

توظيف الإنفوجرافيك في القنوات الفضائية العراقية وتأثيره على المتلقي من وجهة نظر الخبراء العراقيين

قصي حميد فهد محمود

جامعة كركوك / كلية الإعلام

qusayhameed@uokirkuk.edu.iq

The use of infographics in Iraqi satellite channels and its impact on the
recipient from the point of view of Iraqi experts

QUSAY HAMEED FAHAD MAHMOUD

Kirkuk University - Faculty of Information

المقدمة

كما استفادت من التقنيات بأشكالها ووسائطها المتنوعة التي أفرزتها الثورة التكنولوجية، ومن أهمها الإنفوجرافيك الذي استخدام بشكل واسع من قبل وسائل الاتصال عموماً والفضائيات خصوصاً كتقنية وفنٍ صحفيٍّ جديد قادر على تبسيط المعطيات المعقدة في صورة مرئية، أو قصصية، أو رسوم توضيحية، أو مخططات، إضافة لدوره في إعادة رسم العلاقة بين الوسيلة والمتلقي، حيث أضاف على المضمون الإعلامي مزيداً من التشويق والتبسيط، وعزز من قدرة الفضائيات على إيصال رسالتها الإعلامية بطريقة جذابة ومشوقة وسهلة الفهم لا سيما في التغطيات التي تستلزم شرحاً مستفيضاً للأحداث.

تشهد الساحة الإعلامية منافسةً كبيرةً بين وسائل الإعلام المختلفة من قنوات فضائية ومواقع إلكترونية إخبارية ومنصات إلكترونية، وتسعى جميعها للتأثير على المتلقي واشباع حاجاته واهتماماته عبر ما تقدمه وتعرضه من أخبار يومية، وهذا وضعها أمام تحدٍّ للبحث عن آليات وأساليب صحفية أكثر وضوحاً وتنظيماً وجاذبية وتواكب التطورات التقنية اللامتناهية.

وكانت القنوات سباقة لمواكبة كافة التطورات للحفاظ على قوة تأثيرها ومصداقيتها وشموليتها، إذ بات هناك اندماجٌ بينها وبين الإنترنت، وأحدثت منصات اجتماعية لها استطاعت عن طريقها خلق بيئة اتصالية تفاعلية مع جمهورها،

وبناءً على اطلاع الباحث ومراجعته للدراسات السابقة فقد لاحظ أن "الإنفوجرافيك" قد حظي باهتمام كبير من جانب الوسائل الإعلامية أولاً ومن طرف الباحثين ثانياً الذين ركزوا بصورة أشمل على الجانب التحليلي لمحتوى مواد الإنفوجرافيك الإخبارية ورصد أشكاله وأنماطه الفنية، ولكن قلة من الدراسات خاصة العربية تناولته من ناحية تأثيره على الجمهور، واقتصرت معظمها على البحث في جانب التوظيف والاستخدام، دون الخوض في فعالية وتأثير هذا النوع الصحفي. انطلاقاً من ذلك جاءت هذه الدراسة لمحاولة الجمع بين توظيف الإنفوجرافيك في القنوات الفضائية العراقية ومعرفة تأثيره على المتلقي.

١. إشكالية الدراسة:

في عصر تدفق المعلومات، وتعرض الجمهور لفيض من الرسائل الإعلامية من مصادر مختلفة، بات من الضروري للقنوات الفضائية إيجاد طرق للحفاظ على انتباه المتلقين وجذبهم إلى محتواها، ولذلك بدأت القنوات الفضائية العراقية بتوظيف "الإنفوجرافيك" كنوع جديد من القوالب الإخبارية الذي يتفوق بسلاسة إيصال المعلومات والبيانات والأرقام وعرضها في نماذج مرئية متنوعة بسيطة الفهم بالنسبة للمتلقي ويسهل عليه إدراكها وتذكرها.

وعلى الرغم من أن استخدام "الإنفوجرافيك" في القنوات الفضائية قد بدأ قبل سنوات عدة إلا أنه لا يزال يترافق بغموض العلاقة بين توظيفه وأثره على المتلقي لناحية تدعيم وتعزيز معلوماته وفهمه ومعارفه حول مختلف القضايا والأحداث التي يتم عرضها، إذ غالباً ما يترافق استخدام ومواكبة وسائل الإعلام للابتكارات التكنولوجية وتشغيلها لتقنيات حديثة بتساؤلات عن كفاءة هذه التقنيات والأدوات في إحداث أثر على الأفراد وآلية هذه التأثير، وبناءً عليه ظهرت مشكلة الدراسة في معرفة درجة توظيف الإنفوجرافيك في القنوات العراقية وتأثيراته على المتلقي وفق رأي الخبراء العراقيين، إضافة إلى التعرف على أنواع وعناصر الإنفوجرافيك الأكثر استخداماً في المحطات العراقية والأسباب التي تدفع المصممين العاملين في تلك المحطات إلى استخدام الإنفوجرافيك.

٢. أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- ١- استكشاف مدى توظيف "الإنفوجرافيك" في المحطات العراقية.
- ٢- تبين تأثير "الإنفوجرافيك" على المتلقي (من وجهة نظر الخبراء العراقيين).
- ٣- التعرف على أنواع الإنفوجرافيك الأكثر استخداماً في المحطات العراقية.

- ٤- إبراز عناصر الإنفوجرافيك الأكثر استخداماً في المحطات العراقية.
- ٥- تحديد المواضيع التي تغطي عادة في الإنفوجرافيك في المحطات التلفزيونية العراقية.
- ٦- استكشاف أسباب استخدام الإنفوجرافيك في القنوات العراقية.
- ٧- رصد المشاكل والتحديات التي تعترض مصممي الإنفوجرافيك في الفضائيات العراقية.
- ٨- تقديم توصيات وإرشادات لتحسين استخدام "الإنفوجرافيك" في القنوات العراقية وذلك بناءً على تحليل النتائج وآراء الخبراء العراقيين.
٣. تساؤلات الدراسة:
على ضوء المشكلة البحثية التي تم عرضها سابقاً، تتبلور تساؤلات الدراسة في:
١- ما حجم توظيف "الإنفوجرافيك" في الفضائيات العراقية؟
٢- ما أنواع "الإنفوجرافيك" الأكثر استخداماً في المحطات العراقية؟
٣- ما الموضوعات التي تُغطي عادةً في "الإنفوجرافيك" المستخدم في القنوات العراقية؟
٤- ما عناصر الإنفوجرافيك الأكثر استخداماً في القنوات العراقية؟
- ٥- ما أسباب استخدام المصممين للإنفوجرافيك في المحطات العاملين بها؟
- ٦- ما التأثيرات الناتجة من توظيف "الإنفوجرافيك" في القنوات العراقية على المتلقي؟
- ٧- ما أبرز العقبات والقيود التي تواجه مصممي الإنفوجرافيك في الفضائيات العراقية؟
٤. الفرضيات:
١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين توظيف الإنفوجرافيك في المحطات التلفزيونية العراقية وتأثيره على المتلقي.
- ٢- هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين نوع الإنفوجرافيك المستخدم في الفضائيات العراقية وتأثيره على المتلقي.
- ٣- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المواضيع المستخدمة في الإنفوجرافيك في القنوات العراقية وتأثيرها على المتلقي.
٥. أهمية الدراسة:
١- أهمية الإنفوجرافيك كفن صحفي يتميز بتحسين جودة المحتوى الإعلامي من خلال قدرته على نقل المعلومات بطريقة مبسطة، وعرضها بصورة ملفتة خارج إطار التعقيد.
- ٢- تقديم رؤى حول كيفية تأثير الإنفوجرافيك على إدراك الجمهور وفهمه واستمتاعه

بالمضامين وبشكل خاص الصعبة والشائكة.

٣- منح إرشادات عملية لصانعي المحتوى في القنوات العراقية حول كيفية استعمال الإنفوجرافيك بشكل فعال يعزز فهم المتلقي للقضايا المتشعبة، وجذب انتباهه.

٤- اعتماد الدراسة على وجهات نظر الخبراء العراقيين، مما يضمن مصداقية النتائج ودقتها.

٦. مصطلحات ومفاهيم الدراسة: سيتم إيراد التعاريف النظرية والإجرائية لمتغيرات الدراسة، للتوضيح بين ما ترمي إليه هذه المفاهيم ومعانيها المستخدمة:

١- الإنفوجرافيك: يعرف اصطلاحاً بأنه العناصر الاتصالية المتطورة والحديثة والتي تسعى إلى توفير المضامين والأفكار إلى المتلقين في شكل مخططات بيانية أو جداول مما يساعد على استيعاب المضمون والمادة المقدمة. (الخولي، ٢٠٢٠)

أما إجرائياً: فيعد وسيلة مرئية للتأثير على الأفراد المستقبليين وتنقيفهم وزيادة إدراكهم عبر تقديم المضامين المتنوعة بطريقة مقنعة وسهلة تدمج ما بين الرسومات والصور والنصوص وغيرها من العناصر.

٢- القنوات العراقية اصطلاحاً: جملة المحطات العراقية التي تعمل على نقل

٣- الخبرة اصطلاحاً: أفراد يتمتعون بخبرة ومعرفة كبيرة في مجال محدد ووفقاً لهذه المعرفة والخبرة يعملون على تقديم النصائح والتحليل والإرشادات في هذا الإطار. (معجم القانون الخاص، ٢٠٢٢)

إجرائياً: مصممي الإنفوجرافيك الذين يعملون في الفضائيات العراقية.

٧. الدراسات السابقة:

١- دراسة مدين التميمي (٢٠٢٣) بعنوان: "توظيف الإنفوجرافيك في نشرات الأخبار من وجهة نظر القائمين عليها" (التميمي، ٢٠٢٣، ص ٥٤٥-٥٨٠)

هدفت الدراسة معرفة مدى توظيف تقنيات "الإنفوجرافيك" في نشرات الأخبار التلفزيونية من وجهة القائمين عليها، إضافة إلى استكشاف الهدف من استخدام هذه التقنية، وإن كان استخدامها قد ساهم في تطوير الجوانب الفنية وعناصر التشويق

أشكال التصميم، والأجزاء المرئية، والنصية، والموظفة.

تعدُّ من الدراسات الوصفية بالاعتماد على المنهج التحليلي، وتم انتقاء مواقع (موازن نيوز - يس عراق - وكالة صحافة المستقل) لتحليل (١٩٤) تصميم جرافيك خلال فترة ستة أشهر.

خرجت الدراسة بعدة نتائج، حرص المواقع عينة الدراسة على استعمال الإنفوجرافيك كمضمون إعلامي يستطيع بث المعلومات بصيغة سلسلة، غلبت الاستفادة من التصميم الثابتة والتي تم اللجوء في تنفيذها على جهات خارجية، وإيلاء نشر الإحصائيات في المضامين الإخبارية أهمية جيدة، بينما جزء قليل كان لتقديم المعلومات.

٣- دراسة Affix Hamza (٢٠٢٣) بعنوان:

"أهمية استخدام الإنفوجرافيك في المجال الصحفي" (H.Afifa, 2023, pp. 122-134)

سعت الدراسة للبحث في أهمية استخدام الإنفوجرافيك في المجال الصحفي، وإظهار دور الأساليب الفنية التي تمكن من صناعة القصص الإخبارية، وذلك من خلال تحليل عدد من أنواع الإنفوجراف المستخدمة في مجموعة من الصحف.

في نشرات الأخبار، ومساعدة الأفراد في معرفة الأحداث والمسائل الجارية، تم الاعتماد على بحوث العلاقة السببية الارتباطية، ومنهج المسح بالاستعانة بأداة الاستبانة للحصول على الإجابات اللازمة، وُحِدَ مجتمع البحث من الأفراد الذين يعملون في التلفزيون العراقي ممن يتولون مهمة تصميم الإنفوجرافيك، واختيرت عينة عمدية تألفت من (٩٠) مفردة، وخلص البحث إلى فعالية استخدام "الإنفوجرافيك" في النشرات، وتوظيف تصميماتها البصرية في نقل معارف جديدة، كما بينت النتائج أن اللجوء إلى هذا التكنيك في النشرات الإخبارية ينعكس على معلومات وإطلاع الجمهور وذلك من وجهة نظر القائمين عليها، وكان من أهم أسباب اعتماد "الإنفوجراف" لتنظيم الأفكار بطريقة سهلة، وتعزيز الاحتفاظ بالمعلومات.

٢- دراسة وفاق بركع (٢٠٢١) وظيفة

الإنفوجرافيك في تقديم المحتوى الإعلامي عبر صفحات المواقع الإخبارية العراقية. (بركع، ٢٠٢١، ص ٢٣٧-٢٥٣) عمدت الدراسة إلى استكشاف فن الإنفوجرافيك وكيفية استخدامه لتقديم محتوى إعلامي من خلال صيغ المنشورة في المواقع الإلكترونية العراقية بناءً على

وانتهت إلى حصيلة من النتائج أبرزها، أن العمل الصحفي بالإنفوجرافيك يجمع بين فنون الصحافة وقواعد التصميم الجرافيكي ومعرفة بالجمهور، ويتطلب إنتاجه القيام بدراسات بحثية موسعة لتحديد نوع الرسالة المناسبة والوسيلة التي يعرض من خلاله، وطبيعة جمهور الوسيلة أو المجموعات المستهدفة، كما بينت النتائج أن التخطيط مهم في نجاح محتوى الإنفوجرافيك المُقدم.

٤ - دراسة Pulpit Sari Sugarcane,

Vinda Setianingrum (٢٠١٩)

بعنوان: "السرد المرئي لتصميم الرسوم البيانية في وسائل الإعلام الإخبارية: دراسة مقارنة لمنصات الوسائط عبر الإنترنت في إندونيسيا" (Sukardani, 2019, pp. 111-116)

حاولت الدراسة معرفة أنواع "الإنفوجراف" المستخدمة في عدد من وسائل الإعلام وبوابات الأخبار في إندونيسيا، وذلك بالاستناد إلى شعبية وانتشار هذه الوسائل، وتم تحليل البوابات بصرياً من جوانب مختلفة، من حيث اللون والصورة والتصميم، والرسم التوضيحي، الآلية المستخدمة في استعراض المعلومات.

وأبرزت الدراسة نتائج عدة منها، أن بوابات الأخبار عينة الدراسة وظفت نماذجاً متنوعة

من تصاميم "الإنفوجرافيك" في عرض أخبارها لمتابعيها، كما أشارت النتائج إلى تنوع المحاور التي تناولها فن الإنفوجراف " أثناء مدة التحليل، بين (سياسي- اجتماعي- اقتصادي)، كما استخدمت البوابات الإخبارية في تصميمها "للإنفوجرافيك" المرئي على الرسوم البيانية، والصور والألوان.

٨. التعليق على الدراسات

السابقة:

عالجت الدراسات موضوعات متنوعة انصبت في معظمها على استخدام وتوظيف "الإنفوجرافيك" في العمل الإعلامي، كما اتبعت مداخلًا نظرية عدة، وتتفق هذه الدراسة مع الدراسات التي سبق عرضها في هذا الجانب، ولكنها تختلف لناحية تناول وبحث تأثير هذا الاستخدام والتوظيف على المتلقي وكيفية هذا التأثير.

ركزت الدراسات التي استعرضها الباحث على اتباع تحليل المضمون والمقابلات كأدوات بحثية، فيما اعتمدت الدراسة الحالية على آراء الخبراء من خلال أداة الاستبانة للتعرف على آرائهم حيال تأثير هذا الفن على الأفراد.

تمت الاستفادة من الدراسات السابقة من خلال عدة نقاط:

وقدم العديد من الباحثين تعريفات مُفصلة لهذا المصطلح، البعض عَرَفه بأنه "وسيلة اتصال مبتكرة تقدم البيانات للمتلقي من خلال صور ورسوم بيانية وجدول سهلة الفهم. ويساعد هذه الأسلوب المرئي على توصيل الأفكار والمحتويات بشكل واضح وموجز". (Alberto, 2012, p. 16)

وفي تعريف آخر أُعتبر أنه "تمثيل مرئي للمعلومات، ويجمع شكل المادة المُعدة للعرض بين الرسوم البيانية والجدول التي تجسد الظاهرة، وتسهم هذه الكيفية في فهم الخبر للمتلقي بأسلوب سريع لا غموض فيه". (Langer, 2017, p. 4)

كما عَرَفه محمد شلتوت على أنه "فن ترجمة المعطيات والأفكار والمفردات المتشعبة إلى صور ورسوم واستعراضها بطريقة جذابة ومفهومة مما يجعلها سهلة الاستيعاب والتذكر". (شلتوت، ٢٠١٧، ص ١١٠)

١٠. ثانياً: مكونات الإنفوجرافيك:

يتكون الإنفوجرافيك من العناصر التالية:

- ١- العناصر البصريّة: الألوان والرسومات والرموز والإشارات والخرائط، والتي تُستخدم لجعل المعلومات أكثر جاذبية بصرياً.
- ٢- عناصر المحتوى: الجزء المكتوب والوقائع والقيم العددية والخط الزمني والمراجع،

١- توسيع الفهم الشامل حول مفهوم "الإنفوجرافيك".

٢- تحديد إشكالية البحث بدقة والمساعدة في وضع التساؤلات المناسبة وصياغة الفروض، وإعداد استمارة الدراسة.

٣- دعم الجانب المفاهيمي الخاص بموضوع الدراسة.

٤- تفسير النتائج المستخلصة من الدراسة الراهنة ومقارنتها بنتائج البحوث السابقة لمعرفة مدى التشابه والاختلاف.

الإطار النظري:

٩. أولاً: مفهوم الإنفوجرافيك:

اكتسب "الإنفوجرافيك" شعبية واسعة لدى الباحثين من مختلف التخصصات، وقد قدم كل منهم تعريفاً خاصاً بالمصطلح يتوافق مع أهداف واستراتيجيات مجال دراسته وموضوع البحث ذاته. ومع ذلك، فإن التعريف الشامل لهذا المفهوم هو استبدال الوقائع والمعلومات المعقدة بصور ورسومات سهلة الفهم، ويتمّ تصميم هذه المعلومات بشكلٍ مبتكر لتسهيل استيعابها دون عناء القراءة، وتعد المعلومات البيانية أداة فعالة تُستخدم على نطاق في وسائل الإعلام، حيث تجمع بين سهولة فهم الرسالة وسرعة مشاركتها، مما يضمن توصيل المعلومات إلى المتلقي بفاعلية.

ساكناً ثابتاً غير متحرك، سواء كانت مطبوعةً بصحفٍ ورقيةٍ أو تم نشرها عبر منصات إلكترونية.

٢- الانفوجراف المتحرك: يحتاج هذا النوع إلى إبداعٍ وخيالٍ مرِنٍ لاختيار الحركات المُعبِّرة وإخراجه حسب السيناريو الموضوع له، ويتخذ هذا النوع مجالات عديدة فقد يكون على شكل نصوصٍ أو رسوماتٍ يرافقها صوت متحدث مع الحركة، أو تصميم للبيانات والتوضيحات بطريقة متحركة، أو التقاط مقاطع فيديو عادية وإضافة بيانات بشكل جرافيكي متحرك لتوضيح الحقائق والمفاهيم عليه.

٣- الانفوجرافيك التفاعلي: يتميز هذا التصميم بإمكانية تحكم الجمهور به وذلك عن طريق برمجة معينة وأدوات التحكم التي يتم وضعها لكي يتمكن المُتلقي من اختيار مكونات الانفوجرافيك، وهذا يحتاج إلى وجود مبرمجٍ ومصمِّمٍ في آن واحد. (Weber, 2013, pp. 17-21)

وتتنوع أشكال ورموز "الإنفوجرافيك" ضمن الأنواع الرئيسية المذكورة سابقاً إلى مجموعة من الأشكال الأكثر شيوعاً واستخداماً، وهي:
(الحربي، ٢٠٢٣، ص ٣٥)

١- الرسوم الإحصائية: تتضمن هذه الفئة أنواعاً مختلفة من العروض التوضيحية للبيانات،

والتي توفر التفاصيل الأساسية حول الموضوع.

٣- المعرفة: الرسالة الشاملة التي يهدف الانفوجرافيك إلى نقلها، والتي تُبنى على الحقائق والاستنتاجات . (بقلة، ٢٠٢٣، ص ١٠٤)

١١. ثالثاً: خصائص

الإنفوجرافيك:

يتميز هذا الفن بالخصائص التالية:

- ١- الاستقلالية والمعنى الكامل: بمعنى أنه قادر على الوقوف بمفرده ونقل معنى واضح دون الحاجة إلى مواد أخرى.
- ٢- المعلومات الحالية: أي أنه يقدم معلومات محدثة وموثوقة عن القضية المعروضة.
- ٣- الشمولية: بمعنى توفير معلومات كاملة لفهم الحدث على نحو شامل.
- ٤- استخدام العناصر الأيقونية المناسبة التي تعكس الواقع بدلاً من تشويهِه.
- ٥- التزامه بالمبادئ الجمالية وأسس التصميم الملائمة.

٦- الوضوح والواقعية: بحيث يكون سهل الفهم ويوضح المعلومات بطريقة واقعية (بريك، ٢٠٢١، ص ١٩٨)

١٢. رابعاً: أنواع الانفوجرافيك:

١- الانفوجرافيك الثابت: ويتمثل برسوم ذات مظاهرٍ وأنماطٍ عديدةٍ جميعها تأخذ نمطاً

مثل الرسوم التخطيطية والبيانات والمخططات والجدول والقوائم، وهي مصممة لترجمة البيانات المعقدة إلى صور ومخططات سهلة الفهم، حيث تساعد الرسوم الإحصائية القراء على استيعاب المعطيات الكمية بسرعة ودقة، مما يسهل مقارنة نقاط البيانات واستخلاص الاستنتاجات.

٢- المخططات الزمنية: تُظهر هذه المخططات تسلسل الأحداث بترتيب زمني، وهي تُسهل على القراء إدراك العلاقات بين الأحداث المختلفة وفهم السياق التاريخي لها، وتأخذ المخططات الزمنية شكل الفقرات الجدولية، حيث تمثل كل فقرة عاماً على سبيل المثال.

٣- الرسوم الجغرافية مع الاستخدام المتزايد للأنظمة الجغرافية (GIS)، أصبحت الخرائط الوسيلة الأفضل لتوضيح المعالم الجغرافية بشكل مرئي جذاب، وتتيح الخرائط القائمة على الإنفوجرافيك فهم العلاقات المكانية المعقدة ببساطة ويسر، ويمكن استخدامها لتوضيح أنماط الهجرة، وتوزيع المخازن الطبيعية، والاتجاهات الخاصة بالسكان، والكثير غير ذلك. من خلال دمج بيانات متعددة الطبقات.

٤- الرسوم الشخصية: يركز هذا النمط على تقديم لمحة عن حياة الشخصيات المؤثرة من مختلف الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية أو شخصية عامة أخرى، وذلك من خلال الاستعانة بالصور والنصوص والرسومات التوضيحية، وينشئ الإنفوجرافيك الشخصي سرداً بصرياً مقنعاً يكشف عن دوافع الفرد ومساره المهني ومساهماته وخصائصه الشخصية الرئيسية وتأثيره على المجتمع.

٥- الرسوم التوضيحية: تستخدم في مناحي متباينة مثل الطهي والتصنيع، لتقديم شرح مرئي للعمليات والظواهر المعقدة، من خلال الدمج بين المفردات والصور والرسوم التخطيطية، ويمكن لها تبسيط المفاهيم التكنولوجية وتوصيلها بأسلوب مفهوم ودقيق.

ومن خلال هذه الأشكال المتنوعة من الإنفوجرافيك، يمكن للصحفيين والمؤلفين تعزيز المحتوى المكتوب وجعله أكثر جاذبية ومشاركة.

١٣. خامساً: استخدام

الإنفوجرافيك في الإعلام:

يعود توظيف فن الإنفوجرافيك بمفهومه الحديث في الصحافة إلى الثمانينيات في بريطانيا، عندما استعانت عدة صحف بريطانية هذا الفن مثل (Sunday Times و Gardens) Manchestere وفي الولايات المتحدة عام ١٩٨٢ حين وظفت صحيفة Today USA هذا الفن في مجال الرسوم البيانية الحديثة، ومنذ ذلك الوقت اندفعت معظم الصحف في العالم بتوظيف الإنفوجرافيك على صفحاتها، واليوم لا تكاد تخلو وسيلة إعلامية من " الإنفوجراف" على اختلاف مستوى الاهتمام بها، ونوع القضايا التي تعالج من خلالها. (الحربي، ٢٠٢٣، ص٣٣)

وتتمثل أهمية الإنفوجرافيك في الصحافة في قدرته على تصور المعطيات والأفكار، إضافة المصادقية إلى المقالات، وتقديم التفاصيل في مساحات صغيرة، كما أنها ساعدت الرسوم الإيضاحية على مجارة تغير نمط الحياة في العصر الرقمي، حيث أصبح الناس يميلون إلى استهلاك المعلومات المرئية أكثر من النصوص. وتشمل أسباب استخدام الإنفوجرافيك في الإعلام:

- زيادة مصداقية الأخبار وحياديتها.

- ادخار الوقت للقراء من خلال مساعدتهم على فهم الأخبار بصرياً بشكل أسرع وأسهل.

- تلافي الثغرات التي لا يمكن للكاميرات الوصول إليها.

- توضيح العلاقات المعقدة والحقائق، مما يثير فضول القراء. (Siricharoeen, 2013, p. 169)

وقد أدى ظهور عصر الإنفوجرافيك في الصحافة إلى إثارة حماس الأجهزة الإخبارية، التي تبحث عن صحفيين وصانعي محتوى جدد يجيدون التعامل مع البيانات والرسومات وتحويلها إلى معلومات ملموسة، والاستفادة من هذا النوع لبث الحدث أو القصة بأسلوب أكثر تأثير وتحمل معنى بشكل مباشر، ومنح الجمهور رؤية ثابتة عن الموضوع، لذلك يتطلب الإنفوجرافيك كفاءات ومهارات متعددة من مجالات مختلفة، ويجب على الصحفيين الذين يختصون بالعمل في مجال البيانات والأرقام أن يتقنوا المهارات الأساسية الآتية:

- ١- تحليل الحقائق المجردة بعين علمية.
- ٢- تجميع الأنباء من مصادر جمة ومتنوعة.
- ٣- اكتشاف التجاوز في المعطيات.
- ٤- تحويل البيانات إلى رسوم إيضاحية جذابة وواضحة.

٥- البراعة في التقصي والبحث الموسع على الإنترنت.

١٤. سادساً: فوائد الإنفوجرافيك

بالنسبة للعمل الصحفي:

يُعد الإنفوجرافيك من ضمن الأشكال الصحفية التي تستخدم بكثافة في العصر الحاضر، للانتفاع منه وتوظيفه في كافة المجريات والشؤون وفي كل الوسائل لما تملكه من أشكال وتصميمات بسيطة وجذابة وإشارات ورموز تؤثر في استيعاب وإدراك المتلقي للرسالة الإعلامية بصورة أعمق من استخدام النص أو الصورة منفردان، ويُستخدم في الغالب لتصوير القصص الإخبارية والانتقال بالمتلقي إلى مواقع تخفق الكاميرة من الوصول إليها، فهو يدمج النصوص، والصور، والمخططات لتوضيح المعلومات المعقدة وتحسين تفهم القراء للأحداث فهو يستند على حقيقة أن معظم الناس يفهمون بشكل أفضل عند الجمع بين النص والصورة، كما تُعد الخرائط أمثلة مهمة على ذلك أيضاً، حيث تُستخدم في التقارير الإخبارية المتعلقة بالطقس والحروب والكوارث. وتُتيح الرسوم الإيضاحية للصحفيين الاستفادة من نقاط القوة الخاصة بكل وسيلة إعلامية، فهي توفر بيئة إعلامية شاملة تجمع بين مزايا وخصائص

أشكال مختلفة من الفنون الصحفية . (ستيفن كوين & فيلاك فينست، ٢٠١٥، ص ٢٢٣) ويوفر الإنفوجرافيك في الصحافة فوائد مهمة، بما في ذلك:

١- تصفية تدفق البيانات لاستخراج المضامين اللازمة عبر:

- فحص البيانات للخروج بمضمون ومادة لها هدف وغاية.

- منهجية العرض لإظهار الأنباء المهمة للقراء بطريقة واضحة وعلمية.

٢- توفير أساليب جديدة لسرد الأخبار.

٣- تفسير المعلومات الرسمية بشكل مستقل.

٤- إمكانية التصدي للحجم الهائل من المعطيات والأخبار في وقتنا الراهن.(غراي، ٢٠١٥، ص ٢٨٢-٢٨٣)

كما تتبلور فوائد الإنفوجرافيك في إنجاز التقارير الإخبارية على وجه الخصوص من خلال:

١- تحديد الأخبار الجيدة والأخطاء المتضمنة في البيانات.

٢- إبراز الموضوعات والأسئلة الرئيسية.

٣- إظهار الأمثلة النموذجية.

٤- الكشف عن الهفوات في التقارير.

٥- شرح النقاط الإخبارية بشكل مقنع وتقديم

عملية إعداد التقارير بشفافية (الريبي، بيرق & الفصيل، عبد الأمير، ٢٠١٩،

ص ١٥٥)

- ٦- تطوير إمكانيات الاستقصاء الإعلامي، وهو عمل يبدأ بالجزئيات وينتهي بالكليات (البياتي، ٢٠٢٤، ٥٤٤).
- ٧- يمثل الإنفوجرافيك نوعاً من الحوار بين المرسل والمتلقي، والحوار يعد الوسيلة الأنسب لإيصال مكنونات النفس والرسائل الإعلامية بين الأفراد (عكلة، ٢٠٢٠، ١١٨).
- ويعتمد إنشاء رسوم توضيحية فعالة على نوع الوسيلة، وطبيعة المعلومات، والجمهور المستهدف، إذ يختلف تصميم الإنفوجرافيك في الصحف عن مواقع الأخبار على الإنترنت، ويتطلب تخطيطاً واستقصاءً دقيقين لتناسب أهداف القصة الإخبارية والمنصة التي سيتم نشرها عليها، كما يجب على محرري ومصممي الإنفوجرافيك مراعاة المعلومات التي يحتاجها القراء وطبيعة الموضوع ووضوح الرسالة.
١٥. سابعاً: تأثير استخدام الإنفوجراف على المتلقي:
إن نجاح الإنفوجرافيك يرتبط بمدى مساعدته للقراء على تبيان الموضوع المطروح، لاسيما وأنه يتمتع بميزات جمة تجعل تأثيره على المتلقي أقوى من الفنون الأخرى وتتمثل هذه التأثيرات في:
- ١- تبسيط المعلومات الشائكة والمعقدة بحيث تصبح أسهل للفهم والتذكر لدى الأشخاص.
- ٢- تلعب المؤثرات المرئية دوراً مهماً في إيصال المعلومة للمتلقي.
- ٣- تبديل عرض المعلومات والبيانات من حروف وأرقام مكتوبة بطريقة روتينية إلى صور ورسوم جذابة يسهل عليه رؤيتها.
- يرغب المستقبل في مشاهدة تصميم الإنفوجرافيك أكثر من متابعة النصوص الجامدة غير المترافقة مع أي نوع من الصور، وهذا يزيد من تفاعله مع المحتوى المقدم له. (Smiciklas, 2012, p. 11)

١٦. نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من مجموعة الأبحاث الوصفية القائمة "رصد دقيق لظاهرة أو حدث ما بأسلوب كمي أو نوعي في حقبة واحدة أو عدة فترات مختلفة، من أجل فهم جوهر الحالة أو الحدث، وبلوغ نتائج وبيانات تساعد في استيعاب الواقع وتحسينه. (عليان، ٢٠٠٤، ص ٤٨)

١٧. منهج الدراسة:

اتبعت الدراسة أسلوب المسح والذي هو تجميع منظم للبيانات المتعلقة بالمؤسسات على اختلاف تصنيفاتها وأعمالها وخدماتها وإجراءاتها وموظفيها، وذلك في غضون فترة معينة ومحددة، ويهدف هذا المنهج "إلى دراسة الظواهر في حالتها الحالية من خلال جمع البيانات من مختلف جوانب المؤسسة عبر سلسلة خطوات متسقة توضح نوع ومصادر البيانات وآليات جمعها". (شفيق، ٢٠٠٠، ص ١٠٩)

تم اختياره لتوافق خصائصه مع أهداف الدراسة، وجمع المعطيات والبيانات اللازمة من عينة الدراسة واختبارها للوصول إلى إجابات دقيقة وفهم أعمق لموضوع الدراسة.

١٨. مجتمع وعينة البحث:

تحدد المجتمع في مجموعة من مصممي الإنفوجرافيك العاملين في التلفزيون العراقي وتم الاعتماد على العينة المتاحة والتي بلغ عدد أفرادها ١٠٠ مفردة.

السمات السيكمومترية لأدوات الدراسة:

الصدق: تم التأكد من الصدق الظاهري للأداة التي تم استخدامها في البحث عن طريق عرض الاستمارة على عدد من المحكمين من الأساتذة في كلية الإعلام، وبناءً على ملاحظاتهم تم إجراء التعديلات اللازمة.

الثبات: تم التحقق من الثبات من خلال معامل ألفا كرونباخ وتم تطبيقه على أسئلة الاستبيان وبلغت قيمته ٠,٧٨ وبالتالي الثبات مقبول وجيد.

الإجراءات الإحصائية للبيانات:

بعد أن انتهى الباحث من تجميع البيانات الخاصة بالبحث تم ترميزها وإدخالها إلى جهاز الحاسوب ومن ثم معالجتها والتوصل إلى مجموعة من النتائج الإحصائية باستعمال SPSS وذلك بالاعتماد على المعالجات الإحصائية الآتية:

١- النسب المئوية - التكرارات البسيطة.

٢- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

٣- ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)

للتحقق من الثبات.

١٩. تفسير نتائج البحث

ومناقشتها:

تعبّر عن المضامين باستعمال صور ومخططات بيانية ورسوم وجداول وإحصائيات تسهم في تبسيط المعلومات المقدمة للجمهور المستهدف ومساعدته على فهم المصطلحات الصعبة.

بعد تجميع البيانات وإدخالها إلى جهاز الكمبيوتر تمت معالجتها واستخلاص النتائج منها كما يأتي:

١- درجة استخدام المحطات العراقية للإنفوجرافيك:

جدول (١) توزيع المبحوثين وفقاً لدرجة استعمال المحطات العراقية للإنفوجرافيك

درجة استخدام القنوات العراقية للإنفوجرافيك ك/ %	
بشكل كبير	٤١
متوسط	٣٤
ضعيف	٢٥
المجموع	١٠٠

أظهرت النتائج الواردة في الجدول أن (٤١%) من المحطات تستخدم الإنفوجرافيك بدرجة كبيرة و(٣٤%) من القنوات تستخدمه بدرجة متوسطة في حين أن (٢٥%) تستخدمه بدرجة ضعيفة، وهذا يدل على إدراك المسؤولين والإداريين في الأجهزة التلفزيونية العراقية لأهمية استخدام الإنفوجرافيك في تقديم مضامينهم المتنوعة نظراً لدوره الكبير في جذب انتباه المتلقين نحو المضمون الإعلامي باعتباره طريقة تحريرية

٢- أنواع الإنفوجرافيك الأكثر استخداماً في القنوات العراقية:

جدول رقم (٢) توزيع المبحوثين وفقاً لأنواع الإنفوجرافيك الأكثر استخداماً في القنوات العراقية

أنواع الإنفوجرافيك ك/ %	
متحرك	٤٧
مختلط	٢٨
ثابت	١٤
تفاعلي	١١
المجموع	١٠٠

وفقاً للنتائج السابقة جاء الإنفوجرافيك المتحرك كأكثر الأنواع استخداماً في القنوات العراقية بنسبة (٤٧%) ويفسر ذلك بأن الفيديو المتحرك يعد أكثر جاذبية بالنسبة للأفراد المستهدفين، كما يلعب دوراً فعالاً في تفسير البيانات المعقدة والإحصائيات بطريقة بسيطة بالنسبة للمتلقين، كما أنه يقوم بدور مهم في جذب الانتباه وزيادة

خرائط	٣
المجموع	١٠٠

تبعاً لما ورد في الجدول السابق كانت الصور هي العنصر الأكثر استخداماً في القنوات العراقية بنسبة (١٦%) تلاها الرسوم بنسبة (١٣%) ويعود ذلك إلى أهمية الصورة كونها تضيف بعداً مرئياً جذاباً للمضمون المراد توصيله للمتلقين، كما أنها تتفرد بقيمة فنية ومرئية في مقابل النصوص المكتوبة، وتعد الصورة واحدة من العناصر الرئيسية التي تحظى بأهمية كبيرة مقارنة ببقية العناصر، وخاصة أن الإنفوجرافيك يعد فن من الفنون البصرية بالدرجة الأولى وبالتالي تلعب الصورة دوراً كبيراً في تأكيد المعاني المتنوعة وهذا يعكس سبب استخدام القنوات العراقية لعنصر الصورة بشكل أكبر من غيره، إضافة إلى ذلك تعتبر الرسوم أداة مرئية مرنة تستعمل بصورة كبيرة في المحطات الفضائية لخلق مشاهد تحدث فيها تغيرات أو حركات معينة وتسهم بالتالي في جذب المشاهد.

مستوى التفاعل مع المضمون المقدم، ويتم من خلاله تحويل النصوص إلى مضامين ممتعة مما يوفر قيمة مضافة للمحتوى المنشور هذا ما يدفع القنوات العراقية إلى الاعتماد عليه بشكل أكبر من غيره، أما فيما يتعلق بالإنفوجرافيك التفاعلي فقد ورد في المرتبة الأخيرة بنسبة (١١%) ويبرر ذلك بأن إنتاج هذا النوع من الإنفوجرافيك يتطلب جهداً أكبر إضافة إلى أنها مكلفة مادياً أكثر من غيرها من الأنواع، كما أنه يتطلب وقت أكبر لإنتاجه هذا ما يدفع القنوات الفضائية العراقية إلى اللجوء إلى الأنواع الأخرى من الإنفوجرافيك والاعتماد عليها بصورة أكبر.

٣- عناصر الإنفوجرافيك الأكثر استخداماً في المحطات العراقية:

جدول (٣) توزيع المبحوثين وفقاً لعناصر

الإنفوجرافيك الأكثر استخداماً في التلفزيونات العراقية

عناصر الإنفوجرافيك الأكثر استعمالاً في القنوات العراقية	ك/ %
صور	١٦
رسوم	١٣
نصوص	١١
إحصائيات	١٠
مخطط بياني	١٠
أسهم ورموز	٩
أشكال	٨
ألوان	٨
عناصر تفاعلية	٧
جداول	٥

الإنفوجرافيك والذي يعتمد بالأساس على اختزال كم كبير من المعلومات والأرقام في صورة مبسطة من خلال أي شكل من أشكال الإنفوجرافيك كالصور والمخططات والخرائط والجدول وغيرها، ويستعمل الإنفوجرافيك لتبسيط وتفسير المضامين التي يصعب فهمها من خلال النصوص.

٥ - المواضيع التي تغطي في الإنفوجرافيك المستخدم في القنوات العراقية:

جدول (٥) توزيع المبحوثين وفقاً للمواضيع التي تغطي في الإنفوجرافيك في القنوات العراقية

مواضيع الإنفوجرافيك	ك/ %
سياسية	٢٥
اجتماعية	٢١
تقنية	١٤
اقتصادية	١٣
فنية	١٠
رياضية	٧
دينية	٥
ثقافية	٣
تاريخية	٢
المجموع	١٠٠

جاءت المضامين السياسية في مقدمة المواضيع التي يتناولها الإنفوجرافيك في المحطات العراقية

٤ - أسباب استخدام الإنفوجرافيك في

القنوات العراقية:

جدول (٤) توزيع المبحوثين وفقاً لأسباب استخدام الإنفوجرافيك في القنوات العراقية

أسباب استخدام الإنفوجرافيك في القنوات العراقية	ك/ %
تقديم المعلومات والأفكار بطريقة مختصرة وبسيطة	٣٣
إضافة مصداقية أكبر على المضامين المقدمة	١٧
عرض المعلومات بطريقة جذابة ومشوقة مما يجعلها أكثر قدرة على الإقناع من النصوص	١٥
تدعيم الأفكار الرئيسية بالأدوات المرئية دون الحاجة إلى قراءة المضامين	١٤
القدرة على تخزين المعلومات لفترة زمنية أطول	١٢
توعية وإرشاد المتلقي	٩
المجموع	١٠٠

جاءت عبارة تقديم المعلومات والأفكار بطريقة مختصرة وبسيطة في المقدمة كأبرز أسباب استخدام الإنفوجرافيك في القنوات العراقية بنسبة (٣٣%)، ويعد هذا السبب جوهر فن

٢٥	توضيح المعلومات والأفكار المعقدة بطريقة بصرية سهلة الفهم بالنسبة للمتلقي
١٧	يزيد من قدرة المتلقي على تذكر المحتوى المقدم
٨	إعلام المتلقي بالأخبار حول مختلف الأحداث والقضايا
٥	إغناء ثقافة المتلقي
١٠٠	المجموع

جاءت عبارة جذب المتلقين وزيادة تفاعلهم مع المضامين المقدمة في مقدمة التأثيرات الناتجة عن استخدام الإنفوجراف في المحطات العراقية بنسبة (٤٥%)، خاصة وأن هذه القنوات تعتمد بشكل كبير على الإنفوجرافيك المتحرك وفق ما سبق التوصل إليه من نتائج في الجدول رقم (٢) وبالتالي هذا يسهم بشكل كبير في جذب انتباه المتلقي وإثارة اهتمامه للتفاعل مع المضامين المقدمة أكثر من النصوص التي تكون في أغلب الأحيان جافة وتجعل المتلقي غير قادر على متابعة قراءتها في حين أنت عبارة توضيح المحتويات والأفكار المعقدة بطريقة بصرية سهلة الفهم بالنسبة للمتلقي في الدرجة الثانية بنسبة (٢٥%) خاصة وأنها تعمل على اختزال كم كبير من البيانات عن طريق مختلف عناصر الإنفوجرافيك كالصور والألوان

بنسبة (٢٥%)، تلاها المواضيع الاجتماعية بنسبة (٢١%) يعود هذا إلى أن أغلب المحطات العراقية تركز على استخدام الإنفوجراف بشكل كبير في نشراتها الإخبارية وبحكم أن العراق يعاني من وضع سياسي متوتر واضطرابات فبالإضافة من الطبيعي أن يستخدم الإنفوجراف بشكل أكبر في المواضيع السياسية، إضافة إلى ما سبق تركز القنوات العراقية على إلقاء الضوء على المشكلات المجتمعية التي يتعرض لها الوسط العراقي في برامجها المختلفة وهذا ما يفسر سبب تركيز القنوات على المواضيع الاجتماعية في الإنفوجرافيك وذلك بهدف تقديم المعلومات بأسلوب مختصر وبسيط يسهل على المتلقي فهمه واستيعابه والتفاعل معه.

٦- التأثيرات المتحققة من استخدام

الإنفوجرافيك في القنوات العراقية على المتلقي:

جدول (٦) توزيع المبحوثين تبعاً للتأثيرات

المتحققة من استخدام الإنفوجرافيك في القنوات العراقية على المتلقي

التأثيرات المتحققة من استخدام الإنفوجرافيك في القنوات العراقية على المتلقي	ك/ %
جذب المتلقين وزيادة تفاعلهم مع المضامين المقدمة	٤٥

والرسوم وغيرها مما يجعل المتلقي قادراً على فهمها واستيعابها أكثر من النصوص.

٧- الضغوطات التي يتعرض لها مصممي

الإنفوجرافيك في القنوات العراقية:

جدول (٧) توزيع المبحوثين وفقاً للمعوقات التي تواجه مصممي الإنفوجرافيك في القنوات العراقية

التحديات التي تواجه مصممي الإنفوجرافيك في القنوات العراقية	ك/ %
ضغوط الوقت التي تفرضها ضرورة الاستجابة السريعة لمتطلبات العرض التلفزيوني	٢٨
نقص الخبرات والكفاءات المتخصصة	٢٥
قلة الموارد المالية والتقنية اللازمة لإنتاج الإنفوجرافيك بجودة عالية	٢١
نطاق الحرية التي تقدمها الأجهزة الإعلامية للمصممين	٢٠
التنافس وضرورة تقديم تصاميم مبتكرة تميزهم عن المصممين الباقين	٦
المجموع	١٠٠

بينت النتائج السابقة أن أبرز المعوقات التي يواجهها مصممي الإنفوجرافيك في القنوات العراقية تكمن في ضغوط الوقت التي تفرضها ضرورة الاستجابة السريعة لمتطلبات العرض التلفزيوني بالدرجة الأولى وبنسبة (٢٨%) وهذه نتيجة منطقية خاصة وأن المصممين مضطرين لإنتاج الإنفوجرافيك في وقت قصير لمواكبة

مواعيد البث على القنوات العراقية، تلاها نقص الخبرات والكفاءات المتخصصة بنسبة (٢٥%) وهذا يعود إلى عزوف العديد من المصممين عن العمل نتيجة الأجور الزهيدة التي لا تتوافق مع كمية الجهد الذي يبذلونه، وبحثهم عن فرص عمل في أماكن وبلدان أخرى خارج العراق، ومن ثم أتت عبارة قلة الموارد المادية والتكنولوجية اللازمة لإنتاج الإنفوجرافيك بجودة عالية في الترتيب الثالث وبنسبة (٢١%) ويمكن تبرير ذلك بأن العديد من القنوات العراقية تعاني من نقص التمويل نتيجة ما عانت منه البلاد من حروب وأزمات اقتصادية وسياسية لفترات زمنية طويلة مما انعكس على نطاق العمل الإعلامي مما جعل من الأمر الصعب توفير معدات وتقنيات حديثة في الوسائل الإعلامية العراقية وخاصة الأجهزة والمعدات المتعلقة بإنتاج الإنفوجرافيك.

٢٠. خلاصة اختبار الفروض:

١- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة

إحصائية بين استخدام الإنفوجرافيك في القنوات العراقية وتأثيره على المتلقي.

٢- هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع الإنفوجرافيك المستخدم في المحطات العراقية وتأثيره على المتلقي.

جدول (٨) العلاقة الارتباطية بين درجة توظيف الإنفوجرافيك في القنوات العراقية وتأثيرها على المتلقي

المتغيرات	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
درجة توظيف الإنفوجرافيك × التأثير على المتلقي	٠,٠٠	٠,٢٩
ن	١٠٠	

يوضح الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ضعيفة الشدة بين درجة توظيف الإنفوجرافيك في القنوات العراقية وتأثيرها على المتلقي حيث بلغت قيمة بيرسون (٠,٠٠) وبمستوى معنوية (٠,٢٩) وبالتالي كل ما زادت درجة استخدام الإنفوجرافيك في القنوات العراقية كلما زاد تأثيرها على المتلقي، ومن هنا يقبل الفرض القائل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين توظيف الإنفوجرافيك في المحطات العراقية وتأثيره على المتلقي.

جدول (٩) العلاقة الارتباطية بين نوع

الإنفوجرافيك المستخدم في القنوات العراقية

وتأثيره على المتلقي

المتغيرات	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
نوع الإنفوجرافيك × التأثير على المتلقي	٠,٠٠	٠,٤٣
ن	١٠٠	

يبين الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية متوسطة الشدة دالة بين نوع الإنفوجرافيك المستعمل في القنوات العراقية وتأثيره على المتلقي حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٠٠) وبمستوى معنوية (٠,٤٣) ومن هنا يقبل الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية بين نوع الإنفوجرافيك المستخدم في المحطات العراقية وتأثيره على المتلقي.

٣- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المواضيع المستخدمة في الإنفوجرافيك في المحطات العراقية وتأثيرها على المتلقي.

جدول (١٠) العلاقة الارتباطية بين المواضيع

المستخدمة في الإنفوجرافيك في القنوات

العراقية وتأثيره على المتلقي

المتغيرات	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
طبيعة المواضيع المستخدمة × التأثير على المتلقي	٠,٠٠	٠,٣٤
ن	١٠٠	

يظهر الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ضعيفة الشدة دالة إحصائياً بين طبيعة المواضيع المستخدمة في الإنفوجرافيك في القنوات العراقية وتأثيره على المتلقي حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٠٠) وبمستوى معنوية (٠,٣٤) ومن هنا يقبل الفرض القائل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين طبيعة الموضوعات المستعملة في الإنفوجرافيك في القنوات العراقية وتأثيرها على المتلقي.

٢١. خلاصة بأبرز النتائج:

١- بينت نتائج الدراسة أن (٤١%) من القنوات الفضائية العراقية تستخدم الإنفوجرافيك بدرجة كبيرة و(٣٤%) من القنوات تستخدمه بدرجة متوسطة في حين أن (٢٥%) تستخدمه بدرجة ضعيفة.

٢- أظهرت النتائج أن الإنفوجرافيك المتحرك هو النوع الأكثر استخداماً في المحطات

الإنفوجرافيك في القنوات العراقية تكمن في ضغوط الوقت بنسبة (٢٨%) تلاها نقص الخبرات والكفاءات المتخصصة (٢٥%).

٢٢. نتائج اختبار الفروض:

١- تمّ قبول الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين توظيف القنوات الفضائية العراقية للإنفوجرافيك وتأثيره على المتلقي.

٢- تمّ قبول الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع الإنفوجرافيك المستعمل في القنوات العراقية وتأثيره على المتلقي.

٣- تمّ قبول الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المواضيع المستخدمة في الإنفوجرافيك في القنوات العراقية وتأثيره على المتلقي.

٢٣. توصيات الدراسة:

١- ضرورة الاهتمام بفن الإنفوجرافيك بصورة أكبر والتركيز على استخدامه في مختلف المضامين مع مراعاة تبسيط المحتوى.

٢- ضرورة العمل على وضع حلول للعديد من المشكلات التي تعترض المصممين في القنوات العراقية كالععمل على تخصيص ميزانية أكبر لهم، ورفع أجورهم.

العراقية بنسبة (٤٧%) تلاه المختلط بنسبة (٢٨%).

٣- جاءت الصور كأكثر العناصر استخداماً في القنوات العراقية بنسبة (١٦%) تلاها الرسوم بنسبة (١٣%) تلاها النصوص بنسبة (١١%).

٤- جاءت عبارة تقديم المعلومات والأفكار بطريقة مختصرة وبسيطة في المقدمة كأبرز أسباب استخدام الإنفوجرافيك في القنوات العراقية بنسبة (٣٣%)، تلاها إضافة مصداقية أكبر على المضامين المقدمة بنسبة (١٧%).

٥- أتت المضامين السياسية في المستوى الأول كأبرز الموضوعات التي يغطيها الإنفوجرافيك في القنوات العراقية بنسبة (٢٥%)، تلاها المواضيع الاجتماعية بنسبة (٢١%).

٦- جاءت عبارة جذب المتلقين وزيادة تفاعلهم مع المضامين المقدمة في مقدمة التأثيرات المرتبة عن استعمال الإنفوجراف في المحطات العراقية على المتلقي بنسبة (٤٥%) تلاها توضيح الأفكار المعقدة بصورة بصرية بسيطة الفهم بالنسبة للمتلقى بنسبة (٢٥%).

٧- أبرزت النتائج أن أهم المصاعب والضغوطات التي يواجهها مصممي

٣- مواكبة التطورات التقنية الخاصة

بالإنفوجرافيك وتحديثاته بصورة دائمة بما

يتلاءم مع الثورة الاتصالية.

٤- تحقيق التنوع في أنواع وعناصر

الإنفوجرافيك المستخدمة وعدم الاعتماد على

نوع أو عنصر واحد هذا يضيف حيوية أكبر

على المضامين المقدمة.

٥- تحقيق التنوع في أنواع وعناصر

الإنفوجرافيك المستخدمة وعدم الاعتماد على

نوع أو عنصر واحد هذا يضيف حيوية أكبر

على المضامين المقدمة.

٢٤. مقترحات الدراسة:

١. تأسيس إدارات متخصصة بفن

الإنفوجرافيك في القنوات العراقية كافة

مع زيادة عدد المتخصصين هذا سيسهم

بشكل كبير في تخفيف الضغوطات

المرتتبة عن ضيق الوقت.

٢. ضرورة إقامة دورات تدريبية للمصممين

بشكل دائم لتحسين أدائهم ومساعدتهم

على مواكبة مختلف التحديثات في عالم

الإنفوجرافيك.

٣. إجراء دراسات مستقبلية حول توظيف

الإنفوجرافيك في بقية وسائل الإعلام

العراقية.

المصادر

المراجع العربية:

١. بركع، و.، ٢٠٢١. وظيفة الإنفوجرافيك في تقديم المحتوى الإعلامي عبر صفحات المواقع الإخبارية العراقية. S.I.: المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (٢٢)،.
٢. بريك، إ.، ٢٠٢١. توظيف الإنفوجرافيك في معالجة القضايا العامة بالمواقع الإلكترونية الإماراتية. S.I.: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد (٢٠)، عدد (٣).
٣. بقله، ح.، ٢٠٢٣. توظيف الانفوجراف في صفحات القنوات التلفزيونية السورية على فيسبوك. S.I.: مجلد (٤)، مجلة جامعة دمشق.
٤. البياتي، عدنان قحطان (٢٠٢٤): تأثير طرائق التعليم الإسلامي الحديثة في القيم المستخلصة من التفاسير القرآنية، مجلة جامعة كركوك للدراسات الإنسانية، المجلد ١٩، العدد ٢، العراق.
٥. التميمي، م.، ٢٠٢٣. توظيف الإنفوجرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر القائمين عليها. S.I.: "مجلة آداب المسنصرية، عدد (102) ، .
٦. الحربي، ع.، ٢٠٢٣. توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية للصحف السعودية". S.I.: مجلة كلية الآداب بقنا، عدد (58).
٧. الخولي، س. ع. ا. م.، ٢٠٢٠. دور الإنفوجرافيك في زيادة انقراءة الجمهور للمحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية. مكان غير معروف: دراسة تحليلية وميداني، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
٨. الربيعي، بيرق & الفصيل، عبد الأمير، ٢٠١٩. التوظيف الصحفي للإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية: S.I.: الباحث الإعلامي، العدد (43).
٩. ستيفن كوين & فيلاك فينست، ٢٠١٥. الصحافة المُدمجة مُقدمة وسائل الإعلام الكتابة والإنتاج. S.I.: ترجمة نادية إبراهيم، القاهرة: المركز القومي للترجمة.
١٠. السنجري، ب. د. ا.، ٢٠١٧. دور القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإرهاب، S.I.: مجلة البحث الإعلامي، عدد: ٣٩.

١١. شفيق، م.، ٢٠٠٠. البحث العلمي: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية. s.l.: (ط.١)، الاسكندرية: مصر. المكتب الجامعي الحديث.
١٢. شلتوت، م.، ٢٠١٧. الإنفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج، (ط.١). s.l.: الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
١٣. عكلة، محمد خلف (٢٠٢٠): بلاغة توظيف الحوار في الشعر العربي أبو فراس الحمداني إنموذجاً، مجلة جامعة كركوك للدراسات الإنسانية، المجلد ١٥، العدد ٢، العراق.
١٤. عليان، ر.، ٢٠٠٤. البحث العلمي أسسه- مناهجه وأساليبه- إجراءاته: s.l.: (ط:١)، عمان: الأردن. بيت الأفكار الدولية.
١٥. غراي، ج.، ٢٠١٥. صحافة البيانات كيف تستخرج الاخبار من أكوام الأرقام والمعلومات في الانترنت: s.l.: ترجمة : ندى رمضان ، الدار العربية للعلوم ناشرون.
١٦. معجم القانون الخاص، ٢٠٢٢.

<https://ontology.birzeit.edu/term/%D8%AE%D8%A8%D9%8A%D8%B1>

s.l.: 21/6/2024 جامعة بيرزيت

المراجع الأجنبية:

1. Alberto, C., 2012. *The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization*. s.l.: united states of America: New Riders.
2. H.Afifa, 2023. *The importance of using infographics in field of journalism*. s.l.: Journal El-Baheth in Human and Social Sciences, vol (14), on (2).
3. Langer, J. & Z. M., 2017. *Evaluation of the User Experience of Interactive Infographics in Online Newspapers*. s.l.:University of Applied Sciences Burgenland.
4. Siricharoen, W., 2013. *Infographiics: The New Communcation Tools in Digiital Age*. s.l.:The International Conference on E-Technologies and Business on the Web (EBW2013)At: Bangkok, Thailand.
5. Smiciklas, M., 2012. *The power of infographics using pictures communicate and connect with your audiences*. s.l.: Pearson Education, INC: USA.
6. Sukardani, P. S. V., 2019. *Visual Storytelling of Infographic Design in News Media: A Comparative Study on Online Media Platforms in Indonesia..* s.l.:Advances in Social Science, Education and Humanities Research, on (380).

7. Weber, W. & R. H., 2013. *Between tradition, imitation and innovation: interactive information graphics in Asia*. s.l.:Conference of the international communication, Association ICA, London.

الملخص

الكلمات المفتاحية: الإنفوجرافيك، القنوات

الفضائية العراقية، المتلقي، الخبراء

Abstract

Employment of Infographics in Iraqi Satellite Channels and its Impact on the Recipient from the Perspective of Iraqi Experts

This study aimed to identify the degree of using infographics in Iraqi satellite channels and its impact on the recipient. This study belongs to the descriptive studies based on the survey method by distributing a questionnaire to a sample of 100 infographic designers working in Iraqi channels.

The study reached a set of results, the most important of which are:

The results showed that the animated infographic is the most commonly used type in Iraqi satellite channels, followed by the mixed type.

The phrase presenting information and ideas in a brief and simple manner came to the fore as the most prominent reason for using infographics on Iraqi satellite channels, followed by adding greater credibility to the contents presented.

The most important impacts of using infographics in Iraqi channels on the recipient are attracting viewers and increasing their interaction with the presented content, in addition to clarifying complex information and ideas in an easy-to-understand visual way

The main challenges facing infographic designers in Iraqi channels are time pressures and lack of specialized expertise and competencies

سعت هذه الدراسة إلى استكشاف درجة توظيف الإنفوجرافيك في المحطات الفضائية العراقية وتأثيره على المتلقي، تعدد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية بالاعتماد على المنهج المسحي عن طريق توزيع صحيفة استقصاء على عينة من مصممي الإنفوجرافيك العاملين في القنوات العراقية بلغ عدد أفرادها ١٠٠ مفردة، ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

بينت النتائج أن الإنفوجرافيك المتحرك هو النوع الأكثر استخداماً في القنوات الفضائية العراقية تلاه المختلط.

جاءت عبارة تقديم المعلومات والأفكار بطريقة مختصرة وبسيطة في المقدمة كأبرز أسباب استخدام الإنفوجرافيك في القنوات العراقية تلاها إضافة مصداقية أكبر على المضامين المقدمة.

تتمثل أهم التأثيرات الناتجة عن استخدام الإنفوجراف في المحطات العراقية على المتلقي في جذب المتلقين وزيادة تفاعلهم مع المضامين المقدمة إضافة إلى توضيح الأفكار والمعلومات المعقدة بطريقة بصرية بسيطة الفهم بالنسبة للمتلقي.

تكمن أبرز المعوقات التي يعاني منها مصممي الإنفوجرافيك في القنوات العراقية في ضغوط الوقت ونقص الخبرات والكفاءات المتخصصة.

ثبتت تواجد علاقة ارتباطية بين توظيف القنوات الفضائية العراقية للإنفوجرافيك وتأثيره على المتلقي.

It has been proven that there is a statistically significant correlation between Iraqi satellite channels' use of infographics and its impact on the recipient..

Keywords: Infographics, Iraqi Satellite Channels, Recipient, Experts