

معالجة الإنفوجرافيك للقضايا المجتمعية في المواقع الإخبارية اليمنية

أ. صفاء ناصر عجلان

مدرس في قسم الصحافة - كلية الإعلام بجامعة عدن

أ. سحر محمد أحمد علي

مدرس في قسم الصحافة - كلية الإعلام بجامعة عدن

مقدمة:

مع تطور الإعلام الجديد وما رافقه من وفرة في المعلومات، نشأت الحاجة إلى نوع من الصحافة يقدم تلك المعلومات في صورة مبسطة للجمهور. من هنا بدأ فن الإنفوجرافيك في الظهور كفن صحفي وأداة من أدوات صحافة البيانات. وقد استفادت الصحافة من الإنفوجرافيك بعرض المعلومات والبيانات في صيغة سهلة وواضحة الفهم، وبصورة منظمة يسهل على المتلقي قراءتها وفهمها واسترجاعها (Dick, 2020).

وإلى وقت قريب كان التعريف الشائع للإنفوجرافيك أنه اختصار لكلمتي: Information و Graphic أي عرض بصري للبيانات أو المعلومات. لكن هذا التعريف لم يعد يعبر عن وظيفة الإنفوجرافيك، وحديثاً تطوّر المسمى وصار يعني سرد قصة متكاملة في شكل تقنيات حديثة وبيانات بصرية، ونصوص، ورسومات إيضاحية، وصور (Krum, 2013).

وللإنفوجرافيك عدة أنواع أولها الثابت (static)، حيث يعرف بالإنفوجرافيك الذي يعرض المعلومات والبيانات في صورة ثابتة، وهو النوع الذي سيتم بحثه في هذه الدراسة، وهناك الإنفوجرافيك التفاعلي (Interactive) (فاطمة الزهراء، 2017) الذي يختلف عن الإنفوجرافيك الثابت في إضافة بعض الميزات المتحركة التي تجعل من التصميم أكثر تفاعلية بالنسبة للقارئ.

ويتكوّن الإنفوجرافيك من ثلاثة عناصر أهمها: «العناصر البصرية»، حيث تحوي الألوان والرسومات والرموز والخرائط. ثم «المضمون»، ويشمل الحقائق والإحصائيات والنص والمراجع والمصادر والإطار الزمني. وأخيرا «المعرفة» وتعني خلاصة الموضوع أو الرسالة التي يتناولها الإنفوجرافيك. (Siricharoen, Siricharoeo, 2015)

وفي الصحافة اليمنية يعد موقع (خلاصة) الذي تأسس في العام 2014 من أوائل المواقع اليمنية المتخصصة بالإنفوجرافيك وصحافة البيانات. وبعدها بسنوات قليلة استفادت عدد من الصحف المطبوعة والمواقع الإخبارية اليمنية مختلفة الانتماءات من الإنفوجرافيك الثابت والمتحرك - مع الاهتمام بالنوع الأول أكثر - لنشر المعلومات والبيانات، خاصة مع دخول اليمن في الصراع منذ العام 2015 وحاجة المتلقي إلى الاطلاع على العديد من القضايا المجتمعية التي أفرزتها الحرب. وفي مارس 2018 تأسست «شبكة صحفيي البيانات» كأول شبكة يمنية متخصصة بصحافة البيانات، تسعى من أجل نشر وتعزيز ثقافة صحافة البيانات في اليمن، وتعمل على تمكين الصحفيين اليمنيين من الأدوات والمهارات لإنتاج مواد صحفية مدعومة بالبيانات، بحسب محمد إسماعيل رئيس شبكة صحفيي البيانات في اليمن (مقابلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، 17 نوفمبر 2021م).

مشكلة الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة عن السؤال الرئيس وهو: كيف استخدمت المواقع الإخبارية اليمنية الإنفوجرافيك في معالجة القضايا المجتمعية؟ وذلك من خلال رصد وتحليل وتفسير النماذج المنشورة للإنفوجرافيك في المواقع عينة الدراسة (المشاهد نت، ونيوزيمن).

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية صحافة الإنفوجرافيك التي برزت في السنوات الأخيرة خاصة مع التدفق المتواصل للمعلومات، أو ما يطلق عليه «فوضى المعلومات». تزداد حدة هذه الفوضى في المناطق التي تعيش أزمات وصراعات مثل اليمن، حينها تبرز الحاجة إلى وسيلة تنظم سيل الأخبار والشائعات بحيث يسهل على الجمهور تلقي المعلومة الموثقة المصدر في صورة مبسطة وشكل فني جذاب، ويعد الإنفوجرافيك أحد تلك الوسائل. كما أن أهمية الدراسة ترجع إلى قلة الأبحاث التي تناولت صحافة الإنفوجرافيك في اليمن -على حد علم الباحثان- نظرا لحدثة هذا النوع من الفن في الصحافة اليمنية.

هدف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس من الدراسة الحالية بالكشف عن كيفية توظيف المواقع الإخبارية اليمنية عينة الدراسة للإنفوجرافيك في معالجة القضايا المجتمعية من ناحية المضمون والشكل.

تساؤلات الدراسة:

1. ما القضايا التي يعالجها الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية عينة الدراسة؟
2. ما وظيفة الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية عينة الدراسة؟
3. ما مصادر معلومات الإنفوجرافيك المنشور في المواقع الإخبارية عينة الدراسة؟
4. من ينتج الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية عينة الدراسة؟
5. ما طبيعة مضمون الإنفوجرافيك المنشور في المواقع الإخبارية عينة الدراسة؟
6. ما الاستمالات الإقناعية المستخدمة في الإنفوجرافيك المنشور في المواقع الإخبارية عينة الدراسة؟
7. ما العناصر الشكلية (الجرافية والنصية) المستخدمة في عرض الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية عينة الدراسة؟
8. ما أساليب عرض البيانات في الإنفوجرافيك المنشور في المواقع الإخبارية عينة الدراسة؟

عرض الدراسات السابقة:

تمثلت المشكلة البحثية في دراسة (أسامة فاضل البدراني، 2021) بالكشف عن آلية توظيف الصحافة الإلكترونية للإنفوجرافيك في تقديم الموضوعات المتعلقة بالصراع الأمريكي-الإيراني، من خلال تحليل مضمون موقع "الجزيرة نت" وموقع "العهد نيوز" العراقي وموقع "سكاي نيوز"، في المدة من 1/ أكتوبر 2017 وحتى 1/ أكتوبر 2020. خلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن الصحف وظفت الموضوعات السياسية بشكل واسع عبر الإنفوجرافيك بنسبة (40%)، كما استخدم الإنفوجرافيك بهدف التفسير بالدرجة الأولى بنسبة (22.8%). واعتمدت المواقع عينة الدراسة على المصادر الداخلية بنسبة (50%) وعلى الشرح المبسط لتقديم مضمونها بنسبة (45.6%)، وفيما يتعلق بفئات العناصر الجرافية فقد جاءت الصورة بالمرتبة الأولى بنسبة (25%). هدفت دراسة (Manar Imad, 2020) إلى الكشف عن الاتجاهات الحديثة في استخدام الإنفوجرافيك في الصحف العربية والأمريكية، عن طريق تحليل 275 إنفوجرافيك منشور في موقعي البيان الإماراتي، و USA Today Website في المدة من 1 إلى 7 مايو 2017، ومعرفة الفروقات بين الموقعين. انتهت الدراسة إلى أن الإنفوجراف المنشور في موقع USA Today Website اهتم بالقضايا الاقتصادية بنسبة (21.4%)، في حين ركز موقع البيان الإماراتي على القضايا الاجتماعية بنسبة (23.9%)، كما طغى النص على الجوانب الجرافية في الإنفوجرافيك المنشور في الموقعين بنسبة (58.4%).

وحول استخدام الإنفوجرافيك في تغطية تداعيات فيروس كورونا، هدفت دراسة (محمد عبدالحاميد أحمد، 2020) إلى الكشف عن مدى توظيف الصحف العربية لهذا الفن في تغطية تداعيات الجائحة، من خلال تحليل مضمون ثلاث مواقع إخبارية عربية هي "أخبار اليوم" المصرية و"الرياض" السعودية و"البيان الإماراتية" لشهر مارس 2020. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: توظيف الإنفوجرافيك لقرارات الحكومة لمكافحة الوباء بنسبة (19%)، ومن ثم إحصائيات الإصابة بنسبة

(15%)، وكانت التوعية الوقائية الهدف الأول من استخدام الإنفوجرافيك بنسبة (29%). كما اهتمت المواقع المدروسة بالمصادر الداخلية، وجاء الاعتماد على الرموز بنسبة (87%) ومن ثم الأشكال الهندسية.

وركزت دراسة (خلف الطاهات وسرى شطناوي، 2020) على الكشف عن مستوى اهتمام المواقع الإلكترونية الأردنية والمتمثلة بـ (الرأي والسبيل والغد) بتوظيف الإنفوجرافيك، وذلك عبر تحليل مضمون الإنفوجرافيك المنشور في المدة من بداية العام 2014 وحتى نهاية العام 2019. وقد توصلت الدراسة إلى أن الإنفوجرافيك المنشور بصحف الدراسة ركز على الموضوعات السياسية بالدرجة الأولى بنسبة (24%)، كما لم تهتم الصحف الأردنية بذكر مصادر معلومات البيانات بنسبة (55%). وفيما يتعلق بالاستمالات الإقناعية فقد حصلت العقلية منها على المرتبة الأولى بنسبة (59.5%).

وفي إطار المقارنة سعت دراسة (أمل منير، 2018) إلى الكشف عن مدى توظيف الإنفوجرافيك في الصحف المصرية والأجنبية لمعالجة القضايا المجتمعية، وقد اختارت الباحثة صحف "المصري اليوم" و"الجاردان" البريطانية و"نيويورك تايمز" الأمريكية، حيث حلت مضامينهم لعام 2015. وفيما يتعلق بالإنفوجرافيك الثابت انتهت الدراسة إلى أن المصري اليوم ركزت على القضايا الاقتصادية بنسبة (25%)، في حين ركزت الصحف الأمريكية على الشؤون الداخلية بنسبة (22%)، أما "الجاردان" فاهتمت بقضايا الإرهاب وداعش بنسبة (34%). كما أظهرت النتائج اهتمام "المصري اليوم" بالرموز بنسبة (82%) وعلى العكس من ذلك حازت الخرائط على اهتمام "الجاردان" و"نيويورك تايمز" بنسب (56%) و(42%)، وفيما يتعلق بالمصادر فلم تهتم "المصري اليوم" و"الجاردان" بذكر مصادرها بنسب (55%) و(59%)، في حين ذكرت "نيويورك تايمز" مصادر معلوماتها بنسبة (79%).

وتمثلت المشكلة البحثية في دراسة (دينا طارق، 2018) بالكشف عن محددات توظيف صحافة البيانات بالمواقع الإخبارية المصرية والمتمثلة بـ "الوطن" و"المصري اليوم" والعالمية «نيويورك تايمز» و"الجاردان"، ولتحقيق هدف الدراسة استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون لعينة زمنية تمثلت بعام 2015، وكذا تخصيص أداة المقابلة المفتوحة للتعرف على المشكلات التي يعانها صحفيي البيانات في مصر والمهارات التي يحتاجها. وقد توصلت الدراسة إلى أن المواقع المصرية اهتمت بالموضوعات السياسية بنسبة (40.5%)، كما أظهرت استخدام تلك المواقع للإنفوجرافيك بالدرجة الأولى بنسبة (42.9%)، بعكس المواقع العالمية التي تعتمد أكثر على الخرائط والرسوم البيانية بنسبة (46%)، كما لم تهتم المواقع المصرية بذكر مصادر المعلومات بنسبة (65.7%)، على نقيض المواقع العالمية حيث كانت معظمها مصادر رسمية بنسبة (54%).

اختلف هدف دراسة (Waralak Vongdowang Siricharoen, Nattanun, 2015) عن باقي الدراسات، فقد ركز الباحثان على أهمية تقييم ومراجعة الإنفوجرافيك من قبل المتخصصين، للمساهمة في إنتاج إنفوجرافيك فعال يسهل على المتلقي

فهمه. وتوصلت الدراسة إلى أن أهم مقومات الإنفوجرافيك المعلومات الدقيقة والموثقة، كما أكدت على ضرورة أن تتوفر مهارات خاصة لإنتاجه من ناحية التقنية المستخدمة والمعلومات، فلا يجب أن يتركز الاهتمام فقط على الشكل الفني على حساب دقة المعلومات، لأن المحتوى هو العنصر الأهم في الإنفوجرافيك.

أيضا اهتمت دراسة (Hiram Henriquez, 2014) بتفسير أهمية الإنفوجرافيك المنشور في الصحف الأمريكية في الثلاثين سنة الأخيرة كصحف "ميامي هيرالد" و"واشنطن بوست" و"صنداي تايمز" و"التايم" وغيرهم، من خلال تحليل مضمون عدد من الإنفوجرافيك المنشورة لديهم. واتفقت الدراسة مع ماسبق، فقد أكدت على أهمية الاستعانة بالمصممين الذين لديهم خلفية في الصحافة، لأن ذلك يؤدي إلى إنتاج إنفوجرافيك متقن من ناحية التصميم الفني ودقيق من ناحية المعلومات، وبذلك سيصبح الإنفوجرافيك أداة واضحة ومختصرة لإشراك القراء في الأحداث وتوفير المعرفة الأساسية لهم.

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في المواقع الإخبارية اليمنية الأهلية / الخاصة. وبعد إجراء الدراسة الاستطلاعية لأهم المواقع الإخبارية اليمنية، تم اختيار المواقع الآتية:

1. **موقع المشاهد نت:** منصة يمنية تهتم بالقصة الخبرية، وتحرص على تغطية دقيقة وموضوعية، للأحداث في اليمن، وذلك بحسب التعريف المذكور في الموقع. انطلق مطلع العام 2016م، يعد من المواقع الصحفية الأهلية / الخاصة، والأقرب توجهها للحكومة المعترف بها دولياً. خصص في مطلع 2019م نافذة للإنفوجرافيك بنفس المسمى.

2. **موقع نيوز يمن:** جبهة إعلام وطنية، مهنية لكنها غير محايدة صادر عن المجموعة اليمنية للإعلام، وذلك بحسب التعريف المذكور في الموقع. بدأ بثه في مايو 2005 باللغتين العربية والإنجليزية، توقف الموقع لمدة 7 أعوام، وعاود نشاطه من مدينة عدن في يناير 2018م، الأقرب توجهها للقوى السياسية والعسكرية التابعة للرئيس السابق علي عبدالله صالح. وكان اختيار هذين الموقعين للأسباب الآتية:

- تخصيصهما نافذة خاصة بالإنفوجرافيك.
 - تنوع الموضوعات المتناولة.
 - وجود أرشيف للموقع.
 - من أوائل المواقع التي نشرت الإنفوجرافيك في اليمن.
- وقد استخدمت الباحثتان أسلوب الحصر الشامل للإنفوجرافيك المنشور في المواقع عينة الدراسة، حيث وصل عددهم إلى 66 "إنفوجرافيك" في موقع المشاهد نت و 203 لدى موقع "نيوز يمن".

الحدود الزمنية للدراسة:

تمت دراسة الإنفوجرافيك المنشور في الموقع عينة الدراسة من 1/ نوفمبر 2019 حتى 31/

أكتوبر 2020، وتعود أسباب الاختيار إلى:

- التوقيع على اتفاق الرياض بين الحكومة المعترف بها دولياً والمجلس الانتقالي الجنوبي في 5 نوفمبر 2019، وبعدها عودة الحكومة إلى العاصمة المؤقتة عدن في 30 ديسمبر 2019.
- ظهور وانتشار فيروس كورونا في العالم واليمن بالتحديد بداية عام 2020، والتحديات التي واجهها القطاع الصحي المنهار في اليمن بسبب الحرب المندلعة منذ مارس 2015.
- الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المستمرة في اليمن والتي زادت ذروتها مع تداعيات فيروس كورونا.

أداة جمع البيانات:

استخدمت الباحثتان أداة تحليل المضمون المتمثلة باستمارة التحليل لتحقيق أهداف الدراسة، حيث يعد أسلوباً للرصد والتوصيف الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال. (شريف اللبان وهشام عطية، 2012)

بالإضافة إلى أداة المقابلة مع أربعة من القائمين بالاتصال في المواقع عينة الدراسة، وهم: رئيس تحرير، والمحرر الفني، والمصمم، في موقع المشاهد نت، ورئيس شبكة صحفيي البيانات في اليمن، وأحد العاملين في موقع نيوز يمن رفض ذكر اسمه أو طباعة عمله.

إجراءات الصدق والثبات:

بعد تصميم استمارة تحليل المضمون تم عرضها على مجموعة من الأساتذة في كليات الإعلام لتحكيمها، وعلى ضوء ملاحظات المحكمين تم تعديل الاستمارة في شكلها النهائي وتطبيقها لاختبار الصدق الظاهري.

وفيما يتعلق بالثبات طبقت الباحثتان الثبات من خلال إعادة التحليل على عينة حجمها (5%) من الإنفوجرافيك عينة الدراسة، واستخدمت معادلة هولستي لقياس الثبات، حيث وصلت درجة معامل الثبات إلى 90% مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق.

فئات التحليل:

1. فئة القضايا المجتمعية: يقصد بها جميع القضايا المجتمعية الداخلية: السياسية والاجتماعية والاقتصادية والعسكرية والأمنية وغيرها من القضايا التي عالجها الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية عينة الدراسة.

1. فئة وظيفة الإنفوجرافيك:

- إخبارية: تهدف إلى تقديم المعلومات والإخبار بها دون تفسيرها.
- تفسيرية: تهدف إلى شرح أسباب ونتائج حدث أو موضوع معين.
- دعائية: يقصد بها الإشارة والإشادة بجهة معينة بهدف تبني أفكارها أو تأييدها.
- توعوية: تهدف إلى نصح المتلقي ورفع إدراكه حول موضوع معين.

- تحريضية: يقصد بذلك التحريض ضد قوى أو شخصيات معينة، من خلال وصفهم بألفاظ وتعبيرات سلبية أو تخويفية.

3. فئة مصادر المعلومات:

- ذكرت: يقصد بذلك الإشارة إلى مصدر المعلومات المنشورة في الإنفوجرافيك ونوعها:
- رسمية: أي من مصادر لها صفة الرسمية كالقوى السياسية والعسكرية المسيطرة داخل اليمن، وخارجيا المؤسسات والهيئات الحكومية والمنظمات الأممية أو التابعة للحكومات.
- غير رسمية: غير ماسبق ذكره.

- لم تذكر: أي لم يتم الإشارة إلى مصدر المعلومات أو البيانات المنشورة في الإنفوجرافيك.

4. فئة منتج الإنفوجرافيك:

- ذكر: أي تم ذكر معد ومصمم الإنفوجرافيك.
- لم يذكر: لم يتم الإشارة لمعد أو مصمم الإنفوجرافيك أو كلاهما.

5. طبيعة مضمون الإنفوجرافيك:

- نص: يقصد بذلك استخدام النص المكتوب فقط لتوصيل المعلومات.
- أرقام وإحصائيات: بمعنى الاعتماد على الإحصائيات بالدرجة الأولى.
- كلاهما: الجمع بين النص والإحصائيات في الإنفوجرافيك.

6. فئة الاستمالات الإقناعية:

- عقلية: يقصد بذلك استخدام البراهين والأدلة المنطقية.
- عاطفية: تستهدف التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته.
- تخويفية: استخدام لغة التحذير والتخويف لإقناع المتلقي بالرسالة المقدمة.
- بدون استمالات: لم يستخدم أي من الاستمالات السابقة.

7. العناصر الجرافيكية:

- الرموز: هي الإيماءات أو العلامات الدالة على شيء معين، كالرموز الدينية، الاقتصادية، السياسية، التحذيرية وغيرها.

- رسومات: يقصد بها الرسوم البيانية والرسوم الكاريكاتيرية والتعبيرية.
- صور: يقصد بها الصور الفوتوغرافية للأشخاص أو الأماكن وغير ذلك.
- الألوان: استخدام لون واحد أو عدة ألوان في الإنفوجرافيك.

9. شكل عرض الإنفوجرافيك:

طولي، عرضي.

10. شكل نص الإنفوجرافيك:

- عناوين: يقصد بذلك استخدام النص في المقدمة أو قبل كل عنصر جرافيكي بهدف التعريف بالمحتوى.

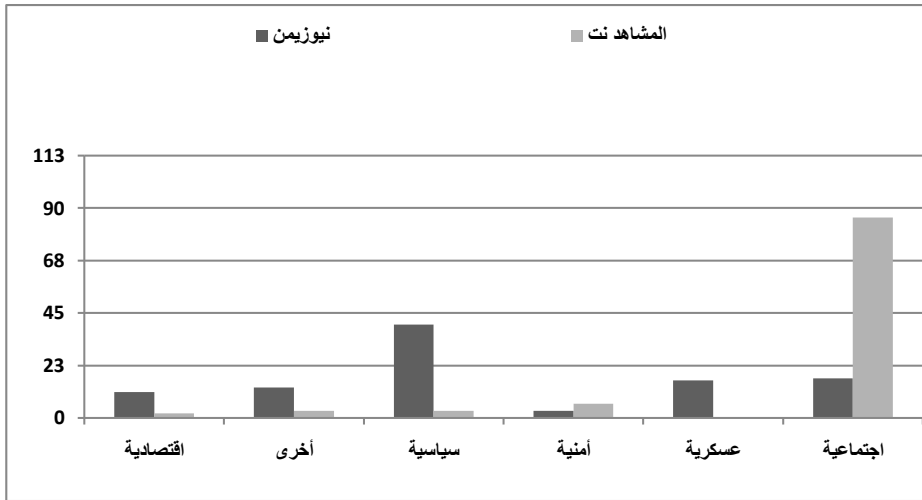
- شرح مبسط: يقصد بذلك الكلمات أو الجمل القصيرة.
- شرح تفصيلي: أن يحتوي الإنفوجرافيك على كلمات وجمل طويلة.

11. نوع الفواصل المستخدمة:

- الألوان: استخدام لون أو أكثر في تحديد الفواصل الخاصة بأجزاء الإنفوجرافيك.
 - المساحة الفارغة: يقصد به استخدام المساحات كفواصل ما بين أجزاء الإنفوجرافيك.
 - الأشكال الهندسية: يقصد به استخدام المربعات أو المنحنيات والأشكال وغيرها من الأشكال.
- ### 12. أساليب عرض البيانات:

- الوصفي: يقصد بذلك وصف الحدث أو الفكرة فقط.
- التسلسلي: يقصد به عرض المعلومات والبيانات عن الأحداث بشكل متتابعي.
- المقارنة: يقصد به المقارنة بين حدثين أو أكثر وإظهار أوجه الشبه أو الاختلاف بينهما.

نتائج الدراسة التحليلية:

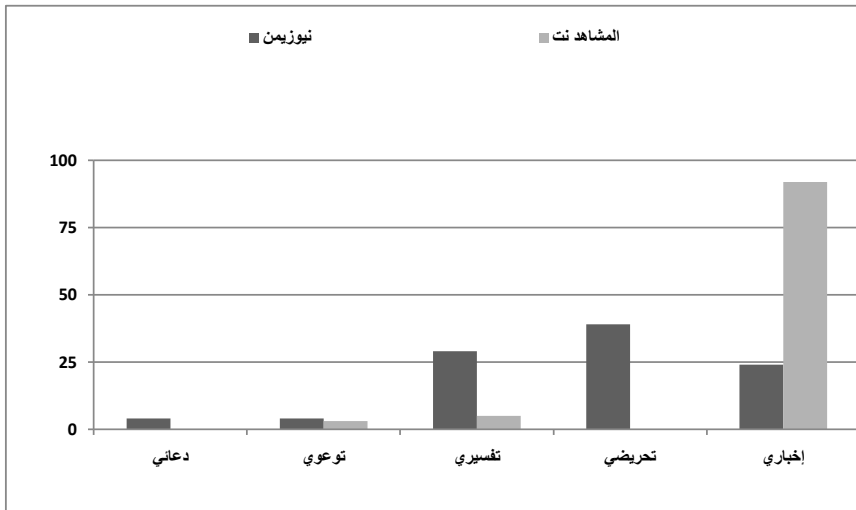


شكل رقم (1): القضايا التي يعالجها الإنفوجرافيك في المواقع عينة الدراسة

يتضح من الشكل رقم (1) اختلاف القضايا المجتمعية التي عالجها الإنفوجرافيك في المواقع عينة الدراسة، حيث جاءت القضايا الاجتماعية في المرتبة الأولى لدى موقع "المشاهدات" بنسبة (86%)، وشملت في غالبيتها قضايا الصحة المتعلقة بجائحة كورونا، تلتها القضايا الأمنية بنسبة (6%) وشملت (إحصائيات حول الحوادث المرورية في مناطق سيطرة جماعة أنصار الله)، ثم في المرتبة الأخيرة جاءت القضايا السياسية التي تناولت (اتفاق الرياض وسرد للشخصيات التي حكمت اليمن). في حين اختلف الأمر في موقع "نيوزيمن" حيث حلت القضايا السياسية في المرتبة الأولى بنسبة (40%) من مجمل الإنفوجرافيك المنشور في الموقع، والتي غلب عليها من جهة

أسلوب الخطاب التحريضي ضد سياسات جماعة "أنصار الله" وحزب "التجمع اليمني للإصلاح" والداعمين الإقليميين لهما: (إيران وقطر)، ومن ثم الحكومة المعترف بها دولياً، ومن الجهة الأخرى التأييد لسياسات وقرارات "المجلس الانتقالي الجنوبي". تلتها القضايا الاجتماعية بنسبة (17%) وشملت موضوعات أهمها: الصحة مثل تداعيات ظهور فيروس كورونا في اليمن، والأوبئة، وموضوعات النزوح، والتعليم، والأمن الغذائي وغيرها. ثم القضايا العسكرية في المرتبة الثالثة بنسبة (16%) وتناولت التحركات والتعيينات الخاصة بالقادة العسكريين من التجمع اليمني للإصلاح، وخروقات جماعة أنصار الله في الهدنات العسكرية، وتصريحات وتحركات القادة العسكريين في الساحل الغربي، مستجدات المعارك على الجبهات، وحول اغتيال العميد عدنان الحمادي وغير ذلك.

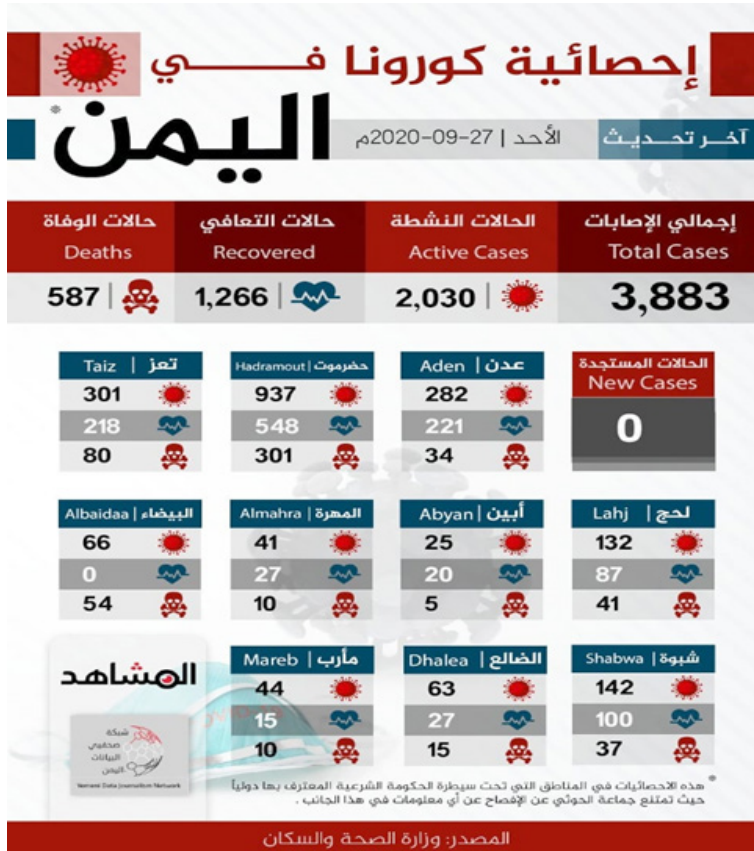
كما جاءت القضايا الاقتصادية في موقع "نيوز يمن" في المرتبة الخامسة بنسبة (11%)، وشملت موضوعات مثل تداعيات انهيار العملة المحلية، اختلاس المسؤولين في الحكومة الشرعية للأموال العامة، الطبقات الجديدة للعملة اليمنية، خدمات البنى التحتية مثل الكهرباء والنفط والانترنت. وفيما يتعلق بفئة أخرى، فقد احتوت على قضايا حقوقية وصحفية لدى "المشاهد نت"، في حين شملت على قضايا حقوقية وصحفية وثقافية ودينية وبيئية في موقع نيوز يمن. وتأتي هذه النتيجة متوافقة مع طبيعة مضمون كل من الموقعين، فالمشاهد نت يركز في تغطيته الصحفية على القضايا الاجتماعية، بعكس "موقع نيوز" يمن الذي يهتم أكثر بالقضايا السياسية ومن ثم العسكرية.



شكل رقم (2): توزيع الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية اليمنية عينة الدراسة

يتبين من الشكل السابق رقم (2) اختلاف توزيع المواقع الإخبارية عينة الدراسة للإنفوجرافيك.

ففي موقع «المشاهد نت» جاءت الوظيفة الإخبارية في المرتبة الأولى بنسبة (92%)، وخصص أغلب الإنفوجرافيك عن جائحة كورونا، خاصة منذ مطلع شهر أبريل 2020 لعرض آخر المستجدات والإصابات والإحصائيات. ثم أتت وظيفة التفسير والشرح في الترتيب الثاني بنسبة (5%). في حين وُظِفَ (39%) من الإنفوجرافيك المنشور في موقع «تيوزيمن» لغرض التحريض، وتحديدًا ضد جماعة أنصار الله، حيث استخدمت أسلوب التخويف، مثال ذلك الإنفوجرافيك المنشور بعنوان: (الهوية الحوثية تبعية إيرانية وتشكيك في إسلام اليمنيين)، في إشارة إلى أن جماعة أنصار الله (الحوثيين) يعملون على تغيير المذهب الديني لليمنيين. وفي انفوجرافيك آخر بعنوان «الحوثي يستغل جامع الصالح للتجسس على مرتاديه من النساء).



نموذج للإنفوجرافيك الإخباري منشور لدى موقع المشاهد نت

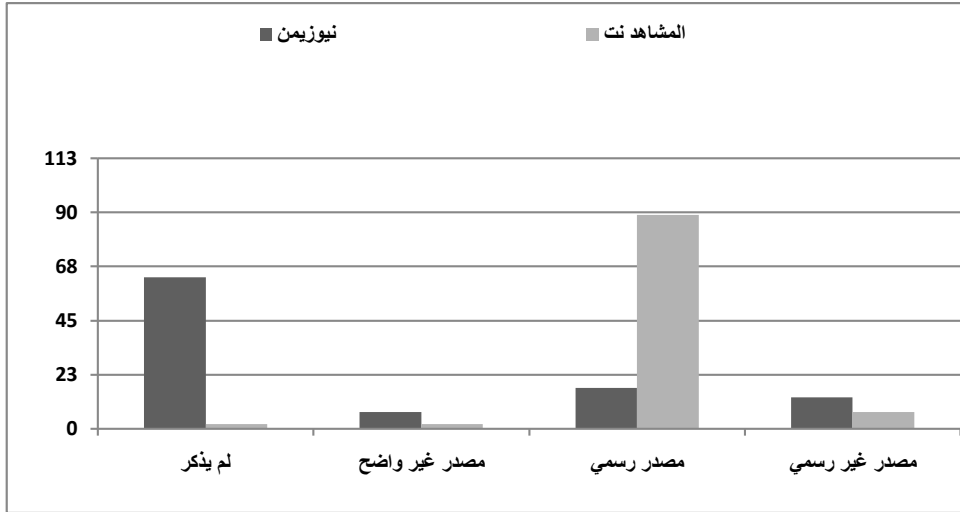
وكذلك التحريض ضد حزب «التجمع اليمني للإصلاح» ، ومثال ذلك وصف الموقع للحزب «بالإخوان» إشارة إلى أنه حزب إرهابي يتبع جماعة الإخوان المسلمين التي صُنفت لدى عدد من

الدول على أنها «جماعة إرهابية» ، كما استخدم موقع «نيوزيمن» بعض المصطلحات التحريضية مثل (مطابخ الدجل والتزييف الإخوانية).

وعلى الرغم من ظهور فيروس كورونا في اليمن في إبريل 2020، وإطلاق العديد من المنظمات الأممية والصحية الإرشادات التوعوية وطرق الوقاية من الجائحة. فإن المواقع عينة الدراسة لم تهتم بنشر الإنفوجرافيك التوعوية إلا بنسب بسيطة لم تتعدى (3%) في موقع «المشاهد نت» ، الذي اهتم بذكر إحصائيات الحالات أكثر من اهتمامه بنشر التوعية ضد الفيروس. يقابلها نسبة (4%) في موقع «نيوزيمن» ، الذي انشغل أكثر بالمناكفات مع الأطراف السياسية المخالفة له، وعرض مجريات الأحداث على الجبهات العسكرية.



نموذج لإنفوجرافيك التحريضي منشور لدى موقع نيوزيمن



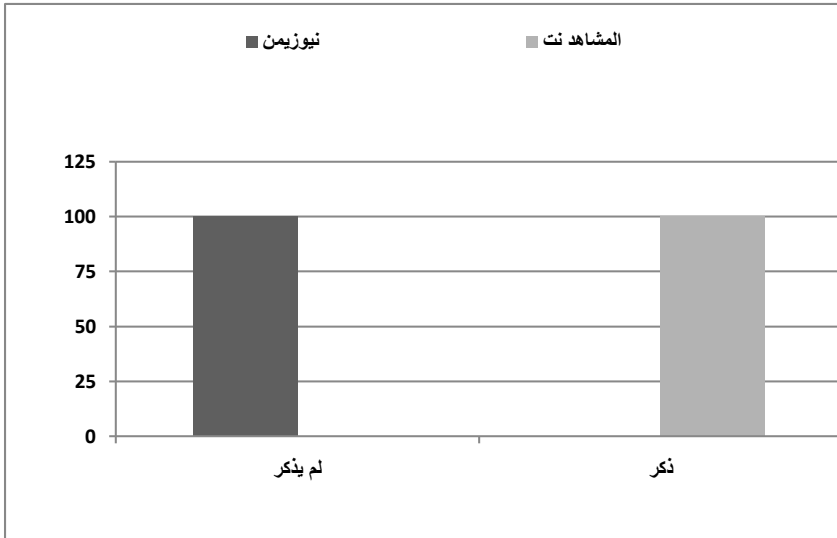
شكل رقم (3): مصادر معلومات الإنفوجرافيك المنشور في المواقع الإخبارية عينة الدراسة

يتضح من الشكل السابق رقم (3) أن موقع «المشاهدات» أهتم بذكر مصادر المعلومات الواردة في الإنفوجرافيك المنشور لديه، حيث جاءت المصادر الرسمية بالمرتبة الأولى بنسبة (39%) وتمثلت بالوزارات الحكومية ومكاتبها مثل: مكتب الصحة، ووزارة الداخلية، ووزارة النفط والمعادن. والمنظمات الأممية مثل اليونسيف والصحة العالمية. أما المصادر غير الرسمية فتتمثلت بالمؤسسات والجمعيات الأهلية. وفي المقابل لم يهتم موقع «نيوزيمن» بذكر مصادر معلومات الإنفوجرافيك المنشور لديه بنسبة عالية تصل إلى (63%)، الأمر الذي يقلل من مصداقية الإنفوجرافيك، الذي من أهم عناصره دقة المعلومات المصدر الموثوقة. (Siricharoen, Siricharoen, 2015).

أما بقية المصادر الرسمية التي استشهد بها فشملت قيادات المقاومة الوطنية اليمنية في الساحل الغربي، وقيادات المجلس الانتقالي الجنوبي، ومن ثم التقارير والتصريحات الأممية، والاتحاد الأوروبي، وأخيراً الشخصيات والهيئات الممثلة للحكومة المعترف بها دولياً.

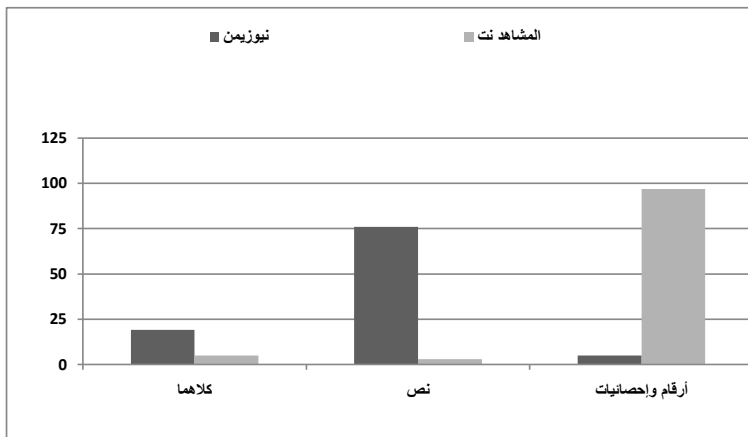
واستعان موقع «المشاهدات» ببعض المصادر الأخرى غير الواضحة مثل (متابعات إخبارية)، ويمكن تفسير عدم ذكر مصادر المعلومات في موقع «نيوزيمن»، أنها حماية للمصدر خاصة وأن أغلب مضامين الإنفوجرافيك المنشور تحمل توجهات معادية لأطراف سياسية وعسكرية.

لكن هذا ليس مبرراً لعدم ذكر المصادر التي تتعلق بالإحصائيات والأرقام التي وردت في بعض من الإنفوجرافيك المنشور لديهم على الموقع، فقد كانت ترد تسميات غير واضحة مثل (ناشطين، مدير بنك، تقرير حكومي، مواطنون، دراسة، منظمات دولية).



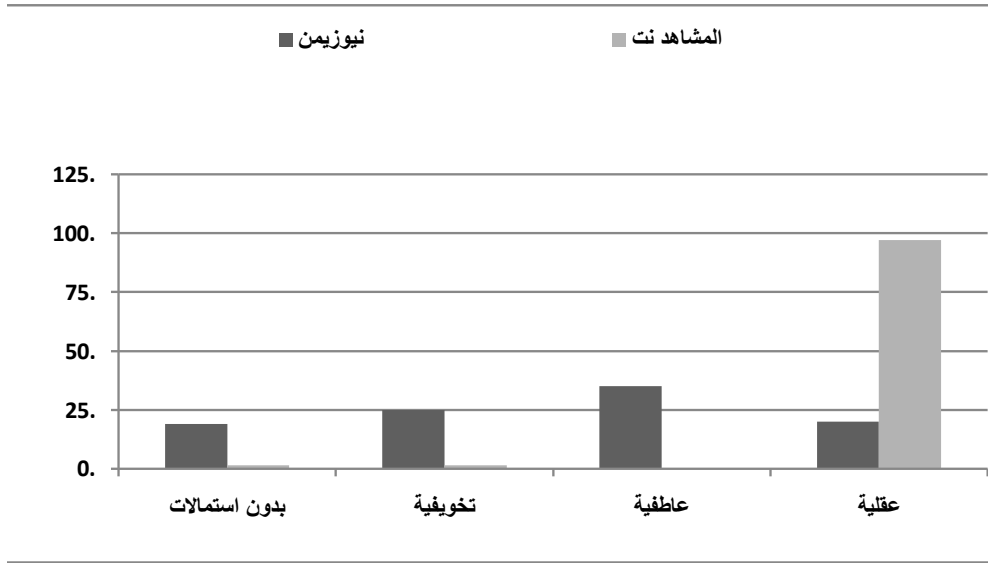
شكل رقم (4): منتج الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية اليمنية عينة الدراسة

من الشكل السابق رقم (4) يتضح أن موقع «المشاهدات» حرص على ذكر اسم منتج الإنفوجرافيك، أما موقع «نيوزيمن» فلم يذكر اسم منتج الإنفوجرافيك بنسبة (100%)، بسبب الخشية من تعرضه إلى أي اعتداء بحسب إجابة أحد الصحفيين في موقع نيوزيمن، الذي رفض ذكر اسمه أو صفته في الموقع، خاصة وأن أكثر الموضوعات التي نشرها الموقع كانت ضد قوى سياسية يمنية ذكرت سابقاً.



شكل رقم (5): طبيعة مضمون الإنفوجرافيك المنشور في المواقع الإخبارية اليمنية عينة الدراسة

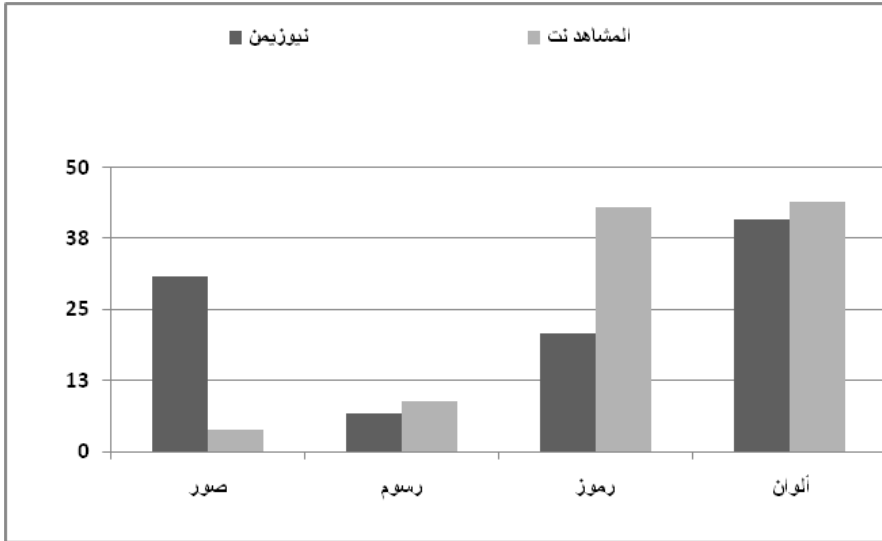
من الشكل السابق رقم (5) يتضح الاختلاف في طبيعة مضمون الإنفوجرافيك بين الموقعين، فمضمون «المشاهد نت» في أغلبه عبارة عن أرقام وإحصائيات بنسبة (97%)، في حين اهتم موقع «نيوزيمن» أكثر بالنص وبنسبة (76%). ويعود ذلك إلى أن موقع «المشاهد نت» اهتم بنشر إحصائيات وزارة الصحة الخاصة بفيروس كورونا بشكل يومي لعدة أشهر، في حين اهتم موقع «نيوزيمن» بالنص على حساب الأرقام والاحصائيات.



شكل رقم (6): الاستمالات الإقناعية المستخدمة في الإنفوجرافيك المنشور في المواقع الإخباري عينة الدراسة

يتضح من الشكل السابق رقم (6) أن موقع «المشاهد نت» اعتمد على الاستمالات العقلية بدرجة أعلى وصلت إلى (97%)، في حين أن موقع «نيوزيمن» اعتمد على الاستمالات العاطفية بنسبة (35%)، ومن ثم التخويفية بنسبة (25%)، وهي نتيجة تتوافق مع مضمون الإنفوجرافيك المنشور في الموقع والذي استخدم للأغراض الدعائية أو التحريض ضد جهات معينة، واستعمل لذلك الطابع الخطابى الذي يغلب عليه الشعارات

العاطفية وأسلوب التهيب والتخويف.



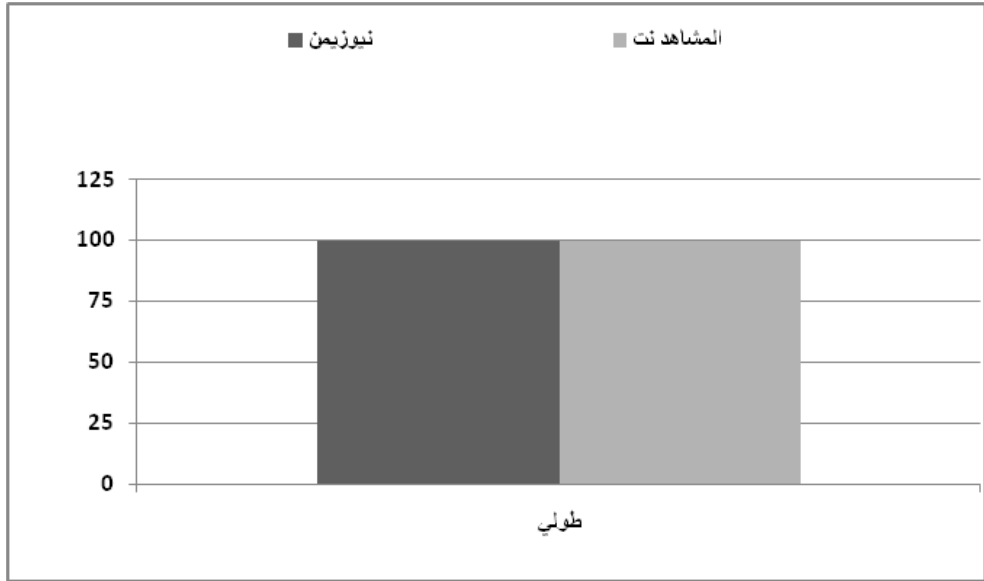
شكل رقم (7): العناصر الجرافيكية المستخدمة في عرض الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية عينة الدراسة

ترتبط نتيجة الشكل السابق رقم (7) بما سبقها، فاستخدام موقع “المشاهدات” للرموز بالدرجة الأولى بنسبة (43%) يعود إلى تركيزه على البيانات الإحصائية في مضمون الإنفوجرافيك، وعلى الأخص المتعلقة بالموضوعات الصحية مثل البيانات الخاصة بجائحة كورونا والأوبئة الأخرى في اليمن، وإرفاق ذلك بالرموز التوضيحية المناسبة.

وهذا ينطبق أيضاً على نتيجة موقع “نيوزيمن” فقد اهتمت بالصور بنسبة (31%)، تمثلت في صور شخصيات خُصص الإنفوجرافيك للتحريض ضدها مثل صور أعضاء التجمع اليمني للإصلاح وجماعة أنصار الله والداعمين الإقليميين لهم، أو لتأييد شخصيات سياسية وعسكرية مثل صور قادة المقاومة الوطنية اليمنية، والمجلس الانتقالي الجنوبي.

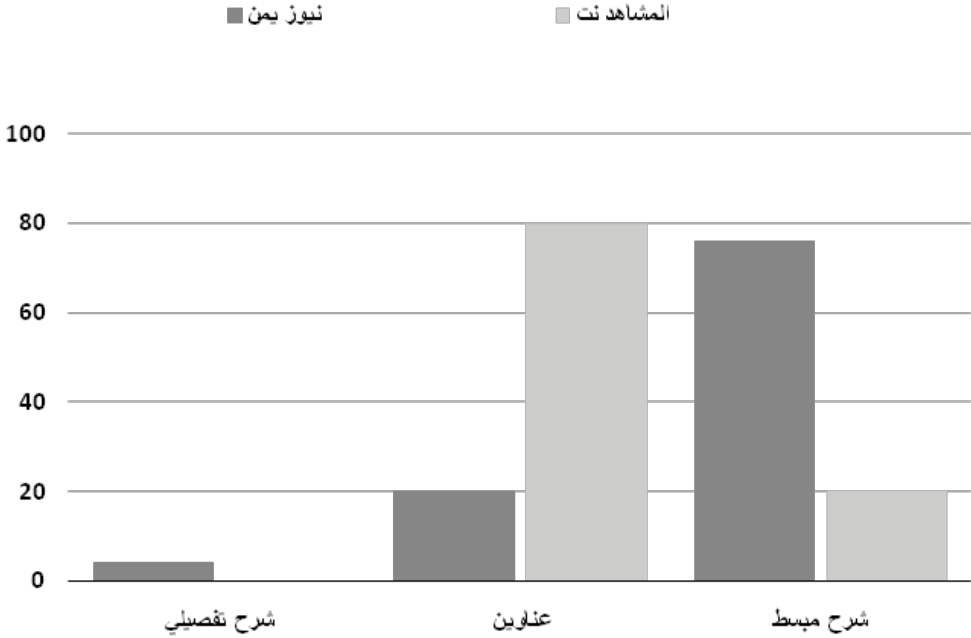
فيما يتعلق بالألوان، اهتم الموقعان باستخدام أكثر من لون، وقد تميز موقع “نيوزيمن” عن موقع “المشاهدات” في التنوع في استخدام الألوان من انفوجرافيك إلى آخر، واختيار ما يتناسب منها مع الموضوع، وتوظيفها بما يتوافق مع ألوان الشعارات الخاصة بالهيئات والمؤسسات أو الجماعات السياسية في اليمن، في حين فضل موقع “المشاهدات” استخدام قالب ثابت للإنفوجرافيك يغلب عليه اللون الأحمر، وهو اللون المميز للموقع، بهدف إحداث نوع من الربط الذهني لدى القارئ بين الإنفوجرافيك والموقع. وترى الباحثة أنه كان من الممكن استخدام وسائل أخرى لإحداث هذا الربط مثل وضع لون الشعار في خلفية الإنفوجرافيك فقط مثل “نيوزيمن”، كي لا يطغى اللون القوي على العناصر الجرافيكية الأخرى للإنفوجرافيك. لأن اعتماد قالب ثابت لا يتغير بتغير الموضوعات

واختلافها، قد يؤدي إلى حدوث نوع من التطابق بين جميع الإنفوجرافيك المنشور في الموقع، ما يفضي إلى صعوبة التمييز بينها في ذهن المتلقي، حيث أن الألوان تعد من أهم العناصر في تصميم الإنفوجرافيك، فكل لون يحمل دلالة ومغزى ويؤدي دورا معينا في إيصال المعلومة، واستيعابها والقدرة على تذكرها.



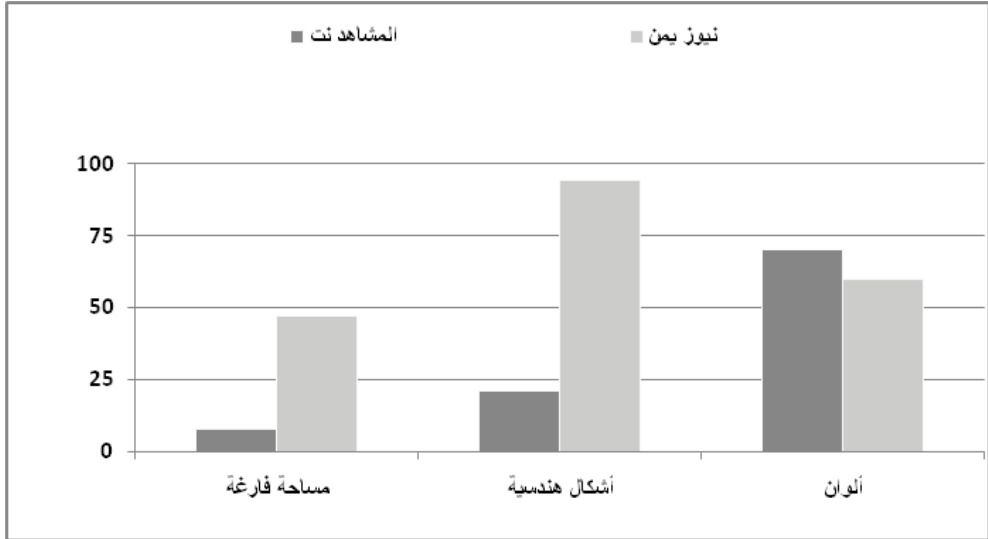
شكل رقم (8): عرض الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية عينة الدراسة

تشير نتائج الشكل السابق رقم (8) إلى أن الموقعين يفضلان الشكل الطولي لعرض الإنفوجرافيك وبنسبة (100%)، ويعود السبب في ذلك إلى سهولة استعراض رسومات وبيانات الإنفوجرافيك المصمم طوليا في الأجهزة الذكية للمستخدمين بعكس الشكل العرضي.



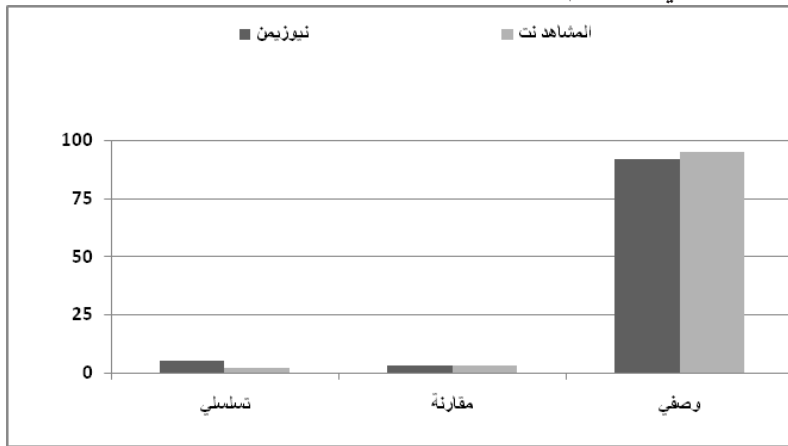
شكل رقم (9): شكل نص الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية اليمنية عينة الدراسة

تظهر نتائج الشكل السابق رقم (9) أن النص في موقع “المشاهدت” جاء في شكل عناوين، بنسبة عالية وصلت (80%)، أما موقع “تيزو يمن” فاعتمد الشرح المبسط بالدرجة الأولى بنسبة (76%). ويمكن تفسير ذلك بأن موقع المشاهدت خصص أغلب الإنفوجرافيك للإحصائيات الخاصة بإصابات فيروس كورونا، والحوادث المرورية، والانتهاكات، والأمراض السارية والأوبئة الأخرى وغيرها، وكان يكتفي بذكر الأرقام مع عنوان مرافق لها، بعكس موقع “تيزو يمن” الذي استخدم النص في الإنفوجرافيك لخدم الأفكار التي يعرضها. وترى الباحثتان أن من الأفضل عدم الاكتفاء بالعناوين المختصرة، وأن الشرح المبسط للموضوع المقدم يساعد القارئ على استيعاب فكرة الإنفوجرافيك أكثر.



شكل رقم (10): نوع الفواصل المستخدمة في الإنفوجرافيك المنشور في المواقع الإخبارية اليمنية عينة الدراسة

يظهر الشكل السابق رقم (10) اختلاف نوع الفواصل المستخدمة بين الموقعين، فموقع "المشاهدت" استخدم الألوان بنسبة (70%)، في حين كانت الأشكال الهندسية كالمربعات، والمستطيلات، والمنحنيات، والأسهم، هي السمة الغالبة في تصميمات الإنفوجرافيك في موقع "تيوزيمن" وبنسبة (47%). وهذا ما ساعد في عرض المعلومات في شكل منسق ومنظم، الأمر الذي أدى إلى انسيابية المعلومات في التصميم.



شكل رقم (11): أساليب عرض البيانات في الإنفوجرافيك المنشور في المواقع الإخبارية اليمنية عينة الدراسة

تشير نتائج الشكل السابق رقم (11) إلى اتفاق الموقعين من حيث استخدام الأسلوب الوصفي في عرض البيانات بنسبة (95%) في المشاهد نت و(92%) لدى نيوز يمن. في حين جاء أسلوب المقارنة والأسلوب التسلسلي في عرض البيانات بنسب ضئيلة في كلا الموقعين.

النتائج العامة:

يمكن عرض النتائج العامة بالشكل الآتي:

أولاً: نواحي الاتفاق في نتائج تحليل الإنفوجرافيك المنشور في المواقع عينة الدراسة: وهي كالآتي:

1. اتفقت المواقع الإخبارية عينة الدراسة في شكل عرض الإنفوجرافيك (الطولي).
2. اتفقت المواقع الإخبارية عينة الدراسة في اهتمامها بالألوان، فعرضت الإنفوجرافيك بأكثر من لون. وكان توظيف موقع "نيوزيمن" للألوان أفضل من موقع المشاهد نت. حيث استخدم موقع "المشاهد نت" ألوان الموقع نفسه في قالب ثابت للعرض، أما موقع "نيوز يمن" فاكتمى باستخدام ألوان الموقع المميزة في الخلفية فقط.

1. اتفقت المواقع الإخبارية عينة الدراسة بأساليب عرض الإنفوجرافيك، فقد جاء الأسلوب (الوصفي) متقدماً على أساليب العرض الأخرى.

ثانياً: نواحي الاختلاف في نتائج تحليل الإنفوجرافيك المنشور في المواقع عينة الدراسة: وهي كالآتي:

1. الاختلاف في توظيف الإنفوجرافيك، حيث جاءت القضايا الاجتماعية في المرتبة الأولى لدى موقع المشاهد نت، في حين احتلت القضايا السياسية المرتبة الأولى في موقع "نيوزيمن"، وقد بينت النتائج أن موقع "المشاهد نت" كان أكثر اهتماماً بنشر كل ما يتعلق بجائحة كورونا في اليمن.
2. الاختلاف في وظيفة الإنفوجرافيك، فموقع "نيوزيمن" هدف إلى التحريض بدرجة عالية من خلال النص أو العناوين أو الرسوم الكاريكاتيرية والألوان. على العكس من ذلك جاء الإخبار في المرتبة الأولى لدى موقع "المشاهد نت".

3. على النقيض من موقع "المشاهد نت" الذي اختار عناوين واضحة ومعبرة عن مضمون الإنفوجرافيك المنشور لديه، كان كثير من عناوين الإنفوجرافيك في موقع "نيوزيمن" تحمل مضامين الإثارة والمبالغة بما لا يتناسب مع الموضوع المقدم، وبعضها غامض لا يعبر عن مضمون الإنفوجرافيك، وهو الأمر الذي يخل بعناصر الإنفوجرافيك الجيد، حيث يجب أن يعكس العنوان المضمون.

4. الاختلاف بين المواقع الإخبارية عينة الدراسة فيما يتعلق بذكر مصادر معلوماتها، فموقع "المشاهد نت" حرص على ذكرها بنسبة عالية، في حين لم يهتم موقع "نيوزيمن" بذكر مصادر معلوماته إلا بنسبة ضئيلة.

5. اهتم موقع المشاهد نت بذكر منتج الإنفوجرافيك، وعلى العكس من ذلك فموقع "نيوزيمن" لم يهتم بذلك. وتجدر الإشارة أن معد الإنفوجرافيك يختلف عن المصمم الذي يعمل محرراً فنياً لدى

موقع "المشاهد نت".

6. الاختلاف في طبيعة مضمون الإنفوجرافيك المنشور، فموقع "المشاهد نت" استخدم الأرقام والاحصائيات بالدرجة الأولى، في حين ركز موقع "نيوزيمن" على النص.
7. الاختلاف في الاستمالات الإقناعية، حيث جاءت العقلية في الترتيب الأول لدى موقع "المشاهد نت"، واحتلت الاستمالات العاطفية المرتبة الأولى لدى موقع "نيوزيمن".
8. الاختلاف في العناصر الجرافيكية المستخدمة، حيث ركز موقع "المشاهد نت" على الرموز في الدرجة الأولى، في حين اهتم موقع "نيوزيمن" باستخدام الصور.
9. الاختلاف في شكل النص، حيث حصلت العناوين على المرتبة الأولى لدى موقع "المشاهد نت"، أما موقع نيوزيمن فركز على الشرح المبسط بدرجة عالية، ومن الملاحظ أن غالبية الإنفوجرافيك المنشور في موقع "نيوزيمن" اتسم بضعف الجودة من ناحية وضوح الخط و دقة الصورة.

التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة خلصت الباحثتان إلى مجموعة من التوصيات، أهمها:

1. عدم توظيف الإنفوجرافيك كأداة تحريض على الأطراف المخالفة في الرأي أو التوجه السياسي.
3. الاهتمام بدراسة فن الإنفوجرافيك في الصحافة اليمنية، دراسات للمضمون والجمهور والقائم بالاتصال.
4. تخصيص دورات تدريبية تأهيلية للقائم بالاتصال في الصحافة اليمنية حول فن الإنفوجرافيك.
5. دعوة كليات ومعاهد الإعلام في اليمن لتدريس صحافة البيانات كمطلب دراسي ضمن الصحافة المتخصصة.

هوامش الدراسة:

أولاً: العربية:

- أسامة فاضل البدراني، (2021)، «توظيف الصحافة الإلكترونية للإنفوجرافيك في نقل الصراع الأمريكي الإيراني، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام.
- أمل منير كامل، (2018)، «معالجة الإنفوجرافيك للقضايا المجتمعية في الصحافة المصرية والأجنبية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- خلف محمد الطاهات وسرى محمد شطناوي، (2020)، «توظيف الإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، المجلد 47، العدد 2، ص 211-229.
- دينا طارق محمود، (2018)، «محددات توظيف صحافة البيانات في المواقع المصرية والعالمية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- شريف اللبان وهشام عطية، (2012)، «مقدمة في مناهج البحث الاعلامي، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ط2، ص 93.
- فاطمة الزهراء عبد الفتاح، (2017)، «الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص 66.
- محمد عبد الحميد أحمد، (2020)، «توظيف الصحافة الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا المستجد (كوفيد-19)، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الوكالة العربية للعلاقات العامة، العدد 29، الجزء الثاني، أكتوبر، ص 378-429

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

- Henriquez, H., (2014), "The Importance of Explanatory Infographics in Journalism", **Master Thesis**, Savannah College of Art and Design, pp.39-47
- Daher, M. (2020), "The Use of Infographics in Online Newspapers", **Journal for Humanities & Social Sciences**, University of Sharjah, 17, (1), pp.39-45
- Dick, M. (2020), "The Infographic: A History of Data Graphics in News and Communications", **History and Foundations of Information Science**, The MIT Press, p.7.
- Krum, R. (2013), "Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design", Wiley; 1st edition, October 28, p. 1-4.
- Siricharoen V., Siricharoen, N. (2015), "How Infographic should be evaluated?" **The 7th International Conference on Information Technology**, ICIT 2015, p. 558, 563.

النماذج التي تم الاستشهاد بها في الدراسة:

- إنفوجرافيك: «الهوية الحوثية تبعية إيرانية وتشكيك في إسلام اليمينيين»، منشور في 29 يناير 2020م، <https://51050/new/net.newsyyemen.www/>
- إنفوجرافيك «الحوثي يستغل جامع الصالح للتجسس على مرتداه من النساء»، منشور في 23 ديسمبر 2019م، <https://49534/new/net.newsyyemen.www/>
- إنفوجرافيك: «إحصائية كورونا في اليمن»، منشور في 27 سبتمبر 2020م، <https://64773/net.almushahid/>
- إنفوجرافيك: «منجزات الإصلاح» في تعز في القناع الديني المزيف، منشور في 11 نوفمبر 2019 الساعة 10:52 ص، <https://47832/new/net.newsyyemen.www/>
- إنفوجرافيك بعنوان «حملات إخوانية براءة البارود ضد الصوفي ونيوزيمن»، الخميس 25 يونيو 2020 الساعة 06:06، <https://57717/new/net.newsyyemen.www/>

السادة المحكمون لاستمارة تحليل المضمون:

- د. محمد عبده هادي، أستاذ الاتصال بكلية الإعلام/ جامعة عدن.
د علي حسن العمار، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام /جامعة صنعاء.
د. محرز غالي، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام/ جامعة القاهرة.
د نوال حزورة، أستاذة الإذاعة المساعد بكلية الإعلام/ جامعة صنعاء.