



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة تكريت
كلية الآداب

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

مجلة آداب الفراهيدي

مجلة علمية فصلية محكمة تصدر عن كلية الآداب
جامعة تكريت

المجلد (١٧) العدد (٥٩) كانون الثاني ٢٠٢٥م

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق - بغداد ١٦٠٢ لسنة ٢٠١١



The Republic of Iraq
Ministry of Higher Education
and Scientific Research
Tikrit University
College of Arts



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

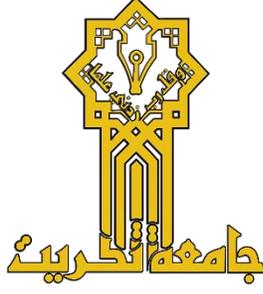
Journal of Al - Farahidi's Arts

A Quartly Academic Journal Of The College of Arts
Tikrit University

Vol (17) No (59) January 2025

Deposit number at Books and Documents
House - Baghdad 1602 of 2011





جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة تكريت

مجلة آداب الفراهيدي

مجلة علمية محكمة فصلية تصدر عن كلية الآداب،
جامعة تكريت

ردمذ للطباعة الورقية: ٩٥٥٤ - ٢٠٧٤

ردمذ للنشر الإلكتروني: ٨١١٨ - ٢٦٦٣

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق ببغداد (١٦٠٢) لسنة (٢٠١١)

المجلد (١٧) العدد (٥٩) كانون الثاني ٢٠٢٥

مجلة آداب الفراهيدي | جامعة تكريت

أ. د. نافع حماد محمد

رئيس التحرير

هيئة التحرير:

- (١) أ. د. تيسير احمد أبو عرجة | جامعة البترا / كلية الاعلام - الأردن عضواً
- (٢) أ. د. صالح بن عبد الله بن عبد المحسن | جامعة ام القرى / كلية الدعوة وأصول الدين السعودية عضواً
- (٣) أ. د. يحيى بن احمد بن محمد آل سعد | جامعة ام القرى / كلية الدعوة وأصول الدين السعودية عضواً
- (٤) أ. د. منجد مصطفى بهجت | الجامعة الإسلامية العالمية - ماليزيا عضواً
- (٥) أ. د. حنان رضا عبد الرحمن | الجامعة المستنصرية / كلية الآداب - العراق عضواً
- (٦) أ. د. صفاء مجيد عبد الصاحب | جامعة الكوفة - العراق عضواً
- (٧) أ. د. محسن عبود كشكول | الجامعة العراقية / كلية الاعلام - العراق عضواً
- (٨) أ. د. مجيد خير الله الزامل | جامعة واسط - العراق عضواً
- (٩) أ. د. خليل خلف حسين | جامعة تكريت / كلية الآداب - العراق عضواً
- (١٠) أ. د. صلاح ساير فرحان | جامعة تكريت / كلية الآداب - العراق عضواً
- (١١) أ. د. مهند احمد حسن | جامعة تكريت / كلية الآداب - العراق عضواً
- (١٢) أ. م. د. داليا خليل مزهر | وزارة التربية والتعليم العالي - لبنان عضواً
- (١٣) أ. م. د. ياسر محمد عبد الرحمن طرشاني | جامعة المدينة العالمية / كلية العلوم الإسلامية ماليزيا عضواً
- (١٤) أ. م. د. إخلاص محمود عبد الله | جامعة الموصل / كلية الآداب - العراق عضواً
- (١٥) أ. م. د. أسماء عبد الله غني | جامعة بغداد / كلية الآداب - العراق عضواً
- (١٦) أ. م. د. خديجة أدري محمد | جامعة تكريت / كلية الآداب - العراق عضواً
- (١٧) أ. م. د. عدنان عطية محمد | جامعة تكريت / كلية الآداب - العراق عضواً
- (١٨) أ. م. د. فواز نصرت توفيق | جامعة تكريت / كلية الآداب - العراق عضواً

مجلة آداب الفراهيدي | جامعة تكريت

شروط النشر:

١. ان ترسل المقالة إلكترونياً عبر منصة المجلة من خلال موقعها الإلكتروني: <https://jaa.tu.edu.iq>.
٢. ان لا تزيد عدد صفحات المقالة عن (٢٠) صفحة من الحجم العادي (A4) ويستثنى من ذلك النصوص المحققة على ان يدفع المؤلف مبلغ (٥٠٠٠) دينار عن كل صفحة إضافية ويجب الا تزيد الصفحات الإضافية عن (٥) صفحات إذا كانت المقالة تزيد عن (٢٠) صفحة للمقالات داخل العراق و(٥) دولار أمريكي للمقالات خارج العراق.
٣. يمكن ان تكون المقالة أصيلة او جزءاً من رسالة ماجستير أو أطروحة دكتوراه التي أعدها المؤلف على ان يلتزم المؤلف بوضعه على قالب المجلة واستكمال المعلومات المطلوبة باللغتين العربية والانكليزية ويلزم المؤلف بتقديم سيرة ذاتية مختصرة (Bio) وصورة الكترونية بحجم صورة جواز السفر ومعرف هوية الباحث الرقمية (ORCID).
٤. يجب ألا يكون قد سبق نشر المقالة على أي نحو كان أو تم إرسالها للنشر في مجلة أخرى ويتعهد المؤلف بذلك خطياً.
٥. أن تكون المقالة ضمن اختصاصات الآداب والعلوم الاجتماعية.
٦. كل مقالة يجب ان تشمل على أحد المراجع الاجنبية، واعتماد **مجلة آداب الفراهيدي** كمصدر للاقتباس (بما لا يقل عن ثلاث اقتباسات)، تكون نسبة ٦٠٪ من مصادر المقالة حديثة النشر وتقع ضمن خمس سنوات الأخيرة.
٧. يعطى المؤلف مدة أقصاها (١٠) أيام لإجراء التعديلات على مقالته ان وجدت، ويتم إلغاء المقالة تلقائياً في حال تجاوز المؤلف المدة المذكورة اعلاه.
٨. يخطر أصحاب المقالات بالقرار حول صلاحيتها للنشر أو عدمها خلال مدة لا تتجاوز ثلاثة أشهر من تأريخ وصوله لهيئة التحرير.
٩. لا ترد المقالات إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر.
١٠. يلتزم الباحث بدفع أجور النشر المقررة والبالغة (١٠٠) ألف دينار عراقي داخل العراق ودفع (١٥٠٠٠) دينار عراقي رسوم الاستلال الإلكتروني، و(١٠٠) دولار أمريكي خارج العراق ودفع (١٥) دولار أمريكي رسوم الاستلال الإلكتروني.
١١. توضع الرسوم أو الاشكال إن وجدت في مكانها من المقالة على أن تكون صالحة من الناحية الفنية التحريرية.
١٢. أن تكون المقالة خالية من الأخطاء اللغوية والنحوية والاملائية والفنية.
١٣. يجب اتباع الأصول العلمية والقواعد المرعية في البحث العلمي.
١٤. يجب أن تكون الخطوط كالاتي:
 - اللغة العربية: نوع الخط (Simplified Arabic) حجم الخط (١٤).
 - اللغة الانكليزية: نوع الخط (Times New Roman) حجم الخط (١٤).
١٥. تكون الهوامش بأسلوب جمعية علم النفس الأمريكية APA بنفس نوع خط المتن وحجم الخط يكون (١٢) لكافة تخصصات المجلة.

اختصاصات النشر:

١. اللغة العربية وآدابها.
٢. الإعلام والاتصال.
٣. علم الآثار والدراسات الحضارية.
٤. علم الاجتماع والإنسان.
٥. الفلسفة.

مجلة آداب الفراهيدي | جامعة تكريت

٦. علم المكتبات والمعلومات وتقنيات المعرفة.

مجالات النشر:

١. المقالات العلمية: تنشر المجلة المقالات العلمية الأصيلة والمراجعات والمخطوطات المحققة في مجال الآداب والعلوم الاجتماعية.
٢. المؤتمرات والندوات العلمية: تنشر المجلة المقالات المؤتمرات والندوات العلمية المحلية والعربية والعالمية والتي عقدت حديثاً في مجال الآداب والعلوم الاجتماعية.

ملاحظات النشر:

١. المقالات المنشورة في المجلة تعبر عن آراء المؤلفين ولا تعبر عن رأي المجلة.
٢. ترتيب المقالات في المجلة يخضع لاعتبارات فنية وعلمية.
٣. تستبعد المجلة أي مقالة لم تلتزم بتعليمات النشر المجلة ومخالفة لقواعد وأخلاقيات النشر أو الذي يرفض من قبل الخبراء.

العنوان البريدي:

كلية الآداب، جامعة تكريت، حي القادسية | مدينة تكريت (٣٤٠٠١)، محافظة صلاح الدين - جمهورية العراق

معلومات الاتصال

<https://jaa.tu.edu.iq> | jaa@tu.edu.iq

المحتويات

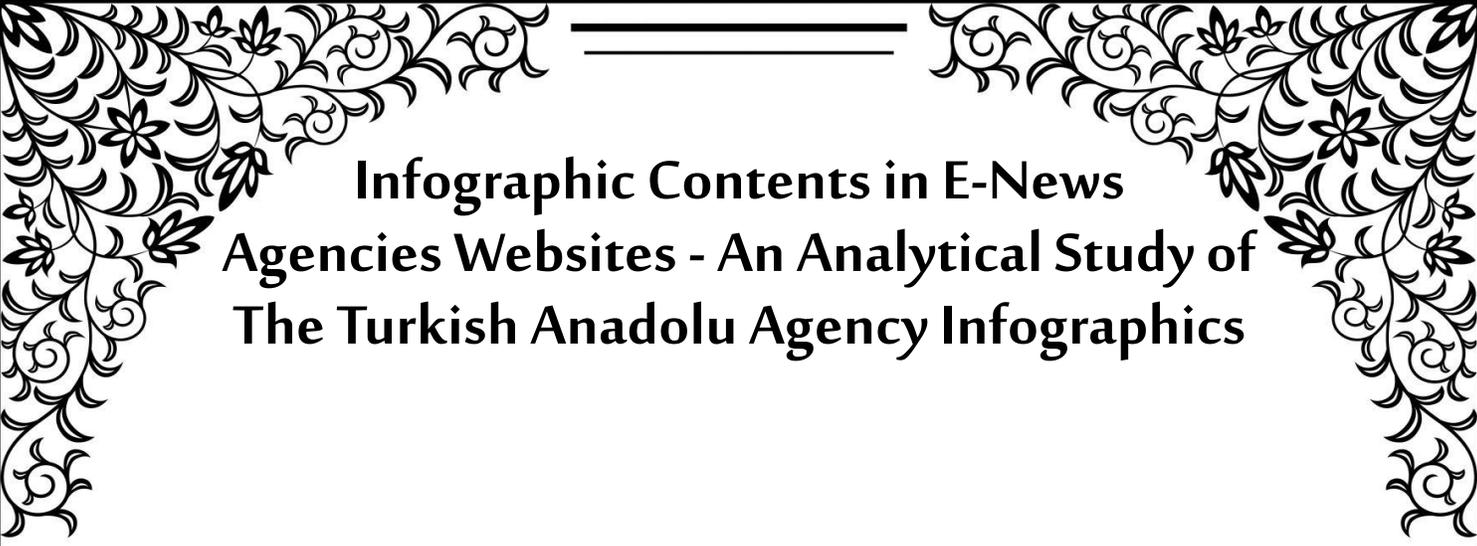
ت	عنوان البحث	اسم الباحث	الصفحة	
			من	الى
اللغة العربية وآدابها				
١	الرمز في شعر ابن الأثير الأندلسي - دراسة تحليلية	م. د. محمد يونس رشيد	١	١٦
٢	دلالات الرحلة في شعر كعب بن زهير - قصيدة (بانة سعاد) نموذجاً	م. د. شهاب أحمد	١٧	٢٥
٣	التجربة الشعرية في شعر البسطي: الآفاق والمغذيات	م. د. هدى عبد الحميد سليم	٢٦	٣٧
٤	صورة التشخيص في الفناء النصي في شعر محمود الوراق (ت: ٢٣٠هـ)	د. إسماعيل فليح حسن	٣٨	٤٩
٥	الحرف العربي من المخطوط إلى المطبوع	م. مهدي محمد علي	٥٠	٦٦
٦	التغريب في الشخصيات عند نامق سلطان	م. م. زهراء خالد يونس أ. م. د. فائق غانم فتحي	٦٧	٨٤
الإعلام والاتصال				
٧	انعكاس الظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين على ثقة الجمهور العراقي بأداء المؤسسات الحكومية	أ. م. د. منى محمد فيحان	٨٥	١٠٤
٨	تعرض أساتذة الجامعات للصحافة الإلكترونية والإشباع المتحققة منها	أ. م. د. حيدر شهيد هاشم	١٠٥	١١٨
٩	واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لطلبة الاعلام في الجامعات العراقية	م. م. مصطفى محمد سهيل	١١٩	١٣٣
١٠	أثر وسائل الإعلام على تحفيز الشباب نحو القضايا البيئية وتحقيق التنمية المستدامة	م. م. بكر جعفر علي	١٣٤	١٤٦
١١	مضامين الانفورجريك في مواقع الوكالات الإخبارية الإلكترونية - دراسة تحليلية لانفورجريك وكالة الاناضول التركية	م. م. تحسين عبد المجيد يحيى	١٤٧	١٥٩
علم الاجتماع والإنسان				
١٢	المنظور الاجتماعي للهايتوس - دراسة ميدانية في مدينة الموصل	أ. م. د. ايناس محمد عزيز	١٦٠	١٧٢
علم المكتبات والمعلومات وتقنيات المعرفة				
١٣	إدراك أخصائي المعلومات في المكتبة المركزية بجامعة البصرة لأهمية التحول نحو اقتصاد المعرفة - دراسة وصفية تحليلية	أ. م. د. هالة غالب الناهي	١٧٣	١٩٠
١٤	أثر مصادر المعلومات الإلكترونية في تطور حركة البحث العلمي في جامعة تكريت	أ. م. د. عبد الرحمن محمود محمد	١٩١	٢١٤
١٥	المكتبات الأكاديمية: دورها وخدماتها - تحليل لواقع المكتبة المركزية في الجامعة التقنية الشمالية بمحافظة نينوى نموذجاً	م. م. حسام عبد الكريم عبد الله م. م. غفران عبد الكريم فرج	٢١٥	٢٣٦

مضامين الانفوجر افيك في مواقع
الوكالات الإخبارية الألكترونية - دراسة
تحليلية لانفوجر افيك وكالة الاناضول
التركية

المدرس المساعد: تحسين عبد المجيد يحيى

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة

تكريت

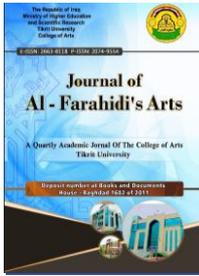


**Infographic Contents in E-News
Agencies Websites - An Analytical Study of
The Turkish Anadolu Agency Infographics**



**Assistant Lecturer: Tahseen Abdul-Majeed
Yahya**

**Department of Media, College of Arts,
Tikrit University**



Tikrit University | جامعة تكريت

مجلة آداب الفراهيدي

Journal of Al-Farahidi's Arts



Infographic Contents in E-News Agencies Websites - An Analytical Study of The Turkish Anadolu Agency Infographics

Asst. Lecturer. Tahseen Abdul-Majeed Yahya

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

مضامين الانفوجرافيك في مواقع الوكالات الإخبارية الإلكترونية - دراسة تحليلية لانفوجرافيك وكالة الاناضول التركية

م. م. تحسين عبد المجيد يحيى

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

SUBMISSION
التقديم
01/12/2024

ACCEPTED
القبول
15/01/2025

E-PUBLISHED
النشر الإلكتروني
25/01/2025

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

<https://doi.org/10.25130/jaa.17.59.11>

Vol (17) No (59) March (2025) P (147-159)

ABSTRACT

The study aimed to know the contents of infographics in the Turkish Anadolu Agency for the period from 1/1/2024 to 1/3/2024, by using a content analysis form, as the researcher used the descriptive survey method based on the content analysis tool in order to collect and analyze data with (177) infographics. The study reached a number of results, the most prominent of which are:

1. The category (security and military infographic contents) in the Turkish Anadolu Agency obtained first place with a frequency of (47) and a percentage of (26.55%).
2. The category (Special sources of the Anadolu Agency) for infographics in the Turkish Anadolu Agency obtained first place with a frequency of (54) and a percentage of (30.50%).
3. The artistic presentation style (static presentation) of the infographic in the Turkish Anadolu Agency obtained the first place with a repetition of (80) and a percentage of (45.19%).

الملخص

هدفت الدراسة الى معرفة مضامين الانفوجرافيك في وكالة الاناضول التركية وللمدة من ٢٠٢٤/١/١ ولغاية ٢٠٢٤/٣/١. وذلك من خلال استخدام استمارة تحليل المضمون، إذ استعمل الباحث المنهج الوصفي المسعي بالاعتماد على اداة تحليل المضمون من اجل جمع البيانات وتحليلها وبواقع (١٧٧) انفوجرافيك وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أبرزها:

١. حصول فئة (مضامين الانفوجرافيك الامنية والعسكرية) في وكالة الاناضول التركية الاخبارية على المرتبة الاولى بتكرار مقداره (٤٧) وبنسبة مئوية مقدارها (٢٦,٥٥%).
٢. حصول فئة (مصادر خاصة بوكالة انباء الاناضول) لانفوجرافيك في وكالة الاناضول التركية الاخبارية على المرتبة الاولى بتكرار مقداره (٥٤) وبنسبة مئوية مقدارها (٣٠,٥٠%).
٣. حصل اسلوب العرض الفني (عرض الثبات) للانفوجرافيك في وكالة الاناضول التركية الاخبارية على المرتبة الاولى بتكرار مقداره (٨٠) وبنسبة مئوية مقدارها (٤٥,١٩%).

KEYWORDS

E-News, Anadolu Agency, News Websites, Infographic Content, News Agencies

الكلمات المفتاحية

الإخبارية الإلكترونية، وكالة الاناضول التركية، المواقع الإخبارية، مضامين الانفوجرافيك، الوكالات الإخبارية



Copyright and License: This is an Open-Access Article distributed under A Creative Commons Attribution 4.0 License, which allows free use, distribution, and reproduction in any medium provided the original work is properly cited.

المقدمة:

نظرا للتغيرات التي نشهدها في العالم مؤخرا، وانتشار الإنترنت، والانفجار المعرفي، والكميات الهائلة من البيانات والمعلومات وسرعتها التي أصبحت في السنوات الأخيرة من سمات القرن وظهور الوسائط الجديدة بطريقة تلي احتياجات العصر؛ انتشر فن الانفوجرافيك وأحدث تغييرا في إيصال البيانات والمعلومات بطريقة سريعة وسهلة التي يفضلها المتلقي من خلال تقديم المحتوى على شكل رسوم بيانية مميزة وجذابة تستخدم الألوان والأنماط وتستخدم العبارات لجذب انتباه القارئ.

إذ يوفر الانفوجرافيك تأثيراً بصريا جذاباً من خلال تمثيل المعلومات والبيانات المعقدة بشكل مرئي. لتبسيط الأمر وإنشاء صورة في ذهن المتلقي للمحتوى بحيث يمكن استيعابه بسهولة، حيث تلقى فن الانفوجرافيك الكثير من التفاعل من الناس نظراً لأسلوبه الفريد وتم استخدامه في أكثر من مجال بما في ذلك الأخبار والتسويق والعلوم للوظائف التي يحتوي عليها.

من هنا جاءت هذه الدراسة للتعرف على وفهم محتوى الانفوجرافيك في الوكالات الإخبارية - دراسة تحليلية لانفوجرافيك وكالة الأناضول التركية وإبراز أهم محتوى الانفوجرافيك الموجود في هذا الوكالة. استخدمت الدراسة منهج المسح وأداة تحليل المحتوى، لجمع البيانات وتحليل محتوى الرسوم البيانية لوكالة أنباء الأناضول. حيث تكونت الدراسة من ثلاث مباحث، المبحث الأول تناول الإطار المنهجي للدراسة أما المبحث الثاني فقد تناول الانفوجرافيك وتناول المبحث الثالث نتائج الدراسة التحليلية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة:

أولاً: مشكلة البحث:

تعرف (مشكلة البحث) بأنها: "عن تساؤل أو بعض التساؤلات الغامضة التي تدور في ذهن الباحث حول موضوع البحث أو الدراسة التي اختارها، وهي تساؤلات تحتاج إلى تفسير يسعى الباحث إلى إيجاد إجابات شافية ووافية لها. وقد تكون المشكلة البحثية عبارة عن موقف غامض يحتاج إلى تفسير وإيضاح". (المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، ٢٠١٧، صفحة ٧٩)

تتلخص مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس الآتي: ماهي أنواع مضامين الانفوجرافيك المنشور في وكالة الأناضول التركية؟ ومن ذلك التساؤل تتفرع عدة تساؤلات وهي:

١. ما المضامين التي تعرضها وكالة الأناضول من خلال الانفوجرافيك وما طبيعتها؟
٢. ما اهم العناصر البنائية التي تستخدمها وكالة الأناضول في تشكيل الانفوجرافيك؟
٣. ما أبرز الاشكال والاساليب الفنية التي تستخدمها وكالة الأناضول في الانفوجرافيك؟
٤. ما أبرز مصادر معلومات الانفوجرافيك التي اعتمدها وكالة الأناضول التركية؟

ثانياً: أهمية البحث:

تتجلى أهمية هذا البحث في أن الانفوجرافيك يعد وسيلة فعالة لنقل كميات كبيرة من المعلومات والبيانات والمفاهيم المعقدة بشكل واضح ومبسط، يتم ذلك من خلال تمثيل هذه المعلومات في صور وأشكال مبسطة، مما يسهل على الجمهور فهمها. كما أن الانفوجرافيك يُعتبر أداة تواصل فعالة، وقد تم تطويره ليعزز المهارات الفكرية والتحليلية والعلمية، مما يساهم في تعزيز الفهم والوعي بالمحتوى المقدم في وسائل الإعلام.

ثالثاً: اهداف البحث:

وتهدف الدراسة الى إيضاح مضامين الانفوجرافيك في وكالة الأناضول ويتمثل الهدف الرئيسي للبحث في (التعرف على مضامين الانفوجرافيك في وكالة انباء الأناضول) وينبثق من الهدف الرئيسي اهداف فرعية عدة وتتجسد بالآتي:

١. التعرف على المضامين التي تعرضها وكالة الأناضول من خلال الانفوجرافيك.
٢. معرفة اهم العناصر البنائية التي تستخدمها وكالة الأناضول في تشكيل الانفوجرافيك.

٣. التعرف على أبرز الأشكال والأساليب الفنية التي تستخدمها وكالة الأناضول في الانفوجرافيك.

٤. التعرف على أبرز مصادر معلومات الانفوجرافيك التي اعتمدها وكالة الأناضول.

رابعاً: مجتمع البحث:

قام الباحث بجمع الانفوجرافيك من موقع وكالة الأناضول التركية، وقد تم إجراء مسح شامل

للانفوجرافيك المنشور خلال المدة من ٢٠٢٤/١/١ ولغاية ٢٠٢٤/٣/١

حدود الدراسة ومجالاتها:

١. الحدود المكانية: تمثلت الحدود المكانية للدراسة في تبويب (انفوجرافيك) بوكالة الأناضول.

٢. الحدود الزمانية: تحددت مدة الدراسة ابتداءً من ٢٠٢٤/١/١ ولغاية ٢٠٢٤/٣/١.

٣. الحدود الموضوعية: الانفوجرافيك في موقع وكالة الأناضول التركية.

خامساً: نوع البحث وادواته:

منهج البحث:

اتبع الباحث (المنهج المسحي)؛ لكونه من اناسب المناهج لتحقيق أهداف الدراسة؛ وذلك لمعرفة مضامين

الانفوجرافيك المنشور بوكالة الأناضول خلال مدة الدراسة المذكورة.

أدوات البحث:

استخدم الباحث استمارة (تحليل المضمون)؛ كونها الأنسب لمعرفة مضامين الانفوجرافيك المنشور

بوكالة الأناضول خلال مدة الدراسة المذكورة. وبناءً على ذلك أتبع الباحث خطوات عدة، وهي:

١- وحدات التحليل:

"هناك خمس وحدات أساسية في تحليل المضمون حسب تقسيم بيرلسون هي: ١. وحدة الكلمة ٢.

وحدة الموضوع أو الفكرة ٣. وحدة الشخصية ٤. وحدة مفردات النشر أو الإذاعة ٥. وحدة المساحة أو الزمن".

(المشهدي س.، منهجية البحث العلمي، ٢٠١٩، الصفحات ١٨٠-١٨٢) وتم اختيار وحدة التحليل الثانية وهي:

(وحدة الفكرة أو الموضوع)، كونها الوحدة الأنسب لمتطلبات الدراسة.

٢- فئة التحليل:

اختار الباحث (تحليل المضمون البعدي)، معتمداً على فئات (ماذا قيل في مادة الاتصال؟)؛ وذلك

باستخراج فئات التحليل من الانفوجرافيك المنشور بوكالة الأناضول خلال مدة الدراسة، وتحويل مضامين

الانفوجرافيك لوحدة صغيرة يهدف عددها وقياسها وبعد ذلك تبويبها بجداول، وأخيراً استخراج النسب المئوية

لمعرفة مضامينها خلال مدة الدراسة.

٣- تحديد وحدة العد والقياس:

اتخذ الباحث في هذه الدراسة من تكرار (الفكرة) داخل مضامين الانفوجرافيك وحدة للتسجيل.

الدراسة الاستطلاعية للدراسة:

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على الانفوجرافيك المنشور في موقع الوكالة الإلكتروني خلال

المدة المذكورة، ومن ثم تم أخذ ١٠٪ من المجتمع الأصلي والتي بلغ عددها (١٨) من أجل بناء التصنيف ومن بعد

ذلك تم استخراج فئات التحليل.

الصدق والثبات:

١. اختبار الصدق:

لتحقيق الصدق قام الباحث بتعريف كل الفئات الرئيسية والفرعية من فئات استمارة تحليل المضمون،

وكل ذلك أسهم في حساب التكرارات بشكل صحيح، كما استعان الباحث بعدد من المحكمين المتخصصين بمجال

الصحافة؛ والتعديلات التي قدمها المحكمون أسهمت في أن تستقر الاستمارة بصيغتها النهائية. علماً أن الأساتذة

الذين تمت الاستعانة بهم هم: (أ.د. فريد صالح فياض، وأ.د. حبيب خلف الملح، وأ.م.د. أبراهيم صابر عبد العزيز).

٢. إجراءات الثبات:

يهدف تحقيق الثبات أعاد الباحث تحليل مضامين الانفوجرافيك ضمن مجتمع الدراسة بعد مرور أسبوعين من التحليل الاولي، ومن ثم تم تطبيق معادلة هولستي وهي: (المشهداني س.، منهجية البحث الإعلامي - دليل الباحث لكتابة الرسائل الجامعية، ٢٠٢٠، صفحة ٢٦٨)

معادلة ثبات هولستي = $\frac{2}{n+1} \times 100$ وبعد تطبيق المعادلة، توصل الباحث إلى نسبة اتفاق بلغت (٨٨،٨%) وهذه النسبة تعد مرتفعة في الدراسات الإعلامية.

خامساً: الدراسات السابقة:

١- دراسة (سلمان، الأزمات العراقية في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء - دراسة تحليلية، ٢٠٢٣): 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 الانسب لمعرفة مضامين تلك الأزمات. وقد توصلت الباحثة الى عدد من النتائج، من ضمنها اهتمام 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 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 ان الوكالة المذكورة لم تتناوله عن طريق الانفوجرافيك بشكل كاف يتناسب مع أهميته.

٢- دراسة (ناظم، ٢٠٢١): سعى هذه البحث لرصد طبيعة الاستمالات المستخدمة في منشورات الانفوجرافيك حول جائحة كورونا في صفحة فيسبوك لوزارة الصحة العراقية للوقاية من فايروس كورونا ونشر التوعية الصحية، اعتمدت البحث على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لموضوع البحث، ويتكون مجتمع البحث من منشورات الانفوجرافيك التي تخص فايروس كورونا في صفحة فيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة العراقية، وكانت العينة عينة الحصر الشامل لجميع منشورات الانفوجرافيك منذ بداية اول إصابة في العراق ٢٠٢٠-٢٤ حتى تلقى اول عراقي للقاح كورونا في ٢٠٢١/٣/٢، وهي المدة التي تضمنت مدة الحظر الكلي والجزئي حتى وصول اللقاح الصيني الى العراق وتلقي اول جرعة منه، وكشف البحث عن اهتمام صفحة وزارة الصحة العراقية بمنشورات الانفوجرافيك التي تخص فايروس كورونا واعتمادها بشكل يومي في الموقع واعتماد الموقع على أنواع أساسية من الاستمالات في منشورات الانفوجرافيك للوقاية من فايروس كورونا وطرق العلاج والنصائح والشعارات وهي: الاستمالات العقلانية، العاطفية والتخويفية. تم تقسيم البحث الى ثلاثة مباحث، تناول الأول الإطار المنهجي للبحث، فيما تناول المبحث الثاني أنواع الاستمالات والانفوجرافيك المستخدم في منشورات الانفوجرافيك في صفحة وزارة الصحة العراقية، فيما اختص المبحث الثالث بنتائج الدراسة التحليلية. وقد جاءت نتائج البحث لتؤكد ما يأتي: ١. استخدام صفحة وزارة الصحة على أنواع أساسية من الاستمالات في منشورات الانفوجرافيك وهي العقلانية والعاطفية والتخويف وكان الاعتماد على الاستمالة العقلية. ٢. اعتماد الموقع على استخدام منشورات الانفوجرافيك لإيصال رسالتها بطرق سهلة ومفهومة.

دراسة (المشهداني و الخالد، مضامين الانفوجرافيك في الصحافة السعودية - صحيفتي مكة والرياض إنموذجاً، ٢٠٢١): تبرز أهمية هذا البحث من الدور الكبير الذي يقوم به الانفوجرافيك في تحويل كم هائل من البيانات والأرقام المتوافرة بشكل كبير إلى معلومات مرتبة بشكل منظم. ويهدف هذا البحث للتعرف على مدى اهتمام صحيفتي مكة والرياض السعوديتين بالانفوجرافيك ومضامين الموضوعات التي يتناولها ومدى

ارتباطها بالواقع المحلي لصحيفتي العينة. وقد تم استخدام المنهج المسحي أما أداة البحث فهي استثمار تحليل المضمون وعينتها عام ٢٠١٩ بواقع (٣٨٩) انفوجرافيك منشور في صحيفة مكة و(٢٣٥) انفوجرافيك منشور في صحيفة الرياض لعام ٢٠١٩. ومن أهم نتائج هذا البحث ما يأتي: ١. قدرة الانفوجرافيك التعليمي على تلخيص المعلومات الكبيرة المعقدة وتحويلها إلى مجموعة من الصور والرموز والنصوص البصرية السهلة القابلة للفهم. ٢. وجود تركيز عالٍ لصحيفتي "الرياض" و"مكة" على الاهتمامات الانسانية مما يؤكد ان صور الانفوجرافيك المستخدمة في الصحافة العربية تساعد في عملية الادراك. ٣. التأكيد على أهمية استخدام الانفوجرافيك في الموضوعات الاقتصادية وزيادة ارتباط القراء بهذا النمط الجديد في الصحافة. ٤. زيادة ارتباط الشباب بصور الانفوجرافيك بنشر الاخبار والمعلومات الخاصة بالموضوعات الرياضية والمباريات. ٥. هناك دور للانفوجرافيك في تعرف القراء على موضوعات تخص التغيير القيمي والمعرفي والسلوكي.

تاسعاً: مصطلحات الدراسة:

- ١- الانفوجرافيك: "مجموعة التصميم الثابتة 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". (سلمان، الأزمات العراقية في انفوجرافيك وكالة يقين للأبناء - دراسة تحليلية، ٢٠٢٣، صفحة ٢٣٧)
- ٢- وكالة الاناضول: يعود تاريخ تأسيس وكالة انباء الأناضول الى بداية تأسيس الجمهورية التركية، إذ تأسست الوكالة في ٦ نيسان عام ١٩٢٠، بعد اعلان الجمهورية التركية، من قبل مجموعة من المثقفين الاتراك أبرزهم الصحفية خالدة أديب مع يونس نادي، وبمباركة الزعيم التركي مصطفى كمال اتاتورك، وتم اختيار اسم وكالة انباء الاناضول ومقرها في مدينة انقرة. وتنشر الوكالة الاخبار باللغة التركية وكذلك اللغات الانكليزية والروسية والعربية والفرنسية والبوسنية والكرواتية والصربية والكردية، وتعمل الوكالة في إطار رؤيتها المرئية والهادفة لان تكون من بين اقوى خمس وكالات عالمية. وتملك الوكالة سلسلة كبيرة من المكاتب الرسمية الاعلامية، اذ يبلغ عدد مكاتب الوكالة في داخل تركيا ٦٧ مكتب اما المكاتب الاقليمية والعالمية فيبلغ عددها ٣٩ مكتب في مناطق مختلفة من العالم، وتولي الوكالة تغطية احداث العراق اهتمام كبير حيث يوجد للوكالة أربع مكاتب رسمية في العراق تقع في بغداد وكركوك والسليمانية وأربيل. (علي و عبد العزيز، ٢٠٢٣)

المبحث الثاني: الانفوجرافيك:

أولاً: مفهوم الانفوجرافيك ومفهومه:

الانفوجرافيك: هو مصطلح تقني يشير الى تحويل المعلومات والبيانات المعقدة الى رسوم مصورة يسهل على من يراها استيعابها من دون الحاجة الى قراءة الكثير من النصوص أو هو مجموعة من الصور الثابتة او المتحركة والرسومات والاسهم ولقطات الفيديو، المدعمة باللغة اللفظية والمدمجة في تصميم واحد. (ناظم، ٢٠٢١، صفحة ٣٠٤)

والانفوجرافيك هو: "التجسيد البصري للمعلومات أو الأفكار سعياً لتوصيل معلومات معقدة لجمهور ما بطريقة تمكنهم من فهمها واستيعابها بسرعة، إذ يمزج الانفوجرافيك ما بين البيانات والتصميمات للمساعدة في التعلم البصري وتساعد هذه العملية في توصيل المعلومات المعقدة بطريقة يمكن فهمها بسرعة ويسر" (سلمان ح.، الصورة الصحفية والأرهاب الرقمي، ٢٠٢١، صفحة ٤٩)

وهناك العديد من الاسباب التي دفعت إلى استعمال الانفوجرافيك في الصحافة أبرزها قدرته العالية على جعل البيانات أكثر موضوعية ومصداقية، كما أن الجمهور أصبح يبحث عن الصور والرسوم أكثر من النصوص، لذلك نجد ان العديد من الصحف والمواقع الالكترونية باتت تهتم بالانفوجرافيك كونه أكثر جذاباً للاتباه من النصوص والبيانات ويساهم أيضاً في إيصال المعلومة بشكل أسرع للمتلقي، فهو يوضح الحقائق والعلاقات المعقدة مما يؤدي إلى نقل المعلومات والاخبار الجديدة والمعقدة بكل سهولة وسرعة. اما البرامج المستعملة في تصميم الانفوجرافيك فهي كثيرة، مثل الاكسل Excel الذي يأتي ضمن أبسط البرامج المستعملة في

تحويل البيانات والأرقام إلى رسوم بيانية، كما توفر شركة ادوبي مجموعة من البرامج التي يتم استعمالها في تصميم الانفوجرافيك مثل الفوتوشوب Adobe Photoshop والاليستراتور Adobe Illustrator والاندراين Adobe InDesign كما يعتمد بعض المصممين على المواقع الالكترونية المتخصصة في إنتاجه، والتي لا تتطلب منهم جهداً كبيراً؛ لكونها توفر قوالب جاهزة لا تحتاج منه سوى إدخال البيانات والأرقام وتنسيقها بشكل ملائم. (سلمان ح.، الصورة الصحفية والأرهاب الرقمي، ٢٠٢١، صفحة ٥٠)

أن إتيمولوجيا، مفردة غرافيتي (Graffiti) في بنيتها ودلالاتها اللغوية المعاصرة إيطالية الأصل أشتقت من فعل (Graffiare) ويعني يخدش ويكشط الحقت بسوق التداول المعجمي والمصطلحي لأول مرة في القواميس الإنجليزية بداية ١٨٥١ م، لينفرض المصطلح في القواميس الفرنسية بمفردة (Graffito) عام ١٨٨٦ م، وقبلها كلمة (Graffite) عام ١٨٧٨، ذكرت عنها قواميس التجذير وتعليل أصل الكلمات والالفاظ انها ذات اصول لاتينية ويونانية في البداية وإيطالية حيث اكتسبت دلالاتها النهائية المعاصرة، مع مرور الوقت عرفت تعرجات دلالية متعددة، على مستوى المعنى والاشتقاق، بعدما كانت تدل على تلك النقوش العتيقة التي خلفها الانسان الأول على جنبات الكهوف والمغارات والصخور، ويسوق المفهوم في لغات العالم بينى ومعاني متعددة، لكنها متقاطعة في دلالة مشتركة، ففي اللغة الاغريقية نجد كلمة (Graphein) وتعني يكتب يرسم، وبعض المرات يلون اما في اللغة اللاتينية فأصل الكلمة يعود لمفردة (Graphein) وتعني يخرش، يخدش ويكشط، في حين نجدها في اللغة الإيطالية مشتقة من مفردة (Sgraffito) وتعني يخدش ويخرش تطور اشتقاقها الى (Graffito) مفرد كلمة (Graffite) ومعناه كتب وخدش أو خمش أو حك سطحاً، وبشكل عام تشير كلمة كرافيتي في اللغات الأوربية إلى أية كتابة أو رسم أو خدش كرافت على الجدران، وما شاكلها من الدعائم غير المخصصة لذلك، بإستخدام أدوات كتابة تقليدية أو معاصرة كالفحم والاصباغ والرذاذ وتباينت السجلات والمناكفات حولها، إذ يرقمها ويقدها البعض لدرجة العمل الفني القيم، بينما يحتقرها ويدنسها البعض الآخر ويتزلها لدركة الفعل التخريبي، للممتلكات العامة والخاصة. (الشجيري س.، ٢٠٢١، صفحة ٦٢)

وفي التاريخ القديم منذ آلاف السنين كان الانسان ينقش الصور والرموز للحيوانات والبيئة المحيطة على جدران الكهوف كوسيلة للتواصل ونقل المعلومات وهي بذلك تعد شكلاً من اشكال الانفوجرافيك، ولكن بعد الثورة التقنية والمعلوماتية اعتمدت وسائل الإعلام على هذا الفن، لسهولة إتقانه بإستخدام التكنولوجيا الحديثة، ولقدرته على لفت الانتباه، ويرى رواد هذه الصحافة أن المرء في العصر الرقمي يكاد يغرق في سيل البيانات والمعلومات والأخبار المتدفقة من مصادر لا حصر لها، وأن المشكلات والظواهر المعاصرة تزداد تعقيداً، ويستعصي على الكثيرين فهمها، وهذا ما أدى، حسب الصحافية كارولين غولار، إلى ظهور مطلبين أساسيين جديدين في عالم الصحافة، وهما ضرورة غربة البيانات المتعلقة بهذه الظواهر وإستخراج ما ينفع الجمهور وتوفر الخبرة التي تسمح باستخراج المعنى من الكم المتراكم من البيانات والمعلومات ذات الصلة فجاءت صحافة الانفوجرافيك لتلبية هذين المطلبين، وتجسدت عبر قيامها بالعديد من العمليات المتداخلة جمع البيانات وفحصها ومقارنتها، وتحليلها، وإستخدامها لصياغة سيناريو يتجسم مرئياً عبر أشكال وخرائط ورسوم بيانية، تسمح بعرض الأفكار الأساسية التي يمكن إستخلاصها من المعطيات حتى يفهمها الجمهور بيسر، وتعتمد صحافة البيانات على المنطق المرئي الذي تعبر عنه "الرسوم الجرافية التفاعلية، فصحافة البيانات ستنقل الصحافة من الخطاب إلى المعلومات، إذ تمزج الانفوجرافيك المعلومات مع التصميم الرسومي لتمكين التلقي البصري وتساعد عملية الدمج هذه في تقديم المعلومات المعقدة بطريقة أسهل وأسرع في الفهم. (الشجيري س.، ٢٠٢١، صفحة ٦٢)

ثانياً: ميزات وخصائص الانفوجرافيك:

ويتميز الانفوجرافيك بما يلي: (ناظم، ٢٠٢١، صفحة ٣٠٩)

١. تساعد على فهم وإدراك المعلومات بشكل واضح وكثيراً ما تستخدم لتوصيل الرسائل العلمية. يمكن أن تعزز فهم الجمهور حول هذا النوع من المعلومات بدلاً من تفسيرات بيانات مكتوبة غير ممل فهو وسيلة تشويقية لنشر تقارير قد تكون معقدة أو طويلة.
٢. يمكن استخدامه كصورة يتم نشرها بشكل واسع على مواقع التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: مضامين الانفوجرافيك:

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: (سلمان، الأزمات العراقية في انفوجرافيك وكالة يقين للأنباء - دراسة تحليلية، ٢٠٢٣، الصفحات ٢٣٨-٢٣٩)

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.

٢. الانفوجرافيك الاعلاني: 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.

٣. الانفوجرافيك الاقتصادي: وهو الانفوجرافيك الذي يتناول القضايا الاقتصادية، إذ اسهم هذا النوع بشكل واضح في تحويل الكثير من المضامين الاقتصادية ذات الاحصائيات المعقدة الى مضامين جذابة وبمبسطة يفهمها الجمهور. 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.

٤. الانفوجرافيك الصحي: وهو الانفوجرافيك الذي يتناول المضامين الصحية المختلفة، بشكل مختصر وبمبسط، معتمداً على المصادر والابحاث العلمية. وهناك أسباب عدة جعلت هذا النوع من المضامين شائعاً في الاعلام؛ أبرزها نشر الوعي وإخبار الجمهور واحاطتهم بالمعلومات والارشادات 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.

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. ويتم استخدام الانفوجرافيك في مجال الدعوة؛ كونه يساهم في ايصال المعلومات بسهولة ويسر مع وجود الصور والرموز والالوان والاشكال المتناسقة، ويساهم في اقناع المتلقي وترسيخ المحتوى في ذهنه، وساعد سهولة مشاركته في الانتشار الواسع لتلك المضامين عن طريق المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.

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.

٧. الانفوجر افيك الرياضي: ويستهدف هذا النوع من الانفوجرافيك نشر الوعي بالقواعد القوانين المرتبطة بالألعاب الرياضية، ونشر المبادئ والقيم الرياضية، ونشر الأخبار والمعلومات المرتبطة بالمباريات المختلفة، فضلاً عن تسليية الجمهور عن طريق نشر النشاطات البدنية.
٨. الانفوجر افيك 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.
٩. الانفوجر افيك 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.
١٠. الانفوجر افيك الثقافي: ويتناول هذا النوع من الانفوجرافيك المواضيع الثقافية كافة، مثل: المحافظة على التراث، وتعزيز الحوار بين الثقافات المختلفة وغيرها.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة التحليلية:

أولاً: مضامين الانفوجر افيك:

وقد ظهرت لنا ثمان فئات من هذه المضامين والتي يوضحها الجدول (١) الآتي وبعد أن أجرى الباحث تحليلاً لعينة البحث توصل الى النتائج الآتي:

جدول (١) يبين الفئات الرئيسية لمضامين الانفوجر افيك

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	المضامين	ت
الأولى	٢٦,٥٥	٤٧	مضامين الانفوجرافيك الأمنية والعسكرية	١
الثانية	٢٠,٣٣	٣٦	مضامين الانفوجرافيك الاقتصادية	٢
الثالثة	١٩,٢٠	٣٤	مضامين الانفوجرافيك السياسية	٣
الرابعة	١٣,٥٥	٢٤	مضامين الانفوجرافيك البيئية	٤
الخامسة	٩,٠٣	١٦	مضامين الانفوجرافيك الثقافية	٥
السادسة	٦,٧٧	١٢	مضامين الانفوجرافيك الاجتماعية	٦
السابعة	٣,٩٥	٧	مضامين الانفوجرافيك الرياضية	٧
الثامنة	٠,٥٦	١	مضامين الانفوجرافيك الصحية	٨
-	%١٠٠	١٧٧	المجموع	

أوضحت نتائج الدراسة لفئة المضامين الرئيسية للانفوجرافيك حصول فئة (مضامين الانفوجرافيك الأمنية والعسكرية) في وكالة الاناضول التركيبة الاخبارية على المرتبة الاولى بتكرار مقداره (٤٧) وبنسبة مئوية مقدارها (٢٦,٥٥) ويجد الباحث حصول هذه الفئة على المرتبة الاولى وذلك لاهمية استقرار العراق أمنياً وعسكرياً" ولما له من دور بارز مع دول الجوار مما ينعكس ايجابياً" على استقرار المنطقة لما يتمتع به العراق من أهمية كبيرة، وحصلت فئة مضامين الانفوجرافيك الاقتصادية على المرتبة الثانية بتكرار (٣٦) وبنسبة مئوية مقدارها (٢٠,٣٣) ويجد الباحث حصول هذه الفئة على المرتبة الثانية لما يتمتع العراق من ثروات اقتصادية هائلة على المستوى النفطي والسياحي والزراعي المتمثلة بدجلة والفرات، وحصلت فئة مضامين الانفوجرافيك السياسية على المرتبة الثالثة بتكرار مقداره (٣٤) وبنسبة مئوية مقدارها (١٩,٢٠)، في حين حصلت فئة مضامين الانفوجرافيك البيئية على المرتبة الرابعة بتكرار مقداره (٢٤) وبنسبة مئوية مقدارها (١٣,٥٥)، بينما حصلت فئة مضامين الانفوجرافيك الثقافية على المرتبة الخامسة بتكرار (١٦) وبنسبة مئوية مقدارها (٩,٠٣)، أما فئة مضامين الانفوجرافيك الاجتماعية فقد حصلت على المرتبة السادسة بتكرار مقداره (١٢) وبنسبة مئوية مقدارها (٦,٧٧)، وحصلت فئة مضامين الانفوجرافيك الرياضية على المرتبة السابعة بتكرار (٧) وبنسبة

مئوية مقدارها (٣,٩٥) ، وأخيراً حصلت فئة مضامين الانفوجرافيك الصحية على المرتبة الثامنة بتكرار (١) وبنسبة مئوية مقدارها (٠,٥٦) .

ثانياً: مصادر معلومات الانفوجرافيك ومن الجدول (٢) يمكن التعرف على أهم تلك المصادر:

جدول رقم (٢) يشير إلى مصادر المعلومات المعتمدة من قبل عينة البحث في الانفوجرافيك

ت	مصادر معلومات الانفوجرافيك	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	مصادر خاصة بوكالة انباء الاناضول	٥٤	٣٠,٥٠	الأولى
٢	مراكز بحثية متخصص	٣٧	٢٠,٩٠	الثانية
٣	منظمات دولية	٣٠	١٦,٩٤	الثالثة
٤	مواقع التواصل الاجتماعي	٢٤	١٣,٥٥	الرابعة
٥	مصادر متعددة (أكثر من مصدر معلومات)	١٨	١٠,١٦	الخامسة
٦	مواقع إخبارية	١٤	٧,٩٠	السادسة
-	المجموع	١٧٧	٪١٠٠	-

أوضحت نتائج الدراسة لفئة المضامين الرئيسية للانفوجرافيك حصول فئة (مصادر خاصة بوكالة انباء الاناضول) في وكالة الاناضول التركيبة الإخبارية على المرتبة الأولى بتكرار مقداره (٥٤) وبنسبة مئوية مقدارها (٣٠,٥٠) ويجد الباحث حصول هذه الفئة على المرتبة الأولى لكون الوكالة لديها مصادر متعددة وموثوقة تعمل بشكل كبير على توفير متطلبات النشر .

وحصلت فئة (مراكز بحثية متخصصة) على المرتبة الثانية بتكرار (٣٧) وبنسبة مئوية مقدارها (٢٠,٩٠) ، وحصلت فئة (منظمات دولية) على المرتبة الثالثة بتكرار مقداره (٣٠) وبنسبة مئوية مقدارها (١٦,٩٤) ، في حين حصلت فئة (مواقع التواصل الاجتماعي) على المرتبة الرابعة بتكرار مقداره (٢٤) وبنسبة مئوية مقدارها (١٣,٥٥) ، أما فئة مصادر متعددة (أكثر من مصدر معلومات) فقد حصلت على المرتبة الخامسة بتكرار مقداره (١٨) وبنسبة مئوية قدرها (١٠,١٦) ، وأخيراً حصلت فئة (مواقع إخبارية) على المرتبة الأخيرة وبتكرار مقداره (١٤) وبنسبة مئوية مقدارها (٧,٩٠) . ثالثاً:

ثالثاً: أسلوب العرض وتعتمد الوكالة على أساليب متنوعة في عرض الانفوجرافيك وقد ظهرت لنا في الجدول (٣) الآتي:

جدول (٣) يوضح أسلوب العرض الفني للانفوجرافيك

ت	أسلوب العرض	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	عرض ثابت	٨٠	٤٥,١٩	الأولى
٢	عرض متحرك	٤٣	٢٤,٢٩	الثانية
٣	عرض تفاعلي	٣٧	٢٠,٩٠	الثالثة
٤	أخرى	١٧	٩,٦٠	الرابعة
-	المجموع	١٧٧	٪١٠٠	-

أوضحت نتائج الدراسة في جدول (٣) لأسلوب العرض الفني للانفوجرافيك في وكالة الاناضول التركيبة الإخبارية حصول فئة (عرض ثابت) على المرتبة الأولى بتكرار مقداره (٨٠) وبنسبة مئوية مقدارها (٤٥,١٩) ويجد الباحث حصول هذه الفئة على المرتبة الأولى وذلك لطبيعة الموقع إذ يفضل دائماً " العرض الثابت وهذا ما لاحظته الباحث من متابعته للموقع تصميم وجاءت فئة (عرض متحرك) على المرتبة الثانية بتكرار (٤٣) وبنسبة مئوية مقدارها (٢٤,٢٩) ، وحصلت فئة (عرض تفاعلي) على المرتبة الثالثة بتكرار مقداره (٣٧) وبنسبة مقدارها (٢٠,٩٠) وأخيراً حصلت فئة (أخرى) على المرتبة الأخيرة وبتكرار مقداره (١٧) وبنسبة مئوية مقدارها (٩,٦٠) .

رابعاً: البناء الفني والجدول (٤) الآتي يوضح تلك الأشكال للبناء الفني:

جدول رقم (٤) يوضح شكل البناء الفني للانفوجرافيك

ت	الشكل البنائي للانفوجرافيك	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
---	----------------------------	-----------	----------------	---------

١	طولي	٦٩	٣٨,٩٨	الأولى
٢	افقي	٣٧	٢٠,٩٠	الثانية
٣	مقطعي	٣٣	١٨,٦٤	الثالثة
٤	يجمع بين الكل	٢٤	١٣,٥٥	الرابعة
٥	اخرى	١٤	٧,٩٠	الخامسة
	المجموع	١٧٧	%١٠٠	-

أوضحت نتائج الدراسة لفئة المضامين الرئيسية للانفوجرافيك حصول فئة (طولي) في وكالة الاناضول التركيبية الاخبارية على المرتبة الاولى بتكرار مقداره (٦٩) وبنسبة مئوية مقدارها (٣٨,٩٨) ويجد الباحث حصول هذه الفئة على المرتبة الاولى وذلك لان وظيفة الانفوجرافيك هو تحويل المعلومات والبيانات الى صور مرئية والهدف هو توصيل نقاط رئيسية بشكل اسهل واكثر فاعلية ، ومن هذا المنطلق يجد الباحث ان الشكل البنائي الطولي اكثر جذبا للقارئ ، وحصلت فئة (أفقي) على المرتبة الثانية بتكرار (٣٧) وبنسبة مئوية مقدارها (٢٠,٩٠) ، وحصلت فئة (مقطعي) على المرتبة الثالثة بتكرار مقداره (٣٣) وبنسبة مئوية مقدارها (١٨,٦٤) ، في حين حصلت فئة (يجمع بين الكل) على المرتبة الرابعة بتكرار مقداره (٢٤) وبنسبة مئوية مقدارها (١٣,٥٥) ، وأخيرا حصلت فئة (أخرى) على المرتبة الاخيرة بتكرار مقداره (١٤) وبنسبة مئوية قدرها (٧,٩٠).

خامساً: عناصر بنية الانفوجرافيك وهناك خمسة عناصر تتضح لنا من الجدول (٥) الآتي:

جدول رقم (٥) يوضح العناصر المكونة لبنية الانفوجرافيك

ت	العناصر المكونة لبنية الانفوجرافيك	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الكلمات المفتاحية	٥٦	٣١,٦٣	الأولى
٢	الرسوم	٤٩	٢٧,٦٨	الثانية
٣	الصور الفوتوغرافية	٣٠	١٦,٩٤	الثالثة
٤	اللون	٢٠	١١,٢٩	الرابعة
٥	الرمز	١٦	٩,٠٣	الخامسة
	المجموع	١٧٧	%١٠٠	-

أوضحت نتائج الدراسة لفئة المضامين الرئيسية للانفوجرافيك حصول فئة (الكلمات المفتاحية) في وكالة الاناضول التركيبية الاخبارية على المرتبة الاولى بتكرار مقداره (٥٦) وبنسبة مئوية مقدارها (٣١,٦٣) ويجد الباحث حصول هذه الفئة على المرتبة الاولى لان من اولويات جذب القارئ هو الكلمات المفتاحية بحيث يكون العنوان واضحا وموجزا" ويلخص محتوى الانفوجرافيك ويجب استخدام الخط الواضح وقابل للقراءة ويجب استخدام الوان متناسقة تجذب الانتباه وهذا ماشاهده الباحث في تصميم عناصر الانفوجرافيك في وكالة الاناضول الاخبارية التركيبية ، ، وحصلت فئة (الرسوم) على المرتبة الثانية بتكرار (٤٩) وبنسبة مئوية مقدارها (٢٧,٦٨) ، وحصلت فئة (الصور الفوتوغرافية) على المرتبة الثالثة بتكرار مقداره (٣٠) وبنسبة مئوية مقدارها (١٦,٩٤) ، في حين حصلت فئة (اللون) على المرتبة الرابعة بتكرار مقداره (٢٠) وبنسبة مئوية مقدارها (١١,٢٩) ، وأخيرا حصلت فئة (الرمز) على المرتبة الاخيرة بتكرار مقداره (١٦) وبنسبة مئوية مقدارها (٩,٠٣) .

نتائج البحث:

- ١- حصول فئة (مضامين الانفوجرافيك الامنية والعسكرية) في وكالة الاناضول التركيبية الاخبارية على المرتبة الاولى بتكرار مقداره (٤٧) وبنسبة مئوية مقدارها (٢٦,٥٥)٪.
- ٢- حصول فئة (مصادر خاصة بوكالة انباء الاناضول) لانفوجرافيك في وكالة الاناضول التركيبية الاخبارية على المرتبة الاولى بتكرار مقداره (٥٤) وبنسبة مئوية مقدارها (٣٠,٥٠)٪.
- ٣- حصل اسلوب العرض الفني (عرض الثبات) لانفوجرافيك في وكالة الاناضول التركيبية الاخبارية على المرتبة الاولى بتكرار مقداره (٨٠) وبنسبة مئوية مقدارها (٤٥,١٩)٪.

- ٤- أوضحت نتائج الدراسة لفئة المضامين الرئيسية للانفوجرافيك حصول فئة (طولي) في وكالة الاناضول التركية الاخبارية على المرتبة الاولى بتكرار مقداره (٦٩) وبنسبة مئوية مقدارها (٣٨,٩٨٪).
- ٥- أوضحت نتائج الدراسة لفئة المضامين الرئيسية للانفوجرافيك حصول فئة (الكلمات المفتاحية) في وكالة الاناضول التركية الاخبارية على المرتبة الاولى بتكرار مقداره (٥٦) وبنسبة مئوية مقدارها (٣١,٦٣٪).

الاستنتاجات:

- ١- حظيت مضامين الانفوجرافيك الأمنية والعسكرية في وكالة الاناضول الاخبارية التركية باهتمام كبير وذلك لتركيز الوكالة على تغطية المضامين السياسية من خلال التقارير والاخبار التي تنشرها الوكالة ونظراً لاهتمامها بم منطقة الشرق الاوسط ولما تشهده من تحديات على المستوى الامني والعسكري.
- ٢- اعتمدت وكالة الاناضول التركية الاخبارية على المصادر الخاصة بالدرجة الاولى وذلك لثقتها الكبيرة بجهود و ثقافة وذكاء وأمكانية مندوبيها.
- ٣- اعتمدت وكالة الاناضول التركية الاخبارية على استخدام أسلوب العرض الثابت في تصميم الانفوجرافيك وذلك لوجود وتأثير إيجابي لهذا الأسلوب الفني على مستوى التذكر للقارئ.
- ٤- وظيفة الانفوجرافيك هو تحويل المعلومات والبيانات الى صور مرئية والهدف هو توصيل نقاط رئيسية بشكل أسهل وأكثر فاعلية، ومن هذا المنطلق يجد الباحث ان الشكل البنائي الطولي اكثر جذبا للقارئ.
- ٥- اولويات جذب القارئ هو الكلمات المفتاحية بحيث يكون العنوان واضحا وموجزا" ويلخص محتوى الانفوجرافيك ويجب استخدام الخط الواضح وقابل للقراءة ويجب استخدام ألوان متناسقة تجذب الانتباه وهذا ماشاهده الباحث في تصميم عناصر الانفوجرافيك في وكالة الاناضول الاخبارية التركية.

مراجع:

- بسمان حسن علي، وإبراهيم صابر عبد العزيز. (٢٠٢٣). الصورة الإعلامية للعراق في المواقع الإخبارية التركية - دراسة تحليلية لأخبار وكالة أنباء الاناضول. *مجلة آداب الفراهيدي*، ١٠٥٤، الصفحات ٢٠٣-٢١٩. تم الاسترداد من <https://www.iasj.net/iasj/article/272196>
- حنين سعد سلمان. (٢٠٢١). *الصورة الصحفية والأرهاب الرقمي*. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- حنين سعد سلمان. (٢٠٢٣). الأزمات العراقية في انفوجرافيك وكالة يقين للأبناء - دراسة تحليلية. *مجلة آداب الفراهيدي*، الصفحات ٢٣٤-٢٤٨. تم الاسترداد من <https://www.iasj.net/iasj/article/284038>
- رشا مصطفى ناظم. (٢٠٢١). الاستمالات المستخدمة في منشورات الإنفوجرافيك حول جائحة كورونا - دراسة تحليلية لصفحة وزارة الصحة العراقية على موقع فيسبوك. *مجلة آداب الفراهيدي*، الصفحات ٣٠٠-٣٢٣.
- سعد سلمان المشهداني. (٢٠١٧). *مناهج البحث الإعلامي*. العين: دار الكتاب الجامعي.
- سعد سلمان المشهداني. (٢٠١٩). *منهجية البحث العلمي*. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- سعد سلمان المشهداني. (٢٠٢٠). *منهجية البحث الإعلامي - دليل الباحث لكتابة الرسائل الجامعية*. العين: دار الكتاب الجامعي.
- سعد سلمان المشهداني، ومناف حسن الخالد. (٢٠٢١). مضامين الأنفوجرافيك في الصحافة السعودية - صحيفتي مكة والرياض إنموذجاً. *مجلة آداب الفراهيدي*، الصفحات ٣١٧-٣٤٧. تم الاسترداد من <https://www.iasj.net/iasj/article/213665>
- سهام حسن الشجيري. (٢٠٢١). *صحافة الأنفوجرافيك. مجلة دراسات وبحوث إعلامية- مسار*، الصفحات ٥٥-٨٤. تم الاسترداد من <https://www.iasj.net/iasj/article/200852>
- وكالة الاناضول. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من <https://www.aa.com.tr/ar>

References:

- Basman Hassan Ali, and Ibrahim Saber Abdel Aziz. (2023). The media image of Iraq in Turkish news sites - An analytical study of Anadolu Agency news. *Adab Al-Farahidi Journal*, 54-1, pp. 203-219. Retrieved from [Link](#).
- Hanin Saad Salman. (2021). The press image and digital terrorism. Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution.
- Hanin Saad Salman. (2023). Iraqi crises in Yaqeen News Agency infographics - An analytical study. *Adab Al-Farahidi Journal*, pp. 234-248. Retrieved from <https://www.iasj.net/iasj/article/284038>.
- Rasha Mustafa Nazim. (2021). The uses used in infographic posts about the Corona pandemic - An analytical study of the Iraqi Ministry of Health page on Facebook. *Journal of Adab Al-Farahidi*, pp. 300-323.
- Saad Salman Al-Mashhadani. (2017). *Media Research Methods*. Al-Ain: Dar Al-Kitab Al-Jami'i.
- Saad Salman Al-Mashhadani. (2019). *Scientific Research Methodology*. Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution.
- Saad Salman Al-Mashhadani. (2020). *Media Research Methodology - A Researcher's Guide to Writing University Theses*. Al-Ain: Dar Al-Kitab Al-Jami'i.
- Saad Salman Al-Mashhadani, and Manaf Hassan Al-Khaled. (2021). Infographic Contents in Saudi Journalism - Makkah and Riyadh Newspapers as a Model. *Journal of Adab Al-Farahidi*, pp. 317-347. Retrieved from [Link](#).
- Suham Hassan Al-Shajari. (2021). Infographic Journalism. *Journal of Media Studies and Research - Masar*, pp. 55-84. Retrieved from <https://www.iasj.net/iasj/article/200852>.
- Anadolu Agency. (n.d.). Retrieved from <https://www.aa.com.tr/ar>.
- Ali. B. H., & Abdul-Aziz. I. (2023). The Media Image of Iraq in The Turkish News Websites - An Analytical Study of The News of The Anatolian News Agency. *Journal of Al-Farahidi's Arts*, 54-1, pp. 203-219. Retrieved from [Link](#).
- Al-Mashhadani. s. s. (2019). *Scientific Research Methodology*. Aman: Osama House for Publishing and Distribution.
- 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. (2021). The Contents of The Infographic in The Saudi Press - Makkah and Riyadh Newspapers as A Model. *Journal of Al-Farahidi's Arts*, 47, pp. 317-347. Retrieved from [Link](#).
- Al-Shujairi. P. A. (2021). Infographic Press. *Journal of Media Studies and Research*, 1, pp. 55-84. Retrieved from [Link](#).
- Nadhimi. R. M. (2021). The Appeals Used in Infographic Posts About the Corona Pandemic - An Analytical Study of The Iraqi Ministry of Health Facebook Website. *Journal of Al-Farahidi's Arts*, 46-2, pp. 300-323. Retrieved from [Link](#).
- Salman. h. S. (2021). *Photojournalism and digital terrorism*. Aman: Dar Amjad for Publishing and Distribution.
- Salman. H. S. (2023). Iraqi Crises in Infographics. Yaqeen News Agency - Analytical Study. *Journal of Al-Farahidi's Arts*, 54-3, pp. 234-248. Retrieved from <https://www.iasj.net/iasj/article/284038>.



The Republic of Iraq
Ministry of Higher Education and
Scientific Research
Tikrit University

Journal of Al-Farahidi's Arts

A Quarterly Scientific Journal Published by College
of Arts, Tikrit University

P-ISSN: 2074-9554

E-ISSN: 2663-8118

Deposit Number in The National Library and Documents
in Baghdad (1602) For Year (2011)

Volume (17) Issue (59) January 2025