في المرتبة الخامسة بنسبة (٩.٢%) وأخيراً جاءت الصور بنسبة (٦.٧%).

وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة بين نوع القضايا الدولية ونوع الإنفوجرافيك المستخدم في تغطية الأحداث السياسية، حيث بلغت قيمة كاً (٤٦.٥٥) وهي دالة عند مستوى حرية (٢٥)، حيث اهتم الموقع بتوظيف انفوجرافيك تحليل البيانات في قضايا كل من الشؤون السياسية والانتخابات والاقتصاد والشؤون العسكرية.

٣. الأساليب المستخدمة في عرض معلومات الإنفوجرافيك:

جدول رقم (٣) يوضح أساليب عرض البيانات

الأساليب المتبعة	ك	%
أساليب تحليلية	٩٤	٧٩%
أساليب دعائية	٢٥	٢١%
الإجمالي	١١٩	١٠٠%

تشير نتائج الجدول رقم (٣) إلى أن موقع Graphic News اهتم باستخدام الأساليب التحليلية في تقديم معلوماتها وبياناتها حيث بلغت نسبتها (٧٩%) وذلك على سبيل المثال في "تداعيات سحب ترامب لقواته من سوريا، الولايات أكثر الدول انفاقاً على الدفاع في العالم، الهجمات الأخيرة على الشرق الأوسط"، والأساليب الدعائية بلغت نسبتها (٢١%) قادة لبنان يحاولون التعامل مع الاحتجاجات، تداعيات سحب الثقة من رئيس الولايات المتحدة".

٤. العناصر المكونة للإنفوجرافيك

جدول رقم (٤) يوضح العناصر المرئية المكونة للإنفوجراف

العناصر	العناصر	كـ	%
العناصر المرئية	الصور	٢٦	٢١.٨%
	الرسوم والخرائط	٤٨	٤٠.٣%
	صور ورسوم	٤٥	٣٧.٨%
	الإجمالي	١١٩	%
العناصر المقروءة	المعلومات والحقائق	٩٩	٨٣.٢%
	الإحصائيات	٢٠	١٦.٨%
	الإجمالي	١١٩	١٠٠%

يوضح الجدول رقم (٤) العناصر المكونة للإنفوجرافيك في موقع Graphic News سواء كانت عناصر مقروءة أو مرئية، ففي العناصر المرئية جاء عرض البيانات والمعلومات في الرسوم والخرائط في المرتبة الأولى بنسبة (٤٠.٣%) يليها بفارق بسيط الصور والرسوم معاً بنسبة (٣٧.٨%) ثم الصور فقط بنسبة (٢١.٨%).

أما بالنسبة للعناصر المقروءة المكونة للإنفوجرافيك فجاء عرض المعلومات والحقائق في المرتبة الأولى بنسبة (٨٣.٢%) ثم الإحصاءات بنسبة (١٦.٨%)، ويعكس ذلك اهتمام الصحيفة بتوظيف عوامل الجذب البصري للقارئ من خلال الرسوم والألوان، مما يدل على اهتمام بتقديم البيانات والمعلومات بعناصر تسمح للقارئ بالحصول على معلومات منها لما تحمله من مضامين سهلة وجذابة.

أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين نوع الإنفوجرافيك واستخدام العناصر المرئية في تكوين الإنفوجرافيك، حيث بلغت قيمة كاً ٤٠.٦٢٥ وهي قيمة دالة عند مستوى حرية بلغ ١٠ بقيمة ٠.٠٠٠، وجاء تحليل البيانات في مقدمة الأنواع اعتماداً



على الأساليب المرئية خاصة من خلال تقديم الرسوم البيانية والخرائط، والصور والرسوم معاً.

كما تبين وجود علاقة ارتباطية بين نوع الإنفوجرافيك واستخدام العناصر المقروءة في تكوين الإنفوجرافيك، حيث بلغت قيمة كاي^٢ ١٠.٩١٣ وهي قيمة دالة عند مستوى حرية بلغ ٥ بقيمة ٠.٠١٢، وجاء تحليل البيانات في مقدمة الأنواع اعتماداً على الأساليب المقروءة من خلال عرض المعلومات والبيانات، وتقديم الإحصاءات والأرقام.

٥. مصادر الإنفوجرافيك

جدول رقم (٥) يوضح مصدر الانفوجراف

المصادر	كـ	%
وكالات انباء	٧٥	٦٣%
صحف اجنبية	٣٦	٣٠.٢
مراكز بحثية	٢٢	١٨.٥
مؤسسات حكومية	١٤	١١.٨
منظمات دولية	١٦	١٤.٤%
ن	١١٩	١٠٠%

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الموقع Graphic News أهتم بتأكيد المعلومات والبيانات والحقائق التي يتم نشرها من خلال الإنفوجرافيك، حيث قدم الموقع معلومات الإنفوجرافيك الواحد من أكثر من مصدر فعلى سبيل المثال "انفوجرافيك القوات الروسية في روسيا فقد تحددت مصادره في وزارة الدفاع الروسية، معهد دراسات الحرب، رويترز وB.B.C"، ومن ثم فجاءت وكالات الأنباء كمصدر أول للمعلومات بنسبة (٦٣%)، يليه الصحف الأجنبية بنسبة (٣٠.٢%)، ثم

المراكز والمعاهد البحثية بنسبة (١٨.٥%) ثم المنظمات والمؤسسات الدولية في الترتيب الرابع بنسبة (١٤.٤%)، وأخيراً المؤسسات الحكومية سواء وزارات أو جهات سيادية وبرلمانات بنسبة (١١.٨%).

٦. الدول الموظفة في الإنفوجرافيك

جدول رقم (٦) يوضح الدول الانفوجراف

الدول	كـ	%
الولايات المتحدة	٢٩	٢٤.٤%
الشرق الأوسط	٢٧	٢٢.٧%
تركيا	٦	٥%
ليبيا	٣	٢.٥%
سوريا	١٠	٨.٤%
بريطانيا	١٨	١٥.١%
روسيا	٧	٥.٩%
ايران	٦	٥%
الهند	٧	٥.٩%
أخرى	٦	٥%

يبين الجدول رقم (٦) الدول التي تم توظيفها في الإنفوجرافيك بموقع Graphic News وجاء في مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية سواء اقتصادياً أو عسكرياً أو سياسياً بنسبة (٢٤.٤%) ثم قضايا الشرق الأوسط وما أشتمله من صراعات إقليمية بنسبة (٢٢.٧%)، يليه المملكة المتحدة البريطانية بنسبة (١٥.١%) ثم الأحداث السورية والتدخلات العسكرية الدولية بنسبة (٨.٤%)، ثم تساوت نسب كل من الهند ومخططاتها العسكرية وروسيا عسكرياً وسياسياً بنسبة (٥.٩%)، كما تساوت نسب إيران وتركيا بنسبة (٥%) وأخيراً ليبيا بنسبة (٢.٥%).



ثانياً: نتائج التحليل الكيفي للدراسة:

حيث قامت الباحثة بإجراء تحليل دلالي لمضامين الإنفوجرافيك وفق مقاربة "رولان بارت" والتي تتم على مستويين المستوى الأول وهو التحليل التعييني بتقديم وصف عام لمضمون الإنفوجرافيك، والمستوى الثاني وهو المعاني الإيحائية التي يتضمنها الإنفوجرافيك، وتم التحليل على النحو التالي:

الإنفوجرافيك الأول:

انفوجرافيك بعنوان "التكلفة البشرية للحرب الأمريكية على الإرهاب" نشر في

سبتمبر ٢٠١٩

المستوى التعييني: فقد توافر في الإنفوجرافيك عنصر الوضوح في طرح الأرقام والاحصائيات لأعداد القتلى في الحروب والذين تراوح عددهم ما بين ٤٨٠.٠٠٠ و ٥٠٧.٠٠٠، أما في الخرائط فقد أوضحت الخريطة أماكن الحروب الثلاثة في كل من باكستان وأفغانستان والعراق، في حين أشار الرسم البياني لأعداد القتلى إلى توظيف الألوان للإشارة إلى الدول بألوان قاتمة تعبيراً عن حجم الدم الذي سال بهم، وجاءت أرقام دولة العراق خاصة باللون الاحمر القاتم ليوضح أنها الأعلى في أعداد القتلى.

المستوى التضميني: فيعكس الإنفوجرافيك حجم القتلى الذين سقطوا نتيجة الحروب الأمريكية التي أعقبت ١١ سبتمبر في العراق وأفغانستان وباكستان بعد ١٨ عاماً من تلك الهجمات، فمنذ توقيع الرئيس الأميركي الأسبق جورج دبليو بوش قانون "باتريوت USA Patriot Act"، لتعزيز الأمن الداخلي والحدودي وتوسيع جهود المراقبة لكشف الإرهاب، وخضعت المطارات لقواعد تفتيش وأمن جديدة وصارمة. وذهبت الولايات المتحدة وحلفاؤها إلى حربين هما الأطول في تاريخ حروب العصر الحديث، إذ أرسلت قواتها إلى أفغانستان في ٢٠٠١، وغزت العراق في ٢٠٠٣. وما نتج عنها من حالة دمار في تلك الدول، وأشار الانفوجراف إلى القوات الأمريكية هي أقل الفئات ضرراً وقتلى بينما المدنيين في الدول الثلاث هم أكثر الفئات تضرراً جراء هذه الهجمات، حتى



المؤسسات الإعلامية والحكومية لحق بها عدد من القتلى بلغ عددهم ٣٦٢ صحفياً وموظفاً، أودت حرب أفغانستان بحياة ١١١ ألف شخص أفغاني و٢٣٧٢ أميركياً، وحسب إحصائية مشروع تكلفة الحرب التابع لمعهد واتسون للشؤون الدولية والعامّة بجامعة براون الصادرة عام ٢٠١٥، فإنه "تحو ١٦٥ ألف مدني عراقي لقوا حتفهم نتيجة مباشرة للحرب الأميركية، إضافة إلى نحو ٨ آلاف جندي أميركي ومتعاقد عسكري في العراق كما وظف الانفوجرافيك لصورتين موضوعيتين الأولى لبرجي العالميين المتعرضين للقصف في أحداث سبتمبر في محاولة لتذكير القراء بأسباب تلك الحروب، والثانية للقوات العسكرية للإشارة إلى قواتها وسيطرتها على المنطقة.

الإنفوجرافيك الثاني:

انفوجرافيك بعنوان "صفقة تجارية محتملة بين الولايات المتحدة والصين" نشر في أكتوبر ٢٠١٩

على المستوى التعييني: فقد توافر في الإنفوجرافيك عنصر الوضوح في طرح العلاقات التجارية بين الولايات المتحدة والصين على هيئة رسم بياني يحمل كل من الصادرات الأمريكية إلى الصين والواردات الأمريكية من الصين على مدار ثلاث سنوات (٢٠١٧، ٢٠١٨، ٢٠١٩) وحجم العجز التجاري الناتج عن التبادلات التجارية بين الدولتين، مع عرض للإجراءات الأمريكية خلال عامي ٢٠١٨، ٢٠١٩ للتعامل التجاري مع الصين، مع وضع صورة شخصية للرئيس الأمريكي دونالد ترامب يبدو على ملامحها التجهم والغضب.

أما المستوى التضميني: فعلى الرغم من أن الانفوجرافيك يحمل وجود صفقة تجارية محتملة بين الولايات المتحدة والصين إلى أن مضمون الإنفوجرافيك يعكس تراجع كبير في حجم التبادل التجاري من واردات وصادرات الولايات المتحدة من الصين بسبب ارتفاع الرسوم وتباطؤ الاقتصاد العالمي، فعلى الرغم من أن نسبة الواردات في عام ٢٠١٨ بلغت ٥٢.٢% إلا أنها انخفضت في عام ٢٠١٩ لتصل إلى



٣٤.٨%، كذلك انخفض معدل الصادرات الأمريكية إلى الصين والذي كان في ١٠% عام ٢٠١٧، وفي ٢٠١٨ بلغ ٩.١% و٢٠١٩ بلغ ٩.٤%، مما يعني أن الحرب التجارية الدائرة بين الصين والولايات المتحدة تضر باقتصاد البلدين في ظل انخفاض الصادرات وارتفاع الأسعار على المستهلكين، لذا فقد اتخذت الولايات المتحدة عدداً من الإجراءات مع الصين على رأسها إقرار الإلغاء التدريجي للرسوم الجمركية المقررة على البضائع من البلدين مع استمرار المفاوضات لتجنب الرسوم الجمركية المقررة على ١٥٦ مليار دولار من السلع الاستهلاكية الصينية المستحقة في ديسمبر ٢٠١٩، كما تسعى بكين أيضاً لإزالة رسوم جمركية بنسبة ١٥% فرضت في أول سبتمبر الماضي على بضائع صينية بحوالي ١٢٥ مليار دولار، وفرض ترامب الرسوم في أغسطس الماضي بعد فشل جولة محادثات، ليجعل الرسوم العقابية تستهدف تقريباً جميع واردات الولايات المتحدة من الصين البالغة قيمتها ٥٥٠ مليار دولار، وهو ما يعكس حالة التدهور التجاري والاقتصادي للدولتين.

الإنفوجرافيك الثالث:

انفوجرافيك بعنوان "حركات الاحتجاج في جميع أنحاء العالم" نشر في أكتوبر ٢٠١٩

المستوى التعييني: سعى الموقع إلى تحقيق الفاعلية في تقديم المعلومات حيث أن الإنفوجرافيك اعتمد على أسلوب عرض الأفكار بتوظيف الخرائط كعنصر مرئي والحقائق والمعلومات عن أسباب الاحتجاجات في دول معينة، إضافة إلى محاولة التمييز بين أنواع الاحتجاجات من خلال الألوان.

المستوى التضميني: أما على المستوى التضميني فيشير الإنفوجرافيك إلى عدم تمركز الاحتجاجات في نطاق جغرافي محدد بل امتدت وانتشرت في قارات العالم المختلفة وانقسمت أسباب تلك الاحتجاجات ما بين احتجاجات نتيجة فساد، أو احتجاجات نتيجة المطالبة بالحرية السياسية، وعلى الرغم من أن الخريطة تحدد عليها



الاحتجاجات في ١٦ دول، إلا أن الإنفوجرافيك لم يشرح سوى خمس دول فقط هي "بوليفيا، تشيلي، العراق، لبنان، هونج كونج".

ففي بوليفيا بدأت الاحتجاجات كردة فعل على إعادة ترشح الرئيس السابق إيفو مورالس لولاية جديدة للبلاد، أما في العراق فكانت الاحتجاجات خاصة بتدهور الخدمات العامة والبطالة وهو ما اعتبره المحتجون فساد الطبقة الحاكمة، وفي تشيلي انفجرت الاحتجاجات بعد رفع تذاكر المترو وعمت حالة من الاضطرابات ولم تهدأ الأوضاع إلا بعد اعلان الحكومة رجوعها في القرار، وكذلك في لبنان طالب المحتجون برحيل السياسيين بعد أن شهدت الدولة اللبنانية حالة من تدهور في الخدمات للكهرباء والاتصالات إضافة إلى انعدام فرص العمل وانتشار الهجرة بين الشباب، أما الاحتجاجات في هونج كونج فكانت لمطالبة الحكومة بسحب مقترح مشروع قانون تسليم المجرمين الهاربين هونغ كونغ، وذلك خشية أن يؤدي مشروع القانون إلى السماح الرئيس الصيني بالتدخل في النظام القانوني المستقل لهونغ كونغ المتمتعة بحكم ذاتي جزئي، مما يهدد الخصوصية القانونية للمدينة وأمنها الشخصي ويجعل الدولة خاضعة لنظام قانوني مختلف.

الإنفوجرافيك الرابع:

انفوجرافيك بعنوان "الترتيبات الأمنية الأمريكية في كوريا الجنوبية" نشر في

أكتوبر ٢٠١٩

المستوى التعييني: تكمن فاعلية الإنفوجرافيك في استخدام أكثر من عنصر لتكوين الإنفوجرافيك سواء كانت عناصر مرئية بعرض خرائط لأماكن تركز القواعد الأساسية للقوات، وصور لتشكيلات القوات العسكرية، أو بتوظيف عنصر المعلومات والحقائق لعرض معلومات عن المبالغ المالية المطلوب سدادها، وأعداد الجيش والأسلحة الموجودة بكوريا الجنوبية.



المستوى التضميني: فعلى الرغم من أن الإنفوجرافيك يحمل عنواناً عن الترتيبات الأمنية الأمريكية في كوريا الجنوبية، إلا مضمون الإنفوجرافيك يشير إلى أن هناك خلاف مالي بين الولايات المتحدة وكوريا الجنوبية نتيجة عدم التزام الولايات المتحدة بدفع ٥ مليارات دولار مقابل تمرکز قواتها العسكرية بها فقد تم الاتفاق بين الدولتين، على أن القوات المسلحة الكورية الجنوبية ستخضع للقيادة العسكرية الأمريكية في حال نشبت الحرب الكورية من جديد، ومن المخطط أن تعاد القيادة لكوريا الجنوبية في ٢٠٢٠، ووضح الإنفوجرافيك قوة التعزيزات العسكرية الأمريكية بكوريا الجنوبية حيث طرح الاستعدادات العسكرية من جنود وأسلحة سواء القوات الجوية أو الطائرات القتالية، طائرات هليكوبتر وصواريخ، أيضاً عرض الإنفوجرافيك خريطة توضح القواد الأمريكية الرئيسية سواء لتمرکز الجيش أو القوات الجوية.

الإنفوجرافيك الخامس:

إنفوجرافيك بعنوان "إجراءات عزل رئيس الولايات المتحدة". نشر في ٢٥ سبتمبر ٢٠١٩

المستوى التعيني: أوضح المستوى التعيني للإنفوجراف على الإجراءات الأمريكية المتبعة لعزل الرئيس الأمريكي سواء من خلال لجان مجلس النواب أو من خلال مجلس النواب ذاته ومجلس الشيوخ الأمريكي. ووضح الإنفوجرافيك فاعلية المادة المعلوماتية المستخدمة في تصميم الإنفوجرافيك حيث أنه اشتمل على أكثر من عنصر من عناصر التأثير على القارئ فتضمن عرض رسوم بيانية وصور شخصية كعناصر مرئية إضافة إلى تقديم البيانات والأرقام والاحصاءات التي تتضمن المؤيدين للقرار بين الجهات التشريعية المختلفة. إضافة إلى استخدام أكثر من لون لتوضيح الفروق بين الجهات التشريعية.

المستوى التضميني: عكس الإنفوجرافيك اتفاق أغلب الجهات التشريعية الأمريكية على حتمية عزل الرئيس الأمريكي دونالد ترامب، حيث عرض الإنفوجرافيك



لاستطلاعات رأي توضح حجم الموافقين على القرار بين المجالس المختلفة، إضافة إلى عرض رأي اثنين من الديموقراطيين المؤيدين للقرار، ف دستور للكونغرس يسمح بإقالة الرؤساء قبل انتهاء ولايتهم إذا صوت عدد كاف من الأعضاء بإدانتهم بارتكاب جريمة "خيانة أو رشوة أو غيرها من الجرائم الكبرى والجنح"، كما تبنت اللجنة القضائية بمجلس النواب الأمريكي قراراً يسمح بفتح تحقيق في الكونجرس تمهيداً للبدء بإجراءات عزل ترامب وذلك في سبتمبر ٢٠١٩، وقد أعلنت رئيسة مجلس النواب الأمريكي نانسي بيلوسي في ٢٤ سبتمبر الماضي عن أن هناك ٦ لجان من جلس النواب ستجري تحقيقاً في قضية مساءلة ترامب، كما أصدر مشرعون ديمقراطيون مذكرة استدعاء للبيت الأبيض تلزمه بتقديم جميع الوثائق المتعلقة باتصالات ترامب مع أوكرانيا

الخلاصة والنتائج

مع الاهتمام المتزايد من المواقع الإلكترونية المختلفة لتحقيق الاستفادة المثلى من البيانات والمعلومات، لجأت المواقع إلى تقديم البيانات من خلال الإنفوجرافيك لما يشتمله من مؤثرات بصرية تساعد على استيعاب البيانات وفهمها بسهولة، لذلك سعت الدراسة الحالية لرصد وتحليل دلالة توظيف الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية في موقع Graphic News في الفترة من ٢٠١٩/٩/١ : ٢٠١٩/١١/٣٠ وذلك بالكشف عن الدلالات الموظفة في الإنفوجرافيككتحليل كفي، إلى جانب رصد القضايا المطروحة في الإنفوجرافيك وتصنيفها لمعرفة أهم الأساليب المكونة للإنفوجرافيك، ومصادر المعلومات المختلفة لتصميم الإنفوجرافيك، إضافة إلى معرفة الأساليب المتبعة في عرض البيانات والمعلومات سواء كانت مرئية أو مقروءة كتحليل كمي، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج من أهمها:



- أظهرت نتائج الدراسة أن إجمالي عدد الإنفوجرافيك المنشورة بموقع Graphic News في الفترة محل الدراسة بلغ (١١٩) إنفوجرافاً، اشتملت على تقديم معلومات وبيانات للقضايا التي تناولها الموقع، وأشارت النتائج إلى أن قضايا الإنفوجرافيك تمثلت في القضايا العسكرية وما شملته من تدخلات في شؤون دول ما والتسليح العسكري لبعض الدول في المرتبة الأولى، يليها الشؤون السياسية وما تتضمنته من صراعات دولية وحروب خاضتها الولايات المتحدة لمجابهة الإرهاب وانهكالات وقرارات سياسية على الصعيد الدولي في المرتبة الثانية، أما في المرتبة الثالثة فجاءت الانتخابات في إيطاليا وبريطانيا واسبانيا والبرلمان الأوروبي وتركيا وغيرها من الدول سواء كانت انتخابات رئاسية أو انتخابات برلمانية، كما جاء في المرتبة الرابعة الاقتصاد الدولي، وفي المرتبة الخامسة الاحتجاجات في السودان وهونج كونج وإيران ولبنان وغيرهم من الدول، ويعكس ذلك اهتمام الموقع بشرح المعلومات المعقدة المرتبطة بالقضايا الرئيسية ليسهل على القارئ فهمها واستيعابها.

- اعتمد موقع Graphic News على تحليل البيانات كأبرز أنواع الإنفوجرافيك استخداماً في تقديم المعلومات والبيانات حيث اتسمت معظمها بعرض الاحصائيات والبيانات خاصة في المجال العسكري والانتخابات، وفي المرتبة الثانية جاء عرض الأفكار وذلك بعرض التوجهات السياسية في المجالات السياسية والعسكرية ومنها على سبيل المثال "السيناريوهات المستقبلية للسياسة الإيطالية، تداعيات سحب ترامب لقواته من سوريا، اجراءات عزل رئيس الولايات المتحدة"، ثم الشخصيات في المرتبة الثالثة، يليه المقارنات ثم التسلسل الزمني في المرتبة الخامسة وأخيراً جاءت الصور الشخصية أو الموضوعية.

- اهتم موقع Graphic News باستخدام الأساليب التحليلية في تقديم معلوماتها وبياناتها وذلك على سبيل المثال في "تداعيات سحب ترامب لقواته من سوريا،



الولايات أكثر الدول انفاقاً على الدفاع في العالم، الهجمات الأخيرة على الشرق الأوسط"، والأساليب الدعائية ومنها "قادة لبنان يحاولون التعامل مع الاحتجاجات، تداعيات سحب الثقة من رئيس الولايات المتحدة".

- تحددت العناصر المكونة للإنفوجرافيك في موقع Graphic News في عناصر مفرقة وعناصر مرئية، وتمثلت العناصر المرئية في عرض البيانات والمعلومات في الرسوم والخرائط، تقديم الصور والرسوم معاً، ثم تقديم الصور فقط، أما العناصر المقروءة المكونة للإنفوجرافيك فتحددت في عرض المعلومات والحقائق، ثم الإحصاءات، ويعكس ذلك اهتمام الصحيفة بتوظيف عوامل الجذب البصري للقارئ من خلال الرسوم والألوان، مما يدل على اهتمام بتقديم البيانات والمعلومات بعناصر تسمح للقارئ بالحصول على معلومات منها لما تحمله من مضامين سهلة وجذابة.

- أشارت نتائج الدراسة إلى أن الموقع Graphic News أهتم بتأكيد المعلومات والبيانات والحقائق التي يتم نشرها من خلال الإنفوجرافيك، وذلك من خلال تقديم معلومات الإنفوجرافيك الواحد من أكثر من مصدر فعلى سبيل المثال "إنفوجرافيك القوات الروسية في روسيا فقد تحددت مصادره في وزارة الدفاع الروسية، معهد دراسات الحرب، رويترز وB.B.C"، ومن ثم فجاءت وكالات الأنباء كمصدر أول للمعلومات، يليه الصحف الأجنبية، ثم المراكز والمعاهد البحثية، ثم المنظمات والمؤسسات الدولية، وأخيراً المؤسسات الحكومية سواء وزارات أو جهات سيادية وبرلمانات.

- وظف الإنفوجرافيك بموقع Graphic News عدد من الدول، جاء في مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية سواء اقتصادياً أو عسكرياً أو سياسياً، ثم دول الشرق الأوسط وما أشتمله من صراعات إقليمية، يليه المملكة المتحدة البريطانية، ثم الأحداث السورية والتدخلات العسكرية الدولية، وتساوت نسب كل من الهند



ومخططاتها العسكرية وروسيا عسكرياً وسياسياً، كما تساوت نسب إيران وتركيا، وأخيراً ليبيا.

- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة بين نوع القضايا الدولية ونوع الإنفوجرافيك المستخدم في تغطية الأحداث السياسية، حيث بلغت قيمة χ^2 كاً ٤٦.٥٥ وهي دالة عند مستوى حرية ٢٥، حيث اهتم الموقع بتوظيف انفوجرافيك تحليل البيانات في قضايا كل من الشؤون السياسية والانتخابات والاقتصاد والشؤون العسكرية.

- أثبتت الدراسة علاقة ارتباطية بين نوع الإنفوجرافيك واستخدام العناصر المرئية في تكوين الإنفوجرافيك، حيث بلغت قيمة χ^2 كاً ٤٠.٦٢٥ وهي قيمة دالة عند مستوى حرية بلغ ١٠ بقيمة ٠.٠٠٠، وجاء تحليل البيانات في مقدمة الأنواع اعتماداً على الأساليب المرئية خاصة من خلال تقديم الرسوم البيانية والخرائط، والصور والرسوم معاً.

- أكدت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين نوع الإنفوجرافيك واستخدام العناصر المقروءة في تكوين الإنفوجرافيك، حيث بلغت قيمة χ^2 كاً ١٠.٩١٣ وهي قيمة دالة عند درجة حرية بلغت ٥ وقيمة دلالة ٠.٠١٢، وجاء تحليل البيانات في مقدمة الأنواع اعتماداً على الأساليب المقروءة من خلال عرض المعلومات والبيانات، وتقديم الإحصاءات والأرقام.

* ثانياً: نتائج التحليل الدلالي لنماذج الإنفوجرافيك المستخدمة في تغطية القضايا الدولية:

في ظل اهتمام الدراسة بتحليل الدلالة للإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية عبر موقع Graphic News ونظراً لاعتبار الإنفوجرافيك نسق بصري يعتمد على السرد البصري للبيانات والمعلومات ويتم توظيفه لتسهيل استيعاب الجمهور للمعلومات



وسهولة فهمه لها، فقد خلصت الدراسة إلى أن الموقع محل الدراسة حاول توظيف المعلومات بشكل قام على الصور والبيانات.

ففي الوقت الذي حملت بعض نماذج الإنفوجرافيك على معلومات ضمنية غير ظاهرة وعناوين تحمل بين طياتها توجهات وسياسات مختلفة، إلا أن أغلبها اتصف بالمستوى التعييني ومنها على سبيل المثال تركيز الموقع على إبراز القوة العسكرية للولايات المتحدة الأمريكية في ضوء المقاربة العسكرية للأوضاع الاقتصادية للولايات المتحدة من خلال التركيز على الإمكانيات العسكرية التي تمتلكها بأكثر من دولة، كما سعى الموقع إلى توظيف الإنفوجرافيك في موضوعات مرتبطة بالانتخابات من خلال المقاربة السياسية بالتركيز على عرض أبعاد مختلفة للعملية الانتخابية بعرض احصاءات للأحزاب المؤيدة والمعارضة، إلى جانب عرض البيانات المرتبطة بالعملية الانتخابية، وقام الموقع بنشر صور شخصية للقيادات الدولية فقط ولكن في حدود الحديث عن الشخصية، كما أبرز الموقع القضية السورية بأبعاد مختلفة لمحاولة حل الصراع وعرض وجهات نظر مختلفة إضافة إلى عرض الإجراءات التي تتخذها الدول الكبرى في سوريا، مع عدم التركيز على معاناة المواطن السوري وتجاهله بشكل تام.



المراجع

¹ Youssra Riahi, Big Data and Big Data Analytics: Concepts, Types and Technologies, (International Journal of Research and Engineering, Vol. 5, No. 9, September-October 2018).

-Kevin Taylor-Sakyi, Big Data: Understanding Big Data, at: <https://www.researchgate.net/publication/291229189>, January 2016.

^٢ عدنان مصطفى البار & خالد علي المرحبي، البيانات الضخمة ومجالات تطبيقها <http://www.awforu m.org /index.php/ar/>، ديسمبر ٢٠١٨.

³ <https://www.graphicnews.com/>

^٤ بيرق حسين جمعه الربيعي، التوظيف الصحفي للانفوجرافيك في المواقع الاخبارية، ملخص رسالة دكتوراه (الباحث الإعلامي: العدد ٤٣، المجلد ١١، كانون الثاني - آذار ٢٠١٩).

^٥ سهام حسن الشجيري، صحافة الإنفوجرافيك دراسة تحليلية في المضامين الفنية والبصرية: جريدة القدس العربي أنموذجا للمدة من ٢٠١٦/٥/١-٢٠١٥/٥/١ (جامعة الكويت: المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد ١٤٦، مجلد ٣٧، ٢٠١٩).

^٦ سري محمد خالد شطناوي، توظيف الانفوجرافيك في المواقع الالكترونية للصحف الاردنية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة للمواقع الالكترونية للرأي والغد والسبيل، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة اليرموك: كلية الاعلام، ٢٠١٩).

^٧ عيبر محمد سليم، استخدام المواقع الفلسطينية للانفوجرافيك: دراسة تحليلية مقارنة (جامعة القدس المفتوحة: المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعليم الالكتروني، مجلد ٦، العدد ١٢، ٢٠١٨).



^٨ محمد جمال عبد المقصود، دور التصميم الانفوجرافيكية لتبسيط الرسالة الإعلامية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور (الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية: مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، العدد ١٠، إبريل ٢٠١٨).

^٩ جواد راغب الدلو، الانفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية: دراسة حالة لصحيفة الرسالة (الجامعة الإسلامية: كلية الآداب، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية، العدد ٢٦، ٢٠١٨).

^{١٠} على حمودة جمعة، معالجة انفوجرافيك الصحف الالكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها: دراسة تطبيقية (جامعة الأزهر: كلية الاعلام، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٤٨، أكتوبر ٢٠١٧).

^{١١} محمد صديق حسين، وضع المعايير الفنية والقواعد الحاكمة في تصميمات صحافة الانفوجرافيك المستحدثة ومدى تطبيقها من خلال مواقع الصحف العربية والمصرية الالكترونية (جامعة الزرقاء: كلية الفنون والتصميم، مؤتمر القيم الجمالية والفنية في توزيع عناصر العمل الفني، مايو ٢٠١٦).

¹² Jeongsub Lim, Representation of data journalism practices in the South Korean and US television news, the International Communication Gazette, Vol. 81, Issue 1, 2019.

¹³ Eedan R. Amit-Danhi and Limor Shifman, Digital political infographics: A rhetorical palette of an emergent genre, new media & society, Vol 1, Issue 20, 2018.

¹⁴ Julio Costa Pinto, The Relevance of Digital Infographics in Online Newspapers, European Scientific Journal August 2017 /SPECIAL/ edition ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431

¹⁵ Siricharoen ،Waralk &Nattanun Siricharoen, How Infographic should be evaluated, The 7th international conference of Information, Jordan, ISSN 2306-6105, 2015.

^{١٦} نايف العليانى، القيم البصرية والفنية للانفوجرافيكس وتوظيفه في المواقع الالكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الامام محمد بن سعود: كلية الإعلام والاتصال، قسم الصحافة والنشر الالكتروني، ٢٠١٦).

¹⁷ Banu İnanç Uyan Dur, Interactive Infographic on the internet , online journal of art and design, valume 2 , issue 4, 2014.

^{١٨} دينا طارق محمود، محددات توظيف صحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والعالمية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٨).

^{١٩} لجين بنت محمد بن علي أحمد باقاسي، الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات الانفوجرافيك في الصحف السعودية: دراسة تطبيقية على صحيفة مكة- عكاظ (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال: المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد ٢٠، نوفمبر ٢٠١٨).

^{٢٠} سعيد محمد الغريب، استخدام فن الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية المصرية: دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، المجلد ١٦، العدد ٢، يونيو ٢٠١٧).

²¹ Zwinger S and Zeiller M (2016) Interactive infographics in German online newspapers. In: Proceedings of the 9th forum media technology (ed Aigner W, Schmiedl G, Blumenstein K, et al.), St. Pölten, 24 November, pp. 54–64. Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/46bf/5e6e3163ca72a6ebe78114f8e3dd35cd0c98.pdf> (accessed 15 January 2017).

²² Murray Dick & Pablo Medina, Information Graphics Design challenges and workflow management , International Conference on Communication Media, Technology and Design , Turkey , MAY 2012.

^{٢٣} هاني ابراهيم احمد البطل، انقراطية الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي (جامعة الأزهر: مجلة البحوث الإعلامية: العدد ٥١، الجزء ١١، يناير ٢٠١٩).

^{٢٤} مروة عطية محمد، استخدام رسوم الانفوجرافيك في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الاخبارية المنشورة على شبكة الانترنت: دراسة شبه تجريبية (جامعة الأهرام الكندية: المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد ٢٢، يوليو/سبتمبر ٢٠١٨).

²⁵ Azam Majooni & Mona Masood, An eye-tracking study on the effect of infographic structures on viewer's comprehension and cognitive load, (Volume: 17 issue: 3, 2017) at: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1473871617701971>

^{٢٦} رللا أحمد عبد والوهاب، هبه محمد عبد الرازق، مستقبل صحافة البيانات في مصر خلال العقدين القادمين ٢٠١٧-٢٠٣٧ (جامعة الأهرام الكندية: كلية الاعلام، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد ٢٠١٧، ١٩).

^{٢٧} سماح الشهاوي، تأثير الإنفوجرافيك التفاعلي على ادراك وتذكر المستخدمين للمحتوى: دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعات (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ٥٦، سبتمبر ٢٠١٦).

²⁸ Eun-Ju Lee & Ye Weon Kim. (2016). Effects of infographics on news elaboration, acquisition, and evaluation: Prior knowledge and issue involvement as moderators, new media & society, Vol. 18, Issue 8.

²⁹ Murray Dick, Interactive Infographic and news values, Digital Journalism, Vol 2, Issue 4, 2014.

³⁰ Marvin Milatz, Moving Graphics: The effects of interactive infographics on media users, recall accuracy, master thesis, journalism: media and globalization, 2013.

^{٣١} وفاء عبد الخالق ثروت، دلالة تأطير الصورة في التغطية الإعلامية للقضايا الاقتصادية في مصر: دراسة تحليلية سيمولوجية للمواقع الالكترونية للقنوات الفضائية (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٥٩، ٢٠١٧).

٣٢ حسام محمد إلهامي، الرموز غير اللفظية على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية لموقع فيس بوك في ضوء مدخل التحليل السيميولوجي (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان، العدد ١٠، يونيو ٢٠١٧)

٣٣ رحاب الداخلي محمد، دلالات التغطية المصورة لأنشطة التنظيمات الإرهابية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية: دراسة تحليلية سيميولوجية على موقع صحيفتي الأهرام المصرية والشرق الأوسط السعودية (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد ٤٧، ٢٠١٦).

٣٤ سيفون بايه، مدخل لسيميائية الصورة الصحفية (مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية: دراسات أدبية، العدد ١٨، يونيو ٢٠١٥).

٣٥ Sibel Onursoy, A Semiotic of an Activist Image in Social Media, Online Journal of Art and Design, Vol 3, Issue 2, 2015.

٣٦ موقع Graphic News هي وكالة أنباء ومعلومات مستقلة تأسست عام ١٩٨١، وتمول بالكامل من الدعم الذي تلقاه من ناشري وسائل الإعلام وغيرهم من مستخدمي الانفوجرافيك، و تهتم بتقديم المعلومات بشكل مرئي مختصر في هيئة أنفوجرافيك يشتمل على قصة قصيرة السياق للمحتوى وروابط المصادر التي تم الحصول منها على المعلومات.

٣٧ دينا طارق محمود، مرجع سابق، ص ٩.

٣٨ سهام حسن الشجيري، مرجع سابق، ص ١٥٧.

٣٩ عمرو القاضي، مرجع سابق، ص ٢٠-٢١.

40 Mark Smiciklas. (2012). the of Infographics Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences Indiana, <http://ptgmedia.pearsoncmg.com/images/9780789749499/samplepages/0789749491.pdf> p3

41 Infographics: The New Communication Tools in Digital Age Waralak V. Siricharoen, <https://pdfs.semanticscholar.org/3f8a/850c3c812fbcc02110e83d92aa0858fd6b79.pdf>



- ⁴² Mark Smiciklas (2012). The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience,
- ⁴³ Infographics: The New Communication Tools in Digital Age Waralak V. Siricharoen,
<https://pdfs.semanticscholar.org/3f8a/850c3c812fbcc02110e83d92aa0858fd6b79.pdf>
- ⁴⁴ Margaret Rouse, infographics, at
<https://whatis.techtarget.com/definition/infographics>
- ⁴⁵ Infographics: An introduction Dr. Jennifer Ferreira, Centre for Business in Society Coventry University August 2014.
- ⁴⁶ Michelle Yin David Hollender ets, The Power of Data Visualization: Advanced Presentations of NRS Data, American Institutes For Research,2014.

^{٤٧} جواد الدلو، مرجع سابق، ص ١٠.

- ⁴⁸ Waralak V. Siricharoen & Nattanun Siricharoen. (2015). How Infographic should be evaluated?, at:
<https://www.researchgate.net/publication/276595441>, P558.

⁴⁹

https://msktc.org/lib/docs/KT_Toolkit/MSKTC_KT_Tool_Infographics_508.pdf

^{٥٠} محمود خليل ومحمد منصور هيبه، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية (القاهرة:

غير محدد الناشر، ٢٠٠٢) ص ٢٢٣

^{٥١} محمود خليل، مرجع سابق، ص ٢٢٩.

^{٥٢} شادي عبد الرحمان، الأبعاد الرمزية للصورة الكاريكاتورية في الصحافة الوطنية دراسة

تحليلية سمبولوجية لنماذج من صحيفتي "اليوم" و"الخبر" رسالة ماجستير غير منشورة

(جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال،

٢٠٠١) ص ١٤.

^{٥٣} محمود خليل، مرجع سابق، ص ٢٣٠.