

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد الكلية .

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعد رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد السابع والخمسون - الجزء الثاني - شعبان ١٤٤٢هـ - أبريل ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

- ٥٠٣ الأطر المعرفية والمنهجية للمكون الإعلامي والاتصالي للسلم والتماسك المجتمعيين: تحليل من المستوى الثاني
أ.م.د. الأميرة سماح فرج عبد الفتاح
- ٥٧١ توظيف الأنفوجراف في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية مقارنة
أ.م.د. أيمن محمد إبراهيم بريك
- ٦٣١ القيم الإسلامية بمجلة الشباب وعلاقتها بمنظومة القيم لدى الشباب المصري في أوقات الأزمات: دراسة تحليلية وميدانية
د. أسماء أحمد أبو زيد علام
- ٦٧٣ تقييم الأداء الإعلامي لبعض المواقع الدينية والإخبارية حول وثيقة الأخوة الإنسانية
د. كريمة كمال عبد اللطيف توفيق
- ٧١٩ العلاقة بين مستوى المواطنة الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكهم للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
د. السيد لطفي حسن زايد
- ٧٦٧ شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب
السيناوي «دراسة ميدانية»
د. صبري خالد عبدالهادي
- ٨٠٧ المعالجة الصحفية لوثيقة الأخوة الإنسانية في المواقع الإلكترونية
«دراسة تحليلية»
د. مها مصطفى بخيت

٨٥٥ ■ دور الكاريكاتير في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو تعزيز السلم المجتمعي ومكافحة التطرف (دراسة شبه تجريبية)
د. هبة محمد شفيق عبد الرازق

٨٩٧ ■ دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية وعي الشباب المصري بوثيقة الأخوة الإنسانية «دراسة تطبيقية» د. عبد الله أحمد مصطفى محمد

٩٥١ ■ استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تحقيق الأخوة الإنسانية والتعايش السلمي «التجربة الكينية» ياسر عبد الله طبت (كينيا)

٩٧٧ ■ Emotional Public Sphere: Sentiment Analysis of Tweets after New Zealand Mosque Shooting
DR \ Islam Abdelkader- DR \ M. A. El-dosuky

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يونيو 2020)	ISSN- O	ISSN- P
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأهرام	6.5	7	2682-292X	1110-9297
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-873X	2314-8721
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	6	2636-9393	2636-9393
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إحداث الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2366-9891	2366-9891
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	3.6	2636-9237	2636-9237
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	أكاديمية الشرق	3.5	6.6	2367-0407	2367-0407
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9131	2366-9131
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-914X	2366-914X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9168	2366-9168
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	1110-6836	1110-6836
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.6	1110-6844	1110-6844

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقاً على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

**توظيف الإنفوجراف في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة
الإنسانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دراسة تحليلية مقارنة**

- **Using Infographics to Introduce the Principles
of the Document on Human Fraternity in Social Media Sites
An Analytical and Comparative Study**

● أ.م.د. أيمن محمد إبراهيم بريك
الأستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة الأزهر
ayman_borek@azhar.edu.eg

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة رصد وتحليل وتفسير توظيف الإنفوجراف عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية، وذلك من خلال الوقوف على مظاهر هذا التوظيف، والصفحات التي اعتمدت على الإنفوجراف في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية، وآلية التداول والنطاق الجغرافي، والموضوعات التي تم التركيز عليها، ونوع وهدف وشكل الإنفوجراف، وأهم العناصر المقروءة والجغرافية المكونة للإنفوجراف، ومصادر وحجم المعلومات، واللغة المستخدمة ومستوى تفاعل القراء معه، وذلك بالتطبيق على صفحات الأزهر، والفاثيكان، واللجنة العليا للأخوة الإنسانية، في إطار دراسة تحليلية تعتمد على منهج المسح الشامل لكل ما نشر من إنفوجراف على هذه الصفحات منذ الإعلان عن إطلاق وثيقة الأخوة الإنسانية 4 فبراير 2019 وحتى 31 ديسمبر 2020.

وتوصلت الدراسة إلى أن صفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 54.8، يليها صفحة الأزهر الشريف بنسبة 35.5%، وأخيراً صفحة الفاتيكان بنسبة 9.7%، كما تنوعت آلية التداول بين مباشر وغير مباشر، وتركزت أهداف الإنفوجراف على التوعية، يليها التوجيه، ثم الدعوة للمشاركة، فالإخبار، والتفسير والتحليل، كما جاء الإنفوجراف الثابت على رأس أنواع الإنفوجراف المستخدم، يليه المتحرك، وأخيراً التفاعلي، وتمثلت أبرز أشكال الإنفوجراف على الأشكال الهندسية والصور والرسوم والشخصيات والتسلسل الزمني والمقارنات.

الكلمات المفتاحية: صحافة الإنفوجراف - وثيقة الأخوة الإنسانية - مواقع التواصل الاجتماعي

Abstract

The present study aims to monitor, analyze and interpret the use of infographics in social media sites to introduce the Document on Human Fraternity. The study attempts to investigate the adopted mechanism, geographical scope, highlighted topics, infographics types, objectives and forms, the most important readable and graphic elements of the infographic, the sources and volume of information, the language used, and the level of interaction of readers.

The Study applies this to the official pages of Al-Azhar, the Vatican, and the HCHF within the framework of an analytical and comparative study based on the approach of a comprehensive survey of all the infographics since the announcement of the launch of the Document on February 4, 2019, until December 31, 2020.

The study concluded that the page of the HCHF ranked first in terms of the number of infographics used to introduce the Document on Human Fraternity, followed by Al-Azhar page, and finally the Vatican page. The static infographics came at the top of the types of infographics used, followed by animated infographics, and finally the interactive infographics. The shape of most infographics focused on graphs, images, shapes, figures, chronology and comparisons.

Keywords: Infographic Journalism – the Document on Human Fraternity - Social Media Sites.

منذ الإعلان عن توقيع وثيقة الأخوة الإنسانية بين الرمزين الدينيين البارزين في العالم وهما فضيلة الإمام الأكبر أ.د/ أحمد الطيب، شيخ الأزهر الشريف رئيس مجلس حكماء المسلمين، وقدااسة البابا فرنسيس، بابا الكنيسة الكاثوليكية، في الرابع من فبراير 2019 بالعاصمة الإماراتية أبو ظبي، وحظيت هذه الوثيقة باهتمام دولي كبير كونها الوثيقة الأهم في التاريخ الإنساني الحديث التي تسعى لتعزيز قيم التعايش والتسامح والسلام والأخوة الإنسانية.

ولقد كان الهدف من الإعلان عن هذه الوثيقة واضحًا ومحددًا منذ البداية وهو، السعي لتعميم مبادئها على جميع البشر بمختلف فئاتهم وأعمارهم وعقائدهم وأجناسهم وألوانهم وأعراقهم، وفي سبيل ذلك فقد تم العمل على نشر مبادئ هذه الوثيقة بكافة الوسائل الإعلامية من منصات وبرامج ومؤتمرات ومبادرات وأنشطة إعلامية وصحفية مختلفة.

وفي الوقت الذي بدأت فيه صفحات الأزهر الشريف، والفاتيكان عبر مواقع التواصل الاجتماعي الترويج لهذه الوثيقة، بوصفها طوق النجاة لما يشهده العالم من صراعات ومشكلات ونزاعات، تم أيضًا في السادس عشر من سبتمبر 2019 الإعلان عن تشكيل اللجنة العليا للأخوة الإنسانية، وهي لجنة دولية مستقلة تضم مجموعة من الخبراء والقادة في مجال حوار الأديان والثقافات؛ للعمل على تحقيق الغايات السامية التي نصت عليها هذه الوثيقة، والتي عملت بدورها أيضًا على إطلاق صفحات مستقلة لها على مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بالوثيقة.

وفي 22 ديسمبر 2020 تم الإعلان عن اعتماد الأمم المتحدة الرابع من فبراير، ذكرى توقيع الوثيقة، يومًا دوليًا للأخوة الإنسانية، مؤكدة تشجيعها للأنشطة الرامية إلى تعزيز الحوار بين الأديان والثقافات من أجل تعزيز السلام والاستقرار الاجتماعي واحترام

التنوع وتوخي الاحترام المتبادل، وتهيئة بيئة مواتية لتحقيق السلام والتفاهم المتبادل على الصعيد العالمي، وأيضاً الإقليمي والوطني والمحلي.

ولما كان الإنفوجراف بأشكاله المختلفة (الثابت والمتحرك والتفاعلي) أحد الأنماط الإعلامية التي اعتمدت عليها صفحات التواصل الاجتماعي للأزهر الشريف، والفاتيكان واللجنة العليا للأخوة الإنسانية في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية، وذلك بوصفه فناً يقوم على تحويل المعلومات والبيانات إلى صور ورسوم، وعرضها بشكل مبتكر وجذاب ليسهل فهمها واستيعابها، وجعل القارئ يرى المعلومة بدلاً من أن يقرأها أو يسمعها، فإن هذه الدراسة تسعى إلى رصد وتحليل وتفسير توظيف الإنفوجراف عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية، وذلك من خلال الوقوف على مظاهر هذا التوظيف والصفحات التي اعتمدت على الإنفوجراف في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية، وآلية تناول والنطاق الجغرافي، والموضوعات التي تم التركيز عليها، ونوع وهدف وشكل الإنفوجراف، وأهم العناصر المقروءة والجغرافية المكونة للإنفوجراف، ومصادر وحجم المعلومات، واللغة المستخدمة ومستوى تفاعل القراء معه، وذلك بالتطبيق على صفحات الأزهر، والفاتيكان، واللجنة العليا للأخوة الإنسانية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، في إطار دراسة تحليلية تعتمد على منهج المسح الشامل لكل ما نشر من إنفوجراف على هذه الصفحات منذ الإعلان عن إطلاق وثيقة الأخوة الإنسانية في 4 فبراير 2019 وحتى 31 ديسمبر 2020.

الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي تناولت الإنفوجراف، من أبرزها: دراسة (2020)، & Faiz Mubarak Atiqah Asri⁽¹⁾ والتي استهدفت التعرف على تأثير استخدام الإنفوجراف في تطوير مهارة الكتابة لدى الطلاب، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 30 مفردة من طلاب وطالبات قسم تكنولوجيا المعلومات في كلية الفنون التطبيقية الحكومية في مالانج، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وأسلوب الملاحظة، وتوصلت الدراسة إلى أن الإنفوجراف أسهم بشكل ناجح ومفيد في تحسين مهارات الكتابة لدى الطلاب.

وسعت دراسة (ريهام درويش، 2020)⁽²⁾ رصد وتحليل دلالة توظيف الإنفوجراف في تغطية القضايا الدولية في موقع Graphic News، وذلك خلال الفترة من 1 سبتمبر، وحتى 30 نوفمبر 2019، بالإضافة إلى رصد القضايا المطروحة في الإنفوجرافيك، والأساليب المكونة للإنفوجرافيك، وتوصلت الدراسة إلى سيطرة القضايا العسكرية على الإنفوجرافيك المتعلق بالقضايا الدولية، يليها القضايا السياسية فالاقتصادية، فيما

اعتمد الإنفوجرافيك على العناصر المقروءة والمرئية، إضافة إلى اهتمام الموقع بتوظيف عناصر الجذب البصري من خلال التركيز على الرسوم والألوان. واستهدفت دراسة (سلوى أبو العلا، 2020)⁽³⁾ رصد وتحليل استخدام الإنفوجرافيك بالموقع الإلكتروني للمركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء، وصفحته الرسمية بالفيس بوك، والوقوف على الدور الذي يؤديه كوسيلة اتصال متطورة وكآلية 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 موضوعات الوزارات الأكثر ارتباطاً بالجمهور والتي تمس حياة المواطن كأبرز موضوعات الإنفوجرافيك، وبالنسبة لتقديم الإنفوجرافيك؛ فقد كان التركيز على الرد على الشائعة هو الهدف الرئيس للإنفوجراف.

وتناولت دراسة (هاني البطل 2019)⁽⁴⁾ التعرف على مدى انقراطية الشباب الجامعي البيوغرافية والجرافية للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية الإلكترونية المصرية، وذلك بالتطبيق على مواقع البوابة نيوز، مبتدأ، اليوم السابع، حيث اعتمدت الدراسة على عينة عمدية قوامها 200 من الشباب الجامعي يتعرضون للإنفوجرافيك بالمواقع الصحفية، وقد استخدم الباحث أداة المقابلة المقننة. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات انقراطية الشباب الجامعي التبيوغرافية، والجرافية للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقاً لنوع الإنفوجرافيك.

سعت دراسة (Kim & etc Narae, 2019)⁽⁵⁾ لاختبار تأثيرات المعالجة المعرفية، والعاطفية للإنفوجراف التفاعلي على مواقع الويب على شبكة الإنترنت، وذلك بالمقارنة بأساليب المعالجة الأخرى، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وذلك بالتطبيق على 222 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن المشاركين أظهروا قدرة أفضل في تخزين الحقائق وتشفيرها عندما استخدموا المزيد من خريطة إنفوجرافيك معقدة، مقارنة بأولئك الذين استخدموا خريطة أقل تعقيداً، كما توصلت الدراسة إلى أن المشاركين الذين كانوا في ظروف تفاعل أفضل كانت نتيجة فهمهم للمعلومات أعلى وذلك مقارنة بغيرهم.

فيما ركزت دراسة (Narae Kim, 2018)⁽⁶⁾ على استكشاف العلاقة بين الإنفوجراف التفاعلي على مواقع الأخبار على الإنترنت، وتأثيرها على المعالجة المعرفية لمحتوى هذه الأخبار، واعتمدت الدراسة على تصميم أربعة أشكال تجريبية (معلومات رسومية تفاعلية

فقط، مخطط معلومات تفاعلي مع حالة نمطية واحدة (نص)، مخطط معلومات تفاعلي مع طرائق متعددة (نص ورسم ثابت). وطرائق متعددة (نص ورسم ثابت) بدون شرط معلومات/ معلومات تفاعلية)، اختبار تأثير الرسوم البيانية على نتائج معالجة الأخبار المعرفية لمستخدمي الأخبار على الإنترنت (استدعاء الأخبار، والتعرف عليها، والذاكرة، والفهم)، وتوصلت الدراسة إلى أن الإنفوجرافيك التفاعلي قد يسبب تأثيرات سلبية على تعلم المعلومات، أو حتى تعيق القدرة على الحصول على المعلومات من طرائق مختلفة؛ وذلك بسبب المفاضلة بين الانتباه والتذكر.

وتناولت دراسة (Azam Majooni, 2017) (7) التعرف على تأثير تصميم الإنفوجراف على تشكيل النموذج الذهني، والمعريف لدى المستخدمين، واعتمد الباحث على المنهج التجريبي، وذلك بالتطبيق على قصتين تم تصميم كل منهما بتصميمين مختلفين، وتم تتبع حركة العين، واشتملت عينة الدراسة على 23 طالبًا جامعيًا، وتوصلت الدراسة إلى وجود دليل كمي فيما يتعلق بتغيير التصميم في كل قصة وتأثيره على فهم المشاركين وتنوع الحمل المعرفي لديهم، وأن الفهم من التصميم المتعرج كان أعلى مع عبء إدراكي أقل.

وهدفت دراسة (Julio Pinto, 2017) (8) إلى التعرف على أهمية استخدام الإنفوجراف في الصحافة الإلكترونية، والوقوف على طبيعة العناصر المستخدمة في تصميم الإنفوجراف في هذه الصحف مقارنة بالصحف الورقية، وتوصلت الدراسة إلى أن كثيرًا من الصحف الإلكترونية لم تستفد بالشكل الأمثل بعد من الإمكانيات التفاعلية للصحف الإلكترونية وأنها لا تزال تعتمد بشكل أكبر على الثابت، والذي لا يستفيد من الأدوات التي تتيحها تقنيات النشر الإلكتروني.

وقدمت دراسة (Engida Gebre & Joseph Polman 2016) (9) تحليلًا وصفيًا لاستخدام الشباب للنماذج المتعددة في سياق التقارير الإخبارية العلمية، خلال فصل دراسي واحد، شارك 71 طالبًا في المدرسة الثانوية في الغرب الأوسط للولايات المتحدة، في أنشطة البحث في موضوعات علمية من اختيارهم، وإنتاج أخبار علمية قائمة على الإنفوجرافيك للنشر المحتمل عبر الإنترنت، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأسلوب الملاحظة، وأظهرت نتائج الدراسة قدرات الطلاب وتحدياتهم في التعلم باستخدام النماذج التصويرية المعتمدة على الإنفوجرافيك، كما أشارت الدراسة أيضًا إلى أن الطلاب كانوا قادرين على تحديد مدى كفاية التمثيل البصري للأخبار في سياق تقديم

ملاحظات الزملاء، وأن الدراسة لها آثار للبحث والتعليم باستخدام الرسوم البيانية كأدوات معبرة لدعم التعلم.

واستهدفت دراسة (Hesham Galal Hassan, 2016)⁽¹⁰⁾ التعرف على المبادئ والقواعد المناسبة لإنشاء الإنفوجرافيك بشكل متميز يساعد على نقل المعلومات بنجاح وفعالية، بالإضافة إلى التعرف على الإنفوجرافيك الأكثر فاعلية، هل الثابت أم المتحرك؟، واعتمد الباحث على المنهج التجريبي بالتطبيق على عينة من الطلاب شملت مجموعتين كل منهما تكونت من 15 طالبًا، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين من حيث مستوى المعرفة والفهم تبعًا لنوع التصميم، وأن التصميمات الثابتة والمتحركة كانت ذات تفاعلًا واضحًا بالنسبة لكلا المجموعتين.

فيما تناولت دراسة (Eun-Ju Lee, Ye Weon Kim, 2015)⁽¹¹⁾ التعرف على تأثير استخدام الإنفوجرافيك على إعداد الأخبار والحصول عليها وتقييمها، وذلك من خلال الوقوف على تأثير الإنفوجرافيك على معالجة الأفراد للأخبار، مع التركيز على التفاعلية والوسائط المتعددة، مع الأخذ في الوصف المعرفة السابقة لقراء الأخبار ومشاركتهم في القضية، والتي قد تؤثر على قدرتهم ودوافعهم لمعالجة المعلومات، وذلك باستخدام أسلوب المسح وأداة الاستبيان، بالتطبيق على 360 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن إضافة الإنفوجرافيك إلى الأخبار أدى إلى زيادة مدى مشاركتهم في إعداد الأخبار، وإن كان ذلك فقط بين أولئك الذين لديهم مشاركة أكبر في القضايا، ومع ذلك، أعادت الارتباطات التشعبية الموجودة في النص استدعاء المعلومات بين أولئك الذين لديهم معرفة سابقة أقل، مما أدى إلى خلق فجوة في اكتساب المعلومات بين المزيد من الأفراد الأقل حيلة، كما أشارت الدراسة إلى أن التمثيل الرسومي للأخبار يحتوي على نداءات إرشادية لأولئك الأقل مشاركة في موضوع الأخبار والأقل معرفة به، مما يؤدي إلى تقييم أفضل للأخبار.

وسعت دراسة (Nattanun Siricharoen & Waralak V., 2015)⁽¹²⁾ إلى التعرف على كيف يمكن استخدام الإنفوجرافيك في عرض البيانات؟، وأهم الأشكال التي يمكن الاعتماد عليها، وتقييم الإنفوجراف، ومدى اعتماده على عناصر جاذبة مثل الألوان والصور والوسائط المتعددة، وتوصلت الدراسة إلى أن الإنفوجراف يعتمد على تقديم البيانات في تصميمات جاذبة وممتعة للقراء تساعدهم على الفهم، لكن هذا لا يحدث إلا عندما تكون البيانات المستخدم حقيقية، مع الأخذ في الوصف أفضل طريقة لتوصيل المعلومات والغرض منها، وأن الناس يتعاملون مع هذه

التصميمات كمستهلكين مشكلة أو كمبدعين للتعلم، وأن الاعتماد على HTML5 يجعل التصميم أكثر جاذبية وإثارة للاهتمام.

وركزت دراسة (Murray Dick، 2015) (13) على توظيف الإنفوجرافيك التفاعلي في المواقع الإخبارية في المملكة المتحدة، واعتمد الباحث على أسلوب المواجهة المفتوحة، والمتعمقة مع عدد من صحفيي الأخبار في وسائل الإعلام المرئية الوطنية في المملكة المتحدة، إضافة إلى الاعتماد على أسلوب الملاحظة، وتوصلت الدراسة إلى وجود تباينات بين القائمين بالاتصال من حيث مستوى جودة إنتاج الإنفوجرافيك التفاعلي، وأن هناك بعض العوامل المؤثرة في إنتاج الإنفوجرافيك التفاعلي منها، ما يتعلق بأهمية البيانات وليس ضخامتها، بالإضافة إلى مدى توافر ميزانية لإنتاج المحتوى في شكل تفاعلي، وأن بعض القصص الإخبارية تكون أكثر ملائمة للعرض في شكل إنفوجراف تفاعلي مقارنة بغيرها.

وهدفت دراسة (Banu İnanç Uyan Dur، 2014) (14) التعرف على استخدامات الإنفوجرافيك في العمل الصحفي، وأنواعه، وأساليب توظيفه، وأشارت الدراسة إلى أن الإنفوجرافيك أصبح يلبي حاجة مهمة جداً في حياتنا، ألا وهي تقديم المحتوى المعقد الذي يصعب فهمه بطريقة جاذبة وقابلة للفهم، بالإضافة إلى كونها تسمح للمستخدم بالتفاعل معها، كما أوضحت الدراسة أن الإنفوجرافيك التفاعلي، والذي يتم استخدامه بشكل أكثر شيوعاً كل يوم في الإنترنت، سيكون أداة تلبي الاحتياجات المهمة في المستقبل من خلال اكتساب الجديد الميزات الموجهة نحو التطورات التكنولوجية.

وتناولت دراسة (Geidner & Et al Nick، 2014) (15) التعرف على آثار الفروق الفردية على استدعاء البيانات الرقمية من ملفات الإنفوجرافيك المتعلقة بمحو الأمية الإعلامية، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، وذلك على عينة قوامها 207 من الطلاب، وتوصلت الدراسة إلى أن كلا المتغيرين كان لهما تأثيرات إيجابية كبيرة على الاسترجاع الدقيق، والتقريبي للمعلومات من الرسم التحفيزي، كما أشارت الدراسة إلى الآثار المترتبة على هذه النتائج لكل من الباحثين الأكاديميين والصحفيين العاملين.

وركزت دراسة (Marvin Milatz، 2013) (16) على تأثير الإنفوجرافيك التفاعلي على مستوى التذكر لدى المستخدمين، وذلك من خلال دراسة تجريبية مقارنة بالتطبيق على 122 شخصاً من الناطقين باللغة الألمانية، للوقوف على تأثير نوع الإنفوجرافيك على مستوى تذكر المعلومات من خلال إنفوجراف لخريطة أوروبا يوضح عليها الهجرة

إلى ألمانيا، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين نوع الإنفوجرافيك ومستوى تذكر المعلومات.

وسعت دراسة (Marco Giardina & Pablo Medina, 2013)⁽¹⁷⁾ إلى التعرف على كيف تقوم المؤسسات الإعلامية بتوظيف الإنفوجرافيك، وذلك من خلال الوقوف على فئة الأخبار التي يتم الاعتماد على الإنفوجرافيك في تغطيتها، والوسائط المتعددة الأكثر استخدامًا، والأدوات التي يتم استخدامها في إنتاج الإنفوجرافيك، والمهارات الأساسية لدى مصممي الإنفوجرافيك، وذلك بالتطبيق على الإنفوجرافيك الذي نشر في صحيفة نيويورك تايمز خلال الفترة من 2001 وحتى 2011، وتوصلت الدراسة إلى أن الإنفوجرافيك شهد تطورًا كبيرًا خلال السنوات الأخيرة، وأنه لا بد من إنشاء أقسام خاصة بإنتاج الإنفوجرافيك، وأن الإنفوجرافيك التفاعلي يسهم بشكل كبير في تطوير آليات عرض المحتوى الصحفي.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على عدد من الدراسات السابقة التي تناولت الإنفوجراف، فإنه يمكن الإشارة إلى ما يأتي:

1. تنوعت الدراسات التي ركزت على استخدام وتوظيف الإنفوجراف سواء فيما يتعلق بتطوير مهارة الكتابة (Faiz Mubarak & Atiqah Asri, 2020)، ومعالجة القضايا الدولية (ريهام درويش، 2020)، ومواجهة الشائعات (سلوى أبو العلا، 2020)، ومدى انقراطية الشباب الجامعي البيوغرافية- والجرافية للإنفوجرافيك (هاني البطل Julio (2019)، وتأثير استخدام الإنفوجراف في الصحافة الإلكترونية (2017)، و (Pinto Eun-Ju Lee, Ye, 2015)، وفي إعداد الأخبار والحصول عليها وتقييمها (2015)، و (Weon Kim Nattanun Siricharoen, 2015)، واستخدامها في عرض البيانات (2015)، و (Waralak V. Siricharoen & Banu İnanç Uyan, 2014)، واستخداماته في العمل الصحفي (2014)، و (Murray Dick & Pablo Medina, 2013)، وكيف تقوم المؤسسات الإعلامية بتوظيفه؟ (2013)، و (Marco Giardina).

2. ركزت بعض الدراسات على تأثير الإنفوجراف سواء فيما يتعلق بتأثير استخدام الإنفوجراف في تطوير مهارة الكتابة لدى الطلاب (Faiz & Atiqah Asri, 2020)، أو اختبار تأثيرات المعالجة المعرفية والعاطفية للإنفوجراف التفاعلي على مواقع الويب على شبكة الإنترنت (Kim & etc Narae, 2019)، تأثير تصميم

الإنفوجراف على تشكيل النموذج الذهني والمعرفي لدى المستخدمين (2017، & etc، Eun-Ju Lee، 2015)، وتأثير الإنفوجراف في إعداد الأخبار (Azam Majooni، 2015)، وآثار الفروق الفردية على استدعاء البيانات الرقمية من ملفات الإنفوجرافيك المتعلقة بمحو الأمية الإعلامية (Geidner & Et al Nick، 2014)، وتأثير الإنفوجراف على مستوى التذكر عند المستخدمين مثل دراسة (Marvin، 2013، Milatz).

3. تناولت بعض الدراسات الإنفوجراف التفاعلي مثل دراسة (Kim & etc، 2019، Narae) والتي سعت لاختبار تأثيرات المعالجة المعرفية والعاطفية للإنفوجراف التفاعلي، ودراسة (Narae Kim، 2018)، والتي ركزت على استكشاف العلاقة بين الإنفوجراف التفاعلي على مواقع الأخبار على الإنترنت، وتأثيرها على المعالجة المعرفية لمحتوى هذه الأخبار، ودراسة دراسة (Murray Dick، 2015)، والتي ركزت على توظيف الإنفوجرافيك التفاعلي في المواقع الإخبارية في المملكة المتحدة.

4. تنوعت الدراسات ما بين تحليلية، وميدانية، وإن كان التركيز على الدراسات الميدانية بشكل أكبر، كما اعتمدت الدراسات السابقة في مجملها على منهج المسح، والمنهج التجريبي (شبه التجريبي)، وأساليب تحليل المضمون، والاستبيان والمقابلة.

5. لم تتناول أي من الدراسات السابقة توظيف مواقع التواصل الاجتماعي للإنفوجراف في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية، وهو ما تركز عليه هذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

في ضوء ما يحظى به الإنفوجراف خلال السنوات الأخيرة من أهمية كبيرة⁽¹⁸⁾ كونه يسهم في كسر الطريقة الروتينية لعرض المعلومات والبيانات للجمهور، وذلك من خلال التركيز على عرض البيانات والأفكار بسهولة وفي شكل جذاب، الأمر الذي من شأنه أن يساعد على تغيير استجابة الناس وتفاعلهم مع هذه البيانات عند رؤيتها، وفي إطار ما تحظى به وثيقة الأخوة الإنسانية من اهتمام دولي لنشرها، وتوظيف الأدوات والوسائل الإعلامية في التعريف بمبادئها، فإن مشكلة هذه الدراسة تتمثل في: رصد وتحليل وتفسير توظيف الإنفوجراف عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية، وذلك من خلال الوقوف على مظاهر هذا التوظيف، والصفحات التي اعتمدت على الإنفوجراف في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية، وآلية تناول والنطاق الجغرافي، والموضوعات التي تم التركيز عليها، ونوع وهدف وشكل الإنفوجراف، وأهم العناصر المقروءة والجغرافية المكونة للإنفوجراف، ومصادر وحجم المعلومات، واللغة المستخدمة

ومستوى تفاعل القراء معه، وذلك بالتطبيق على صفحات الأزهر، والفايكان، واللجنة العليا للأخوة الإنسانية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، في إطار دراسة تحليلية تعتمد على منهج المسح الشامل لكل ما نشر من إنفوجراف على هذه الصفحات منذ الإعلان عن إطلاق وثيقة الأخوة الإنسانية 4 فبراير 2019 وحتى 31 ديسمبر 2020.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة إلى مجموعة من العوامل، أهمها:

1. الأهمية الكبيرة التي حظيت بها وثيقة الأخوة الإنسانية، والتي تعد الوثيقة الأهم في التاريخ الإنساني الحديث؛ كونها صدرت عن أبرز رمزين دينيين، ومؤسستين دينيتين في العالم.
2. الدور الرئيس للإنفوجراف في صناعة المحتوى الصحفي البصري خاصة في عصر النشر الإلكتروني.
3. معدلات الاستخدام الكبيرة التي أصبحت تحظى بها مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بين فئة الشباب الذين هم الأكثر استهدافاً بهذه الوثيقة كونهم عماد الأمة وقادة المستقبل.
4. تصاعد خطاب الأخوة الإنسانية في مواجهة خطابات الكراهية والتمييز والتعصب، والتي انتشرت بشكل كبير خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي.
5. تقديم وثيقة الأخوة الإنسانية حلاً ناجحاً لأبرز المشكلات التي تواجه عالمنا المعاصر، وذلك من خلال ما تشتمل عليه من مبادئ سامية.

أهداف الدراسة:

هناك العديد من الأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقها، أهمها:

1. التعرف على مدى توظيف صفحات الدراسة للإنفوجراف في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية.
2. الوقوف على الموضوعات التي ركزت عليها هذه الصفحات في تناولها لوثيقة الأخوة من خلال الإنفوجراف.
3. رصد أنواع الإنفوجراف المستخدم في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية.
5. التعرف على مكونات الإنفوجراف المستخدم من حيث العناصر المقروءة والجرافيكية.
6. تحديد مستوى تفاعل القراء مع الإنفوجراف المستخدم في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية.

تساؤلات الدراسة:

- 1 . ما مدى اعتماد الصفحات عينة الدراسة على الإنفوجراف في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية؟
- 2 . ما الموضوعات التي ركزت عليها هذه الصفحات في تناولها لوثيقة الأخوة من خلال الإنفوجراف؟
- 3 . هل اعتمدت صفحات الدراسة على أنواع إنفوجراف بعينها في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية؟
- 4 . ما مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها الإنفوجراف المستخدم في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية؟
- 5 . ما مكونات الإنفوجراف المستخدم في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية؟
- 6 . كيف كان تفاعل القراء مع الإنفوجراف المستخدم في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية؟

الإجراءات المنهجية للدراسة، وتشمل:

1. نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Studies التي تستهدف وصف الظاهرة موضوع الدراسة، وخصائصها؛ بهدف الحصول على معلومات عنها. (19) دون الدخول في أسبابها أو الحكم فيها؛ وذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض محددة مسبقاً. (20) والظاهرة التي تسعى الدراسة الحالية إلى تقرير خصائصها هي توظيف الإنفوجراف في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2. منهج الدراسة:

يعتمد الباحث في هذه الدراسة على:

(أ) **منهج المسح: Survey**، وهو ذلك المنهج الذي يستهدف الإجابة على التساؤلات التي أثرت لحل المشكلة المطروحة، وملاحظة وتقييم الاحتياجات وتحديد الأهداف، لتحديد ما إذا كانت محددة ويمكن تحقيقها أم لا؟ وذلك للوصول إلى تصورات مستقبلية يمكن استخدامها لتحليل الاتجاهات ووصف الظاهرة الموجودة. (21) ويعرف المسح أيضاً بأنه وسيلة لجمع معلومات حول خصائص أو أعمال أو آراء مجموعة كبيرة من الناس. (22) ويقوم الباحث في هذه الدراسة بإجراء المسح الإعلامي لعينة من صفحات مواقع التواصل

الاجتماعي؛ للوقوف على مدى توظيفها للإنفوجراف في التعريف بوثققة الأخوة الإنسانية.

(ب). منهج دراسة العلاقات المتبادلة Study of Mutual Relations: الذي يهتم بدراسة العلاقة بين الحقائق التي تم الوصول إليها، بهدف التعرف على الأسباب التي أدت لحدوث الظاهرة، والوصول إلى استنتاجات وخلصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الإيجابي.⁽²³⁾ ويستفيد الباحث من هذا المنهج في دراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة وبعضها البعض من أجل تفسير النتائج التي تم التواصل إليها.

3. مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

4. عينة الدراسة:

نظرًا لصعوبة إجراء الباحث الدراسة على جميع صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، فقد قام الباحث بإجراء الدراسة على صفحات الأزهر الشريف⁽²⁴⁾ والفايكان⁽²⁵⁾ واللجنة العليا للأخوة الإنسانية⁽²⁶⁾ على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك؛ ويرجع اختيار هذه الصفحات إلى كون الأزهر الشريف، والفايكان هما الشريكان الرئيسان في إنتاج وثيقة الأخوة الإنسانية والتي وقع عليها فضيلة الإمام الأكبر شيخ الأزهر، وقداسة البابا فرنسيس، بابا الكنيسة الكاثوليكية، بالإضافة إلى الصفحة الرسمية للجنة العليا للأخوة الإنسانية التي تشكلت بهدف العمل على تحقيق الغايات السامية لوثيقة الأخوة الإنسانية، كما يرجع اختيار الباحث لصفحات فيس بوك فقط، نتيجة لما أجراه الباحث من دراسة استطلاعية أوضحت تشابه المحتوى على المنصات المختلفة لكل مؤسسة من المؤسسات عينة الدراسة مع مراعاة طبيعة المنصة واختلاف جمهورها، وعليه فإن إعادة الدراسة على باقي المنصات قد تفضي إلى نفس النتيجة؛ كون الدراسة تحليلية.

المجال الزمني للعينة: قام الباحث بتحليل جميع الإنفوجراف المعنية بالتعريف بوثققة الأخوة الإنساني منذ الإعلان عن إطلاق الوثيقة في 4 فبراير 2019 وحتى نهاية ديسمبر 2020 والذي يأتي بعد أيام قليلة من قرار الأمم المتحدة بالإجماع اعتماد الرابع من فبراير من كل عام يومًا دوليًا للأخوة الإنسانية، وذلك باستخدام أسلوب المسح الشامل على صفحات الدراسة، وقد بلغ عدد أشكال الإنفوجراف خلال فترة الدراسة 403، وذلك بواقع 143 لصفحة الأزهر، و 39 لصفحة الفايكان، و 221 لصفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية.

5. أساليب التحليل:

اعتمدت هذه الدراسة على عدد من أساليب التحليل، والتي رأى الباحث توافقها مع مشكلة وأهداف الدراسة، وتسهم في الإجابة على تساؤلاتها، واختبار مدى صحة فروضها من أجل الوصول إلى نتائج تعكس توظيف الإنفوجراف في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال دراسة تحليلية على عينة من صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثلت هذه الأساليب فيما يأتي:

(أ). **تحليل المضمون Content analysis**: استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون والذي يعرف بأنه "تحليل كمي منظم للمحتوى الإعلامي يساعد على استخلاص النتائج والاستنتاجات العامة التي تلخص المحتوى بدلاً من التركيز على كل وحدة على حدة".⁽²⁷⁾ ويعرف أيضاً على أنه "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل.⁽²⁸⁾ ويرتبط تحليل المضمون ارتباطاً مباشراً بالمشكلة البحثية والفروض والتساؤلات الخاصة بالدراسة كما أنه لا يقتصر على الجوانب الموضوعية فقط، بل يشمل الجوانب الشكلية أيضاً.

(ب) **الأسلوب المقارن Comparative Method**: وذلك للمقارنة بين أنماط توظيف الإنفوجراف في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة.

6. أداة الدراسة:

تمثلت أداة الدراسة في صحيفة تحليل المضمون، والتي تم إعدادها بشكل منهجي كي تستخدم في التعرف على توظيف الإنفوجراف في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هذا وقد مرت عملية إعداد استمارة تحليل المضمون بعدد من الخطوات، نستعرضها فيما يأتي:

الخطوات الإجرائية لإعداد استمارة تحليل المضمون:

لتصميم استمارة تحليل المضمون قام الباحث بالخطوات التالية:
التحليل المبدئي Preliminary Analysis: وذلك بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وثيقة الصلة بموضوع الدراسة، حيث قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة من الإنفوجراف المعني بالتعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بهدف تحديد الفئات الرئيسة والفرعية:

تحديد وحدات التحليل:

استخدم الباحث وحدتين للتحليل، هما:
أ. وحدة المفردة: وهي الوحدة الطبيعية لمادة الاتصال، ويقصد بها في هذه الدراسة
الإنفوجراف.

ب. وحدة العد والقياس: تم استخدام الوحدة الطبيعية لمادة الاتصال كوحدة للعد والقياس
بحيث اعتبر الإنفوجراف وحدة للعد في تساؤلات الاستمارة، بحيث إذا تم تكرار الفئة
داخل الإنفوجراف الواحدة فإنها تشكل تكرارًا نسبيًا واحدًا.

تحديد فئات التحليل:

(أ) 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:
صفحات مواقع التواصل الاجتماعي: وتشمل صفحات (الأزهر، الفاتيكان، اللجنة العليا
للأخوة الإنسانية).

.النطاق الجغرافي، ويشمل: (محلي، إقليمي، دولي).

.الموضوعات: وتشمل على فئات: (مبادئ الوثيقة، اللجنة العليا، مبادرات، لقاءات، ..).

.أهداف الإنفوجراف، وتشمل: (الإخبار، التوعية، التوجيه، الدعوة للمشاركة، ..).

.أنواع الإنفوجراف، وتشمل (ثابت، متحرك، تفاعلي).

.مكونات الإنفوجراف، وتشمل (نصوص، أرقام، إحصائيات، صور، رسوم، رسوم بيانية،
رموز، ..).

.حجم المعلومات: وتشمل (كبير، متوسط، صغير).

.اللغة المستخدمة: (عربي، إنجليزي، الاثنان معًا)

.مدى التفاعل، وتشمل على: (يوجد، لا يوجد).

.أنماط التفاعل، وتشمل: (التعليق، المشاركة، دعوة صديق، ..)

.مستوى التفاعل، وتشمل: (مرتفع، متوسط، منخفض)

(ب): فئات الشكل (كيف قيل):

وتشتمل على مجموعة من الفئات الرئيسية التي تتفرع منها فئات فرعية، حيث تم تقسيم
فئات الشكل إلى الفئات التالية:

شكل البناء الفني للإنفوجراف: وتشتمل على فئات: (رأسي، أفقي)

مدى وجود محتوى مصاحب للإنفوجراف: وتشمل (إنفوجراف فقط، إنفوجراف مصاحب لمحتوى).

استخدام الألوان في تصميم الإنفوجراف، وتشمل (لونان، من 3: 4 ألوان، أكثر من 4 ألوان)

أنواع الخلفيات، وتشمل: (ملونة، غير ملونة)

7. إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: إجراءات الصدق:

قام الباحث بعرض استمارة التحليل على مجموعة من المحكمين للحكم على مدى صلاحيتها وملائمتها للدراسة.⁽²⁹⁾ بناءً على آراء السادة المحكمين في الاستمارة، قام الباحث بتعديل بعض فئات الاستمارة، وإضافة بعض الفئات الخاصة بتحليل العناصر المرئية المصورة المتعلقة بالإنفوجراف، وقد قام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة على الاستمارة.

ثانياً: إجراءات الثبات:

قام الباحث باستخدام أسلوب إعادة الاختبار Test & Retest والذي يتفق خبراء تحليل المضمون على أنه أنسب طريقة لقياس ثبات التحليل في الدراسة التحليلية، حيث أجرى الباحث اختبار الثبات مع اثنين غيره من الباحثين⁽³⁰⁾ لمعرفة مدى ثبات معامل التحليل بينهم على المستوى الكلي للمقياس، وتم إجراء الثبات على عدد 40 من الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية في الصفحات عينة الدراسة بما يقارب 10% من حجم العينة، وحتى يكون العدد يمثل رقمًا صحيحًا، وقد بلغت نسبة الثبات 89% وهي نسبة جيدة تدل على ثبات الأداة، وتؤكد وضوح الاستمارة وصلاحيتها لجمع البيانات المطلوبة.

الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة التحليلية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS Statistical Package for the Social Science".

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

1. الجداول البسيطة Simple Tabulation.

2. الجداول المركبة التي تربط بين المتغيرات المختلفة للدراسة Cross Tabulation.

3. اختبار كا2 Chi Square Test : لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

4. معامل التوافق Contingency Coefficient : لتحديد قوة العلاقة في حال ثبوتها باختبار كا2، ولا يستخدم مع غيره من المعاملات.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ 0.05 لوصف العلاقات ذات دلالة إحصائية من عدمه.

الإطار المعرفي للدراسة:

.صحافة الإنفوجراف Infographic Journalism:

الإنفوجراف هو مصطلح مركب من مقطعين وهما Info وتعني المعلومات، و Graphic وتعني الرسومات، وعليه فإن الإنفوجراف عبارة عن تمثيلات مرئية بيانية للمعلومات أو البيانات أو المعرفة، تهدف إلى تقديم المعلومات بسرعة وبشكل واضح.⁽³¹⁾ ويشير Visual.ly إلى أن الإنفوجراف يتضمن تصور البيانات علامات وصور وخرائط ورسومات ومخططات، ويقدم بيانات معقدة.⁽³²⁾ ووفقًا لقاموس the Oxford English Dictionary فإن الإنفوجراف يعني التمثيل المرئي للمعلومات والبيانات.⁽³³⁾ والإنفوجراف هو فن تحويل البيانات والمعلومات إلى صور ورسوم يسهل فهمها بوضوح، وهناك العديد من المسميات لهذا الفن ومنها إنفوجرافيكس Infographics أو البيانات التصويرية Data Visualization ويطلق عليها التصاميم المعلوماتية Information Design، وعلى الرغم من أن استخدام التصورات والرسوم البيانية موجود منذ القدم وتعبّر عنه الرسوم والتصورات الموجودة على جدران المعابد التاريخية، وتدرج الإنسانية في استخدام هذه التصورات على مر العصور، وتوظيفها من قبل وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والمجلات والقنوات الرقمية، إلا أن ظهور شبكة الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي أسهم في انتشارها ومشاركتها والتفاعل معها على نطاق واسع.⁽³⁴⁾ ويتكون الإنفوجراف من ثلاثة أجزاء رئيسية، هي:

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

(2) عناصر المحتوى Content elements، 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، ولا تنسى، وتنقل بسهولة. (35)

وتشمل أنواع الإنفوجرافيك Types of Infographics: (36)

- 1 . الإنفوجراف الثابت Static Infographics: وهو عبارة عن رسم تصويري يشرح شيئاً معيناً بشكل ثابت دون الحاجة إلى أي تفاعل مع القارئ، وعلى ذلك فهو لا يتضمن أي نوع من الحركة سواء أكانت لوسيلة إعلامية مطبوعة أو كانت للنشر على الويب.
 - 2 . الإنفوجراف المتحرك Animated Infographics: وهو عبارة عن رسم متحرك، وقد يكون تصويراً متحركاً يتفاعل معه القارئ، وهو النمط الذي أصبحت المواقع والصفحات تعتمد عليه لتشرح بعض الموضوعات المهمة، وبعضها يعتمد على تقنيات الويب المختلفة CSS 3 أو HTML5 أو يكون في شكل فيديو يستخدم رسومات إنفوجرافيك لتمثيل المعلومات.
 - 3 . الإنفوجراف التفاعلي Interactive Infographics: في هذا النوع يتحكم المستخدم في المعلومات التي يريد أن يعرضها ويقراها عن طريق أزرار بالضغط أو اللمس مصممة بشكل تفاعلي جذاب.
- وظائف الإنفوجراف functions of infographics:

في الماضي، كان البعض يعدون أن الإنفوجراف يستخدم لتقديم وظيفة جمالية decorative function للمحتوى الصحفي، ولكن حالياً أصبح الإنفوجراف يؤدي العديد من الوظائف المهمة في المجال الصحفي، أبرزها: (37)

- 1 . إثراء القصة الصحفية Enrich News Story.
- 2 . مساعدة القراء على فهم القصة الصحفية Readers Understand News Help Story
- 3 . عرض تاريخ الخبر / القصة الصحفية Show News History.
- 4 . تلخيص الخبر/ القصة الصحفية Summarize News Story.
- 5 . يساعد القراء الذين ليس لديهم وقت لقراءة كامل المحتوى Readers Who Did not have Sufficient Time to Read Whole News Text
- 6 . تناسب طبيعة القراء في العصر الإلكتروني Millennial Readers or Z generation والذين يفضلون المحتوى المرئي.

وفيما يتعلق بالاعتماد على الإنفوجراف في نشر المحتوى بشكل عام والإعلامي بشكل خاص، فإن هناك بعض الفوائد التي من الممكن أن تتحقق جراء هذا الاستخدام، أبرزها: (38)

1- الإنفوجراف ملفت للنظر أكثر من النصوص والصور العادية، فهو يجمع بين الصور والألوان والمحتوى الذي يجذب العين بشكل طبيعي نحوها.

2- يحفز الآخرين على مشاهدة تفاصيله والانتباه إلى الفكرة المعروضة داخل الإنفوجراف لفترة طويلة من الوقت.

3- سهولة المشاركة على مواقع التواصل، ومواقع الويب لما يتضمنه بعض الإنفوجراف من رمز يسمح للآخرين بمسحه من خلال الهواتف، حتى يتم مشاركته بسهولة على الشبكات الاجتماعية.

4- يوفر المساحة لأن صورة واحدة من الإنفوجراف تساوي ألف كلمة، وعليه ستمكن من اختصار ما تريد عرضه في لوحة رسومية واحدة.

5- وسيلة رائعة وجذابة تساعد في إنشاء اتصال فريد من نوعه بينك وبين جمهورك، لأن معظم الشركات تضيف الشعار والمعلومات الخاصة بها ضمن الإنفوجراف.

6- وسيلة فعالة لتحسين الموقع لمحركات البحث، لأنك عندما تصمم إنفوجراف احترافي فستجد العديد من الإشارات من أصحاب المواقع الأخرى إلى تدوينتك التي تحوي إنفوجراف ثري.

. أما فيما يتعلق بخصائص الإنفوجراف المستخدم في المجال الصحفي، فيمكن تحديدها في الآتي: (39)

- أن يكون له معنى كامل Complete ومستقل Independent.
- يوفر قدرًا معقولاً من المعلومات الحالية Present-Day Information.
- أن يحتوي على معلومات كافية Enough Information لفهم 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 استكمال المعلومات.

- احترام مبادئ جمالية معينة.

- أن يكون واضحًا ودقيقًا.

وذلك حتى لا يفقد الإنفوجراف المستخدم ارتباطه بالمجال الصحفي .
2. وثيقة الأخوة الإنسانية Document of Human Fraternity

في الرابع من فبراير 2019 استضافت دولة الإمارات العربية المتحدة لقاء الأخوة الإنسانية، والذي جمع فضيلة الإمام الأكبر أ.د/ أحمد الطيب، شيخ الأزهر، وقداسة البابا فرنسيس، بابا الكنيسة الكاثوليكية والذي أسفر عن توقيعهما وثيقة الأخوة الإنسانية من أجل السلام العالمي والعيش المشترك، وقد نصت الوثيقة على مجموعة من المبادئ الإنسانية، أبرزها: (40)

- أن التعاليم الصحيحة للأديان تدعو إلى التمسك بقيم السلام وإعلاء قيم التعارف المتبادل والأخوة الإنسانية والعيش المشترك.

- أن الحرية حق لكل إنسان: اعتقادًا وفكرًا وتعبيرًا وممارسة، وأن التعددية والاختلاف في الدين واللون والجنس والعرق واللغة حكمة لمشيئة إلهية، قد خلق الله البشر عليها، وجعلها أصلًا ثابتًا تتفرع عنه حقوق حرية الاعتقاد، وحرية الاختلاف، وتجريم إكراه الناس على دين بعينه أو ثقافة محددة، أو فرض أسلوب حضاري لا يقبله الآخر.

- أن العدل القائم على الرحمة هو السبيل الواجب اتباعه للوصول إلى حياة كريمة، يحق لكل إنسان أن يحيا في كنفها .

- أن الحوار والتفاهم ونشر ثقافة التسامح وقبول الآخر والتعايش بين الناس، من شأنه أن يسهم في احتواء كثير من المشكلات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والبيئية التي تحاصر جزءًا كبيرًا من البشر.

- أن الحوار بين المؤمنين يعني التلاقي في المساحة الهائلة للقيم الروحية والإنسانية والاجتماعية المشتركة، واستثمار ذلك في نشر الأخلاق والفضائل العليا التي تدعو إليها الأديان، وتجنب الجدل العقيم.

- أن حماية دور العبادة، من مساجد وكنائس ومعابد، واجب تكفله كل الأديان والقيم الإنسانية والمواثيق والأعراف الدولية، وكل محاولة للتعرض لدور العبادة، واستهدافها بالاعتداء أو التفجير أو التهديم، هي خروج صريح عن تعاليم الأديان، وانتهاك واضح للقوانين الدولية.

- أن الإرهاب البغيض الذي يهدد أمن الناس، سواء في الشرق أو الغرب، وفي الشمال والجنوب، ويلاحقهم بالفرع والرعب وترقب الأسوأ، ليس نتاجًا للدين - حتى وإن رفع الإرهابيون لافتاته ولبسوا شاراته - بل هو نتيجة لتراكمات المفاهيم الخاطئة لنصوص الأديان وسياسات الجوع والفقر، والظلم، والبطش، والتعالي.

- أن مفهوم المواطنة يقوم على المساواة في الواجبات والحقوق التي ينعم في ظلها الجميع بالعدل لذا يجب العمل على ترسيخ مفهوم المواطنة الكاملة في مجتمعاتنا .
- أن العلاقة بين الشرق والغرب هي ضرورة قصوى لكليهما، لا يمكن الاستعاضة عنها أو تجاهلها، ليغتنى كلاهما من الحضارة الأخرى عبر التبادل وحوار الثقافات .
- أن الاعتراف بحق المرأة في التعليم والعمل وممارسة حقوقها السياسية هو ضرورة ملحة، وكذلك وجوب العمل على تحريرها من الضغوط التاريخية والاجتماعية المنافية لثوابت عقيدتها وكرامتها .
- أن حقوق الأطفال الأساسية في التنشئة الأسرية، والتغذية والتعليم والرعاية، واجب على الأسرة والمجتمع، وينبغي أن توفر وأن يدافع عنها، وألا يحرم منها أي طفل في أي مكان .
- أن حماية حقوق المسنين والضعفاء وذوي الاحتياجات الخاصة والمستضعفين ضرورة دينية ومجتمعية يجب العمل على توفيرها وحمايتها بتشريعات حازمة وبتطبيق المواثيق الدولية الخاصة بهم .

وطالب شيخ الأزهر وبابا الكنيسة الكاثوليكية بأن تصبح هذه الوثيقة موضع بحث وتأمل في جميع المدارس والجامعات والمعاهد التعليمية والتربوية؛ لتساعد على خلق أجيال جديدة تحمل الخير والسلام، وتدافع عن حق المهجرين والمظلومين واليُوساء في كل مكان .
بناءً على ذلك تم تشكيل لجنة دولية مستقلة تضم مجموعة من الخبراء والقادة في مجال حوار الأديان والثقافات، بهدف تحقيق الغايات السامية لوثيقة الأخوة الإنسانية⁽⁴¹⁾، كما تبنت الجمعية العامة للأمم المتحدة في 22 ديسمبر 2020 قرارًا بالإجماع يعتمد الـ4 من فبراير - ذكرى توقيع الوثيقة - يومًا دوليًا للأخوة الإنسانية.⁽⁴²⁾

الإطار النظري المرتبط بالدراسة:

نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory:

ترتكز الفكرة الرئيسة لنظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory على أن وسائل الإعلام تسعى من خلال ما لديها من إمكانيات ومميزات أن تسهم في مساعدة الأفراد على فهم ما يدور حولهم من أحداث، وذلك من خلال تقليل الغموض الذي قد يحيط بهذه الأحداث أو القضايا واختيار الرسائل التي تساعد في تحقيق التفاعل بينها وبين الأفراد.⁽⁴³⁾

كما تشير هذه النظرية إلى أن وسائل الاتصال تمتلك العديد من القدرات والإمكانيات لتوصيل المعلومات والمعارف لمستخدميها، وعليه تساعد في حل المشكلات الخاصة بالغموض، إضافة إلى أنها تمكن مستخدميها من الوصول لحلول للخلافات في الرأي

وتسهيل الفهم بين الناس، وأن وسائل الاتصال الحديثة يمكن أن تكون أكثر ثراء مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية التي يمكن وصفها بأنها منخفضة الثراء.⁽⁴⁴⁾

وعليه فإنه وفقاً لهذه النظرية التي ظهرت على يد Daft, R.L & R. Hlengl في ثمانينات القرن الماضي فإن وسائل الإعلام الحديثة أو ما يسمى بالإعلام الجديد، يمكن أن توفر للجماهير قدرًا أكبر من المعلومات والبيانات مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية التي قد تعجز عن ذلك، وعليه فإن وسائل الإعلام الحديثة عند التعرض لها تستطيع مساعدة الأفراد في التغلب على الغموض والشك الذي قد يحيط ببعض الأحداث والقضايا نظرًا لما توفره من معلومات بالإضافة إلى تنوع المضمون وما تحققه من تفاعل بينها وبين الجمهور، حيث يتوقف ذلك على مجموعة من المعايير تتمثل في سرعة رجع الصدى Immediately Feed back، تعدد الرموز Multiple Cues، تنوع اللغة المستخدمة Varsity of language، الخصوصية Personalization.⁽⁴⁵⁾

ومع تزايد الاعتماد على الإنفوجراف في البيئة الرقمية نظرًا لسهولة تصميمه ونشره مقارنة بالوسائل التقليدية، إضافة إلى كون هذا النمط من التصورات الرسومية يتناسب مع التغيرات التي طرأت على البيئة الاتصالية في عصر النشر الإلكتروني والتي تتطلب أن يتم عرض المحتوى بشكل جذاب ويساعد القارئ على التنقل.⁽⁴⁶⁾ حيث أسهم استخدام الإنفوجراف في المساعدة على فهم المعلومات والظواهر التي تبدو معقدة، كما يجعل المحتوى الإعلامي جذابًا للانتباه وسهل التذكر.⁽⁴⁷⁾ وعليه تقليل الغموض، ودفع المستخدمين للتعرض لهذا المحتوى.

ويستفيد الباحث من هذه النظرية في التعرف على مدى توظيف الإنفوجراف في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية، وذلك بالتطبيق على مواقع التواصل الاجتماعي، على وصف أن الإنفوجراف يمكن يسهم في تقديم المحتوى بشكل جذاب وكذلك أكثر ثراء.

مصطلحات الدراسة:

1. الإنفوجراف Infographics: هو فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق، وهو أسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة للقارئ.

2. وثيقة الأخوة الإنسانية Document on Human Fraternity: بيان مشترك وقعه فضيلة أ.د/ أحمد الطيب، شيخ الأزهر الشريف، والبابا فرانسيس، بابا الكنيسة الكاثوليكية في 4 فبراير 2019 في أبو ظبي عاصمة الإمارات العربية المتحدة، لنشر قيم التسامح والتعايش والسلام والأخوة الإنسانية بين جميع البشر على اختلاف عقائدهم

وأجناسهم وألوانهم، وذلك بحضور أكثر من 400 من قيادات وممثلي الأديان وشخصيات ثقافية وفكرية من مختلف دول العالم.

3. تفاعل القراء Readers Interactive: ويشير إلى مستوى تفاعل القراء مع الإنفوجراف المتعلق بالتعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية على صفحات الدراسة.

نتائج الدراسة:

1. الاعتماد على الإنفوجراف في صفحات الدراسة:

جدول (1)

يوضح عدد الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الصفحات	ك	%
الأزهر	143	35.5
الفاتيكان	39	9.7
اللجنة العليا للأخوة الإنسانية	221	54.8
الإجمالي	403	100

- تشير بيانات الجدول (1) إلى ما يأتي:

- جاءت صفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية في المرتبة الأولى من حيث عدد الإنفوجراف المستخدم في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية وذلك بنسبة 54.8%، يليها صفحة الأزهر الشريف بنسبة 35.5%، وأخيراً صفحة الفاتيكان بنسبة 9.7%.
- ولعلّ مجيء صفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية في المرتبة الأولى ونسبة تقترب من الـ 55%؛ يرجع إلى كون هذه اللجنة تعد الجهة الرسمية المعنية بتحقيق الغايات السامية لوثيقة الأخوة الإنسانية؛ لذلك فهي معنية بالأساس بالتعريف بهذه الوثيقة، وما اشتملت عليه من مبادئ، بل وتحويلها إلى واقع عملي، وذلك كما يشير قرار إنشائها⁽⁴⁸⁾، فيما يشير مجيء صفحة الأزهر في المرتبة الثانية ونسبة تزيد عن الـ 35% إلى الاهتمام الكبير الذي يوليه الأزهر الشريف لهذه الوثيقة التي يعدها الأهم في التاريخ الإنساني الحديث، في حين يشير مجيء صفحة الفاتيكان في المرتبة الثالثة بنسبة 9.7% إلى أن توظيف هذه الصفحة للإنفوجراف في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية لا يزال في حاجة إلى مزيد من الجهد ليرتقي إلى أهمية هذه الوثيقة التاريخية، وكذلك ضرورة توظيف الإنفوجراف في التعريف بها.



شكل (1) إنفوجراف منشور على صفحة الأزهر يوضح أهم مبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية (49)

جدول (2)

يوضح آلية تناول الإنفوجراف لمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	آلية التناول
58.3	235	86.9	192	12.8	5	26.6	38	بشكل مباشر
41.7	168	13.1	29	87.2	34	73.4	105	بشكل غير مباشر
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

كا = 82.252 د.ح = 2 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.342

تشير بيانات الجدول (2) إلى ما يأتي:

- جاءت آلية التناول المباشر لمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية في المرتبة الأولى من بين آليات تناول الإنفوجراف في صفحات الدراسة لمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية وذلك بنسبة 58.3%، يليه التناول غير المباشر بنسبة 41.7%، وقد بدا واضحًا تقدم صفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية من حيث التناول المباشر لمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية من خلال الإنفوجراف وذلك بنسبة 86.9%، فيما احتلت صفحة الفاتيكان المرتبة الأولى من حيث التناول غير المباشر لمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية من خلال الإنفوجراف وذلك بنسبة 87.2%.
- ولعلّ مجيء التناول المباشر لمبادئ الوثيقة في المرتبة الأولى يعد أمرًا طبيعيًا؛ نتيجة لتبني صفحات الدراسة لهذه الوثيقة بوصفها المشروع الإنساني لأهم رمزين دينيين في العالم، وهما فضيلة الإمام الأكبر شيخ الأزهر الشريف، وقداسة بابا الكنيسة الكاثوليكية، فيما يرجع ارتفاع نسبة التناول غير المباشر للوثيقة بنسبة تزيد عن 41% إلى كون المبادئ التي اشتملت عليها الوثيقة تمثل قناعات راسخة وأهدافًا مباشرة لكلتا المؤسساتين الدينيتين اللتين تخضع صفحاتهما للدراسة، وعليه ظهرت هذه المبادئ على صفحاتهما سواء بشكل مباشر من خلال التركيز على قيم الأخوة الإنسانية كمبادئ اشتملت عليها الوثيقة أو كمبادئ وقيم راسخة تركز عليها جهود الأزهر الشريف، والكنيسة الكاثوليكية في خطابهما لأتباعهما في جميع أنحاء العالم.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث آلية تناول الإنفوجراف لمبادئ وثيقة

الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة كا = 82.252، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة متوسطة.

جدول (3)

يوضح النطاق الجغرافي للإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات النطاق الجغرافي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
14.7	59	.	.	28.2	11	33.6	48	محلي
2.2	9	.	.	12.8	5	2.8	4	إقليمي
83.1	335	100	221	59	23	63.6	91	دولي
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

كا = 67.330 دح = 4 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.310

- تشير بيانات الجدول (3) إلى ما يأتي:

- جاء النطاق الدولي في المرتبة الأولى من حيث النطاق الجغرافي للإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية وذلك بنسبة 83.1%، ثم النطاق المحلي بنسبة 14.7%، وأخيراً النطاق الإقليمي بنسبة 2.2%.
- ولعلّ مجيء النطاق الدولي في المرتبة الأولى يرجع إلى عالمية الوثيقة ومبادئها، بالإضافة إلى المكانة العالمية التي يحظى بها فضيلة الإمام الأكبر شيخ الأزهر الشريف، وقداسة بابا الكنيسة الكاثوليكية، بوصفهما الرمزين الدينين البارزين في العالم، إضافة إلى عالمية الرسالة التي يقوم عليها كل من الأزهر الشريف، والكنيسة الكاثوليكية، كما أن المستهدف من الوثيقة الإنسان كل الإنسان مهما اختلف معتقده أو عرقه أو لونه.
- من الواضح اقتصار صفحات اللجنة على النطاق الدولي حيث إنها معنية بالأساس بالتعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية ونشر مبادئها على المستوى الدولي، فيما اشتملت صفحات الأزهر، والفاتيكان على بعض الإنفوجراف المتعلق بالشأن المحلي أو الإقليمي على وصف انتماء كل من هاتين المؤسستين لمجتمع محلي، إضافة إلى مواقفهما وأدوارهما الإقليمية، إلى جانب رسالتهما العالمية.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث النطاق الجغرافي الذي ركز عليه

الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة كا = 67.330، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة ضعيفة.
2. موضوعات وأهداف الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية:

جدول (4)

يوضح الموضوعات التي ركز عليها الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الموضوعات
5	20	2.7	6	5.1	2	8.4	12	توقيع الوثيقة
45.9	185	41.6	92	64.1	25	47.5	68	مبادئ الوثيقة
13.9	56	14.9	33	.	.	16.1	23	لجنة الأخوة
6.8	27	7.2	16	5.1	2	6.3	9	اجتماعات
12.9	52	15.4	34	10.2	4	9.8	14	مبادرات
7.9	32	8.6	19	5.1	2	7.7	11	لقاءات
6.9	28	9.6	21	7.7	3	2.8	4	مناسبات
0.7	3	.	.	2.7	1	1.4	2	أخرى
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

كا = 79.420 دح=14 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.132

- تشير بيانات الجدول (4) إلى ما يأتي:

- جاءت مبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية في المرتبة الأولى من حيث الموضوعات التي ركز عليها الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية وذلك بنسبة 45.9٪، يليها اللجنة العليا للأخوة الإنسانية وجهودها في التعريف بمبادئ الوثيقة وذلك بنسبة 13.9٪، فالمبادرات بنسبة 12.9٪، ثم اللقاءات بنسبة 7.9٪، فالمناسبات بنسبة 6.9٪، يليها الاجتماعات بنسبة 6.8٪، فتوقيع الوثيقة بنسبة 5٪، وأخيراً فئة أخرى بنسبة 0,7٪.
- ولعلّ مجيء مبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية في المرتبة الأولى من حيث الموضوعات التي ركز عليها الإنفوجراف يرجع إلى التركيز على نشر هذه المبادئ والتعريف بما اشتملت عليه من قيم إنسانية سامية، كذلك فإن جميع ما جاء بعدها من موضوعات متعلقة باللجنة العليا للأخوة الإنسانية وما تم إطلاقه من مبادرات وعقده من

اجتماعات ومشاركة هذه الصفحات في المناسبات الإنسانية المختلفة كان انطلاقاً من السعي الحثيث للتعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية وما اشتملت عليه من قيم. يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث الموضوعات التي ركز عليها الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة $Z = 79.420$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001 ، وهي علاقة ضعيفة.



شكل (2) إنفوجراف منشور على صفحة الفاتيكان - دعوة للمشاركة في مبادرة صلاة من أجل الإنسانية⁽⁵⁰⁾

جدول (5)

يوضح أهداف الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات الهدف
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
16.4	66	21.3	47	7.7	3	11.2	16	الإخبار
30	121	31.2	69	35.9	14	26.6	38	التوعية
22.1	89	18.6	41	5.1	2	32.2	46	التوجيه
19.9	80	19	42	43.6	17	14.7	21	الدعوة للمشاركة
7.9	32	7.7	17	5.1	2	9.1	13	التفسير والتحليل
3.7	15	2.2	5	2.6	1	6.2	9	أخرى
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

كا = 2 = 93.570 دح = 10 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.233

- تشير بيانات الجدول (5) إلى ما يأتي:

- جاءت التوعية بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية في المرتبة الأولى من حيث الأهداف التي ارتكز عليها الإنفوجراف المتعلق بالوثيقة في صفحات الدراسة وذلك بنسبة 30%، يليه التوجيه بنسبة 22.1%، ثم الدعوة للمشاركة بنسبة 19.9%، فالإخبار بنسبة 16.3%، يليه التفسير والتحليل بنسبة 7.9%، وأخيراً فئة أخرى بنسبة 3.7%.
- ولعلّ مجيء التوعية والتوجيه في المرتبتين الأولى والثانية؛ يرجع إلى الهدف الذي جاءت من أجله وثيقة الأخوة الإنسانية والمتمثل في توعية الناس وتوجيههم بأهمية ما ورد في الوثيقة من مبادئ إنسانية سامية تهدف إلى نشر قيم التعايش والسلام والتسامح والاندماج الإيجابي وقبول الآخر، كما أن مجيء الدعوة للمشاركة في المرتبة الثالثة يرجع إلى تبني المؤسسات المعنية بالوثيقة إطلاق مبادرات متنوعة لتحفيز الناس على التطبيق العملي لما ورد فيها من مبادئ وتحويلها إلى واقع إنساني معاش، وهي المهمة التي أنشأت من أجلها اللجنة العليا للأخوة الإنسانية.
- من الواضح أيضاً مجيء الإخبار في مرتبة متقدمة نسبياً، وذلك ربما يرجع إلى مساعي إبراز الجهود الرامية إلى نشر مبادئ الوثيقة، والتعريف بها من لقاءات ومناسبات ومبادرات وغيرها، فيما يشير مجيء التحليل والتفسير في مرتبة متأخرة

- إلى طبيعة الإنفوجراف والذي يعتمد على إبراز المعلومات المهمة بعيداً عن الشرح والتفسير والتحليل والذي ربما يتم تضمينه في (الكابشن) المحتوى المصاحب.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث الهدف الذي ركز عليه الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة $K=93.570$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001 ، وهي علاقة ضعيفة.
3. أنواع ومكونات الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية:

جدول (6)

يوضح نوع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

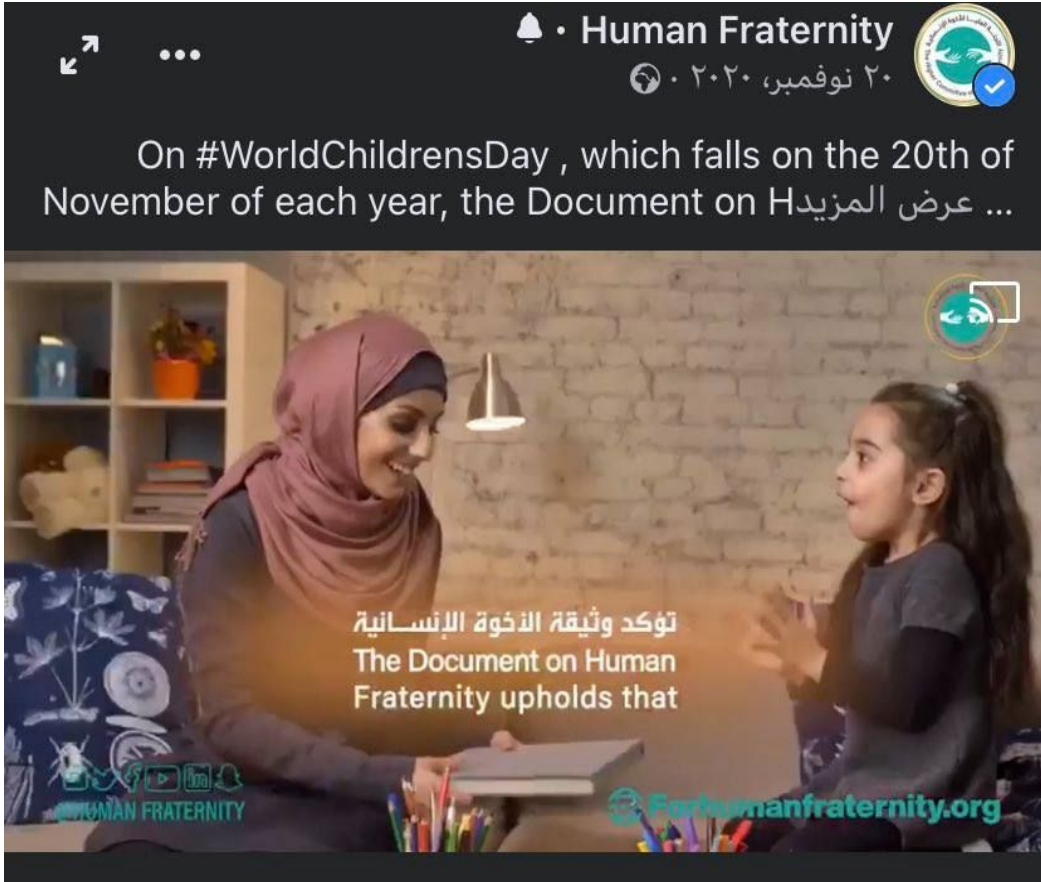
الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات النوع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
75.4	304	57.9	128	94.9	37	83.9	139	ثابت
21.6	87	36.7	81	5.1	2	2.8	4	متحرك
3	12	5.4	12	تفاعلي
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

ك = 2 = 103.264 د. ج = 4 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.394

. تشير بيانات الجدول (6) إلى ما يأتي:

- جاء الإنفوجراف الثابت على رأس أنواع الإنفوجراف التي اعتمدت عليها صفحات الدراسة في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية وذلك بنسبة 75.4%، يليه الإنفوجراف المتحرك بنسبة 21.6%، وأخيراً الإنفوجراف التفاعلي بنسبة 3%.
- من الواضح تركيز صفحات الدراسة على الإنفوجراف الثابت عن غيره من أنواع الإنفوجراف، وربما ذلك يرجع إلى سهولة إعداد الإنفوجراف الثابت كونه عبارة عن تصميم يشرح بعض المعلومات عن موضوع معين، وذلك بخلاف الإنفوجراف المتحرك الذي يتطلب إبداع واختيار الحركات المعبرة التي تساعد في إخراجها بطريقة شيقة وممتعة، يكون لها كذلك سيناريو كامل للإخراج النهائي حيث جاء بنسبة ضعيفة في صفحات الأزهر، والفاتيكان وسجل نسبة 36.7% في صفحات اللجنة العليا للأخوة الإنسانية.

- اقتصر الإنفوجراف التفاعلي على صفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية وذلك بنسبة 5.4%، وهي نسبة ضعيفة جدًا بالمقارنة بالاعتماد على الإنفوجراف الثابت والمتحرك، وربما يرجع ذلك إلى طبيعة الإنفوجراف التفاعلي والذي يعتمد على استخدام المعلومات والصور والرموز إضافة إلى الصوت والرسوم المتحركة، ويسمح بتحكم المستخدم بالمعلومات التي يريد أن يعرضها ويقراها بشكل تفاعلي.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث نوع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة $t = 103.264$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة متوسطة.
- وتتفق هذه النتيجة - إلى حدٍ ما مع ما توصلت إليه دراسة (Julio Pinto, 2017)⁽⁵¹⁾ والتي أشارت إلى أن كثير من الصحف الإلكترونية لم تستفد بالشكل الأمثل بعد من الإمكانيات التفاعلية للنشر الإلكتروني، وأنها لا تزال تعتمد بشكل أكبر على الإنفوجراف الثابت.
- كما تتفق هذه الدراسة - إلى حدٍ ما مع ما توصلت إليه دراسة (2014)، (Banuinanç Uyan Dur)⁽⁵²⁾ والتي أشارت إلى الدراسة أن الإنفوجراف التفاعلي سيكون أداة تلبي الاحتياجات المهمة في المستقبل من خلال اكتساب الميزات الموجهة نحو التطورات التكنولوجية.
- تتفق أيضًا هذه النتيجة - إلى حدٍ ما مع ما توصلت إليه دراسة (2013)، (Pablo Marco Giardina & Medina)⁽⁵³⁾ والتي أشارت إلى أن الإنفوجراف التفاعلي يمكن أن يسهم بشكل كبير في تطوير آليات عرض المحتوى بشكل عام والصحفي بشكل خاص.



شكل (3) إنفوجراف متحرك (فيديو جراف) منشور على صفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية⁽⁵⁴⁾

جدول (7)

يوضح مكونات الأنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات المكونات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
16.6	67	14.4	32	15.4	6	20.3	29	نصوص
7.2	29	6.3	14	10.3	4	7.7	11	إحصائيات
4.7	19	4.1	9	15.4	6	2.8	4	رسوم
2.7	11	3.2	7	5.1	2	1.4	2	أرقام
1.5	6	1.4	3	7.7	3	.	.	رموز
9.7	39	7.7	17	15.4	6	11,2	16	صور
57.6	232	62.9	139	30.7	12	56.6	81	أكثر من عنصر
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

كا = 2 59.381 د.ج = 12 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.279

- تشير بيانات الجدول (7) إلى ما يأتي:

- جاء أكثر من عنصر في المرتبة الأولى من حيث مكونات الأنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية في الصفحات عينة الدراسة وذلك بنسبة 57.6%، يليه النصوص بنسبة 16.6%، ثم الصور بنسبة 9.7%، فالإحصائيات بنسبة 7.2%، ثم الرسوم بنسبة 4.7%، يليها الأرقام بنسبة 2.7%، فالرموز بنسبة 1.5%.
- ولعلّ مجيء أكثر من عنصر في المرتبة الأولى وبنسبة تفوق الـ 57% يشير بوضوح إلى اهتمام صفحات الدراسة بمكونات الأنفوجراف وعناصره المقروءة والمتمثلة في النصوص والإحصائيات والأرقام، وكذلك العناصر الجرافيكية المتمثلة في الصور والرسوم والرموز، وذلك بهدف جذب القراء والمستخدمين، من خلال الجمع بين العناصر البصرية وعناصر المحتوى.
- كما أن مجيء النصوص في المرتبة الثانية يرجع إلى اعتماد صفحات الدراسة عليها في التعريف بالمبادئ التي ارتكزت عليها وثيقة الأخوة الإنسانية، والتي كانت مصحوبة في كثير من الأحيان بالصور سواء لشخصيات مؤثرة مثل فضيلة الإمام الأكبر شيخ الأزهر أو قداسة البابا فرنسيس، أو أعضاء اللجنة العليا للأخوة الإنسانية، والشخصيات الداعمة والراعية للوثيقة واللجنة، بالإضافة إلى الصور الموضوعية

- التي تغطي الأنشطة والفعاليات والمناسبات المختلفة بدءاً من توقيع الوثيقة وصولاً إلى قرار الأمم المتحدة اعتماد الـ4 فبراير من كل عام يوماً دولياً للأخوة الإنسانية.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث مكونات الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة $K=2=59.381$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة ضعيفة.
4. المعلومات المتعلقة بوثيقة الأخوة الإنسانية في الإنفوجراف:

جدول (8)

يوضح حجم المعلومات بالإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات حجم المعلومات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
12.2	49	14.9	33	7.7	3	9.1	13	كبير
15.1	61	10	22	25.6	10	20.3	29	متوسط
72.7	293	75.1	166	66.7	26	70.6	101	صغير
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

ك = 21,362 د.ح = 4 مستوى المعنوية = 0.219

. تشير بيانات الجدول (8) إلى ما يأتي:

- جاء حجم المعلومات الصغير في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 72.7%، يليه المتوسط بنسبة 15.1%، وأخيراً الكبير بنسبة 12.2%، ولعل هذا يتناسب مع طبيعة الإنفوجراف والهدف من استخدامه والمتمثل في تبسيط وتوضيح المعلومات ومساعدة القارئ على فهمها، ولا يكون ذلك إلا باختصار المحتوى النصي المكتوب في أقل عدد من الكلمات بعيداً عن الإطالة المملة أو الاختصار المخل.
- وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع ما توصلت إليه دراسة (سلوى أبو العلا، 2020) ⁽⁵⁵⁾ والتي أشارت إلى حجم المعلومات الصغير جاء في المرتبة الأولى، يليه حجم المعلومات المتوسط، فيما لم تسجل حجم المعلومات الكبير حضوراً بأي نسبة مع الأخذ في الوصف الاختلاف بين عينة الدراسة الحالية والدراسة المشار إليها، والتي تم تطبيقها على توظيف الإنفوجراف في مواجهة الشائعات بالتطبيق على الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء المصري.

- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث حجم معلومات الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة $K=21.362$ ، وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.219.



شكل (4) إنفوجراف منشور على صفحة الأزهر (حجم معلومات صغير) (56)

جدول (10)

يوضح مصادر معلومات الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات المصادر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
47.7	192	58.9	130	38.5	15	32.9	47	مصادر تابعة للمؤسسة
12.9	52	15.8	35	10.2	4	9.1	13	مصادر دولية
2.5	10	.	.	2.6	1	6.3	9	مصادر محلية
15.6	63	23.5	52	.	.	7.7	11	نصوص الوثيقة
8.7	35	.	.	41	16	13.3	19	نصوص مقدسة
10.9	44	30.7	44	مؤلفات وكتب تراث
1.7	7	1.8	4	7.7	3	.	.	أخرى
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

كا = 71,522 د.ح = 12 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.163

. تشير بيانات الجدول (10) إلى ما يأتي:

- جاءت المصادر التابعة للمؤسسة على رأس مصادر المعلومات التي اشتمل عليها الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية وذلك بنسبة 47.7%، يليها نصوص الوثيقة وذلك بنسبة 15.6%، ثم المصادر الدولية بنسبة 12.9%، فالمؤلفات وكتب التراث بنسبة 10.9%، ثم النصوص المقدسة وذلك بنسبة 8.7%، يليها المصادر المحلية بنسبة 2.5%، وأخيراً فئة أخرى بنسبة 1.7%.
- ولعلّ مجيء المصادر التابعة للمؤسسة في المرتبة الأولى يرجع إلى عراقية المؤسستين الدينيتين اللتين قدمتا الوثيقة للعالم، وعليه فكانت رسائل الإمام الأكبر شيخ الأزهر، وقداسة البابا فرنسيس بابا الفاتيكان حاضرة بقوة في التصميمات التي ركزت على مبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية.
- كما أن مجيء نصوص الوثيقة في المرتبة الثانية يعد أمراً طبيعياً حيث مثلت هذه النصوص المبادئ التي ارتكزت عليها الوثيقة، كذلك فإن مجيء المصادر الدولية في المرتبة الثالثة يرجع إلى عالمية الوثيقة والتفاعل الدولي معها، وفي الوقت الذي ركزت فيه صفحة الفاتيكان على النصوص المقدسة، ركزت صفحة الأزهر على المؤلفات

العلمية وكتب التراث التي استدلّت من خلالها على أهمية الالتزام بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية.

- غابت المصادر المحلية عن صفحات اللجنة العليا للأخوة الإنسانية، وذلك نظرًا لكون اللجنة ليست محسوبة على مجتمع محلي بعينه، ولكنها لجنة دولية مستقلة، وهذا ما عكسه الإنفوجراف المنشور على صفحاتها، فيما برزت المصادر المحلية بشكل ضعيف على صفحات الأزهر الشريف، والفاثيكان كونهما تنتميان لبيئتين محليتين ولهما تأثيرهما وأنشطتهما ودورهما على كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث مصادر المعلومات التي اشتمل عليها الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 71.522$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001 ، وهي علاقة ضعيفة.

5. شكل الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية:

جدول (11)

يوضح شكل الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاثيكان		الأزهر		الصفحات الشكل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
45.2	182	48	106	23.1	9	46.9	67	أشكال هندسية
19.1	77	24.4	54	10.3	4	13.3	19	صور
4.7	19	4.1	9	12.8	5	3.5	5	تسلسل زمني
9.4	38	10	22	5.1	2	9.8	14	الشخصيات
2.5	10	3.6	8	5.1	2	.	.	مقارنات
5.2	21	1.8	4	10.3	4	9.1	13	قوائم
11.4	46	6.3	14	28.2	11	14.7	21	رسوم توضيحية
2.5	10	1.8	4	5.1	2	2.7	4	أخرى
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

كاف = 88.693 د.ح = 16 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.278

- تشير بيانات الجدول (11) إلى ما يأتي:

- جاءت الأشكال الهندسية في المرتبة الأولى من حيث شكل الإنفوجراف الذي اعتمدت عليه صفحات الدراسة في تناولها لوثيقة الأخوة الإنسانية وذلك بنسبة 45.2٪، يليها الصور بنسبة 19.1٪، ثم الرسوم بنسبة 11.4٪، فالشخصيات بنسبة 9.4٪، يليها القوائم بنسبة 5.2٪، ثم التسلسل الزمني بنسبة 4.7٪، فالمقارنات وفئة أخرى بنسبة 2.5٪ لكل منهما.
- ولعلّ مجيء الأشكال الهندسية في المرتبة الأولى يرجع إلى ميل التصميمات التي وردت في صفحات الدراسة إلى الأسلوب التقليدي الذي يعتمد على الأشكال الهندسية وبخاصة المستطيلات والمربعات والدوائر والتي حضرت بقوة في تصميمات الإنفوجراف في صفحات الدراسة، وهو ما يفسر أيضاً مجيء الصور والرسوم في المرتبتين التاليتين.
- ويرجع مجيء الشخصيات أو ما يطلق عليه تصميم "السير الذاتية" في مرتبة متقدمة أيضاً إلى سعي صفحات الدراسة للتعريف ببعض الشخصيات المؤثرة وبخاصة أعضاء اللجنة العليا للأخوة الإنسانية، وهي تلك اللجنة التي تم تشكيلها للعمل على تحقيق الغايات والأهداف السامية للجنة.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث شكل الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 88.693$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة ضعيفة.

جدول (12)

يوضح استخدام الألوان في تصميم الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات النوع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
25.1	101	23.1	51	28.2	11	27.3	39	لونان
60	242	62.9	139	56.4	22	56.6	81	من 3: 4 ألوان
14.9	60	14	31	15.4	6	16.1	23	أكثر من 4 ألوان
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي




كأ = 33.620 دح=4 مستوى المعنوية = 0.133

. تشير بيانات الجدول (12) إلى ما يأتي:

- جاء الاعتماد على من 3: 4 ألوان في الإنفوجراف في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 60%، يليه لونان بنسبة 25.1%، وأخيراً جاء أكثر من 4 ألوان بنسبة 14.9%، وكان واضحاً توزيع الصفحات عينة الدراسة للألوان بما يتناسب مع طبيعة التصميم وبما يتفق مع الهوية البصرية للصفحات وللمؤسسات التي تنتمي إليها، لذلك جاء استخدام الألوان متوازناً بعيداً عن أي مبالغة أو إسراف في استخدام هذه الألوان والذي يعد أحد عيوب التصميم غير الجيد.
- ولعلّ هذا يتوافق مع طبيعة المؤسسات التي تنتمي إليها صفحات الدراسة، والتي هي مؤسسات دينية جادة فيما تقدمه من مضمون، كما يتفق أيضاً مع طبيعة موضوع الدراسة والذي يركز على قضية مهمة للبشرية جمعاء وهي وثيقة الأخوة الإنسانية بما تتضمنه من قيم إنسانية سامية.
- وهو ما يفسر أيضاً ما توصل إليه التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق والذي أشار إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث الألوان التي اعتمد عليها الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة $K=33.620$ ، وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.133 .
- وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (ريهام درويش، 2020)⁽⁵⁷⁾ توزيع عناصر الجذب البصري في الإنفوجرافيك من خلال التركيز على الألوان وذلك خلال رصد وتحليل دلالة توزيع الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية في موقع .Graphic News

4 International Day of Human Fraternity Feb

A historic achievement for humanity...The UN has adopted February 4th, the day of the signing of the Document on Human Fraternity, as the "International Day of Human Fraternity". This is international recognition of the joint efforts of Pope Francis and the Grand Imam in fostering interfaith dialogue. Thanks to His Holiness Pope Francis, the Grand Imam Dr. Ahmed el-Tayeb, and His Highness Sheikh Mohammed bin Zayed Al Nahyan, the patrons of the Document on Human Fraternity, for supporting this historic achievement.

   @HUMAN FRATERNITY

شكل (5) يوضح توظيف صفحة اللجنة من 3: 4 ألوان في تصميم الإنفوجراف والذي جاء متوافقًا أيضًا مع الهوية البصرية للجنة⁽⁵⁸⁾

جدول (13)

بوضوح نوع الخلفيات بالإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النوع
72.7	293	81.9	181	41	16	67.1	96	ملونة
7.7	31	.	.	33.3	13	12.6	18	غير ملونة
19.6	79	18.1	40	25.7	10	20.3	29	تجمع بين الاثنين
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

كا = 2 = 74,224 د.ح=4 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.201

. تشير بيانات الجدول (13) إلى ما يأتي:

- جاءت الخلفيات الملونة على رأس أنواع الخلفيات التي اعتمد عليها الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية في الصفحات عينة الدراسة وذلك بنسبة 72.7%، يليها الخلفيات التي تجمع بين الملونة وغير الملونة بنسبة 19.6%، وأخيراً الخلفيات غير الملونة بنسبة 7.7%.
- ولعلّ الاعتماد على الخلفيات الملونة بشكل أكبر يرجع إلى سعي الصفحات عينة الدراسة إلى توظيف الألوان في جذب انتباه القارئ للاطلاع على المحتوى المتعلق بالوثيقة، وإن كان هذه الألوان تم استخدامها بشكل هادئ ومتوازن بما يسهل من عملية القراءة، وبما يتناسب مع الهوية البصرية لكل صفحة.
- اعتمدت صفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية على الألوان بشكل كامل سواء فيما يتعلق باستخدام الألوان فقط أو الجمع بين الألوان والخلفية البيضاء، فيما ركزت صفحة الفاتيكان بشكل أكبر عن غيرها من الصفحات على الخلفيات غير الملونة خاصة مع النصوص المقدسة.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث نوع خلفيات الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة كا = 74,224، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة ضعيفة.



شكل (6) يوضح توظيف صفحة الأزهر للخلفية الملونة⁽⁵⁹⁾

6. البناء الفني للإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية:

جدول (14)

يوضح البناء الفني للإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات البناء الفني
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
14.1	57	11.3	25	28.2	11	14.7	21	رأسي
85.9	346	88.7	196	71.8	28	85.3	122	أفقي
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

كا = 2 46.821 د.ح = 2 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.173

. تشير بيانات الجدول (14) إلى ما يأتي:

- جاء البناء الفني الأفقي للإنفوجراف في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 85.9%، يليه البناء الفني الرأسي وذلك بنسبة 14.1%، وقد تقاربت في ذلك الصفحات عينة الدراسة، حيث اعتمدت على التسلسل الأفقي في سرد المعلومات كونه الأنسب بالنسبة للقراء والمستخدمين، وإن كانت صفحة الفاتيكان قد اعتمدت في بعض الأحيان على البناء الفني الرأسي، يليها الأزهر، وأخيرًا اللجنة العليا للأخوة الإنسانية.
- ويتناسب البناء الفني الأفقي بشكل أكبر مع حجم المعلومات القليل والذي جاء في مقدمة أحجام المعلومات التي اعتمد عليها الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية في الصفحات عينة الدراسة، وهو ما يؤكد جدول (8).
- وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (سلوى أبو العلا، 2020) (60) والتي أشارت أيضًا إلى أن البناء الأفقي للإنفوجراف جاء متقدمًا على البناء الرأسي مع الأخذ في الوصف أن الدراسة المشار إليها تم إجراؤها على الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء المصري.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث نوع البناء الفني للإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة كا = 2 46.821، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة ضعيفة.



THE POPE VIDEO

Pope's Worldwide Prayer Network



Promotion of World Peace

Let us pray that Christians, followers of other religions, and all people of goodwill may promote peace and justice in the world.

Challenge for humanity and for the mission of the Church – January 2020

3 REFLECTIONS OF POPE FRANCIS IN HIS MESSAGE FOR THE 53RD WORLD DAY OF PEACE 2020:

1

“ The desire for peace lies deep within the human heart, and we should not resign ourselves to seeking anything less than this. ”

2

“ The peace process requires enduring commitment. It is a patient effort to seek truth and justice, to honor the memory of victims and to open the way, step by step, to a shared hope stronger than the desire for vengeance. ”

3

“ The world does not need empty words but convinced witnesses, peacemakers who are open to a dialogue that rejects exclusion or manipulation. ”

The Pope's key ideas for building a world of peace and justice:



Love and support others, our brothers and sisters, motivated by our faith.



Adopt a culture of dialogue as the path of peace.



Cooperate with and understand our neighbor to seek more harmonious coexistence.



Seek a culture of tolerance, and accept others in order to contribute to reducing many economic, social, political, and environmental problems.



Rediscover the values of peace, justice, goodness, and beauty, and disseminate them.



Understand that religions never incite war, hateful attitudes, hostility, extremism or violence.

“ We must all unite to cry out that peace has no borders. Indeed, from within our hearts we must eradicate the borders that divide and confront us; and it is in our hearts that we must seed sentiments of peace and fraternity. ”

POPE FRANCIS

Principal sources: Peace as a journey of hope: dialogue, reconciliation and ecological conversion, Message of His Holiness Pope Francis for the Celebration of the 53rd World Day of Peace (January 2020). | Peace without borders. International Encounter for Peace (September 2019). | Document on Human Fraternity for World Peace and Living Together. Apostolic journey of His Holiness Pope Francis to the United Arab Emirates (February 2019).



شكل (7) يوضح توظيف صفحة الفاتيكان للبناء الفني الرأسي⁽⁶¹⁾

جدول (15)

يوضح اللغة التي اعتمد عليها الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات اللغة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
28.8	116	81.1	116	عربي
11.7	47	.	.	100	39	5.6	8	إنجليزي
59.5	240	100	221	.	.	13.3	19	الاثنان معا
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

كا = 52,396 دح=4 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.453

. تشير بيانات الجدول (15) إلى ما يأتي:

- اعتمد الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية والمنشور على صفحات الدراسة على اللغتين العربية والإنجليزية وذلك بنسبة تقترب من الـ60%، يليها اللغة العربية فقط بنسبة 28.8%، وأخيراً اللغة الإنجليزية فقط بنسبة 11.7%.
- ولعلّ مجيء الجمع بين اللغتين العربية والإنجليزية في الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية في المرتبة الأولى يرجع إلى أهمية اللغة الإنجليزية بوصفها اللغة العالمية الأولى، وهو ما يتفق مع عالمية مبادئ الوثيقة، بالإضافة إلى اللغة العربية التي تتناسب مع طبيعة جمهور صفحات الأزهر، واللجنة العليا للأخوة الإنسانية والتي تتطلق بالأساس من بلدين عربيين وهما: مصر، والإمارات العربية المتحدة على التوالي، في حين اقتصر الإنفوجراف المنشور على صفحة الفاتيكان على اللغة الإنجليزية فقط.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث اللغة التي اعتمدها الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة كا = 52.396، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة متوسطة.

جدول (16)

يوضح مدى وجود محتوى مصاحب للإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مدى وجود محتوى مصاحب
5	20	3.2	7	12.8	5	5.6	8	إنفوجراف فقط
95	383	96.8	214	87.2	34	94.4	135	مصاحب لمحتوى
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

$$0.182 = \text{مستوى المعنوية} \quad \text{دح} = 2 \quad 31.420 = \text{كا}$$

. تشير بيانات الجدول (16) إلى ما يأتي:

- 95% من الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية في الصفحات عينة الدراسة جاء مصاحباً لمحتوى مكتوب تمثل في وصف للإنفوجراف، فيما جاء 5% في شكل إنفوجراف فقط بدون وصف أو محتوى مصاحب.
- ولعلّ مجيء المحتوى المصاحب مع الإنفوجراف جاء لشرح وتفصيل ما تضمنه الإنفوجراف من معلومات في بعض الأحيان أو تكرر لما جاء في الإنفوجراف في أحيان أخرى، وهو ما يشير إلى أن صفحات الدراسة كانت تسعى لتوصيل المعلومات مستخدمة العناصر المكتوبة والمرئية على حد سواء وهو أمر تقاربت فيه صفحات الدراسة.
- ولعلّ هذا ما يفسر عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث مدى وجود محتوى مصاحب للإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة $\text{كا} = 31.420$ ، وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.182.

7. تفاعل القراء مع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية:

جدول (17)

يوضح مستوى تفاعل القراء مع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات مدى التفاعل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
91.6	369	84.6	187	100	39	100	143	يوجد
8.4	34	15.4	34	لا يوجد
100	403	100	221	100	39	100	143	الإجمالي

كا = 55.330 د.ح=2 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.119

. تشير بيانات الجدول (17) إلى ما يأتي:

- سجل 91.6% من الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية تفاعلاً من قبل القراء، فيما لم يسجل 8.4% أي شكل من أشكال التفاعل، وتركز جميع من لم يتفاعلوا في صفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية، وهذا ربما يرجع إلى حداثة هذه الصفحات التي أنشأت بالفعل مع إطلاق الوثيقة، ثم شهدت فترة توقف أعقبها إعادة تشغيل الصفحات مع إطلاق مبادرة صلاة من أجل الإنسانية والتي أطلقتها اللجنة العليا للأخوة الإنسانية في 2 مايو 2019، وذلك مقارنة بصفحات الأزهر، والفاتيكان واللتين تتبعان مؤسستين دينيتين عريقتين، لهما جمهورهما ومتابعو صفحاتهما، بالإضافة إلى كون صفحاتهما قد أطلقت قبل سنوات من الإعلان عن وثيقة الأخوة الإنسانية بخلاف صفحات اللجنة والتي انطلقت فقط قبيل توقيع الوثيقة.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث مدى وجود تفاعل مع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة كا = 55.330، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة ضعيفة.

جدول (18)

يوضح أنماط تفاعل القراء مع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	نمط التفاعل
14.9	55	11.8	22	5.1	2	21.7	31	التعليق
9.8	36	9.1	17	7.7	3	11.2	16	المشاركة
6.8	25	11.2	21	5.1	2	1.4	2	إرسال لصديق
16.8	62	18.7	35	15.4	6	14.7	21	الإعجاب
50.9	188	47.6	89	66.7	26	51	73	أكثر من نمط
0.8	3	1.6	3	أخرى
100	369	100	187	100	39	100	143	الإجمالي

ك = 47.452 د.ح = 10 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.263

. تشير بيانات الجدول (18) إلى ما يأتي:

- جاء أكثر من نمط للتفاعل على رأس أنماط تفاعل القراء مع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية والمنشور على الصفحات عينة الدراسة وذلك بنسبة 50.9%، يليه الإعجاب بنسبة 16.8%، ثم التعليق بنسبة 14.9%، فالمشاركة بنسبة 9.8%، يليها الإرسال لصديق بنسبة 6.8%، وأخيراً فئة أخرى بنسبة 0.8%.
- ولعلّ مجيء أكثر من نمط تفاعل في المرتبة الأولى وبنسبة تفوق الـ 50% يشير بوضوح إلى حجم تفاعل القراء مع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية وأشكال هذا التفاعل التي تنوعت بين المشاركة والتعليق والإرسال لصديق والإعجاب، وهو ما يعد أحد وظائف الإنفوجراف الذي يهدف إلى تسهيل المعلومات على الجمهور ومساعدتهم على فهمها بشكل واضح، وعليه يكون تفاعلهم معها.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث أنماط تفاعل القراء مع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة $K=47.452$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة ضعيفة.

جدول (19)

يوضح مستوى التفاعل مع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية

الإجمالي		الأخوة الإنسانية		الفاتيكان		الأزهر		الصفحات مستوى التفاعل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
41.4	153	19.8	37	84.6	33	58	83	مرتفع
20.9	77	20.9	39	10.3	4	23.8	34	متوسط
37.7	139	59.3	111	5.1	2	18.2	26	منخفض
100	369	100	187	100	39	100	143	الإجمالي

كأ = 54.392 د.ح=4 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق = 0.376

- تشير بيانات الجدول (19) إلى ما يأتي:

- جاء مستوى التفاعل مع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية على الصفحات عينة الدراسة مرتفع بنسبة 41.4%، يليه منخفض بنسبة 37.7%، وأخيراً متوسط بنسبة 20.9%، ولعلّ مجيء التفاعل المرتفع في المرتبة الأولى يشير بوضوح إلى حجم تفاعل القراء مع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، وإن جاء ذلك بنسب مرتفعة على صفحات الأزهر، والفاتيكان، في حين جاء مستوى التفاعل المنخفض في المرتبة الأولى بالنسبة لصفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية، وذلك ربما يرجع إلى حداثة صفحات اللجنة وانخفاض أعداد متابعيها مقارنة بصفحات الأزهر، والفاتيكان.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث أنماط تفاعل القراء مع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، حيث كانت قيمة كأ = 54.392، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة متوسطة.

النتائج العامة للدراسة:

هناك العديد من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، أهمها:

- 1 . جاءت صفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية في المرتبة الأولى من حيث عدد الإنفوجراف المستخدم في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية، يليها صفحة الأزهر الشريف، وأخيرًا صفحة الفاتيكان.
- 2 . تنوعت آلية تناول الإنفوجراف لمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية بشكل مباشر أو غير مباشر، وركز على الموضوعات المتعلقة بمبادئ الوثيقة، جهود اللجنة العليا للأخوة الإنسانية في التعريف بها، وكذلك المبادرات، واللقاءات، والمناسبات، والاجتماعات، ثم توقيع الوثيقة.
- 3 . تركزت أهداف الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية على التوعية، يليها التوجيه، ثم الدعوة للمشاركة، فالإخبار، يليه التفسير والتحليل، وأخيرًا فئة أخرى، وجاء النطاق الدولي للإنفوجراف في المقدمة، يليه النطاق المحلي، وأخيرًا الإقليمي.
- 4 . جاء الإنفوجراف الثابت على رأس أنواع الإنفوجراف التي اعتمدت عليها صفحات الدراسة في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية، يليه الإنفوجراف المتحرك، وأخيرًا الإنفوجراف التفاعلي بنسبة ضئيلة، فيما تنوعت مكونات الإنفوجراف ما بين العناصر المقروءة مثل النصوص والإحصائيات والأرقام، وكذلك العناصر الجرافيكية مثل الصور والرسوم والرموز، وذلك بهدف جذب القراء والمستخدمين.
- 5 . اعتمدت صفحات الدراسة على حجم المعلومات القليل في الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، يليه المتوسط، وأخيرًا الكبير، وجاءت المصادر التابعة للمؤسسة في المرتبة الأولى من حيث مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها الإنفوجراف، يليها نصوص الوثيقة، ثم المصادر الدولية، فالمؤلفات وكتب التراث، ثم النصوص المقدسة، يليها المصادر المحلية، وأخيرًا فئة أخرى.
- 6 . كان واضحًا توظيف الصفحات عينة الدراسة للألوان بما يتناسب مع طبيعة التصميم وبما يتفق مع الهوية البصرية للصفحات وللمؤسسات التي تنتمي إليها، لذلك جاء استخدام الألوان متوازنًا بعيدًا عن أي مبالغة أو إسراف، حيث جاء الاعتماد على من 3: 4 ألوان في المرتبة الأولى، يليه لوان، وأخيرًا أكثر من 4 ألوان، كما اعتمدت صفحات الدراسة بشكل أكبر على الخلفيات الملونة، يليها الخلفيات التي تجمع بين الملونة وغير الملونة، فيما جاءت الخلفيات غير الملونة في المرتبة

الأخيرة، وجاءت الأشكال الهندسية في المرتبة الأولى من حيث شكل الإنفوجراف، يليها الصور، ثم الرسوم، فالشخصيات، والقوائم، ثم التسلسل الزمني، وأخيراً المقارنات.

7 . جاء البناء الفني الأفقي للإنفوجراف في المرتبة الأولى وقد تقاربت في ذلك صفحات الدراسة، حيث اعتمدت على التسلسل الأفقي في سرد المعلومات كونه الأنسب بالنسبة للقراء والمستخدمين، كما يتناسب مع حجم المعلومات القليل والذي جاء في مقدمة أحجام المعلومات التي اعتمد عليها الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية في الصفحات محل الدراسة، فيما جاء البناء الفني الرأسي في المرتبة الثانية وبنسبة ضئيلة في الصفحات عينة الدراسة.

8 . اعتمد الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية والمنشور على صفحات الدراسة على اللغتين العربية والإنجليزية، يليها اللغة العربية فقط، فيما جاءت اللغة الإنجليزية فقط في المرتبة الأخيرة واقتصرت على صفحة الفاتيكان.

9 . جاءت النسبة الأكبر من الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية في الصفحات عينة الدراسة مصاحباً لمحتوى مكتوب تمثل في وصف وشرح وتفصيل ما تضمنه الإنفوجراف من معلومات في بعض الأحيان أو تكرار لما جاء في الإنفوجراف في أحيان أخرى، وهو ما يتناسب مع طبيعة النشر الإلكتروني التي تتسم بالثراء المعلوماتي مقارنة بالوسائل التقليدية الأخرى.

10 . تفاعل القراء مع الإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية بشكل كبير خاصة على صفحات الأزهر، والفاتيكان، فيما جاء التفاعل ضعيفاً إلى حد ما على صفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية، وتنوعت أنماط التفاعل ما بين التعليق والمشاركة، والإعجاب، والإرسال لصديق، وغيرها .

التوصيات:

هناك العديد من التوصيات التي يمكن أن تخرج بها هذه الدراسة، أهمها:

1 . يجب إفراد مساحة أكبر من الإنفوجراف؛ للتركيز على التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية بشكل مباشر.

2 . ضرورة العمل مع الفاتيكان؛ لمنح مساحة أكبر للإنفوجراف المتعلق بوثيقة الأخوة الإنسانية، وذلك نظراً لأهمية الوثيقة التي تعد الكنيسة الكاثوليكية شريكاً فيها، بالإضافة إلى نشر قيم ومبادئ الوثيقة بين رواد صفحة الفاتيكان على مواقع التواصل الاجتماعي.

- 3 - زيادة الاهتمام بإنتاج الإنفوجراف المتحرك والتفاعلي؛ لتقديم محتوى أكثر تفاعلية مع القراء والمستخدمين ومساعدتهم على التعريف بمبادئ الوثيقة.
- 4 - تدريب القائمين على هذه الصفحات والعاملين فيها على إعداد وتصميم الإنفوجراف بشكل أكبر احترافية؛ لإبراز مبادئ الوثيقة بشكل جاذب غير تقليدي.
- 5 - التركيز على إنتاج الإنفوجراف باللغة الإنجليزية وأبرز اللغات العالمية الأخرى؛ لضمان الوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين.
- 6 - إجراء دراسات على الجمهور؛ للوقوف على أكثر أنواع ومكونات وأشكال الإنفوجراف جذبًا لهم والتركيز على توظيفها في التعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية.
- 7 - لا بد من العمل على إطلاق حملات ممولّة على صفحات الدراسة وغيرها من الصفحات للتعريف بوثيقة الأخوة الإنسانية من خلال الإنفوجراف وغيره من الفنون البصرية والتحريرية المختلفة.
- 8 - إنشاء أقسام لإنتاج الإنفوجراف في الهيئات والمؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية؛ لتزويد منصات الإعلام والصحفية بأشكال الإنفوجراف المختلفة لمساعدة الجمهور في الحصول على المعلومات بكل سهولة ويسر.
- 9 - استحداث تخصص لتعليم إنتاج وتصميم الإنفوجراف في كليات وأقسام الإعلام، بوصفه أصبح فئًا مهمًا لكافة الوسائل الإعلامية التقليدية منها والجديدة، وإعداد وتجهيز المقررات وأعضاء هيئة التدريس المتخصصين في ذلك.
- 10 - زيادة الاهتمام بصحافة الإنفوجراف بوصفها أحد أهم أشكال الصحافة البصرية التي تعمل على تبسيط المعلومات المعقدة وعرضها في تصميمات جاذبة.

- (1) Faiz Ushbah Mubarak, Atiqah Nurul Asri. (2020). "Infographics: Media for Improving Students' Writing Abilities". **International Seminar on Language, Education, and Culture, KnE Social Sciences**, pp. 78:87. DOI 10.18502/kss.v4i4.6469.
- (2) ريهام درويش (2020)، "دلالات توظيف الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية: دراسة تحليلية لمنصة Graphic News"، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد 13، ص ص 257: 301.
- (3) سلوى أبو العلاء (2020)، "استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات: المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجًا"، بحث منشور في **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، ص ص 9: 80.
- (4) هاني البطل (2019)، "انقرائية الإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي"، بحث منشور في **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 51، ص ص 129: 160.
- (5) Kim, Narae., Pitluk, Adam. and Leshner, Glenn.(2019). "Cognitive and Affective Processing of Interactive Infographics on the web". **Paper presented at the annual meeting of the AEJMC**, Sheraton Centre Toronto, Toronto, Canada.pp.1:30 Available Online: http://citation.allacademic.com/meta/p1555590_index.html.
- (6) Kim, Narae., Pitluk, Adam., Sun, FuWei. and Thomas, Randi Leigh.(2018). "Effect of Interactive Infographics on Online Newsreaders' Cognitive News Processing" **Paper presented at the annual meeting of the ICA's 68th Annual Conference**, Hilton Prague, Prague, Czech Republic, May 22, pp. 1:12 Available Online http://citation.allacademic.com/meta/p1365671_index.html.
- (7) Azam Majooni, Mona Masood & Amir Akhavan (2017). " An eye-tracking study on the effect of infographic structures on viewer's comprehension and cognitive load". **Information Visualization**. Vol. 17 issue. 3, pp: 257:266.
- (8) 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>.
- (9) Engida H. Gebre & Joseph L. Polman (2016). "Developing young adults' representational competence through infographic-based science news reporting, *International Journal of Science Education*. Vol. 38, No.18, pp.2667-2687, DOI: 10.1080/09500693.2016.1258129.
- (10) Hesham Galal Hassan (2016). " Designing Infographics to support teaching complex science subject: A comparison between static and animated Infographics". MA. Iowa State University.

- (11) Eun-Ju Lee, Ye Weon Kim (2015). "Effects of infographics on news elaboration, acquisition, and evaluation: Prior knowledge and issue involvement as moderators". **New Media & Society**. Vol. 18.issue: 8, pp. 1579:1598.
- (12) Nattanun Siricharoen & Waralak V. Siricharoen (2015). "How Infographic should be evaluated?". **The 7th International Conference on Information Technology (ICIT)**. pp. 558:564. doi:10.15849/icit.2015.0100.
- (13) Murray Dick (2014). "Interactive Infographics and News Values". **Digital Journalism**. Vol 2. Issue 4. pp. 490:506. <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.841368>.
- (14) Banu İnanç Uyan Dur (2014). "Interactive Infographics on the Internet". **Online Journal of Art and Design**. Vol 2, issue 4., pp.1:14.
- (15) Geidner, Nick., Pjesivac, Ivanka. and Cameron, Jaclyn.(2014). "Individual Differences in Recall From News Infographics: The Role of Quantitative Media Literacy and Spatial Reasoning". **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference**, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington,pp 1:27.Available Online: [file:///C:/Users/HP/Downloads/ica14_proceeding_715816%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/ica14_proceeding_715816%20(1).pdf).
- (16) Marvin Milatz (2013). "Moving Graphics: The Effects of Interactive Infographics on Media Users", Recall Accuracy, MA , Graduate School of Communication.
- (17) Marco Giardina & Pablo Medina (2013). "Information Graphics Design Challenges and Workflow Management", **Online Journal of Communication and Media Technologies**. Vol 3. Issue 1.pp.108:124.
- (18) Julio Costa Pinto. Op .Cit. p.428.
- (19) Hossein Nassaji. (2015). "Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis", **Language Teaching Research**, Vol. 19. No.2. p.129.
- (20) سمير محمد حسين (1996)، "بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ"، ط 3، القاهرة: عالم الكتب، ص 79.
- (21) Isaac, S., & Michael, W. B. (1997). "**Handbook in research and evaluation: A collection of principles, methods, and strategies useful in the planning, design, and evaluation of studies in education and the behavioral sciences**". (3rd Ed.). San Diego: Educational and Industrial Testing Services.p.136.
- (22) Priscilla A. Glasow (2004). "**Fundamentals of Survey Research Methodology**". Mitre Product, Washington C3 Center McLean, Virginia, p 3.
- (23) سمير محمد حسين (1995)، "بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ"، ط 2، القاهرة: عالم الكتب، ص 160.
- (24) <https://www.facebook.com/OfficialAzharEg>
- (25) <https://www.facebook.com/vaticannews>
- (26) <https://www.facebook.com/humanfraternity>

(27) Kimberley A. Neuendorf (2002). "The content analysis guidebook". UK: Sage Publications. p. 15

(28) سمير محمد حسين (1983). "تحليل المضمون"، ط1، القاهرة: عالم الكتب، ص19.

(29) تم عرض الاستمارة على المحكمين الآتية أسماؤهم، مرتبة وفقاً لدرجاتهم العلمية:

1 - أ. د / جمال عبد الحي النجار، أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر، عميد كلية الإعلام بجامعة النهضة سابقاً.

2 - أ. د / حسن نيازي الصيفي، أستاذ الإعلام بجامعة الأزهر، والملك فيصل.

3 - أ. د / أحمد أحمد زارع، أستاذ الصحافة المساعد ووكيل كلية الإعلام، جامعة الأزهر سابقاً.

4 - المستشار محمد عبد السلام، الأمين العام للجنة العليا للأخوة الإنسانية.

(30) قام بإجراء اختبار الثبات مع الباحثين:

د/ إيمان محمود محمد، مدرس بقسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات بالقاهرة.

د/ أحمد كمال عبد الحافظ، مدرس بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان.

(31) Mark Smiciklas (2012). "The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences". Que Publishing, USA. ISBN 9780789749499.p.3.

(32) Nattanun Siricharoen & Waralak V. Siricharoen. Op.Cit.p.558.

(33) the Oxford English Dictionary,(2020)." Meaning of infographic in English". Available Online:

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/infographic?q=Infographic>.

(34) Mark Smiciklas. Op. Cit. p.6.

(35) Blueprint. (2013). "Tools for Creating High-Quality Infographics Your Own", Available Online:http://www.slideshare.net/blurbpoint/tools-for-creating-high-quality-info-graphics-your-own?next_slideshow=1.

(36) Hesham Galal Hassan. Op.Cit.p.3.

(37) Sri Syamsiyah Lestari Sjafie, Sri Hastjarjo, Widodo Muktiyo & Pawito. (2018). "Graphic Visualization in Printed Media: How Does the Use of Technology Influence Journalism Culture". **Journal Komunikasi Malaysian Journal of Communication Jilid**. Vol.34. No.4. p.376.

(38) James Brockbank. (2018). "Benefits of Using Infographics in Your Content Strategy". **SEG Search Engineering Journal**. Available Online: <https://www.searchenginejournal.com/infographic-benefits/267781/>.

(39) Julio Costa Pinto. Op.Cit. p. 430.

(40) The United Arab Emirates' Government portal. (2020). "The UAE's support to human fraternity". Available online: <https://u.ae/en/about-the-uae/culture/tolerance/uae-support-for-human-fraternity>.

(41) The Higher Committee of Human Fraternity homepage, forhumanfraternity.org.

(42) Vatican News. (2020)."UN declares 4 February 'International Day of Human Fraternity". Available Online:

<https://www.vaticannews.va/en/world/news/2020-12/united-nations-institutes-international-day-human-fraternity.html>.

(43) Daft, R.L and R. Hlengl ,(1986). "Media Richness and Structural Determinants Science", **Organizational Information Requirements**, Vol. 32.p 556.

(44) Daft, R.L and R. Hlengl ,(1988). "The selection of Communication Media as an executive Skill", **Management Executive**, Vol,2, p228.

(45) Daft, R.L and R. Hlengl ,(1986).Op. Cit.p 558.

(46) David McCandless. (2009). "**Information is Beautiful**". London: Collins, p.6.

(47) Banu İnanç Uyan Dur. Op. Cit.p4.

(48) <https://www.forhumanfraternity.org/higher-commitee>.

(49)<https://www.facebook.com/OfficialAzharEg/photos/a.981948061819287/2527630823917662>.

(50) <https://www.facebook.com/vaticannews/photos/3254441841234064>.

(51) Julio Costa Pinto. Op. Cit. p.431.

(52) Banu İnanç Uyan Dur. Op. Cit. p.12.

(53) Marco Giardina & Pablo Medina. Op. Cit. p.119.

(54) https://fb.watch/2XIPBIRt_c/.

(55) سلوى أبو العلا، مرجع سابق، ص 44.

(56)<https://www.facebook.com/humanfraternity/videos/381687113100515/>.

(57) ريهام درويش، مرجع سابق، ص 282.

(58)<https://www.facebook.com/humanfraternity/photos/pcb.701880197184432/701879243851194/>.

(59)<https://www.facebook.com/OfficialAzharEg/photos/a.991172567563503/4135290579818337/>.

(60) سلوى أبو العلا، مرجع سابق، ص 44.

(61) <https://www.facebook.com/vaticannews/photos/2953461827998735>.

References

- 1- Faiz Ushbah Mubarak, Atiqah Nurul Asri. (2020). "Infographics: Media for Improving Students' Writing Abilities". **International Seminar on Language, Education, and Culture, KnE Social Sciences**, pp. 78:87. DOI 10.18502/kss.v4i4.6469.
- 2-Darwish, R. (2020), "dlalat tawzif al'iinfujarafik fi taghtiat alqadaya aldawaliat: dirasat tahliliat liminasat Graphic News", majalat albihawth waldirasat al'ielamiat, almaehad alduwalii alealii lil'ielam bialshuruq, 13, 257: 301.
- 3 - Abu Al-Ela, S. (2020), "astikhaddam al'iinfujrafik bialmawaqie al'iiliktruniat alrasmiat almisriat lilradi ealaa alshshayieat: almarkaz al'ielamii lirasat majlis alwuzara' nmwdhjana", bahath manshur fi majalat albihwth al'ielamiati, kuliyat al'ielam, jamieat al'azhiri, 54, 9: 80.
- 4-El-Batal, H. (2019), "aniqirayiyat alanfwjrafyk fi almawaqie alsuhufiat almisriat ladaa alshabab aljamey", bahath manshur fi majalat albihwth al'ielamiati, kuliyat al'ielam, jamieat al'azhar, 51, 129-160.
- 5- Kim, Narae., Pitluk, Adam. and Leshner, Glenn.(2019). "Cognitive and Affective Processing of Interactive Infographics on the web". **Paper presented at the annual meeting of the AEJMC**, Sheraton Centre Toronto, Toronto, Canada.pp.1:30 Available Online: http://citation.allacademic.com/meta/p1555590_index.html.
- 6- Kim, Narae., Pitluk, Adam., Sun, FuWei. and Thomas, Randi Leigh.(2018). "Effect of Interactive Infographics on Online Newsreaders' Cognitive News Processing" **Paper presented at the annual meeting of the ICA's 68th Annual Conference**, Hilton Prague, Prague, Czech Republic, May 22, pp. 1:12 Available Online http://citation.allacademic.com/meta/p1365671_index.html.
- 7-Azam Majooni, Mona Masood & Amir Akhavan (2017). " An eye-tracking study on the effect of infographic structures on viewer's comprehension and cognitive load". **Information Visualization**. Vol. 17 issue. 3, pp: 257:266.
- 8- 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>.
- 9- Engida H. Gebre & Joseph L. Polman (2016). "Developing young adults' representational competence through infographic-based science news reporting, International Journal of Science Education. Vol. 38, No.18, pp.2667-2687, DOI: 10.1080/09500693.2016.1258129.
- 10- Hesham Galal Hassan (2016). " Designing Infographics to support teaching complex science subject: A comparison between static and animated Infographics".

MA. Iowa State University.

11- Eun-Ju Lee, Ye Weon Kim (2015). "Effects of infographics on news elaboration, acquisition, and evaluation: Prior knowledge and issue involvement as moderators". **New Media & Society**. Vol. 18.issue: 8, pp. 1579:1598.

12- Nattanun Siricharoen & Waralak V. Siricharoen (2015). "How Infographic should be evaluated?". **The 7th International Conference on Information Technology (ICIT)**. pp. 558:564. doi:10.15849/icit.2015.0100.

13- Murray Dick (2014). "Interactive Infographics and News Values". **Digital Journalism**. Vol 2. Issue 4. pp. 490:506.
https://doi.org/10.1080/21670811.2013.841368.

14- Banu İnanç Uyan Dur (2014). "Interactive Infographics on the Internet". **Online Journal of Art and Design**. Vol 2, issue 4,. pp.1:14.

15- Geidner, Nick., Pjesivac, Ivanka. and Cameron, Jaclyn.(2014). "Individual Differences in Recall From News Infographics: The Role of Quantitative Media Literacy and Spatial Reasoning". **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference**, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington,pp 1:27.Avilable Online: file:///C:/Users/HP/Downloads/ica14_proceeding_715816%20(1).pdf.

16- Marvin Milatz (2013). "Moving Graphics: The Effects of Interactive Infographics on Media Users", Recall Accuracy, MA , Graduate School of Communication.

17- Marco Giardina & Pablo Medina (2013). "Information Graphics Design Challenges and Workflow Management", **Online Journal of Communication and Media Technologies**. Vol 3. Issue 1.pp.108:124.

18- Julio Costa Pinto. Op .Cit. p.428.

19- Hossein Nassaji. (2015). "Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis", **Language Teaching Research**, Vol. 19. No.2. p.129.

20-Hussein, S. (1996), "bhawth al'ielama: al'usus walmibady", t 3, alqahirat: ealam alkatub, 79.

21- Isaac, S., & Michael, W. B. (1997). "**Handbook in research and evaluation: A collection of principles, methods, and strategies useful in the planning, design, and evaluation of studies in education and the behavioral sciences**". (3rd Ed.). San Diego: Educational and Industrial Testing Services.p.136.

22- Priscilla A. Glasow (2004). "**Fundamentals of Survey Research Methodology**". Mitre Product, Washington C3 Center McLean, Virginia, p 3.

23--Hussein, S. (1995), "bhawth al'ielama: al'usus walmibady", t 2, alqahirat: ealam alkatub, 160.

- 24- <https://www.facebook.com/OfficialAzharEg>
- 25- <https://www.facebook.com/vaticannews>
- 26- <https://www.facebook.com/humanfraternity>
- 27- Kimberley A. Neuendorf (2002). "The content analysis guidebook". UK: Sage Publications. p. 15
- 28- Hussein, S. (1983). "thalil almadmun", ta1, alqahirat: ealam alkutub, 19.
- 31- Mark Smiciklas (2012). "**The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences**". Que Publishing, USA. ISBN 9780789749499.p.3.
- 32- Nattanun Siricharoen & Waralak V. Siricharoen. Op.Cit.p.558.
- 33- the Oxford English Dictionary,(2020)." Meaning of infographic in English". Available Online: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/infographic?q=Infographic>.
- 34- Mark Smiciklas. Op. Cit. p.6.
- 35- Blueprint. (2013). "Tools for Creating High-Quality Infographics Your Own", Available Online:http://www.slideshare.net/blurbpoint/tools-for-creating-high-quality-info-graphics-your-own?next_slideshow=1.
- 36- Hesham Galal Hassan. Op.Cit.p.3.
- 37- Sri Syamsiyah Lestari Sjafiie, Sri Hastjarjo, Widodo Muktiyo & Pawito. (2018). "Graphic Visualization in Printed Media: How Does the Use of Technology Influence Journalism Culture". **Journal Komunikasi Malaysian Journal of Communication Jilid**. Vol.34. No.4. p.376.
- 38- James Brockbank. (2018). "Benefits of Using Infographics in Your Content Strategy". **SEG Search Engineering Journal**. Available Online: <https://www.searchenginejournal.com/infographic-benefits/267781/>.
- 39- Julio Costa Pinto. Op.Cit. p. 430.
- 40- The United Arab Emirates' Government portal. (2020). "The UAE's support to human fraternity". Available online: <https://u.ae/en/about-the-uae/culture/tolerance/uae-support-for-human-fraternity>.
- 41- The Higher Committee of Human Fraternity homepage, forhumanfraternity.org.
- 42- Vatican News. (2020)."UN declares 4 February 'International Day of Human Fraternity". Available Online: <https://www.vaticannews.va/en/world/news/2020-12/united-nations-institutes-international-day-human-fraternity.html>.

- 43- Daft, R.L and R. Hlengl ,(1986). “Media Richness and Structural Determinants Science”, **Organizational Information Requirements**, Vol. 32.p 556.
- 44- Daft, R.L and R. Hlengl ,(1988). “The selection of Communication Media as an executive Skill”, **Management Executive**, Vol,2, p228.
- 45- David McCandless. (2009). "**Information is Beautiful**". London: Collins, p.6.
- 46<https://www.facebook.com/OfficialAzharEg/photos/a.981948061819287/2527630823917662>.
- 47- <https://www.facebook.com/vaticannews/photos/3254441841234064>.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ramy Gamal: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

Correspondences

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 57 April 2021 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.