

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

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

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

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

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

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

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

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد السبعون - الجزء الثالث - رمضان ١٤٤٥ هـ - أبريل ٢٠٢٤ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## 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 وأخر بالغة 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 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./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة  
في المواقع الصحفية العربية والأجنبية (دراسة تحليلية)  
أ.م.د/ فلورا إكرام متى  
١٣٣٥
- 
- فعالية تطبيق ذكي مقترح على الهواتف الذكية في تنمية مهارات فن  
الإلقاء والتقديم الإذاعي لدى طلاب قسم الإعلام التربوي بكلية  
التربية النوعية  
أ.م.د/ إنجي حلمي محمود إبراهيم  
١٣٩٧
- 
- إدارة انهيار السياق وعلاقته بالهوية المهنية لدى أعضاء هيئة التدريس  
بالجامعات- في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصالات  
أ.م.د/ انتصار محمد السيد سالم  
١٤٨١
- 
- فعالية الحملات التوعوية للقطاع المصرفي السعودي في التوعية  
بالاحتيال المالي- حملة (خلك حريص) أنموذجًا «دراسة ميدانية -  
المنطقة الشرقية» أ.م.د/ زكية النوريوسف مكي، في عبد الرحمن يحيى  
الميموني المطيري، فاطمة حمد أحمد الحلبي، ريم عبد الحي طه  
١٥٧١
- 
- سيناريوهات مستقبل المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية في  
ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي: خلال الفترة من ٢٠٢٣ وحتى  
٢٠٣٣ م  
د/ محمد جمال بدوي أحمد  
١٦٢٣
- 
- دور الحنين والارتباط بالعلامات التجارية في تشكيل اتجاهات مستخدمي  
العلامة نحو الامتدادات الصادرة عنها «دراسة ميدانية على الجمهور  
المصري»  
د/ زينب صالح عبد الفضيل جاد  
١٦٧٥

١٧٣٩ ■ صورة مريض الزهايمر كما تعكسها الدراما المصرية والأجنبية- دراسة  
نوعية د/ نيفين محمد عرابي حماد

---

١٨١٣ ■ تأثير العنف الناتج عن حرب ما بعد ٧ أكتوبر ٢٠٢٣ على سلامة  
الإعلاميين الفلسطينيين بقطاع غزة د/ حنان حسن محمد الجندي

---

١٨٧١ ■ رؤية الخبراء لمستقبل دور خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إدارة منشورات  
وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات «دراسة استشرافية خلال  
العقد القادم (٢٠٢٤-٢٠٣٤م) د/ إيمان عبد الرحيم السيد الشرقاوي

---

١٩٧٩ ■ تأثير استخدام تقنيات الإعلام الحديثة على جودة التعليم الجامعي  
خلال الأزمات من وجهة نظر الطلبة الفلسطينيين  
روحية نعيم سليم عواد ، إيهاب أحمد عوايص

---



م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7



توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على  
غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية (دراسة تحليلية)

- **Employing Political Infographics in Covering the War at Gaza in a Sample of Arab and Foreign Press Websites (an Analytical Study)**

أ.م.د/ فلورا إكرام متى

أستاذ الإعلام المساعد بقسم الصحافة الإخبارية

بكلية الإعلام- جامعة عين شمس

Email: [flora.ekram@masscomm.asu.edu.eg](mailto:flora.ekram@masscomm.asu.edu.eg)

### ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى الإجابة عن تساؤل رئيس وهو كيفية توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطيته للحرب على غزة بعينة من المواقع الصحفية العربية والأجنبية؛ مستخدمًا منهج المسح لكافة أنواع الإنفوجراف التي قدمتها عينة الدراسة، والتي تمثلت في: موقع (هآرتس الإسرائيلي- وموقع القدس الفلسطيني- وموقع اليوم السابع المصري- وموقع نيويورك تايمز الأمريكي) في الفترة الزمنية من: 7 أكتوبر 2023 إلى 7 فبراير 2024، وذلك بالاستعانة بأداة تحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر أهداف الإنفوجراف السياسي محل الدراسة هو الإخبار ونقل المعلومات، غلبت المصادر الرسمية والأجنبية لمصادر الإنفوجراف، وأكثر الموضوعات التي قدمتها العينة كانت عن التدمير والقتل في قطاع غزة، كانت النسبة الغالبة من الإنفوجراف من النوع الثابت وذات تصميم متماسك، واهتمت بتقديم الشخصيات العامة أكثر من الشخصيات المشهورة.

الكلمات المفتاحية: الإنفوجراف- الحرب على غزة- مواقع صحفية.

### Abstract

The current study aimed to answer a main question, which is how to employ political infographics in its coverage of the war on Gaza with a sample of Arab and foreign press sites, using a survey approach for all types of infographics provided by the study sample, which were: the Israeli Haaretz website, the Palestinian Al-Quds website, the Egyptian Youm7 website, and the New York website. The American Times, in the period from October 7, 2023, to February 7, 2024, using the content analysis tool. The study concluded that most of the objectives of the political infographic under study were news and the transfer of information. Official and foreign sources dominated the infographic sources, and most of the topics presented by the sample were about destruction and killing in the Gaza Strip. The majority of the infographics were of the fixed type had a coherent design and were concerned with presenting characters. Common people are more than famous people.

Key words: Infographic - The war on Gaza - Press websites.

استخدمت الكثير من وسائل الإعلام الجماهيرية الإنفوجرافيك من خلال صحافة البيانات والرسوم البيانية والخرائط؛ والتي تعتبر وسيلة فعالة لتقديم الرسالة عن طريق استخدام العناصر المرئية من ألوان وتظليل تشد انتباه الجمهور. ويعتبر الإنفوجرافيك مصدراً معلوماتياً مميزاً، فإن كانت الصورة تعبر عن ألف كلمة؛ فإنه يمكن أن نقول إن الإنفوجرافيك أيضاً يعبر عن ألف كلمة بما أنه يحتوي على العديد من المعلومات<sup>(1)</sup>. إن الإنفوجراف جاء ليبقى وذلك لعدة أسباب، أنها ملونة وقادرة على الإقناع وتبسيط المعلومات المعقدة لتكون سهلة الفهم لدى الجمهور المستهدف<sup>(2)</sup>.

ويقوم الإنفوجراف السياسي بعدة وظائف، والتي تشمل: تكوين الرأي العام حول القضايا السياسية، شرح موقف الدولة نحو الصراعات والحروب، تحسين صورة الشخصيات الفاعلة وتكوين قاعدة شعبية نحوها، الإقناع السياسي ويعتبر من أصعب الوظائف للإنفوجراف لعرضه الأحداث بشكل حيادي، ولكن عندما يتم استخدامه في مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الصحف فإن الجمهور يستخدمه كمادة لمحاولة إقناع كل طرف باعتقاده السياسي للطرف الآخر، ومما يجعل هذه القضية قضية رأي عام. وعند قياس قوة التداخل بين الإقناع السياسي وصحافة البيانات يظهر فضول القراء، والذي يضيف على الأحداث النواحي الشخصية والعاطفية. فإن فهم الرسوم البيانية السياسية الرقمية يتطلب تحليلاً قائماً على السرد، وأيضاً تدقيقاً دقيقاً في واجهتها. يتعلق تسييس الرسوم البيانية بالعملية التي من خلالها يتم دمج الأنماط المعاصرة للإقناع السياسي في نوع الرسوم البيانية<sup>(3)</sup>.

ومن هنا يظهر الإحساس بمشكلة البحث الحالي للتعرف على ماهية توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية أخبار الحرب الإسرائيلية على غزة؛ من خلال المقارنة بين عينة من المواقع الصحفية العربية والأجنبية.

**الدراسات السابقة:****الدراسات التي تناولت الإنفوجراف في المواقع الصحفية:**

الدراسات التي اهتمت بكيفية توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الصحفية؛ حيث ركزت دراسة Florian Stalph and Bahareh Heravi (2021) (4) التي سعت إلى تحليل 185 من صحافة البيانات المقدمة في الأخبار بمواقع الصحف الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى تكرار خرائط البيانات في أغلب العينة، وأن العينة تسعى إلى تقديم المشكلة وتسمى إلى حلها. وتتفق معها دراسة منى محمد الطوحى (2021) (5) التي سعت إلى التعرف على معالجة الإنفوجراف في المواقع الصحفية المصرية لقضايا التنمية المستدامة، وتوصلت إلى عرض نص الإنفوجراف مع عرض الصور بنسبة 95%، كانت عينة الإنفوجراف من النوع الثابت، وركزت على هدف عرض البيانات، بينما هدفت دراسة Stephanie Dailey and others (2022) (6) إلى تحليل الإنفوجراف السردى الذي استخدمته المواقع الإلكترونية الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى انتشار استخدام هذا النوع من الإنفوجرافيك بشكل كبير في المواقع الأمريكية. وفي المقابل نجد حول الصحافة المصرية سعت دراسة نسمة عبد الله محمد (2022) (7) إلى التعرف على كيفية توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية المصرية، وخلصت الدراسة إلى تفوق موقع اليوم السابع على مواقع العينة في توظيف الفيديو جراف، واستخدام الرسوم المتحركة لخلق فيديو معلوماتي، وأن التعليق النصي والصور الثابتة والموسيقى الخلفية كانت بمثابة العامل المشترك في توظيف الوسائط المتعددة في الفيديو جراف محل الدراسة. ونجد دراسة Russel S. Chun (2023) (8) تسعى إلى رصد معايير لتحليل الإنفوجرافيك المقدم في الصحافة الإخبارية الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى أن خرائط الرسم البياني الإخباري كانت الأكثر استخداماً في العينة، وأنها تركز على ثلاثة معايير أساسية هي التكامل والتجريد والامتداد.

وحول تناول الإنفوجراف للأزمات نجد دراسة محمد عبد الحميد أحمد (2020) (9) التي هدفت إلى التعرف على توظيف الصحف الإلكترونية العربية لفن الإنفوجرافيك في تغطية تداعيات فيروس كورونا، جاءت أهداف الإنفوجراف المستخدم في صحف العينة في التوعية والوقاية ثم الإخبار والإحاطة. وجاءت قرارات الحكومة في أولويات

موضوعات الإنفوجراف في العينة. وأيضاً اتفقت معها دراسة رالا أحمد محمد (2021) (10) هدفت رصد وتحليل الدور الذي يؤديه فن الإنفوجراف في مواقع الصحف المصرية في معالجة الأزمات متمثلة في جائحة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى غلبة الإنفوجراف الثابت وأيضاً الملونة، واستخدام العناوين الرئيسية في العينة، كان شكل التقرير الصحفي هو الغالب مع الإنفوجراف، وغلبت الموضوعات الاقتصادية في العينة وكانت أغلب الإنفوجراف متماسكاً بالعينة، وجاءت وظيفة التوجيه والإرشاد في المرتبة الأولى. وتناولت دراسة ولاء محمد أحمد (2021) (11) تغطية جائحة كورونا أيضاً، حيث هدفت إلى رصد معالجة صحافة الإنفوجرافيك لجائحة كورونا في بعض المواقع الإلكترونية المصرية، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم أهداف الإنفوجراف بالعينة نشر الإحصائيات والتوعية بطرق الوقاية، أغلب المصادر كانت حكومية والنطاق الجغرافي محلي. كما أكدت على هذه النتيجة دراسة (2021) Adi and D. Setiautami (12) التي هدفت إلى رصد استخدام المواقع الصحفية الإندونيسية لصحافة البيانات في وقت جائحة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أهمية الدور الكبير الذي قامت به العناصر المرئية المستخدمة في صحافة البيانات بمواقع الدراسة في توصيل المعلومات ونشر الوعي بالمرض والوقاية منه لدى الجمهور. وأيضاً اتفقت مع دراسة (2021) Jiahui Liu (13) التي سعت إلى التعرف على طرق تقديم صحافة البيانات والإنفوجرافيك في أخبار وباء كورونا في مواقع الصحف الصينية وقت الأزمة، وتوصلت الدراسة إلى أن أخبار البيانات المتعلقة بالوباء تهدف إلى تحليل البيانات، وليس تقديمها فقط. ومن القارة الأمريكية وحول نفس الموضوع نجد (2021) Shawn Domgaard and Mina Park (14) تسعى إلى التعرف على دور صحافة البيانات في مواقع الصحف الأمريكية في الكشف عن الأخبار الكاذبة عن لقاح كورونا، وتوصلت الدراسة إلى غلبة العناصر المرئية المصحوبة بالنص مثل الرسم، ومن القارة الأسترالية وأزمة الحرائق نجد دراسة L Suhardjono and others (2021) (15) التي سعت إلى التعرف على استخدام مواقع الصحف الأسترالية للإنفوجراف وقت أزمة الحرائق الأسترالية، وتوصلت الدراسة إلى أن الإنفوجرافيك وصحافة البيانات تعتبر من أفضل الوسائل المستخدمة لتوصيل المعلومات وخاصة وقت

الأزمة، وكان ينقص العينة التحليلية الصور الفوتوغرافية الحية؛ مما أفقدها القليل من المصداقية. وأيضاً دراسة (A. Ismail and others (2021)<sup>(16)</sup> التي هدفت إلى التعرف على كيفية تقديم أخبار زلزال تسونامي في مواقع الصحف الإندونيسية باستخدام الإنفوجرافيك، وتوصلت الدراسة بأن الزلزال كان على قائمة الموضوعات المقدمة في الإنفوجرافيك في فترة تحليل العينة، وهدفت دراسة Newly Paul and Gwendolyn Nisbett (2022)<sup>(17)</sup> إلى التعرف على كيفية توظيف عينة من الصحف الأمريكية لصحافة البيانات عند تقديمها لأخبار جائحة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى الاعتماد على المصادر الحكومية، وانتشار القصص الإخبارية، ونوع الإنفوجراف التفاعلي في الرسوم البيانية.

وحول تحليل الإنفوجراف في الصحافة الإلكترونية المتخصصة تؤكد دراسة نعمة عبد الرحيم محمد (2018)<sup>(18)</sup> التي سعت إلى التعرف على أساليب تحرير صحافة البيانات في الصحف الاقتصادية الإلكترونية المصرية، وتوصلت الدراسة إلى غلبة الإنفوجراف الثابت في مواقع العينة، ولم تهتم بالرسوم المتحركة، وأغلب العينة استخدمت النص مع الرسوم، واعتمدت على المصادر من المؤسسات الرسمية، وتتفق معها دراسة وفاء جمال درويش (2021)<sup>(19)</sup> التي هدفت إلى التعرف على كيفية توظيف صحافة البيانات في التغطيات الصحافية الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصرية، وتوصلت الدراسة إلى أن صحافة البيانات تركز على الإنفوجرافيك وخرائط الرسوم البيانية في توصيل المعلومات. وأيضاً في الصحافة الاقتصادية نجد دراسة إيمان طارق إمام (2021)<sup>(20)</sup> التي سعت إلى التعرف على كيفية توظيف رسوم الإنفوجراف في معالجة القضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف المصرية، وتوصلت الدراسة إلى أن قضايا الإصلاح الاقتصادي ورؤية 2030 جاءت في المرتبة الأولى بالنسبة للقضايا الاقتصادية التي تعالجها عينة الدراسة، واعتمدت مواقع العينة على الأرقام والإحصاءات بالنسبة لمضمون الإنفوجراف المنشور بها، وأن غالبية رسوم الإنفوجراف التي نشرت في مواقع الصحف عينة الدراسة جاءت متماسكة ومحافضة على مبادئ وأسس التصميم. وفي المقابل نجد حول القضايا العامة في الإمارات هدفت دراسة بسام عطية محمد (2021)



(21) إلى التعرف على مدى اعتماد مواقع الصحف الإماراتية على فن الإنفوجراف في عرضها للقضايا العامة، وتوصلت إلى أنه جاءت الموضوعات الاقتصادية على رأس قائمة الموضوعات التي تناولتها العينة، وغلبة الإنفوجراف الثابت في العينة، ووجود ضعف في مستوى التفاعلية المستخدمة مع الإنفوجراف محل الدراسة. وتتفق معها أيضاً دراسة وفاق حافظ بركع (2021) (22) من العراق التي سعت إلى التعرف على رصد وتحليل فن الإنفوجرافيك المستخدم في المواقع الإخبارية العراقية، وتوصلت الدراسة إلى أن أغلب التصاميم المستخدمة بمواقع العينة كانت تصاميم ثابتة، واعتمدت على مصادر خارجية عالمية، ووظفت من أجل تقديم المحتوى الإخباري من خلال الإحصاءات. وبشكل عام في الإنفوجراف في المواقع العربية نجد دراسة آلاء مهدي حماد (2021) (23) التي هدفت إلى التعرف على أثر الإنفوجرافيك على فاعلية الصحافة الإلكترونية العربية، وتوصلت الدراسة إلى انتشار استخدام الإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية العربية وخاصة النوع الثابت، ويقل استخدام الإنفوجراف التفاعلي بشكل كبير. ورصدت دراسة راندا محمد مصطفى وآخرين (2022) (24) درو صحافة البيانات في دعم الصحافة الاستقصائية بموقع أريج، وتوصلت الدراسة إلى أن أغلب التصاميم كانت ثابتة، وتستخدم مع الأشكال الصحفية أكثر من قالب من الإنفوجراف.

وحول الموضوعات التي ركز عليها الإنفوجراف تؤكد دراسة لجين بنت محمد بن علي أحمد (2018) (25) التي هدفت إلى التعرف على الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات في الصحف السعودية، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر الموضوعات التي استخدمت الإنفوجرافيك هي الموضوعات الاجتماعية والسياسية، وأكثر الفنون الصحفية التي استخدمته هي الخبر الصحفي. وتتفق معها دراسة جواد راغب أيوب (2018) (26) التي هدفت إلى التعرف على مدى اهتمام صحيفة الرسالة الفلسطينية بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها، وأنواعه، ومكوناته، ومصادره، وتوصلت الدراسة إلى تركيز العينة على الموضوعات السياسية والاجتماعية، وارتباط أغلب الإنفوجرافيك بالواقع المحلي، ولم تنشر مصادر معلوماتها. وتتفق معه دراسة محمد عثمان حسن (2018) (27) التي هدفت إلى التعرف على المعايير الأخلاقية والقانونية لصحافة البيانات في المواقع الإخبارية

المصرية والأجنبية. وتوصلت الدراسة إلى احتلال موقع نيويورك تايمز المرتبة الأولى من إجمالي موضوعات صحافة البيانات محل الدراسة، وجاءت الموضوعات السياسية ومصادر المؤسسات الرسمية والنطاق الجغرافي المحلي والتركيز على الأخبار في المرتبة الأولى. وتتفق معها دراسة (Florian Stalph (2018) (28) حيث سعت إلى رصد خصائص صحافة البيانات من خلال دراسة كمية لمواقع الصحف الأوروبية، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية العينة ليست تفاعلية، في حين أن الخرائط هي أكثر أنواع الرسوم استخداماً. وأن أغلب القصص المستندة إلى البيانات هي تقارير حول مواضيع سياسية. واتفقت معها دراسة أيمن محمد إبراهيم (2019) (29) التي هدفت إلى رصد وتحليل أولويات قضايا صحافة البيانات العربية والأجنبية، وتوصلت إلى أنه جاءت القضايا المجتمعية في المرتبة الأولى، وجاء التركيز على القضايا المحلية في الإنفوجراف محل الدراسة. بينما تتعارض معها دراسة سرى محمد شطناوي (2019) (30) التي هدفت إلى التعرف على اهتمام المواقع الإلكترونية الأردنية بتوظيف الإنفوجرافيك، وتوصلت الدراسة إلى أنه جاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الأولى، واهتمت مواقع العينة بالعناصر المرئية والألوان. وتتفق معها دراسة سحر محمد أحمد (2022) (31) التي هدفت إلى التعرف على كيفية استخدام المواقع الإخبارية اليمنية للإنفوجراف في معالجة القضايا المجتمعية، وتوصلت الدراسة إلى أن القضايا الصحية جاءت في المرتبة الأولى، وجاءت الوظيفة الإخبارية في المرتبة الأولى للإنفوجراف محل الدراسة، وجاءت المصادر الرسمية في غالبية العينة، وفي مجال الإنفوجراف السياسي نجد دراسة Eedan R. (2018) Amit Danhi and Limor Shifman (32) سعت إلى تحليل 200 من الإنفوجراف السياسي الرقمي في مواقع الصحف الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى استخدام العينة عرض الشخصيات النجوم من خلال تقديم السير الذاتية لها، وتستخدم في أخبار الصراعات شخصيات سباق الأحصنة بنسبة كبيرة، وتعتمد على الرسوم البيانية التي تقدم البيانات الإحصائية ووجهات النظر المتناقضة، وركز على القضايا أكثر من الشخصيات.

وحول تحليل العناصر المرئية في الإنفوجراف نجد دراسة سهام حسن على (2017)<sup>(33)</sup> التي رصدت معايير صحافة الإنفوجرافيك الفنية والبصرية ذات الصلة بالقصص الإخبارية المنشورة في جريدة القدس العربي، والتي توصلت إلى تركيز العينة على تجسيد مضامين الموضوعات الاجتماعية والسياسية والأمنية، وجاءت القصص الإخبارية في المرتبة الأولى، واستخدمت صوراً موضوعية عامة. وتتفق معها دراسة Iuliia Alieva (2017)<sup>(34)</sup> التي سعت إلى الكشف عن توظيف صحافة البيانات في المواقع الصحفية الأمريكية أثناء تغطية الانتخابات الأمريكية، وتوصلت إلى أن الشكل السردى كان الأكثر انتشاراً خاصة خرائط الرسوم البيانية، وغالباً ما كان الإنفوجراف شكلاً داعماً للنص، وليس شكلاً منفرداً. كما هدفت دراسة Mary Lynn Young and others (2018)<sup>(35)</sup> إلى التعرف على أهم خصائص العناصر المرئية في الموضوعات الصحفية الفائزة في مواقع الصحف الكندية والتي استخدمت صحافة البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر العناصر المرئية التي تم استخدامها هي الخرائط الديناميكية والرسوم البيانية، وتتفق معها من القارة الأمريكية دراسة Christina Karypidou (2019)<sup>(36)</sup> التي هدفت إلى التعرف على توظيف مواقع (الجارديان- ونيو يورك تايمز- والبي بي سي- والسي ان ان- واسوشيتد برس- ورويترز) للعناصر المرئية والتفاعلية في تقديمها للأخبار على مواقعها على الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى أن العناصر المرئية تقدم منفردة غير مصاحبة للخبر، 87% منها كانت تعتمد على الإحصاءات؛ مما لا يساعد على التفاعلية عند الجمهور، وإنما يقدم له فقط المعلومة. من القارة الآسيوية نجد دراسة Zhirui Chen (2020)<sup>(37)</sup> التي سعت إلى دراسة العناصر المرئية والتفاعلية في صحافة البيانات في الفترة ما بين 2012 إلى 2020 في الصين، وتوصلت الدراسة إلى افتقار العينة إلى المعلومات والإحصاءات المباشرة، وانخفاض مستوى التفاعل. وسعت دراسة Cordoba-Cabus (2021)<sup>(38)</sup> إلى تحليل العناصر المرئية المستخدمة في أفضل الصحافة البيانية في إسبانيا، وتوصلت الدراسة إلى أن خرائط الرسوم البيانية هي أكثر الأشكال استخداماً بنسبة 45%، حيث تركز على إشراك القارئ وجذب انتباهه وتلبي احتياجاته من المعلومات. وتتفق معها دراسة Christian Pentzold and Denise

(2021) Fechner (39) التي سعت إلى التعرف على كيفية استخدام العناصر المرئية بالإنفوجرافيك في مواقع الصحف الأمريكية عند استكشافهم لأحداث المستقبل، وتوصلت الدراسة إلى أغلب العينة استخدمت بجانب النص رسومات وعناصر مرئية تفسر الأخبار، كانت مساحة النص تتساوى مع مساحة الرسوم البيانية بنسبة كبيرة، وتستخدم المواقع الإنفوجرافيك بشكل كبير لتوضح هذه الأرقام والإحصاءات وتربطها بعضها البعض.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

- قلة الدراسات التي تناولت مفهوم الإنفوجراف السياسي مثل دراسة Eedan R. (2018) Amit Danhi and Limor Shifman - وركزت العديد من الدراسات على الإنفوجراف المقدم مع القضايا المجتمعية مثل دراسة سحر محمد أحمد (2022).
- ركزت العديد من الدراسات على استخدام الإنفوجرافيك في تغطية أخبار الأزمات في كل دول العالم: الصين- أمريكا- أستراليا- أندونيسية.
- اهتمت العديد من الدراسات حول تناول الإنفوجرافيك لأخبار وباء كورونا مثل دراسة (2022) Newly Paul and Gwendolyn Nisbett - رالا أحمد محمد (2021) - ولاء محمد أحمد (2021) - (2021) - Jiahui Liu (2021) - Adi and D. - Setiautami (2021).
- ركزت بعض الدراسات على أنواع من الصحافة المتخصصة مثل الصحافة الاستقصائية مثل دراسة راندا محمد مصطفى وآخرين (2022) - وفاء جمال درويش (2021).
- ركزت العديد من الدراسات على العناصر المرئية المقدمة في الإنفوجرافيك مثل دراسة (2021) Christian Pentzold and Denise - Cordoba-Cabus (2021) - Zhirui Chen (2020) - Christina Karypidou (2019) - Fechner (2021).
- قلة الدراسات التي تناولت الفيديو جراف مثل دراسة نسمة عبد الله محمد (2022).

- اهتمت العديد من المدارس البحثية بالتركيز على دراسة الإنفوجراف من الدول: الأمريكية- الأوروبية- والأسترالية- والآسيوية، مثل الصين واندونيسيا، وأيضاً العديد من الدول العربية مثل مصر، واليمن، وفلسطين، والسعودية، والعراق، والإمارات؛ مما يشير إلى أهمية فن الإنفوجراف في أغلب المدارس البحثية.
- وإنه من الملاحظة للدراسات- وفقاً لحدود الباحثة على مدار الفترة ما بين 2018 وحتى 2023- فإن النسبة الغالبة من الدراسات كانت للدراسات العربية بنسبة 53% تقريباً، في مقابل 47% من الدراسات كانت أجنبية؛ مما يشير إلى اهتمام المدارس البحثية العربية بشكل كبير بدراسة الإنفوجراف، وكانت النسبة الغالبة من الدراسات العربية من مصر، وفي المقابل كانت أغلب الدراسات الأجنبية من الولايات المتحدة الأمريكية.

#### الإفادة من الدراسات السابقة:

أفادت الباحثة من الدراسات السابقة في صياغة وتحديد المشكلة البحثية، وأهميتها، وتحديد وصياغة أهداف الدراسة، والوصول إلى المناهج والأدوات البحثية المناسبة، وصياغة تساؤلاتها. كما أفادت من الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الحالية من خلال مقارنة نتائج الدراسات السابقة بالدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة: تحددت مشكلة الدراسة في السعي إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس عن ماهية توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية أخبار الحرب على غزة بعينة من مواقع الصحف العربية والأجنبية.

#### أهمية الدراسة:

#### بالنسبة للأهمية العلمية:

- يعد فن الإنفوجراف من الفنون الصحفية المستحدثة في الصحافة المصرية والعربية والأجنبية، والتي تحتاج أن تحظى بالاهتمام في البحوث والدراسات وخاصة وقت الأزمات والصراعات. حيث أكدت على ذلك دراسة أجريت في معمل جوجل للأخبار Google News Lab في عام 2017- وهي من أوائل الدراسات العالمية التي أجريت حول صحافة البيانات- توصلت إلى 42% من عينة الصحفيين يستخدمون

صحافة البيانات، وأن 51% من المؤسسات الصحفية لديها صحفي بيانات في طاقم عملها (40).

- التطورات السياسية الكبيرة في حرب غزة في الأشهر القليلة الماضية وظهور الحاجة إلى دراسة كيفية رصد هذا الصراع وفقاً لأيدولوجية مواقع الصحف العربية بالمقارنة مع مثيلتها الأجنبية من خلال تحليل الإنفوجراف.

- قلة الدراسات العربية التي تناولت الإنفوجراف السياسي كما أكدت دراسة هبة مصطفى حسن (2021) (41) التي هدفت إلى التعرف على الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات صحافة البيانات، وتوصلت إلى غلبة الدراسات العربية في التركيز على تأثير صحافة البيانات على الجمهور، وأيضاً في الاستراتيجيات التربوية لصحافة البيانات، أيضاً في التركيز على توظيف صحافة البيانات في وسائل الإعلام، وكذلك في المعايير الفنية لإنتاج صحافة البيانات.

#### بالنسبة للأهمية العملية:

- الخروج بمؤشرات يمكن تطبيقها عملياً لتطوير استخدام الإنفوجراف السياسي في المواقع الصحفية العربية عامة والمصرية بشكل خاص.

- التعرف على النقاط التي تحتاج إلى تنمية في الإنفوجراف السياسي في المواقع الصحفية المصرية، والعمل على تحسينها.  
أهداف الدراسة: تسعى الدراسة الحالية إلى:

- المقارنة بين مواقع الصحف العربية والأجنبية في كيفية استخدامها للإنفوجراف السياسي في تغطية تداعيات الحرب الإسرائيلية على غزة وفقاً لسياستها التحريرية.

- الكشف عن الموضوعات التي تناولها الإنفوجراف السياسي محل الدراسة.

- رصد نوع الإنفوجراف السياسي المقدم في العينة من حيث التصميم والمحتوى.

- التعرف على العناصر المرئية بالإنفوجراف السياسي بالمواقع محل الدراسة، ومدى تماسكها.

- الكشف عن أهداف الإنفوجراف السياسي المستخدم في العينة.
- تحديد النطاق الجغرافي الذي ركز عليه الإنفوجراف السياسي في مواقع الدراسة.
- التعرف على تقسيمات وأنواع الإنفوجراف السياسي محل الدراسة.

### الإطار المعرفي:

#### الإنفوجراف في الصحافة الإلكترونية:

أثبتت الدراسات أن عشرين كلمة من النص تأخذ ست ثوانٍ من المتلقي لقراءتها، بينما الأيقونة المرئية يمكنها أن تأخذ ربع هذا الوقت لفهم مضمون الرسالة؛ ولذا تعتبر الإنفوجرافيك من أسهل الطرق لفهم وإدراك القراء. ويتكون الإنفوجرافيك من أربعة مكونات أساسية، وهي: العنوان- الطريقة- النتيجة- الخلاصة، ولا بد أن يتضمن الإنفوجرافيك اسم الكاتب، واسم الجريدة، واللوجو الخاص به في الجزء السفلي منه. ويمكن أن يقوم باستخدام لون واحد أو اثنين أو أكثر من لونين، والتي قد تؤثر بشكل فعال على مدى استيعاب الجمهور للرسالة. وأما عن خصائص الإنفوجرافيك فهي: وضوح الهدف وسرعة فهم وإدراك محتواه المعلوماتي، وابتكار في تقديم النتائج والخلاصة للموضوع، وعند نقل إنفوجرافيك ليس من إنتاج الجريدة لا بد من تحديد من القائم به، لا بد من توافر إرشادات خاصة بشرح العناصر المرئية المكونة بالإنفوجرافيك، وتحديد مصدر ومراجع هذه المعلومات. وأما عن أبعاد وحدود الإنفوجرافيك فهي تشمل: نتائج أبحاث تحتاج إلى التبسيط المفرط لمحتوياتها، عدم إمكانية قراءة مخطوطات بأكملها بسبب طولها. تقديم جزء صغير من بحث يهم القراء. وأما عن طرق تكوين إنفوجرافيك ناجح لا بد على المرسل أن يتعرف على جمهوره جيداً، تحديد استخدام الألوان، تحديد الأولويات في العناصر المكونة للإنفوجراف، تمييز العنوان، استخدام العديد من الصور واختيار الرسوم البيانية بعناية<sup>(42)</sup>. (وهذه المتغيرات سيتم دراستها من خلال تحليل للإنفوجراف السياسي في عينة المواقع الصحفية العربية والأجنبية) يمكن أن تكون المعلومات المرئية سريعة- أسرع بكثير من قراءة النص المكتوب وفهمه. يمكن للرسومات المصممة جيداً التركيز والتلخيص، بالإضافة إلى توفير مراجع للقراء المهتمين المباشرين، حيث يمكنهم العثور على مزيد من المعلومات بخلاف ذلك الرسم البياني<sup>(43)</sup>.

يحتاج الصحفي حتى يقوم بإعداد الإنفوجراف إلى كم كبير من المعلومات المتاحة والسهل الوصول إليها والموثوق فيها أيضاً، الحاجة إلى المجهود لإنتاجه؛ نظراً لضيق الوقت لنشر السبق الصحفي، معرفة الصحفي للمبادئ الأساسية لإنتاجه، والقدرة على التعامل مع الوسائل التكنولوجية لحديثه، الدعم اللغوي للصحفي من مفردات لغوية بسيطة للقارئ، القدرة على الربط بين البيانات المختلفة والوصول بها إلى نتيجة<sup>(44)</sup>، تستخدم الرسوم البيانية المرئيات لسرد المعلومات المعقدة بطريقة بسيطة وموجزة، وبالتالي قد تمثل أداة تعليمية وإرشادية للجمهور، ويقدم الإنفوجرافيك الجملة التمهيدية، والنص، ونوع الخط، والألوان المستخدمة. وتعمل على توفير الروابط للمستخدمين، وبذلك يمكن أن يكون الرسم البياني مفيداً للمستخدمين الذين يبحثون عن معلومات إضافية<sup>(45)</sup>.

إن مصطلح الإنفوجرافيك هو اختصار لمصطلح Information المعلومات والجرافيك Graphics، وهو عبارة عن نوع من الصور الذي مزج بين البيانات والتصميم والذي يساعد الأفراد والمنظمات بتوصيل الرسالة إلى جماهيرهم. ويتم تعريف الإنفوجرافيك بوصفه عملية جعل البيانات أو الأفكار مرئية وبصرية Visualization of Data مما يساعد على تبسيط المعلومات المعقدة لدى الجمهور؛ مما يجعلهم قادرين على استيعابها وفهمها بشكل أسرع. تتميز العناصر المرئية لديها القدرة على التواصل السريع ومناسبة لكم من الجمهور أكبر، غير محدودة بسن أو بنطاق جغرافي ويمكن الاستمتاع بها عدة مرات، ويمكنها أن تخلق مشاعر وذكريات وتجارب لدى جمهورها، بينما الكلمات هي قوية جداً في التواصل، ولكن يحدها اللغة والصياغة. مكونات الإنفوجرافيك يمكن أن تشمل: عناصر جرافيك بالكيفية التي يمكن أن تحول الأرقام والمعلومات والتفسيرات إلى أشكال بصرية، وأيضاً المعلومات الكمية التي تتضمن القياس أو البيانات الكمية المقدمة في شكل أرقام، والسرد والذي يقدم المعلومات البصرية من خلال السرد ورواية القصص. (وسيتم استخدام هذه التصنيف لمكونات الإنفوجراف في العينة التحليلية) ويمكن أن نرصد بعض العناصر التي تنجح من أي شكل إنفوجرافيك بأن يشتمل التالي: تصميم يجذب انتباه القراء، الفهم حيث يجب نقل المعلومات أو



الرسائل بوضوح بحيث تكون سهل على الجمهور فهمها، الاحتفاظ حيث يجب أن تكون الرسالة أو المعلومات سهلة يتذكرها الجمهور، يمكن أن يكون أحد المكونات أكثر هيمنة من غيره، ويعتمد على الغرض من الرسم البياني نفسه<sup>(46)</sup>.

وقامت الصحافة الإلكترونية باستخدام الإنفوجرافيك بشكل كبير بسبب الكم الهائل من البيانات وبهدف سرعة انتشار هذه المعلومات على نطاق عالمي مستخدماً العناصر المرئية المبهرة في توصيل هذا الكم من المعلومات<sup>(47)</sup>. ولقد قام فيلجيس وبرتساس Velgis and Bratsas عام 2017 بتعريف صحافة البيانات بوصفها: أنها عملية استخراج معلومات مفيدة من كم البيانات الكبيرة والقيام بكتابة مقال حولها؛ وذلك بدمج العناصر البصرية بها الذي يساعد القارئ على فهم هذه المعلومات والربط بين هذه المعلومات والمعلومات الأخرى لديهم وأكد على أن صحافة البيانات تشمل ست مراحل، وهي: تجميع البيانات وتنظيفها (انتقاء البيانات اللاتئة والصالحة للنشر وفقاً للأخلاقيات الصحفية) وفهمها والتحقق منها، ثم إدخال العناصر المرئية، وأخيراً كتابة المقال أو الخبر<sup>(48)</sup>.

تستهدف العناصر المرئية المقدمة في الإنفوجراف الجمهور؛ ولذا لا توظف فقط لتوصيل المعلومات والبيانات، وإنما توصيلها بشكل فعال من خلال الرسومات والتفاعلية المتاحة مع هذه الرسومات؛ مما يجعل البيانات أكثر وضوحاً ولطفاً لإخبارها القصة الإخبارية، والسماح للجمهور بفهم المحتوى، واستعادة حقيقة الأخبار للجمهور، وأيضاً تعكس قيمة الأخبار لدى الجمهور. ويمكن أن تتنوع الرسومات ما بين: خرائط البيانات والتي تعمل على إيجاد علاقات بين عناصر معينة، والتي يمكن أن تستخدم في صحافة البيانات من خلال الربط بين البيانات والعناصر المرئية. التعبير الرمزي والذي يشمل الرموز الذي تظهر في التعبير الكامل عن العناصر المرئية مثل اللون (الذي يؤدي دوراً كبيراً في هذا النوع من الرسومات في توصيل رسائل محددة للجمهور) والصور الرسومية والرسوم المتحركة<sup>(49)</sup>. (سيتم تطبيق هذا التصنيف من خلال تحليل الإنفوجراف في العينة)

## تاريخ الإنفوجراف:

بدءاً من التاريخ، فإن مفهوم الإنفوجرافيك هذا هو في الأساس مفهوم تصميم قديم وقد تم استخدامه منذ الأول. البشر الأوائل، على سبيل المثال، صنعوا خرائط وتمثيلات مرئية أخرى لحياتهم اليومية حتى منذ 3000 قبل الميلاد، ويظهر ذلك جلياً على الرسومات في الكهوف للإنسان الأول، ثم الرسومات في أوائل إصدارات الكتب، فإن البشر يمكنهم صنع الرسوم البيانية يدوياً باستخدام الأدوات والمواد التقليدية. اليوم يمكن استخدام الرسوم البيانية من قبل مجموعة واسعة من الأفراد أو المنظمات. الرسوم البيانية نشرت في وسائل الإعلام المختلفة من وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والمجلات وعبر الرقمية القنوات، حيث ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة شعبيتها. ومن الملاحظ أن الإنفوجرافيك تعتبر ظاهرة جديدة نمت وانتشرت بقوة بعد انتشار شبكة الإنترنت، الحقيقة هي أننا نستخدم الرموز والرسومات والصور طوال التاريخ لسرد القصص وتبادل المعلومات وبناء المعرفة<sup>(50)</sup>.

يعتبر أول إنتاج لصحافة البيانات يرجع إلى صحيفة الجارديان عام 1821 عندما قدمت عدد الطلبة الذين حضروا في المدرسة في مانشستر وتكلفة كل طالب بها<sup>(51)</sup>، ومنذ القرن التاسع عشر بدأ الجرافيك يستخدم في تقديم البيانات، وعلى مدار القرن التاسع عشر تم تصميم وتطوير العديد من المخططات، والمخططات الدائرية، والمخططات الشريطية، والرسوم البيانية، والرسوم البيانية الخطية. بدأت هذه الأنواع من الرسوم التوضيحية تظهر في المنشورات العلمية لتسهيل فهم القراء وتفسير السرد القصصي. وأصبحت تصورات البيانات منذ ذلك الحين في الكتب المدرسية والتقارير الحكومية<sup>(52)</sup>.

وتم استخدام أدوات الحاسوب ومهارات الإبلاغ عن البيانات في ثمانينات وتسعينات القرن العشرين، وكان حوالي عام 2008 عندما ظهرت صحافة البيانات بشكل متكرر في التغطية الإخبارية منذ ذلك الحين، وفي العقد الأخير، تمت ممارسة صحافة البيانات بشكل منهجي، وأصبحت سمة بارزة في صحافة العصر الحديث في وسائل الإعلام الإخبارية مثل واشنطن بوست، نيويورك تايمز (كلاهما في الولايات

المتحدة). أظهرت صحافة البيانات فائدتها وانتشارها في عامي 2020 و2021 عندما تفشت جائحة COVID-19. حققت صحافة البيانات قفزة هائلة خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 2008. عندما ظهرت صحافة البيانات، كان ينظر إليها على أنها أكثر موضوعية ودقة من الصحافة التقليدية. سبب رئيس لتحقيق الموضوعية والدقة في صحافة البيانات هي أنه يعتقد أن تقارير البيانات تستبعد قائمة التحيزات والآراء البشرية في الإبلاغ باستخدام الأرقام والتحليل الإحصائي<sup>(53)</sup>. ولقد كان موقع نيويورك تايمز New York Times من أوائل المواقع التي استخدمت الإنفوجرافيك في السرد القصصي منذ عام 2012 عندما قدمت تقريراً عن تساقط الثلج Snow Fall وقدمته من خلال الوسائط المتعددة والإنفوجرافيك لهذا المقال الطويل<sup>(54)</sup>.

### الإنفوجراف السياسي الرقمي Digital political info graphs:

يعتبر الإنفوجراف وسيلة جديدة لفهم ومناقشة السياسة، فهي تسهل الوصول إلى الخطاب السياسي ودمج البيانات السياسية والعناصر المرئية التي يتم استخدامها؛ مما يساعد على شرح وتبسيط القضايا السياسية المعقدة، ويشمل تحليل الإنفوجراف السياسي: الاستراتيجية السردية لهذه الرسوم البيانية، وتصور الطرق التي يتم من خلالها دعوة المستخدمين إلى التفاعل مع البيانات المرئية من خلال واجهات رقمية. بدأ الإنفوجراف في الظهور في السياق السياسي، وذلك في اتجاهين: في المعلومات التي تتعلق بالحكومة والسياسة، ومن اتجاه آخر فيما يتعلق بقوة الإرادة الشعبية. وفيما يخص الإنفوجراف السياسي الخاص بالدولة والحكومة فقد ظهر في القرن التاسع عشر في مجلس النواب الإنجليزي عندما قدم النواب أسباب انتشار أوبئة بين الجنود؛ وذلك بهدف نشر الوعي والعمل على الوصول لحل لهذه المشكلة. وفي أوائل القرن العشرين دخل الإنفوجراف العالم الصحفي من خلال تقديم خلاصة لأهم الأحداث الرئيسية. ولقد قسم إدوارد توفت (1983) Edward Tufte البيانات المقدمة من خلال الإنفوجراف إلى أربعة تصنيفات: البيانات الإحصائية والتي تقدم البيانات الكمية فقط، البيانات الخاصة بالخرائط: التي تربط البيانات الكمية بالمسافات، البيانات الوقتية: والتي تربط بين البيانات الكمية والتوقيت، والبيانات البينية التي تربط بين أكثر من متغير. ثم أضاف

كينيدي (2016) Kennedy إلى أنواع بيانات الإنفوجراف السياسي إلى أربعة أنواع أخرى، وهي: التخطيط النظيف: وهو الذي يتيح للقارئ المزيد من التعمق من خلال توضيح التعقيدات الموجودة في البيانات، التخطيط الذي يشمل وجهتي نظر: وهو الذي يقدم للقارئ عدة وجهات نظر بشكل حيادي ليترك له حرية اتخاذ القرار، التصميم الهندسي: الذي يساعد القارئ على فهم ما يحيط به من أحداث، التصميم الشامل: الذي يعمل على الشفافية ويقدم للقارئ كل الاشكال السابقة<sup>(55)</sup>، (وتم تطبيق هذه المتغيرات من خلال تحليل الإنفوجراف السياسي بمواقع العينة محل الدراسة).

#### الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية؛ وذلك من خلال محاولة هذه الدراسة الخروج بمؤشرات أساسية حول توظيف الإنفوجراف السياسي في المواقع الصحفية العربية والأجنبية محل الدراسة أثناء تغطيته للحرب في غزة. منهج الدراسة: استخدمت الباحثة منهج المسح، واعتمدت الدراسة في ذلك على منهج المسح بالعينة؛ وذلك ن خلال مسح الإنفوجراف السياسي المقدم في المواقع الصحفية محل الدراسة.

أسلوب المقارنة: وذلك لمقارنة بين مواقع الدراسة في توظيفها للإنفوجراف السياسي، ورصد أوجه التشابه والاختلاف فيما بينهم من حيث السياسة التحريرية.

#### تساؤلات الدراسة:

- ما أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الصحف العربية والأجنبية في توظيفها للإنفوجراف السياسي من حيث السياسة التحريرية؟
- ما الموضوعات التي اهتمت بها العينة عند تقديمها للإنفوجراف السياسي؟
- ما نوع الإنفوجراف السياسي المقدم في العينة من حيث التصميم والمحتوى؟
- ما العناصر المرئية التي قُدمت في الإنفوجراف السياسي محل الدراسة؟
- ما أهداف الإنفوجراف السياسي بالمواقع محل الدراسة؟
- ما النطاق الجغرافي للإنفوجراف السياسي محل الدراسة؟
- ما تقسيمات الإنفوجراف السياسي بمواقع العينة؟

**أدوات الدراسة:** تعتمد هذه الدراسة في جمع البيانات على أداة تحليل المضمون؛ من خلال التحليل الكمي للإنفوجراف المستخدم في مواقع العينة، وقد قامت الباحثة بتحديد فئات التحليل: التي تتضمن فئات المحتوى وفئات الشكل، وفئات المحتوى هي مضمون مادة التحليل والمعاني التي تنقلها الوسيلة: موضوع الإنفوجراف- أهداف الإنفوجراف- حجم المعلومات)، وأما فئات الشكل فتتمثل في (نوع الإنفوجراف- مصدر الإنفوجراف- تقسيمات الإنفوجراف)

**مجتمع الدراسة:** تمثل مجتمع الدراسة في الإنفوجراف السياسي المقدم من المواقع الصحفية العربية والأجنبية الذي قام بتغطية أخبار الحرب في غزة. **عينة الدراسة:** تم استخدام أسلوب الحصر الشامل للموضوعات التي وجدت فيه تمثيلاً لبحث الإنفوجراف السياسي المقدمة في مواقع الصحف محل الدراسة: موقع هآرتس الإسرائيلي، والقدس الفلسطيني، واليوم السابع المصري، ونيويورك تايمز الأمريكي.

<https://www.haaretz.com/> / موقع صحيفة هآرتس الإسرائيلية

<https://www.alquds.com/ar> / موقع صحيفة القدس الفلسطينية

<https://www.youm7.com> / موقع صحيفة اليوم السابع المصرية

<https://www.nytimes.com> / موقع صحيفة نيويورك تايمز

**العينة الزمنية** فترة التحليل تبدأ من 7 أكتوبر 2023 وهي بداية اشتعال الحرب على غزة، واستمر التحليل لمدة خمسة شهور حتى 7 فبراير 2024 وهي الفترة الأكثر نشراً لأخبار الحرب على غزة؛ مما قد يعطي مؤشرات لشكل الإنفوجراف السياسي الذي قدمته مواقع العينة عند وقت اندلاع الحرب وحتى نهاية وقت تحليل البحث.

#### **مبررات اختيار عينة الدراسة**

- تعد هذه المواقع نتيجة للدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة خلال شهر نوفمبر 2023 من أكثر المواقع التي توظف فن الإنفوجراف لتغطية تداعيات الحرب على غزة.

- تنوع أيديولوجية المواقع وسياستها التحريرية المعبرة عن الحرب على غزة والتي تشتمل على: المواقع التي تعبر عن طرفي النزاع (الفلسطيني والإسرائيلي) ومواقع مع وضد الحرب على غزة متمثلة في الموقع المصري والأمريكي.
- وعي مواقع تقديم أرشيف مجاني لأخبارها لسهولة الوصول إلى الأخبار محل الدراسة.
- وتعتبر فترة التحليل الزمنية للدراسة منذ بداية اندلاع الحرب على غزة وهي أكثر الفترات التي اهتمت المواقع الصحفية بتغطية أخبار الحرب بها، وهي تمثل أكثر الفترات كثافة في نشر أخبار الحرب ومن ثم تقديم الإنفوجراف السياسي.
- وحدة التحليل: تم استخدام الوحدة الطبيعية للفن الإعلامي وهو في هذا البحث الإنفوجراف المستخدم في العينة محل الدراسة.
- التعريفات الإجرائية الخاصة باستمارة التحليل:  
 الإنفوجراف السياسي: هو فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم السياسية المعقدة إلى صور ورسوم يسهل فهمها واستيعابها بوضوح من قبل الجمهور.
- 1- الموضوعات التي تناولها الإنفوجراف السياسي محل الدراسة: المحور الأمني- السياسي- الاقتصادي- الاجتماعي.
- 2- أهداف الإنفوجراف السياسي: الإخبار ونشر المعلومات- الرد على الشائعات- تقديم النصيحة- التأييد ودعم القرارات- إظهار روابط وعلاقات.
- 3- النطاق الجغرافي للإنفوجراف السياسي: غزة- الضفة الغربية- إسرائيل- أمريكا- مصر- دول عربية- أخرى تذكر.
- 4- نوع الإنفوجراف:  
 - من حيث التصميم:  
 - ثابت: هي تصاميم ثابتة تتضمن معلومات عن موضوع معين في شكل صور ورسومات.

- **الإنفوجراف المتحرك:** وهو تصميم للبيانات تعمل على تقديم معلومات متكاملة من استخدام الوسائط المتعددة: مثل الصوت والرسالة التي يراد توصيلها إلى الجمهور المستهدف. والحركة، والجمع بين أكثر من عنصر.
- **الإنفوجراف التفاعلي:** هو تصميم يسمح بإمكانية تفاعل المستخدم مع الرسم بحيث يتحكم في الرسم ويختار نافذة العرض ويقوم بتغيير الشكل والألوان.
- **أنواع الإنفوجراف السياسي من حيث المحتوى:**
- **البيانات الإحصائية:** والتي تقدم البيانات الكمية فقط.
- **البيانات الخاصة بالخرائط:** التي تربط البيانات الكمية بالمسافات.
- **البيانات الوقتية:** والتي تربط بين البيانات الكمية والتوقيت.
- **البيانات البينية التي تربط بين أكثر من متغير.**
- **التخطيط النظيف:** وهو الذي يتيح للقارئ المزيد من التعمق من خلال توضيح التعقيدات الموجودة في البيانات.
- **التخطيط الذي يشمل وجهتي نظر:** وهو الذي يقدم للقارئ عدة وجهات نظر بشكل حيادي ليترك له حرية اتخاذ القرار.
- **التصميم الهندسي:** الذي يساعد القارئ على فهم ما يحيط به من أحداث.
- **التصميم الشامل:** الذي يعمل على الشفافية ويقدم للقارئ كل الأشكال السابقة.
- **5- تحليل العناصر المرئية بالإنفوجراف السياسي:**
- **استخدام اللون:** لونين أو أكثر من لونين.
- **نوع العناوين:** الرئيسية- الفرعية.
- **مدى تماسك التصميم:** التصميم المتماسك: وهو الذي يعرض الموضوع بشكل متسلسل ومتربط الأجزاء، التصميم غير المتماسك: وهو الذي تكون بياناته ومعلوماته غير كافية.
- **تنوع الرسومات ما بين:** خرائط البيانات والتي تعمل على إيجاد علاقات من خلال الربط بين البيانات والعناصر المرئية. **التعبير الرمزي** والذي يشمل الرموز الذي

تظهر في التعبير الكامل عن العناصر المرئية مثل اللون، الصور الرسومية، والرسوم المتحركة. الرسوم والخرائط: وهي الرسوم اليدوية والإلكترونية، والأشكال الهندسية، والخرائط، والأسهم.

- أنواع الصور: من حيث الموضوع: موضوعية- شخصية- جمالية، من حيث مساحة الصورة: صغيرة- متوسطة- كبيرة.

- أنماط عرض البيانات: نص فقط- نص وعناصر مصورة- عناصر مصورة فقط.

6- تحليل المعلومات بالإنفوجراف السياسي:

- جمل المعلومات: قصيرة- متوسطة- طويلة.

- الفنون الصحفية المصاحبة للإنفوجراف: الخبر- القصة الخيرية- التقرير- التحقيق الصحفي- الحوار- المقال- شكل مستقل.

- مصادر المعلومات: رسمية- إعلامية، وعن هوية المصادر: أجنبية- عربية.

7- تقسيمات الإنفوجراف السياسي: تم تقسيم البيانات المقدمة فيه على أساس ثلاثة أسئلة:

- What ماذا إلى: ما القضية والموضوع التي ركز عليها الإنفوجراف؟

1- حزم المعلومات Information Packets: والتي تعمل على تقديم

الأحداث من خلال معلومات كمية في شكل العناصر المرئية البسيطة، تقوم بشرح البيانات بدون أي تفسيرات أخرى وبدون ربطها بأي معلومات خارج الرسم البياني.

2- الإنفوجراف فئة الأسعار المدفوعة Prices paid category التي يقدم

فيها نتائج السياسات أو العمليات التاريخية الجارية أو التي تحدث في الماضي، وهي تحمل القناعات العاطفية والسياسية تجاه الأحداث. وغالباً ما تتضمن معالجة البيانات في هذه الرسوم والعناصر المرئية: بيانات مرئية متعددة والتي تميل إلى شرح النص وطرح مسبباته، وعادة ما تستخدم أيضاً عناصر مرئية عاطفية مسببة للدراما معظمها صور بشرية في ظروف قاسية.



3- العواقب المتوقعة Expected consequences يوجد تشابه بينها وبين الأسعار المدفوعة في أنها تقدم عناصر مرئية عاطفية، ومع ذلك، تختلف في منظورها الزمني، حيث يعرض هذا النوع من المعلومات توقعات العواقب المستقبلية لحدث أو سياسة أو قرار.

- وتم تقسيم سؤال من who من الشخصية الفاعلة في الإنفوجراف؟ الذي يشمل أفراد أو مجموعات من نفس الطرف أو من أطراف متصارعة، والتي تم تقسيمها إلى:

1- رسوم سباق الخيل وهي التي تركز على الشخصيات السياسية المشهورة، حيث تساعد القراء على التعرف على السياق الثقافي.

2- رسوم النجوم فهي التي تركز على شخصيات من العامة غير معروفة، وهي تعتمد بشكل كبير على الزمان وخاصة في عرض إنجازات هذه الشخصيات في رسم بياني وفقاً للتسلسل الزمني.

- سؤال كيف How كيف تعمل العمليات السياسية؟ عن كيفية معالجة وترتيب واستمرار الحدث في هذه الفئة، تستكشف التصورات الأعمال الداخلية للعمليات السياسية من خلال نهجين:

1- الرسوم البيانية التشريرية: بتشرح العملية السياسية وفقاً لمكوناتها، وتبسط الضوء على العلاقة بين الحقائق والأحداث والتأثير، ويعتمد على الأفكار والبيانات العددية والكمية المتعلقة بهذه القضية السياسية.

2- الرسوم البيانية الزمنية: تكشف الأحداث بمرور الوقت، والتي قد تؤدي إلى نشر أفكار مغالطة؛ لأنه ليس بالضرورة أن تكون الأحداث السابقة لحدث ما هي المتسببة فيها.

منهجية قياس متغيرات الدراسة وحساب اتساق وثبات مقاييس الدراسة:

تم اختبار صلاحية استمارة تحليل المضمون في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات، وذلك على النحو التالي:

**الصدق:** استخدمت الباحثة طريقة الصدق الظاهري للوصول إلى صدق استمارة تحليل المضمون؛ وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين<sup>(1)</sup>؛ للتعرف على مدى ملاءمتها لتحقيق أهداف البحث ومدى صلاحيتها لقياس متغيراته، وعملت الباحثة على القيام بإجراء التعديلات التي أبداهها المحكمون على استمارة التحليل.

**الثبات:** قامت الباحثة بتعريف فئات التحليل وشرح وحدات التحليل لمحلل آخر<sup>(2)</sup>، والذي قام بتحليل عينة بلغت 10% من مجموع المواد التي خضعت للتحليل وسبق للباحثة أن قامت بتحليلها، واعتمدت الباحثة على معادلة هولستي من أجل اختبار الثبات والوصول إلى درجة الاتساق في التحليل وبلغ معامل الثبات في الدراسة 94%.

### نتائج الدراسة:

#### جدول (1)

#### أهداف الإنفوجراف السياسي محل الدراسة

الإجمالي	New York Times		اليوم السابع		القدس		موقع هارتس		أهداف الإنفوجراف	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
65.7	943	49.2	336	93.2	289	93.4	171	83	147	الإخبار ونشر المعلومات
7.1	97	12.4	85	2.9	9			1.6	3	الرد على الشائعات
18.7	253	34.16	233	0.3	1			10.16	19	التأييد ودعم القرارات
4.3	59	4.1	28	3.5	11	6.5	12	4.5	8	إظهار روابط وعلاقات
٪100	1352	٪100	682	٪100	310	٪100	183	٪100	177	الإجمالي

- يوضح الجدول السابق أهداف الإنفوجراف السياسي محل الدراسة؛ حيث نجد أنه

<sup>1</sup> - بالترتيب الأبجدي لأسماء الأساتذة المحكمين:

1- أ. د/ دينا أبو زيد أستاذ الإعلام بكلية الإعلام- جامعة عين شمس.

2- أ. د/ سلوى سليمان أستاذ الإعلام بكلية الإعلام- جامعة عين شمس

3- د/ عبد العزيز قبلان مدرس الإحصاء بكلية الإعلام- جامعة دمشق.

<sup>2</sup> - د/ مريم عادل: مدرس الصحافة بقسم الصحافة الإخبارية بكلية الإعلام- جامعة عين شمس.

في موقع هآرتس يغلب هدف الإخبار ونشر المعلومات بنسبة 83%، وفي موقع القدس بنسبة أعلى وصلت إلى 93%، ويتفق معها موقع اليوم السابع؛ إذ هدف إلى تقديم الأخبار ونشر المعلومات بنسبة 93% أيضاً، بينما نجد موقع نيويورك تايمز يهدف إلى الإخبار فقط بنسبة 49% بمثابة نصف العينة، ويظهر هدف آخر للإنفوجراف بالموقع الأمريكي يصل إلى 34% من العينة وهو التأييد ودعم القرارات (والتي في هذه الحالة تأييد أمريكي لكل القرارات والممارسات الإسرائيلية في الحرب على غزة). ونجد بشكل إجمالي أنه اتفقت المواقع الأربعة على أن النسبة الغالبة من الإنفوجراف السياسي المقدم بها يهدف إلى الإخبار ونشر المعلومات بنسبة 66% تقريباً، يليها التأييد ودعم القرارات بنسبة 19% تقريباً، وأخيراً الرد على الشائعات بنسبة 7%. وبهذا الشكل يظهر تأثير السياسة التحريرية للمواقع بشكل واضح؛ فبينما أصحاب أرض الحرب (موقع هآرتس وموقع القدس) يهدف إلى الإخبار وتوصيل المعلومات (كل وفقاً لمنظوره) نجد أيضاً الموقع المصري يقدم الأخبار بدون تدخل منه بشكل موضوعي، بينما الموقف الأمريكي يظهر هدف التأييد ودعم القرارات والذي يعمل على تكوين رأي عام يتماشى مع موقف السياسة الأمريكية تجاه الحرب على غزة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة منى محمد الطوخى (2021) التي أكدت على أن أغلب العينة في المواقع الصحفية كانت لعرض البيانات فقط، وأيضاً تتفق مع دراسة (Stephanie Dailey and others (2022) التي أكدت على أن الهدف الغالب بمواقع الصحف الأمريكية كان توصيل المعلومات حول التخطيط والتقييم والمخاطر، واتفقت أيضاً مع دراسة (Adi and D. Setiautami (2021) وأيضاً دراسة وفاء جمال درويش (2021) وأيضاً دراسة سهام حسن على (2017) التي أكدت على أن أهم أهداف العينة تمثل في توصيل المعلومات ونشر الوعي، وأيضاً اتفقت مع دراسة سحر محمد أحمد (2022) التي أكدت على أنه جاءت الوظيفة الإخبارية في المرتبة الأولى للإنفوجراف محل الدراسة، واتفقت أيضاً مع دراسة رالا أحمد محمد (2021) التي أكدت على أنه جاءت وظيفة التوجيه والإرشاد في المرتبة الأولى. واتفقت معها أيضاً دراسة ولاء محمد أحمد (2021) التي استخلصت أن أهم أهداف الإنفوجراف بالعينة نشر الإحصاءات والتوعية بطرق الوقاية، بينما

اختلفت مع دراسة محمد عبد الحميد أحمد (2020) التي أكدت على أن أهداف الإنفوجراف المستخدم في صحف العينة في التوعية والوقاية ثم الإخبار والإحاطة. واختلفت أيضاً مع دراسة Florian Stalph and Bahareh Heravi (2021) التي أكدت على أن العينة تسعى إلى تقديم المشكلة وتسعى إلى حلها. وأيضاً دراسة Jiahui Liu (2021) التي هدفت إلى تحليل البيانات وليس تقديمها فقط.

## جدول (2)

## موضوعات الإنفوجراف السياسي محل الدراسة

الإجمالي		New York Times		اليوم السابع		القدس		هآرتس		الموضوعات بالإنفوجراف السياسي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1.5	12	1.3	9	0.6	2	5.4	10	-	-	التوغل في غزة
4.2	58	1.3	9	0.3	1	26.2	48	-	-	اعتقالات وقتل في الضفة الغربية
1.9	26	0.4	3	3	1	4.3	8	7.9	14	مقتل الجنود في إسرائيل
1.9	21	3	21	-	-	0.5	1	2.2	4	قادة حماس
0.7	10	-	-	-	-	5.4	10	-	-	تشجيع جنائمين الشهداء
3.1	43	0.5	4	10.3	32	-	-	3.9	7	انقسام في الحكومة الإسرائيلية
13.9	188	10.8	74	24.1	75	1.6	3	20.3	36	مظاهرات ضد الحرب
0.8	11	1.1	8	0.9	3			-	-	دور مصر
3.7	51	3.2	22	3.8	12	7.6	14	1.6	3	المساعدات
2.5	35	4.1	28	1.2	4	0.5	1	1.1	2	تهجير أهل غزة
4.9	67	4.8	33	3.5	11			12.9	23	تأييد للحرب
21.9	297	22.4	153	18.7	58	28.9	53	18.6	33	التدمير والقتل في غزة
0.5	8	1.1	8		--	-	-	-	-	إخفاق الدفاع الإسرائيلي
2.1	29	1	7	5.1	16	1.6	3	1.6	3	معاونة أطفال غزة
0.2	4	-	-	-	-	2.1	4	-	-	الأسرى الفلسطينيين
10.6	144	17.3	118	-	-	2.1	4	12.4	22	المحتجزون الإسرائيليون

الإجمالي		New York Times		اليوم السابع		القدس		هآرتس		الموضوعات بالإنفوجراف السياسي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2.5	35	3	21	1.9	6	3.2	6	1.1	2	محاكمة إسرائيل
1.6	22	1.4	10	1.6	5	-	-	3.9	7	ما بعد الحرب
0.2	4	0.2	2	0.3	1	-	-	0.5	1	هروب الإسرائيليين من الحرب
1.3	18	0.7	5	3.2	10	-	-	1.6	3	آثار الحرب على اليهود
7.8	106	14	96	0.6	2	2.7	5	1.6	3	هجوم حماس والقسام
0.5	8	0.2	2	0.3	1	-	-	2.8	5	تغطية الإعلام للحرب
0.5	8	0.4	3	1.6	5	-	-	-	-	انتشار الحرب
0.2	3	0.1	1	-	-	1	2	-	-	إعمار غزة
0.1	2	-	-	-	-	1	2	-	-	انتشار الأمراض في غزة
0.7	10	-	-	3.2	10	-	-	-	-	خلافات بايدن ونتنياهو
2.3	32	4.6	32	-	-	-	-	-	-	اكتشاف أنفاق حماس
0.2	4	0.5	4	-	-	-	-	-	-	حماية المدنيين
0.2	3	-	-	0.3	1	1	2	-	-	عقوبات على حماس
5.7	78	1.3	9	17	53	3.8	7	5	9	آثار الحرب الاقتصادية
%100	1352	%100	682	%100	310	%100	183	%100	177	الإجمالي

يوضح الجدول السابق الموضوعات التي ظهرت بالإنفوجراف السياسي بمواقع العينة؛ حيث نجد أكثر الموضوعات التي قدمها موقع هآرتس كانت حول معارضة الحرب؛ من خلال المظاهرات المناهضة للحرب سواء في أمريكا أو في الدول الأوروبية ومظاهرات أسر الرهائن الإسرائيلية، يليها بنسبة قليلة بنسبة 19% تقريباً الإنفوجراف حول موضوع القتل و التدمير في غزة، يليها الإنفوجراف المؤيد للحرب من تأييد أمريكي وأوروبي ودول كثيرة تدعم الحرب وتدافع عن حق إسرائيل بنسبة 13% تقريباً، يليه الإنفوجراف حول المحتجزين والرهائن الإسرائيليين بنسبة 12%، يليها الإنفوجراف حول مقتل الجنود الإسرائيليين في غزة بنسبة 8% تقريباً، يليها موضوعات تتعلق بآثار الحرب على

الاقتصاد الإسرائيلي بنسبة 5%، وبذلك يلاحظ تركيز الموقع الإسرائيلي بنسبة غالبية تصل إلى 38% بمصالحها في هذه الحرب من خلال عرض منطقي للإنفوجراف، حيث يشمل: انتصاراتها في الحرب (من وجهة نظرها) من خلال رصد عدد القتلى في صفوف المدنيين الفلسطينيين، وأيضاً تؤكد على صحة قراراتها تجاه الحرب من خلال تقديم التأييد الدولي لممارساتها في غزة، ويقدم أسباب هذا التأييد من خلال التعاطف مع حالات وأخبار المحتجزين وأهاليهم هذا من جهة، ومن أخبار القتلى في صفوف جنوده وأيضاً نتيجة لكل هذا تأثر الاقتصاد الإسرائيلي بالسلب من هذه الحرب من جهة أخرى. وفي المقابل يلاحظ أنه توجد موضوعات لم تتناولها على الإطلاق (بينما نجدها في بقية المواقع؛ مما يظهر إصرار السياسة التحريرية للموقع على التعقيم لمثل هذه الموضوعات) على رأسها: التوغل في غزة والاعتقالات والقتل في الضفة الغربية، ودور مصر المساند لفلسطين، وعن إخفاق الدفاع الإسرائيلي عند هجوم حماس يوم 7 أكتوبر، وعن الأسرى الفلسطينيين منذ بداية الحرب، وعن الأضرار التي لحقت غزة من انتشار الأمراض، وانتشار الحرب في لبنان وسوريا، وعن أخبار عن إعمار غزة، وحماية المدنيين، والخلافات بين الرئيس بايدن ونتنياهو؛ مما يوضح دور السياسة التحريرية بموقع هآرتس في تحسين صورة إسرائيل في هذه الحرب وإخفاء كل ما يمكنه تشويه هذه الصورة حتى لو كانت أخبار واضحة للعيان وتم نشرها في بقية المواقع في ذات التوقيت. وأما موقع القدس فنجد أن أكثر الموضوعات التي تناولها في الإنفوجراف محل الدراسة كانت: عن القتل والتدمير في غزة بنسبة 29% تقريباً أي ما يقرب من ثلث العينة؛ مما يشير إلى دور موقع فلسطين للتركيز على معاناة الشعب الفلسطيني جراء هذه الحرب، ثم تأتي في المرتبة الثانية موضوعات الاعتقالات والقتل في الضفة الغربية بنسبة 26% من العينة لتوضح أنها تكشف ممارسات إسرائيل ليس فقط في أماكن تواجد حماس كما تزعم، ولكن أيضاً في الضفة الغربية، يليها موضوعات المساعدات التي تقدم لشعب غزة في هذه الحرب بنسبة 8% تقريباً، يليها موضوعات: تشييع جثامين شهداء غزة أيضاً التوغل في غزة بنسبة 5% لكل منهما (ومن الملاحظ اختفاء هذين الموضوعين تماماً في الموقع الإسرائيلي)، يليها بنسبة 4% تقريباً عن آثار الحرب الاقتصادية على إسرائيل، وأخيراً بنسبة 3% عن محاكمة إسرائيل في محكمة العدل الدولية. ومما سبق يمكن أن نلاحظ تركيز موقع القدس الفلسطيني على نقل أخبار الحرب وتداعيتها في فلسطين بنسبة

65%، والتي تشمل القتل، والاعتقالات، وتشجيع الجثامين، والتوغل في غزة والضفة الغربية، وتركز أيضاً على نتائج هذه الحرب من: احتياج الشعب الفلسطيني للمساعدات، وآثار الحرب الاقتصادية ومحاكمة إسرائيل. وهنا تظهر السياسة التحريرية لموقع القدس الذي يسعى بشكل واضح للرد على الشائعات التي تقلل من معاناة الشعب الفلسطيني وتعطي الحق للطرف الآخر من القيام بممارسات العنف ضده، وذلك من خلال نقله لصور الواقع والتركيز على الآثار السلبية الكبيرة للحرب على المدنيين. ثم نجد موقع اليوم السابع المصري الذي يتفق مع موقع هآرتس في أن أكثر الموضوعات التي قدمها هي معارضة الحرب بنسبة 24% (والتي قد تعتبر في الموقع المصري لها مبرر منطقي لمساندة مصر للشعب الفلسطيني ووقوفها ضد الحرب والعنف على غزة، ولكن إن وجدت في الموقع الإسرائيلي فهي فقط لعدم قدرته إخفاء المظاهرات التي تقدم داخل وخارج إسرائيل داعية لوقف الحرب)، يلي هذا الموضوع التدمير والقتل في غزة والذي أسند له الموقع المصري 19% تقريباً من العينة، يليها موضوعات آثار الحرب على الاقتصاد الإسرائيلي، يليها أخبار الانقسامات في الحكومة الإسرائيلية حول الحرب بنسبة 10%، يليها موضوعات المساعدات المقدمة لقطاع غزة بنسبة 4% تقريباً، يليها موضوعات تأييد استمرار الحرب والعنف في غزة بنسبة 3,5%، يليها بنفس النسبة 3% موضع كل من: خلافات الرئيس بايدن ونتنياهو وآثار الحرب على نفسية اليهود؛ مما يوضح السياسة التحريرية للموقع المصري من خلال تركيزه على موقفه ضد الحرب، ويبرر هذا الموقف من خلال عرضه بشكل منطقي لآثار هذه الحرب على كافة الأصعدة: سواء على غزة، أو على الاقتصاد الإسرائيلي والاحتياج للمساعدات في قطاع غزة نتيجة لهذه الحرب، وعن دور مصر في هذه المساعدات، والرد على شائعات الطرف الإسرائيلي بإغلاق مصر لمعبر رفح أمام المساعدات، وأيضاً عن آثار الحرب داخل الحكومة الإسرائيلية وحتى في نفسية اليهود. وفي المقابل نجد موقع نيويورك تايمز الأمريكي اتفق مع الموقع الفلسطيني في التركيز على موضوع التدمير والقتل في غزة في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 22%، يليها موضوع المحتجزين في إسرائيل بنسبة 17%، يليها هجوم حماس والقسام على إسرائيل بنسبة 14%، وهي أكثر المواقع التي ركزت على هذا الموضوع في العينة، يليها موضوع المظاهرات المعارضة للحرب والتي كانت في ولايات أمريكا المختلفة والدول الأوروبية والعربية بنسبة 11% تقريباً، يليها موضوعات التأييد للحرب كرد للموضوعات السابقة بنسبة 5%

تقريباً، يليها اكتشاف الأنفاق في حماس بنسبة 5% تقريباً، يليها موضوع تهجير أهل غزة بنسبة 4%، يليها بنفس النسبة موضوعات عن قادة حماس وتقديم المساعدات لقطاع غزة بنسبة 3%، ومما سبق يتضح أن السياسة التحريرية للموقع الأمريكي ركزت على تقديم واقع التدمير والقتل في غزة، ولكنها ركزت بشكل كبير وصل إلى 51% من العينة التي قدمها الموقع حول أسباب ومبررات هذه الحرب؛ حيث قدمت لقرائها أن سبب الحرب هو: المحتجزين الإسرائيليين وهجوم حماس واكتشاف أنفاق حماس في غزة وقادة حماس؛ وذلك يعتبر سبب تأييدها لاستمرار هذه الحرب، ولكن في المقابل - لتظهر مدى الموضوعية - قدمت موضوعات المظاهرات المعارضة للحرب وموقفها من تهجير أهل غزة والمساعدات المقدمة لهم. وبشكل إجمالي نجد أن أكثر الموضوعات التي تناولتها المواقع الصحفية الأربعة خلال الفترة الزمنية للتحليل تمثلت في: القتل والتدمير في غزة بنسبة 22% تقريباً، يليها موضوعات مظاهرات ضد الحرب بنسبة 14%، يليها موضوعات المحتجزين الإسرائيليين بنسبة 11% تقريباً، يليها هجوم حماس والقسام بنسبة 8% تقريباً، يليها آثار الحرب الاقتصادية على إسرائيل بنسبة 6% تقريباً، يليها موضوعات تأييد الحرب بنسبة 5% تقريباً، ومما سبق نجد أن المواقع الأربعة اهتمت بتقديم شكل التدمير والقتل في قطاع غزة (بنسبة متفاوتة)، ولكنها في النهاية لم تستطع أن تخفى الواقع، ولكنها قدمت أسباب هذه الحرب من المحتجزين وهجوم حماس، وأيضاً أظهرت موقف الدول من هذه الحرب من معارضة وتأييد وآثارها. وبالطبع غلبت الموضوعات السياسية لتغطية الحرب عن أي موضوعات أخرى، وهي بذلك اتفقت مع دراسة كل من جواد راغب أيوب (2018) ودراسة محمد عثمان حسن (2018) و(Florian Stalph) (2018) ودراسة سري محمد شطناوي (2019) التي أكدت جميعها على أن الموضوعات السياسية تأتي في المرتبة الأولى، ولكن اختلفت مع دراسة كل من: رالا أحمد محمد (2021) ودراسة إيمان طارق إمام (2021) ودراسة بسام عطية محمد (2021) التي أكدت جميعها أن في عينتها حول موضوعات الإنفوجراف كانت في المرتبة الأولى ركزت على الموضوعات الاقتصادية. وأيضاً تتعارض مع دراسة لجين بنت محمد بن على أحمد (2018) ودراسة أيمن محمد إبراهيم (2019) ودراسة سهام حسن على (2017) التي أكدت على أن أكثر الموضوعات التي استخدمت الإنفوجرافيك هي الموضوعات الاجتماعية. واختلفت مع دراسة محمد عبد الحميد أحمد (2020) التي أكدت على أن قرارات الحكومة في



أولويات موضوعات الإنفوجراف في العينة. وأيضاً اختلفت مع دراسة سحر محمد أحمد (2022) التي توصلت إلى أن القضايا الصحية جاءت في المرتبة الأولى.

جدول (3)

النطاق الجغرافي بالإنفوجراف السياسي محل الدراسة

الإجمالي		New York Times		اليوم السابع		القدس		موقع هارتس		النطاق الجغرافي بالإنفوجراف
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
49.3	667	53.8	367	32.5	101	67.7	124	42.3	75	غزة
4.5	61	29.3	6	0.3	1	29.5	54	-	-	الضفة الغربية
24.9	337	29.3	200	28.3	88	0.5	1	27.1	48	إسرائيل
2.3	32	1.6	11	6.4	20	0.5	1	-	-	مصر
14.6	198	12.9	88	21.9	68	0.5	1	23.1	41	أمريكا
0.2	4	0.1	1	0.9	3	-	-	-	-	الأردن
0.07	1	-	-	-	-	-	-	5	1	سوريا
0.5	7	1	7	-	-	-	-	-	-	الصين
0.1	2	-	-	-	-	-	-	1.1	2	الهند
0.1	2	0.1	1	-	-	0.5	1	-	-	تركيا
1.9	26	2.7	19	1.9	6	0.5	1	-	-	جنوب أفريقيا
0.07	1	-	-	-	-	-	-	0.5	1	كندا
0.07	1	-	-	-	-	-	-	0.5	1	إيران
2.3	32	0.1	1	7.4	23	-	-	4.5	8	دول أوروبية
%100	1352	%100	682	%100	310	%100	183	%100	177	الإجمالي

يوضح الجدول السابق النطاق الجغرافي للإنفوجراف محل الدراسة؛ فنجد في موقع هارتس ركز على غزة بنسبة 42٪، يليها إسرائيل بنسبة 27٪، يليها أمريكا بنسبة 23٪، ثم الدول الأوروبية بنسبة 4،5٪؛ مما يعكس تركيزها على موضوعات القتل والتدمير في غزة ونشر انتصاراتها (من وجهة نظرها) للعالم ثم التركيز على أسباب وآثار هذه الحرب في إسرائيل، ثم تقديم موقف الحلفاء متمثلاً في أمريكا والدول الأوروبية، ومن الملاحظ إخفاء تماماً للإنفوجراف الواقع في الضفة الغربية ولموقف الدول العربية وخاصة مصر والأردن، مع وجود أخبار تتعلق بهما في هذه الفترة إلا أنه لم يذكرها إطلاقاً. وأما موقع القدس الفلسطيني فنجد ركز على غزة بالطبع بنسبة تفوق الموقع الإسرائيلي وصلت

إلى 68% تقريباً، إذ قاربت على ثلثي العينة. يليها الضفة الغربية بنسبة 29,5%؛ مما يوضح أنه تقريباً 97,5% من العينة ركزت فقط على الدولة الفلسطينية ومعاناة الشعب في الضفة وغزة، واختفت بقية الدول من الإنفوجراف أو ظهرت مرة واحدة فقط؛ مما قد يكون تفسيره أنها بالطبع الدولة الواقعة تحت الحرب، فلن تعمل على إلقاء الضوء إلا على تداعيات هذه الحرب لديها ونشر الأخبار من قلب الحدث، وللدرد على الشائعات والأكاذيب الواردة في الوسائل الإعلامية الأخرى. أما الموقع المصري اليوم السابع فركز على الإنفوجراف الواقع في غزة بنسبة 32,5%، يليها إسرائيل بنسبة 28%، يليها الموضوعات الواردة في أمريكا بنسبة 22% تقريباً، يليها الموضوعات التي تتعلق بموقف مصر بنسبة 6% (وهي أكثر المواقع التي ذكرت الدور المصري؛ وهذا مبرر باعتباره الموقع المصري الذي يعرض وجهة النظر المصرية تجاه الحرب على غزة). ومن الملاحظ توزيع الموقع المصري لاهتمامه على غزة وإسرائيل طرفي الصراع، ثم تناول دور أمريكا وموقفها من الحرب، ثم قدم في النهاية دوره؛ مما يوضح مدى موضوعية الموقع المصري من عدم تهويل الدور المصري والمبالغة فيه مقارنة بتغطية أخبار الحرب في الإنفوجراف. وأخيراً الموقع الأمريكي فنجد أيضاً ركز على الإنفوجراف الواقع في غزة بنسبة 54% تقريباً، يليه الإنفوجراف في إسرائيل بنسبة 29%، يليه الإنفوجراف من أمريكا بنسبة 13% تقريباً، وأخيراً الإنفوجراف من جنوب أفريقيا (فيما يخص محاكمة إسرائيل) بنسبة 3% تقريباً؛ مما يوضح بالطبع أن السياسة التحريرية بالموقع الأمريكي اهتمت بالأحداث في غزة تقريباً نصف العينة، ولكنها ركزت بعد ذلك على حليفها إسرائيل وعلى الموضوعات التي تتعلق بها في الحرب. وبإجمالي مواقع العينة نجد إجماعاً بين الأربعة مواقع بالاهتمام بالإنفوجراف الواقع في غزة بنسبة 49%؛ وبالطبع لأنها المكان الواقع عليه الحرب، والتي قد تختلف من موقع لموقع، حيث نجد بالترتيب: الموقع الفلسطيني في الصدارة، يليه الموقع الأمريكي، ثم الموقع الإسرائيلي، ثم الموقع المصري. ويلى ذلك الإنفوجراف الواقع في إسرائيل بنسبة 25% تقريباً والذي أيضاً ظهر في المواقع بالترتيب التالي: الموقع الأمريكي، ثم اليوم السابع، ثم هآرتس، ثم القدس؛ مما يوضح مدى اهتمام كل موقع بإظهار الطرف الآخر في الحرب. ثم يأتي الإنفوجراف الواقع في أمريكا بنسبة 15% تقريباً؛ مما يوضح اتفاق المواقع الأربعة في إظهار دور أمريكا في هذه الحرب. وجاءت أمريكا في المواقع بالترتيب التالي: هآرتس، ثم اليوم السابع، ثم نيويورك تايمز، ثم القدس. وتتفق مع نوع الإنفوجراف الثابت في أغلبية العينة دراسة وفاق حافظ بركم (2021)

ودراسة آلاء مهدي حماد (2021) ودراسة راندا محمد مصطفى وآخرين (2022) ودراسة نعمة عبد الرحيم محمد (2018) ودراسة رالا أحمد محمد (2021) ودراسة منى محمد الطوخي (2021) ودراسة Newly Paul and Gwendolyn Nisbett (2022) ودراسة بسام عطية محمد (2021) ودراسة Florian Stalph (2018) التي أكدت على أنه افتقرت التغطية النوع التفاعلي في الإنفوجراف. وأيضاً اختلفت مع دراسة Stephanie Dailey and others (2022) ودراسة Iuliia Alieva (2017) التي أكدت على غلبة نوع الإنفوجراف السردى في المواقع الأمريكية، وهو نوع لم يقدم في العينة محل الدراسة.

#### جدول (4)

##### نوع الإنفوجراف السياسى محل الدراسة

الإجمالى		New York Times		اليوم السابع		القدس		موقع هآرتس		نوع الإنفوجراف السياسى	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
95.7	1297	92.5	631	100	310	100	183	97.7	173	إنفوجراف ثابت	من حيث التصميم
4	55	7.4	51	-	-	-	-	2.2	4	إنفوجراف متحرك	
66.1	895	70	478	78.3	243	46.9	86	49.7	88	البيانات الإحصائية	من حيث المحتوى
2.8	38	-	-	-	-	20.2	37	0.5	1	بيانات الخرائط	
22.4	304	19.4	132	21.6	67	32.7	60	25.4	45	البيانات الوقتية	
1.7	23	-	-	-	-	-	-	12.9	23	التخطيط النظيف	
6.2	84	10.6	72	-	-	-	-	6.7	12	الذي يشمل وجهتى نظر	
0.07	1	-	-	-	-	-	-	0.5	1	التصميم الهندسى	
0.5	7	-	-	-	-	-	-	3.9	7	التصميم الشامل	
%100	1352	%100	682	%100	310	%100	183	%100	177	الإجمالى	

يوضح الجدول السابق نوع الإنفوجراف من حيث التصميم فنجد اتفاق العينة على تقديم الإنفوجراف الثابت بشكل كبير؛ حيث نجد في موقع هآرتس بنسبة 98% تقريباً والقدس واليوم السابع بنسبة 100%، ونيويورك تايمز بنسبة 92.5%، ولم يظهر الإنفوجراف المتحرك سوى في نيويورك تايمز بنسبة 7%، وأما الإنفوجراف التفاعلي فلم يظهر في أي من المواقع الأربعة محل الدراسة، ولذا تم حذفه من فئات الجدول. ومما سبق نجد اتفاق مواقع العينة على تقديم الإنفوجراف الثابت بنسبة 96% تقريباً من إجمالي العينة، مقابل 4% فقط من الإنفوجراف المتحرك؛ مما قد يفسر بسرعة تغطية أخبار الحرب على غزة، وسهولة الإنفوجراف الثابت في تصميمه؛ مما جعل مواقع العينة تقوم باختياره بدلاً من الإنفوجراف المتحرك والتفاعلي في مقابل تحقيق سبق في التغطية الصحفية للحرب.

أما من حيث المحتوى نجد في موقع هآرتس الإسرائيلي ركزت 50% من العينة تقريباً على تقديم البيانات الإحصائية في الإنفوجراف (خاصة أرقام الجنود الإسرائيليين الذين قُتلوا، أو أعداد المحتجزين، أو إحصاءات الآثار الاقتصادية على إسرائيل)، يليها 25% من العينة ركزت على البيانات الوقتية والتي تربط البيانات الكمية بالتوقيت وتقدم توقعات الأحداث بشكل متسلسل (وهو مناسب لوضع الحرب لإثبات كل فعل ورد فعله وتوقيته)، ويليها بنسبة 13% تقريباً التخطيط التنظيمي الذي يسعى إلى توضيح التعقيدات الموجودة في البيانات من خلال تفسيرها وإعطائها المبررات، يليها المحتوى الذي يشمل وجهتي نظر، والذي تقدم فيه آراء مركزة على التصور الأمريكي والإسرائيلي للحرب. وقدمت 4% تقريباً من العينة للتصميم الشامل الذي قدم البيانات والتوقيت ووجهات النظر المختلفة وهو الموقع الوحيد الذي يحسب له استخدام هذا النوع من الإنفوجراف. ومما سبق نجد أن السياسة التحريرية للموقع الإسرائيلي ركزت على تقديم البيانات بتوقعياتها لتظهر للعالم كيفية الهجوم على المستوطنات يوم 7 أكتوبر والخسائر في صفوف القوات الإسرائيلية هذا من جهة، وركزت على تقديم وجهتي النظر حول الحرب وبالطبع تغاقلت عن وجهة النظر الفلسطينية بشكل خاص والعربية بشكل عام، وركزت فقط على وجهة نظرها الخاصة ووجهة نظر مؤيديها من أمريكا والدول الأوروبية. أما موقع القدس الفلسطيني فإنه تشابه مع الموقع الإسرائيلي في التركيز على البيانات الإحصائية بنسبة

47% تقريباً، يليها البيانات الوقتية بنسبة 33% تقريباً، يليها بيانات الخرائط بنسبة 20%، ولم يستخدم الموقع أي من أنواع الإنفوجراف السياسي الأخرى، وبذلك تظهر قليلاً السياسية التحريرية للموقع الفلسطيني الذي يعتبر الموقع الوحيد الذي استخدم بيانات الخرائط؛ وقد يفسر بأنه الهدف من الموقع بعد تقديمه للبيانات الإحصائية لشكل التدمير والمجازر وعدد الضحايا والمصابين في صفوف المدنيين، ويظهر توقيتات الهجوم ومدى تكرارها، توضح أيضاً بشكل منفرد الخرائط التي توضح شكل التوغل في غزة والأحياء التي اختفت من الخرائط تماماً، وأماكن انتشار القوات الإسرائيلية، ويعتبر استخدام الخرائط مهماً لإظهار حقيقة نزوح الفلسطينيين وتكدسهم، ومكان دخول المساعدات، والأماكن التي أصبحت غير آمنة للمدنيين، وأماكن المستشفيات التي تم تدميرها وأماكن الأنفاق. ونجد في موقع اليوم السابع المصري التركيز على نوعين فقط من الإنفوجراف من حيث المحتوى: وهما نفس الأنواع التي استخدمها الموقعان السابقان وهي البيانات الإحصائية، ولكن بنسبة أعلى من موقع هآرتس والقدس؛ إذ وصلت إلى 78% من العينة أي النسبة الغالبة من العينة قدمت البيانات الإحصائية، والتي ركزت فيها على التدمير والقتل والمساعدات في غزة، يليها البيانات الوقتية بنسبة 22% تقريباً لإظهار توقيتات القصف والتدمير وتوقيتات دخول المساعدات بغزة، وبهذا تظهر سياسة الموقع المصرية التي تسعى لتقديم بشكل موضوعي ودقيق للبيانات الإحصائية وتوقيتها دون تقديم لوجهات النظر. ونجد تشابهاً كبيراً بين الموقع الأمريكي والإسرائيلي؛ حيث قدم نيويورك تايمز نفس أنواع الإنفوجراف السياسي من نفس المحتوى وهي البيانات الإحصائية بنسبة 70% من العينة، يليها البيانات الوقتية بنسبة 19%، يليها الذي يشمل وجهتي النظر. وهنا يظهر تقارب السياسة التحريرية للموقع الأمريكي والإسرائيلي في تقديم البيانات الإحصائية، ولكن نجد تركيزاً في الموقع الأمريكي على تقديم الضحايا من الطرفين وأيضاً توقيتات القصف والهجوم بين طرفي النزاع هذا من جانب، ولكن مع كونها تهتم بتقديم وجهتي النظر إلا أنها لا تقدم مدى التأييد والدعم فقط من جانب أمريكا لإسرائيل، ولكنها انفردت في تقديم الخلافات بين الرئيس ونتنياهو؛ مما يوضح سعي السياسة التحريرية للموقع الأمريكي بإظهار الحيادية تجاه الحرب من خلال

المحتوى المقدم في الإنفوجراف. وبالنظر إلى الجمالية لأنواع الإنفوجراف المقدم في العينة من حيث المحتوى نجد بأنه تشابهت مواقع العينة في التركيز في المرتبة الأولى على الإنفوجراف الخاص بالبيانات الإحصائية، ولكن بنسب متفاوتة؛ حيث نجد الموقع المصري في المرتبة الأولى، يليه الموقع الأمريكي، يليه الموقع الإسرائيلي، ثم الفلسطيني بنسبة 66% من إجمالي العينة، يليها الإنفوجراف الذي يقدم البيانات والتوقيت بنسبة 22% أي ما يقرب من ثلث العينة، يليهما الإنفوجراف الذي يشمل وجهات النظر بنسبة 6% من العينة، يليها بيانات الخرائط بنسبة 3% تقريباً. وتعتبر هذه الأنواع في العينة هي أكثر أنواع الإنفوجراف مناسبة من حيث نوع الموضوعات الحربية والتي تظهر أهمية رصد أعداد القتلى والمصابين والخسائر المادية في صورة إحصاءات وتوقيات الاشتباكات ووجهات النظر تجاه الحرب من مؤيد ومعارض، وأيضاً أماكن التدمير والتوغل في قطاع غزة من خلال الخرائط. وهي كلها أنواع تساعد على تقديم الصورة كاملة لمستخدم هذه المواقع عن الحرب على غزة. وتتفق بذلك مع دراسة إيمان طارق إمام (2021) التي أكدت على اعتماد مواقع العينة على الأرقام والإحصاءات بالنسبة لمضمون الإنفوجراف المنشور بها. وأيضاً تتفق مع دراسة وفاق حافظ بركع (2021) ودراسة Christian Pentzold and Denise Fechner (2021) ودراسة Christina Karypidou (2019) التي أكدت على تقديم الإنفوجراف من خلال الإحصاءات؛ مما لا يساعد على التفاعلية عند الجمهور، وإنما يقدم له فقط المعلومة. وأيضاً اتفقت مع دراسة Eedan R. (2018) Amit Danhi and Limor Shifman التي أكدت على اعتماد الرسوم البيانية التي تقدم البيانات الإحصائية ووجهات النظر المتناقضة. وتتعارض مع دراسة Zhirui Chen (2020) التي أكدت على افتقار العينة إلى المعلومات والإحصاءات المباشرة وانخفاض مستوى التفاعل.

جدول (5)

عناصر الإبراز بالإنفوجراف السياسي محل الدراسة

الإجمالي		New York Times		اليوم السابع		القدس		موقع هآرتس		عناصر الإبراز بالإنفوجراف	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
0.2	3	-	-	-	-	-	-	1.6	3	لونين	الألوان
99.7	1349	100	682	100	310	100	183	98.3	174	أكثر من لونين	
80.1	1084	87.9	600	78.3	243	77	141	56.4	100	عناوين رئيسة فقط	العناوين
19.1	265	12	82	21.6	67	22.9	42	43.5	77	عناوين رئيسة وفرعية	
74.5	1008	80.7	551	72.2	224	66.6	122	62.7	111	متناسك	تماسك التصميم
25.4	344	19.2	131	27.7	86	33.3	61	37.2	66	غير متناسك	
100	1352	100	682	100	310	100	183	100	177	الإجمالي	
58.7	141	100	82	75	15	39.6	25	25.3	19	خرائط البيانات	الرسومات
18.7	45	-	-	-	-	-	-	60	45	التعبير الرمزي	
5.4	13	-	-	25	5	-	-	10.6	8	إلكترونية	
1.2	3	-	-	-	-	-	-	4	3	يدوية	
15.8	38	-	-	-	-	60.3	38	-	-	خرائط	
100	240	100	82	100	20	100	63	100	75	الإجمالي	
68.2	923	60.1	410	61.7	179	75.8	91	75.4	77	موضوعية	نوع الصور
29.8	404	39.8	272	30.3	88	24.1	29	22.5	23	شخصية	
1.8	25	-	-	7.9	23	-	-	1.9	2	جمالية	
53	590	63.6	382	64.1	186	-	-	21.5	22	صغيرة	حجم الصور
43	479	36.3	218	29.3	85	83.3	100	74.5	76	متوسطة	
3.8	43	-	-	6.5	19	16.6	20	3.9	4	كبيرة	
100	1112	100	600	100	290	100	120	100	102	الإجمالي	
92.5	1251	92.5	631	83.8	260	100	183	100	177	نص مع عناصر مرئية	النص مع العناصر المرئية
7.4	101	7.4	51	16.1	50	-	-	--	-	عناصر مرئية فقط	
٪100	1352	٪100	682	٪100	310	٪100	183	٪100	177	الإجمالي	

يوضح الجدول السابق عناصر الإبراز التي استخدمتها المواقع عند تقديمها الإنفوجراف السياسي عن الحرب على غزة:

حيث نجد من حيث استخدامهم للألوان: فلم يقدم أي موقع إنفوجراف بلون واحد (ولذا تم حذف هذه الفئة من الجدول)، وكانت النسبة الغالبة من المواقع ما بين 98 إلى 100% من العينة استخدمت أكثر من لونين في عرضها الإنفوجراف السياسي و فقط 2% تقريباً من العينة في موقع هآرتس هي التي استخدمت الإنفوجراف السياسي بلونين فقط؛ لذا تم رصد تشابه العينة في إبراز الإنفوجراف محل الدراسة بإظهار ألوان الرسومات والصور بشكل واضح، وخاصة في الإنفوجراف الذي كان يظهر المقارنات على سبيل المثال الإنفوجراف الذي يظهر أماكن التدمير قبل وبعد القصف؛ مما يظهر اختفاء الألوان في المشهد وتحويلها إلى رماد، وأيضاً في صور المظاهرات ضد ومع الحرب من خلال إظهار ألوان الأعلام المستخدمة بشكل واضح لإظهار موقف المتظاهرين من الحرب. وتتفق بذلك مع دراسة رالا أحمد محمد (2021) التي أكدت أن أغلبية العينة من الإنفوجراف كانت ملونة، وأيضاً تتفق مع دراسة سري محمد شطناوي (2019) التي أكدت على اهتمام مواقع العينة بالعناصر المرئية والألوان.

وأما عن استخدام العناوين الرئيسية والفرعية: فنجد أن الغالبية في مواقع العينة استخدمت العناوين الرئيسية فقط بالترتيب التالي: حيث نجد الموقع الأمريكي في المرتبة الأولى بنسبة 88% تقريباً من العينة به، يليه الموقع المصري بنسبة 78%، يليه الموقع الفلسطيني بنسبة 77%، يليه الموقع الإسرائيلي بنسبة 56%؛ مما يوضح أنه يوجد تشابه بين مواقع العينة في السياسة التحريرية بالاكتفاء باستخدام العناوين الرئيسية فقط في الإنفوجراف السياسي بنسبة 80% من إجمالي العينة، وقد يفسر ذلك لسرعة التغطية الإخبارية وتقديم البيانات عن الحرب أولاً بأول. وتأتي العينة التي قدمت العناوين الفرعية مع العناوين الرئيسية بالترتيب التالي: الموقع الإسرائيلي في المرتبة الأولى بنسبة 43.5%، يليه موقع القدس بنسبة 23% تقريباً، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 22% تقريباً، يليه موقع نيويورك تايمز بنسبة 12% من العينة؛ مما يوضح أن الغالبية من مواقع العينة لم تستخدم العناوين الفرعية إذ ظهرت فقط في إجمالي العينة بنسبة 19% فقط.



وتتفق بذلك مع دراسة رالا أحمد محمد (2021) التي أكدت أن الغالبية من الإنفوجراف قدم العناوين الرئيسية.

وأما من حيث تماسك التصميم: فنجد أن المواقع الأربعة غلب على تصميماتها التماسك، وجاء في المرتبة الأولى موقع نيويورك تايمز بنسبة 81% تقريبا، يليه موقع اليوم السابع 72% من العينة متماسكة، يليه موقع القدس التي أكدت على 67% من العينة متماسكة، وأيضاً ثم في المرتبة الأخيرة موقع هآرتس الذي أكد على أن 63% تقريبا من العينة تصميمها متماسك، وبالتالي جاءت أغلب العينة بنسبة 74.5% من إجمالي العينة من الإنفوجراف السياسي متماسكاً. وتتفق بذلك مع دراسة رالا أحمد محمد (2021) ودراسة إيمان طارق إمام (2021) التي أكدت على عينة الدراسة جاءت متماسكة ومحافضة على مبادئ وأسس التصميم.

وأما عن الرسومات المستخدمة في الإنفوجرافيك فكانت نسبتها من العينة أقل من استخدام الصور بشكل عام (وقد يفسر ذلك احتياج التغطية الإخبارية إلى تقديم صور من الواقع في الإنفوجرافيك لتزيد من مصداقية وحادثة الإنفوجراف)، ونجد أن أكثر المواقع استخداماً للرسوم كانت على النحو التالي: في المرتبة الأولى موقع هآرتس تمثل 42% من إجمالي العينة وتشتمل على: 60% منها من التعبير الرمزي، يليها خرائط البيانات بنسبة 25%، يليها الرسوم الإلكترونية بنسبة 11% تقريبا. وأما موقع القدس فنجد أنه اعتمد على الرسوم بنسبة 34% من إجمالي العينة بالموقع وتمثلت في: 60% من الخرائط التي تميزت بها موقع القدس التي تهدف إلى توضيح المسافات بين أماكن قطاع غزة وتقريب الصورة للقارئ من حيث أماكن القصف وأماكن النازحين. يليها 40% تقريبا من خرائط البيانات. يليها موقع نيويورك تايمز فنجد أنه استخدم الرسومات بنسبة 12% من إجمالي العينة، وتمثلت في نوع واحد فقط وهو خرائط البيانات. وأما موقع اليوم السابع فنجد أن الرسومات تمثل 6% فقط من إجمالي العينة وتمثلت في 75% منها في خرائط البيانات و25% الرسوم الإلكترونية. ومما سبق نجد تشابها بين المواقع الأربعة في استخدامها لخرائط البيانات كأكثر أشكال الرسومات استخداماً بالعينة. وتفق بذلك مع دراسة (2021) Florian Stalph and Bahareh Heravi ودراسة Russel

S. Chun (2023) ودراسة وفاء جمال درويش (2021) ودراسة Cordoba-Cabus (2021) ودراسة Iuliia Alieva (2017) التي أكدت على أن خرائط البيانات كانت الأكثر انتشاراً في العينة في توصيل المعلومات؛ حيث تركز على إشراك القارئ وجذب انتباهه وتلبي احتياجاته من المعلومات. لم تظهر الرسوم المتحركة في العينة محل الدراسة، وتتفق بذلك مع دراسة نعمة عبد الرحيم محمد (2018) التي توصلت إلى أن مواقع العينة لم تهتم بالرسوم المتحركة. وتتعارض مع دراسة ( Florian Stalph ) (2018) وأيضاً دراسة (Mary Lynn Young and others (2018) التي أكدت على أن الخرائط هي أكثر أنواع الرسوم استخداماً، وهي النتيجة التي تتفق فقط مع موقع القدس، ولكن تختلف معها بقية مواقع العينة.

وأما عن نوع الصور المستخدمة بمواقع العينة في الإنفوجراف السياسي: فنجدها في موقع هآرتس غلبت الصور الموضوعية بنسبة 75٪، يليها الصور الشخصية بنسبة 24٪، و فقط 2٪ من العينة قدمت صوراً جمالية، وأما موقع القدس فنجده يتشابه مع موقع هآرتس في الاعتماد على الصور الموضوعية بنسبة 76٪ تقريباً من العينة، يليها الصور الشخصية بنسبة 24٪، وأما موقع اليوم السابع فنجد 62٪ من الصور موضوعية، ويليه 30٪ من العينة صور شخصية، وظهرت الصور الجمالية بنسبة 8٪ من العينة، وهو بذلك أكثر موقع قدم صوراً جمالية من مواقع العينة، وأما موقع نيويورك تايمز فقد تقارب مع موقع اليوم السابع في الاعتماد على الصور الموضوعية بنسبة 60٪ من العينة واعتمد على الصور الشخصية بنسبة 40٪. وبالنظر إلى الجمالية نجد أن المواقع اعتمدت على الصور الموضوعية بنسبة 68٪ من العينة الإجمالية؛ وقد يفسر ذلك سياسة المواقع التي اهتمت بنقل الواقع والقضية أكثر من التركيز على الشخصيات والاعتماد على تقديم صور حية من أرض الواقع في الإنفوجراف السياسي. وتتفق بذلك مع دراسة Eedan R. (2018) Amit Danhi and Limor Shifman التي أكدت على أن العينة ركزت على القضايا أكثر من الشخصيات. وتتفق مع دراسة سهام حسن على (2017) التي أكدت على استخدام العينة للصور الموضوعية العامة. وتتعارض بذلك مع دراسة Suhardjono (2021) and others التي أكدت على أنه كان ينقص العينة التحليلية الصور الفوتوغرافية الحية؛ مما أفقدها القليل من المصداقية.

وأما عن حجم الصور المستخدمة في العينة: فكانت في موقع هآرتس اعتمد على الحجم المتوسط بنسبة 75.5٪، يليها الحجم الصغير بنسبة 21.5٪، واستخدمت الصور الكبيرة فقط بنسبة 4٪ تقريباً من العينة، وفي المقابل نجد موقع القدس فاعتمد على الصور المتوسطة بنسبة 83٪، يليها الصور الكبيرة بنسبة 17٪ تقريباً، ولم يستخدم صوراً صغيرة على الإطلاق، وأما موقع اليوم السابع فنجد 64٪ من الصور كان حجمها صغيراً، يليها الصور المتوسطة بنسبة 29٪، يليها الصور الكبيرة بنسبة 6.5٪. وأما موقع نيويورك تايمز فنجد أن الصور الصغيرة كانت الغالبة بنسبة 64٪ تقريباً، والصور المتوسطة بنسبة 36٪. ومما سبق نجد أن غالبية الصور المستخدمة كانت صغيرة الحجم بنسبة 53٪ من إجمالي صور العينة، ويليهما الصور المتوسطة بنسبة 43٪ وأن فقط 4٪ من إجمالي العينة التي استخدمت الصور الكبيرة، وبالتالي تظهر سياسة المواقع التي تميل إلى الصور الصغيرة والمتوسطة الحجم في تقديمها في الإنفوجراف وقد يفسر ذلك أنها أحجام الصور المناسبة للتصاميم في الإنفوجراف، وبسبب كثرة المعلومات المقدمة في متن الإنفوجراف؛ مما يظهر هدف المواقع الإخباري بشكل أكبر من خلال توصيل المعلومات المكتوبة داخل الإنفوجراف.

وأما عن مصاحبة النّص للعناصر المرئية؛ فنجد أنه تشابه موقع هآرتس وموقع القدس فإن 100٪ من العينة قدمت النّص مصاحباً للصورة، ولم تقدم عنصراً مرئياً فقط أو نصاً فقط؛ مما قد يشير إلى أهمية توثيق الحدث من منبع الحدث بالكلمات والصور والعناصر المرئية، وأما موقع اليوم السابع فقد قدم 84٪ تقريباً من الإنفوجراف به النّص مصاحب للعناصر المرئية، ولكن 16٪ من الإنفوجراف كان عناصر مرئية فقط بدون نص مصاحب له، وأما موقع نيويورك تايمز 92.5٪ من الإنفوجراف به كان نصاً مصاحباً للعناصر المرئية، ولكن 7٪ من العينة بالموقع قدمت عناصر مرئية فقط بدون نص، ومما سبق نجد أن نشر النّص فقط بدون عناصر مرئية لم يكن في السياسة التحريرية لكل مواقع العينة، واتفقت أيضاً العينة على أن غالبية النصوص تكون مصاحبة لعناصر مرئية بنسبة 92.5٪ من العينة. وهي بذلك تتفق مع دراسة منى محمد الطوخي (2021) ودراسة Shawn Domgaard and Mina Park (2021) ودراسة نعمة عبد الرحيم محمد (2018) ودراسة Christian Pentzold (2021) ودراسة and Denise Fechner (2021) التي أكدت على غلبة العناصر المرئية المصحوبة

بالنص. وتتعارض مع دراسة Christina Karypidou (2019) التي أكدت على أن العناصر المرئية تقدم منفردة غير مصاحبة للخبر.

## جدول (6)

المعلومات المصاحبة والواردة مع الإنفوجراف السياسي محل الدراسة

الإجمالي		New York Times		اليوم السابع		القدس		موقع هآرتس		المعلومات بالإنفوجراف	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
75.2	1018	77.8	531	83.2	258	41.5	76	86.4	153	قصيرة أقل من 1000 كلمة	طول المعلومات بالإنفوجراف
16.4	222	22.1	151	11.6	36	6	11	13.5	24	متوسطة من 1000 إلى 3000 كلمة	
8.2	112	-	-	5.1	16	52.4	96	-	-	طويلة أكثر من 3000 كلمة	
82.4	1115	92.9	634	59.3	184	93.4	171	71.1	126	الخبر	الضنون الصحفية المصاحبة
6.8	93	-	-	-	-	6.5	12	23.1	41	القصة الخبرية	
0.7	10	-	-	0.9	3	-	-	5.6	10	مقال	
0.2	4	-	-	1.2	4	-	-	-	-	تقرير	
5.6	77	0.2	2	24.1	75	-	-	-	-	تحقيق	
6.6	90	6.7	46	14.1	44	-	-	-	-	شكل مستقل	
84.4	1142	91.6	625	79.6	247	65.5	120	84.7	150	رسمية	مصادر المعلومات
15.5	210	8.3	57	20.3	63	34.2	63	15.2	27	إعلامية	
77.8	1052	96.4	658	45.1	140	8.7	16	100	177	أجنبية	
22.1	300	3.5	24	54.8	170	91.2	167	-	-	عربية	
%100	1352	%100	682	%100	310	%100	183	%100	177	الإجمالي	

يوضح الجدول طول المتن أو المعلومات الواردة في الإنفوجراف محل الدراسة فنجد أن موقع هآرتس كانت أغلب المعلومات الواردة قصيرة بنسبة 86%، ومتوسطة بنسبة 13.5% ولم تقدم معلومات طويلة في الإنفوجراف محل الدراسة، أما موقع القدس

فكانت النسبة الغالبة من المعلومات طويلة بنسبة 52٪، يليها المعلومات القصيرة بنسبة 41.5٪، ومتوسطة بنسبة 6٪. وأما موقع اليوم السابع فنجد أن النسبة الغالبة للمعلومات كانت قصيرة بنسبة 83٪ يليها المتوسطة بنسبة 12٪ تقريباً وطويلة بنسبة 5٪، وأما موقع نيويورك تايمز فكانت النسبة الغالبة للمعلومات قصيرة بنسبة 78٪ تقريباً، يليها المتوسطة بنسبة 22٪ ولم تقدم معلومات طويلة مثل موقع هآرتس. ومما سبق نجد أن الغالبية من المعلومات الواردة في الإنفوجراف محل الدراسة كانت قصيرة بنسبة 75٪، يليها المتوسطة بنسبة 16٪، و فقط 8٪ من العينة التي استخدمت المعلومات الطويلة. وقد يكون تفسير هذه النتيجة الحاجة إلى السرعة والحالية في التغطية الإخبارية فكانت الحاجة إلى تقديم المعلومات ما قلّ ودلّ عن أخبار الحرب وسرعة تصميم الإنفوجراف لنشره والحصول على السبق الصحفي.

وأما الفنون الصحفية المصاحبة للإنفوجراف محل الدراسة: فكانت في موقع هآرتس النسبة الغالبة للأخبار بنسبة 71٪، يليها القصص الإخبارية بنسبة 23٪، يليها المقال بنسبة 6٪ تقريباً. أما موقع القدس فكانت الغلبة للمواد الإخبارية فقط وقدمت الأخبار بنسبة 93٪، يليها القصص الإخبارية بنسبة 6.5٪. ولم يقدم القدس أيّاً من مواد الرأي أو المواد التفسيرية. وأما موقع اليوم السابع فد غلبت أيضاً المواد الإخبارية من خلال تقديم الأخبار بنسبة 59٪ من العينة، ولكن تنوعت الأشكال الصحفية المقدمة؛ حيث ظهرت بها المواد التفسيرية من خلال التحقيقات بنسبة 24٪، يليها أن الإنفوجراف ظهر بشكل مستقل دون وجود نص مصاحب له بنسبة 14٪، وظهرت التقارير والمقالات بنسبة قليلة بنسبة 1٪ لكل منهما. وأما موقع نيويورك تايمز فكانت الغالبية أيضاً في الأخبار بنسبة 93٪ تقريباً، يليها الإنفوجراف الذي قُدّم بشكل مستقل بنسبة 7٪ تقريباً. مما سبق يظهر غلبة الأشكال الخبرية بنسبة وصلت إلى 89٪ من العينة، يليها التحقيقات بنسبة 6٪ وقلّة مواد الرأي، وقد يكون تفسير ذلك انعكاساً للهدف الظاهر في المواقع محل الدراسة وهو الإخبار وتقديم المعلومات عن الحرب، وإن كانت ظهرت التحقيقات فلكي تظهر وجهات النظر عن الحرب ورأي الفئات المختلفة. وتتفق بذلك مع دراسة (Newly Paul and Gwendolyn Nisbett (2022)، لجين بنت محمد بن على أحمد (2018) ودراسة محمد عثمان حسن (2018) ودراسة سهام حسن على

(2017) التي أكدت على انتشار الأشكال الإخبارية، وأن أكثر الفنون الصحفية التي استخدمته هي الخبر الصحفي والقصص الإخبارية. وتتفق مع دراسة Iuliia Alieva (2017) التي أكدت على أنه غالباً ما كان الإنفوجراف شكلاً داعماً للنص وليس شكلاً منفرداً. وتتعارض مع دراسة Florian Stalsh (2018) التي أكدت أن أغلب العينة اعتمدت على التقارير.

وأما عن مصادر المعلومات الواردة في الإنفوجراف محل الدراسة: فكانت في موقع هآرتس رسمية بنسبة 85% تقريباً، واعتمدت على المصادر الإعلامية فقط بنسبة 15%، وعن هوية المصادر فكانت أجنبية بنسبة 100% لم تقدم مصدراً عربياً واحداً (مما يظهر مدى انتقاء المصادر الأجنبية فقط المؤيدة لوجهة نظرها لنشر معلوماتها في الإنفوجراف)، وأما عن موقع القدس فقد اعتمد أيضاً على المصادر الرسمية، ولكن بنسبة 65.5% والمصادر الإعلامية بنسبة 34%، وعن هوية المصادر التي اعتمد عليها موقع القدس فنجد 91% منها عربية و فقط 9% تقريباً أجنبية، (والذي قد يفسر أنها وسيلة للرد على الشائعات التي يبثها الإعلام المعارض والرد من خلال المصادر العربية للتعبير عن وجهة النظر العربية في هذه الحرب)، وأما موقع اليوم السابع فنجد أنه اعتمد على المصادر الرسمية بنسبة 80% تقريباً، والمصادر الإعلامية بنسبة 20%، وعن هوية المصادر فقد اعتمد الموقع المصري على المصادر العربية بنسبة 55% تقريباً والمصادر الأجنبية بنسبة 45%؛ مما يشير إلى تقارب النسبتين، وسعى الموقع المصري إلى تقديم وجهتي النظر وعدم انتقاء جانب واحد فقط، وأما موقع نيويورك تايمز فقد اعتمد على المواقع الرسمية بنسبة 92% والمصادر الإعلامية بنسبة 8% تقريباً، وعن هوية المصادر التي اعتمد عليها الموقع الأمريكي فقد كانت عربية بنسبة 96% وعربية بنسبة 4% (والذي يعتبر نتيجة متوقعة لاهتمام السياسة التحريرية الأمريكية عادة بنظرية القرب الجغرافي أولاً في مدى الاهتمام بالقضية، والتعرف على تأثير القضايا الخارجية على النطاق المحلي والاهتمام بموقف الدولة حيال القضايا الخارجية)، ومما سبق نجد أن غالبية مواقع العينة اعتمدت على المصادر الرسمية بنسبة 84% من إجمالي العينة. وهو ما يتفق مع دراسة ولاء محمد أحمد (2021) ودراسة Newly Paul and

Gwendolyn Nisbett (2022) ودراسة نعمة عبد الرحيم محمد (2018) ودراسة

محمد عثمان حسن (2018) التي أكدت أن أغلب المصادر رسمية وحكومية.

وظهر تركيز الموقع المصري على الموضوعات الإقليمية والدولية أكثر من المحلية وهي

بذلك تتفق مع دراسة وفاق حافظ بركع (2021). ويتناقض مع دراسة ولاء محمد أحمد

(2021) ودراسة أيمن محمد إبراهيم (2019) ودراسة جواد راغب أيوب (2018)

ودراسة محمد عثمان حسن (2018) التي أكدت على تركيز العينة للموضوعات المحلية.

جدول (7)

تقسيمات الإنفوجراف السياسي محل الدراسة

الإجمالي		New York Times		اليوم السابع		القدس		موقع هآرتس		تقسيمات الإنفوجراف	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
55.1	746	49.2	336	71.6	222	58.4	107	45.7	81	حزم المعلومات	ماذا
42.3	572	50.4	344	25.4	79	40.4	74	42.3	75	الأسعار المدفوعة	
2.5	34	0.2	2	2.9	9	1	2	11.8	21	العواقب المتوقعة	
42	569	50.8	347	59	183	4.3	8	18	32	رسوم سباق الخيل	من
57.8	782	49.1	335	40.9	127	95.6	175	81.9	145	رسوم النجوم	
82.2	1112	84.1	574	86.1	267	100	183	49.7	88	الرسوم البيانية التشرحية	كيف
17.7	240	15.8	108	13.8	43	-	-	50.2	89	الرسوم البيانية الزمنية	
%100	1352	%100	682	%100	310	%100	183	%100	177	الإجمالي	

يوضح الجدول السابق تقسيمات الإنفوجراف السياسي، وهي التي تعبر عن محاور تركيز

الإنفوجراف في مواقع العينة من حيث الإجابة عن ماذا حدث؟ أو من الذي قام بالحدث؟

أو كيف حدث؟

فمن حيث الإجابة عن سؤال ماذا حدث؟ نجد موقع هآرتس ركز على تقديم حزم المعلومات (بدون شرح وربط بالأحداث) بنسبة 46٪، يليها الأسعار المدفوعة (التي تقدم نتائج الأحداث الماضية والجارية) بنسبة 42٪، وقدم العواقب المتوقعة (توقعاته لأحداث مستقبلية) بنسبة 12٪ تقريباً؛ مما يوضح مدى اهتمام الموقع الإسرائيلي برصد الأحداث، والعمل على تقديم نتائج الأحداث الجارية والماضية، وبالتطبيق على الدراسة ركز الموقع على تأثيرات هجوم حماس يوم 7 أكتوبر على كل ما يحدث في غزة من أحداث جارية) ولم يتناول الحديث عن مستقبل غزة أو عن ما بعد الحرب إلا بنسبة قليلة. وأما موقع القدس فقد ركز على حزم المعلومات أيضاً بنسبة 58٪ من العينة، ويليها الأسعار المدفوعة بنسبة 40٪، وقدم العواقب المتوقعة بنسبة 1٪ فقط؛ (مما يعكس مدى اهتمام الموقع الفلسطيني من رصد الواقع فقط والربط بين أحداث الماضي والأحداث الجارية في الضفة الغربية وغزة، ولم يهتم بالتركيز على ما بعد الحرب والمقارنة بينه وبين الموقع الإسرائيلي نجد أن الموقع الأخير اهتم أكثر بمستقبل غزة بالتركيز على من سيحكمها ونطاقها الجغرافي ومدى انتشار المستوطنات بها وطرق إدارتها).

وأما موقع اليوم السابع فنجد أنه قدم حزم المعلومات بنسبة 72٪ تقريباً، والأسعار المدفوعة بنسبة 25٪، وقدم أيضاً العواقب المتوقعة بنسبة قليلة تصل إلى 3٪ تقريباً من العينة؛ مما يعكس مدى تركيز الموقع المصري بالوضع الراهن في غزة وعملية إدخال المساعدات أكثر من مستقبل غزة، وأما الموقع الأمريكي فقد اهتم في المقابل بالحزم المدفوعة بنسبة 50٪ من العينة، وحزم المعلومات بنسبة 49٪، واهتم بشكل ضئيل جداً بالعواقب المتوقعة؛ مما يشير إلى سياسة موقع نيويورك تايمز الذي اهتم بربط المعلومات الماضية بالأحداث الجارية (وهو الموقع الوحيد الذي ركز على ذلك في العينة) حيث اهتم بعرض هجوم إسرائيل على غزة بأنه رد فعل لهجوم حماس يوم 7 أكتوبر، ومما سبق نجد أن من حيث الإجابة على ماذا حدث فكانت المواقع بشكل إجمالي تركز على حزم المعلومات بنسبة 55٪، يليها الأسعار المدفوعة بنسبة 42٪، و فقط قدمت العواقب المتوقعة بنسبة 2.5٪؛ مما يشير إلى مدى تركيز المواقع برصد الأحداث أولاً بأول لتقديم تغطية



إخبارية محايدة، ولكن بنسبة متقاربة كانت تعمل على تقديم أسباب الحرب من خلال الربط بين الأحداث الجارية والأحداث الماضية.

ومن حيث الإجابة عن: من الذي يقوم بالحدث؟ نجد موقع هآرتس يركز على رسوم النجوم (وهي الشخصيات غير المشهورة) بنسبة 82٪، بينما أبرزت رسوم سباق الخيل (الشخصيات المشهورة) بنسبة 18٪؛ مما يعكس سياسة الموقع التحريرية برصد الأحداث دون الاهتمام بقيمة الشهرة من خلال التركيز على الجنود والمحتجزين والتوغلات في قطاع غزة من جانب القوات الإسرائيلية، وكلها شخصيات غير معروفة، وأيضا نجد موقع القدس يركز بنسبة 96٪ تقريباً على رسوم النجوم، و فقط أظهر رسوم سباق الخيل بنسبة 4٪؛ مما يشير إلى سياسة الموقع التحريرية في التركيز على الشخصيات العامة من المدنيين في قطاع غزة، ورصد أعداد القتلى والمصابين، ومعاونة الأطفال بها. وأما موقع اليوم السابع فنجد على عكس الموقعين السابقين ركز على رسوم سباق الخيل وركز على الشخصيات المشهورة بنسبة 59٪ من العينة، وركز على رسوم النجوم بنسبة 41٪ تقريباً؛ مما يشير إلى سياسة الموقع التحريرية في إبراز الشخصيات المشهورة التي تدير وتؤثر على قرارات الحرب دون إغفال الشخصيات العامة وإظهار معاناتهم. وأما موقع نيويورك تايمز فنجد مثل موقع اليوم السابع أبرز الشخصيات المشهورة من خلال التركيز على رسوم سباق الخيل بنسبة 51٪ تقريباً، بينما ركز أيضاً على رسوم النجوم بنسبة 49٪؛ مما يعكس أيضاً سياسة الموقع بالتركيز على الشخصيات التي تؤثر وتدعم قرارات الحرب من خلال إبراز دور الرئيس بايدن ونتنياهو ورؤساء الدول الحلفاء، ولكنه لم يغفل إظهار المعاناة لدى المدنيين، وأيضا ركز على حالات المحتجزين ومعاتنتهم من جانب آخر. ومما سبق نجد أن أغلب مواقع العينة اهتم بإبراز رسوم النجوم بنسبة 58٪ من إجمالي العينة في مقابل تقديم رسوم سباق الخيل بنسبة 42٪. وتتفق بذلك مع دراسة (Eedan R. Amit Danhi and Limor Shifman (2018) التي أكدت على غلبة رسوم النجوم مع استخدام رسوم سباق الخيل بنسبة كبيرة أيضاً وهي تتفق مع نتيجة الدراسة الحالية.

وأما عن الإجابة عن سؤال كيف، فنجد موقع هآرتس فقد قسمت تركيزها ما بين الرسوم البيانية الزمنية (التي تهتم برصد الأحداث بمرور الوقت) بنسبة 50٪ وأيضا

الرسوم البيانية التشريحية (التي تهتم بشرح الأحداث السياسية والعلاقات بين الأحداث) بنسبة 50% تقريباً؛ مما يعكس سعي الموقع إلى توفير قدر من الحيادية في معالجة كيفية وقوع الأحداث، وفي المقابل نجد موقع القدس قد ركز فقط على الرسوم البيانية التشريحية بنسبة 100%، وأما الموقع المصري فنجدته ركز على الرسوم البيانية التشريحية أيضاً بنسبة وصلت إلى 86% من العينة، مقابل 14% تقريباً من العينة ركز فيها على الرسوم البيانية الزمنية، وأما الموقع الأمريكي فقد تشابه مع الموقع المصري في التركيز على الرسوم البيانية التشريحية بنسبة 84%، وفي المقابل ركز على الرسوم البيانية لزمنية بنسبة 16%. ومما سبق نجد تركيز مواقع العينة على الرسوم البيانية التشريحية بنسبة كبيرة وصلت إلى 82% من العينة، وفي المقابل اهتمت بالرسوم البيانية الزمنية بنسبة 18% تقريباً، وقد يفسر ذلك باهتمام المواقع بشرح كيفية وقوع الأحداث والعمل على الربط بين الأحداث المختلفة والرد على الأخبار المغالطة عن الحرب على غزة، بينما تهتم أيضاً بالرصد الزمني للأحداث للقيام بدورها في التغطية الإخبارية، ولكن سياستها التحريرية اتفقت على الاهتمام بالشرح وربط العلاقات بين الأحداث في تغطيتها الصحفية.

#### مناقشة أهم النتائج:

- يظهر تأثير السياسة التحريرية للمواقع بشكل واضح في الهدف من الإنفوجراف محل الدراسة، فبينما أصحاب أرض الحرب (موقع هارتس وموقع القدس) كان هدف الإنفوجراف بها هو الإخبار وتوصيل الحقيقة (كل وفقاً لمنظوره)، نجد أيضاً موقع اليوم السابع يقدم الأخبار دون تدخل منه بشكل موضوعي، بينما موقع نيويورك تايمز يظهر في هدف التأييد ودعم القرارات والتي تهدف إلى تكوين رأي عام يتماشى مع موقف السياسة الأمريكية تجاه الحرب على غزة.
- تمثلت الموضوعات التي تناولتها الإنفوجراف السياسي بالمواقع الصحفية الأربعة خلال الفترة الزمنية للتحليل في: القتل والتدمير في غزة بنسبة 22% تقريباً، يليها موضوعات مظاهرات ضد الحرب بنسبة 14%، يليها موضوعات المحتجزين الإسرائيليين بنسبة 11% تقريباً، يليها هجوم حماس والقسام بنسبة 8% تقريباً، يليها آثار الحرب الاقتصادية على إسرائيل بنسبة 6% تقريباً، يليها موضوعات تأييد الحرب بنسبة 5% تقريباً.

- وعن النطاق الجغرافي للإنفوجراف محل الدراسة نجد إجماعاً بين الأربعة مواقع بالاهتمام بالإنفوجراف الواقع في غزة بنسبة 49%، وبالطبع لأنها المكان الواقع عليه الحرب، يلي ذلك الإنفوجراف الواقع في إسرائيل بنسبة 25% تقريباً. ثم يأتي الإنفوجراف الواقع في أمريكا بنسبة 15% تقريباً؛ مما يوضح اتفاق المواقع الأربعة على إظهار دور أمريكا في الحرب بوصفها الداعمة لإسرائيل في هذه الحرب. وجاءت أمريكا في المواقع بالترتيب التالي: هآرتس، ثم اليوم السابع، ثم نيويورك تايمز، ثم القدس.
- اتفقت مواقع العينة على تقديم الإنفوجراف الثابت بنسبة 96% تقريباً من إجمالي العينة، مقابل 4% فقط من الإنفوجراف المتحرك؛ مما قد يفسر سرعة تغطية أخبار الحرب على غزة والسهولة للإنفوجراف الثابت في تصميمه؛ مما جعل مواقع العينة تقوم باختياره في مقابل تحقيق سبق في التغطية الصحفية للحرب.
- وبالنظر الإجمالية لأنواع الإنفوجراف المقدم في العينة من حيث المحتوى نجد بانه تشابهت مواقع العينة في التركيز في المرتبة الأولى على الإنفوجراف الخاص بالبيانات الإحصائية، ولكن بنسب متفاوتة، حيث نجد الموقع المصري في المرتبة الأولى، يليه الموقع الأمريكي، يليه الموقع الإسرائيلي، ثم الفلسطيني بنسبة 66% من إجمالي العينة، يليها الإنفوجراف الذي يقدم البيانات والتوقيت بنسبة 22% أي ما يقرب من ثلث العينة، يليهما الإنفوجراف الذي يشمل وجهات النظر بنسبة 6% من العينة، يليها بيانات الخرائط بنسبة 3% تقريباً. وتعتبر هذه الأنواع في العينة هي الأكثر مناسبة من حيث نوع الأخبار الحربية، والتي تظهر أهمية رصد أعداد القتلى والمصابين والخسائر المادية في صورة إحصاءات، وتوقيتات الاشتباكات، ووجهات النظر تجاه الحرب من مؤيد ومعارض، وأيضاً أماكن التدمير والتوغل في قطاع غزة من خلال الخرائط. وهي كلها أنواع تساعد على تقديم الصورة كاملة لمستخدم هذه المواقع عن الحرب على غزة.

- يوجد تشابه بين مواقع العينة في السياسة التحريرية بالاكتماء باستخدام العناوين الرئيسية فقط في الإنفوجراف السياسي بنسبة 80% من إجمالي العينة، وقد يفسر ذلك لسرعة التغطية الإخبارية وتقديم البيانات عن الحرب أولاً بأول.
- جاءت أغلب عينة الإنفوجراف السياسي محل الدراسة بنسبة 74.5% ذات تصميم متماسك.
- نجد تشابه بين المواقع الأربعة في استخدامها لخرائط البيانات كأكثر أشكال الرسومات استخداماً بالعينة.
- الغالبة من المواقع ما بين 98 إلى 100% من العينة استخدمت أكثر من لونين في عرضها الإنفوجراف السياسي و فقط 2% تقريباً من العينة.
- لم تظهر الرسوم المتحركة في عينة المواقع الصحفية محل الدراسة.
- اعتمدت مواقع العينة على الصور الموضوعية بنسبة 68% من العينة الإجمالية، وقد يفسر ذلك سياسة المواقع التي اهتمت بنقل الواقع والقضية أكثر من التركيز على الشخصيات، والاعتماد على تقديم صور حية من أرض الواقع في الإنفوجراف السياسي.
- نجد أن غالبية الصور المستخدمة كانت صغيرة الحجم بنسبة 53% من إجمالي صور العينة، ويلبها الصور المتوسطة بنسبة 43%، وأن فقط 4% من إجمالي العينة التي استخدمت الصور الكبيرة، وبالتالي تظهر سياسة المواقع التي تميل إلى الصور الصغيرة والمتوسطة الحجم في تقديمها في الإنفوجراف؛ وقد يفسر ذلك أنها أحجام الصور المناسبة للتصاميم في الإنفوجراف، وبسبب كثرة المعلومات المقدمة في متن الإنفوجراف؛ مما يظهر هدف المواقع الإخباري بشكل أكبر من خلال توصيل المعلومات المكتوبة داخل الإنفوجراف.
- أن نشر النص فقط بدون عناصر مرئية لم يكن في السياسة التحريرية لكل مواقع العينة، واتفقت أيضاً العينة على أن غالبية النصوص تكون مصاحبة لعناصر مرئية بنسبة 92.5% من العينة.

- أن الغالبية من المعلومات الواردة في الإنفوجراف محل الدراسة كانت قصيرة بنسبة 75%، يليها المتوسطة بنسبة 16%، و فقط 8% من العينة التي استخدمت المعلومات الطويلة. وهذا قد يكون تفسير هذه النتيجة الحاجة إلى السرعة والحالية في التغطية الإخبارية فكانت الحاجة إلى تقديم المعلومات ما قل ودل عن أخبار الحرب وسرعة تصميم الإنفوجراف لنشره والحصول على السبق الصحفي.
- غلبة الأشكال الخبرية بنسبة وصلت إلى 89% من إجمالي الأشكال الصحفية المصاحبة للإنفوجراف محل الدراسة، يليها التحقيقات بنسبة 6% وقلة مواد الرأي، وقد يكون تفسير ذلك أنه انعكاس للهدف الظاهر في المواقع محل الدراسة وهو الإخبار وتقديم المعلومات عن الحرب، وإن كانت ظهرت التحقيقات فلكي تظهر وجهات النظر عن الحرب ورأي الفئات المختلفة.
- اعتمدت غالبية مواقع العينة على المصادر الرسمية بنسبة 84% من إجمالي العينة.
- وأيضاً اعتمدت مواقع العينة على المصادر الأجنبية بنسبة 78%.
- من حيث الإجابة على ماذا حدث؛ فكانت المواقع بشكل إجمالي تركز على حزم المعلومات بنسبة 55%، يليها الأسعار المدفوعة بنسبة 42%، و فقط قدمت العواقب المتوقعة بنسبة 2.5%؛ مما يشير إلى مدى تركيز المواقع برصد الأحداث أولاً بأول لتقديم تغطية إخبارية محايدة، ولكن بنسبة متقاربة كانت تعمل على تقديم أسباب الحرب من خلال الربط بين الأحداث الجارية والأحداث الماضية.
- أن أغلب مواقع العينة اهتم بإبراز رسوم النجوم بنسبة 58% من إجمالي العينة في مقابل تقديم رسوم سباق الخيل بنسبة 42%.
- نجد تركيز مواقع العينة على الرسوم البيانية التشريرية بنسبة كبيرة وصلت إلى 82% من العينة، وفي المقابل اهتمت بالرسوم البيانية الزمنية بنسبة 18% تقريباً، وقد يفسر ذلك باهتمام المواقع بشرح كيفية وقوع الأحداث والعمل على الربط بين الأحداث المختلفة، والرد على الأخبار المغلوطة عن الحرب على غزة، بينما تهتم أيضاً بالرصد الزمني للأحداث للقيام بدورها في التغطية الإخبارية، ولكن سياستها

التحريرية اتفقت على الاهتمام بالشرح وربط العلاقات بين الأحداث في تغطيتها الصحفية.

#### خاتمة الدراسة:

سعت الدراسة الحالية إلى التعرف على ماهية توظيف الإنفوجراف السياسي لتغطية الحرب الإسرائيلية على غزة في عينة من المواقع الصحفية العربية والأجنبية؛ متمثلة في موقع هآرتس، والقدس، واليوم السابع، ونيويورك تايمز، استعانت الباحثة بأداة تحليل المضمون، واستخلصت الدراسة تأثير السياسة التحريرية على الإنفوجراف السياسي بشكل كبير من حيث الموضوعات والنطاق الجغرافي، بينما اتفقت غالبية العينة بمواقع الدراسة على أهداف الإنفوجراف السياسي ونوعه الثابت، وتصميمه، واستخدام الألوان، والاعتماد على المصادر الرسمية، والصور الموضوعية، وتقسيمات الإنفوجراف السياسي.

#### توصيات الدراسة:

توصى الباحثة بالنسبة للمجال العملي وواقع الممارسة:

- إنشاء أقسام خاصة بالإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية.
- تدريب الطواقم الصحفية على أساليب إعداد وتصميم الإنفوجراف السياسي والفيديو جراف السياسي.
- زيادة اهتمام المواقع الصحفية العربية بتقديم مزيد من الإنفوجراف السياسي التفاعلي والحركي.

#### ما تشير به الدراسة من دراسات مستقبلية:

- الاهتمام بدراسة الفيديو جراف في مواقع الصحف العربية والأجنبية.
- رصد علاقة التعرض للإنفوجراف على سلوكيات واتجاهات الجمهور.

- 1- Zhuo Li and others." A novel methodology for retrieving infographics utilizing structure and message content" (Data & Knowledge Engineering no 100, 2015) p191.
- 2- Sarah K.C. Mauldin. Book review (The Journal of Academic Librarianship 42 (2016) p 286.
- 3- Eedan R. Amit-Danhi and Limor Shifman. "Digital political infographics: A rhetorical palette of an emergent genre" (new media & society vol 20(10),2018), p 3554.
- 4- Florian Stalph and Bahareh Heravi." Exploring Data Visualizations: An Analytical Framework Based on Dimensional Components of Data Artefacts in Journalism" (digital journalism journal, vol 12, 2021) pp25-47.
- 5- منى محمد الطوخي. "معالجة الإنفوجراف في المواقع الصحفية لقضايا التنمية المستدامة"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع22، 2021) ص-ص 675-721.
- 6- Stephanie Dailey and others." The visualization of public information: Describing the use of narrative infographics by U.S. municipal governments" (Public Policy and Administration vol0,2022) pp1-24.
- 7- نسمة عبد الله محمد. "توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ع 23، 2022) ص-ص 247-295.
- 8- Russel S. Chun."A A framework for understanding and evaluating news infographics"( journal of visual literacy vol 42 issue 2, 2023) pp 110-129.
- 9- محمد عبد الحميد أحمد. "توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا المستجد "كوفيد 19"، (الجمعية المصرية للعلاقات العامة: مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع 29، 2020).
- 10- رالا أحمد محمد. "استخدام الإنفوجراف في المواقع الإلكترونية المصرية في أوقات الأزمات: دراسة في المحتوى والقائم بالاتصال والجمهور"، (المعهد الدولي للعالي للإعلام بالشروق: مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ع18، 2021) ص-ص 309-405.
- 11- ولاء محمد أحمد. "معالجة صحافة الإنفوجرافيك لجائحة كورونا بالمواقع الإلكترونية"، (جامعة سوهاج: كلية التربية، مجلة سوهاج لشباب الخريجين ع1، 2021) ص-ص 200-213.
- 12- Adi and D. Setiautami." Distributing information through infographic on tempodotco to build understanding and awareness about COVID-19 virus outbreak in Indonesia" (International Conference on Biosphere Harmony Advanced Research, Earth and Environmental Science 729 ,2021) pp2-7.
- 13- Jiahui Liu." Visualization of Data Journalism of China's Mainstream Media in Public Health Emergences: Taking the Data News Section of Xinhua Net as An Example" (Journal of Physics: Conference Series vol 1880,2021) pp58-87.

- 14- Shawn Domgaard and Mina Park." Combating misinformation: The effects of infographics in verifying false vaccine news" (Health Education Journal vol 80 (8) ,2021) pp974-986.
- 15- Suhardjono and others." Infographic, data visualization, and the danger of reality distortion: The case study of Australia fire 2020" (paper presented in Conference Series: Earth and Environmental Science 729,2021) pp197-213.
- 16- A. Ismail and others." Animated infographic as information media for earthquake and tsunami mitigation plan on the south coast of Bantul Indonesia" (paper presented in Conf. Ser.: Earth Environ. Sci..2021) pp478-298.
- 17- Newly Paul and Gwendolyn Nisbett." The Numbers Game: How Local Newspapers Used Statistics and Data Visualizations to Cover the Coronavirus Pandemic" (Howard journal of communications vol 33 issue3,2022) pp297-313.
- 18- نعمة عبد الرحيم محمد. "أساليب تحرير صحافة البيانات في الصحف الإلكترونية المصرية-دراسة تحليلية"، (جامعة جنوب الوادي: كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع4، 2018) ص-ص 96-124.
- 19- وفاء جمال درويش. "توظيف صحافة البيانات في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتطور تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات: دراسة على القائم بالاتصال"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مجلة البحوث الإعلامية، ع 56، ج 4، 2021) ص-ص 1929-1986.
- 20- إيمان طارق إمام. "توظيف رسوم الإنفوجراف في معالجة القضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف المصرية: دراسة تحليلية ميدانية"، (جامعة المنوفية: مجلة بحوث كلية الآداب، عدد 32، يوليو 2021) ص-ص 3-23.
- 21- بسام عطية محمد. "توظيف الإنفوجراف في عرض القضايا العامة بالمواقع الإلكترونية الإماراتية: دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام: مركز بحوث الرأي العام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج 20، ع 3، 2021) ص-ص 190-230.
- 22- وفاق حافظ بركع. "وظيفة الإنفوجرافيك في تقديم المحتوى الإعلامي عبر صفحات المواقع الإخبارية العراقية: دراسة تحليلية لموقع موازين نيوز وكالة الصحافة المستقلة يس عراق yes Iraq" (كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية: المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ع 22، 2021) ص-ص 2237-253.
- 23- آلاء مهدي حماد. "أثر الإنفوجرافيك على فاعلية الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية وشبه تجريبية"، (جامعة سوهاج: كلية الآداب، مجلة كلية الآداب، ع 61، ج 1-2، 2021) ص-ص 51-70.
- 24- راندا محمد مصطفى وآخرون. "دور صحافة البيانات في دعم الصحافة الاستقصائية: دراسة تحليلية على موقع أريج"، (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية: مجلة البحوث، مج 2، ع 1، 2022) ص-ص 66-95.
- 25- لجين بنت محمد بن علي أحمد. "الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات الإنفوجرافيك في الصحف السعودية: دراسة تطبيقية على صحيفة مكة-عكاظ"، (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال: المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع 20، 2018).



- <sup>26</sup>- جواد راغب أيوب. "الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية: دراسة حالة لصحيفة الرسالة"، (الجامعة الإسلامية بغزة: شئون البحث العلمي والدراسات العليا، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، مج 26، ع 2، 2018).
- <sup>27</sup>- محمد عثمان حسن. "المعايير الأخلاقية لصحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والأجنبية"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج 17، ع 4، 2018) ص- ص 689-730.
- <sup>28</sup>- Florian Stalpl. "Classifying Data Journalism" (journalism practice vol 12 issue 10, 2018) pp133201350.
- <sup>29</sup>- أيمن محمد إبراهيم. "أولويات قضايا صحافة البيانات المصرية والأجنبية ومستوى تفاعل القراء معها: دراسة تحليلية مقارنة بالتطبيق على موقعي "Data Guardian and Times Info" (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 69، 2019).
- <sup>30</sup>- سرى محمد شطناوي. "توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية للصحف الأردنية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة للمواقع الإلكترونية للرأي والغد والسبيل"، (الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، رسالة ماجستير منشورة، 2019).
- <sup>31</sup>- سحر محمد أحمد. "معالجة الإنفوجرافيك للقضايا المجتمعية في المواقع الإخبارية اليمنية"، (جامعة الأهرام الكندية: المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 38، 2022).
- <sup>32</sup>- Eedan R. Amit-Danhi and Limor Shifman. "Digital political infographics: A rhetorical palette of an emergent genre," opcit pp3540-3559.
- <sup>33</sup>- سهام حسن علي. "صحافة الإنفوجرافيك: دراسة تحليلية في لمضامين الفنية والبصرية جريدة القدس العربي نموذجًا للمدة 2016/5/1 – 2017/5/1. (جامعة الكويت: مجلس النشر العلمي، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، مج 37، ع 146، 2017).
- <sup>34</sup>- Iuliia Alieva. "Data journalism and democracy: how American mass media framed the 2016 presidential campaign in the United States using data visualization" (University of Missouri-Columbia: Faculty of the Graduate School, Master published, 2017)
- <sup>35</sup>- Mary Lynn Young and others. "What Makes for Great Data Journalism? A content analysis of data journalism awards finalists 2012–2015" (Journalism practice vol 12, issue 1, 2018)
- <sup>36</sup>- Christina Karypidou. "Visualization and interactivity in data journalism projects", op cit.
- <sup>37</sup>- Zhirui Chen. "Innovative Research on the Improvement of Visual Quality of Data Journalism in China: Visual Language and Interaction Design" (Journal of Physics: Conference Series 1518, 2020)
- <sup>38</sup>- Cordoba-Cabus. "Visualisations as a critical information source for data journalism. Analysis of the typology, interactivity, and functions in the 2019 Data Journalism Awards" (University of San Pablo: Faculty of Humandades & sciences communication, paper presented in conference of the faculty, 2021)

- <sup>39</sup> -Christian Pentzold and Denise Fechner.” Data journalism’s many futures: Diagrammatic displays and prospective probabilities in data-driven news predictions” (The International Journal of Research into New Media Technologies vol 26(4),2020) pp 732-750.
- <sup>40</sup> - Roselyn Du.” Data visualization (The Sage Encyclopedia of journalism ,2021) P 113
- <sup>41</sup> - هبة مصطفى حسن. "الاتجاهات الحديثة في بحوث صحافة البيانات"، (المعهد الدولي العالمي للإعلام بالرشوق: مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع 17، 2021) ص-ص 229-292.
- <sup>42</sup> - Editorial.” Attract readers with a graphical abstract – The latest clickbait” (Journal of Orthopedics no 38,2023) p30.
- <sup>43</sup>-Michael J. Peeters and Spencer E. Harpe.” Last Matter: Introducing infographics to Methodology Matters” (Currents in Pharmacy Teaching and Learning n 13,2021) p 1259.
- <sup>44</sup>-Angelos Christos Anadiotis and others.” Graph integration of structured, semi structured and unstructured data for data journalism” (Information Systems n 104, 2022) pp 1-2.
- <sup>45</sup> - H. Lochner and others.” 120 Disseminating equine science with infographics on social media” (Journal of Equine Veterinary Science no 100, 2022) p1
- <sup>46</sup> - Adi and D. Setiautami.” Distributing information through infographic on tempodotco to build understanding and awareness about COVID-19 virus outbreak in Indonesia”, op cit p 2.
- <sup>47</sup> -Farah Khouzam and others. “Automatic Infogram generation for online journalism” (paper presented at the 23 international conference information visualization by IEEE Computer SOC, 2020)
- <sup>48</sup> - Christina Karypidou.” Visualization and interactivity in data journalism projects” جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم: كلية العلم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ،مجلة الاستراتيجية و ( التنمية ، مج 9، 2019) ص47
- <sup>49</sup> - Zhirui Chen.” Innovative Research on the Improvement of Visual Quality of Data Journalism in China: Visual Language and Interaction Design”, op cit pp 2-3.
- <sup>50</sup> - R. Akhmad and others.” Infographic Design as Visualization of Geography Learning Media” (paper presented in Conf. Series: Earth and Environmental Science 145 (2018), p2.
- <sup>51</sup> -Christina Karypidou.” Visualization and interactivity in data journalism projects”, opcit, 76
- <sup>52</sup> -Roselyn Du.” Data visualization, op cit, p114.

<sup>53</sup> -Jing Rong Tong." Journalism, Economic Uncertainty and Political Irregularity in the Digital and Data Era"( Published under exclusive license by Emerald Publishing Limited,2023) pp 47-49.

<sup>54</sup> -Doris Seyzer and others. "Storytelling an analysis of visual story telling in online journalism" (paper presented in 22nd International Conference Information Visualisation,2018)

<sup>55</sup> -Eedan R. Amit-Danhi and Limor Shifman. "Digital political infographics: A rhetorical palette of an emergent genre", op cit p3545.

## References

- Zhuo Li and others." A novel methodology for retrieving infographics utilizing structure and message content" (Data & Knowledge Engineering no 100, 2015) p191.
- Sarah K.C. Mauldin. Book review (The Journal of Academic Librarianship 42 (2016) p 286.
- Eedan R. Amit-Danhi and Limor Shifman. "Digital political infographics: A rhetorical palette of an emergent genre" (new media & society vol 20(10),2018), p 3554.
- Florian Stalph and Bahareh Heravi." Exploring Data Visualizations: An Analytical Framework Based on Dimensional Components of Data Artefacts in Journalism" (digital journalism journal, vol 12, 2021) pp25-47.
- Altuwkhi, M. (2021). "muealajat al'iinfujraf fi almawaqie alsahufiat liqadaya altanmiat almustadamati", (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 22(3): 675-721.
- Stephanie Dailey and others." The visualization of public information: Describing the use of narrative infographics by U.S. municipal governments" (Public Policy and Administration vol0,2022) pp1-24.
- Muhamad, N. (2022)." tawzif alfidyu jaraaf fi alsahafat al'iikhbariati: dirasat tahliliat ealaa eayinat min almawaqie al'iiliktruniat lilsuhuf almisriati", (jamieat Alqahirati: kuliyyat al'ielami, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafat 23(4).
- Russel S. Chun."A A framework for understanding and evaluating news infographics"( journal of visual literacy vol 42 issue 2, 2023) pp 110-129.
- 'Ahmed, M. (2020). "tawzif alsuhuf al'iiliktruniat alarabiat lil'iinfujrafik fi taghtiat tadaeiat waba' kuruna almustajidi "kufid 19", (aljameiat almisriat lilealaqat aleamati: majalat buhuth alealaqat aleamat alsharq al'awsata, 29(5).
- Muhammad, R. (2021). "aistikhdam al'iinfujraf fi almawaqie al'iiliktruniat almisriat fi 'awqat al'azmati: dirasat fi almuhtawaa walqayim bialaitisal waljumhur", (almaehad alduwalii aleali lil'ielam bi Alshuruq: majalat albuuhuth waldirasat al'ielamiat 18(2).
- 'Ahmed, W. (2021). "muealajat sahafat al'iinfujrafik lijayihat kuruna bialmawaqie al'iiliktruniati", (jamieat suhaj: kuliyyat altarbiati, majalat suhaj lishabab alkhiriyyin 2(4).
- Adi and D. Setiautami." Distributing information through infographic on tempodotco to build understanding and awareness about COVID-19 virus outbreak in Indonesia" (International Conference on Biosphere Harmony Advanced Research, Earth and Environmental Science 729 ,2021) pp2-7.

- Jiahui Liu." Visualization of Data Journalism of China's Mainstream Media in Public Health Emergences: Taking the Data News Section of Xinhua Net as An Example" (Journal of Physics: Conference Series vol 1880,2021) pp58-87.
- Shawn Domgaard and Mina Park." Combating misinformation: The effects of infographics in verifying false vaccine news" (Health Education Journal vol 80 (8) ,2021) pp974-986.
- Suhardjono and others." Infographic, data visualization, and the danger of reality distortion: The case study of Australia fire 2020" (paper presented in Conference Series: Earth and Environmental Science 729,2021) pp197-213.
- A. Ismail and others." Animated infographic as information media for earthquake and tsunami mitigation plan on the south coast of Bantul Indonesia" (paper presented in Conf. Ser.: Earth Environ. Sci.,2021) pp478-298.
- Newly Paul and Gwendolyn Nisbett." The Numbers Game: How Local Newspapers Used Statistics and Data Visualizations to Cover the Coronavirus Pandemic" (Howard journal of communications vol 33 issue3,2022) pp297-313.
- Muhammad, N. (2018). "asalib tahrir sahafat albayanat fi alsuhuf al'iiliktruniat almisriati-dirasat tahliliatan", (jamieat janub alwadi: kuliyyat al'ielam watiknuluja alaitisali, almajalat aleilmiat libuhuth al'ielam watiknuluja alaitisali, 4(1).
- Darwish, W. (2021). "tawzif sahafat albayanat fi altaghtiat alsahufiat alaistiqsayiyat bialmawaqie al'iiliktruniat almisriat waealaqatiha bitatawur taqniaat alaitisal watiknuluja almaelumati: dirasatan ealaa alqayim bialaitisali", (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami, majalat albuuhuth al'ielamiati, 56(4).
- Imam, I. (2021). "tawzif rusum al'infujraf fi muealajat alqadaya alaiqtisadiat fi almawaqie al'iiliktruniat lilsuhuf almisriati: dirasat tahliliat maydaniatan", (jamieat Almanufia: majalat buhuth kuliyyat aladab, 32(1): 3-23.
- Muhammad, B. (2021). "tawzif al'infujraf fi eard alqadaya aleamat bialmawaqie al'iiliktruniat al'iimaratiati: dirasat tahliliatan muqaranatan fi alshakl walmadmuni", (jamieat alqahirat: kuliyyat al'ielami: markaz buhuth alraay aleami, almajalat Almisriat libuhuth alraay aleama, 3(4).
- Barkaa, W. (2021)." wazifat al'infujrafik fi taqdim almuhtawaa al'ielamii eabr safahat almawaqie al'ikhbariat aleiraqiati: dirasatan tahliliatan limawqie mawazin niuz wikalat alsahafat almustaqilat ys eiraq yes Iraq" (kuliyyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati: almajalat alduwaliat lileulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, 2(4): 2237-253.
- Hamad, A. (2021). "athar al'infujrafik ealaa faeiliat alsahafat al'iiliktruniat alearabiati: dirasat tahliliat washibh tajribiatin", (jamieat Suhaj: kuliyyat aladab, majalat kuliyyat aladab, 6(1).

- Mustafa, R. (2022). "dur sahafat albayanat fi daem alsahafat alaistsiqsayiyati: dirasat tahliliatan ealaa mawqie 'ariji", (jamieat eayn shams: kuliyyat albanat liladab waleulum waltarbiati: majalat albuuhuth, 1(2): 66-95.
- 'Ahmed, L. (2018). "alaitijahat alhadithat li'ikhraj sahafat albayanat al'iinfujrafik fi alsuhuf alsaediati: dirasatan tatbiqiatan ealaa sahafat mkat-eakaz", (aljameiat alsaediati lil'ielam walaitisali: almajalat alearabiati lil'ielam walaitisali, 20(1).
- Ayub, J. (2018). "al'iinfujrafik fi alsahafat alfilastiniati: dirasat halat lisahifat alrisalati", (aljamieat al'iislatiati bighazati: shiawn albaht aleilmii waldirasat aleulya, majalat aljamieat al'iislatiati libuhuth al'iislatiati, 26(2).
- Hasan, M. (2018). "almaeayir al'akhlaqiat lisahafat albayanat fi almawaqie al'ikhbariati almisriati wal'ajnabiati", (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami, markaz buhuth alraay aleami: almajalat almisriati libuhuth alraay aleama, 4(1).
- Florian Stalph." Classifying Data Journalism" (journalism practice vol 12 issue 10, 2018) pp133201350.
- 'Ibrahim, A. (2019). "'awlawiaat qadaya sahafat albayanat almisriati wal'ajnabiati wamustawaa tafa'ul alquraa' mieaha: dirasat tahliliati muqaranatan bialtatbiq ealaa mawqieay Data Guardian and Times Info " (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami, almajalat almisriati libuhuth al'ielam, 69(2).
- Shatnawi, S. (2019). "tawzif al'iinfujrafik fi almawaqie al'iilikturuniati lilsuhuf al'urduniyati alyawmiati: dirasat tahliliati muqaranatan lilmawaqie al'iilikturuniati lilraay walghad walsibili", (Al'urduni: jamieat Alyrmuk, kuliyyat al'ielami, risalat majistir manshurati).
- 'Ahmed, S. (2022). "muealajat al'iinfujrafik lilqadaya almujtamaeiat fi almawaqie al'ikhbariati alyamaniati", (jamieat al'ahram alkanadiati: almajalat alearabiati libuhuth al'ielam walaitisali, 38 (3)).
- Eedan R. Amit-Danhi and Limor Shifman. "Digital political infographics: A rhetorical palette of an emergent genre," opcit pp3540-3559.
- Ali, S. (2017). "sahafat al'iinfujrafik: dirasat tahliliati fi limadamin alfaniyati walbasariati jaridat alquds alearabiati nmwdhjan lilmudat 1/5/2016 - 1/5/2017. (jamieat alkuayta: majlis alnashr alealamii, almajalat alearabiati lileulum al'iislatiati, 146(2).
- Julia Alieva." Data journalism and democracy: how American mass media framed the 2016 presidential campaign in the United States using data visualization" (University of Missouri-Columbia: Faculty of the Graduate School, Master published,2017)
- Mary Lynn Young and others." What Makes for Great Data Journalism? A content analysis of data journalism awards finalists 2012–2015" (Journalism practice vol 12, issue 1,2018)

- Christina Karypidou." Visualization and interactivity in data journalism projects", op cit.
- Zhirui Chen." Innovative Research on the Improvement of Visual Quality of Data Journalism in China: Visual Language and Interaction Design" (Journal of Physics: Conference Series 1518,2020)
- Cordoba-Cabus." Visualisations as a critical information source for data journalism. Analysis of the typology, interactivity, and functions in the 2019 Data Journalism Awards "(University of San Pablo: Faculty of Humandades & sciences communication, paper presented in conference of the faculty, 2021)
- Christian Pentzold and Denise Fechner." Data journalism's many futures: Diagrammatic displays and prospective probabilities in data-driven news predictions" (The International Journal of Research into New Media Technologies vol 26(4),2020) pp 732-750.
- Roselyn Du." Data visualization (The Sage Encyclopedia of journalism ,2021) P 113
- Hasan, H. (2021). "alaitijahat alhadithat fi buhuth sahafat albayanati", (almaehad alduwalii aleali lil'ielam bialrashuqi: majalat albuqhuth waldirasat al'ielamiati, 17(2): 229-292.
- Editorial." Attract readers with a graphical abstract – The latest clickbait" (Journal of Orthopedics no 38,2023) p30.
- Michael J. Peeters and Spencer E. Harpe." Last Matter: Introducing infographics to Methodology Matters" (Currents in Pharmacy Teaching and Learning n 13,2021) p 1259.
- Angelos Christos Anadiotis and others." Graph integration of structured, semi structured and unstructured data for data journalism" (Information Systems n 104, 2022) pp 1-2.
- H. Lochner and others." 120 Disseminating equine science with infographics on social media" (Journal of Equine Veterinary Science no 100, 2022) p1
- Adi and D. Setiautami." Distributing information through infographic on tempodotco to build understanding and awareness about COVID-19 virus outbreak in Indonesia", op cit p 2.
- Farah Khouzam and others. "Automatic Infogram generation for online journalism" (paper presented at the 23 international conference information visualization by IEEE Computer SOC, 2020)
- Christina Karypidou. (2019)." Visualization and interactivity in data journalism projects" (Abdelhamid Ibn Badis University of Mostaganem: Faculty of Economic,

Commercial and Management Sciences, Journal of Strategy and Development, Volume 9).

- Zhirui Chen." Innovative Research on the Improvement of Visual Quality of Data Journalism in China: Visual Language and Interaction Design", op cit pp 2-3.

- R. Akhmad and others." Infographic Design as Visualization of Geography Learning Media" (paper presented in Conf. Series: Earth and Environmental Science 145 (2018), p2.

-Christina Karypidou." Visualization and interactivity in data journalism projects", opcit, 76

-Roselyn Du." Data visualization, op cit, p114.

-Jing Rong Tong." Journalism, Economic Uncertainty and Political Irregularity in the Digital and Data Era"( Published under exclusive license by Emerald Publishing Limited,2023) pp 47-49.

-Doris Seyzer and others. "Storytelling an analysis of visual story telling in online journalism" (paper presented in 22nd International Conference Information Visualisation,2018)



# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

---

**Chairman: Prof. Salama Daoud** President of Al-Azhar University

---

**Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin**

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani**

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

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Mahmoud Abdelaty**

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

**Prof. Fahd Al-Askar**

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

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

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

**Managing Editor: Prof. Arafa Amer**

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

---

## 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. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 70 April 2024 - part 3

● 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.