

معالجة الإنفوجرافيك للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية الإلكترونية

أ. سرى محمد خالد شطناوي*

إشراف أ.د. شريف درويش اللبان**

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة التعرف إلى معالجة الإنفوجرافيك للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية الإلكترونية من خلال التعرف إلى حجم اهتمام الصحافة الأردنية بنشر الإنفوجرافيك الاقتصادي، والقضايا الاقتصادية التي يعالجها الإنفوجرافيك المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية، وتفسير دواعي التركيز عليها، بالإضافة إلى أساليب عرض البيانات في الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية، وتفسير أسباب اعتمادها.

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح وفي طياتها لجأت إلى تحليل المضمون كأسلوب وأداة لجمع البيانات وطبقت الدراسة على عينة من الصحف اليومية الإلكترونية وهي مواقع صفح (الرأي والغد والدستور) و(JO24)، السبيل عمّون، سرايا، والوكيل الإخباري)، وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها:

1. أن الصحافة الأردنية تولي وفقاً لعينة الدراسة التحليلية اهتماماً منخفضاً بتصميم ومعالجة الإنفوجرافيك الاقتصادي وذلك بنسبة 100%، وكشفت النتائج أن صحيفة السبيل الإلكترونية كانت الأكثر اهتماماً بـفن الإنفوجرافيك وخاصة الاقتصادي مقارنة بـصحف الدراسة. كما ارتفع اهتمام صحف الدراسة الأردنية بقضايا التجارة الخارجية والشراكة الاقتصادية خلال معالجتها لنماذج الإنفوجرافيك الاقتصادي بنسبة 13.2%.
2. وقد اعتمدت صحف الدراسة الأردنية على الأسلوب الوصفي في معالجة بيانات الإنفوجرافيك الاقتصادي وذلك بنسبة 64.2% فيما انخفض اعتماد الصحافة الأردنية على أسلوب التسلسل الزمني بنسبة 1.6%، وارتفع اهتمام صحف الدراسة بنوع الإنفوجرافيك الثابت لدى معالجة المضامين الاقتصادية، وذلك بنسبة 94.3%.

الكلمات المفتاحية:

الإنفوجرافيك، المضامين الاقتصادية، الصحافة الأردنية الإلكترونية.

*باحثة دكتوراه بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة
**الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

Infographic processing of economic content in the Jordanian online press

Abstract:

The study aimed to identify the infographic's treatment of economic contents in the Jordanian electronic press by identifying the extent of the Jordanian press's interest in publishing economic infographics, the economic issues addressed by infographics published in the Jordanian electronic press, and explaining the reasons for focusing on them, in addition to the methods of presenting data in economic infographics published in the Jordanian electronic press, and explaining the reasons for their adoption.

The study relied on the survey method and content analysis as a method and tool for data collection. The study was applied to a sample of electronic daily newspapers (Al-Rai, Al-Ghad and Al-Dostour) and (JO24, Al-Sabil, Ammon, Saraya and Al-Wakeel News), and the study concluded with several findings, most notably :

1. According to the sample of the analytical study, the Jordanian press pays low attention to the design and processing of economic infographics (100%), and the results revealed that Al-Sabeel electronic newspaper was the most interested in the art of infographics, especially economic infographics, compared to the study newspapers. Also, the Jordanian newspapers in the study increased their interest in foreign trade and economic partnership issues during their treatment of economic infographics models by (13.2%).
2. The Jordanian study newspapers relied on the descriptive method in processing economic infographics data by (64.2%), while the Jordanian press relied on the chronological method by (1.6%), and the study newspapers' interest in the type of static infographics in processing economic contents increased by (94.3%).

Keywords:

Infographics, economic content, Jordanian electronic press.

مقدمة الدراسة:

مع تنامي التقدم التقني وثورة المعلومات والاتصالات وأثرها العميق في معالجة البيانات والمعلومات، اهتمت الصحافة العالمية بشكل عام والصحافة الأردنية بشكل خاص، في استخدام فن الإنفوجرافيك كأداة وتقنية تكسب المحتوى المعقد والمكتظ بالمعلومات والأرقام والإحصائيات، خاصة الوضوح والسلاسة والتنظيم والجاذبية.

ويعرف الإنفوجرافيك بأنه تمثيل بصري لتقديم البيانات والمعلومات والمعرفة المعقدة بطريقة سريعة وبشكل واضح، ولديه القدرة على تحسين الإدراك بتوظيف الرسومات في تعزيز قدرة الجهاز البصري لدى الفرد في معرفة الأنماط والاتجاهات⁽¹⁾.

وتطور هذا الفن في ظل الاعتماد على الكمبيوتر وعلوم الاتصالات والمعلومات، في صناعة الصحافة، ما ساهم بزيادة استخدام المعلومات الصورية والتصاميم التي تزيد من اهتمام القراء بالمعلومات والافتتاح بها، فإن المعلومات المرئية تحظى بمصداقية وثقة أكبر من غيرها من المعلومات المطبوعة، ويستخدم الإنفوجرافيك كفن مستقل أو كفن تابع أو مساعد للموضوعات الزخمة وعادة ما يكون فن مصاحب لنمط التقارير والتحقيقات، وخاصة في الموضوعات الاقتصادية⁽²⁾.

وقد أتاحت ميزة الدمج بين العناصر التيبوغرافية والجغرافية في فن الإنفوجرافيك أن تجعل منه أداة أكثر ثراء وقدرة على التعبير والتأثير في متلقي رسائل وسائل الإعلام، وتميز هذا الفن بأنه يستطيع أن يثير انتباه القارئ بشكل سريع ناهيك عن أنه يستطيع أن يوصل ما يحويه من معلومات بشكل سريع ومفهوم، وكون أنه يستخدم العناصر الجغرافية فهذا يعني أن حفظ المعلومات يكون أسهل وأسرع عند استرجاعها.

وطالما كان الاقتصاد محط اهتمام القراء، وفي الآونة الأخيرة شهد العالم أزمات متلاحقة أبرزها أزمة جائحة كورونا، والتي كان لها أثر كبير على الاقتصاد العالمي، وانعكست آثارها بشكل مباشر على حياة المجتمعات ومعيشتهم، ما زاد من اهتمامهم بالقضايا الاقتصادية.

لذا فقد اهتمت وسائل الإعلام العالمية، وبالمثل الصحافة الأردنية، على نشر القضايا والمضامين الاقتصادية، في حين يعد هذا النوع صحافة متخصصة، يعالج المفاهيم المتخصصة في الاقتصاد، ويتضمن بيانات زخمة وأرقام وإحصائيات معقدة، كما أن الحاجة للتعرض إلى مضامينه أصبحت ضرورة لكافة القراء، خاصة أن البشرية عانت ولا تزال تعاني من التبعات الاقتصادية لجائحة كورونا، والأزمات الاقتصادية الأخرى التي تلتها، ولخصوصية هذا النوع من الموضوعات والقضايا، حاولت الصحف الاعتماد على الإنفوجرافيك كفن يمثل نهج جديد وقوي في تسهيل فهم المحتوى الاقتصادي من أرقام وإحصائيات ومصطلحات وقضايا اقتصادية معقدة من خلال التركيز على الإدراك البصري، لجعلها أكثر انقراية ووضوح وجاذبية لدى المتلقي، وعبر هذا الفن، فإن عملية إدراك وفهم وانقراية المحتوى الاقتصادي واسترجاعه تتم بشكل أسرع.

لذا استندت هذه الدراسة لتبحث معالجة الإنفوجرافيك للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية، من خلال التعرف إلى درجة اهتمام الصحافة الأردنية بمعالجة مضامينها الاقتصادية باستخدام فن الإنفوجرافيك، وما هي أبرز العناصر (التبويغرافية والجغرافية) المستخدمة في بناء الإنفوجرافيك، وما هي أبرز الأساليب التي تفضلها العينة في الإنفوجرافيك المعالج للبيانات الاقتصادية .

مشكلة الدراسة:

زخم الموضوعات والكم الهائل من البيانات التي تواجه الجمهور الذي يتعرض لوسائل الإعلام، وخاصةً أن السرعة في الوقت الحالي هي التي تحكم سلوكيات التعرض للمعلومات، قد جعل من فن الإنفوجرافيك ذي أهمية كبيرة في الصحافة والإعلام، نظرًا لما يمتلكه من خواص تجمع بين الجاذبية والسرعة والتبسيط واختزال كم كبير من المعلومات، في قالب متسلسل يسمح للمتلقي بفهم وتذكر المعلومات بشكلٍ سريع.

ويعد انخفاض درجة التعرض للمحتوى الصحفي أحد التحديات الكبيرة أمام القائم بالاتصال، وهذا ما يجعله أمام مهمة تستدعيه أن يقوم بالبحث وبتوظيف فنون تلاقي اهتمام الجمهور أبرزها الإنفوجرافيك، كفن معني يجذب الانتباه وزيادة الانقرائية وبتوضيح الرسالة الإعلامية بشكل يجمع بين الخصائص التبويغرافية والجغرافية.

وبالنظر لأهمية القضايا الاقتصادية في حياتنا المعاصرة، فقد أولت الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية، اهتمامًا خاصًا بهذا النوع من الصحافة المتخصصة، ورغم أهميتها، إلا أن قراءها لا يزالون نوعيين إلى حد ما، لما يتضمنه هذا النوع المتخصص من أرقام وبيانات معقدة وتحليلات يصعب قراءتها وفهمها أحيانًا من قبل القارئ العادي، ومما سبق فإن مشكلة الدراسة تكمن في دراسة معالجة الإنفوجرافيك للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية.

أهمية الدراسة:

تستند أهمية الدراسة كون أن فن الإنفوجرافيك لاقى اهتمام كبير في الصحافة العالمية لما له من دور كبير في التأثير على قدرة الجمهور في تمثيل ومعالجة البيانات وتسهيل عليهم عملية قراءتها وإدراكها، وتتمثل أهمية الدراسة في ما يلي:

أ- الأهمية العلمية:

- 1- تسمح الدراسة التعرف إلى حجم اهتمام الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية باستخدام فن الإنفوجرافيك لمعالجة المضامين الاقتصادية، ومدى قدرتها على مجازاة التطور التقني والتكنولوجي خلال معالجتها للمضامين الصحفية وتحديد الاقتصاديات.
- 2- إيجاد متغيرات أخرى متعلقة بموضوع الدراسة والاستفادة منها مستقبلاً في إجراء المزيد من الدراسات.

3- تكمن أهمية هذه الدراسة في حداثة الإنفوجرافيك كمنط أو كفن مستخدم في الصحافة الأردنية، بالإضافة إلى حداثة التطبيقات الدراسية عليه.

ب- الأهمية العملية:

1- تسعى هذه الدراسة لتقديم بيانات كمية وكيفية حول معالجة الإنفوجرافيك للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية، وهو ما يفيد المؤسسات الصحفية بتطوير استخدامها فن الإنفوجرافيك خلال معالجتها لمحتواها الصحفي، كما تقدم للصحفيين رؤية لتطوير محتواهم الاقتصادي ليناسب أكبر قدر من القراء وخاصة غير المتخصصين.

2- تفيد نتائج هذه الدراسة الإعلاميين والصحفيين في التعرف إلى حجم الاهتمام بفن الإنفوجرافيك في الصحافة الأردنية، لغاية تقدير الواقع وتكثيف الاهتمام بهذا الفن.

3- ستمهد هذه الدراسة الطريق أمام إجراء عدد من الدراسات التي تتناول موضوعات ذات صلة بموضوع الدراسة الحالي، ورفد المكتبات العلمية العربية بدراسة جديدة من نوعها، ما يسهم في تحقيق تراكم معرفي وبحثي بطريقة علمية.

أهداف الدراسة:

تبعاً لما سبق، تهدف الدراسة بشكل رئيس، التعرف إلى معالجة الإنفوجرافيك للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية.

وينبثق من الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف أبرزها؛ التعرف إلى:

- 1- درجة الاهتمام بالإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية.
- 2- القضايا الاقتصادية التي يعالجها الإنفوجرافيك المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية، وتفسير دواعي التركيز عليها.
- 3- أساليب عرض البيانات في الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية، وتفسير أسباب اعتمادها.
- 4- رصد العناصر التيبوغرافية والجرافية المستخدمة في الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية.
- 5- نوع الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية.
- 6- طريقة عرض الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية.

الدراسات السابقة واستعراض التراث العلمي:

تنوعت الدراسات التي عالجت المفهوم الرئيسي للدراسة، وخاصة في ما يتعلق بمعالجة وتوظيف الإنفوجرافيك في الصحافة المطبوعة والإلكترونية.

وفيما يلي عرضاً أفقياً، للدراسات السابقة التي تركز على الأهداف والنتائج التي توصلت إليها، وذلك لدراسات تناولت توظيف الإنفوجرافيك في الإعلام.

رصدت الباحثة العديد من الدراسات التي عالجت الإنفوجرافيك في وسائل الإعلام، ومنها ما هو معني بمعالجة وتوظيف وتقييم وتحليل الإنفوجرافيك، إذ أن دراسة (الدلو، 2017)⁽³⁾ هدفت للتعرف إلى مدى مدى اهتمام صحيفة "الرسالة" بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها وأنواعه ومكوناته وأهم مصادره بالإضافة إلى مواقع نشره، وكشفت نتائج الدراسة أن صحيفة الرسالة أولت اهتمام كبير بفن الإنفوجرافيك، وركزت على القضايا السياسية، ويليها الاهتمام بالقضايا الاجتماعية، وأوضحت النتائج أنه تم الاعتماد على الأسلوب التحليلي في عرض معلومات الإنفوجرافيك، وقد ارتبطت قضايا الإنفوجرافيك التي نشرت في صحيفة الدراسة بالواقع المحلي، كما أن غالبية نماذج الإنفوجرافيك المنشور على صحيفة الدراسة لم تشير إلى مصدر المعلومات فيها.

وبينت دراسة (البد، 2017)⁽⁴⁾ أن الصحف الفلسطينية المدروسة أولت اهتمام كبير بفن الإنفوجرافيك، بالإضافة إلى اهتمام كبير بالعناصر المرئية داخل نماذج الإنفوجرافيك المنشورة في صحف الدراسة، وكانت الألوان أكبر عنصر مرئي مستخدم في تصاميم الإنفوجرافيك كما اهتمت صحف الدراسة بقضايا الحروب والعدوان، ويليها قضايا اللاجئين.

وسعت دراسة (Bekhit, 2009)⁽⁵⁾ التعرف إلى أكثر أنواع الإنفوجرافيك استخداماً، وأبرز العوامل التي تؤثر في استخدام الإنفوجرافيك في الصحف وتصورات الصحفيين عنه، وخلصت الدراسة إلى أن الصحف الإماراتية لا تستخدم جميع أنواع الإنفوجرافيك، بالإضافة إلى أنهم يستعينون بالمصادر الخارجية لتصميم الإنفوجرافيك، ولا توجد لديهم أقسام منفصلة أو متخصصة بتصميمه، وتوضح الدراسة أنه نادراً ما يجمع بين الإنفوجرافيك والقصص الإخبارية، وأنه من أهم الموضوعات التي نشر حولها الإنفوجرافيك في صحف الدراسة الموضوعات الاقتصادية، وتليها الموضوعات الاجتماعية، ثم الموضوعات الرياضية.

وحاولت دراسة (بركع، 2021)⁽⁶⁾ التعرف إلى وظيفة الإنفوجرافيك في تقديم المحتوى الإعلامي عبر المواقع الإخبارية العراقية، وأبرز تصاميمه من حيث الأنماط وشكل العرض والعناصر المرئية والمقروءة المستخدمة، وباستخدام المنهج المسحي التحليلي، كشفت النتائج أن المواقع الإخبارية العراقية اهتمت بفن الإنفوجرافيك، وتوظيفه كمحتوى إعلامي ينقل للقارئ أو المستخدم المعلومات والمعاني والأفكار بصورة سهلة وشيقة، كما أن أغلب التصاميم في المواقع هي تصاميم ثابتة تعتمد في تصميمها على جهات خارجية عالمية، كما وظفت هذه التصاميم لتقديم محتوى إخباري من خلال الإحصائيات، وبينت الدراسة أن الموضوعات الاقتصادية والصحية من أكثر الموضوعات التي تناولتها التصميمات في المواقع الإخبارية في الدراسة وذلك بسبب انتشار فيروس كورونا وتأثيره على الاقتصاد العالمي والمجال الصحي.

وتناولت دراسة (باقاسي، 2018)⁽⁷⁾، ماهية الإنفوجرافيك في الصحف السعودية، واتجاه الموضوعات التي تستخدم الإنفوجرافيك، والتعرف إلى الفنون الصحفية الأكثر استخداماً

لتصميمات الإنفوجرافيك، والتعرف إلى أبرز ما يميز تصميمات الإنفوجرافيك من حيث خصائصه المتفردة، وبالاعتماد على المنهج المسحي التحليلي، أظهرت النتائج أن الرموز والأشكال هي أهم العناصر الجرافيكية للإنفوجرافيك ومن ثم الرسوم البيانية والخرائط والجدول، وكشفت الدراسة أن العناوين هي أكثر العناصر التيبوغرافية استخداماً في تصميمات الإنفوجرافيك المنشورة في صحف الدراسة، كما أن أكثر الموضوعات الصحفية استخداماً للإنفوجرافيك هي الموضوعات الاجتماعية تليها السياسية ومن ثم الاقتصادية وبعدها الثقافية، وبينت الدراسة أن أكثر الفنون الصحفية التي تحتوي على الإنفوجرافيك كانت الخبر الصحفي، ثم التقرير الصحفي، ومن ثم التحقيق الصحفي.

وناقشت دراسة (عبد الحميد، 2020)⁽⁸⁾ توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا (كوفيد-19)، وسعى لمعرفة أبرز موضوعات وباء كورونا وتداعياته التي تناولتها التصاميم المنشورة في صحف الدراسة، وباستخدام تحليل المضمون كأداة طبقت الدراسة على موقع "بوابة أخبار اليوم" من الصحف المصرية، وموقع جريدة "الرياض" من الصحف السعودية، وموقع جريدة "البيان" من الصحف الإماراتية، وأوضحت النتائج أن الصحف الإلكترونية العربية اهتمت بتوظيف الإنفوجرافيك لتغطية تداعيات فيروس كورونا، وجاءت قرارات الحكومة لمكافحة الوباء على رأس قائمة تلك الموضوعات التي تضمنها الإنفوجراف ثم الموضوعات الخاصة بإحصائيات الإصابة بالفيروس، ويليهما الإنفوجراف الخاص بطرق انتقال العدوى وأعراض الإصابة، وأشارت نتائج الدراسة المستخدم في الصحف الإلكترونية العربية في التوعية الوقائية ثم الإخبارية والإحاطة ثم التأييد ودعم القرارات ثم تقديم معلومات عن الفيروس.

وهدفت دراسة (Dick, 2014)⁽⁹⁾، التعرف إلى القيم الإخبارية وممارسات العمل التي ترشد إلى إنشاء الإنفوجرافيك التفاعلي في أخبار المملكة المتحدة عبر صحف الإنترنت، ومقارنتها مع قيم الأخبار التقليدية، واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة قصيرة الأجل وطبقت على صحيفة (Financial Times)، وتوصلت الدراسة إلى ضعف الاعتماد على الإنفوجرافيك من قبل الصحيفة لعرض المعلومات والبيانات، بالإضافة إلى هيمنة القواعد التنظيمية على المعايير الصحفية التقليدية، وتأثيرها في معالجة الإنفوجرافيك التفاعلي، كما أن إنتاج الإنفوجرافيك يلزم إدارة خاصة، بالإضافة إلى الوقت والجهد اللذين يلزمان لتصميم إنفوجرافيك ناجح، وتوضح النتائج أيضاً أن وفرة المعلومات لا تؤثر في تقديمها كإنفوجرافيك، حتى وإن كانت الأرقام والإحصائيات هي المعلومات الأكثر توافراً واستخداماً في نصوص المواد الصحفية.

وأظهرت نتائج دراسة (Pinto, 2017)⁽¹⁰⁾، أن النماذج الموحدة للإنفوجرافيك استخدمت بشكل كبير في صحف الدراسة، وأن من أهم العناصر المستخدمة في الإنفوجرافيك: الخرائط، الرسوم، النصوص، الفيديو، الصوتيات، الصور الفوتوغرافية، بالإضافة إلى الروابط التشعبية التي تمكن من الاطلاع على مسارات مشابهة للمعلومات، كما بينت أن إنتاج الإنفوجرافيك بحاجة إلى جهود تقنية وتفاعلية من المهنيين أكثر من إنتاج النص والصورة الصحفية.

وقيمت دراسة (Zwinger & Zeiller, 2016)⁽¹¹⁾ الإنفوجرافيك التفاعلي في الصحف الألمانية الإلكترونية، وأظهرت نتائجها أن صحف الدراسة لم تكن متجانسة في اعتمادها على نشر الإنفوجرافيك في عامي (2014) و(2015)، وأن الصحافة التي تعتمد البيانات في ألمانيا والنمسا وسويسرا عادة ما تستخدم الإنفوجرافيك الذي ينتمي إلى نوع واحد وهو الثابت بنسبة (77.5%)، وبينت أيضا أن نسبة (43.11%) من الرسوم البيانية التفاعلية تظهر درجة منخفضة من التفاعل.

وسعت دراسة (عصافرة، 2019)⁽¹²⁾ التعرف إلى واقع فن الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية والمصرية، وذلك من خلال معرفة مدى اهتمام هذه المواقع بفن الإنفوجرافيك، والتعرف إلى موضوعاته، والكشف عن عناصر تصميم الإنفوجرافيك والأساليب الفنية المستخدمة في التصميمات، وأشارت النتائج إلى الاهتمام الكبير الذي أولتها مواقع الدراسة لفن الإنفوجرافيك، كما عالج الإنفوجرافيك المنشور الموضوعات الرياضية بالدرجة الأولى، وتلتها الموضوعات الاقتصادية ومن ثم السياسية، كما اهتمت مواقع الدراسة بالتصميمات العرضية أكثر من التصميمات الطولية، وتصدر استخدام أسلوب الإحصائيات في فرز المعلومات بين مواقع الدراسة، وتلاه أسلوب الشخصيات ومن ثم التسلسل الزمني.

وحاولت دراسة (Olivo, 2015)⁽¹³⁾ التعرف إلى كيفية دمج صحيفتي نيويورك تايمز وواشنطن بوست، لمبادئ التصميم، وتصوير البيانات، لتقديم معلومات معقدة لقرائها، والتعرف إلى أشكال وموضوعات المعلومات المصورة في صحف الدراسة، وذلك باستخدام منهج التحليل، وبينت النتائج أن غالبية التصميمات المنشورة لم تستخدم كفن مستقل في صحف الدراسة، واهتمت الصحف بالمواضيع ذات الشأن الدولي، وخاصة بالموضوعات الخاصة بشؤون الحياة، وتليها الموضوعات السياسية.

وخلصت نتائج دراسة (عبد الحافظ، 2021)⁽¹⁴⁾ إلى تفوق المحتوى الكمي في الإنفوجرافيك المنشور في المواقع الإلكترونية العربية المدروسة، وتصدرت الموضوعات الصحية قائمة أبرز الموضوعات التي اهتمت بها المواقع، تليها الموضوعات الاقتصادية، ومن ثم الموضوعات الرياضية، كما اعتمدت مواقع الدراسة على الأسلوب الخبري في عرض المعلومات في تصاميم الإنفوجرافيك.

التعليق على الدراسات السابقة وجوانب الاستفادة منها:

- ركزت أغلب الدراسات السابقة على معالجة الإنفوجرافيك وتوظيفه في الصحف الإلكترونية⁽¹⁵⁾، وستسعى هذه الدراسة لتحليل الإنفوجرافيك في الصحف الأردنية الإلكترونية.
- أولت أغلب الدراسات السابقة اهتماما كبيرا بدراسة العناصر الجرافيكية والتبويب الجغرافية في نماذج الإنفوجرافيك⁽¹⁶⁾، كما ركزت أيضا على معرفة أبرز الأساليب المستخدمة في تصميم الإنفوجرافيك⁽¹⁷⁾.

- اهتمت الدراسات السابقة بشكل مطلق بمعرفة موضوعات الإنفوجرافيك بشكل عام⁽¹⁸⁾، ولم تركز على قضية أو موضوع واحد تم معالجتها في الإنفوجرافيك، في حين تهدف هذه الدراسة إلى الاطلاع على معالجة الإنفوجرافيك الاقتصادي في الصحف الأردنية.
- تنوعت النظريات التي تم اللجوء إليها في الدراسات السابقة، فمنها اعتمدت على نظرية تراث المعلومات⁽¹⁹⁾، ومنها لجأ إلى نظرية انتشار المبتكرات⁽²⁰⁾، واستخدمت دراسات أخرى نظرية ثراء الوسيلة بالإضافة إلى نظرية انتشار المبتكرات⁽²¹⁾، كما اعتمدت بعض الدراسات على نظرية تمثيل المعلومات⁽²²⁾، ولجأت دراسات أخرى إلى نظرية الاستخدامات والاشباع⁽²³⁾.
- جاءت الاستبانة وتحليل المضمون، على رأس الأدوات التي استخدمتها الدراسات السابقة، في جمع معلوماتها حول معالجة الإنفوجرافيك.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفادت الباحثة من استعراض وتحليل الدراسات السابقة ما يلي:

- 1- تحديد المشكلة البحثية وأهداف الدراسة الرئيسية وتساؤلاتها وفروضها.
- 2- اختيار النظرية المناسبة لتفسير نتائج الدراسة.
- 3- الوقوف على المناهج والأدوات العملية المستخدمة في الدراسات السابقة وتوظيف ما يمكن توظيفه في الدراسة الحالية.
- 4- تعريف مصطلحات الدراسة بدقة، وتحديد فئات التحليل التي تنفرد بها الدراسة الحالية.
- 5- إثراء الأدب النظري في الدراسة الحالية .
- 6- حصر مجتمع وعينة الدراسة بشكل دقيق.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات البحثية الآتية:

- 1- ما درجة الاهتمام بالإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية؟
- 2- ما القضايا الاقتصادية التي ركزت الصحافة الأردنية الإلكترونية على معالجتها بفن الإنفوجرافيك، ولماذا؟
- 3- ما أساليب عرض البيانات في الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية، ولماذا تم اعتمادها؟
- 4- ما العناصر التيبوغرافية في الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية؟
- 5- ما العناصر الجرافيكية في الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية؟

- 6- ما نوع الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية؟
7- ما طريقة عرض الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية؟

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تركز على وصف طبيعة السمات وخصائص مجتمع معين، أو موقف أو جماعة أو فرد معين، بشكل دقيق، ويتم دراسة تكرارات حدوث الظواهر المختلفة⁽²⁴⁾.

وتعتمد الدراسة على منهج المسح الذي يعد واحدا من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، وهو من المناهج العلمية المنظمة التي تهدف لجمع البيانات والمعلومات من جميع أفراد مجتمع الدراسة أو عينة منهم⁽²⁵⁾، وفي إطاره تستخدم الدراسة أسلوب تحليل المضمون كمنهاج وأداة لجمع البيانات.

أداة الدراسة:

استخدمت الباحثة استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع بيانات الإنفوجرافيك الذي يعالج المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية اليومية الإلكترونية، فقد ارتبطت بحوث تحليل المضمون بالدراسات الإعلامية، وعلى أساس أن تحليل المضمون يسعى إلى عمل تصنيف كمي لمضمون نوعي مبني على نظام معين من الفئات تعد بطريقة تضمن توفير مادة مرتبطة بتساؤلات معينة ترتبط بموضوع الدراسة⁽²⁶⁾.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من الصحف الأردنية اليومية الإلكترونية، وتمثلت عينتها من الصحف الأردنية اليومية الإلكترونية، المواقع الإلكترونية لصحف (الرأي، الدستور، والغد) بالإضافة إلى مواقع (JO24، السبيل عمّون، سرايا، والوكيل الإخباري)، كونها الأكثر تعرض لى المجتمع الأردني وفقا للإحصائيات الصادرة عنها، وكون أن لها أرشيف معتمد لإصداراتها.

وتم تحديد المدة الزمنية لدراسة الصحف الإلكترونية في الفترة من 2020 التي بدأت فيها جائحة كورونا بالانتشار وفرض القيود والإغلاقات على القطاعات، وحتى تاريخ إجراء الدراسة إلى شهر مايو عام 2023، باستخدام أسلوب الحصر الشامل.

وبلغت عينة الدراسة التحليلي 298 نموذج إنفوجرافيك اقتصادي منشور في صحف الدراسة الإلكترونية بدءا من يناير 2020 وحتى شهر مايو من عام 2023.

التعريفات الإجرائية:

إنفوجرافيك: هو نمط وأسلوب مبتكر يجمع بين العناصر الجرافيكية والتبيوغرافيكية، وفقا لطريقة إعداد محددة، وذلك لغاية توضيح وتفسير محتوى أو موضوع.

المضامين الاقتصادية: هي الأشكال والأنماط الصحفية كافة والمنشورة في الصحافة الأردنية الإلكترونية، وتعالج قضايا الاقتصاد وموضوعاته.

الصحافة الأردنية: هي الصحف والمواقع الإلكترونية التي تصدر في المملكة الأردنية الهاشمية بشكل يومي، وتحتوي على كل الأنماط الصحفية كما أنها تعالج كافة قضايا المجتمع.

اختبارات الصدق والثبات:

اختبار الصدق: يقصد به صدق أداة جمع المعلومات والبيانات، ومدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلا، وذلك حتى تتطابق المعلومات المجموعة بواسطتها، وأن تعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة⁽²⁷⁾.

وتم التحقق من صدق الأداة من خلال عرض أداة الدراسة على محكمين متخصصين في مجال الإعلام والتحليل.

اختبار الثبات: ويقصد به التأكد من درجة الاتساق العالية للأداة، وأن تكون ذات قدرة على أن تقيس ما صممت لأجله، والتأكد من الحصول على نتائج مطابقة لدى تكرار اختبار الأداة⁽²⁸⁾.

وقامت الباحثة بقياس ثبات استمارة تحليل المضمون، من خلال تطبيق جمع البيانات من قبل باحثين على 20 نموذج إنفوجرافيك اقتصادي، وكان هناك تطابق كبير بين اختيار فئات التحليل بينهما.

نتائج الدراسة:

يعرض هذا البند نتائج دراسة تحليل المضمون للصحف الإلكترونية، ومناقشتها في ضوء أهداف وتساؤلات الدراسة وفرضياتها، ويمكن بيان ذلك على النحو التالي:

ويشير الجدول التالي عدد نماذج إنفوجرافيك التي نشرتها صحف الدراسة خلال المدة الزمنية المحددة من قبل الباحثة مسبقا:

جدول رقم (1)

عدد نماذج إنفوجرافيك في الصحافة الأردنية الإلكترونية

النسبة %	عدد نماذج إنفوجرافيك	اسم الصحيفة
18.8%	56	السبيل
7.4%	22	عمون
10.7%	32	سرايا
9.7%	29	الوكيل
13.8%	41	jo24
13.8%	41	الرأي الإلكترونية
17.1%	51	الدستور الإلكترونية
8.7%	26	الغد الإلكترونية
100.0%	298	المجموع

أشارت نتائج الجدول السابق إلى أن صحف الدراسة الأردنية الإلكترونية نشرت 298 نموذج إنفوجرافيك يعالج القضايا الاقتصادية، وتوضح النتائج أن صحيفة السبيل الإلكترونية كانت في المرتبة الأولى من بين صحف الدراسة التي نشرت نماذج إنفوجرافيك اقتصادي، وذلك بحجم بلغ 56 نموذج، وبنسبة 18.8%، يليها في المرتبة الثانية صحيفة الدستور الإلكترونية، بحجم 51 نموذج اقتصادي، وبنسبة 17.1%، وجاء في المرتبة الأخيرة موقع

عمون الإلكتروني بحجم بلغ 22 نموذج اقتصادي، وبنسبة 7.4%.

أولاً: حجم الاهتمام بالإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية:

للتعرف إلى حجم اهتمام صحف الدراسة بنشر الإنفوجرافيك الذي يعالج القضايا الاقتصادية، تم استخراج التوزيع التكراري والنسبي لمجموع عدد نماذج الإنفوجرافيك المعالجة للمضامين الاقتصادية، وتم قياس حجم الاهتمام وفقاً لعدد النماذج التي نشرتها صحف الدراسة، ووفقاً لما تم رصده فقد تم احتساب المتوسط، وتم تحديد أن أقل من 50 نموذج إنفوجرافيك اقتصادي يعد حجم اهتمام بدرجة منخفضة، وأن من 50 وحتى 84 نموذج إنفوجرافيك اقتصادي، يعد حجم اهتمام بدرجة متوسطة، أما أكثر من 84 نموذج إنفوجرافيك اقتصادي، فإنه يعد حجم اهتمام بدرجة كبيرة⁽²⁹⁾، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (2)

حجم الاهتمام بالإنفوجرافيك الاقتصادي

النسبة %	عدد الصحف	حجم الاهتمام
100%	8	بدرجة منخفضة
100%	8	المجموع

خلصت نتائج الجدول السابق أن حجم اهتمام صحف الدراسة بالإنفوجرافيك في معالجة القضايا الاقتصادية كان بدرجة منخفضة وذلك بنسبة 100%، إذ أن صحف الدراسة نشرت في صفحاتها وعلى مواقعها أقل من 12 نموذج إنفوجرافيك اقتصادي في السنة كحد أدنى، وتشير النتائج أن أكثر صحف الدراسة اهتماماً دون غيرها من الصحف هي صحيفتي السبيل حيث أفردت اهتماماً بنشر 56 نموذج إنفوجرافيك اقتصادي، وصحيفة الدستور الإلكترونية، وذلك بنشر 51 نموذج إنفوجرافيك اقتصادي وذلك خلال مدة الدراسة، وتتعارض هذه النتيجة مع دراسة (عصافرة، 2019) إذ ارتفع حجم اهتمام صحف الدراسة بفرن الإنفوجرافيك وخاصة في ما يتعلق بالموضوعات والقضايا الاقتصادية.

وتجد الباحثة أن هذه النتيجة توضح أن الصحافة الأردنية لا تولي اهتماماً بالحجم المطلوب بفرن الإنفوجرافيك وتحديداً في ما يخص معالجة القضايا الاقتصادية، رغم أن القضايا الاقتصادية حازت على اهتمام كبير خلال فترة الدراسة بسبب الأزمات الاقتصادية التي تواجه العالم بشكل عام والأردن بشكل خاص، وخاصة بعد أزمة كورونا.

وتعزى هذه النتيجة إلى أن الصحافة الأردنية لا تمتلك أقساماً خاصة بتصميم المؤهليين والفنيين لإعداد هذا النوع من الفنون الصحفية الحديثة، كما أن معظم الصحفيين العاملين بصحف الدراسة لا يخضعون للتدريبات الحديثة في الصحافة، مثل صحافة البيانات، وغيرها.

ثانياً: القضايا الاقتصادية التي يعالجها الإنفوجرافيك المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية

تظهر النتائج أن موقع صحيفة السبيل أعطى اهتماماً كبيراً دون صحف الدراسة الإلكترونية، للإنفوجرافيك الاقتصادي وذلك بـ56 تكراراً، ويليه موقع صحيفة الدستور بـ51 تكراراً، ومن ثم موقع JO24 وموقع صحيفة الرأي بـ41 تكراراً لكل منهما، ويليهما وكالة سرايا بـ32 تكراراً، ومن ثم موقع الوكيل، بـ29 تكراراً، وثم موقع صحيفة الغد بـ26 تكراراً، في حين

أولت وكالة عمون أضعف اهتمام بين صحف الدراسة الإلكترونية للإنفوجرافيك الاقتصادي وذلك بواقع 22 تكرار.

وتوضح النتائج أن الصحف الأردنية الإلكترونية أفردت في المرتبة الأولى اهتماما لموضوعات التجارة الخارجية والشراكة الاقتصادية، إذ نشرت صحف الدراسة الإلكترونية 38 نموذجا خلال فترة الدراسة، وذلك بـ 38 تكرار وبنسبة 12.8%، ويليهما في المرتبة الثانية قضايا قطاع السياحة، والتبعات والاجراءات الاقتصادية لأزمة كورونا وذلك بـ 23 تكرار وبنسبة 7.7% لكل منهما، ويليهما موضوعات قطاع الاستثمارات وذلك بـ 20 تكرار وبنسبة 6.7%، ومن ثم أسعار النفط والموارد الطبيعية والتقرير الاقتصادية الدولية وذلك بـ 19 تكرار وبنسبة 6.4% لكل منهما، ويليهما معالجة للموضوعات الميزانية بـ 14 تكرار وبنسبة 4.14%، ومن ثم أسعار السلع والقدرة الشرائية وقيمة العملات النقدية والمشرفة بـ 13 تكرار وبنسبة 4.4% لكل منهما، ويليهما أزمة البطالة وأسبابها وموضوعات الطاقة الكهربائية بـ 12 تكرار وبنسبة 4.0%، ومن ثم موضوعات القضاء الخاص، والضمان الاجتماعي بـ 10 تكرارات وبنسبة 3.4%، ومن ثم موضوعات قطاع البنوك والتأمين، والتبعات والإجراءات الاقتصادية للحرب الروسية-الأوكرانية بـ 9 تكرارات وبنسبة 3.0% لكل منهما، ومن ثم أزمة الفقر، وموضوعات المنح الدولية والتنمية بـ 8 تكرارات وبنسبة 2.7% لكل منهما، ويليهما موضوعات الطاقة المتجددة بـ 7 تكرارات وبنسبة 2.3%، ومن ثم موضوعات ضريبة الدخل والضرائب الأخرى، وموضوعات الأنظمة والقوانين الخاصة بالاقتصاد الأردني وبالاستثمار بـ 6 تكرارات وبنسبة 2.0%، ويليهما موضوعات قطاع الجمارك بـ 5 تكرارات وبنسبة 1.7%، فيما انخفض اهتمام الصحف الأردنية الإلكترونية بالخسائر الاقتصادية لزلزال تركيا حيث جاءت بالمرتبة الأخيرة وذلك بتكرارين وبنسبة 0.7%.

وتعزى هذه النتائج إلى أن فترة الدراسة مرّ بها عدة أزمات أبرزها أزمة كورونا، والتي بدورها أثرت بشكل مباشر على التجارة الخارجية والشراكة الاقتصادية وسلاسل التوريد أيضا، وأثرت أيضا على السياحة في العالم وعلى الأردن بشكل خاص، وكان لها أثر كبير على الاستثمارات، إذ أن قطاع الاستثمار في المملكة تدمر خلال فترة كورونا بشكل كلي، كما يمكن أن تعزى أسباب عدم الاهتمام بالخسائر الاقتصادية لزلزال تركيا في الصحافة الأردنية الإلكترونية، إلى أن الزلزال لم يؤثر على عمليات النقل التجارية بين الأردن وتركيا والتي تقام عبر الجو منذ بدء ما يسمى الربيع العربي في عام 2011.

ثالثا: أساليب عرض البيانات في الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية، وتفسير أسباب اعتمادها:

تبيّن النتائج أن الأسلوب الوصفي حاز على المرتبة الأولى من بين أساليب معالجة البيانات في الإنفوجرافيك وذلك بـ 193 تكرار وبنسبة 64.8%، ويليهما في المرتبة الثانية الأسلوب التحليلي وذلك بـ 61 تكرار وبنسبة 20.5%، ومن ثم في المرتبة الثالثة أسلوب المقارنة وذلك بـ 39 تكرار وبنسبة 13.1%، أما أسلوب التسلسل الزمني فقد انخفض اهتمام صحف الدراسة الإلكترونية بالجوء إليه لمعالجة بيانات الإنفوجرافيك الاقتصادي وذلك بـ 5 تكرارات وبنسبة 1.7%.

كما توضح نتائج الجدول رقم (19) أن موقع صحيفة السبيل كان من أكثر مواقع وصحف الدراسة الإلكترونية اهتماماً بالأسلوب الوصفي وذلك بـ 41 تكرار وبنسبة 73.2%، وتلاه في المركز الثاني موقع صحيفة الرأي وذلك بـ 31 تكرار وبنسبة 75.6%، ومن ثم موقع صحيفة الدستور بـ 14 تكرار وبنسبة 49.0%، ويليهما موقع الوكيل وذلك بـ 23 تكرار وبنسبة 79.3%، ومن ثم وكالة سرايا، و موقع JO24 بـ 21 تكرار وبنسبة 65% و 51.2% كل منهما على التوالي، ومن ثم وكالة عمون بـ 17 تكرار وبنسبة 77.3%، ويليهما في المرتبة الأخيرة موقع صحيفة الغد بـ 14 تكرار وبنسبة 53.8%.

وتشير النتائج إلى أن موقع صحيفة الدستور هو أكثر صحف الدراسة الإلكترونية الذي أولى اهتماماً بالأسلوب التحليلي وذلك بـ 18 تكرار وبنسبة 35.3%، ويليهما موقع JO24 وذلك بـ 13 تكرار وبنسبة 31.7%، في حين أن أكثر صحيف الدراسة الإلكترونية اهتماماً لأسلوب المقارنة كان موقع صحيفة السبيل وجاء ذلك بـ 8 تكرارات وبنسبة 14.3%، ويليهما موقع صحيفة الدستور بـ 7 تكرارات وبنسبة 13.7%، أما في ما يخص أسلوب التسلسل الزمني فقد حاز على اهتمام موقع JO24 بالدرجة الأولى وذلك بـ 3 تكرارات وبنسبة 7.3%.

رابعاً: العناصر التيبوغرافية المستخدمة في الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية:

وفقاً للنتائج فإن صحف الدراسة الإلكترونية استخدمت العناوين الرئيسية كأكثر عنصر تيبوغرافي مستخدم داخل نماذج الإنفوجرافيك المنشوره على مواقعها وذلك بواقع 295 تكرار، ويليهما في المرتبة الثانية الأرقام، وذلك بـ 220 تكرار، ومن ثم الإحصائيات بـ 150 تكرار، ويليهما المقدمة التوضيحية بـ 108 تكرار، ومن ثم الأسماء بـ 104 تكرار، ومن ثم التواريخ بـ 70 تكرار، ويليهما الشروحات بـ 47 تكرار، ومن ثم الخطوات بـ 21 تكرار، وتظهر نتائج الجدول السابق أن صحف الدراسة الإلكترونية انخفض اهتمامها بعنصر المفاهيم وذلك بـ 8 تكرارات .

كما توضح النتائج أن موقع صحيفة السبيل جاء في المرتبة الأولى باستخدامه العناوين الرئيسية كعنصر تيبوغرافي داخل نماذج الإنفوجرافيك المنشورة لديها وذلك بواقع 56 تكرار وبنسبة 100%، ويليهما موقع صحيفة الدستور بالمرتبة الثانية وذلك بـ 50 تكرار وبنسبة 98.0%، ومن ثم موقع صحيفة الرأي بـ 41 تكرار وبنسبة 100%، ويليهما موقع JO24 بـ 40 تكرار وبنسبة 97.6%، أما في ما يخص عنصر الأرقام فقد حاز موقع صحيفة السبيل على المرتبة الأولى باهتمامه به واستخدامه داخل نماذج الإنفوجرافيك الاقتصادي بـ 50 تكرار وبنسبة 89.3%، ويليه موقع صحيفة الرأي بواقع 39 تكرار وبنسبة 95.1%، ومن ثم موقع صحيفة الدستور بـ 29 تكرار وبنسبة 56.9%، ويليه موقع صحيفة الغد بـ 24 تكرار وبنسبة 92.3%، فيما جاء في المرتبة الأخيرة موقع JO24 وذلك بواقع 12 تكرار وبنسبة 29.3%.

وترى الباحثة أن نتائج الجدول السابق تعكس مدى تنوع صحف الدراسة الإلكترونية في استخدامها للعناصر التيبوغرافية داخل نماذج الإنفوجرافيك الاقتصادي والمنشور على مواقعها، وهذا يعكس مدى تنوع تصاميم الإنفوجرافيك التي تعالج المضامين والقضايا الاقتصادية.

خامساً: العناصر الجرافيكية المستخدمة في الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية:

تظهر النتائج أن عنصر الألوان للشرائح والخلفيات، جاء في المرتبة الأولى وذلك بـ 213 تكرار، ويليه عنصر الخطوط والرسوم الهندسية وذلك بواقع 166 تكرار، ومن ثم الرموز التصويرية بـ 152 تكرار، ويليه عنصر المخططات البيانية بواقع 80 تكرار، ومن ثم الصور الفوتوغرافية بـ 79 تكرار، ويليه عنصر الجداول بـ 49 تكرار، ومن ثم عنصر الخرائط وذلك بـ 35 تكرار، ويليه عنصر الرسوم التعبيرية بـ 24% تكرار، في حين انخفض اهتمام صحف الدراسة الإلكترونية بعنصر المفتاح الموضح للإنفوجرافيك وذلك بـ 10 تكرارات.

كما تبين نتائج الجدول السابق أن موقع صحيفة الرأي اهتم في الدرجة الأولى بعنصر الألوان للشرائح والخلفيات بواقع 26 تكرار وبنسبة 63.4%، ويليه في الدرجة الثانية عنصر الرموز التصويرية بـ 20 تكرار وبنسبة 48.8%، ومن ثم عنصري الخطوط والرسوم الهندسية، والصور الفوتوغرافية بـ 18 تكرار وبنسبة 43.9% لكل منهما، في حين انخفض اهتمام صحيفة الرأي بـ عنصري الرسوم التعبيرية والمفتاح الموضح للإنفوجرافية وذلك بتكرار واحد وبنسبة 2.4%. أما موقع صحيفة الدستور فقد اهتمت بالدرجة الأولى بعنصر الألوان للشرائح والخلفيات بـ 43 تكرار وبنسبة 84.3%، ويليه في المرتبة الثانية بعنصر الخطوط والرسوم الهندسية بـ 25 تكرار وبنسبة 49.0%، ويليه عنصر الرموز التصويرية بـ 23 تكرار وبنسبة 45.1%، في حين انخفض اهتمام موقع صحيفة الدستور بعنصر المفتاح الموضح للإنفوجرافيك بواقع تكرارين وبنسبة 3.9%. أما موقع صحيفة الغد فقد اهتم بالدرجة الأولى بعنصر الألوان للشرائح والخلفيات وذلك بـ 24 تكرار وبنسبة 92.3%، ويليه عنصر الرموز التصويرية بـ 14 تكرار وبنسبة 53.8%، ومن ثم عنصر الخطوط والرسوم الهندسية بـ 13 تكرار وبنسبة 50.0%، وانخفض اهتمام موقع صحيفة الغد بعنصر المفتاح الموضح للإنفوجرافيك بواقع تكرار واحد وبنسبة 3.8%. أما موقع صحيفة السبيل فقد اهتم بعنصر الألوان للشرائح والخلفيات بالدرجة الأولى بـ 45 تكرار وبنسبة 80.4%، ويليه في المرتبة الثانية عنصر الخطوط والرسوم الهندسية بـ 35 تكرار وبنسبة 62.5%، في حين لم يهتم الموقع أبداً بعنصر المفتاح الموضح للإنفوجرافيك. واهتمت وكالة عمون بالدرجة الأولى بعنصر الخطوط والرسوم الهندسية وذلك بـ 16 تكرار وبنسبة 72.7%، ومن ثم الرموز التصويرية بـ 11 تكرار وبنسبة 50.0%، في حين انخفض اهتمام الوكالة بـ الرسوم التعبيرية والمفتاح الموضح للإنفوجرافيك وذلك بتكرار واحد وبنسبة 4.5%.

أما موقع سرايا فقد اهتم بالدرجة الأولى بعنصر الخطوط والرسوم الهندسية وذلك بـ 27 تكرار وبنسبة 84.4%، ومن ثم عنصر الرموز التصويرية بـ 24 تكرار وبنسبة 75.0%، ولم يهتم الموقع بتاتا بعناصر الرسوم التعبيرية والجداول والمفتاح الموضح للإنفوجرافيك.

كما اهتم موقع الوكيل بالدرجة الأولى بالألوان للشرائح والخلفيات وذلك بـ 25 تكرار وبنسبة 86.2%، ويليه عنصر الخطوط والرسوم الهندسية في المرتبة الثانية وذلك بـ 19 تكرار وبنسبة 65.5%، كما أن موقع JO24 اهتم بالدرجة الأولى بعنصر الألوان للشرائح والخلفيات وذلك بـ 20 تكرار وبنسبة 48.8%، ويليه عنصر الرموز التصويرية بـ 15 تكرار وبنسبة 36.6%.

سادسا: نوع الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية:

تشير النتائج إلى أن الإنفوجرافيك الثابت هو النوع الذي ركزت عليه صحف الدراسة الإلكترونية وذلك بواقع 276 نموذج وبنسبة 92.6%، كما ركزت في المرتبة الثانية على الإنفوجرافيك التفاعلي وذلك بـ 12 نموذج وبنسبة 4.0%، فيما انخفض اهتمامها بنوع الإنفوجرافيك المتحرك وذلك بـ 10 تكرارات وبنسبة 3.4%.

وتوضح النتائج أن موقع صحيفة الرأي ركز على الإنفوجرافيك الثابت بـ 40 تكرار وبنسبة 97.6%، وانخفض اهتمامها بالإنفوجرافيك المتحرك بتكرار واحد وبنسبة 2.4%، فيما لم يهتم موقعها أبدا بالإنفوجرافيك التفاعلي، أما موقع صحيفة الدستور فقد اهتم بالإنفوجرافيك الثابت بـ 42 تكرار وبنسبة 82.4%، ويليه الإنفوجرافيك التفاعلي بـ 6 تكرارات وبنسبة 11.8%، فم انخفض اهتمام موقعها بالإنفوجرافيك المتحرك وجاء ذلك بواقع 3 تكرارات وبنسبة 5.9%، أما موقع صحيفة الغد فقد اهتم بالإنفوجرافيك الثابت بـ 22 تكرار وبنسبة 84.6%، ويليه الإنفوجرافيك المتحرك بـ 3 تكرارات وبنسبة 11.5%، أما موقع صحيفة السبيل فقد اهتم بالإنفوجرافيك الثابت بـ 55 تكرار وبنسبة 98.2% فيما لم تهتم أبدا بالإنفوجرافيك المتحرك، واهتمت وكالة عمون بالإنفوجرافيك الثابت بواقع 20 تكرار في حين انخفض اهتمامها بالإنفوجرافيك المتحرك والتفاعلي بواقع تكرار واحد وبنسبة 4.5% لكل منهما، كما اهتمت وكالة سرايا بالإنفوجرافيك الثابت بـ 31 تكرار وبنسبة 96.9%، فيما لم تولي أية اهتمام بالإنفوجرافيك المتحرك، واهتم موقع الوكيل بالإنفوجرافيك الثابت بواقع 28 تكرار وبنسبة 96.6%، في حين أنه لم يولي أية اهتمام بالإنفوجرافيك التفاعلي، أما موقع JO24 فقد اهتم بالإنفوجرافيك الثابت بواقع 38 تكرار وبنسبة 92.7% وانخفض اهتمامها بالإنفوجرافيك المتحرك بواقع تكرار واحد وبنسبة 2.4%.

وتنوّه النتائج أن موقع صحيفتنا الدستور والغد هما أكثر الصحف الإلكترونية اهتماما بالإنفوجرافيك المتحرك، في حين أن موقع صحيفة السبيل ووكالة سرايا لم يوليا أية اهتمام بهذا النوع لعرض بيانات الإنفوجرافيك الاقتصادي، كما تكشف النتائج إلى أن موقع صحيفة الدستور هو أكثر صحف الدراسة الإلكترونية التي أولت اهتمام بنوع الإنفوجرافيك التفاعلي.

سابعا: طريقة عرض الإنفوجرافيك الاقتصادي المنشور في الصحافة الأردنية الإلكترونية.

وفقا للنتائج فإن صحف الدراسة الإلكترونية لجأت لعرض نماذج الإنفوجرافيك الاقتصادي كفن مصاحب لنمط صحفي بـ 206 تكرار وبنسبة 69.1%، في حين اعتمدت على نماذج الإنفوجرافيك كفن مستقل بـ 92 تكرار وبنسبة 30.9%.

وأشارت النتائج إلى أن موقع صحيفة الرأي لجأ إلى عرض الإنفوجرافيك كفن مصاحب لنمط صحفي بـ 29 تكرار وبنسبة 70.7%، في حين لجأ إلى عرض نماذج الإنفوجرافيك كفن مستقل بـ 12 تكرار وبنسبة 29.3%، أما موقع صحيفة الدستور فقد اعتمد على عرض الإنفوجرافيك كفن مصاحب لنمط صحفي بـ 31 تكرار وبنسبة 60.8%، في حين انه اعتمد على عرض الإنفوجرافيك كفن مستقل بـ 20 تكرار وبنسبة 39.2%، أما موقع صحيفة الغد فقد اعتمدت على عرض الإنفوجرافيك كفن مستقل وكفن مصاحب لنمط صحفي بـ 13 تكرار وبنسبة 50.0% لكل منهما، أما موقع صحيفة السبيل فقد اعتمد على عرض الإنفوجرافيك كفن مصاحب لنمط صحفي بـ 49 تكرار وبنسبة 87.5%، في حين أنه اعتمد على عرض الإنفوجرافيك الاقتصادي كفن مستقل بـ 7 تكرارات وبنسبة 12.5%، واعتمدت وكالة عمون على طريقة عرض الإنفوجرافيك الاقتصادي كفن مصاحب لنمط صحفي بـ 19 تكرار وبنسبة 86.4%، في حين اعتمد على عرض الإنفوجرافيك الاقتصادي كفن مستقل بـ 3 تكرارات وبنسبة 13.6%، أما وكالة سرايا فقد اعتمدت على عرض الإنفوجرافيك الاقتصادي كفن مصاحب لنمط صحفي بـ 27 تكرار وبنسبة 84.4%، في حين اعتمدت وكالة سرايا على عرض نماذج الإنفوجرافيك الاقتصادي كفن مستقل بـ 5 تكرارات وبنسبة 15.6%، أما موقع الوكيل فقد اعتمد على طريقة عرض الإنفوجرافيك الاقتصادي كفن مصاحب لنمط صحفي بـ 23 تكرار وبنسبة 79.3%، في حين أن الموقع اعتمد على طريقة عرض الإنفوجرافيك الاقتصادي كفن مستقل بـ 6 تكرارات وبنسبة 20.7%، واعتمد موقع JO24 الإنفوجرافيك كفن مستقل في عرض نماذج الإنفوجرافيك الاقتصادي وذلك بـ 26 تكرار وبنسبة 63.4%، في حين اعتمد الموقع على عرض الإنفوجرافيك الاقتصادي كفن مصاحب لنمط صحفي بـ 15 تكرار وبنسبة 36.6%.

ملخص نتائج البحث:

1. تولي الصحافة الأردنية وفقاً لنتائج الدراسة اهتمام منخفض بتصميم ومعالجة الإنفوجرافيك الاقتصادي وذلك بنسبة 100%.
2. أولت صحيفة السبيل اهتمام أكبر من غيرها من صحف الدراسة بتصميم ومعالجة ونشر نماذج الإنفوجرافيك الاقتصادي وذلك بنسبة 14.5%.
3. ارتفع اهتمام صحف الدراسة الأردنية بقضايا التجارة الخارجية والشراكة الاقتصادية خلال معالجتها لنماذج الإنفوجرافيك الاقتصادي بنسبة 13.2%، في حين انخفض اهتمامها بقضايا الخسائر الاقتصادية لزلزال تركيا بنسبة 0.5%.
4. اعتمدت صحف الدراسة الأردنية على الأسلوب الوصفي في معالجة بيانات الإنفوجرافيك الاقتصادي وذلك بنسبة 64.2% فيما انخفض اعتماد الصحافة الأردنية على أسلوب التسلسل الزمني بنسبة 1.6%.
5. هناك تنوع كبير في استخدام صحف الدراسة الأردنية للعناصر التيبوغرافية خلال تصميم ومعالجة بيانات الإنفوجرافيك الاقتصادي، وهذا التنوع يعود لعدة أسباب أبرزها،

- طبيعة البيانات التي يعالجها الإنفوجرافيك وكانت أبرز هذه العناصر العناوين الرئيسية بنسبة 27.2%، يليه الأرقام بنسبة 20.7%، ومن ثم الإحصائيات بنسبة 13.7%.
6. ركزت صحف الدراسة الأردنية على عدة عناصر جرافيكية أبرزها، ألوان الشرائح والخلفيات بنسبة 26.7%، ومن ثم الخطوط والرسوم الهندسية بنسبة 19.7%، بالإضافة إلى الرموز التصويرية وذلك بنسبة 18.4%.
7. ارتفع اهتمام صحف الدراسة الأردنية بنوع الإنفوجرافيك الثابت لدى معالجة المضامين الاقتصادية، وذلك بنسبة 94.3%.
8. لجأت صحف الدراسة الأردنية إلى الإنفوجرافيك الاقتصادي كفن مصاحب لنمط صحفي وذلك بشكل كبير وبنسبة 74.8%.
9. ركزت صحف الدراسة الأردنية على فن الخبر الصحفي كنمط صحفي مصاحب للإنفوجرافيك الاقتصادي وذلك بنسبة 28.4%، يليها مصاحبة فن التقرير الصحفي بنسبة 31.7%.

الحواشي المرجعية:

- (¹) أبو عريبان، عبير. فاعلية توظيف الإنفوجرافيك (الثبت والمتحرك) في تنمية مهارات حل المسألة الوراثية في العلوم الحياتية لدى طالبات الصف العاشر الأساسي بغزة، ص18.
- (²) الدلو، عبير. استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك: دراسة تحليلية مقارنة. ص12.
- (³) الدلو، جواد. (2017). الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة. مجلة الجامعة الإسلامية، العدد 26، غزة: فلسطين.
- (⁴) لبد، عبير. (2017). استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك دراسة تحليلية مقارنة. المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعلم الإلكتروني، المجلد 6، العدد 12، جامعة الأمة للتعليم المفتوح، فلسطين.
- (⁵) Bekhit, E. (2009). Infographics in the United Arab Emirates newspapers. **SAGE Journals**. Volume: 10 issue: 4, page(s): 492-508. <https://doi.org/10.1177/1464884909104952>
- (⁶) حافظ بركع، وفاق، (2021). وظيفة الإنفوجرافيك في تقديم المحتوى الإعلامي عبر المواقع الإخبارية العراقية (دراسة تحليلية). المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 22، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، بغداد: العراق.
- (⁷) محمد باقاسي، لجين، (2018). الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات الإنفوجرافيك في الصحف السعودية: دراسة تطبيقية على صحيفة مكة - عكاظ، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد 20، السعودية.
- (⁸) عبد الحميد أحمد، محمد. (2020). توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداخيات وباء كورونا (كوفيد-19)، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 29، الجزء 2، مصر: القاهرة.
- (⁹) Dick, M. (2014). Interactive Infographics and News Values, **Digital Journalism**, 2:4, 490-506, DOI: 10.1080/21670811.2013.841368.
- (¹⁰) Pinto, J. C. (2017). The relevance of digital infographics in online newspapers. In 5th MEDITERANNEAN INTERDISCIPLINARY FORUM ON SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES, MIFS 2017, University of Santiago de Compostela, Barcelona, Spain (p. 428): **Published online** : <https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/28719/1/5th.MIFS.2017.Barcelona.pdf#page=437>
- (¹¹) Zwinger, S & Zeiller, M. (2016). Interactive Infographics in German Online Newspapers. Proceedings of the 9th Forum Media Technology, St. Pölten, Austria, 24-11-2016, **published online** at: <http://ceur-ws.org/Vol-1734/fmt-proceedings-2016-paper7.pdf> .
- (¹²) عصفارة، علي. (2019). واقع الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية والمصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم صحافة، غزة: فلسطين.

(¹³) Olivo ,M . (2015). Visualizing the News: An Analysis of a Year in Interactive News from The New York Times and The Washington Post, A Thesis submitted in partial fulfillment of the Master of Science degree in Communication and Media Technologies, College of Liberal Arts: <https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=10072&context=theses>

(¹⁴) عبد الحافظ، نادية محمد. (2021). اتجاهات النخبة نحو معالجة الإنفوجرافيك للضحايا المجتمعية في المواقع الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، عدد 36، مصر.

(¹⁵) حافظ بركع، وفاق. مرجع سابق.

(¹⁶) محمد باقاسي، لجين. مرجع سابق.

(¹⁷) الدلو، جواد. مرجع سابق.

(¹⁸) ليد، عبير. مرجع سابق.

(¹⁹) المرجع السابق نفسه.

(²⁰) طه محمد، منى. مرجع سابق.

(²¹) عبد الحميد أحمد، محمد. مرجع سابق.

(²²) السيد، رباب. مرجع سابق.

(²³) أحمد، حبيب الله. مرجع سابق.

(²⁴) حسين، سمير. بحوث الإعلام. ص 123.

(²⁵) مشاقبة، بسام. مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب. ص 60.

(²⁶) حجاب، منير. الموسوعة الإعلامية، ص 94.

(²⁷) حسين، سمير. مرجع سابق. ص 314.

(²⁸) الحيزان، محمد. البحوث الإعلامية: أسسها - أساليبها - مجالاتها. ص 65.

(²⁹) الطاهات، خلف. (2019)، ص 33.

مراجع الدراسة:

- مشاقبة، بسام. (2010). مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، ط1. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.
- حسين، سمير، (1995). بحوث الإعلام. ط1، عالم الكتاب، القاهرة: مصر.
- حجاب، منير. (2003). الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة: مصر.
- الحيزان، محمد، (2004). البحوث الإعلامية: أسسها - أساليبها - مجالاتها. ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض: السعودية
- عبد الحميد، محمد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتاب، القاهرة: عمان.
- الدلو، جواد. (2017). الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة. مجلة الجامعة الإسلامية، العدد 26، غزة: فلسطين.

- لبد، عبير. (2017). استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك دراسة تحليلية مقارنة. **المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعلم الإلكتروني**، المجلد 6، العدد 12، جامعة الأمة للتعليم المفتوح، فلسطين.
- حافظ بركع، وفاق، (2021). وظيفة الإنفوجرافيك في تقديم المحتوى الإعلامي عبر المواقع الإخبارية العراقية (دراسة تحليلية). **المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد 22، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، بغداد: العراق.
- محمد باقاسي، لجين، (2018). الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات الإنفوجرافيك في الصحف السعودية: دراسة تطبيقية على صحيفة مكة - عكاظ، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد 20، السعودية.
- عبد الحميد أحمد، محمد. (2020). توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعبات وباء كورونا (كوفيد-19)، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 29، الجزء 2، القاهرة: مصر.
- عصفرة، علي. (2019). واقع الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية والمصرية، رسالة **ماجستير غير منشورة**، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم صحافة، غزة: فلسطين.
- عبد الحافظ، نادية محمد. (2021). اتجاهات النخبة نحو معالجة الإنفوجرافيك للضحايا المجتمعية في المواقع الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، عدد 36، مصر.
- طه محمد، منى، (2018)، استخدام الإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية المصرية وتأثيره على إدراك وتذكر الجمهور للمضمون: دراسة ميدانية، **مجلة كلية الآداب**، جامعة المنصورة، كلية الآداب، العدد 62، مصر.
- السيد، رباب. (2018). تأثير استخدام الإنفوجرافيك في إنتاج الصحف المدرسية على الانتباه والتذكر لدى تلاميذ الحلقة الأولى من التعليم الأساسي في إطار نظرية تمثيل المعلومات، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد 13، مصر.
- أحمد، حبيب الله صالح، (2019)، دور الإنفوجرافيك في تطوير المضامين الصحفية والرؤى الإخراجية: دراسة تطبيقية على صحيفتي الوطن وعكاظ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 68، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مصر: القاهرة.
- أبو عريبان، عبير. (2017). فاعلية توظيف الإنفوجرافيك (الثابت والمتحرك) في تنمية مهارات حل المسألة الوراثة في العلوم الحياتية لدى طالبات الصف العاشر الأساسي بغزة. رسالة **ماجستير غير منشورة**، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، فلسطين: غزة.
- الطاهات، خلف. (2019). توظيف الإنفوجرافيك في الصحافة الأردنية اليومية الإلكترونية، **مجلة الدراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية**، الجامعة الأردنية، عدد 1، الأردن: عمان.
- Olivo, M . (2015). Visualizing the News: An Analysis of a Year in Interactive News from The New York Times and The Washington Post, **A Thesis submitted in partial fulfillment of the Master of Science degree in Communication and Media Technologies**, College of Liberal Arts: <https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=10072&context=theses>

- Dick, M, (2014). Interactive Infographics and News Values, **Digital Journalism**, 2:4, 490-506, DOI: 10.1080/21670811.2013.841368.
- Pinto, J. C. (2017). The relevance of digital infographics in online newspapers. In 5th MEDITERANNEAN INTERDISCIPLINARY FORUM ON SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES, MIFS 2017, University of Santiago de Compostela, Barcelona, Spain (p. 428): **Published online** : <https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/28719/1/5th.MIFS.2017.Barcelona.pdf#page=437>
- Zwinger, S & Zeiller, M. (2016). Interactive Infographics in German Online Newspapers. Proceedings of the 9th Forum Media Technology, St. Pölten, Austria, 24-11-2016, **published online** at <http://ceur-ws.org/Vol-1734/fmt-proceedings-2016-paper7.pdf> .