

Iraqi Crises in Infographics, Yaqeen News Agency - Analytical Study

Lecturer. Haneen Saad Salman 

Department of Media, College of Arts, Tikrit University
Salahuddin, Iraq

الأزمات العراقية في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء - دراسة تحليلية

م. حنين سعد سلمان

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة تكريت
صلاح الدين، العراق

SUBMISSION

التقديم

23/08/2023

ACCEPTED

القبول

29/09/2023

E-PUBLISHED

النشر الإلكتروني

30/08/2023

P-ISSN: 2074-9554 | E-ISSN: 8118-2663

doi <https://doi.org/10.25130/jaa.15.54.3.16>

Vol (15) No (54) June (2023) P (234-248)

ABSTRACT

Infographics are one of the types of press images that can convey a complex message in a concise, simple manner without any complexity. The problem of the study is summarized in the following main question: What is the classification of the Iraqi crises in the Yaqeen News Agency infographic? The researcher followed the survey method; This is with the aim of knowing the contents of the Iraqi crises that were covered in the Yaqeen News Agency infographic during the years 2019 and 2020. The researcher relied on the content analysis tool; It is the most appropriate tool for knowing the contents of these crises.

The researcher reached a number of results, including Yaqeen News Agency's interest in the crises associated with corruption in Iraq in its various forms, whether that corruption is (administrative, financial, or political), and explained through infographics that corruption was a reason for creating other crises, the most important of which are: (Social and security crises, crises related to services, and economic and political crises), and also the agency's interest in (crises related to the reality of childhood) is very weak. Despite the necessity of addressing and discussing this topic in the press, the aforementioned agency did not address it through infographics in a comprehensive manner. Sufficient in proportion to its importance.

KEYWORDS

Yaqeen News Agency, Infographics, Data Journalism, Iraqi Crises, Environmental Crises, Political Crises

الملخص

يعد الانفوجرافيك أحد أنواع الصور الصحفية التي بإمكانها إيصال رسالة معقدة بشكل مختصر وبسيط ومن دون أي تعقيد. وتتلخص مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: ما تصنيف الأزمات العراقية في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء؟ وقد اتبعت الباحثة المنهج المسحي؛ وذلك بهدف معرفة مضامين الأزمات العراقية التي تم تناولها في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء خلال عامي ٢٠١٩ و ٢٠٢٠. وقد اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون؛ كونها الأداة الأنسب لمعرفة مضامين تلك الأزمات.

وقد توصلت الباحثة إلى عدد من النتائج، من ضمنها اهتمام وكالة يقين للأنباء بالأزمات المرتبطة بالفساد في العراق بأشكاله المختلفة سواء أكان ذلك الفساد (إدارياً، أو مالياً، أو سياسياً)، وأوضحت عن طريق الانفوجرافيك أن الفساد كان سبباً في خلق أزمات أخرى، أهمها: (الأزمات الاجتماعية، والأمنية، والأزمات المرتبطة بالخدمات، والأزمات الاقتصادية، والسياسية)، وايضاً اهتمام الوكالة في (الأزمات المرتبطة بواقع الطفولة) ضعيفاً جداً، فعلى الرغم من ضرورة معالجة وتناول هذا الموضوع في الصحافة، إلا أن الوكالة المذكورة لم تتناوله عن طريق الانفوجرافيك بشكل كاف يتناسب مع أهميته.

الكلمات المفتاحية

وكالة يقين للأنباء، الانفوجرافيك، صحافة البيانات، الأزمات العراقية، الأزمات البيئية، الأزمات السياسية

المقدمة:

أصبحت الوكالات الإخبارية في السنوات الأخيرة تهتم بالانفوجرافيك بشكل كبير، إذ نجد ان الكثير من الوكالات والصحف والمواقع الإخبارية تخصص تبويباً مستقلاً للانفوجرافيك؛ نظراً لأهميته البالغة ودوره الفاعل في نشر المعلومات وتغطية الأحداث وتبسيطها.

وقد تناول المبحث الأول من هذه الدراسة (الإطار المنهجي للدراسة) وقد ضم: (مشكلة الدراسة وأهميتها، وأهدافها، ومجتمع الدراسة ومجالاتها ومنهجها، فضلاً عن الدراسات السابقة والمصطلحات الواردة في هذه الدراسة. وقد جاء المبحث الثاني بعنوان: (الانفوجرافيك والأزمات)، إذ تضمن ماهية الانفوجرافيك ومضامينه في الصحافة، فضلاً عن دور الاعلام أثناء الأزمات.

اما المبحث الثالث والآخر فقد تناول تحليل مضمون الأزمات في انفوجرافيك وكالة يقين الاخبارية، وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج والاستنتاجات.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة:

وتتمثل مشكلة هذه الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: ما تصنيف الأزمات العراقية في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء؟ ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس تساؤلات فرعية عدة هي:

١. ما حجم اهتمام وكالة يقين بالأزمات العراقية في الانفوجرافيك؟
٢. ما مضامين الأزمات السياسية والأمنية والأزمات المرتبطة بالفساد في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء؟
٣. ما مضامين الأزمات الاقتصادية والسياسية في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء؟
٤. ما مضامين الأزمات البيئية والأزمات المرتبطة بالخدمات في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء؟
٥. ما مضامين الأزمات الاجتماعية والأزمات المرتبطة بالأطفال في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

وتكمن أهمية الدراسة في قلة الدراسات العراقية التي تتناول الانفوجرافيك كأحد أنواع الصورة الصحفية الحديثة، إذ نجد ان أغلب الدراسات العربية المتوفرة تركز على دراسة الانفوجرافيك التعليمي، مقابل عدد ضئيل من الدراسات التي تتناول الجانب الاعلامي له. وعند الاطلاع على الدراسات السابقة المرتبطة بالانفوجرافيك تبين عدم وجود دراسات حسب اطلاع الباحثة تناولت مضامين الأزمات العراقية في الانفوجرافيك الذي نشرته الوكالات الاخبارية.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

وتسعى الدراسة الى تحقيق عدد من الأهداف أبرزها معرفة حجم اهتمام وكالة يقين بالأزمات العراقية في الانفوجرافيك، فضلاً عن معرفة مضامين الأزمات السياسية والأمنية والأزمات المرتبطة بالفساد في الوكالة المذكورة.

كما تسعى الدراسة الى معرفة مضامين الأزمات الاقتصادية والسياسية والبيئية والأزمات المرتبطة بالخدمات في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء فضلاً عن معرفة مضامين الأزمات الاجتماعية والأزمات المرتبطة بالأطفال في الوكالة المذكورة.

رابعاً: مجتمع الدراسة:

قامت الباحثة بمسح شامل للانفوجرافيك المنشور في وكالة يقين لعامي ٢٠١٩ و ٢٠٢٠، وتبين وجود (٢١٥) انفوجرافيك منشور خلال عام ٢٠١٩، منها (١٨٥) انفوجرافيك متعلق بالأزمات العراقية منشور خلال العام المذكور، اذ تم استبعاد (٣٠) انفوجرافيك غير مرتبط بموضوع الدراسة، و(٨٩) انفوجرافيك منشور خلال عام ٢٠٢٠، منها (٧١) انفوجرافيك مرتبط بموضوع الدراسة، إذ قامت الباحثة باستبعاد (١٨) انفوجرافيك منشور

خلال هذا العام لعد ارتباطه بموضوع الازمات العراقية، وبذلك بلغ اجمالي مجتمع الدراسة الخاضعة للتحليل (٢٥٦) انفوجرافيك، ويمكن ايضا ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول (١) يوضح عينة الدراسة

ت	السنة	عدد الانفوجرافيك	العينة المستبعدة	عينة الدراسة
١	٢٠١٩	٢١٥	٣٠	١٨٥
٢	٢٠٢٠	٨٩	١٨	٧١
	المجموع	٣٠٤	٤٨	٢٥٦

خامساً: مجالات الدراسة:

وتقسم مجالات الدراسة الى ثلاثة أقسام وهي:

١. المجال المكاني: وقد حددت الباحثة المجال المكاني للدراسة بالانفوجرافيك المنشور بوكالة يقين للأنباء.
٢. المجال الزمني: ويمثل المدة الزمنية التي يغطيها مجتمع الدراسة، إذ حددت الباحثة المجال الزمني خلال عامي ٢٠١٩ و ٢٠٢٠.

٣. المجال الموضوعي: ويتحدد موضوع هذه الدراسة في الأزمات العراقية في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء.

سادساً: منهج الدراسة وأدواتها:

١. منهج الدراسة: اتبعت الباحثة المنهج المسحي؛ وذلك بهدف معرفة مضامين الأزمات العراقية في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء خلال عامي ٢٠١٩ و ٢٠٢٠.
٢. أدوات الدراسة: اعتمدت الباحثة على استمارة تحليل المضمون؛ كونها الانسب لمعرفة الأزمات العراقية التي تناولتها وكالة يقين في الانفوجرافيك المنشور فيها خلال المدة المذكورة.

سابعاً: دراسات سابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة الى محورين هما:

المحور الأول: دراسات مرتبطة بمضامين الانفوجرافيك:

١. دراسة احمد (٢٠٢٠) (احمد، ٢٠٢٠): وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور الانفوجرافيك المنشور في الصحف العربية في تغطية تداعيات جائحة كورونا، عن طريق استخدام المنهج المسحي. وقد توصلت الدراسة الى نتائج عدة أهمها: ان صحف العينة قد اهتمت بشكل كبير في تناول جائحة كورونا، اذ بلغت نسبة الانفوجرافيك الذي تناول هذا الموضوع ٦٧.٢١٪ من اجمالي الانفوجرافيك المنشور خلال مدة الدراسة.
٢. دراسة خالد (٢٠٢٠) (الخالد، ٢٠٢٠): وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على مضامين الانفوجرافيك التي تناولتها صحيفتي العينة (الرياض، ومكة) خلال مدة البحث، عن طريق استخدام المنهج المسحي. وقد توصلت الدراسة الى نتائج عدة أهمها: اهتمام صحف العينة بالانفوجرافيك التعليمي بشكل كبير، فضلاً عن اهتمامهم بالمضامين الانسانية والاقتصادية، كما اوضحت النتائج عدم اهتمام صحف العينة بالمضامين السياسية، وذلك لأسباب مرتبطة بسياسة التحرير الخاصة بتلك الصحف فضلاً عن توجهات القائم بالاتصال.
٣. دراسة عبد الرحمن (٢٠١٨) (عبد الرحمن، ٢٠١٨): وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على الوظيفة الاتصالية للأنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية (روسيا اليوم، وسكاى نيوز عربية) عن طريق استخدام المنهج المسحي. وقد توصلت الدراسة الى نتائج عدة أهمها: اهتمام (موقع روسيا اليوم) بالمضامين العسكرية، اما موقع سكاى نيوز عربية فقد ركز اهتمامه على المضامين السياسية بشكل أكبر؛ وذلك بهدف تحقيق الوظيفة الاتصالية الإخبارية.
٤. دراسة شحاتة (٢٠١٨) (شحاتة، ٢٠١٨): وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على كيفية استخدام الصحف المصرية القومية للانفوجرافيك في معالجة المضامين الاقتصادية، عن طريق استخدام المنهج المسحي. وقد توصلت هذه الدراسة الى نتائج عدة أهمها: اهتمام صحف العينة بقضايا الاصلاح الاقتصادي في مصر ورؤية ٢٠٣٠، فضلاً عن البورصة وسوق المال والمشاريع القومية في البلد.

المحور الثاني: دراسات مرتبطة بالإعلام والأزمات العراقية:

١. دراسة الرحيم (٢٠١٩) (الرحيم، ٢٠١٩): وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف اتجاهات مقالات الرأي في الصحف الخليجية نحو أزمة البصرة بالعراق خلال مدة البحث، عن طريق استخدام المنهج المسحي. وقد توصلت هذه الدراسة الى نتائج عدة اهمها: حصول الاتجاهات ازاء موقف الحكومة العراقية من أزمة البصرة فضلاً عن الاتجاهات نحو توفير الحكومة العراقية للخدمات الاساسية على المرتبة الاولى من بين المضامين التي تناولتها المقالات في صحف العينة.

٢. دراسة جواد (٢٠١٦) (جواد، ٢٠١٨): وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور الصحافة العراقية في تناول الأزمات الامنية المحلية خلال مدة البحث، عن طريق استخدام المنهج المسحي. وقد توصلت الدراسة الى نتائج عدة اهمها: اهتمام صحف العينة (الصباح، الاتحاد، المشرق) الكبير بالأزمات الامنية المحلية فضلاً عن توظيف الصحف المذكورة للأخبار والتقارير في معالجة موضوع الأزمات العراقية الامنية، وبفارق كبير جداً عن الفنون الصحفية الأخرى.

ثامناً: مصطلحات الدراسة:

١. الانفوجرافيك: مجموعة التصاميم الثانية أو المتحركة التي تمتاز بالبساطة والابتعاد عن التعقيد، إذ يتم استخدامها في وسائل الاعلام المختلفة؛ وذلك بهدف نشر الوعي وزيادة الفهم للقضية او الموضوع المثار.

٢. الأزمات: "وهي تعبير عن موقف أو حالة يواجهها متخذ القرار في احدى الكيانات الادارية (دولة، حكومة، مؤسسة، برلمان ...) تتلاحق فيها الأحداث وتتشابك معها الأسباب بالنتائج ويفقد معها متخذ القرار قدرته في السيطرة عليها أو على اتجاهاتها المستقبلية" (سلمان، ٢٠٢٠).

٣. وكالة يقين للأنباء: وكالة الكترونية عراقية إخبارية مستقلة، تضم تبويبات عدة في موقعها الإلكتروني: أولها تبويب (الرئيسية)، وتبويب (الأخبار)، الذي يضم تبويبات فرعية هي: (كورونا، وسياسة وأمنية، وعربية ودولية، واقتصاد، ورياضة)، وتبويب (تقارير)، و(تحقيقات)، و(ملفات)، فضلاً عن تبويب (ميديا) الذي يضم تبويبات فرعية هي: (فيديو، وإنفوجرافيك، وصور)، وأخيراً تبويب (رصد) الذي يضم ثلاثة تبويبات فرعية هي: (حدث في مثل هذا اليوم، واقتباسات، وفقط في العراق) (وكالة يقين للأنباء، بلا تاريخ).

المبحث الثاني: الانفوجرافيك والأزمات:

ماهية الانفوجرافيك:

أصبح الانفوجرافيك في السنوات الأخيرة أداة فعالة في وسائل الاعلام؛ وذلك بفعل قدرته العالية على ايصال المعلومات والرسائل بسهولة وسرعة الى المتلقي، فضلاً عن سهولة تداوله بين الوسائل المجانية مثل مواقع التواصل الاجتماعي كتويتر وفيسبوك، كما يتم استعماله في مواضيع متعددة مثل حالة الطقس، والخرائط والاحصائيات المتنوعة. ومن الاسباب الأخرى التي دفعت وسائل الاعلام الى استعمال هذا النوع من الصور الصحفية هي امكانيته العالية على اختزال المعلومات الصعبة والمعقدة، كما انه يعد أحد ادوات بناء قوة العلامة التجارية (شفيق، ٢٠١٩، الصفحات ٢٠٢-٢١٠). وقد أصبح الانفوجرافيك نهجاً جديداً وقوياً في الصحافة العربية نحو تسهيل فهم الاخبار بالاعتماد على الثقافة البصرية، وهو ما دفع بعض الصحف العربية الى انشاء إدارات متخصصة لإعداده وتصميمه بما يتوافق مع التغيرات التكنولوجية التي طرأت على المهن المختلفة ومنها صناعة الصحافة. (المشهداني والخالد، مضامين الانفوغرافيك في الصحافة السعودية - صحفيي مكة والرياض إنموذجاً، ٢٠٢١). ويرجع أصل كلمة انفوجرافيك الى اختصار لكلمتين باللغة الانكليزية وهي: Graphic و Information ويقصد بها عرض البيانات على شكل معلومات وصور أو خرائط أو رسوم أو الجمع بينهم بهدف ايصال تلك المعلومات بصورة سلسلة وواضحة للمتلقي ووردت تسميات عدة للانفوجرافيك من بينها، انفوجرافيكس

Inorganics، ومصطلح التصميم المعلوماتية Information Design، والبيانات التصويرية التفاعلية Data Visualization (درويش، ٢٠٢٠، صفحة ١٣٠).

وتقسم الدراسات الانفوجرافيك الى ثلاثة أقسام وهي (عيد، ٢٠١٧، الصفحات ٢١-٢٢):

١. الانفوجرافيك من حيث طريقة العرض ويقسم الى نوعين هما: (الانفوجرافيك الثابت، والانفوجرافيك المتحرك).

٢. الانفوجرافيك من حيث الشكل والتخطيط. ويقسم الى (الشعاعي، والرسوم التوضيحية، والجداول، والخرائط، والقوائم، والمخطط البياني، والعلاقات، وتدرج العمليات).

٣. الانفوجرافيك من حيث الهدف مثل: الانفوجرافيك الديني والتاريخي والثقافي والسياسي والصحي والتعليمي وغيرها من الانواع.

مضامين الانفوجرافيك في الصحافة:

تختلف مضامين الانفوجرافيك تبعاً لاهتمامات المؤسسة الإعلامية، فالصحف والوكالات والمواقع الاخبارية التي تهتم بهذا النوع الصحفي نجد انها تركز على مضامين معينة دون غيرها. ويمكن تقسيم تلك المضامين كما يلي:

١. الانفوجرافيك التعليمي: وهو الانفوجرافيك الذي يتناول المضامين التعليمية ويهدف الى تنمية معارف الطلبة ومهاراتهم؛ ويرجع السبب الرئيس وراء شيوع استعمال الانفوجرافيك بالتعليم الى قدرته العالية على اختصار المعلومات وتبسيط المعقد منها، وجعلها سهلة الفهم، فضلاً عن امكانيته العالية على تحويل البيانات الى رسوم معبرة، كما يتميز الانفوجرافيك بقدرته على جذب انتباه المتعلم وخلق الدافعية لديه نحو موضوع التعلم، كما يعمل على تثبيت المعلومات في ذاكرة المتعلم، واخيراً يوفر الوقت والجهد في شرح المفاهيم أثناء فترة التعلم (عبد الغني، ٢٠٢٠، صفحة ٢٧).

٢. الانفوجرافيك الإعلاني: وهو من أحد أنواع الانفوجرافيك وأشهرها، ويتم توظيف هذا النوع في القنوات الفضائية، ومواقع التواصل الاجتماعي للإعلان عن المنتجات المختلفة، إذ يتم عن طريقه إظهار مزايا المنتجات، أو مقارنتها مع المنتجات التجارية الأخرى. وغالباً ما يتم تصميم هذا النوع من الانفوجرافيك بشكل افقي (البطل، ٢٠١٩، صفحة ١٤٠). ولا بد من الإشارة الى ان هذا النوع من الانفوجرافيك يتم استعماله في مجال الاعلانات لأسباب عدة اهمها، الخصائص التي يحملها هذا الفن من حيث اللون والايقاع والتوازن عند ربط عناصر الاعلان فضلاً عن امكانية استعمال اللهجة العامية والمفردات القريبة من مستوى الفرد في أي بلد، كما يوفر الانفوجرافيك امكانية تحويل الاحصائيات المعقدة الى صورة مبسطة ومسلية في الوقت ذاته، وكل هذه الخصائص تساهم في امكانية ايصال الرسالة الاعلانية من معلن الى الجمهور المستهدف مع امكانية فهمها واستيعابها سواء أكان الفرد متعلماً ام لا (محمد وشبيب، ٢٠٢٠، صفحة ٦٠٤).

٣. الانفوجرافيك الاقتصادي: وهو الانفوجرافيك الذي يتناول القضايا الاقتصادية، اذ أسهم هذا النوع بشكل واضح في تحويل الكثير من المضامين الاقتصادية ذات الاحصائيات المعقدة الى مضامين جذابة ومبسطة يفهمها الجمهور (شحاتة، ٢٠١٨، صفحة ٥٦٦). ويلعب الانفوجرافيك دوراً فاعلاً في معالجة القضايا الاقتصادية؛ وذلك عن طريق تحويل الارقام الى اشكال بصرية وعدم الاكتفاء بعرضها، فضلاً عن تحليل البيانات وتقديمها بشكل هرمي حسب الاهمية، كما ويساهم الانفوجرافيك بإشراك الجمهور في عملية التنمية الاقتصادية؛ وذلك عن طريق تقديم شرح مبسط للتطورات الاقتصادية (شحاتة، ٢٠١٨، صفحة ٥٨٠).

٤. الانفوجرافيك الصحي: وهو الانفوجرافيك الذي يتناول المضامين الصحية المختلفة، بشكل مختصر ومبسط، معتمداً على المصادر والابحاث العلمية. وهناك أسباب عدة جعلت هذا النوع من المضامين شائعاً في الاعلام؛ أبرزها نشر الوعي وإخبار الجمهور وحاطتهم بالمعلومات والإرشادات الصحية، كما ويهدف الى مواجهة الشائعات والايخبار الكاذبة لاسيما أثناء الأزمات، فإثناء أزمة جائحة كورونا انتشرت الكثير من المعلومات

المغلوطة عن الوباء وكان لابد من تقديم الصحافة لمعلومات عنه بهدف نشر الوعي (احمد، ٢٠٢٠، الصفحات ٤٢١-٤٢٢).

٥. الانفوجرافيك الديني: ويتم استخدام الانفوجرافيك في مجال الدعوة الى الله؛ وذلك عن طريق التعريف بالإسلام وتصحيح المفاهيم الخاطئة والرد على الشبهات والتعريف بشعائر الاسلام وبيان الاحكام الشرعية، والتذكير بمواسم الخيرات وفضائل الأعمال، ونشر العلم الشرعي (الجوير، ٢٠٢٠، صفحة ١٤٢) ويتم استخدام الانفوجرافيك في مجال الدعوة؛ كونه يسهم في ايصال المعلومات بسهولة ويسر مع وجود الصور والرموز والالوان والاشكال المتناسقة، ويسهم في اقناع المتلقي وترسيخ المحتوى في ذهنه، وساعد سهولة مشاركته في الانتشار الواسع لتلك المضامين عن طريق المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي (الجوير، ٢٠٢٠، صفحة ١٤١).

٦. الانفوجرافيك الأمني: وهو الانفوجرافيك الذي يهتم بنشر الوعي الأمني عن طريق نشر أساليب الوقاية من الجريمة، وكيفية التعامل مع المجرمين، كما يسعى الى تدعيم اواصر الصلة بين الاجهزة الامنية وبين الجمهور المستهدف (الخالد، ٢٠٢٠، صفحة ١١٥).

٧. الانفوجرافيك الرياضي: ويستهدف هذا النوع من الانفوجرافيك نشر الوعي بالقواعد القوانين المرتبطة بالألعاب الرياضية، ونشر المبادئ والقيم الرياضية، ونشر الاخبار والمعلومات المرتبطة بالمباريات المختلفة، فضلاً عن تسليية الجمهور عن طريق نشر النشاطات البدنية (الخالد، ٢٠٢٠، صفحة ١١٦).

٨. الانفوجرافيك السياسي: ويتناول هذا النوع من الانفوجرافيك القضايا المرتبطة بالسياسة، أبرزها الأزمات السياسية، والخلافات السياسية بين الدول، ومتابعة الشأن السياسي بشكل عام، كما يتناول المؤتمرات والتحالفات السياسية الدولية، فضلاً عن العلاقات الدبلوماسية (عبد الرحمن، ٢٠١٨، صفحة ١٨).

٩. الانفوجرافيك العسكري: ويهتم هذا النوع من الانفوجرافيك بالمضامين العسكرية، أبرزها المناورات العسكرية والعمليات العسكرية التي تحصل بين الدول، فضلاً عن تناول قضايا المدن المحررة من الارهاب وتجفيف منابعه (عبد الرحمن، ٢٠١٨، الصفحات ١٦-١٧).

١٠. الانفوجرافيك الثقافي: ويتناول هذا النوع من الانفوجرافيك المواضيع الثقافية كافة، مثل: المحافظة على التراث، وتعزيز الحوار بين الثقافات المختلفة وغيرها.

الإعلام والأزمات:

وتؤدي وسائل الاعلام دوراً مهماً في تغطية وتناول الأزمات؛ كونها أداة اساسية لمواجهة الأزمات، فضلاً عن كونها تؤدي دوراً هاماً في توثيق الأزمات، فهي مرجعية أساسية عن التخطيط المستقبلي لإدارة أي أزمة، وذلك عن طريق معرفة تفاصيل ادارة الأزمات السابقة وكيف تمت معالجتها اعلامياً، ومعرفة دور أجهزة الأمن ورصد جوانب القوة والضعف في ادائها أثناء الازمة (جباد، ٢٠١٨، صفحة ٥٤). وتشير الدراسات الاعلامية المرتبطة بالإعلام وادارة الأزمات سواء الأزمات الداخلية مثل (الأزمات الصناعية، او الاجتماعية والبيئية ... الخ) أو الأزمات الخارجية الى أهمية الدور الذي يلعبه الاعلام أثناء وبعد حدوث الازمة، اذ يتم استخدام وسائل الاعلام أثناء الأزمات، عن طريق الحملات الاعلامية المكثفة بهدف القضاء على الظاهرة او الازمة والتوجه الصحيح لمعالجتها (عبد الحميد ص، ٢٠١٣، الصفحات ٩-١٠).

وأثناء الأزمات يتولد لدى الجمهور الشعور بنوع من القلق والتوجس والحاجة إلى الأمن والطمأنينة، فتزداد حاجتهم إلى معرفة المعلومات والبيانات المرتبطة بالأزمة، وهنا يأتي دور وسائل الإعلام في أثناء الازمة وبعدها، إذ تساهم الكثير منها في تغطية الأزمات بكثافة ووزارة (الرحيم، ٢٠١٩، صفحة ١٠٥). وتتوقف السياسة الإعلامية تجاه إدارة الازمة على حجمها ومؤثراتها (المحلية والإقليمية والدولية)، لذا فإن دور الإعلام في إدارة الأزمات يتطلب سياسة إعلامية عامة محددة تركز على مجموعة من المسلمات والمنطلقات والأهداف الإستراتيجية، ولوسائل الاعلام مهمة مزدوجة في إدارة الأزمات تتمثل في الآتي (ساق - الله، ٢٠١٧، صفحة ٥٩):

١. يتم عن طريقها نقل أخبار الأزمات الى الجمهور بكل امانة ومصداقية وسرعة فضلاً عن التعريف بنتائج تلك الازمة وكيفية مواجهتها، وتحجيمها ومحاولة التصدي لها، ومدى التطور والنجاح في ذلك.

٢. يتم استخدام وسائل الإعلام في نشر الوعي بين الجمهور، وتنمية إدراكه بخطورة الأزمة وأبعادها، بهدف تكوين قناعة معينة تدفع ذلك الجمهور إلى القيام بسلوك معين وفقاً لنطاق الأزمة عن طريق تزويدهم بالأخبار والحقائق والمعلومات التي يتم إعدادها بمحتوى معين بكل صراحة ووضوح.

وعلى الرغم من الدور الايجابي لوسائل الاعلام أثناء الأزمات، عن طريق المساهمة باحتواء الازمة وتلافي الآثار السلبية التي قد تنجم عنها، إلا ان تلك الأزمات قد تسبب في احداث ازمتات للمؤسسة الاعلامية بفعل تغطيتها السلبية، وبالتالي قد يتسبب هذا الامر في احداث ازمة مصداقية وتشويه للصورة الذهنية لدى الرأي العام عن تلك المؤسسة الاعلامية واثارته ضدها، وضد الخدمات التي تقدمها للجمهور؛ لذلك لا بد أن تتنبه المؤسسة الاعلامية الى أهمية اعداد استراتيجيات اتصالية مهمة بكيفية التعامل مع وسائل الاعلام، مع ضرورة ان يكون تحويل موقفها مسانداً لا هجوماً في ادارة الازمة (محمد ع.، ٢٠١٩، صفحة ٤٢).

وقد حدد الباحثون في مجال الأزمات مجموعة من الضوابط التي تحكم علاقة الجمهور بمسألة ادارة الأزمات اعلامياً وهي أبرزها امداد الجمهور بالحقائق بشكل دقيق ومفصل، والاهتمام بالتصريحات الرسمية التي تساعد على تشكيل رأي عام تجاه الازمة، وأيضاً الاعتراف بالأخطاء التي قد تحصل أثناء عمليات الاغاثة أثناء الأزمات والكوارث الطبيعية، فضلاً عن التعامل بموضوعية مع أجهزة الرأي العام، وسرعة نشر الحقائق؛ وذلك بهدف خلق مناخ صحي ليحتوي على آثار الأزمات ويعمل على التخفيف من حدتها (الشجيري، ٢٠١٩، الصفحات ٣٧٠-٣٧١).

المبحث الثالث: تحليل مضمون الأزمات العراقية في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء:

أولاً: إجراءات البحث:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على أداة (تحليل المضمون) من أجل معرفة أهم الأزمات في المجتمع العراقي في انفوجرافيك وكالة يقين، وقد أتبع عدة خطوات وهي كما يأتي:

١. تحديد وحدات التحليل:

توجد (٥) خمس وحدات لتحليل المضمون يعتمد عليها الباحثون، وهي: (وحدة الكلمة، وحدة الموضوع أو الفكرة، وحدة الشخصية، وحدة المادة الاعلامية، وحدة المساحة أو الزمن) (المشهداني، منهجية البحث الاعلامي - دليل الباحث لكتابة الرسائل الجامعية، ٢٠٢٠، الصفحات ٢٦١-٢٦٢) وقد اختارت الباحثة وحدة الفكرة كوحدة للتحليل؛ كونها الوحدة التي تتناسب مع طبيعة هذه الدراسة.

٢. تحديد فئة التحليل:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على تحليل المضمون البعدي؛ وذلك عن طريق الاعتماد على فئات (ماذا قيل في مادة الاتصال؟)، وذلك باستخراج فئات التحليل من الانفوجرافيك المنشور في وكالة يقين؛ وذلك من اجل تحويل هذا المضمون الى وحدات صغيرة يمكن عددها وقياسها، وبالتالي تبويبها في جداول واستخراج النسب المئوية.

٣. تحديد وحدة العد والقياس:

اتخذت الباحثة في هذه الدراسة من الفقرة (وحدة السياق أو القياس)، فيما اتخذت تكرارات الفكرة داخل مضامين الانفوجرافيك وحدة للعد كوحدة للتسجيل.

٤. تحديد التحليل التمهيدي للبحث:

أجرت الباحثة دراسة استطلاعية على الانفوجرافيك المنشور في وكالة يقين ضمن عينة الدراسة التحليلية، وذلك عن طريق أخذ عينة من المجتمع الاصلي مثلت ١٠٪ من اجمالي الانفوجرافيك الذي تناول

الأزمات العراقية خلال مدة الدراسة؛ وهذه الخطوة ساعدت الباحثة على بناء التصنيف وبالتالي استخراج فئات التحليل.

رابعاً: اختبارات الصدق والثبات:

١. اختبار الصدق:

لتحقيق الصدق قامت الباحثة بتعريف كل فئة من فئات استمارة التحليل تعريفاً دقيقاً واضحاً، كما استعانت الباحثة بعدد من الخبراء المحكمين من أجل اختبار صلاحية فئات استمارة التحليل، وبناءً على ذلك تم تعديل وحذف بعض الفئات استجابة لآراء المحكمين لتستقر الاستمارة بصيغتها النهائية، (تألفت لجنة المحكمين: من عدد من أساتذة الصحافة في كلية الآداب بجامعة تكريت وهم: (أ.د. سعد سلمان المشهداني، أ.د. فريد صالح فياض، أ. جمال عسكر مضحي).

إجراءات الثبات:

قامت الباحثة بإعادة تحليل مضامين الانفوجرافيك الخاص بالأزمات العراقية بعد مرور اسبوعين على استكمال الدراسة واستخراج النتائج عن طريق تطبيق معادلة هولستي خلال المدة المذكورة وهي كما يأتي (المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ٢٠١٧، صفحة ١٣١): معادلة ثبات هولستي $= \frac{2}{m} \div \frac{1}{n} + 2$. وبعد تطبيق المعادلة توصلت الباحثة الى نسبة اتفاق بلغت ٩٣٪ وهذه النسبة مرتفعة في البحوث والدراسات الاعلامية.

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية للفئات الرئيسية:

كشفت نتائج الدراسة التحليلية مدى تنوع الأزمات العراقية التي تم تناولها في انفوجرافيك وكالة يقين خلال عامي ٢٠١٩ و ٢٠٢٠، إذ بلغ عدد الانفوجرافيك الذي تم تحليله في الموقع المذكور (٢٥٦) انفوجرافيك، جرى استخراج ثمان فئات رئيسية مع مجموعة من الفئات الفرعية، وكانت النتائج كما يأتي:

١. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية ان الانفوجرافيك المنشور في وكالة يقين قد ركز (الأزمات المرتبطة بالفساد)، إذ حصلت هذه الفئة على المرتبة الأولى، بواقع (١٥٤) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٢٠.١٣٠٪) من اجمالي عدد التكرارات، إذ بينت نتائج الدراسة التحليلية مدى استشراء الفساد في العراق واتساع دائرته سواء أكان ذلك الفساد (إداري، او مالي، او سياسي)، وهذا الامر يتوافق مع التقارير الدولية التي تؤكد تصدر العراق لقائمة الفساد بالعالم، ووافق ذلك الفساد شيوع ظواهر مختلفة تم الاشارة اليها في الانفوجرافيك أبرزها المحسوبية والرشوة والاختلاس واستغلال المناصب وغيرها.

٢. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية حصول الانفوجرافيك المتعلق بالأزمات الاجتماعية على المرتبة الثانية، بواقع (١٤٩) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (١٩.٤٧٧٪) من اجمالي عدد التكرارات، إذ بينت نتائج الدراسة التحليلية وجود الكثير من الأزمات الاجتماعية التي تمت الاشارة اليها في الانفوجرافيك سواء بشكل مستقل او بشكل هامشي في العراق، وهي: أزمة النازحين التي عصفت في البلاد وخلقت معها أزمات أخرى، فضلاً عن أزمة الفقر والبطالة التي كانت سبباً في حصول احتجاجات شعبية في محافظات عراقية عدة، كما بينت نتائج التحليل وجود أزمات اجتماعية تحتاج الى معالجة كي لا تتسبب على المدى القريب في احداث شرخ بالنسيج المجتمعي مثل: العنف ضد النساء، والتهجير القسري، والمخدرات، والانتحار، والطلاق، والاتجار بالبشر، وهجرة الكفاءات وانتشار الامية، والزواج المبكر، وغسل العار.

٣. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية حصول الانفوجرافيك المتعلق بالأزمات الامنية على المرتبة الثالثة، بواقع (١٤١) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (١٨.٤٣١٪) من اجمالي عدد التكرارات، وقد توصلت نتائج الدراسة التحليلية الى وجود عدد من الأزمات الامنية التي يعاني منها العراق والتمت الاشارة اليها بشكل متكرر في الانفوجرافيك المنشور في الوكالة المذكورة آنفاً، إذ تبين لنا عن طريق التحليل ان العراق يعاني من أزمة امنية حقيقية، عن طريق انتشار السلاح بيد الجماعات الخارجة على القانون والتي لا تخضع لسلطة الحكومة، فضلاً عن

التحديات الكبيرة التي يواجهها العراق بفعل ضعف الأجهزة الأمنية وحملات القتل والخطف والاعتقالات المستمرة، فضلاً عن ملف المفقودين، والاعتقالات العشوائية التي باتت تحصل بشكل مستمر في البلاد.

٤. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية ان الانفوجرافيك المنشور في وكالة يقين والمتعلق بالأزمات المرتبطة بالخدمات، قد حصل على المرتبة الرابعة، بواقع (١٠٧) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (١٣.٩٨٦٪) من اجمالي عدد التكرارات، إذ أوضحت النتائج تدهور الخدمات في العراق، وأبرزها الخدمات الصحية، إذ كشفت الإصابات الأولى لجائحة كورونا مدى ضعف الخدمات الصحية في العراق، التي جعلته غير قادر على مواجهة الازمة بشكل جيد، كما أوضحت النتائج استمرار أزمة الكهرباء، فالشعب العراقي لازال يعاني من تزايد ساعات قطع التيار الكهربائي لاسيما أثناء فصل الصيف، مع وعود سنوية بتجاوز تلك الازمة وتحسين الطاقة الكهربائية لكن دون جدوى، كما يواجه البلد ازمات أخرى مرتبطة بقطاعات خدمية مثل التعليم والانترنت والاتصالات، والنقل، والسياحة.

٥. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية ان الانفوجرافيك المنشور في وكالة يقين والمتعلق بالأزمات الاقتصادية، قد حصل على المرتبة الخامسة، بواقع (١٠٠) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (١٣.٠٧٦٪) من اجمالي عدد التكرارات، إذ بينت نتائج الدراسة التحليلية وجود ازمات اقتصادية عدة في العراق؛ وذلك بفعل اسباب عدة أهمها: تهوي اسعار النفط الذي ادى الى تفاقم الازمة المالية، فضلاً عن أزمة موازنة عام ٢٠٢٠. وقد اثبتت النتائج وجود ازمات أخرى تؤكد على وجود أزمة اقتصادية حقيقة في العراق أهمها أزمة الزراعة والأمن الغذائي إذ ان تراجع الاهتمام بالزراعة انعكس على تحقيق الامن الغذائي في البلد، كما يعاني العراق من وجود أزمة في السكن وإعادة إعمار المناطق المحررة، اذ خسر الكثير من السكان منازلهم بفعل الحروب المتكررة الامر الذي فاقم أزمة السكن ولازالت الدولة غير قادرة على تعويض السكان وإعادة اعمار مناطقهم.

ومن الأزمات الأخرى التي حصلت بفعل الفساد هي تهريب النفط، كما بينت نتائج الدراسة وجود أزمة في الصناعة المحلية بالعراق، اذ اوضحت وكالة يقين عن طريق الانفوجرافيك مدى انخفاض معدل الصناعة بشكل ملحوظ بعد عام ٢٠٠٣ الأمر الذي انعكس على الاقتصاد العراقي بشكل سلبي.

٦. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية ان الانفوجرافيك المنشور في وكالة يقين والتعلق بالأزمات السياسية قد حصل على المرتبة السادسة، بواقع (٦١) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٧.٩٧٣٪) من اجمالي عدد التكرارات، إذ بينت نتائج الدراسة التحليلية وجود أزمة سياسية بفعل تدخلات الاحزاب العراقية ونفوذهم، وايضاً الصراع السياسي ما بين السياسيين العراقيين، كما أسهمت التدخلات الخارجية لبعض الدول في شؤون العراق في خلق أزمة سياسية حقيقة، ومن بين الأزمات التي كشفتها نتائج التحليل هي أزمة تشكيل الحكومة العراقية.

٧. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية ان الانفوجرافيك المنشور في وكالة يقين والمتعلق بالأزمات البيئية، قد حصل على المرتبة السابعة، بواقع (٤١) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٥.٣٥٩٪) من اجمالي عدد التكرارات، إذ بينت نتائج الدراسة التحليلية ان العراق يعاني من ازمات بيئية مختلفة، أبرزها أزمة التلوث بفعل تكرير النفط والعمليات المرتبطة به، كما ويعاني العراق من شح المياه والتصحر؛ وذلك بفعل تناقص كميات تساقط الامطار بشكل ملحوظ سنوياً.

٨. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية ان الانفوجرافيك المنشور في وكالة يقين والمتعلق بالأزمات المرتبطة بواقع الطفولة في العراق قد حصل على المرتبة الثامنة، بواقع (١٢) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (١.٥٦٨٪) من اجمالي عدد التكرارات، إذ بينت نتائج الدراسة التحليلية مدى تأثير الأزمات التي ذكرناها آنفاً على وضع أطفال العراق، اذ أسهمت النزاعات والصراعات والحروب المتكررة التي مرت بها البلاد فضلاً عن تأثير موجات التهجير والنزوح والاضاع الاقتصادية السيئة في خلق بيئة غير سليمة للأطفال، كما أسهمت الظروف التعسفية في مرورهم بأزمات متعددة أهمها تعرضهم للعنف والاساءة، فنجد ان الكثير من الاطفال يعانون من شكل من أشكال

العنف سواء الجسدي او النفسي او اللفظي، فضلاً عن بروز أزمات متزايدة تأتي عمالة الاطفال في مقدمتها، وشيوع ظاهرة التسول والتشرد التي تحولت الى ازمات حقيقة يعاني منها اطفال العراق. ويمكن ايضاح نتائج الفئات الرئيسة عن طريق الجدول الآتي:

جدول (٢) الفئات الرئيسة الانفوجر افيك وكالة يقين خلال مدة الدراسة

المرتبة	الفئات الرئيسة	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	الأزمات المرتبطة بالفساد	١٥٤	٪٢٠.١٣٠
الثانية	الأزمات الاجتماعية	١٤٩	٪١٩.٤٧٧
الثالثة	الأزمات الأمنية	١٤١	٪١٨.٤٣١
الرابعة	الأزمات المرتبطة بالخدمات	١٠٧	٪١٣.٩٨٦
الخامسة	الأزمات الاقتصادية	١٠٠	٪١٣.٠٧٦
السادسة	الأزمات السياسية	٦١	٪٧.٩٧٣
السابعة	الأزمات البيئية	٤١	٪٥.٣٥٩
الثامنة	الأزمات المرتبطة بواقع الطفولة	١٢	٪١.٥٦٨
المجموع الكلي		٧٦٥	٪١٠٠

ثانياً: نتائج الدراسة التحليلية للفئات الفرعية وتفسيرها:

١. حصلت فئة (الأزمات المرتبطة بالفساد) على المرتبة الاولى بتكرار مقداره (١٥٤) من اجمالي التكرارات، اذ ظهرت للباحثة ثلاث فئات فرعية، يمكن ايضاحها عن طريق الجدول الآتي:

جدول (٣) الفئات الفرعية لفئة (الأزمات المرتبطة بالفساد) في انفوجر افيك وكالة يقين خلال مدة الدراسة

المرتبة	الفئات الفرعية لفئة (الأزمات المرتبطة بالفساد)	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	الفساد الإداري	٥٨	٣٧.٦٦٢
الثانية	الفساد المالي	٥٦	٣٦.٣٦٣
الثالثة	الفساد السياسي	٤٠	٢٥.٩٧٥
المجموع الكلي		١٥٤	٪١٠٠

٢. حصلت فئة (الأزمات الاجتماعية) على المرتبة الثانية بتكرار مقداره (١٤٩) من اجمالي التكرارات، اذ ظهرت للباحثة (١٢) فئة فرعية، يمكن ايضاحها عن طريق الجدول الآتي:

جدول (٤) الفئات الفرعية لفئة (الأزمات الاجتماعية) في انفوجر افيك وكالة يقين خلال مدة الدراسة

المرتبة	الفئات الفرعية لفئة (الأزمات الاجتماعية)	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	النازحين	٤٥	٪٣٠.٢٠١
الثانية	الفقر والبطالة	٤١	٪٢٧.٥١٦
الثالثة	الامية	١٠	٪٦.٧١١
الرابعة	العنف ضد النساء	٩	٪٦.٠٤٠
الرابعة	التهجير القسري	٩	٪٦.٠٤٠
الخامسة	المخدرات	٧	٪٤.٦٩٧
السادسة	الانتحار	٦	٪٤.٠٢٦
السادسة	الطلاق	٦	٪٤.٠٢٦
السادسة	الاتجار بالبشر	٦	٪٤.٠٢٦
السابعة	هجرة الكفاءات	٥	٪٣.٣٥٥
الثامنة	الزواج المبكر	٤	٪٢.٦٨٤
التاسعة	غسل العار	١	٪٠.٦٧٨
المجموع الكلي		١٤٩	٪١٠٠

٣. حصلت فئة (الأزمات الامنية) على المرتبة الثالثة بتكرار مقداره (١٤١) من اجمالي التكرارات، اذ ظهرت للباحثة (٦) ست فئات فرعية، يمكن ايضاحها عن طريق الجدول الآتي:

جدول (٥) الفئات الفرعية لفئة (الأزمات الامنية) في انفوجر افيك وكالة يقين خلال مدة الدراسة

المرتبة	الفئات الفرعية لفئة (الأزمات الامنية)	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	تدخلات الجماعات الخارجة على القانون	٣٨	٪٢٦.٩٥٠
الثانية	التدهور الامني	٣٦	٪٢٥.٥٣١
الثالثة	القتل والاعتقالات	٢٦	٪١٨.٤٣٩
الرابعة	المفقودين والمخطوفين	٢٠	٪١٤.١٨٤
الخامسة	تدخلات العشائر	١٢	٪٨.٥١٠
السادسة	الاعتقالات العشوائية	٩	٪٦.٣٨٦
المجموع الكلي			٪١٠٠

٤. حصلت فئة (الأزمات المرتبطة بالخدمات) على المرتبة الرابعة بتكرار مقداره (١٠٧) من اجمالي التكرارات، اذ ظهرت للباحثة (٦) ست فئات فرعية، يمكن ايضاحها عن طريق الجدول الآتي:

جدول (٦) الفئات الفرعية لفئة (الأزمات المرتبطة بالخدمات) في انفوجر افيك وكالة يقين

المرتبة	الفئات الفرعية لفئة (الأزمات المرتبطة بالخدمات)	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	الخدمات الصحية	٥١	٪٤٧,٦٦٣
الثانية	الخدمات التعليمية	١٩	٪١٧.٧٥٧
الثالثة	الكهرباء	١٤	٪١٣.٠٨٤
الرابعة	الانترنت والاتصالات	١٢	٪١١.٢١٤
الخامسة	النقل	٩	٪٨.٤١١
السادسة	السياحة	٢	٪١.٨٦٩
المجموع الكلي			٪١٠٠

٥. حصلت فئة (الأزمات الاقتصادية) على المرتبة الخامسة بتكرار مقداره (١٠٠) من اجمالي التكرارات، اذ ظهرت للباحثة (٧) سبع فئات فرعية، يمكن ايضاحها عن طريق الجدول الآتي:

جدول (٧) الفئات الفرعية لفئة (الأزمات الاقتصادية) في انفوجر افيك وكالة يقين خلال مدة الدراسة

المرتبة	الفئات الفرعية لفئة (الأزمات الاقتصادية)	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	الزراعة والامن الغذائي	٢٠	٪٢٠
الثانية	السكن	١٧	٪١٧
الثالثة	المالية	١٥	٪١٥
الرابعة	الموازنة	١٣	٪١٣
الرابعة	تهريب النفط	١٣	٪١٣
الخامسة	اعادة الاعمار	١١	٪١١
الخامسة	الصناعة	١١	٪١١
المجموع الكلي			٪١٠٠

٦. حصلت فئة (الأزمات السياسية) على المرتبة السادسة بتكرار مقداره (٨٠) من اجمالي التكرارات، اذ ظهرت للباحثة (٥) خمس فئات فرعية، يمكن ايضاحها عن طريق الجدول الآتي:

جدول (٨) الفئات الفرعية لفئة (الأزمات السياسية) في انفوجر افيك وكالة يقين خلال مدة الدراسة

المرتبة	الفئات الفرعية لفئة (الأزمات السياسية)	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	ازمة تدخلات الأحزاب	٣١	٪٣٨.٧٥
الثانية	ازمة التظاهرات العراقية	١٩	٪٢٣.٧٥
الثالثة	ازمة التدخلات الخارجية في العراق	١٢	٪١٥
الرابعة	ازمة تشكيل الحكومة	٩	٪١١.٢٥
الخامسة	ازمة الصراع السياسي	٩	٪١١.٢٥

المجموع الكلي	٨٠	%١٠٠
---------------	----	------

٧. حصلت فئة (الأزمات البيئية) على المرتبة السابعة بتكرار مقداره (٤١) من إجمالي التكرارات، اذ ظهرت للباحثة (٤) أربع فئات فرعية، يمكن ايضاحها عن طريق الجدول الآتي:

جدول (٩) الفئات الفرعية لفئة (الأزمات البيئية) في انفوجرافيك وكالة يقين خلال مدة الدراسة

المرتبة	الفئات الفرعية لفئة (الأزمات البيئية)	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	ازمة التلوث	١٥	%٣٦.٥٨٥
الثانية	ازمة شح المياه	١٢	%٢٩.٢٦٨
الثالثة	ازمة السيول	٨	%١٩.٥١٢
الرابعة	ازمة التصحر	٦	%١٤.٦٣٦
المجموع الكلي		٤١	%١٠٠

٨. حصلت فئة (الأزمات المرتبطة بواقع الطفولة) على المرتبة الثامنة بتكرار مقداره (١٢) من إجمالي التكرارات، اذ ظهرت للباحثة (٤) فئات فرعية، يمكن ايضاحها عن طريق الجدول الآتي:

جدول (١٠) الفئات الفرعية لفئة (الأزمات المرتبطة بواقع الطفولة) في انفوجرافيك وكالة يقين خلال مدة الدراسة

المرتبة	الفئات الفرعية لفئة (الأزمات المرتبطة بواقع الطفولة في العراق)	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	ازمة عمالة الأطفال	٤	%٣٣.٣٣٣
الثانية	ازمة العنف والاساءة للأطفال	٣	%٢٥
الثالثة	ازمة تسول الأطفال	٣	%٢٥
الرابعة	ازمة تشرد الأطفال	٢	%١٦.٦٦٧
المجموع الكلي		١٢	%١٠٠

الخاتمة والاستنتاجات:

١. اهتمت وكالة يقين للإنباء بتناول الأزمات العراقية المختلفة بشكل كبير جداً عن طريق الانفوجرافيك خلال عامي ٢٠١٩ و ٢٠٢٠، اذ تم استبعاد ٤٨ انفوجرافيك فقط من أصل (٣٠٤)، أي ان غالبية الانفوجرافيك المنشور في الوكالة كان مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بالأزمات العراقية، مع اهتمام ضعيف بالموضوعات الأخرى.

٢. اهتمت وكالة يقين للأنباء بالأزمات المرتبطة بالفساد في العراق بأشكاله المختلفة سواء أكان ذلك الفساد (إدارياً، او مالياً، او سياسياً)، وأوضحت عن طريق الانفوجرافيك ان الفساد كان سبباً في الكثير من الأزمات الأخرى، أهمها: (الأزمات الاجتماعية، والامنية، والأزمات المرتبطة بالخدمات، والأزمات الاقتصادية، والسياسية).

٣. كان اهتمام وكالة يقين في (الأزمات المرتبطة بواقع الطفولة) ضعيفاً جداً، فعلى الرغم من ضرورة معالجة وتناول هذا الموضوع في الصحافة، إلا ان الوكالة المذكورة لم تتناولها عن طريق الانفوجرافيك بشكل كاف يتناسب مع أهميتها.

٤. ان عدم ايجاد حلول للآزمات السابقة في العراق دفع الشباب الى احتجاجات شعبية واسعة شهدتها محافظات عراقية عدة خلال عام ٢٠١٩؛ وذلك بفعل سوء المعيشة وانتشار الفقر وندرة فرص العمل، وتردي الخدمات الاساسية فضلاً عن الفساد المستشري في العراق.

٥. كان لجائحة كورونا دوراً كبيراً في تفاقم الأزمات، اذ كشفت مدى هشاشة الوضع في البلد على الاصعدة كافة، اذ ازداد معدل البطالة بفعل الاغلاق الجزئي الذي حصل أثناء فترة الحجر الصحي الذي فرضته الحكومة بهدف السيطرة على الوباء والحد من تفشي الفيروس خلال عام ٢٠٢٠، إلا ان هذا الاجراء انعكس على زيادة الفقر لدى شريحة واسعة من السكان، فضلاً عن تأثير الازمة المالية التي حصلت بفعل تراجع انخفاض اسعار النفط في العالم ايضاً بفعل جائحة كورونا.

٦. ان عدد غير قليل من الانفوجرافيك الذي نشرته وكالة يمين للأنباء تناول ازمات عدة في التصميم الواحد؛ وهذا يكشف مدى تعقد وتداخل الأزمات في العراق، إذ تعد هذه الأزمات من الأزمات المركبة، فنجد ان كل أزمة هي سبب او نتيجة لأزمة أخرى.
٧. عدم اهتمام وكالة يمين للأنباء بالانفوجرافيك التفاعلي، اذ وجدت الباحثة ان الوكالة المذكورة لم تنشر خلال مدة البحث سوى (الانفوجرافيك الثابت).

المقترحات:

١. ضرورة اهتمام وكالة يمين للأنباء بالانفوجرافيك التفاعلي.
٢. ضرورة تركيز الوكالة على القضايا الايجابية في البلاد وتناولها عن طريق الانفوجرافيك.
٣. ضرورة تناول مضامين أخرى كالمضامين الثقافية عن طريق الانفوجرافيك، بهدف نشر الثقافة وزيادة الوعي.

المصادر والمراجع:

- باسم عبد الغني أحمد عبد الغني. (٢٠٢٠). أثر اختلاف مستويات كثافة تلميحات الانفوجرافيك عبر شبكات الويب الاجتماعية في تنمية مهارات الثقافة البصرية لدى الطلبة تكنولوجيا التعليم. كلية التربية في جامعة السويش.
- بسام عبد الرحمن المشاقبة. (٢٠١٣). معجم مصطلحات العلاقات العامة. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- حسنين شفيق. (٢٠١٩). صحافة البيانات والانفوجرافكس. القاهرة: دار فكر وفن.
- حنين سعد سلمان. (٢٠٢٠). الصورة الصحفية والأرهاب الرقمي. عمان: دار امجد للنشر والتوزيع. تم الاسترداد من <https://amjadbook.com/product/%d8%a7%d9%84%d8%b5%d9%88%d8%b1%d8%a9-d8%a7%d9%84%d8%b5%d8%ad%d9%81%d9%8a%d8%a9-%d9%88-%d8%a7%d9%84%d8%a3%d8%b1%d9%87%d8%a7%d8%a8-%d8%a7%d9%84%d8%b1%d9%82%d9%85%d9%8a/٢.d9%85%d9%8a/>
- ريهام درويش. (بحث منشورة في مجلة، العدد ١٤، ٢٠٢٠، ص ١٣٠، ٢٠٢٠). دلالات توظيف الانفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية... دراسة تحليلية لمنصة Graphic News. البحوث والدراسات الاعلامية، الصفحات ٢-٤٥. doi:https://dx.doi.org/10.21608/mjism.2020.158159
- سالي أسامة شحاتة. (٢٠١٨، ١٠). معالجة الانفوجرافيك للقضايا الاقتصادية في المواقع الالكترونية للصحف القومية اليومية. البحوث الاعلامية، الصفحات ٥٦٥-٥٩٧. doi:https://doi.org/10.21608/jsb.2018.66753
- سعد سلمان المشهداني. (٢٠١٧). مناهج البحث الإعلامي. العين: دار الكتاب الجامعي.
- سعد سلمان المشهداني. (٢٠٢٠). منهجية البحث الإعلامي - دليل الباحث لكتابة الرسائل الجامعية. العين: دار الكتاب الجامعي.
- سعد سلمان المشهداني، و مناف حسن الخالد. (٢٠٢١). مضامين الانفوجرافيك في الصحافة السعودية - صحفي مكة والرياض إنموذجاً. مجلة آداب الفراهيدي، الصفحات ٣١٧-٣٤٧.
- سماح محمد عبدالرحمن. (٢٠١٨). الوظيفة الاتصالية للأنفوغراف في المواقع الإلكترونية - دراسة تحليلية في موقعي سكاى نيوز عربية وروسيا اليوم للمدة من ٢٠١٧/٥/١ إلى ٢٠١٧/٧/٣١. بغداد: كلية الاعلام - الجامعة العراقية.
- سهام الشجيري. (٢٠١٩). البناء الاعلامي للأزمات - إشكاليات العرض والتناول. العين: دار الكتاب الجامعي.
- صلاح عبدالحميد. (٢٠١٣). الاعلام وادارة الازمات. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- عبد القهار احمد محمد. (٢٠١٩). الازمة الخليجية بين قطر ودول المقاطعة كما يعكسها المضمون الخبري في موقعي روسيا اليوم والحرّة- دراسة تحليلية للمدة ٢٠١٧/٥/٢٠ الى ٢٠١٨/٥/٢٠ رسالة ماجستير (غير منشورة) مقدمة الى كلية الآداب في جامعة تكريت، ٢٠١٩.
- جامعة تكريت.
- محمد عبد الحميد احمد. (٢٠٢٠، ١٠). توظيف الصحف الالكترونية العربية للانفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا المستجد (كوفيد ١٩). بحوث العلاقات العامة، الصفحات ٣٧٨-٤٢٨.
- محمد علي جباد. (٢٠١٨). ادارة الصحافة العراقية لموضوعات الازمات الامنية المحلية. بغداد: جامعة بغداد.
- مناف حسن محمد الخالد. (٢٠٢٠). مضامين الانفوجرافيك في الصحافة العربية - دراسة تحليلية لصحيفتي مكة والرياض للمدة من ٢٠١٩/١/١ ولغاية ٢٠١٩/١٢/٣١. تكريت، صلاح الدين، العراق: جامعة تكريت.
- منى سفيان لبيب عبداللطيف الرحيم. (٢٠١٩). اتجاهات مقالات الرأي في الصحافة الخليجية ازاء ازمة البصرة ٢٠١٨- دراسة تحليلية. صلاح الدين، تكريت: جامعة تكريت.
- مها فالح ساق-الله. (٢٠١٧). دور الصحف اليومية الفلسطينية في تغطية أزمة الكهرباء في محافظات غزة- دراسة تحليلية وميدانية مقارنة. الجامعة الاسلامية- غزة.
- نضال عدنان محمود عيد. (٢٠١٧). أثر توظيف نمطين للانفوجرافيك في ضوء المدخل البصري لتنمية مهارة حل المسألة الرياضية لدى طالبات الصف الثامن الاساسي بغزة. غزة: الجامعة الاسلامية - غزة.
- نور جاسم محمد، و هدى مالك شبيب. (٢٠٢٠، ١٢). استعمال الانفوجرافيك في الاعلانات الالكترونية على الفيس بوك (دراسة تحليلية للصفحات الاعلانية- اتحاد الرافدين- ادنس- الاقنان للدعاية والنشر الالكتروني). الآداب، الصفحات ٦٠٣-٦٢٦.
- نورة بنت محمد بن الجوير. (٢٠٢٠). توظيف الانفوجرافيك في الدعوة الى الله-دراسة تحليلية على عينة من المكاتب التعاونية والارشاد في مدينة الرياض. كلية الدراسات الاسلامية والعربية للبنات بدمهور، الصفحات ١٢٧-١٢٢.
- doi:https://dx.doi.org/10.21608/jcia.2020.129136
- هاني ابراهيم احمد البطل. (٢٠١٩، ١). انقراضية الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي ٥١، ج ١٩، ٢٠١٩، ص ١٤٠. doi:https://dx.doi.org/10.21608/jsb.2019.43026
- البحوث الاعلامية، الصفحات ١٢٩-١٦٠. doi:https://dx.doi.org/10.21608/jsb.2019.43026
- وكالة يقين للأنباء. (بلا تاريخ). من نحن. تاريخ الاسترداد ٢٣، ٢٠٢١، من <https://yaqinnews.net/about-us>

Resources and References:

- Abdal-Rahman, S. M. (2018). The Communication Function of the Infographic on the Websites - An Analytical Study on the Sky News Arabia and Russia Today Websites for the period from 1/5/2017 to 31/7/2017. Baghdad: Iraqi University.
- Abdel-Ghany, B. A.-G. (2020). *The Effect of Different Levels of Intensity of Infographic Hints Through Social Web Networks on Developing Visual Culture Skills for Students of Educational Technology*. Suez University.
- Ahmed, M. A.-H. (2020). Employing Infographics by Arab Electronic Newspapers in Covering the Repercussions of the New Corona Epidemic (Covid 19). *Middle East Public Relations Research Journal*, pp. 378-428.
- Al-Juwair, N. b. (2020). In the name of Allah, the Merciful The employment of infographics in calling to the way to Allah: an analytical study on a sample of cooperative offices for advocacy and guidance in the city of Riyadh. *Journal of the College of Islamic and Arabic Studies for Girls in Damanhour*, pp. 127-172. <https://dx.doi.org/10.21608/jcia.2020.129136>
- Al-Khalid, M. H. (2020). Contents of Infographics in the Arab Press - An Analytical Study of Makkah and Riyadh Newspapers for the Period from 1/1/2019 to 31/12/2019. Tikrit University.
- Al-Mashaqbeh, B. A.-R. (2013). *A Dictionary of Public Relations Terms*. Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution.
- al-Mashhadani, S. S. (2017). *Media research methods*. Al-Ain: University Book House.
- Al-Mashhadani, S. S. (2020). *Media Research Methodology - Researcher's Guide to Writing University Theses*. UAE: University Book House.
- Al-Mashhadani, S. S., & Al-Khalid, M. H. (2021). The Contents of The Infographic in The Saudi Press - Makkah And Riyadh Newspapers as A Model. *Journal of Al-Farahidi's Arts*, pp. 317-347.
- al-Rahm, M. S.-L. (2019). Trends in Opinion Articles in the Gulf Press Regarding the Basra Crisis 2018- Analytical Study. Tikrit University.
- Al-Shujairi, s. (2019). *Media Construction of Crises - Problems of Presentation and Handling*. Alain: University Book House.
- Darwish, R. (2020, 12). The implications of using infographics to cover international issues... An analytical study for the Graphic News platform. *a research published in the Journal of Media Research and Studies*, pp. 2-45. [doi:https://dx.doi.org/10.21608/mjism.2020.158159](https://dx.doi.org/10.21608/mjism.2020.158159)
- Eid, N. A. (2017). The effect of employing two types of infographics in the light of the visual approach to develop the skill of solving mathematical problems among eighth grade female students in Gaza. Islamic University of Gaza.
- El-Batal, H. I. (2019). Infographic readability in Egyptian journalistic websites among university youth. pp. 129-160. [doi:https://doi.org/10.21608/jsb.2019.43026](https://doi.org/10.21608/jsb.2019.43026)
- Hamid, S. A. (2013). *Media and Crisis Management*. Cairo: Thebes Foundation for Publishing and Distribution.
- Jiyad, M. A. (2018). The Iraqi Press Department for Local Security Crisis Issues. University of Baghdad.
- Mohamed, A.-Q. A. (2019). The Gulf Crisis between Qatar and the Boycotting Countries as Reflected by the News Content of Russia Today and Al-Hurra Websites - An Analytical Study for the Period from May 20, 2017 to May 20, 2018. Tikrit: Tikrit University.
- Salman, h. S. (2020). *Photojournalism and digital terrorism*. Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution. Retrieved from <https://amjadbook.com/product/%d8%a7%d9%84%d8%b5%d9%88%d8%b1%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%b5%d8%ad%d9%81%d9%8a%d8%a9-%d9%88-%d8%a7%d9%84%d8%a3%d8%b1%d9%87%d8%a7%d8%a8/>
- Saqallah, M. F. (2017). The Role of Palestinian Daily Newspapers in Covering the Electricity Crisis in Gaza Governorates - An Analytical and Comparative Field Study). Islamic University of Gaza.
- Shabib, H. M., & Mohammed, N. J. (2020). The purpose of this research is to find out the extent to which the art of "infographic" is used in electronic advertising in both fixed and moving categories on Facebook. *AL-ADAB JOURNAL*, pp. 603-626. Retrieved from <https://www.iasj.net/iasj/article/194943>
- Shafiq, H. (2019). *Data Journalism and Infographics*. Cairo: Dar Fikr And Fann.
- Shehata, S. O. (2018, 10). Infographic treatment of economic issues in the websites of the daily national newspapers. *Journal of Media Research*, pp. ٥٩٧-٥٦٥ ٥. [doi:https://doi.org/10.21608/jsb.2018.66753](https://doi.org/10.21608/jsb.2018.66753)
- Yaqin News Agency. (n.d.). *Who we are*. Retrieved from <https://yaqinnews.net/about-us>