

دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

د. رانيا زكريا السيد أزمّل*

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى رصد دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي بالتطبيق علي "إنستجرام"، واستخدمت الدراسة نظرية ثراء الوسيلة، ووظفت منهج المسح الإعلامي، كما استخدمت أداة تحليل المضمون لعينة بلغت (237) إنفوجرافيكاً منشور علي إنستجرام متمثلة في (شبكة رؤية الإخبارية – الجزيرة نت - CNN Arabia) في الفترة من 1-10-2024 حتي 30-5-2025. وتوصلت الدراسة إلي سيطرة الطابع الإخباري ونشر المعلومات على أهداف نشر الإنفوجرافيك في مواقع الدراسة عن القضايا السورية إذا جاء في المرتبة الأولى، وأشار التحليل إلي اتفاق مواقع الدراسة علي توظيف الإنفوجرافيك الثابت بنسبة (100%) في تغطية الأحداث في سوريا، كما كشف التحليل عن تعدد القضايا السورية التي طرحت بالإنفوجرافيك، وجاء هروب بشار الأسد وأسرته في المرتبة الأولى يليها في المرتبة الثانية الانتقال الديمقراطي للسلطة، ثم يليها في المرتبة الثالثة الإفراج عن المعتقلين السياسيين، ثم يليها قضية الإصلاح الاقتصادي في المرتبة الخامسة، ثم يليها فساد وظلم النظام، ثم يليها قضية الدعم الدولي والإقليمي، ثم يليها تقديم المساعدات، ثم يليها الهجوم الإسرائيلي على سوريا، وجاء في المرتبة الأخيرة قضية مكافحة الإرهاب.

الكلمات المفتاحية:

توظيف، الإنفوجرافيك السياسي، شبكات التواصل الاجتماعي، إنستجرام.

* المدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة دمياط

Implications of using political infographics to cover events in Syria on social media networks, such as Instagram

Abstract:

The current study aimed to monitor the implications of employing political infographics in covering events in Syria on social media networks, using Instagram. The study used the media richness theory, employed the media survey method, and used a content analysis tool for a sample of (237) infographics published on Instagram, represented by (Roya News Network - Al Jazeera Net - CNN Arabia) in the period from 10/1/2024 to 5/30/2025. The study concluded that the news aspect and dissemination of information dominated the objectives of publishing infographics on the study sites regarding Syrian issues, as it came in first place. The analysis indicated that the study sites agreed on employing static infographics at a rate of (100%) in covering events in Syria. The analysis also revealed the multiplicity of Syrian issues that were presented in infographics. The escape of Bashar al-Assad and his family came in first place, followed in second place by the democratic transition of power, then in third place by the release of political prisoners, then in fifth place by the issue of economic reform, then in fifth place by the corruption and injustice of the regime, then in fifth place by the issue of international and regional support, then in fifth place by providing aid, then in fifth place by the Israeli attack on Syria, and in last place by the issue of combating terrorism.

Keywords:

Employment, Infographic Yemen, Social Media, Instagram.

مقدمة الدراسة:

شهدت شبكات التواصل الاجتماعي تطوراً كبيراً في السنوات الأخيرة لسهولة التواصل بين أفراد المجتمع وإتاحة بيئة خصبة للنشر الفوري المباشر وتداول المعلومات بأقل جهد وتكاليف ممكنة مما جعلها أداة أساسية لا يمكن الإستغناء عنها أو تجاهلها .

وتعددت أشكال شبكات التواصل الاجتماعي، حيث شملت: الفيس بوك، وتويتر، ولينكد إن، وإنستجرام، والواتس آب، والتيك توك، وسكايب، وسناب شات، وفاببر، وتيلجرام، واستطاعت هذه المواقع جذب الملايين من المتابعين حول العالم وذلك لقدرتها علي تطوير منظومة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات والشعوب دون التقيد بالحوجز المكانية والزمانية للمحيط المجتمعي صانعة بذلك مجتمعاً افتراضياً له قوانينه وقواعده الخاصة، ومن أهم هذه المواقع إنستجرام، هو تطبيق مجاني لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو مع الجمهور .

وقد لجأت شبكات التواصل الاجتماعي إلي الإنفوجرافيك كوسيلة جديدة لجذب أكبر عدد من المتابعين، وذلك لسهولة تقديم المعلومات باستخدام الرسوم البيانية والعلامات البصرية المميزة لتسهيل الفهم والاستيعاب لدى القارئ، ويطلق عليها أيضاً صحافة البيانات، أو صحافة الرسومات المعلوماتية التي تعكس الدور المتزايد لإستخدام البيانات الرقمية في إنتاج المعلومات وتوزيعها في عصر الثورة الرقمية.

فالإنفوجرافيك كمصطلح يطلق على فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها وإستيعابها بوضوح وتشويق وهذا الأسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة.

ويقوم الإنفوجرافيك السياسي بعدة وظائف، والتي تشمل: تكوين رأي عام حول القضايا السياسية، شرح مواقف الدولة نحو الحروب والصراعات، الإقناع السياسي، تحسين صورة الشخصيات الفاعلة في الأحداث²، وهو ما يطبق علي هذه الدراسة في تغطية الأحداث في سوريا، وتقديم الأخبار والمعلومات في رسوم بيانية وأرقام وإحصائيات يسهل علي الجمهور فهمها واستيعابها.

وشهدت سوريا أحداث كثيرة في الفترة الماضية بعد إنهيال النظام السياسي وهروب الرئيس السابق بشار الأسد في ديسمبر 2024، وأدي ذلك إلي توترات داخلية واشتداد الصراع وطريقة انتقال السلطة، وأيضاً توترات دولية وتدخلات روسية وإيرانية، وإنتشار مخاوف من تكرار سيناريو العراق أو ليبيا، وإنعكاس الأمر علي كافي جواب الحياة السياسية الإقتصادية والأمنية، وكذلك رغبة الشعب السوري في إعادة الإعمار والإستقلال .

ويعتبر الوضع في سوريا من أهم الموضوعات التي شغلت الرأي العام العربي والدولي، وحظيت باهتمام وسائل الإعلام خاصة شبكات التواصل الاجتماعي والتي تمثل مصدراً أساسياً للمعلومات عند الجمهور .

وفي ضوء ما سبق تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقع إنستجرام.

الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة التراث العلمي المرتبط بموضوع الدراسة، قامت الباحثة برصد أهم الدراسات التي أجريت حول الإنفوجرافيك بشكل عام، والدراسات التي تناولت القضية السورية، وفيما يلي عرض لأهم الدراسات في المحورين :

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الإنفوجرافيك:

- سعت دراسة³ (Afifa Hammza, 2025) إلى التعرف على أهمية استخدام الإنفوجرافيك في الصحافة، وذلك لأهميته في توصيل المعلومات للجمهور من خلال الصور والألوان، مما يبسط عليه الأفكار المعقدة و يسهل عليه فهمها واستيعابها، وتوصلت الدراسة إلى أهمية تصميم الإنفوجرافيك مما يتناسب مع المحتوى والجمهور المستهدف.
- واستهدفت دراسة (سارة محمد منصور محمد، 2025)⁴ التعرف على تأثير الإنفوجرافيك على العمليات الإدراكية، ومدى قدرته على تذكر المحتوى السياسي المعروض على شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدمت الباحثة المنهج شبه التجريبي، وطبقت على عينة عمدية قوامها (60) من طلاب الفرقة الثانية والثالثة بكلية الآداب جامعة أسوان، وتم تفسير النتائج في ضوء نظرية تمثيل المعلومات وتوصلت إلى وجود تأثير إيجابي للإنفوجرافيك على إمكانية اكتساب المعلومات من الأحداث السياسية على مستوى الفهم والتذكر.
- كما هدفت دراسة فلورا إكرام متي (2024)⁵ إلى الإجابة عن تساؤل رئيسي وهو كيفية توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطيته الحرب على غزة بعينة من المواقع الصحفية العربية والأجنبية، مستخدما كافة أنواع الإنفوجراف التي قدمتها عينة الدراسة، والتي تمثلت في: موقع (هآرتس الإسرائيلي- موقع القدس الفلسطيني- موقع اليوم السابع المصري- موقع نيويورك تايمز الأمريكي) في الفترة الزمنية من: 7 أكتوبر 2023 إلى 7 فبراير 2024، وذلك بالاستعانة بأداة تحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر أهداف الإنفوجراف السياسي محل الدراسة هو الإخبار ونقل المعلومات، كما غلبت المصادر الرسمية والأجنبية مصادر الإنفوجراف، وأكثر الموضوعات التي قدمتها العينة كانت عن الي تدمير والقتل في قطاع غزة، كانت نسبة الغالية من الإنفوجراف من النوع الثابت وذات تصميم متمسك، واهتمت بتقديم الشخصيات العامة أكثر من الشخصيات المشهورة.
- واهتمت دراسة (ولاء محمد أحمد مزيد 2023)⁶ بمعرفة أثر معالجة الإنفوجرافيك للأزمات الصحية بالمواقع الإخبارية على إدراك وتذكر الشباب المصري، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات شبه التجريبية، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية قوامها 90

مفردة من طلاب كلية التربية الرياضية جامعة سوهاج، واعتمدت على نظرية تمثيل المعلومات، وتوصلت إلى عدد من النتائج من أهمها تأكيد التأثير الإيجابي للإنفوجرافيك علي إدراك وتذكر الشباب للمضمون الصحي .

- بينما سعت دراسة (عدنان نوري الحربي 2023)⁷ إلى الكشف عن مدى توظيف فن الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية للصحف السعودية أثناء تغطيتها الصحفية اليومية، من خلال تحليل مضمون المواقع الإلكترونية لصحيفتي "الرياض" و"مكة"، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: تنوع اهتمام موقعي الدراسة في توظيف الإنفوجرافيك في عدة قضايا وموضوعات خلال فترة الدراسة، فقد جاءت المضامين الاقتصادية في المرتبة الأولى في موقعي الدراسة، يليها في المرتبة الثانية المضامين الاجتماعية، يليها في المرتبة الثالثة المضامين الصحية الطبية. وشكلت المصادر الذاتية الغالبية من الإنفوجرافيك بموقعي الدراسة، حيث اعتمدت على مصممي موقعي الدراسة في توفير الإنفوجرافيك خلال فترة الدراسة.
- وحاولت دراسة سحر محمد علي، (صفاء ناصر عجلان 2022)⁸ الإجابة عن السؤال الرئيسي وهو: كيف استخدمت المواقع الاخبارية اليمنية الإنفوجرافيك في معالجة القضايا المجتمعية؟ وذلك من خلال رصد وتحليل وتفسير النماذج المنشورة للإنفوجرافيك في المواقع عينة الدراسة (المشاهد نت، نيوزيمن)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها : اختلاف 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 بينتُ بنشر كل مايتعلق بجائحة كورونا في اليمن وأظهرت النتائج أن موقع "المشاهد نت" كان أكثر اهتماماً، أشارت النتائج إلى هدف موقع "نيوزيمن" 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".
- وهدفت دراسة (طلعت عيسى وأيوب شلط 2022)⁹ إلى التعرف عن كيفية توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية في نشر المعلومات حول جائحة كورونا، وقد خلصت الدراسة إلى إهتمام موقعي الدراسة بتوظيف فن الإنفوجرافيك خلال فترة الدراسة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى تصدر موضوع التوعية والإرشاد من خلال توظيف الإنفوجرافيك في تقديم الإحصائيات والأرقام، كما ركزا موقعي الدراسة في معالجتهما على النطاق المحلي في رسوم الإنفوجرافيك إضافة إلى إهتمام موقعي الدراسة بدمج عناصر الإنفوجرافيك البصرية والمقروءة معاً، كما تصدرت الإحصائيات في عرض معلومات الإنفوجرافيك في موقعي الدراسة، كما تشاركاً موقعي الدراسة في أهداف نشر الإنفوجرافيك حيث ركزا " على هدف الإعلام والتوعية.

- بينما حاولت دراسة (أسامة فاضل البدراني 2021)¹⁰ الكشف عن آلية توظيف الصحافة الإلكترونية للإنفوجرافيك في تقديم الموضوعات المتعلقة بالصراع الأمريكي - الإيراني، من خلال تحليل مضمون موقع "الجزيرة نت" و موقع "العهد نيوز" العراقي موقع "سكاي نيوز"، في المدة من 1 أكتوبر 2017 وحتى 1 أكتوبر 2020. وخلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن الصحف وظفت الموضوعات السياسية بشكل واسع عبر الإنفوجرافيك، كما استخدم الإنفوجرافيك بهدف التفسير بالدرجة الأولى بنسبة واعتمدت المواقع عينة الدراسة على المصادر الداخلية وعلى الشرح المبسط لتقديم مضمونها.
- واستهدفت دراسة (أيمن محمد إبراهيم بريك 2021)¹¹ رصد وتحليل تفسير توظيف الإنفوجراف عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية، وذلك من خلال الوقوف على مظاهر هذا التوظيف، و الصفحات التي اعتمدت على الإنفوجراف في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية، وآلية التناول والنطاق الجغرافي، والموضوعات التي تم التركيز عليها، و نوع وهدف وشكل الإنفوجراف، وذلك بالتطبيق على صفحات الأزهر، والفاتيكان، واللجنة العليا للأخوة الإنسانية، في إطار دراسة تحليلية تعتمد على منهج المسح الشامل. وتوصلت الدراسة إلى أن صفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية جاءت في المرتبة الأولى، يليها صفحة الأزهر الشريف بنسبة، وتركزت أهداف الإنفوجراف على التوعية، يليها التوجيه، ثم الدعوة للمشاركة، فالإخبار، والتفسير والتحليل، كما جاء الإنفوجراف الثابت على رأس أنواع الإنفوجراف المستخدم.
- كما سعت دراسة (Alla Kovalenko 2020)¹² إلى التعرف علي أسباب الإنفوجرافيك في صحيفة الجارديان لمعالجة أزمة اللاجئين في أوروبا، واعتمدت علي منهج المسح وطبقت علي عينة تحليلية قوامها 100 منشور، وتوصلت الدراسة إلي حجم التأثير الفعال للإنفوجرافيك في مساعدة الجمهور علي فهم الأزمة، واعتماد صحيفة الجارديان علي الرسوم والبيانات والإحصاءات في شرح وتفسير الأزمة .
- وهدفت دراسة (جمال أبو جبل 2020)¹³ إلى رصد استخدام الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في تناوله للقضايا العربية وتحليله وتفسيره، وتفضيلات الجمهور العربي لاستخدام الإنفوجرافيك في المواقع، واعتمدت على منهج المسح وأسلوب المقارنة، واستخدمت أدوات تحليل المضمون والاستبيان، وبلغت عينة الدراسة (٥٧٦) إنفوجرافيكاً خلال الفترة من ١ يناير ٢٠١٩ حتى ٢٠٢٠، وعدد (٢٠٠) مفردة بالدراسة الميدانية، وتوصلت إلى سيطرة الاتجاه المتوازن على معالجة القضايا العربية، مستخدمة أساليب إقناع منطقية، كما حرصت مواقع الدراسة على توفير سياق واضح لمحتوى الإنفوجرافيك وتصدرت دول الخليج ومصر والعراق وسوريا اهتمامات

النطاقات الجغرافية، وأظهرت الدراسة تفوق الإنفوجرافيك الثابت وتصدرت فئة تدرج عمليات أشكال الإنفوجرافيك.

- كما سعت دراسة (ريهام درويش 2020)¹⁴ إلى التعرف على دلالات توظيف الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية، إضافة إلى محاولات الكشف عن العلامات والدلالات التي يحتويها الإنفوجرافيك وكيفية توظيفها لتوصيل الرسالة بمعاني محددة، وذلك من خلال إجراء تحليل مضمون للإنفوجرافيك بمنصة Graphi News تحليلًا "كميًا"، وتحليل دلالات عينة عمدية من الإنفوجرافيك الموظف بالقضايا، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أشارت النتائج إلى أن قضايا الإنفوجرافيك في موقع Graphi News جاءت القضايا العسكرية والتدخلات العسكرية في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية الشؤون السياسية والصراعات الدولية ثم الانتخابات وفي المرتبة الرابعة الإقتصاد العالمي، وفي المرتبة الأخيرة الاحتجاجات في السودان.
- واستهدفت دراسة سلوى أبو العلا (2020)¹⁵ رصد وتحليل استخدام الإنفوجرافيك بالموقع الإلكتروني للمركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء، وصفحته الرسمية بالفيس بوك، والوقوف على الدور الذي يؤديه كوسيلة اتصال متطورة وكألية لمواجهة الشائعات، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأسلوب المقارنة، وأداة تحليل أداة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى وجود تفوق في المحتوى الكمي للإنفوجرافيك بالموقع الرسمي لرئاسة مجلس الوزراء، وصفحته الرسمية على الفيس بوك، وتصدرت الموضوعات المرتبطة بالجمهور والتي تمس حياة المواطن كأبرز موضوعات الوزارات الأكثر ارتباطًا بالإنفوجرافيك، وبالنسبة لتقديم الإنفوجرافيك، فقد كان التركيز على الرد على الشائعات هو الهدف الرئيس للإنفوجراف.
- وهدفت دراسة (Imad Manar 2020)¹⁶ إلى الكشف عن الاتجاهات الحديثة في استخدام الإنفوجرافيك في الصحف العربية والأمريكية، عن طريق تحليل 275 إنفوجرافيك منشور في موقعي البيان الإماراتي، وWebsite Today USA في المدة من 1 إلى 7 مايو 2017، ومعرفة الفروقات بين الموقعين. انتهت الدراسة إلى أن الإنفوجراف المنشور في موقع Website Today USA اهتم بالقضايا الاقتصادية في حين ركز موقع البيان الإماراتي على القضايا الاجتماعية، كما طغى النص على الجوانب الجرافيكية في الإنفوجرافيك المنشور في الموقعين.
- وسعت دراسة (محمد عبد الحميد أحمد 2020)¹⁷ 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 ومن ثم إحصائيات الإصابة، وكانت

التوعية الوقائية الهدف الأول من إستخدام الإنفوجرافيك، كما اهتمت المواقع المدروسة بالمصادر الداخلية.

- بينما حاولت دراسة¹⁸ (Kim, Narae., et al, 2019) الكشف عن تأثير المعالجة المعرفية والعاطفية للإنفوجرافيك التفاعلي على شبكة الإنترنت بالمقارنة بأساليب المعالجة الأخرى، وتم إستخدام المنهج التجريبي وتطبيقه علي (222) مفردة، وتوصلت الدراسة إلي أن المشاركين المتفاعلين مع الإنفوجرافيك كانت نتيجة إستيعابهم للمعلومات أعلى من المشاركين الأقل تفاعلاً.

- وسعت دراسة Azam Majooni, Mona Masood & Amir Akhavan (2018)¹⁹ إلي دراسة حركة العين لبيان تأثيرها على فهم و استيعاب قراء الإنفوجرافيك، حيث هدفت الدراسة إلى بيان مدى تأثير تصميم الإنفوجرافيك على فهم واستيعاب القراء، تم تصميم التجربة التي أجريت في هذه الدراسة على أساس قصتين، ويتم تقديم كل واحدة من هذه القصص مع إثنين من تصميمين مختلفين للإنفوجرافيك. وأثناء التجربة تم دراسة تتبع حركة العين أثناء قراءة بيانات الإنفوجرافيك. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها أن تصميم القصص الإخبارية في الإنفوجرافيك يحقق إستيعاب وفهم أكثر من سردها بدون تصميم الإنفوجرافيك.

- وهدفت دراسة سالي أسامة شحاتة (2018)²⁰ إلى التعرف على كيفية توظيف المواقع الإلكترونية للصحف القومية المصرية للإنفوجرافيك في معالجة القضايا الاقتصادية، والتعرف على أنواع الإنفوجرافيك ومصادره، عناصره، ونطاقه الجغرافي، وأسس الفنية في تغطية القضايا الاقتصادية، وطبقت الدراسة على ثلاث مواقع لصحف قومية مصرية "الأهرام، الأخبار، الجمهورية" خلال الفترة الزمنية من 2018/1/6م حتى 2018/9/30م وإستخدمت منهج المسح الإعلامي، وأسلوب المقارنة. و توصلت الدراسة إلى إهتمام المواقع بقضايا الإصلاح الإقتصادي ورؤية 2030 "حيث جاءت في المرتبة الأولى، كما توصلت الدراسة إلى إعتداد البوابات الإلكترونية للصحف القومية على الإنفوجرافيك الثابت بشكل أساسي كما أكدت النتائج إرتفاع الإعتداد على المصادر الحكومية كمصدر أول للمعلومات.

- بينما أشارت دراسة (Julio Pinto 2017)²¹ إلى أهمية استخدام الإنفوجراف في الصحافة الإلكترونية، الوقوف على العناصر المستخدمة في تصميم الإنفوجراف في الصحف مقارنة بالصحف الورقية، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر الصحف الإلكترونية لم تستفد بالشكل الأمثل بعد من الإمكانيات التفاعلية، وأنها لا تزال تعتمد بشكل أكبر على الثابت، والذي لا يستفيد من الأدوات التي تتيحها تقنيات النشر الإلكتروني.

- وسعت دراسة (Zieller Michael & Zwinger Sandra 2017)²² إلى التعرف على تأثير الإنفوجرافيك التفاعلي بمواقع الصحف على تلقي الجمهور للمواد الإخبارية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، استخدمت استمارة الاستبيان بالتطبيق علي 265 من

الشباب الجامعي بجامعة Burgenland إستراليا، في الفترة من يونيو إلى يوليو 2016، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج من أهمها، إهتمام نسبة كبيرة من الشباب عينة الدراسة بالإنفوجرافيك التفاعلي وذلك للتعرف على الأرقام والإحصاءات والحقائق، يليها تدعيم إحتياجاتهم عن الموضوع الذي يعرضه الإنفوجرافيك .

- وحاولت دراسة²³ (Hesham Galal Hassan 2016) التعرف على المبادئ والقواعد المناسبة لإنشاء الإنفوجرافيك بشكل جيد يساعد على نقل المعلومات بنجاح وفعالية، بالإضافة إلى التعرف على الإنفوجرافيك الأكثر فعالية، هل الثابت أم المتحرك؟، واعتمد الباحث على المنهج التجريبي بالتطبيق على عينة من الطلاب شملت مجموعتين كل منهما تكونت من 15 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة بين المجموعتين من حيث مستوى المعرفة والفهم تبعاً لنوع التصميم .
- بينما حاولت دراسة²⁴ (Maria. T Olivo 2015) التعرف على أهم الفروق في إستخدام فن الإنفوجرافيك لصحيفة "نيويورك تايمز" ونظيره بصحيفة "الواشنطن بوست"، وذلك من خلال تحليل مضمون المواد الإخبارية في المواقع خلال عام 2015 وطبقت على 275 موضوعاً، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج من أهمها: إستعانة الموقعين بالأشكال التقليدية للإنفوجرافيك مثل الخرائط و الرسوم البيانية، وقلة إستخدام الإنفوجرافيك التفاعلي.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت القضية السورية :

- سعت دراسة مرح محمد الشيخ (2025)²⁵ إلى التعرف علي أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية الأردنية لقضايا اللاجئين السوريين، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح الإعلامي وأسلوب المقارنة المنهجية، وإستمارة تحليل المضمون وتكونت عينة الدراسة من موقع الرأي الإلكتروني والغد الإلكتروني في عام 2023 بواقع (46) عدداً من كل صحيفة. وتوصلت الدراسة إلي تصدر الآثار السياسية والإقتصادية والإجتماعية الناجمة عن قدوم السوريين المرتبة الأولى في مقدمة القضايا الواردة في المواقع الصحفية الإلكترونية الأردنية.
- وهدفت دراسة أنغام مجدي سليمان (2024)²⁶ إلى رصد مستويات التحليل النقدي لخطاب الصحف العربية والدولية حول العلاقات السياسية بين سوريا وغيرها من دول الجوار، وذلك في ضوء تحليل انعكاس السياق السياسي على خطاب صحيفة الأهرام المصرية، نشرين السورية، وواشنطن بوست، فقد اعتمدت الدراسة على منهجي "المسح الإعلامي، والتحليل النقدي للخطاب (CDA)"، واستعانت في جمع بياناتها بالأسلوب الكيفي من خلال المزج بين أداتين " أداة تحليل القوى الفاعلة، وأداة التحليل النقدي وفقاً لنموذج فيركلوف الاجتماعي – الثقافي"، وتوصلت الدراسة إلى أن للسياق السياسي خلال فترة الدراسة أثره البالغ في النتائج التي خلصت إليها، ومن أهمها تغيير المواقف العربية وإبراز دعمها ومساندتها لعودة علاقتها بسوريا، وحرصت الصحف العربية

(الأهرام- تشرين) على استخدام المفردات التي ترسخ عمق العلاقات بين سوريا ودول الجوار، وعلى النقيض ركز خطاب صحيفة الواشنطن بوست في مفرداته على إبراز الموقف العدائي ضد نظام بشار الأسد ورفض كافة ممارساته.

- وهدفت دراسة آية مجدي الريان (2024)²⁷ إلى التعرف على أطر معالجة الصحف المصرية الإلكترونية لقضية اللاجئين السوريين والقضايا الأكثر بروزاً التي تناولتها هذه الصحف وكذلك اتجاه تغطية تلك الصحف للقضية. وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال مسح مضمون الصحف المصرية الإلكترونية المتمثلة في (اليوم السابع- الدستور- الأهرام وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها ما يأتي : جاء إطار (التعاون الدولي) في المرتبة الأولى ضمن الأطر المستخدمة في معالجة قضية اللاجئين السوريين محل الدراسة، ثم إطار (الاهتمامات الإنسانية) في المرتبة الثانية، ثم جاء إطار (المعاناة) في المرتبة الثالثة، ثم جاء إطار (الدعم) في المرتبة الرابعة، ثم جاء إطار (الصراع) في المرتبة الخامسة، وأخيراً جاء إطار الابتزاز.

- كما اهتمت دراسة خالد صلاح الدين حسن، محمد كمال غالي (2023)²⁸ إلي التعرف علي تمثيلات القضية السورية في الخطاب الإخباري الأجنبي الناطق باللغة العربية، وإعتمدت الدراسة على منهج تحليل الخطاب النقدي (CDA) لتحليل وإستخلاص النتائج وفهم الظاهرة وتشخيصها وذلك على عينة من النشرات والبرامج الواردة في فضائية الحرة، ودويتشه فيله، وروسيا اليوم خلال الفترة من (1 مارس-12 أبريل 2019). وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج من أهمها : اتفاق خطاب الحرة وروسيا اليوم ودويتشه فيله في إثارة مفردات سياسية تدور في فلك العلاقات الدولية، لتسويقها في المجال الإعلامي وفرضها كجزء من الممارسات الدولية في إدارة القضايا.

- واستهدفت دراسة مروة سرحان عبد السلام علي (2023)²⁹ التعرف على أساليب التغطية الإخبارية لأحداث الأزمة السورية من خلال رصد وتحليل عينة من النشرات الإخبارية الواردة لأربعة من القنوات الفضائية – محل الدراسة- المتمثلة لهذه الأطراف، وذلك للوقوف على ملامح هذه المعالجة وحجم الاختلاف بين الأداء الإعلامي الروسي والإيراني والتركي والأمريكي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي في جمع البيانات وذلك من خلال رصد المعالجة الإخبارية لأحداث الأزمة السورية في القنوات الفضائية، و يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في المواد الإخبارية (النشرات) المقدمة على قنوات روسيا اليوم، والحرة الأمريكية، والعالم الإيرانية، وقناة TRT التركية، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج من أهمها : أوضحت أن تعدد الأطراف الإقليمية والدولية فضلاً عن الأطراف المحلية المشاركة في الأزمة السورية أسهم في تعقيد الأزمة و زيادة حدة الصراع نتيجة

تباين الأهداف وتعارض المصالح، بالإضافة إلى ضعف دور جامعة الدول العربية في إدارة الأزمة؛ نتيجة تفاعل بعض الدول العربية مع القوى الإقليمية الداعمة للمعارضة رغبة منها في إسقاط نظام الرئيس بشار الأسد.

- وسعت دراسة مروة عبد الهادي ثابت (2022)³⁰ إلي رصد العلاقة بين الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية تجاه السياسة الأمريكية في القضية السورية، إتمدت الدراسة على المنهج المقارن ومنهج المسح الذي أتاح إستخدام أداة تحليل المضمون لتحليل محتوى شامل للمواقع الصحفية والبالغ أعدادها (991) مادة صحفية بموقع صحيفة بوابة الأهرام، وجاء موقع صحيفة اليوم السابع وذلك بواقع (1610) مادة صحفية، موقع صحيفة NY Times وذلك بواقع (742) مادة صحفية، وموقع صحيفة USA today وذلك بواقع (390) مادة صحفية. وتوصلت نتائج الدراسة إلي : إتفاق موقع اليوم السابع مع الصحف الإلكترونية الأمريكية في غلبة الطابع الإخباري مع تقارب الإعتماد على فن "التحقيق" وفن "التقرير". فيما إتسمت المعالجة الصحفية لمواد الرأي بصحف الدراسة بمعالجة متعمقة من خلال تحليل وتفسير السياسة الأمريكية تجاه قضايا الشرق الأوسط وموقف الدول العربية من هذه السياسات.

- كما ركزت دراسة (Rabea 2021)³¹ علي التشويه والدعاية الإعلامية الغربية في الصراع السوري، وأهم أحداث الصراع وأسبابه وآثاره من خلال معالجة صحيفة نيويورك تايمز في الفترة من 15 مارس 2011 وحتى ديسمبر 2018 مقارنة مع تقارير الإندبندنت للعمليات العسكرية 2016، وتوصلت الدراسة إلي أن نيويورك تايمز والإندبندنت شاركا في الدعاية لتبرير التدخل العسكري الغربي في سوريا، وسيطرة الإطار المهيمن للولايات المتحدة .

- بينما هدفت دراسة شلبي نواش العميان (2021)³² التعرف على معالجة كتاب الصحف الأردنية لقضايا اللجوء السوري وهي (الرأي والدستور والغد والعرب)، وإظهار الأنماط الصحفية، و الإستمارات المستخدمة. وإتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بإستخدام تحليل المضمون حيث تكون مجتمع الدراسة حصريا" في الفترة الزمنية من 2112/2/1- 2112/2/1 من المقالات التي خضعت للتحليل وبلغ عددها (957) مفردة عالجت موضوع أزمة اللجوء السوري إلى الأردن وطبيعة الآثار التي خلفتها تلك الأزمة، وأظهرت الدراسة تنوع في الأنماط الصحفية المستخدمة وقد احتل المقال العمودي المرتبة الأولى بنسبة 11.70 %، وظهر هناك إستخدام لعناصر الإبراز للعمود الصحفي إن كان مع صورة تدل على موضوع المقال أو بدون صورة.

- حاولت دراسة Hanna Orsolya (2020)³³ تحليل الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية الرومانية لأزمة اللاجئين السوريين، وأشارت الدراسة إلي تنوع الأطر الإعلامية التي إستخدمتها، وإتمدت بعض الأخبار على إستخدام إطار الضحية من خلال إظهار اللاجئين للتعاطف مع قضيتهم.

- وسعت دراسة نجوي إبراهيم السيد (2019)³⁴ إلى رصد وتوصيف وتحليل الأطر الإعلامية التي توظفها الصحف المصرية في معالجتها للقضية السورية، بهدف التعرف على اتجاه المعالجة الصحفية وأطر التناول الصحفي بعينة من الصحف المصرية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي تعتمد على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني وذلك من خلال مسح المضمون الصحفي المقدم حول القضية السورية بصحف الأهرام والمصري اليوم والوفد، وذلك بالتركيز على أزمة الضربة الأمريكية على سوريا 2017، وتوصلت الدراسة إلى إرتفاع الإعتماد على المصادر الأجنبية وإنخفاض الإعتماد على المصادر الذاتية لصحف الدراسة، حرصت صحيفة الأهرام على إبراز الموقف الرسمي من مجمل تطورات الأوضاع في سوريا، حيث حددت الأهرام "هذا الموقف في ضرورة الحفاظ على الدولة السورية ووحدة أراضيها، ورفض الحلول العسكرية وإنهاء معاناة السوريين من جراء الصراع".
- واهتمت دراسة (علاء الجارحي 2018)³⁵ بالتعرف على اتجاهات الصحف الإلكترونية العربية نحو التدخل العسكري الروسي في سوريا، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي. وتم تحديد الفترة الممتدة من 2015/7/30 إلى 2016/5/1، لتكون إطاراً زمنياً للتحليل باستخدام أسلوب الحصر الشامل، وتوصلت الدراسة إلى أن (إطار الأسباب) جاء في الترتيب الأول على مستوى الإجمالي العام للأطر الرئيسية التي اعتمدت عليها مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة، كما احتل (إطار النتائج السلبية) الترتيب الأول على مستوى الإجمالي العام للأطر الفرعية لإطار النتائج التي اعتمدت عليها مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة خلال معالجتها قضايا التدخل العسكري الروسي في سوريا.
- كما هدفت دراسة (آلاء مصطفى عبد الرؤوف 2017)³⁶ إلى تحليل المعالجات الصحفية بوسائل الإعلام العربية والأمريكية بشأن تطورات الأزمة السورية. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، وإستخدمت الباحثة منهج المسح والمنهج المقارن. قامت الباحثة بتحليل الخطاب لمواد الرأي في صحيفة "الأهرام: تشرين: الحياة اللندنية: واشنطن بوست". وذلك في الفترة من 2011-3-15 إلى 2014-3-15. وأظهرت النتائج أن الملكية والسياسة التحريرية تؤثر على الأطر المستخدمة: وهو الأمر الذي ظهر من خلال أن هناك أطر ظهرت بصحف وغابت في صحف أخرى: فإطار "المؤامرة الخارجية: الوحدة الوطنية: القومية العربية: الأمن القومي" ظهر في خطاب صحيفة "تشرين" فقط. وأطر "الجرائم الدولية: العقوبات الدولية: الإدانات الدولية" التي كانت محرك أساسية في خطاب صحيفة "الأهرام: الحياة اللندنية: واشنطن بوست". وغابت في صحيفة "تشرين".
- وحاولت دراسة (محمد بسيوني جبريل، الشيماء محمد احمد حمادي، 2016)³⁷ التعرف علي تحليل الخطاب الصحفي المصري والسعودي في تناوله للتدخل الروسي المباشر

في سوريا والوقوف على أبرز الأطروحات التي يقدمها كلا الخطابين في تناوله لهذا الحدث. وتنتمي هذه الدراسة إلى مصفوفة الدراسات الوصفية، حيث قام الباحثان بتوظيف منهج المسح الإعلامي بالعين. واستعانت الدراسة بأداة "تحليل الخطاب" واعتمدت على نظرية الأطر الإعلامية، حيث تم تحليل مواد الرأي المختلفة المنشورة في صحيفتي "الأهرام" كمثلة للخطاب الصحفي وصحيفة "الشرق الأوسط" الممثلة للخطاب الصحفي السعودي وذلك في الفترة من 1 من أكتوبر 2015 م حتى 31 من مارس 2016. وكشفت النتائج عن الاتفاق بين الخطاب الصحفي المصري والسعودي في بعض أطروحات هذه التداعيات لاسيما ما يتعلق منها باستفحال خطر التنظيمات الإرهابية وتأجيج الداخل السوري.

التعليق علي الدراسات السابقة:

- أفادت مراجعة التراث العلمي العربي والأجنبي في صياغة المشكلة البحثية للدراسة بشكل أكثر تحديداً "ووضوحاً"، والاسترشاد بها في اختيار نوع الدراسة والمنهج، والأدوات الملائمة للدراسة، والاستفادة في تحديد الإطار النظري للدراسة وتحديد أهدافها وصياغة تساؤلاتها، كما أفادت في تحديد الجوانب التي تحتاج إلى مزيداً من البحث في هذا المجال إلا هو كيفية توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا.
- تنوعت الدراسات العلمية التي تناولت الإنفوجرافيك، وتعددت أهدافها ونتائجها، كما اختلفت المجتمعات التي طبقت عليها.
- اعتمدت الدراسات السابقة على الجانب التحليلي في دراسة الإنفوجرافيك للتعرف على القضايا التي يناقشها - وكانت أغلب القضايا التي ناقشها القضايا الاقتصادية مثل دراسة سالي شحاتة 2018، عدنان الحربي 2022، ولاحظت الباحثة من خلال الدراسات السابقة وجود قصور ملحوظ في الدراسات المتعلقة بمعالجة الإنفوجرافيك للقضايا السياسية.
- اعتمدت الدراسات السابقة بشكل أكبر على إستمارة تحليل المضمون مثل دراسة فلورا إكرام 2024، Alla Kovalenko 2020، سالي شحاتة 2018، في حين اعتمدت بعض الدراسات على إستمارة الإستبيان مثل Zieller Michael & Zwinger Sandra، ولاء مزيد 2023.
- تنوعت الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، وتمثلت في نظرية الأطر الإعلامية مثل دراسة آية مجدي الريان 2024، مروة سلاحان 2023، شلبي العميان 2021، علاء الجارحي 2018، ونظرية ثراء الوسيلة مثل دراسة مني محمد الطوخي 2021، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مثل دراسة ولاء مزيد 2023، ومنها ما استخدم نظرية تمثيل المعلومات مثل دراسة ولاء محمد مزيد 2023.
- اختلفت المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة فبعضها اعتمد على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي مثل دراسة جمال ابو جبل 2020، وبعضها اعتمد المنهج التحليلي

مثل دراسة أيمن محمد بريك 2021، Alla Kovalenko 2020، وبينما إعتد الآخر على المنهج التجريبي مثل دراسة Hesham Galal Hassan 2016، ومنها ما إستخدم المنهج شبه التجريبي مثل دراسة ولاء مزيد 2023..

- وعلى مستوى الدراسات الأجنبية، اهتمت بدراسة الإنفوجرافيك من حيث المفهوم والأنواع والتأثير، وتنوعت في العينات والأساليب المنهجية المتبعة، واتفقت على إهتمام الجمهور بالإنفوجرافيك التفاعلي أكثر من الثابت والإعتماد على الأرقام والإحصائيات في عرض المحتوى .

مشكلة الدراسة:

شهدت سوريا سلسلة من الأحداث في الفترة الأخيرة منذ هروب الرئيس السابق بشار الأسد وأسرته والتي أثرت بعمق علي الشأن الداخلي والإقليمي والدولي، وتساعد الضغوط الداخلية بعد انهيار الاقتصاد وفقدان السيطرة علي مؤسسات الدولة، ولأهمية هذه الأحداث استحوذت علي إهتمام الرأي العام العربي والدولي، وهو ما دفع شبكات التواصل الاجتماعي للاهتمام وتخصيص مساحات لتغطية تلك الأحداث.

وزادت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة لسهولة التواصل مع الجمهور والسرعة في تغطية الأحداث وفتح مجال التعليقات أمام القراء للتعبير عن آرائهم في القضايا والأحداث المختلفة بحرية تامة دون أي قيود وطرح ومناقشة كافة أنواع الموضوعات من كتابة وصور وفيديوهات، وحرصت شبكات التواصل الاجتماعي على جذب أكبر عدد من الجمهور وتبسيط حصول الجمهور للمعلومات من خلال إستخدام الإنفوجرافيك بأنواعه المختلفة كأحد أهم أشكال صحافة البيانات .

فالإنفوجرافيك حظي بأهمية كبيرة في السنوات الأخيرة لكونه يدمج بين عناصر الوسائط المتعددة ويقدم المعلومة مرتبة في قالب واحد، وسهولة عرض الأخبار والبيانات للجمهور من خلال التركيز على عرض المعلومات بشكل جذاب ويثير الانتباه ويساعد علي إدراك الجمهور للقضايا .

ويعد الإنفوجرافيك السياسي أداة فعالة لتحليل وتبسيط المعلومات السياسية بصورة يسهل علي الجمهور فهمها واستيعابها خاصة في ظل التعقيد المتصاعد للقضايا السياسية وتعدد مصادر المعلومات .

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في الكشف عن توظيف الإنفوجرافيك السياسي علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "موقع إنستجرام" في تغطية الأحداث التي شهدتها سوريا في الفترة الأخيرة بعد هروب الرئيس السابق بشار الأسد وإنهيار النظام السياسي، والإفراج عن المعتقلين السياسيين، و تأثيره على الوضع الإقتصادي، بالإضافة إلى ردود الفعل العربية والدولية.

أهمية الدراسة:

- تكتسب هذه الدراسة أهميتها من دراسة الإنفوجرافيك كأحد أهم أشكال صحافة البيانات التي انتشرت في السنوات الأخيرة وأصبحت جزءاً أساسياً في معالجة الأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي.
- تستمد الدراسة أهميتها من أهمية توظيف إنستجرام في تغطية الأحداث في سوريا وإنتشاره في السنوات الأخيرة والخدمات التي يقدمه للجمهور من سرعة نشر الأخبار وتفاعل الجمهور معها.
- مواكبة الإتجاهات الحديثة لبحوث تكنولوجيا المعلومات في الإعلام الرقمي.
- التطورات الكبيرة التي شهدتها سوريا في الفترة الأخيرة بعد هروب بشار الأسد والإفراج عن المعتقلين ورصد هذه الأحداث على إنستجرام من خلال تحليل الإنفوجرافيك السياسي.

أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في إنستجرام للإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا، وكيفية توظيفه شكلاً ومضموناً، وتسعى الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف فرعية منها:
- التعرف على القضايا السورية التي طرحت بالإنفوجرافيك السياسي على شبكات التواصل الاجتماعي.
- الكشف عن أهداف نشر الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي.
- رصد مصادر المعلومات المقدمة في الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي.
- تحليل وتفسير طرق عرض الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي.
- تسليط الضوء على عناصر الإبراز المقدمة في الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي.
- رصد مستويات التفاعلية في الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

- ما أهم القضايا السورية التي طرحت بالإنفوجرافيك السياسي على شبكات التواصل الاجتماعي؟

- ما أهداف نشر الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- ما مصادر المعلومات التي تم الاعتماد عليها في تغطية الأحداث في سوريا في الإنفوجرافيك السياسي على شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- ما طرق عرض الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- ما عناصر الإبراز المستخدمة في الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- ما مستويات التفاعلية في الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي ؟

الإطار النظري للدراسة:

نظرية ثراء الوسيلة:

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية ثراء الوسيلة، حيث تعد أنسب النظريات قدرة على تفسير المشكلة البحثية، وتذهب النظرية إلى تصنيف معايير المفاضلة والمقارنة بين الوسائل الإعلامية الجديدة المختلفة بناء على درجة ثرائها المعلوماتي ومدى توظيفها للتكنولوجيا، بالشكل الذي يسهم في إيصال الرسائل الاتصالية بكفاءة.

وتنص نظرية ثراء الوسيلة على أن جميع قنوات الإتصال تمتلك خصائص معينة تجعلهم أكثر أو أقل ثراء، وأحد أهم أهداف اختيار الوسيلة هو تقليل غموض الرسالة، إذا كانت الرسالة غامضة، فإنها تكون غير واضحة، وبالتالي تكون أكثر صعوبة على الجمهور، فكلما زادت الحاجة إلى شفرات لفهمها، وتضع نظرية ثراء الوسيلة وسائل الإتصال على مقياس متواصل يمثل ثراء الوسيلة وقدرتها على رسالة معقدة بكفاءة³⁸.

ويتوقف ثراء الوسيلة على مجموعة من العوامل³⁹:

- رجوع الصدى ووجود رد فعل فوري، أي السرعة في تبادل المعلومات .
 - التركيز الشخصي، أي قدرة الوسيلة على نقل الرسالة بطريقة ملائمة مع تقضيات القراء .
 - تنوع اللغة المستخدمة .
 - استخدام الإشارات أو الرموز في نقل الأفكار والمعلومات.
- ومن ثم يمكن توظيف نظرية ثراء الوسيلة في هذه الدراسة من خلال تحليل شكل ومحتوى الإنفوجرافيك التي توظفها شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "موقع إنستجرام" عينة الدراسة، ومعرفة مدى إنعكاس ثراء تلك الوسيلة على تقديم الأشكال المختلفة للإنفوجرافيك في تغطية الأحداث في سوريا، تأثيراً بالإمكانيات المختلفة التي توفرها شبكة الإنترنت من

خلال استخدام الوسائط المتعددة، وتحقيق التفاعل مع الجمهور، واستخدام المقارنة بين عدد من القنوات الإخبارية على إنستجرام في مدى ثراء خصائصهم الإتصالية وثرانهم بالمعلومات.

الإطار المعرفي:

أولاً: الإنفوجرافيك:

هو فن يجمع بين العناصر المرئية، أو البصرية، والعناصر المقروءة، بطريقة جذابة وبسيطة لتوضيح المعلومات والأحداث وتبسيطها، مستفيداً من الإمكانيات التي توفرها التكنولوجيا من مواقع تساعد على تصميم الإنفوجرافيك، أو برامج خاصة بتصميم الإنفوجرافيك⁴⁰.

ويعرف أيضاً بأنه عبارة عن عروض مرئية رسومية للمعلومات أو البيانات أو المعرفة، تهدف إلى عرض معلومات معقدة بسرعة ووضوح، لتحقيق الفهم والإدراك⁴¹، هو مصطلح مركب من مقطعين وهما Info تعني المعلومات، Graphic وتعني الرسومات.

ويتكون الإنفوجراف من ثلاثة أجزاء رئيسية، هي:⁴²

- العناصر المرئية Visual elements، وتشمل: الألوان والرسومات والعلامات والأيقونات والخرائط وما إلى ذلك.

- عناصر المحتوى elements Content، وتشمل: الحقائق والإحصاءات والنصوص والمراجع والأطر الزمنية، إلخ.³

- المعرفة Knowledge، وتشمل: الاستنتاج للتعبير عن القصص أو الرسائل.

وتبرز أهمية الإنفوجراف في تقديم المعلومات بشكل أكثر جاذبية، وإظهار الأفكار القيمة، وجذب الانتباه، وأسهل في الفهم، وتكون المعلومات أكثر إقناعاً.

وظائف الإنفوجرافيك⁴³:

- يوصل الرسالة الإعلامية بطريقة بصرية ممتعة.
- عرض كم كبير من المعلومات الصعبة والمعقدة في مساحة قليلة وبطريقة سهلة الإستيعاب.
- تنمية قدرة القارئ في التعامل مع الأرقام الكثيرة، تحليل البيانات، معرفة الأسباب والنتائج.
- تقديم خلفيات معلوماتية عن الأحداث، إقتباسات، توضيحات مهمة تساهم في فهم القارئ للقصة الخبرية المنشورة بشكل جميل وجذاب.

خصائص الإنفوجرافيك المستخدم في المجال الصحفي⁴⁴:

- أن يكون له معنى كامل ومستقل.
- يوفر قدراً "معقولاً" من المعلومات الحالية.
- أن يحتوي على معلومات كافية فهم الحقائق بشكل واضح.
- أن يصلح لإنشاء تسلسل هرمي معين للمحتوى باستخدام التصنيف أو البدائل، إذا لزم الأمر.
- استخدام عناصر أيقونية لا تشوه الواقع.

- أداء وظائف التوليف أو إستكمال المعلومات.

ثانيا: شبكات التواصل الاجتماعي:

يعرف العصر الحالي بعصر الإعلام والاتصال الإلكتروني مع تعدد شبكات التواصل الاجتماعي، وقد أصبحت هذه الشبكات مثل الفيس بوك واليوتيوب وإنستجرام من أكثر الشبكات جذبا للجمهور وقد تطورت في الفترة الأخيرة لتصبح الشبكات الأكثر انتشارا واستخداما خاصة من فئة المراهقين والشباب الذين تحرروا من قيود واقعهم الاجتماعي وأصبحوا أكثر حرية في التعبير عن أنفسهم من خلال التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تصنع له ثقافته الخاصة، وآراءه واتجاهاته.

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تشارك في مجموعة من الخصائص الأساسية أبرزها⁴⁵ :

● التفاعلية:

تطلق هذه السمة على الدرجة التي تكون فيها للمشاركين في عملية الإتصال تأثير على أدوار الآخرين وبإستطاعتهم تبادلها، وأطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وتعني أن المستخدم يستطيع الحصول على المعلومات، ويتمكن من التفاعل مع مصدر المعلومات ومع المستخدمين الآخرين، وعن طريق هذه الميزة يتشارك المستخدمون ما ينشرون من موضوعات عبر الحوار والمناقشات وإبداء الآراء والاستفادة من آراء الآخرين، وذلك يؤدي إلى إثراء الموضوعات المطروحة والتفاعلية استمرار المستخدم بالتواصل ومشاركة المضامين مع الآخرين.

● القدرة على التعبئة:

تستطيع شبكات التواصل الاجتماعي أن تستثمر قدرتها على تعبئة الجمهور من خلال الصفات المتنوعة التي يتسم بها الموقع من خلال النص، الرسالة القصيرة، الفيديو، الإعجاب، إنشاء صفحات، تشكيل مجموعات متنوعة وخاصة ... وغيرها من الصفات الأخرى

● التحكم في المحتوى المعروض:

تتيح شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدمها أن يتحكم بالمادة المعروضة فهو يمكن أن يحجب رؤية مادة معينة، أو يشترك في مادة معينة أو يشارك مجموعة أصدقاء أو يحجب آخر من المواقع الإلكترونية الأخرى، حيث إن المستخدم هو من يحدد المادة المعروضة على صفحته.

● الترابط:

أن هذه المواقع عبارة عن وسائل إجتماعية مترابطة بعضها البعض، وذلك عبر وصلات وروابط تربط المستخدمين بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، مثل خبر ما على مدونة يعجبك وتريد أن يراه اصدقائك فتقوم بنشرة ومشاركته على صفحتكم ما يسهل الوصول إليه

● الإفتتاح:

أي أن شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمة مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، حيث لا تضع هذه المواقع أي حواجز أو مبالغ أمام المستخدمين في الوصول إلى المحتوى والإستفادة منه.

● التجمع:

تتيح شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدميها إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فاعل، وترتبط تلك التجمعات الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة، مثل: الإهتمام بالقضايا السياسية أو حب التصوير أو الاهتمامات الرياضية.

وتتعدد أشكال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث شملت: الفيس بوك، وتويتر، ولينكد إن، وانستجرام، والواتس آب، والتيك توك، وسكايب، وسناب شات، وفايبر، وتيليجرام، ونتناول في هذه الدراسة موقع انستجرام، حيث بلغ عدد مستخدميه الملايين حول العالم.

هو تطبيق مجاني لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو مع الجمهور، حيث يتيح للمستخدم التقاط الصور ومقاطع الفيديو وإضافة وسم لها كما يمكن مشاركة الصور مع عدد من تطبيقات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، ويتيح خيار الإتصال وعرض مقاطع الفيديو والصور بشكل قصة مباشرة والتواصل المباشر من خلال ذلك، و يتيح أيضاً إقامة مؤثرات فيديو تفاعلية مع المتابعين.

مميزات انستجرام⁴⁶:

- يستخدمه الملايين في العالم مما يجعله مكاناً جيداً لجذب الجمهور للحصول على الأخبار والمعلومات.
- مشاركة الصور ومقاطع الفيديو وإضافة تأثيرات من قبل المستخدمين مما شجع الكثير على إستخدامه.
- التسويق للسلع والمنتجات والترويج لها .
- تعريف الجمهور بالعديد من المنتجات والخدمات.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تسعى للتعرف على كيفية توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك بالتطبيق على إنستجرام.

منهج الدراسة:

- استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي، وإعتمدت الدراسة في ذلك على منهج المسح بالعينة، وذلك من خلال مسح الإنفوجرافيك السياسي على شبكات التواصل الاجتماعي بالتطبيق على "موقع إنستجرام" في تغطية الأحداث في سوريا.
- أسلوب المقارنة: وذلك للمقارنة بين عدد من القنوات على إنستجرام في توظيفها للإنفوجرافيك السياسي، ورصد أوجه التشابه والاختلاف فيما بينهم من حيث السياسة التحريرية وكيفية تناول الأخبار المتعلقة بالأحداث في سوريا.

الجوانب الإجرائية للدراسة:

مجتمع الدراسة وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في تطبيق (إنستجرام). ويعد أحد أهم شبكات التواصل الاجتماعي المتخصصة في نشر وتبادل الصور ويتابعه الملايين حول العالم، وتم استخدام أسلوب الحصر الشامل لثلاث منصات علي إنستجرام تم تحديدها بعد إجراء دراسة استطلاعية لمعرفة أي منهم الأكثر توظيفاً للإنفوجرافيك وتغطية الأحداث السورية، وتمثلت الثلاث مواقع في (شبكة رؤية الإخبارية- الجزيرة نت - cnn Arabic)، وذلك في الفترة من 1-10-2024 حتي 30-5-2025، وهي فترة هروب الرئيس السابق بشار الأسد والآثار السياسية والأمنية والإجتماعية المترتبة عليه والهجوم الإسرائيلي على سوريا وكذلك انتقال السلطة، وهي الفترة الأكثر نشراً للأخبار عن سوريا. وبلغ إجمالي الإنفوجرافيك الذي خضع للتحليل (237إنفوجرافيكاً"، وجاءت كالتالي (96) إنفوجرافيك شبكة رؤية الإخبارية، (79) بموقع الجزيرة نت، (62) علي موقع Cnn Arabic .

مبررات اختيار العينة:

لاحظت الباحثة من خلال الدراسة الإستطلاعية عدم توظيف الصحف في سوريا للإنفوجرافيك بشكل كبير، بينما زاد توظيفه في الصحف العربية والدولية على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة تطبيق إنستجرام لذلك تم اختيار المنصات التالية :

- شبكة رؤية الإخبارية:

منصة إخبارية متكاملة وتقدم أحدث الأخبار والتقارير العربية والدولية، واهتمت بتوظيف الإنفوجرافيك في عرض الأحداث في سوريا أثناء فترة الدراسة.

- الجزيرة نت:

من أهم المواقع في الوطن العربي ويقدم خدمة إخبارية متنوعة تشمل الأخبار والتغطيات، واهتم بالشأن السوري وإعتمد على الإنفوجرافيك في عرض معلوماته عن سوريا على إنستجرام بشكل جيد.

CNN Arabic:

من أهم المواقع العالمية الذي يهتم بعرض الأخبار العربية من منظور دولي، وتعد من أكثر الصحف الدولية انتشاراً.

أداة جمع البيانات:

تعتمد هذه الدراسة في جمع البيانات على أداة تحليل المضمون من خلال التحليل الكمي للإنفوجرافيك المستخدم على إنستجرام في تغطية الأحداث في سوريا، وفيما يلي خطوات إعدادها:

- الإطلاع على الدراسات السابقة وثيقة الصلة بموضوع الدراسة.

- إجراء دراسة استطلاعية على عينة من الإنفوجرافيك المعنية بتغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي بالتطبيق على (إنستجرام)، وذلك بهدف تحديد الفئات الرئيسية والفرعية:

- تحديد وحدات التحليل: استخدمت الباحثة وحدتين للتحليل، هما:

1- وحدة المفردة:

وهي الوحدة الطبيعية لمادة الإتصال، ويقصد بها في هذه الدراسة الإنفوجرافيك.

2- وحدة العد والقياس:

تم استخدام الوحدة الطبيعية لمادة الإتصال كوحدة للعد والقياس بحيث إعتبر الإنفوجراف وحدة للعد في تساؤلات الإستمارة، بحيث إذا تم تكرار الفئة داخل الإنفوجراف الواحدة فإنها تشكل تكراراً نسبياً واحداً.

تحديد فئات التحليل:

1- فئات المضمون (ماذا قيل؟):

وتشتمل على مجموعة من الفئات الرئيسية (وهي عبارة عن المكونات الرئيسية التي يتم تصنيف المحتوى بموجبها)، والتي تتفرع منها فئات فرعية، وقد تم تقسيم فئات المضمون إلى عدد من الفئات الرئيسية جاءت كالتالي:

- القضايا السورية التي طرحت بالإنفوجرافيك وتشمل: (هروب بشار وأسرته - الإنتقال الديمقراطي للسلطة- قضية الدعم الدولي الإقليمي- قضية الإصلاح الاقتصادي - قضية مكافحة الإرهاب - الإفراج عن المعتقلين سياسياً - مكافحة الفساد - تقديم المساعدات).

- أهداف الإنفوجرافيك وتشمل: (الإخبار ونشر المعلومات - الشرح والتفسير- تحليل الأحداث - الرد علي الشائعات - النقد - التوعية - التأييد ودعم لقرارات - التحذير- إظهار الروابط والعلاقات – الإرشاد).
- مصادر المعلومات المقدمة في الإنفوجرافيك وتشمل: (مسؤولون - تقارير رسمية - خبراء وكالات أنباء - صحف أجنبية - مراكز بحثية - مؤسسات حكومية - منظمات دولية).
- نوع الإنفوجرافيك ويشمل: (إنفوجرافيك ثابت – إنفوجرافيك متحرك).
- محتوى الإنفوجرافيك ويشمل: (أرقام وإحصائيات ونصوص - صور - رسوم ورموز- خرائط - نصوص).
- أهداف تخطيط الإنفوجرافيك وتشمل (تحليل بيانات – تسلسل زمني- مقارنات – عرض الأفكار).

تفاعل القراء مع الإنفوجرافيك ويشمل:

- مستوي التفاعل ويشمل: (يوجد -لا يوجد).
- أنماط التفاعل ويشمل: (إعجاب – تعليق- مشاركة - إرسال لصديق – أكثر من نمط).
- فئات الشكل (كيف قيل): وتشتمل على مجموعة من الفئات الرئيسة التي تتفرع منها فئات فرعية، حيث تم تقسيم فئات الشكل إلى الفئات التالية:
- أشكال الإنفوجرافيك وتشمل: (مستطيل – دائري- مربع- بيضاوي - مثلث)

عناصر الإبراز وتشمل :

- الألوان المستخدمة وتشمل: (أرضية ملونة فقط - الانفوجرافيك ملون فقط - الأرضية والانفوجرافيك ملونين - لا توجد تأثيرات مصاحبة)
- العناوين وتشمل: (عناوين رئيسية فقط-عناوين رئيسية وفرعية).
- نوع الصور وتشمل: (شخصية-موضوعية – جمالية).
- حجم الصور وتشمل: (كبيرة – متوسطة - صغيرة).

إجراءات الصدق والثبات لاستمارة تحليل المضمون:

قياس الصدق:

يقصد بالصدق قدرة أداة البحث على جمع المعلومات اللازمة للوفاء بمشكلة البحث وتحقيق الفروض والإجابة على تساؤلات الدراسة⁴⁷، وللتأكد من الصدق الظاهري جرى عرض أداة التحليل على عدد من المختصين من ذوي الخبرة في علم الإعلام، وكان الهدف من عرضها على السادة المحكمين ما يلي⁴⁸ :

- 1- مراجعة المادة العلمية الواردة في استمارة التحليل، ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة.
- 2- دراسة الشكل العام لتكوين استمارة تحليل المضمون .
- 3- مراجعة الجداول وذلك للوقوف على مدى كفاءة الفئات في تحقيق أهداف الدراسة .

- 4- مراجعة رموس الموضوعات والفئات المدرجة تحتها ومدى اتصالها بالدراسة.
- 5- مراجعة صياغة الفئات والتأكد من مدى وضوحها وشمولها .
- 6- مراجعة الفئات الفرعية والتأكد من مناسبتها.

قياس الثبات:

ويقصد بالثبات:

مدى ثبات النتائج التي يتوصل إليها بتكرار القياس علي الخاصية ذاتها، وذلك للتأكد من صلاحية استمارة تحليل المضمون وتم تطبيق اختبار لثبات علي مرحلتين هما:

- 1- اختبار الباحثة مع نفسها، حيث قامت بتطبيق استمارة التحليل علي عينة عشوائية، وذلك للتأكد من وجود درجة عالية من الاتساق، وبلغت نسبة التوافق (94.%) وهي درجة ثبات عالية بما يؤكد ثبات التحليل.
- 2- اختبار الثبات للباحثة مع باحثين آخرين، حيث استعانت بباحثين آخرين⁴⁹، لإعادة تطبيق صحيفة تحليل المضمون علي عينة من المواد المدروسة، وبلغت نسبة التوافق (90.%) وهي نسبة مرتفعة.

تم إجراء التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS الإجراء المعاملات الإحصائية المناسبة لهذه الدراسة، وتحليلها واستخراج النتائج وتفسيرها.

مفاهيم الدراسة:

توظيف:

استخدام الوسائل المتاحة والطاقت والخبرات تحت تصرف الفرد أو المؤسسة التي يمكن الاستفادة منها في تحسين وتطوير الأداء⁵⁰.

الإنفوجرافيك:

هو عبارة عن دمج الوسائط المتعددة في قالب واحد وتقديمها للجمهور بطريقة جذابة تجعله أكثر قدرة على تذكر المعلومة ويهتم بالبيانات والإحصائيات التي يصعب حفظها أو تذكرها ويقدمه بالخرائط والرسوم البيانية، الصور، الألوان، حتى يسهل فهمها، وإستيعابها، وتذكرها، فعلى مصممة أن يجعل منه قصة تحكى وتروى للعين⁵¹.

والمقصود بالإنفوجرافيك في هذه الدراسة الإنفوجرافيك التي وظيفتها شبكات التواصل الاجتماعي في تغطية الأحداث في سوريا، باستخدام مجموعة من الأرقام والإحصائيات والصور وعرضها بشكل بسيط يسهل على الجمهور فهمها وإستيعابها .

شبكات التواصل الاجتماعي:

هي عبارة عن مواقع تتيح تبادل المعلومات والأفكار، والثقافات، والتعارف بين أفراد يتشاركون نفس الفكر، والثقافة، والتوجه، والميول، وتتنوع الشبكات الاجتماعية تنوعاً

دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

كبيراً، وانتشرت انتشاراً كبيراً أيضاً بتنامي استخدام وانتشار الإنترنت حول العالم، وتطبق هذه الدراسة على موقع إنستجرام .

إنستجرام:

وهو من منصات الشبكات الاجتماعية الهامة لتبادل الصور والذي يمكن المستخدمين من التقاط الصور أو الصور، وتتضمن تطبيقاته أدوات تلاعب مختلفة لتحويل الصور، ومشاركتها على الفور مع الأصدقاء على مختلف مواقع الشبكات الاجتماعية.

نتائج الدراسة:

1- أهم القضايا السورية التي طرحت بالإنفوجرافيك السياسي في مواقع الدراسة:

جدول رقم (1)

يوضح القضايا السورية التي طرحت بالإنفوجرافيك في مواقع الدراسة

القضايا	Roaya news		aljazeera.net		CNN		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
هروب بشار وأسرته	19	19.79%	16	20.25%	15	24.19%	50	21.09%
الانتقال الديمقراطي للسلطة	10	10.41%	17	21.51%	8	12.90%	35	14.76%
قضية الدعم الدولي الاقليمي	8	8.33%	10	12.65%	5	8.06%	23	9.70%
فساد وظلم النظام	14	14.58%	3	3.79%	8	12.92%	25	10.54%
قضية الإصلاح الاقتصادي	17	17.70%	10	12.65%	6	9.67%	33	13.92%
قضية مكافحة الإرهاب	2	2.08%	4	5.06%	1	1.61%	7	2.95%
الإفراج عن المعتقلين سياسيا وسجن صيدنايا	15	15.62%	8	10.12%	11	17.74%	34	14.34%
الهجوم الإسرائيلي على سوريا	4	4.16%	3	3.79%	3	4.83%	10	4.21%
تقديم المساعدات	7	7.29%	8	10.12%	5	8.06%	20	8.43%
الإجمالي	96	100%	79	100%	62	100%	237	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق تعدد القضايا التي طرحت بالإنفوجرافيك محل الدراسة عن القضايا السورية، إذا جاء هروب بشار الأسد وأسرته في المرتبة الأولى بنسبة (21.9%) وقد يرجع ذلك لصعوبة الموقف وتأثيره على انهيار النظام السياسي والأمني في سوريا ورد فعل الشعب السوري وكذلك رد الفعل العربي والعالمي ولذلك احتل المرتبة الأولى في الإنفوجرافيك محل الدراسة، يليها في المرتبة الثانية الإنتقال الديمقراطي للسلطة بنسبة (14.76%) وذلك كرد فعل طبيعي بعد هروب بشار الأسد وسقوط النظام فعملت المواقع محل الدراسة على تسليط الضوء على المرحلة القادمة في سوريا، ثم يليها في المرتبة الثالثة الإفراج عن المعتقلين السياسيين بنسبة (14.34%) وذلك بعد هروب بشار الأسد وظهور أزمات المعتقلين السياسيين وما يحدث في سجن صيدنايا وتعرضهم للتعذيب والإعدام السري، ثم يليها قضية الإصلاح الاقتصادي في المرتبة الخامسة بنسبة (13.92%) وذلك من خلال تسليط الضوء على التحديات الاقتصادية التي تواجه سوريا لإعادة هيكلة الاقتصاد القومي، ثم يليها فساد وظلم النظام بنسبة (10.54%)، ثم يليها قضية الدعم الدولي والإقليمي بنسبة (9.7%) وذلك من خلال رصد رد فعل الدول العربية والأجنبية على هروب بشار الأسد وإظهار الدعم للشعب السوري، ثم يليها تقديم المساعدات بنسبة (8.43%) ثم يليها الهجوم الاسرائيلي على سوريا بنسبة (4.21%) وذلك بعد توجيه إسرائيل سلسلة من الغارات على مواقع مختلفة في سوريا، وجاء في المرتبة الأخيرة قضية مكافحة الإرهاب بنسبة (2.95%).

أما علي مستوي كل موقع:

شبكة رؤية الإخبارية (Roaya news):

جاء هروب بشار الأسد في المرتبة الأولى بنسبة (19.79%) ومن أمثلة ذلك :

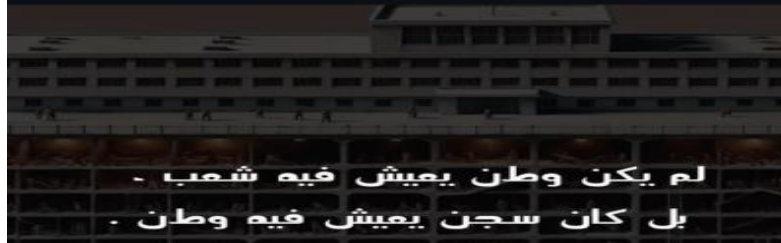


يليها في المرتبة الثانية قضايا الإصلاح الاقتصادي بنسبة (17.70%)، ومن أمثلة ذلك :



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

يليه في المرتبة الثالثة الإفراج عن المعتقلين السياسيين وسجن صيدنايا بنسبة (15.65%)، ومن أمثلة ذلك:



ثم يليها فساد وظلم النظام بنسبة (14.58%)، ومن أمثلة ذلك:



ثم يليها الإنتقال الديمقراطي للسلطة بنسبة (10.41%)، ومن أمثلة ذلك:



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

ثم يليها تقديم المساعدات بنسبة (7.29%)، ومن أمثلة ذلك :



ثم يليها قضية الدعم الدولي والإقليمي بنسبة (8.33%)، ومن أمثلة ذلك :



وفي المرتبة الأخيرة قضية مكافحة الإرهاب بنسبة (2.08%)، ومن أمثلة ذلك :



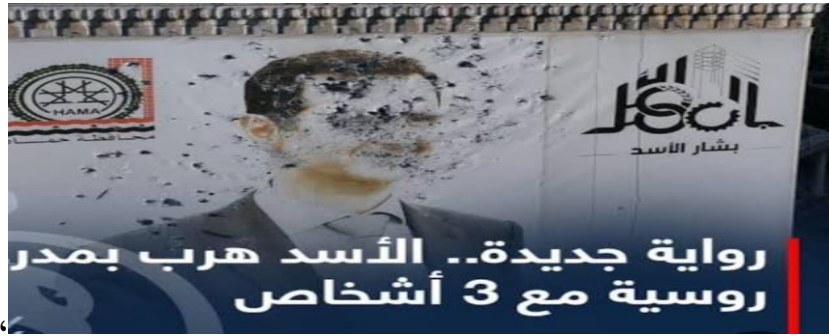
دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

الجزيرة نت (aljazeera.net):

جاء انتقال السلطة في المرتبة الأولى بنسبة (21.51%) ومن أمثلة ذلك:



يليه في المرتبة الثانية هروب بشار الاسد واسرته بنسبة (20.25%) ومن أمثلة ذلك



يليه قضية الإصلاح الاقتصادي بنسبة (12.65%)، ومن أمثلة ذلك |



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الإجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

يليه الإفراج عن المعتقلين السياسيين وتقديم المساعدات في المرتبة الرابعة بنسبة (10.12%)، ومن أمثلة ذلك:



يليه قضية مكافحة الإرهاب بنسبة (5.6%)، وفي المرتبة الأخيرة الهجوم الإسرائيلي على سوريا وفساد وظلم النظام بنسبة متساوية (3.79%) ومن أمثلة ذلك:



CNN Arabic: جاء هروب بشار الأسد وأسرته في المرتبة الأولى بنسبة (24.19%)، ومن أمثلة ذلك:



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

يليه في المرتبة الثانية سجن صيدنايا والإفراج عن المعتقلين السياسيين بنسبة (17.74%)، ومن أمثلة ذلك:



ثم يليها فساد وظلم النظام بنسبة (12.92%)، ومن أمثلة ذلك :



ثم يليها الانتقال الديمقراطي للسلطة بنسبة (12.90%)، ومن أمثلة ذلك:



ثم يليها الإصلاح الاقتصادي بنسبة (9.67%)، ومن أمثلة ذلك :



ثم يليها تقديم المساعدات وقضايا الدعم الدولي والإقليمي بنسبة (8.6%)، ثم يليها الهجوم الإسرائيلي على سوريا بنسبة (4.83%)، ومن أمثلة ذلك :



وفي المرتبة الأخيرة قضية مكافحة الإرهاب بنسبة (1.61%).

وتوضح هذه النتيجة تصدر هروب بشار الأسد المرتبة الأولى في شبكة رؤية الإخبارية وموقع cnn ويمكن تفسير ذلك في ضوء طبيعة الأحداث وتأثير هروب بشار الأسد علي المشهد في سوريا والوطن العربي لذا احتل المرتبة الأولى في شبكة رؤية الإخبارية لإهتمامها بالشأن العربي و CNN كموقع عالمي لدراسة تأثير هذ القرار وتحليله وتسليط الضوء عليه ولذلك من الطبيعي أن تأتي بنتيجة متقدمة .

2- أهداف نشر الانفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي مواقع الدراسة: جدول (2)

يوضح أهداف نشر الانفوجرافيك السياسي علي مواقع الدراسة

الأهداف	Roaya news		aljazeera.net		CNN		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الإخبار ونشر المعلومات	32	33.33%	27	34.17%	11	17.74%	70	29.35%
تحليل الأحداث	25	26.04%	20	25.31%	23	37.09%	68	28.96%
الرد علي الشائعات	3	3.12%	2	2.53%	1	1.61%	6	2.53%
النقد	2	2.08%	2	2.53%	4	6.45%	8	3.37%
التوعية	15	15.62%	9	11.39%	4	6.45%	28	11.81%
التأييد ودعم لقرارات	7	7.29%	7	8.86%	12	19.35%	26	10.97%
التحذير	9	9.37%	7	8.86%	6	9.67%	22	9.28%
إظهار الروابط والعلاقات	3	3.12%	5	6.32%	%	1.61%	9	3.79%
الإجمالي	96	100%	79	100%	62	100%	237	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق سيطرة الطابع الإخباري ونشر المعلومات على أهداف نشر الإنفوجرافيك في مواقع الدراسة عن القضايا السورية إذا جاء في المرتبة الأولى بنسبة (29.35 %)، وقد يرجع ذلك لأهمية الحدث ورغبة الصحف بإطلاع الجمهور بآخر الأخبار ونقل الوقائع والمعلومات بدقة وموضوعية، وهو ما يتفق مع دراسة فلورا إكرام متي (2024)⁵² والتي أشارت إلي تصدر الطابع الإخباري المرتبة الأولى في توظيف الإنفوجرافيك محل الدراسة بنسبة (65.7%)، يليها بنسبة متقاربة في المرتبة الثانية تحليل الأحداث بنسبة (28.96%)، وقد يرجع ذلك إلي تأثير هروب بشار الأسد وسقوط النظام في سوريا على الشعب السوري والوطن العربي والعالمي ولذلك عملت المواقع محل الدراسة على تحليل وتفسير الحدث لزيادة فهم ووعي الجمهور وإدراك الأسباب والنتائج المترتبة عليه، ثم يليها التوعية في المرتبة الثالثة بنسبة (11.81 %) ويمكن تفسير اهتمام الصحف بذلك لتوعية الجمهور بخطورة التحولات السياسية التي ستشهدا سوريا بعد هروب بشار الأسد من فراغ سياسي وتحولات في موازين القوى داخل وخارج البلاد، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة طلعت عيسى وأيوب شلط (2022)⁵³ والتي أشارت إلي تصدر التوعية المرتبة الأولى في توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية، ثم يليها بنسبة متقاربة التأييد ودعم القرارات بنسبة (10.97 %) وقد يرجع ذلك لصعوبة المرحلة التي تمر بها سوريا بعد سقوط النظام والتي تتطلب من الشعب والمجتمع الدولي مساعدة سوريا في القرارات المصيرية، وهو ما يختلف مع دراسة فلورا إكرام متي (2024)⁵⁴ والتي أشارت إلي أن التأييد ودعم القرارات جاء في المرتبة الثالثة في توظيف الإنفوجرافيك محل الدراسة بنسبة (18.7%)، ثم يليها التحذير بنسبة (9.28%) وذلك من خلال تحذير الصحف للمواطنين من حدوث اضطرابات أمنية والاستعداد لأي طوارئ، ثم يليها النقد في المراتب الأخيرة بنسبة (3.97%) وذلك من خلال نقد الصحف للأوضاع التي آلت إليها سوريا بعد هروب بشار الأسد، ثم يليها اظهار الروابط والعلاقات بنسبة (3.79%)، بينما جاء الرد على الشائعات في المرتبة الأخيرة بنسبة (2.53%).

أما علي مستوي كل موقع:

شبكة رؤية الإخبارية (Roaya news):

جاء الإخبار ونشر المعلومات في المرتبة الأولى بنسبة (33,33 %)، ومن أمثلة ذلك :



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

ثم يليها في المرتبة الثانية تحليل الأحداث بنسبة (26.4%)، ومن أمثلة ذلك :



ثم يليها التوعية بنسبة (15.62%)، ومن أمثلة ذلك :



ثم يليها التحذير بنسبة (9.37%)، ومن أمثلة ذلك :



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا على شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستغرام"

ثم يليها التأييد ودعم القرارات بنسبة (7.29%)، ومن أمثلة ذلك



ثم إظهار العلاقات والروابط والرد على الشائعات بنسبة متساوية (3.12%)، ومن أمثلة ذلك



وفي المرتبة الأخيرة النقد بنسبة (2.8%).

دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

ثم يليها التوعية بنسبة (11.39%)، ومن أمثلة ذلك:



ثم يليها التأييد ودعم القرارات والتحذير بنسبة (8.86%)، ومن أمثلة ذلك



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الإجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

ثم يليها إظهار الروابط والعلاقات بنسبة (6.32%)، ومن أمثلة ذلك:



وفي المرتبة الأخيرة النقد والرد على الشائعات بنسبة متساوية (2.53%).

CNN:

جاء تحليل الأحداث في المرتبة الأولى بنسبة (37.97%)، ومن أمثلة ذلك :



ويمكن تفسير تصدر الأخبار ونشر المعلومات في شبكة رؤية الإخبارية والجزيرة نت إلي إختلاف السياسة التحريرية فرؤية موقع عربي عمل علي سرعة نشر الأخبار ونقل الوقائع والأحداث للجمهور، بينما هدف موقع CNN باعتباره موقع عالمي إلي تحليل وتفسير الأحداث و ورصد خلفياتها وآثرها في المستقبل علي سوريا والعالم .

3- أهم مصادر معلومات الإنفوجرافيك السياسي التي تم توظيفه في تغطية الأحداث في سوريا علي مواقع الدراسة:

جدول (3)

يوضح أهم مصادر معلومات الإنفوجرافيك السياسي التي تم توظيفه في تغطية الأحداث في سوريا علي مواقع الدراسة

المصادر	Roaya news		aljazeera.net		CNN		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مسئولون	42	43.75%	29	36.70%	21	33.87%	92	38.18%
تقارير رسمية	5	5.20%	15	18.98%	27	43.54%	47	19.83%
خبراء	30	31.25%	19	24.05%	0	24.19%	49	20.67%
وكالات أنباء	2	2.08%	6	7.59%	3	4.83%	11	4.64%
صحف أجنبية	5	5.20%	1	1.26%	9	14.51%	15	6.32%
مراكز بحثية	1	1.04%	0	0	1	1.61%	2	84.0%
مؤسسات حكومية	8	8.33%	7	8.86%	1	1.61%	16	6.75%
منظمات دولية	3	3.12%	2	2.535	0	0	5	2.10%
الإجمالي	96	100%	79	100%	62	100%	237	100%

يتضح من الجدول السابق تعدد المصادر الصحفية في الإنفوجرافيك السياسي عن القضايا السورية محل الدراسة إذا جاء في المرتبة الأولى إعتداد الصحفيين على المسؤولين بنسبة (36.70%) وقد يرجع حرص مواقع الدراسة على توثيق أخبارها ومعلوماتها من المسؤولين لكسب ثقة الجمهور وزيادة مصداقية الأخبار، يليها في المرتبة الثانية الخبراء بنسبة (27%) وذلك من خلال إستعانة مواقع الدراسة بالخبراء في تحليل الأحداث وتفسيرها للجمهور من خلال عرض آرائهم ووجهات نظرهم في سقوط النظام والأوضاع التي آلت إليها سوريا، ثم التقارير الرسمية في المرتبة الثالثة بنسبة (15.61%) وذلك لزيادة دقة الأخبار خاصة عن أحداث سجن صيدنايا وأعداد المعتقلين والقتلى، ثم يليها المؤسسات الحكومية بنسبة (6.75%) ويمكن تفسير ذلك برغبة صحف الدراسة بتوثيق معلوماتها من مصادر حكومية بعيد عن الشائعات والتضليل في المرحلة الصعبة التي تمر بها سوريا، ثم يليها الصحف الأجنبية بنسبة (6.32%)، ثم يليها وكالات الأنباء بنسبة (4.64%)، ثم المنظمات الدولية بنسبة (2.10%)، وجاء في المرتبة الأخيرة المراكز البحثية بنسبة (0.84%).

دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الإجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

أما علي مستوي كل موقع :

شبكة رؤية الإخبارية (Roaya news):

جاء المسؤولون في المرتبة الأولى بنسبة (43.75%)، ومن أمثلة ذلك :



يليه في المرتبة الثانية الخبراء بنسبة (31.25%)، ومن أمثلة ذلك :



يليه المؤسسات الحكومية بنسبة (8.33%)، ومن أمثلة ذلك :



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الإجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

ثم يليها الصحف الأجنبية والتقارير الرسمية بنسبة متساوية بنسبة (5.20 %)، ومن أمثلة ذلك :



ثم يليها وكالات الأنباء بنسبة (2.5%)، ومن أمثلة ذلك :



وفي المرتبة الأخيرة المراكز البحثية بنسبة (1.04%).

دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

الجزيرة نت (aljazeera.net):

جاء المسؤولون في المرتبة الأولى بنسبة (36.70%)، ومن أمثلة ذلك :



يليهما في المرتبة الثانية الخبراء بنسبة (24.05%) ومن أمثلة ذلك :



ثم يليها التقارير الرسمية بنسبة (18.98%)، ومن أمثلة ذلك :



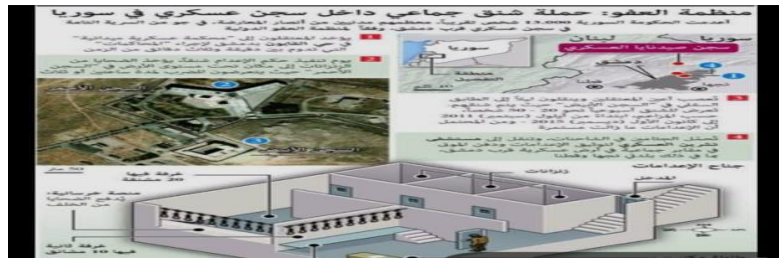
دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

يليهها المؤسسات الحكومية بنسبة (8.86%) ومن أمثلة ذلك :

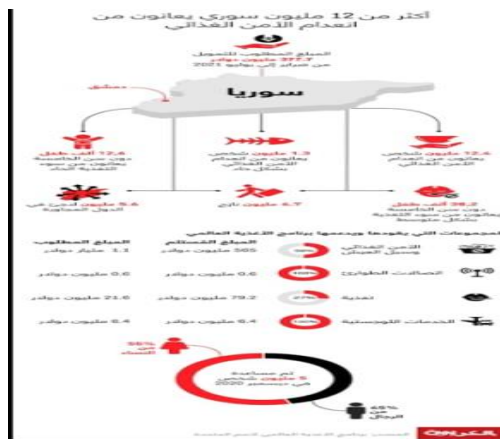


ثم وكالات الأنباء بنسبة (7.59%)، ثم المنظمات الدولية بنسبة (2.5%)، وفي المرتبة الأخيرة الصحف الأجنبية بنسبة (1.26%).
:CNN Arabic

جاءت التقارير الرسمية في المرتبة الأولى بنسبة (43.54%) ومن أمثلة ذلك:



يليهها في المرتبة الثانية المسؤولون بنسبة (33.87%)، ثم يليها الصحف الأجنبية بنسبة (14.50%)، ثم يليها وكالات الأنباء بنسبة (4.83%)، ثم يليها مراكز بحثية ومؤسسات حكومية بنسبة (1.61%)، ومن أمثلة ذلك:



ولم يتم الاعتماد علي الخبراء كمصدر للمعلومات في الإنفوجرافيك محل الدراسة

4- نوع الإنفوجرافيك السياسي التي اعتمدت عليه مواقع الدراسة في تغطية الأحداث في سوريا:

جدول (4)

نوع الإنفوجرافيك	Roaya news		aljazeera.net		CNN		المجموع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
إنفوجرافيك ثابت	100%	96	100%	79	100%	62	100%	237
إنفوجرافيك متحرك	0	0	0	0	0	0	0	0
الإجمالي	100%	96	100%	79	100%	62	100%	237

يوضح نوع الإنفوجرافيك السياسي التي اعتمدت عليه مواقع الدراسة في تغطية الأحداث في سوريا

يتضح من الجدول السابق سيطرة الإنفوجرافيك الثابت على مواقع الدراسة ولم يتم الاعتماد على الإنفوجرافيك المتحرك في أي موقع من مواقع الدراسة، فالإنفوجرافيك الثابت أسرع وأسهل في الإنتاج ويساعد علي توصيل المعلومات بفعالية وتبسيط المعلومات المعقدة وجذب انتباه الجمهور، ولا يحتاج إلي تحميل أو تشغيل كملف فيديو كما في الإنفوجرافيك التفاعلي .

وهو ما يتفق مع دراسة سالي أسامة شحاتة (2018)⁵⁵، والتي توصلت إلي سيطرة الإنفوجرافيك الثابت في معالجته للقضايا الإقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف القومية اليومية. و كذلك دراسة مني محمد الطوخي (2021)⁵⁶، والتي أشارت إلي سيطرة الإنفوجرافيك الثابت في معالجتها لقضايا التنمية المستدامة في المواقع الصحفية، وأيضاً دراسة فلورا إكرام متي (2024)⁵⁷ والتي أشارت أيضاً احتلال الإنفوجرافيك الثابت المرتبة الأولى في الإنفوجرافيك محل الدراسة، ودراسة أيمن بريك (2021).

5- محتوى الإنفوجرافيك التي استخدمتها مواقع الدراسة في تغطية الأحداث في سوريا:

جدول (5)

يوضح محتوى الإنفوجرافيك محل الدراسة التي استخدمتها مواقع الدراسة في تغطية الأحداث في سوريا

محتوي الإنفوجرافيك	Roaya news		aljazeera.net		CNN		المجموع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
نص وصور	62.5%	60	63.29%	50	37.09%	23	56.11%	133
أرقام وإحصائيات وصور	36.4%	35	34.17%	27	56.45%	35	40.92%	97
رسوم ورموز	0	0	2	0	0	0	0.84%	2
خرائط	1.04%	1	2.53%	2	6.45%	4	2.95%	7
الإجمالي	100%	96	100%	79	100%	62	100%	237

دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

يتضح من الجدول السابق توظيف المواقع محل الدراسة للصور والنص في الإنفوجرافيك في تغطية الأحداث في سوريا إذا جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (56.11%)، وقد يرجع ذلك لأهمية الصور ودورها في تبسيط المعلومات وجذب انتباه القارئ وتعزيز الأفكار المراد توصيلها من الإنفوجرافيك، يليها في المرتبة الثانية الأرقام والإحصاءات والصور بنسبة (40.92%) ويمكن تفسير دمج هذه العناصر لأنها تجمع بين الدقة والوضوح البصري وجاذبية التصميم وتساعد علي تعزيز المصداقية والدقة للجمهور وكذلك جذب انتباه عن طريق الصور، ثم يليها الخرائط بنسبة (2.95%) فالخرائط تعد أداة بصرية قوية تضيف الوضوح والسياق المكاني وتمكن القارئ من ربط المعلومة بالمكان بسهولة وتساعد علي المقارنة بين المناطق المختلفة، ولم يتم توظيف الرسوم والرموز .

وهو ما يختلف مع دراسة سالي شحاتة (2018)، والتي أشارت إلي تصدر الأرقام والإحصاءات المرتبة الأولى في محتوى الإنفوجرافيك التي تم توظيفه في معالجة القضايا الإقتصادية في مواقع الصحف القومية اليومية .

وأيضاً دراسة طلعت عيسى وأيوب شلط (2022)⁵⁸، والتي أشارت إلي تصدر الإحصائيات المرتبة الأولى في توظيف الإنفوجرافيك في الصحف الفلسطينية .

وعلي مستوي كل موقع:

شبكة رؤية الإخبارية (Roaya news):

جاء في المرتبة الأولى الصور بنسبة (62.5%)، ومن أمثلة ذلك :



يليها في المرتبة الثانية الأرقام والإحصاءات والصور بنسبة (36.4%)، ومن أمثلة ذلك :



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

ثم يليها الخرائط بنسبة (1.04%)، ومن أمثلة ذلك :



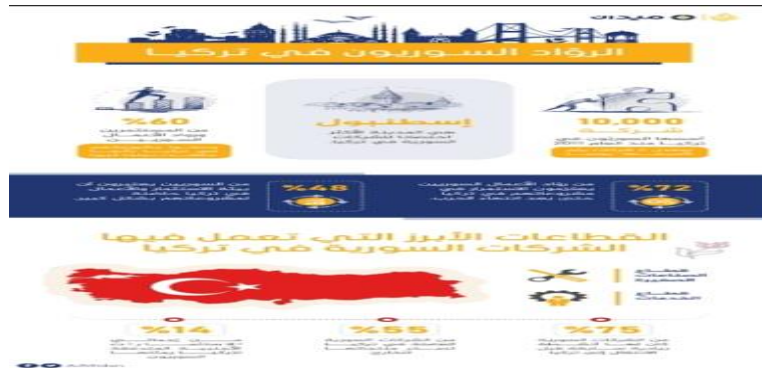
وفي المرتبة الأخيرة لم يتم توظيف الرسوم والرموز .

الجزيرة نت:

جاء في المرتبة الأولى الصور بنسبة (63.29%)، ومن أمثلة ذلك :



يليها في المرتبة الثانية الأرقام والإحصاءات والصور بنسبة (34.17%)، ومن أمثلة ذلك



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الإجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

ثم يليها الخرائط بنسبة (2.35%)، ومن أمثلة ذلك :



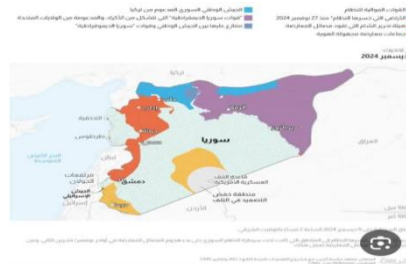
وفي المرتبة الأخيرة لم يتم توظيف الرسوم والرموز.

CNN Arabic:

جاء في المرتبة الأولى الأرقام والإحصاءات والصور بنسبة (56.54%)، من أمثلة ذلك :



يليها في المرتبة الثانية الخرائط بنسبة (37%) ومن أمثلة ذلك :



ثم يليها الصور بنسبة (6.45%) ومن أمثلة ذلك :



وفي المرتبة الأخيرة لم يتم توظيف الرسوم والرموز .

6- أهداف تخطيط الإنفوجرافيك وفقا للمحتوي في تغطية الأحداث في سوريا علي مواقع الدراسة:

جدول (6)

يوضح أهداف تخطيط الإنفوجرافيك وفقا للمحتوي في تغطية الأحداث في سوريا علي مواقع الدراسة

الأهداف	Roaya news		aljazeera.net		cnn		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%		%
تحليل بيانات	52	54.61%	41	51.89%	40	64.51%	133	56.11%
تسلسل زمني	20	20.83%	8	10.12%	10	16.12%	38	16.03%
مقارنات	10	10.41%	5	6.23%	2	3.2%	17	7.17%
عرض الأفكار	14	14.58%	25	31.64%	10	16.12%	49	20.67%
الإجمالي	96	100%	79	100%	62	100%	237	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أهم أهداف نشر محتوى الإنفوجرافيك محل الدراسة في تغطية الأحداث في سوريا كان تحليل البيانات إذا احتل المرتبة الأولى بنسبة (56.11%)، وقد يرجع ذلك لتبسيط وتلخيص المعلومات بشكل جذاب للجمهور يسهل عليها فهمها وإستيعابها ودعم الرسائل والحجج الرئيسية في الإنفوجرافيك كالبيانات عن سجن صيدنيا وأعداد المعتقلين وتأثير هروب بشار الأسد، يليها في المرتبة الثانية عرض الأفكار بنسبة (20.67%) وذلك من خلال تركيز الإنفوجرافيك علي الأفكار الرئيسية وتنظيمها بشكل منطقي وبترتيب واضح ومرئي يساعد الجمهور علي فهم الأفكار بدون تشتت، ثم يليها التسلسل الزمني بنسبة (16.03%) وذلك من خلال عرض الأحداث حسب ترتيب حدوثها

دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

مما يساعد الجمهور علي فهم تطور الأوضاع في سوريا والأسباب التي أدت إلي هروب بشار الأسد، وفي المرتبة الأخيرة جاء المقارنات بنسبة (7.17%) وذلك من خلال المقارنة بين الأوضاع في سوريا مما يسهل علي الجمهور فهمها واستيعابها.

واختلفت هذه الدراسة مع دراسة سالي أسامة (2018)⁵⁹ حيث احتل عرض الأفكار المرتبة الأولى في معالجة الإنفوجرافيك للقضايا الاقتصادية، يليها المقارنات ثم التسلسل الزمني .

بينما اتفقت مع دراسة ريهام درويش (2020)⁶⁰، والتي أشارت إلي تصدر عرض الأفكار المرتبة الأولى في أهداف نشر الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية .

وعلي مستوي كل موقع :

شبكة رؤية الإخبارية (Roaya news):

جاء تحليل البيانات في المرتبة الأولى بنسبة (54.61%) ومن أمثلة ذلك :



يليه في المرتبة الثانية التسلسل الزمني بنسبة (20.83%) ومن أمثلة ذلك :



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

ثم يليها عرض الأفكار بنسبة (14.85%) ومن أمثلة ذلك :

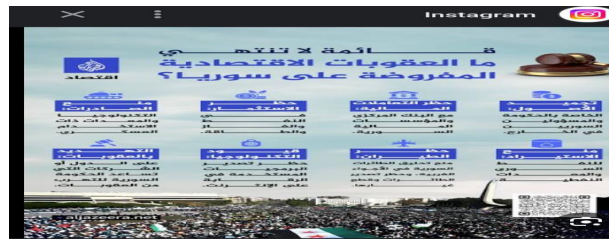


وفي المرتبة الأخيرة جاء المقارنات بنسبة (10.41%) ومن أمثلة ذلك :



الجزيرة نت (aljazeera.net):

احتل تحليل البيانات المرتبة الأولى بنسبة (51.89%)، ومن أمثلة ذلك :



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

يليه في المرتبة الثانية عرض الأفكار بنسبة (31.64%)، ومن أمثلة ذلك :



ثم يليها التسلسل الزمني بنسبة (10.12%)، ومن أمثلة ذلك :



وفي المرتبة الأخيرة جاء المقارنات بنسبة (6.23%).

:CNN Arabic

تصدر تحليل البيانات المرتبة الأولى بنسبة (64.51%)، ومن أمثلة ذلك :

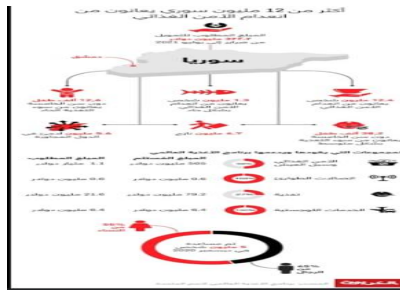


دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

يليه في المرتبة الثانية عرض الأفكار و التسلسل الزمني بنسبة متساوية (16.12%)، ومن أمثلة ذلك :



وفي المرتبة الأخيرة جاء المقارنات بنسبة (3.02%)، ومن أمثلة ذلك :



7- أشكال الانفوجرافيك التي وظفتها مواقع الدراسة في تغطية الأحداث في سوريا :
جدول (7)

يوضح أشكال الانفوجرافيك التي وظفتها مواقع الدراسة في تغطية الأحداث في سوريا

أشكال الإنفوجرافيك	Roaya news		aljazeera.net		cnn		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مستطيل	75	78.12%	70	88.60%	55	88.70%	200	84.38%
دائري	0	0	0	0	0	0	0	0
مربع	21	21.87%	9	11.39%	7	11.29%	37	15.61%
بيضاوي	0	0	0	0	0	0	0	0
مثلث	0	0	0	0	0	0	0	0
الإجمالي	96	100%	79	100%	62	100%	237	100%

يتضح من الجدول السابق سيطرة الإنفوجرافيك المستطيل على مواقع الدراسة في تغطية الأحداث السورية إذا جاء في المرتبة الأولى الإنفوجرافيك المستطيل بنسبة (84.83%) من،

دلالات توظيف الانفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

يليه في المرتبة الثانية الانفوجرافيك المربع بنسبة (15.61%)، بينما لم يتم الاعتماد على الانفوجرافيك الدائري أو البيضاوي أو المثلث في مواقع الدراسة.

ويمكن تفسير ذلك بزيادة المعلومات والبيانات والأرقام ولذلك كان الانفوجرافيك المستطيل الأفضل في عرض المعلومات بطريقة جذابة ومبسطة داخل مساحة مستطيلة.

وهو ما اتفق مع دراسة سالي شحاتة (2018) ⁶¹ في تصدر الانفوجرافيك المستطيل المرتبة الأولى في معالجة القضايا الاقتصادية.

أما علي مستوي كل موقع :

شبكة رؤية الإخبارية (Roaya news) :

جاء المستطيل في المرتبة الأولى بنسبه (78.12%)، ومن أمثلة ذلك :



يليه في المرتبة الثانية المربع بنسبة (21.87%)، ومن أمثلة ذلك :



بينما لم يتم استخدام الانفوجرافيك البيضاوي والمثلث والدائري اثناء الدراسة.

دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

الجزيرة نت (aljazeera.ne):

جاء المستطيل في المرتبة الاولى بنسبه (88.60%)، ومن أمثلة ذلك :



يليها في المرتبة الثانية المربع بنسبة (11.39%)، ومن أمثلة ذلك :



بينما لم يتم استخدام الانفجرافيك البيضاوي والمثلث والدائري أيضا اثناء الدراسة

CNN Arabic:

جاء المستطيل في المرتبة الأولى بنسبة (88.70%) ومن أمثلة ذلك :



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

ثم يليها في المرتبة الثانية المربع بنسبة (11.29%)، ومن أمثلة ذلك :



بينما لم يتم استخدام البيضاوي والمثلث والدائري.

8- عناصر الإبراز في الإنفوجرافيك التي وظفتها عينة الدراسة في تغطية الأحداث في سوريا :

جدول (8)

يوضح عناصر الإبراز في الإنفوجرافيك التي وظفتها عينة الدراسة في تغطية الأحداث في سوريا

عناصر الإبراز		Roaya news		aljazeera.net		cnn		المجموع	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الألوان المستخدمة	أرضية ملونة فقط	0	0	1.26%	1	0	0	42.2%	1
	الانفوجرافيك ملون فقط	17	17.70%	15	18.98%	10	16.2%	42	17.72%
	الأرضية والانفوجرافيك ملونين	79	82.29%	63	79.74%	52	83.87%	194	81.85%
	لا توجد تأثيرات مصاحبة	0	0	0	0	0	0	0	0
	الإجمالي	96	100%	79	100%	62	100%	237	100%
العناوين	عناوين رئيسية وفرعية	27	28.12%	30	37.97%	4	6.45%	61	25.73%
	عناوين رئيسية فقط	69	71.87%	49	62.02%	58	93.54%	176	74.26%
	الإجمالي	96	100%	79	100%	62	100%	237	100%
نوع الصور	موضوعية	54	56.25%	30	37.97%	40	64.51%	124	52.32%
	شخصية	42	43.75%	49	62.02%	22	35.48%	113	47.67%
	الإجمالي	96	100%	79	100%	62	100%	237	100%
حجم الصور	كبيرة	24	25%	11	13.92%	10	15.38%	45	18.98%
	متوسطة	50	52.08%	40	50.63%	20	32.25%	110	46.41%
	صغيرة	22	22.91%	28	35.44%	32	51.61%	82	34.59%
الإجمالي		96	100%	79	100%	62	100%	237	100%

دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

يتضح من بيانات الجدول السابق عناصر الإبراز المستخدمة في تغطية الأحداث في سوريا وجاءت كالتالي:

الألوان المستخدمة: احتلت الأرضية والانفوجرافيك الملونين المرتبة الأولى بنسبة كبيرة (81.85%)، يليها في المرتبة الثانية بفارق كبير انفوجرافيك ملون فقط بنسبة (17.72%) وفي المرتبة الأخيرة أرضية ملونة فقط بنسبة (42%).

أما علي مستوي كل موقع :

شبكة رؤية الإخبارية (Roaya news) :

احتلت الأرضية والإنفوجرافيك الملونين المرتبة الأولى بنسبة (82.29%)، ومن أمثلة ذلك



يليه المرتبة الثانية الانفوجرافيك الملون فقط بنسبة (17.70%)، ومن أمثلة ذلك :



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

الجزيرة نت (aljazeera.net):

احتلت الأرضية والانفوجرافيك الملونين المرتبة الأولى بنسبة (79.74%)، ومن أمثلة ذلك :



يليه في المرتبة الثانية الانفوجرافيك الملون فقط بنسبة (18.98%)، ومن أمثلة ذلك :



وفي المرتبة الأخيرة أرضية ملونة فقط بنسبة (1.26%).

CNN Arabic:

سيطرة الانفوجرافيك والأرضية الملونة على موضوعات الدراسة بنسبة (87.87%)، ومن أمثلة ذلك:



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

ثم يليها في المرتبة الثانية العناوين الرئيسية والفرعية بنسبة (6.45%)، ومن أمثلة ذلك :



ويمكن تفسير هذه النتيجة باتفاق مواقع الدراسة علي استخدام العناوين الرئيسية لزيادة جذب الجمهور ودفعه للاستمرار في قراءة وتحليل الإنفوجرافيك وتنظيم المحتوى وتقديمه بشكل جذاب، وتركيزهم علي إبراز الجوانب الرئيسية فقط في الخبر .

نوع الصور: تصدرت الصور الموضوعية المرتبة الأولى بنسبة (52.32 %)، يليها بنسبة متقاربة الصور الشخصية بنسبة (47.67%).

وهو ما يتفق مع دراسة فلورا إكرام متي (2024)⁶³ والتي أشارت إلي أن الصور الموضوعية احتلت المرتبة الأولى في توظيف الإنفوجرافيك في تغطية الحرب الإسرائيلية علي غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية.

أما علي مستوي كل موقع:

شبكة رؤية الإخبارية (Roaya news) :

تصدرت الصور الموضوعية المرتبة الأولى بنسبة (56.2 %)، ومن أمثلة ذلك :



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

يليهها بنسبة متقاربة الصور الشخصية بنسبة (43.75%)، ومن أمثلة ذلك :

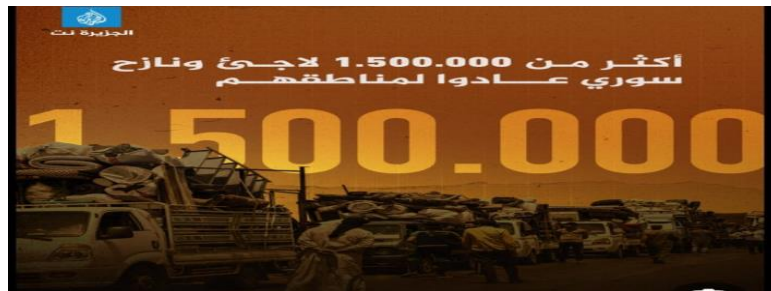


الجزيرة نت (aljazeera.net):

تصدرت الصور الشخصية المرتبة الأولى بنسبة (62.06 %)، ومن أمثلة ذلك :



يليهها في المرتبة الثانية الصور الموضوعية بنسبة (37.97%)، ومن أمثلة ذلك :



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

:CNN Arabic

تصدرت الصور الموضوعية المرتبة الأولى بنسبة (64.51%)، ومن أمثلة ذلك :



ثم يليها الصور الشخصية بنسبة (35.48%)، ومن أمثلة ذلك :



ويمكن تفسير اعتماد جريدة الوطن وموقع CNN علي الصور الموضوعية بنسبة كبيرة لأن الصور الموضوعية تضيف طابعا "واقعيًا" وتزيد من مصداقية الخبر وتختصر المعني وتزيد في وضوح الأفكار، بينما اعتمد موقع الجزيرة نت علي الصور الشخصية في المرتبة الأولى وذلك من خلال الاستعانة بالشخصيات العامة في الحدث كصور بشار الأسد والمسؤولين وضحايا سقوط النظام.

حجم الصور:

احتلت الصور المتوسطة المرتبة الأولى بنسبة (46.41%)، يليها الصور الصغيرة بنسبة (34.59%) وفي المرتبة الأخيرة الصور الكبيرة بنسبة (18.98%).

وهو ما يختلف مع دراسة فلورا إكرام متي (2024)⁶⁴ والتي أشارت إلي تصدر الصور الصغيرة المرتبة الأولى والصور المتوسطة المرتبة الثانية في توظيف الإنفوجرافيك في تغطية الحرب الإسرائيلية علي غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية .

دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

أما علي مستوي كل موقع :

شبكة رؤية الإخبارية (Roaya news):

احتلت الصور المتوسطة المرتبة الأولى بنسبة (52.08 %)، ومن أمثلة ذلك :



يلها الصور الكبيرة بنسبة (25 %) ومن أمثلة ذلك :



وفي المرتبة الأخيرة الصور الصغيرة بنسبة (22.9 %).

دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

الجزيرة نت (aljazeera.net):

احتلت الصور المتوسطة المرتبة الأولى بنسبة (50.63 %) ومن أمثلة ذلك



يليها الصور الصغيرة بنسبة (35.44 %) ومن أمثلة ذلك :



وفي المرتبة الأخيرة الصور الكبيرة بنسبة (13.92 %)، ومن أمثلة ذلك :



CNN Arabic:

احتلت الصور الصغيرة المرتبة الأولى بنسبة (51.61 %)، ومن أمثلة ذلك :



دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

ثم يليها الصور المتوسطة بنسبة (32.25%)، ومن أمثلة ذلك :



وفي المرتبة الأخيرة الصور الكبيرة بنسبة (15.38%)، ومن أمثلة ذلك :



ومما سبق نجد اعتماد شبكة رؤية وموقع الجزيرة نت علي الصور المتوسطة في المرتبة الأولى، وقد يرجع ذلك لعمل توازن بين الصورة والنص ومساعدة القارئ علي فهم السياق دون أن تطغي الخلفية أو التفاصيل علي الصورة، بينما اعتمد موقع CNN علي الصور الصغيرة كجزء من تصميم الإنفوجرافيك واعتمد علي النص بشكل كبير، بينما جاءت الصورة الكبيرة في المرتبة الأخيرة حيث لم يتم توظيفها بشكل كبير حتي لا تطغي علي النص المكتوب وتسهم في تشتت القارئ .

9- سمات تفاعل القراء مع الإنفوجرافيك السياسي محل الدراسة في تغطية الأحداث في سوريا:

جدول (9)

يوضح تفاعل القراء مع الإنفوجرافيك محل الدراسة في تغطية الأحداث في سوريا

المجموع		CNN		aljazeera.net		Roaya news		مستوي التفاعل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
97%	230	88.87%	55	100%	79	100%	96	يوجد
3%	7	11.29%	7	0	0	0	0	لا يوجد
100%	237	100%	62	100%	79	100%	96	الإجمالي

دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "إنستجرام"

إعجاب	70	%36.64	65	%43.33	47	%75.8	182	%45.95
تعليق	60	%31.41	60	%40	5	%8.06	125	%31.56
مشاركة	11	5.75	5	%3.33	1	%1.62	17	%4.92
إعجاب وتعليق ومشاركة	50	%26.17	20	%13.3	2	%3.22	72	%18.18

يتضح من بيانات الجدول السابق سمات تفاعل القراء مع الانفوجرافيك محل الدراسة وجاءت كالتالي:

مستوي التفاعل:

أظهرت النتائج وجود تفاعل من القراء مع الانفوجرافيك محل الدراسة بنسبة كبيرة بلغت (97%)، يليها بنسبة صغيرة لا يوجد تفاعل من القراء بنسبة (3%).

وهو ما يتفق مع دراسة مني محمد الطوخي سالم الأكشر (2021)⁶⁵ والتي أشارت إلي وجود تفاعل كبير من القراء مع الإنفوجرافيك المعالج لقضايا التنمية المستدامة .

أما علي مستوي كل موقع :

شبكة رؤية الإخبارية (Roaya news):

أظهرت النتائج وجود تفاعل من القراء مع الانفوجرافيك محل الدراسة بنسبة كبيرة بلغت (100%).

الجزيرة نت (aljazeera.net):

أظهرت النتائج وجود تفاعل من القراء مع الانفوجرافيك محل الدراسة بنسبة كبيرة بلغت (100%).

CNN Arabic:

أظهرت النتائج تفاعل القراء مع الانفوجرافيك محل الدراسة بنسبة كبيرة بلغت (88.87%) ثم يليها لا يوجد تفاعل بنسبة (11.2%).

يمكن تفسير هذه النتيجة باحتلال التفاعل الكبير المرتبة الأولى في شبكة رؤية الإخبارية وموقع الجزيرة نت لطبيعة الأحداث في سوريا واهتمام الجمهور في سوريا والوطن العربي بمتابعتها والتفاعل معها وتبادل الآراء ووجهات النظر حولها، بينما وجد تفاعل ضعيف في CNN وعدم اهتمام الجمهور بالتفاعل مع الأحداث باعتباره موقع عالمي وكان التفاعل الأكبر مع الأخبار العالمية .

أنماط التفاعل:

احتل الإعجاب المرتبة الأولى بنسبة (45.95%) وهو ما يعكس تفاعل الجمهور مع الأحداث في سوريا وخاصة أن هذه الفئة تعد من أسهل أنماط تفاعل القراء خاصة في حالة استعجال القارئ وعدم وجود وقت كافٍ لديه للتعليق والمشاركة، يليها في المرتبة الثانية التعليق بنسبة (31.56%) ويعكس ذلك اهتمام لقارئ وإبداء آراءه ووجهات نظره حول الأحداث وتبادلها

مع الجمهور، ثم الإعجاب والتعليق والمشاركة بنسبة (18.18%) وقد يرجع ذلك لعدم وجود وقت كافي للقارئ للمشاركة والتعليق والإعجاب فيكتفي بالإعجاب أو التعليق فقط، وفي المرتبة الأخيرة المشاركة فقط بنسبة (4.92%).

وهو ما يختلف مع دراسة مني محمد الطوخي سالم الأكثر (2021)⁶⁶ والتي جاءت التفاعل بأكثر من نمط (التعليق والإعجاب والمشاركة) في المرتبة الأولى في الإنفوجرافيك المعالج لقضايا التنمية.

وعلي مستوي كل موقع:

شبكة رؤية الإخبارية (Roaya news):

احتل الاعجاب المرتبة الأولى بنسبة (36.64%)، يليها في المرتبة الثانية التعليق بنسبة (31.41%)، ثم الإعجاب والتعليق والمشاركة بنسبة (26.17%)، وفي المرتبة الأخيرة المشاركة فقط بنسبة (5.75%).

الجزيرة نت:

احتل الاعجاب المرتبة الأولى بنسبة (43.33%)، يليها في المرتبة الثانية التعليق بنسبة (40%) ثم الإعجاب والتعليق والمشاركة بنسبة (13.3%)، وفي المرتبة الأخيرة المشاركة فقط بنسبة (3.33%).

CNN Arabic:

احتل الاعجاب المرتبة الأولى بنسبة (75.8%) يليها في المرتبة الثانية التعليق بنسبة (8.06%)، ثم الإعجاب والتعليق والمشاركة بنسبة (18.18%) وفي المرتبة الأخيرة المشاركة فقط بنسبة (4.92%).

خاتمة الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى رصد دلالات توظيف الإنفوجرافيك السياسي في تغطية الأحداث في سوريا علي شبكات التواصل الاجتماعي بالتطبيق علي "إنستجرام" متمثلة في ثلاثة مواقع (شبكة رؤية الإخبارية – الجزيرة نت – CNN Arabia) في الفترة من 2024-10-1 حتي 2025-5-30، وتم الإستعانة بأداة تحليل المضمون للتعرف على نوعية المضامين التي تم معالجتها بإستخدام الإنفوجرافيك، وأهم القضايا السورية التي طرحت بالإنفوجرافيك، وأهداف نشر الإنفوجرافيك، والمصادر التي تم الإعتماد عليها، ونوع الإنفوجرافيك، وكذلك المحتوي والهدف من نشره، وأشكال الإنفوجرافيك، وعناصر الإبراز التي تم توظيفها، وسمات تفاعل القراء مع الإنفوجرافيك، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جاء أهمها على النحو التالي:

- أظهرت الدراسة إن إجمالي عدد الإنفوجرافيك المنشورة بمواقع الدراسة بلغت (237) إنفوجرافكا"، (96) إنفوجرافكا بشبكة رؤية – 79 إنفوجرافكا" بالجزيرة نت 62 إنفوجرافكا" علي Cnn Arabic)، وتوصلت إلي القضايا التي طرحت بالإنفوجرافيك محل الدراسة عن القضايا السورية، إذا جاء هروب بشار الأسد وأسرته في المرتبة الأولى وما يتعلق بكيفية هروبه وتركه للبلاد ونظام حكمه، يليها في المرتبة الثانية الانتقال الديمقراطي للسلطة، ثم يليها في المرتبة الثالثة الإفراج عن المعتقلين السياسيين وسجن صيدنايا، ثم يليها قضية الإصلاح الإقتصادي في المرتبة الخامسة، ثم يليها فساد وظلم النظام، ثم يليها قضية الدعم الدولي والإقليمي، ثم يليها تقديم المساعدات، ثم يليها الهجوم الاسرائيلي على سوريا، وجاء في المرتبة الاخيرة قضية مكافحة الإرهاب بنسبة (2.95%).
- سيطر الطابع الإخباري ونشر المعلومات على أهداف نشر الإنفوجرافيك في مواقع الدراسة عن القضايا السورية إذا جاء في المرتبة الأولى، حيث أن الهدف الأساسي من الصحافة هو الإخبار ونقل كل ما هو جديد لتثقيفه وزيادة وعيه بالأحداث الجارية، يليها بنسبة متقاربة في المرتبة الثانية تحليل الأحداث، ثم يليها التوعية، ثم يليها بنسبة متقاربة التأييد ودعم القرارات، ثم يليها التحذير، ثم يليها النقد والرد علي الشائعات في المرتبة الأخيرة.
- اعتمدت غالبية مواقع الدراسة علي المسؤولين كمصدر للمعلومات بنسبة كبيرة وذلك لتوثيق معلوماتهم بدقة وموضوعية ورغبة في كسب ثقة الجمهور وزيادة عدد المتابعين.
- اتفقت مواقع الدراسة علي توظيف الإنفوجرافيك الثابت بنسبة (100%)، وقد يرجع ذلك لسهولة تصميمه ورغبة المواقع في سرعة نشر الإنفوجرافيك وجذب الجمهور .
- كما أشارت نتائج الدراسة إلي اعتماد المواقع علي توظيف النص والصورة في تغطية الأحداث في سوريا، وقد يرجع ذلك لأهمية الصور ودورها في تبسيط المعلومات وجذب انتباه القارئ وتعزيز الأفكار المراد توصيلها من الإنفوجرافيك،
- جاء (تحليل البيانات) في مقدمة أهداف نشر محتوى الإنفوجرافيك، وذلك من خلال تحليل هروب الرئيس السابق بشار الأسد، والأوضاع في سوريا والآثار المترتبة عليه عربيا ودوليا .
- كشف التحليل علي اتفاق صحف الدراسة علي توظيف الإنفوجرافيك المستطيل بنسبة كبيرة، وقد يرجع ذلك لزيادة المعلومات والبيانات والأرقام ولذلك كان الإنفوجرافيك المستطيل الأفضل في عرض المعلومات بطريقة جذابة ومبسطة داخل مساحة مستطيلة.
- بينت النتائج اعتماد مواقع الدراسة علي الأرضية والإنفوجرافيك الملونين بنسبة كبيرة (81,85%)، وقد يرجع ذلك لرغبة المواقع في جذب الجمهور وتبسيط المعلومات .

- كشف التحليل عن اعتماد صحف الدراسة علي العناوين الرئيسية فقط بشكل كبير، وذلك من خلال تركيز العناوين علي الجوانب الرئيسية في الأحداث .
- تصدرت الصور الموضوعية المرتبة الأولى في صحف الدراسة، وذلك لأن الصور الموضوعية تضيف طابعاً واقعياً وتزيد من مصداقية الخبر وتعمل علي نقل الحدث أكثر من الشخصيات .
- احتلت الصور المتوسطة المرتبة الأولى في الإنفوجرافيك محل الدراسة، وقد يرجع ذلك لصغر المساحة خاصة مع زيادة البيانات والمعلومات في الإنفوجرافيك.
- كشف التحليل عن ارتفاع تفاعل القراء مع الإنفوجرافيك محل الدراسة بنسبة (97%)، ويمكن تفسير ذلك بأهمية الحدث والأوضاع في سوريا ورغبة الجمهور بالإطلاع علي آخر الأخبار وإدراكه لآثاره علي الوطن العربي والعالمي .

البحوث والدراسات المستقبلية:

- رصد وتحليل دور الإنفوجرافيك في المجال السياسي في ظل التطورات الرقمية وتأثيره علي الجمهور .
- دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي علي الإنفوجرافيك وصحافة البيانات بشكل عام من خلال تحليل وتلخيص البيانات .
- رصد أهمية الإنفوجرافيك كأداة هامة وفعالة لمكافحة التضليل السياسي .

مراجع الدراسة:

- (1) سالي أسامة شحاتة، معالجة الإنفوجرافيك للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف القومية اليومية، جامعة الأزهر، **مجلة البحوث الإعلامية**، مج 50، ج 2، يوليو 2018.
- (2) فلورا إكرام متي، توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية، جامعة الأزهر، **مجلة البحوث الإعلامية**، ع 70، ج 3، إبريل 2024.
- (3) Afifa Hammza ، The importance of using infographics in field of journalism ,**Journal ELBaheth in Human and social sciences**, Vol 14, February 2025.
- (4) سارة محمد منصور محمد، توظيف المضمون السياسي للإنفوجرافيك وتأثيره في تذکر وإدراك الشباب الجامعي، **مجلة كلية الآداب، جامعة أسوان**، مج 2، يناير 2025.
- (5) فلورا إكرام متي، توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية، مرجع السابق .
- (6) ولاء محمد أحمد مزید، أثر معالجة الإنفوجرافيك للأزمات الصحية في المواقع الإخبارية على الإدراك والتذكر لدى الشباب المصري، جامعة سوهاج، **مجلة كلية الآداب**، ع 69، ج 1، أكتوبر 2023.
- (7) عدنان نوري الحربي، توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية للصحف السعودية، **مجلة كلية الآداب بقتنا**، ع 32، المجلد 58، يناير 2023، متاح علي الرابط التالي :
https://journals.ekb.eg/article_284869.html
- (8) سحر محمد علي، صفاء ناصر عجلائن، معالجة الإنفوجرافيك للقضايا المجتمعية في المواقع الإخبارية اليمنية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، ع 38، سبتمبر 2022، متاح علي الرابط التالي :
https://journals.ekb.eg/article_266419.html
- (9) طلعت عيسى وأيوب شلط، توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**، ع 10، سبتمبر 2022، متاح علي الرابط التالي :
<https://asjp.cerist.dz/en/article/200138>
- (10) أسامة محمد البدراني، توظيف الصحافة الإلكترونية للإنفوجرافيك في نقل الصراع الأمريكي الإيراني، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة : كلية الآداب، 2021).
- (11) أيمن محمد إبراهيم بريك، توظيف الإنفوجراف في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، **مجلة البحوث الإعلامية**، ع 57، أبريل 2021، متاح علي الرابط التالي :
https://journals.ekb.eg/article_167925.html
- (12) Alla Kovalenko, Natalia Aleksieieva, "Visual journalism and its genres in the British press coverage of the "refugee crisis" (on materials of the Guardian", **Dialog: media studios**, No. 25 (2019), Retrieved from:
<https://doi.org/10.18524/2308-3255.2019.25.195589>
- (13) جمال ابو جيل محمد محمود، معالجة الإنفوجرافيك للقضايا العربية في المواقع الإخبارية الأجنبية الموجهة باللغة العربية، رسالة ماجستير غير مقروءة، (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2020)
- (14) ريهام درويش، دلالات توظيف الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، مجلد 13، ع 13، سبتمبر 2020، متاح علي الرابط التالي:
https://mjsm.journals.ekb.eg/article_133279.html
- (15) سلوى أبو العلا، استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية للرد علي الشائعات" المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجاً"، **مجلة البحوث الإعلامية**، ع 54، يوليو 2020، متاح علي الرابط التالي:
https://journals.ekb.eg/article_99183.html

- (16) محمد عبدالحميد أحمد، توظيف الصحف العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع29، 2020، متاح علي الرابط التالي: <https://search.mandumah.com/Record/1093684>
- (17) Kim, Narae., Pitluk, Adam. and Leshner, Glenn, "Cognitive and Affective Processing of Interactive Infographics on the web". **Paper presented at the annual meeting of the AEJMC**, Sheraton Centre Toronto, Toronto, Canada, 2019. pp.1:30
- (18) Azam Majooni, Mona Masood & Amir Akhavan. (2018) An eye-tracking study on the effect of infographic structures on viewer's comprehension and cognitive load., **Information Visualization**, 17(3), 257–266. <https://doi.org/10.1177/1473871617701971>
- (19) سالي أسامة شحاتة، معالجة الإنفوجرافيك للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف القومية اليومية، مرجع سابق.
- (20) Julio Costa Pinto. (2017). "The Relevance of Digital Infographics in Online Newspapers". **European Scientific Journal August**. SPECIAL edition ISSN: 1857 – 7881 (Print) e. pp 428: 434. Available Online: <file:///C:/Users/HP/Downloads/9748-Article%20Text-27950-1-10-20170816.pdf>.
- (21) on, Zieller Michael & Zwinger Sandra-14 online in infographics interactive of **Acceptance and sciences applied of University, Thesis Bachelor, newspapers**. 2017, Bur
- (22) Hesham Galal Hassan (2016). " Designing Infographics to support teaching complex science subject: A comparison between static and animated Infographics". 628 628 MA. Iowa State University.
- (23) f Anlysis An: News the Visualizing, Olivo. T Maria- 19 The and Times York New The from News Interactive in year of Institute Rochester The, Thesis Master, Post Washington. 2015,
- (24) مرح محمد الشيخ، علي أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية الأردنية لقضايا اللاجئين السوريين، جامعة القاهرة، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، مج 32، إبريل 2025.
- (25) أنغام مجدي سليمان، دلالة خطاب الصحف الدولية والعربية تجاه عودة العلاقات بين سوريا ودول الجوار، جامعة القاهرة، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، ع29، ج1، 2024.
- (26) آية مجدي الريان، أطر المعالجة الصحفية في الصحف المصرية الإلكترونية لقضية اللاجئين السوريين واتجاهات الجمهور نحوها، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، 2024).
- (27) خالد صلاح الدين حسن، محمد كمال غالي، تمثيلات القضية السورية في الخطاب الإخباري الأجنبي الناطق باللغة العربية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، ع42، يوليو 2023.
- (28) مروة سرحان عبد السلام علي، الأزمة السورية بين التيارات السياسية الدولية كما تعكسها المعالجة الإخبارية بالقنوات الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، قسم الاجتماع شعبة الإعلام، 2023)

- (30) مروة عبد الهادي ثابت، الخطاب الصحفي للصحافة المصرية والأمريكية الإلكترونية تجاه السياسة الخارجية الأمريكية في عهد دونالد ترامب تجاه سوريا، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة سوهاج كلية الآداب، 2022)
- 31) Rabea, A. (2021). Media and Terrorism: A Case Study of Western Media Coverage of the Syrian Conflict and Terrorism-Related Events in Syria from 2011 to 2018.
- (32) شلبي نواش العميان، معالجة كتاب الصحف الأردنية لقضايا اللجوء السوري، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام، 2021).
- 33) Hanna Orsolya, (2020). "Frame Variation in The News Coverage of The Refugee Crisis: The Romanian Perspective". **East European Politics And Societies and Cultures**. Vol, xx .No, x
- (34) نجوي إبراهيم السيد، أطر تقديم الضربة الأمريكية علي سوريا 2017 في الصحف المصرية، جامعة الأزهر، مجلة البحوث الإعلامية، ع52، يوليو 2019.
- (35) علاء الجارحي، اتجاهات الصحف الإلكترونية العربية نحو التدخل العسكري الروسي في سوريا، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).
- (36) آلاء مصطفى عبد الرؤوف، المعالجة الإعلامية لتطورات الأزمة السورية في وسائل الإعلام العربية والأمريكية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017)
- (37) محمد بسيوني جبريل، الشيماء محمد احمد حمادي، التدخل الروسي في سوريا في الخطاب الصحفي المصري والسعودي، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع45، 2016.
- 38) Albert Gyamfi ،Idongesit Williams .(2017). Evaluating Media Richness in Organizational Learning, IGI Global, p p 22-28
- 39) Feaster, John., ET, AL., "Media Richness Perceptions as Impressions of Interpersonal Communication Competence Within the Relational Competence Framework", Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, San Francisco, CA, May 23, 2007, P.3.
- (40) عبير محمد سليم، استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك، دراسته تحليلية مقارنة، فلسطين، المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعليم الإلكتروني، المجلد السادس، العدد الثاني عشر، كانون الثاني، 2018.
- 41) Mark Smiciklas (2012). **The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience**
- 42) Blueprint. (2013). "Tools for Creating High-Quality Infographics Your Own", Available Online: http://www.slideshare.net/blurbpoin/tools-forcreating-high-quality-info-graphics-your-own?next_slideshow=1.
- (43) أسامة القاضي، إخراج الصحف الاقتصادية الدولية والمحلية، دراسة مقارنة بين صحيفتي الفاياننشال تايمز البريطانية، العالم اليوم المصرية، خلال الفترة من يونيو 2009 حتى يونيو 2011، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2013).
- 44) Julio Costa Pinto. (2017). "The Relevance of Digital Infographics in Online Newspapers". **European Scientific Journal August**. SPECIAL edition ISSN: 1857 – 7881 (Print) e. pp 428: 434. Available Online: <file:///C:/Users/HP/Downloads/9748-Article%20Text-27950-1-10-20170816.pdf>

- (45) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل اجتماعي، (عمان - دار اسامة للنشر والتوزيع، 2014م)، ص 147.
- (46) مقدمة إلي إنستجرام، انظر إلي:
https://beconnected.esafety.gov.au/pluginfile.php/69507/mod_resource/content/5/RA%20Be%20Connected%20t26%20c4%20Instagram%20%D9%85%D9%82%D8%AF%D9%85%D8%A9%20%D8%A7%D9%95%D9%84%D9%89.pdf
- (47) شريف اللبان، هشام عطية، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2008) ص 99.
- (48) - أ.د. أميرة سيد أحمد
- أ.م.د. أسامة محمد عبدالرحمن
- أ.م.د. إبراهيم التوام
- أ.م.د. رمضان إبراهيم
- أ.م.د. مني جابر عبدالهادي هاشم
- د. نسمة سليمان دبور
أستاذ الصحافة بجامعة دمياط .
أستاذ الإعلام المساعد في جامعة العلوم الحديثة .
أستاذ مساعد بقسم الصحافة بكلية الآداب جامعة سيناء .
أستاذ الصحافة المساعد بجامعة الأزهر
أستاذ الصحافة المساعد ورئيس قسم الإعلام بجامعة بني سويف
مدرس الصحافة بجامعة دمياط
(49) (نجوي عاشور مدرس بآداب دمياط – هبة الخولي مدرس بآداب دمياط).
- (50) Andreas Veglis and Charalampos Bratsas, "Towards a Taxonomy of Data Journalism", *Journal of Media Critiques*, Vol.3, No.11, 2017, pp: 109–121.
- (51) عبير محمد سليم، استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك، مرجع سابق .
- (52) فلورا إكرام متي، توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية، مرجع سابق.
- (53) طلعت عيسى وأيوب شلط، توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا، مرجع سابق.
- (54) فلورا إكرام متي، توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية، مرجع سابق.
- (56) مني محمد الطوخي، معالجة الإنفوجراف في المواقع الصحفية لقضية التنمية المستدامة، مرجع سابق .
- (57) فلورا إكرام متي، توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية، مرجع سابق.
- (58) طلعت عيسى وأيوب شلط، توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا، مرجع سابق.
- (59) سالي أسامة، معالجة الإنفوجرافيك للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف القومية اليومية، مرجع سابق .
- (60) ربهام درويش، دلالات توظيف الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية، 2020.
- (61) سالي شحاتة، معالجة الإنفوجرافيك للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف القومية اليومية، مرجع سابق.
- (62) فلورا إكرام متي، توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية، مرجع سابق.
- (63) فلورا إكرام متي، توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية، مرجع سابق.

- (64) فلورا إكرام متي، توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية، مرجع سابق.
- (65) مني محمد الطوخي سالم الأكشر، معالجة الإنفوجراف في المواقع الصحفية لقضية التنمية المستدامة، مرجع سابق .
- (66) مني محمد الطوخي سالم الأكشر، معالجة الإنفوجراف في المواقع الصحفية لقضية التنمية المستدامة، مرجع سابق .