

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة: أ د / محمد المحرصاوي

رئيس التحرير: أ د / غانم السعيد

أ د / محمود الصاوي

أ د / عرفه عامر

د / عبد العظيم خضر

نواب رئيس التحرير:

د / محمد عبد الحميد

مدير التحرير:

د / رمضان إبراهيم

سكرتير التحرير:

توجه المراسلات باسم سكرتير التحرير على العنوان الآتي:

القاهرة: مدينة نصر - كلية الإعلام - جامعة الأزهر

المراسلات:

<https://jsb.journals.ekb.eg>

أو على الموقع الإلكتروني للمجلة:

العدد الخمسون (الجزء الثاني): صفر ١٤٤٠ هـ - أكتوبر ٢٠١٨ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية : ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ١١١٠-٩٢٩٧

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفق القواعد الآتية:

- تقبل البحوث للنشر باللغتين العربية والانجليزية.
- تنشر المجلة بحوث معاوني هيئة التدريس كمتطلب للحصول على درجتي الماجستير والدكتوراه.
- تنشر المجلة المقالات العلمية لأعضاء هيئة التدريس بدرجة أستاذ.
- يعتمد النشر على تحكيم اثنين من أساتذة الإعلام في التخصص الدقيق الذي يندرج تحته البحث لتحديد مدى صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مكان آخر.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر ونسخة على C D ، 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

-
-
-
- أ د / علي عجوة
- أ د / حمدي حسن
- أ د / محمد معوض
- أ د / محمود يوسف
- أ د / نجوى كامل
- أ د / مرعي مذكور
- أ د / جمال النجار
- أ د / حسن على
- أ د / سامي الشريف
- أ د / شريف اللبان
- أ د / عبد الصبور فاضل
- أ د / خالد صلاح الدين
- أ د / عرفة عامر
- أ د / حنان جنيد
- أ د / سلوى العوادلي
- أ د / عبد الرحيم درويش
- أ د / رزق سعد عبد المعطي
- أ د / محمود عبد العاطي
-

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

معالجة الانفوجرافيك للقضايا الاقتصادية في المواقع

الالكترونية للصحف القومية اليومية

إعداد

د . سالي أسامة شحاتة

أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام - كلية الآداب

جامعة الملك فيصل

الملخص:

هدفت الدراسة التعرف على كيفية توظيف المواقع الالكترونية للصحف القومية المصرية للإنفوجرافيك في معالجة القضايا الاقتصادية، والتعرف على انواع الإنفوجرافيك ومصادره، عناصره، ونطاقه الجغرافي، وأسسها الفنية في تغطية القضايا الاقتصادية، وطبقت الدراسة على ثلاث مواقع لصحف قومية مصرية "الأهرام، الأخبار، الجمهورية" خلال الفترة الزمنية من ٢٠١٨/٦/١م حتى ٢٠١٨/٩/٣٠م مستخدمةً منهج المسح الإعلامي، وأسلوب المقارنة.

وتوصلت الدراسة الى اهتمام المواقع بقضايا "الإصلاح الاقتصادي ورؤية ٢٠٣٠" حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٢٨٪، كما توصلت الدراسة إلى اعتماد البوابات الإلكترونية للصحف القومية على الإنفوجرافيك الثابت بشكل أساسي إلا بوابة أخبار اليوم جاء الإنفوجرافيك المتحرك بنسبة ٩,٤% فقط، وبالنسبة للأنواع المستخدمة في الإنفوجرافيك احتل "عرض الأفكار" الترتيب الأول بنسبة بلغت ٤١%، ثم "المقارنات" بنسبة بلغت ١٨%، " تسلسل زمني " بنسبة بلغت ١٧%، كما أكدت النتائج ارتفاع الاعتماد على المصادر الحكومية كمصدر أول للمعلومات

الكلمات المفتاحية: بوابات الصحف الالكترونية* الصحافة القومية المصرية * الإصلاح الاقتصادي * الإنفوجرافيك الثابت، الإنفوجرافيك المتحرك

Abstract:

The study aimed to identify how to use the websites of the Egyptian national infographic newspapers to deal with economic issues. The study was applied to three Egyptian national newspapers sites "Al-Ahram, Al-Akbar, and Al-Gomhoria" during the time period from 1/6/2018 to 1/10/2018, Using media survey methodology and comparison method. The study reached the sites 'interest in the issues of "Economic Reform and Vision 2030", which ranked first with a rate of 28%. The study also found that the electronic portals of national newspapers rely on fixed infographic primarily, except for Akbar Al-Yom, mobile infographics came in by only 9.4%.As for the types used in infographics, "Presenting Ideas" ranked first by 41%, then "comparisons" by 18%, "chronology" by 17%, and the results confirmed the high dependence on government sources as a primary source of information

key words:

Electronic newspaper portals* The Egyptian national press *Economic reform * Infographic Fixed* moving infographic

يؤدي الإعلام بصفة عامة دورًا مهمًا في عرض المشكلات الاقتصادية، وأساليب حلها، ويهتم الإعلام الإلكتروني بصفة خاصة بالمعالجة الصحفية الفعالة للقضايا الاقتصادية، باستخدام أفضل الامكانيات التي تتيحها التكنولوجيا الرقمية الجديدة والتي من بينها فن الانفوجرافيك فباستخدامه تتمكن الصحافة الاقتصادية من تحويل الجمل والعبارات، الأرقام، الإحصائيات التي يصعب فهمها على القارئ البسيط إلى رسوم توضيحية مبسطة يسهل على الجمهور فهمها. وتعد القضايا الاقتصادية من اهم وأبرز القضايا التي تهتم غالبية الجمهور، ولها ابعاد متشابهة بغالبية قضايا المجتمع .

والصحافة الاقتصادية هي نوع من أنواع الصحافة التي تهتم بالمضمون الاقتصادي بكل قضاياها الرئيسية والفرعية، وتركز عليه بشكل مباشر وعلى تأثيراته المختلفة على جوانب الحياة^(١). هذا الواقع جعل من الضروري جدًا أن تحظى القضايا الاقتصادية بالتغطية الشاملة، حيث أصبح التحليل الاقتصادي ضرورة مهمة في نقل الصورة الحقيقية للأداء الاقتصادي المحلي والدولي، لأن العالم أصبح عالمًا واحدًا مرتبطًا اقتصاديًا، ببعضه البعض، وكثير من الدول تتأثر اقتصاديًا سواء سلبياً أو إيجابياً مع التطورات الاقتصادية للدول الأخرى، حتى الأسواق العالمية بدأت تتشابه فيما بينها بالأداء^(٢).

وتعد صحافة الانفوجرافيك من الأشكال الصحفية التي انتشرت في المواقع الإلكترونية كمحاولة لجذب القارئ، وهي تقوم على تقديم المعلومات باستخدام الرسوم البيانية والعلامات البصرية المميزة لتسهيل الفهم والاستيعاب لدى القارئ، وتعتمد بشكل أساسي على المعلومات المجردة ، ويطلق عليها تسمية صحافة البيانات، أو صحافة الرسومات المعلوماتية التي تعكس الدور المتزايد لاستخدام البيانات الرقمية في إنتاج المعلومات وتوزيعها في عصر الثورة الرقمية، وتعكس التفاعل المتزايد بين منتجي المحتويات والعديد من المجالات المتنوعة، مثل التصميم وعلوم الحاسوب والإحصاء، ومن ثم فهي تعني البيانات التصويرية، كما يمكن أن يطلق عليها التصميم المعلوماتية.

وإذا كان ظهور صحافة البيانات في مصر ارتبط بالصحف الخاصة التي توظفه بشكل ملحوظ داخل الموضوعات المختلفة باعتباره عنصر جذب كبير للقراء، إلا أن الصحف القومية

أدرجت أيضاً أهمية هذا النوع من الصحافة، لیتسع المجال التنافس بين الصحف في سبيل تطوير أساليب عرض المادة الصحفية، وبدأت تستخدم مجموعة من البرامج في تصميم الانفوجرافيك مثل الفوتوشوب photoshop، برنامج الالستريتور illustrator وذلك للانفوجرافيك الثابت، وبرنامج الاقترافكت aftereffect، الموشن Apple motion، للانفوجرافيك المتحرك. .

ومن هنا نجد أنفسنا أمام شكل جديد من الصحافة بدأ ينتشر بشكل ملحوظ في المواقع الصحفية ان اختلفت درجة الاهتمام به من موقع إلى آخر، ولكن تبقى صحافة الإنفوجرافيك نوع من الصحافة يتميز بقدرته على جذب عدد كبير من القراء من خلال تبسيط المعلومات والأرقام والاحصائيات وتقديمها في أشكال بصرية كما أكدت الدراسات زيادة إقبال الجمهور على صحافة الإنفوجرافيك كنمط مستحدث وتفضيلهم لها عن المادة المكتوبة لإدراكهم لطبيعة الدور الذي تقوم به صحافة الإنفوجرافيك مما يعنى زيادة أعداد القراء والمتابعين للإنفوجراف في الصحف الإلكترونية وخاصة أن صحافة الانفوجرافيك تلائم جمهور الشباب ورجال الأعمال من حيث سرعة الاستيعاب وفهم المعلومة دون الحاجة إلى قراءة متعمقة للموضوعات (٣).

ويتمثل مفهوم الإعلام الاقتصادي الذي يقع في أذهان نسبة كبيرة من الجمهور قد يكون عبارة عن أرقام، إحصائيات، علاقات معقدة أو صعبة الفهم، ولكي ندوب هذا المفهوم لابد من تقديم معلومات التنمية الاقتصادية التي تهتم الجمهور بشكل جذاب ومبسط يتقبله القارئ البسيط، ومن هنا تأتي أهمية استخدام فن الانفوجرافيك في تقريب وتبسيط المعلومات الاقتصادية، ويستمد الانفوجرافيك أهميته لأنه يركز على العنصر البصري الذي عادة يكون أسرع وأحب إلى القارئ من النصوص.

مشكلة الدراسة:

لاحظت الباحثة اهتمام الصحافة العربية بشكل عام باستخدام الانفوجرافيك سواءً في الصحف المطبوعة ام مواقع الصحف الالكترونية مع اهمية استخدامه بالصحافة المطبوعة ليمثل عامل جذب لها ويعتبر كمنفذ لها في ظل عصر الإعلام الرقمي، ويمثل أهمية في المواقع الصحفية الالكترونية لكونه يدمج بين كافة عناصر الوسائط المتعددة ويقدم المعلومة مرتبة وفي قالب واحد، يستطيع الوصول سريعاً إلى ذهن القارئ، ومن جهة اخرى يصعب فهم الكثير من الجمهور لقضايا التنمية الاقتصادية لكونها تمتلئ بالكثير من الأرقام والمصطلحات، الإحصائيات التي يصعب على الجمهور البسيط حفظها، تذكرها مما يستوجب على الصحف والمواقع الإخبارية ضرورة تبسيطها بشكل جذاب محبب للقارئ عن طريق الانفوجرافيك وعلية تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على معالجة الانفوجرافيك للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف القومية اليومية عينة الدراسة.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من اهتمام جمهور المواقع والبوابات الإلكترونية بالقضايا الاقتصادية لما لها من ارتباط، وانعكاس بمختلف قضايا المجتمع، وتتطلب معالجتها الكثير من الجهد في التحرير والإخراج لكونها ذات طبيعة معقدة أحياناً لكثرة الأرقام والإحصائيات، وارتباطها بقضايا أخرى، ومن هنا يأتي دور الإنفوجرافيك الذي مثل أسلوباً تحريراً وإخراجياً يتناول المعلومات بشكل متسلسل، مع عدم الاكتفاء بالأرقام مجردة ولكن يحولها إلى أشكال بصرية مناسبة، فيجذب الجمهور للمتابعة والتذكر بشكل أفضل.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على كيفية استخدام البوابات الإلكترونية للصحف القومية المصرية عينة الدراسة للإنفوجرافيك في معالجة القضايا الاقتصادية ويتفرع منه عدة أهداف فرعية:

- التعرف على انواع الإنفوجرافيك ومصادره، عناصره، ونطاقه الجغرافي، وأسسه الفنية في تغطية القضايا الاقتصادية.
- التعرف على كيفية استخدام الإنفوجرافيك للألوان، الصور، ومدى التماسك في تصميمه.
- التعرف على الأساليب المتبعة في عرض معلومات التنمية الاقتصادية بالانفوجرافيك عينة الدراسة

الدراسات السابقة

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين:

المحور الأول: الدراسات التي اهتمت بدراسة الانفوجرافيك.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت بدراسة الصحافة الاقتصادية بالصحف الإلكترونية.

المحور الأول: الدراسات التي اهتمت بدراسة الانفوجرافيك.

الدراسات الأجنبية:

١- دراسة **Azam Majooni, Mona Masood & Amir Akhavan** (٢٠١٨) (٤)

حول دراسة حركة العين لبيان تأثيرها على فهم و استيعاب قراء الانفوجرافيك، حيث هدفت

الدراسة إلى بيان مدى تأثير تصميم الانفوجرافيك على فهم واستيعاب القراء.

الفرضية الأساسية لهذا البحث هي دراسة تأثير التصميم على الفهم والاستيعاب للقراء في الانفوجرافيك، تم تصميم التجربة التي أجريت في هذه الدراسة على أساس قصتين، ويتم تقديم كل واحدة من هذه القصص مع اثنين من تصميمين مختلفين للانفوجرافيك. وأثناء التجربة تم دراسة تتبع حركة العين أثناء قراءة بيانات الانفوجرافيك. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها

أن تصميم القصص الإخبارية في الانفوجرافيك يحقق استيعاب وفهم أكثر من سردها بدون تصميم للانفوجرافيك.

٢- دراسة **Julio Costa Pinto** (٢٠١٧) ^(٥) حول مدى ملائمة الانفوجرافيك الرقمي في الصحف الالكترونية. هدفت الدراسة من خلال تأطير نظري إلى بيان مدى ملائمة الانفوجرافيك في الصحف الالكترونية في الوقت الحالي من خلال التطرق إلى محاور أساسية تمثلت في ماهية الانفوجرافيك، الانفوجرافيك في الصحافة الالكترونية، الانفوجرافيك الرقمي، والتكنولوجيا والانفوجرافيك. وخلصت الدراسة إلى أنه بالرغم من أهمية استخدام الانفوجرافيك في الصحافة الالكترونية إلى أنه مازال هناك حاجة ملحة إلى وضع معايير لتصميم وتنفيذ أشكال من الانفوجرافيك في الصحافة الالكترونية تحقق درجة عالية من المواءمة مع الجمهور.

٣- دراسة **Sandra Zwinger & Michael Zeiler** (٢٠١٦) ^(٦) حول الانفوجرافيك التفاعلي في الصحف الالكترونية الألمانية قام الباحثان بتحليل مضمون عينة من الانفوجرافيك التفاعلي بالصحف الالكترونية الألمانية قوامها (٢٧٦) بهدف تقييم استخدام هذه الصحف للانفوجراف التفاعلي ومدى التزامها بالمعايير الخاصة بتصميم الانفوجراف كما تم تطبيق دراسة ميدانية على عينة قوامها (٢٥٩) من مستخدمي الانفوجرافيك التفاعلي بهذه الصحف للتعرف على تفضيلاتهم المختلفة لها. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن أكثر موضوعات الانفوجرافيك التفاعلي هي الموضوعات الاجتماعية ويليها الموضوعات السياسية، أيضاً توصلت الدراسة إلى أن اهم اسباب تفضيل الجمهور للانفوجرافيك التفاعلي تبسيط المعلومة في أشكال بسيطة سهلة الفهم والاستيعاب والحفظ.

٤- دراسة **waralk Siricharoen & Nattanun Siricharoen** (٢٠١٥) ^(٧) حول كيفية جعل الانفوجرافيك مؤثراً وذلك من خلال دراسة الجوانب والأساليب التي تميزه، أيضاً طرحت الدراسة تأطير نظري لماهية الانفوجرافيك وأنواعه أهم استخداماته وأهم الوسائط المتعددة التفاعلية فيه، أيضاً قام الباحث بتحليل عينة من الانفوجرافيك، وتوصل إلى ضرورة الاهتمام بالعناصر المكونة للانفوجرافيك، واستخدام الصور والألوان حيث إن عملية تقييم الانفوجرافيك تبنى على المعلومات التي يقدمها والعناصر المكونة له.

٥- دراسة **Kaelyn Godoy** (٢٠١٥) ^(٨) تستهدف الدراسة كيفية معالجة الانفوجرافيك لحريق هائل على نطاق واسع في ولاية أريزونا - عام ٢٠١٣ الذي أودى بحياة ١٩ شخصياً من رجال الإطفاء، وتقديم لمحة عامة عن العملية المستخدمة لإنشاء وتصميم هذا الانفوجرافيك لأنه يلخص تقنيات جمع البيانات وتطبيق تصميم الرسومات بشكل أفضل، وتوصلت الدراسة الي تفاصيل عن فرص التصميم المستقبلية المتعلقة بهذا الموضوع.

٦- دراسة Murray Dick (٢٠١٤) ^(٩) حول دراسة القيم الإخبارية وممارسات العمل في انشاء الانفوجرافيك التفاعلي في المواقع الإخبارية على الانترنت في المملكة المتحدة، من خلال الاعتماد على المقابلات المتعمقة مع الصحفيين العاملين في وسائل الاعلام إلى جانب الملاحظة لفترة قصيرة للانفوجرافيك، وتوصلت الدراسة إلى سيطرت القواعد التنظيمية على المعايير الصحفية التقليدية وتأثيرها في معالجة الانفوجرافيك التفاعلي كما أن الأرقام والاحصائيات هي الأكثر استخداما وتفضيل الجمهور للأخبار المحلية أكثر.

٧- دراسته Dur، ٢٠١٤ ^(١٠).

تعرفت الدراسة على استخدامات الانفوجرافيك في الصحافة، انواعه، اساليب عرضه للمحتوى، والاختلافات بين التصاميم الثابتة والتفاعلية المرئية، وتوصلت الدراسة إلى، اصبح الانفوجرافيك ضروره بهذا العصر في ظل الاهتمام بالاتصال المرئي، لجعل المعلومه الصعبه اكثر قابلية للفهم والاستيعاب، وجذب الانتباه، لأنه يقدم المعلومات المعقدة وغير المنظمه في شكل واضح ومفهوم.

٨- دراسة Waralak Siricharoen (٢٠١٣) ^(١١).

استهدفت الدراسة التعرف استخدام الانفوجراف في ظل التطور الحديث والعصر الرقمي، وانه يستخدم في نقل القصة الصحفية لجذب القراء الذين يميلون للقراءة السريعة، وتطرت الدراسة الي التعرف على ادوات صناعة الإنفو جراف، وتوصلت أنه يقدم المعلومات بمساحه محدده وبشكل فني، مع تمرير المعلومات والحقائق بسرعة، وبطريقه ممتعه للقراءه والفهم كما يمكنه تقديم مفهوم متكامل للوسائط المتعدده من خلال الجمع بين الصوت والحركة التي تعد اكثر اهتماما وإثاره

٩- دراسة Milatz، ٢٠١٣ ^(١٢).

سعت الدراسة الي استكشاف أثر الانفوجرافيك التفاعلي على عملية التذكر لدى المستخدم، واستخدم الباحث اسلوب التجربه كأداه للتعرف على أنواع التأثير (الثابت، التفاعلي، الجدول) في تذكر المعلومات، بتصميم انفوجرافيك لخريطه اوربا موضح بها الهجره الألمانية، وطبق ذلك على عينه من ١٢٢ مفرده من الناطقين بالألمانية، أو لديهم مهارات لغوية ألمانية، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقه بين الانفوجرافيك التفاعلي والاستعادة الشامله للمعلومات، وان استخدام الجداول يظهر قدرات اقل في استعادة المعلومات لدى المشاركين.

١٠- دراسة Giardina& Medina، ٢٠١٢ ^(١٣).

استهدفت الدراسة التعرف على تأثير الإنفوجرافيك ونشره على إدارات سير عمل شركات الإعلام، بالاعتماد على نماذج من الانفوجرافيك المنشورة في صحيفة نيويورك تايمز المطبوعه، الالكترونية، والوقوف على كيفية استخداماته، وتأثيره على انشطه المؤسسات الإعلامية، من خلال تحليل ٥٠ نموذج من الانفوجرافيك، وعمل مقابلات مع المصممين، توصلت الدراسة الي أن تطور الانفوجرافيك التفاعلي يتطلب انشاء ادارات خاصه تعمل بشكل مستقل، يساعد الانفوجراف التفاعلي على تطوير قدرات قراء الصحف.

الدراسات العربية:

- ١- دراسة عبير محمد سليم (٢٠١٨)،^(١٤) استهدفت التعرف على درجة اهتمام المواقع الفلسطينية الالكترونية بفن الانفوجرافيك وأهم مجالات استخدامه اضافة إلى أهم العناصر المكونة لفن الانفوجرافيك هذا بجانب التعرف على أهم القضايا التي يطرحها الانفوجرافيك، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أبرزها اهتمام مواقع الدراسة باستخدام الانفوجرافيك بدرجات متفاوتة، كما تنوعت القضايا التي يطرحها الانفوجرافيك، كما اعتمدت المواقع على الانفوجرافيك الثابت أكثر من المتحرك، حيث أظهرت مواقع الدراسة اهتمامًا بالعناصر المرئية أكثر من المقروءة بنسبة (٧٠,٧%).
- ٢- دراسة محمد جمال عبد المقصود (٢٠١٨)^(١٥) استهدفت دراسة متعمقة لعلم الانفوجرافيك بالصورة التي توضح اهميته ومدى اسهامه في تسهيل قراءة المعلومة لبعض فئات الجمهور، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وقد قام الباحث بتحليل بعض نماذج الانفوجرافيك لتحديد اهم الايجابيات والسلبيات بها، وقد حددت الدراسة مجموعة من الاعتبارات الاساسية الخاصة بنجاح الانفوجرافيك منها الاهتمام بالعناصر التيبوغرافية والجرافيكية، الايقونات ودلالاتها، الفراغات والمساحات.
- ٣- دراسة دينا طارق محمود (٢٠١٨)^(١٦) سعت إلى رسم الملامح العامة لتوظيف صحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والعالمية والدور الذي يؤديه الانفوجراف في تسهيل فهم القصة الصحفية وما تحويه من أرقام، واعتمدت الباحثة على اسلوب الحصر الشامل لجميع موضوعات صحافة البيانات في أربعة مواقع إخبارية وهم (الوطن، المصري اليوم، الجارديان، نيويورك تايمز) خلال عام ٢٠١٥. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها اهتمام المواقع الإخبارية المصرية باستخدام الانفوجراف بنسبة ٧١,٩%، ايضا عدم وجود صحافة بيانات بالمعنى الحقيقي في مصر ولكن يقتصر الامر على مجموعة من الارقام والمؤشرات التي يتم تقديمها في انفوجراف.
- ٤- دراسة جواد راعب الدلو (٢٠١٨)^(١٧) حول " الانفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة، استهدفت الدراسة التعرف على مدى اهتمام صحيفة الرسالة بالانفوجرافيك والقضايا التي يتناولها، وانواعه ومكوناته، ومصادره، ومواقع نشره، وقد اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون حيث طبقت على عينة حجمها (١٠٤) من أعداد صحيفة الرسالة عام ٢٠١٦ وتوصلت إلى اهتمام صحيفة الرسالة بفن الانفوجرافيك دون غيرها من الصحف الفلسطينية الأخرى ويركز علي أربع قضايا، هي: سياسيه، مجتمعيه، الفصائل الفلسطينية، الانتخابات المحلية، أن معظم قضايا الانفوجرافيك تهتم بالواقع المحلي

٥- دراسة راللا عبد الوهاب، هبه عبد الرزاق (٢٠١٧) ^(١٨) استهدفت الدراسة إلى رصد الوضع الحالي لصحافة البيانات في مصر والتعرف على مستقبلها وتأثيرها على مستقبل الصحافة في مصر وتعد الدراسة مستقبلية معتمده على النمط المعياري عبر مجموعة من السيناريوهات البديلة وقد استخدمت الدراسة في التحليل أسلوب دلفي، أسلوب كتابة السيناريوهات، كما استخدمت الدراسة أداة الاستبيان للخبراء بجانب أداة المقابلة على عينة قوامها (٢٣) من الخبراء وتوصلت الدراسة إلى مجموعة رؤى مستقبلية منها زيادة دوافع استخدام الانفوجراف في الصحف لمواجهة انخفاض القارئ ومحاولة الوصول إلى الشباب الذي يمثل النسبة الأكبر لمستخدمي الانترنت في مصر.

٦- دراسة على حمودة جمعة (٢٠١٧) ^(١٩) استهدفت الدراسة معالجة انفوجرافيك الصحف المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها، التعرف على وسائل الابرز في انفوجرافيك هذه الصحف، اعتمدت الدراسة في هذا الاطار على منهج المسح وطبقت الدراسة على عينة من الصحف محل الدراسة اضافة إلى (١٠٠) مفردة من مستخدمي الصحف، هذا واعتد الباحث على أداتي تحليل المضمون والاستبيان كأداتي جمع للبيانات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها جاءت الصورة الشخصية والموضوعية في الترتيب الأول كأهم وسائل للإبراز في الانفوجرافيك يليها الخرائط التوضيحية.

٧- دراسة محمد صديق حسين (٢٠١٦) ^(٢٠) استهدفت الدراسة إلى وضع القواعد الفنية والتصميمية لصناعة الانفوجرافيك من خلال دراسة أمثلة لنماذج فعلية من أشكال الانفوجرافيك الصحفي بالمواقع الصحفية العربية والوقوف على ايجابياتها وسلبياتها، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي والتحليلي كما توصل إلى عدد من النتائج منها أن صحافة الانفوجرافيك تتطلب فريق عمل منفصل عن فريق التحرير للموقع لمزيد من التركيز والتخصص لهذا النوع من الصحافة.

٨- دراسة نايف العليانى (٢٠١٦) ^(٢١) حول " القيم البصرية والفنية للانفوجرافيكس وتوظيفه في المواقع الالكترونية تهدف إلى معرفة الانفوجرافيك كوسيلة حديثة تستخدم وتوظف في المواقع الالكترونية واعتمد الباحث على منهج المسح معتمدا على أداة تحليل المضمون لجمع البيانات الخاصة بالدراسة وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها زيادة استخدام المواقع الصحفية السعودية للانفوجرافيك وتوظيفها.

٩- دراسة شيماء محمد ادريس (٢٠١٥) ^(٢٢) استهدفت معرفة أثر استخدام الإنفوجرافيك (Infographics) على تحصيل الطالبات وعلى اتجاهاتهم ودافيتهم نحو تعلمها ، استخدمت الباحثة المنهج شبه التجريبي، وطبقت الدراسة على عينة من طالبات الصف الخامس الأساسي، وقد توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

الدلالة (٠,٠٥) بين متوسطي دافعية طالبات الصف الخامس الأساسي والتي درسن وحدة النباتات باستخدام الإنفوجرافيك (المجموعة التجريبية) وطلاب الصف الخامس الأساسي الذين درسوا نفس الوحدة بالطريقة التقليدية (المجموعة الضابطة) في الدرجة الكلية لاختبار التحصيل البعدي ولصالح المجموعة التجريبية، وفي ضوء هذه النتائج أوصت الباحثة بعدد من التوصيات، أهمها: تفعيل طريقة التدريس باستخدام الإنفوجرافيك في تعليم مناهج العلوم في جميع المراحل التعليمية، كما أوصت الدراسة تشجيع الاتصال والتواصل من خلال الإنفوجرافيك بين الطلبة من خلال إنشاء مواقع وصفحات تواصل بينهم عن طريق الإنترنت تتيح للطلاب التواصل خارج إطار المدرسة.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت بدراسة الصحافة الاقتصادية بالصحف الإلكترونية.

١- دراسة عدلات عبد المعطي ٢٠١٥م^(٢٣) استهدفت الدراسة إلى التعرف على دور الصحف الإلكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية، ودرجة الاهتمام التي توليها الصحف الإلكترونية للقضايا الاقتصادية المحلية، ومدى اهتمام الجمهور الفلسطيني بالقضايا الاقتصادية المحلية، إضافة إلى دراسة العلاقة بين ترتيب الصحف الإلكترونية الفلسطينية للقضايا الاقتصادية المحلية وترتيب الجمهور لهذه القضايا من ناحية أخرى. واثبتت الدراسة تفاوت اهتمام صحيفتي الدراسة بالقضايا الاقتصادية المحلية المختلفة، حيث ظهر في التحليل اهتمام صحيفة فلسطين متزايداً بقضايا إغلاق المعابر التجارية، وقضايا الفقر، وقضايا الرواتب عن صحيفة الحياة الجديدة، أن حجم التغطية التي تخصصها الصحف الإلكترونية الفلسطينية للقضايا الاقتصادية المحلية منخفضة من وجهة نظر الباحثين.

٢- دراسة سعد كاظم حسن (٢٠١٤)،^(٢٤) استهدفت الدراسة معرفة تحديد ماهية العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي، وكان مجتمع الدراسة التحليلية بجميع الصحف الإلكترونية العراقية (المدى، الصباح، الزمان) وامتدت مدة الدراسة من ٢٠١٣/٧/١ حتى ٢٠١٣/٩/٣٠.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: جاءت قضية سياسات تشجيع الاستثمار بالترتيب الأول كأكثر قضايا الإصلاح الاقتصادي معالجة في الصحف عينة الدراسة ثم قضية إصلاح الموازنة العامة ثم قضية سياسات التقليل من معدلات التضخم. في حين جاءت قضية سياسات مكافحة الفقر في الترتيب الأول كأكثر قضايا الإصلاح الاجتماعي معالجة في الصحف عينة الدراسة ثم قضية سياسات تقليل معدلات البطالة ثم قضية تطوير التعليم.

٣- دراسة صالح حسام الدين ٢٠١٤^(٢٥) اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب تحليل المضمون، على عينة من جميع اعداد صحيفتي إيلاف، والأسواق خلال فترة

الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحافة الاقتصادية تؤدي دورًا مهمًا في دعم جهود التنمية والتوعية بقضاياها في السودان إلا أن أهمية هذا الدور يتفاوت وفقًا للتعبير الأمثل عن النظرية التنموية في الإعلام، وإن مستقبل الإعلام التنموي رهين بتطوير المستوى المعرفي، والمهني للقائمين على الاتصال، ورهين بمعالجة مشاكل وأوجه قصور الإعلام الاقتصادي.

٤- دراسة "أميمة مجدي محمد زكي" (٢٠١٢)،^(٢٦). استهدفت رصد وتحليل ملامح ومكونات الخطاب الصحفي للصحف الاقتصادية المحلية والدولية إزاء قضايا برنامج (الإصلاح الاقتصادي) بهدف استخلاص اتجاهات هذه الصحف نحو القضايا، ومدى ملائمة نمط خطابها الصحفي للمرحلة، وتوصلت الدراسة على عدة نتائج أهمها: اتفاق رؤية الصحف المحلية والدولية في تأييد الاتجاه اليميني في الإصلاح الاقتصادي في مصر. بينما انفردت جريدة الأهالي بالتغريد خارج السرب عندما تبنت وجهة نظر يسارية في رفض الإصلاح كما كان الحزب الحاكم يطبقه. كما انصبت معالجات الصحف المحلية والدولية باستثناء الأهالي على الدعوة إلى انتهاكات سياسية اقتصادية ليبرالية تدفع بمصالح رجال الأعمال والقطاع الخاص إلى الواجهة، بينما يقتصر دور الدولة على الإشراف والرقابة.

٥- دراسة "محمد شحدة على الحروب" (٢٠١٢)،^(٢٧). استهدفت التعرف على طبيعة التغطية الصحفية للقضايا الاقتصادية في الصحف السعودية اليومية وتحديد سمات المضمون الاقتصادي في المنظمات الاقتصادية وخصائصه، وقد أجريت الدراسة على ثلاث صحف يومية هي عكاظ، والرياض، اليوم وهي موزعة على المناطق الجغرافية الثلاثة: الغربية والوسطى والشرقية.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: سيطرة القطاع الخاص على مجمل المواد التحريرية في الصفحات الاقتصادية، حيث انصب اهتمام الصحف أكثر ما يكون في القضايا التي يكون مركزها المنطقة التي تصدر منها الصحيفة، اعتمدت الصحف في الحصول على المادة التحريرية على نوعين من المصادر: الأول، المصادر الداخلية مثل المراسلين والمندوبين والمحريين. والقسم الثاني مصادر خارجية مثل وكالات الأنباء ومكاتب العلاقات العامة. كما توصلت إلى أن الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية السعودية ذات طابع أخباري في معالجتها للشأن الاقتصادي.

٦- دراسة "بتول عبد العزيز، فاتن على" (٢٠١١)،^(٢٨) وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مضمون ما يقدم في الصفحات الاقتصادية المتخصصة في الصحافة العراقية من خلال دراسة تحليلية لجريدة المدى نموذجًا، ومدى ملائمة هذا المضمون مع احتياجات القارئ والتعرف على أكثر الأنواع فنون التحرير الصحفي استخدامًا في الصحافة المستقلة والتعرف على مدى مصاحبة المادة الإخبارية بمادة مصورة حية.

وتوصلت الدراسة إلى أن الصحافة العراقية استطاعت أن تتناول قضايا التنمية الاقتصادية في الصفحة الاقتصادية ونقلها بواقعية وشفافية. وتوصلت إلى اعتياد الجريدة على استخدام الصور الموضوعية في التقرير الأخباري المعتمدة لمعالجة قضايا التنمية. بالإضافة إلى الصحافة العراقية لازالت بحاجة إلى أكثر من تخصص في طريقة عرض الموضوعات الاقتصادية كونها لم تتناول الفنون الصحفية التي من الضرورة وجودها في هذه الصفحات مثل المقالات الرئيسية.

٧- دراسة Valention Larcinese، (٢٩) (٢٠١٠).

استهدفت الدراسة تحديد السلوك السياسي لعينه من الصحف الأمريكية في طرحها للقضايا الاقتصادية بهدف فحص اتجاه وكثافة التغطية الاقتصادية وعلاقتها بالانتماء السياسي للصحيفة، مع التركيز على قضايا البطالة والتضخم وعجز الميزانية والتجارة، وتوصلت الدراسة إلى وجود ادله على أن الصحف المؤيدة للحزب الديمقراطي لديها تحيز حزبي، حيث أعطت المزيد من كثافة التغطية بشكل منتظم (لارتفاع معدلات البطالة، العجز في الميزانية، التضخم).

٨- دراسة مني عيد أبوجامع، (٣٠) (٢٠٠٩).

تناولت الدراسة بالبحث موضوع الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية الأردنية وكيفية تعاملها مع مختلف القضايا الاقتصادية ومدى قدرة القارئ العادي على فهم ما تتناوله الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية .

أوصت الدراسة بضرورة إعادة ترتيب أجنحة الصحف بما يتعلق بما تقدمه للقارئ من هذه المواد الاقتصادية سواء من حيث الكم أو الكيف، وأن لا يكون المحدد في ذلك إمكانات الصحف إنما التوازن في المصالح ، مما يترتب إعادة هيكلية الاستثمار وإدارة المؤسسة الإعلامية وإعادة هيكلية التوظيف للصحفيين والمحريين المختصين. وقد استفاد الباحث من هذه الدراسة في التعرف على كيفية تناول الصحف للقضايا الاقتصادية ودرجة الاهتمام التي أولتها لكل قضية والهدف من ذلك.

التعليق على الدراسات السابقة

- على الرغم من وجود دراسات تناولت الانفورجريك كنمط جديد في الصحافة الالكترونية بشكل عام الا أن هناك نقص في الدراسات التي تناولت القضايا الاقتصادية.
- اعتمدت الدراسات السابقة في هذا المجال على تحليل مضمون نماذج من الانفورجريك في المواقع الالكترونية مثل دراسة عبير محمد سليم (٢٠١٨)، دراسة محمد جمال عبد المقصود (٢٠١٨)، دراسة جواد راغب الدلو (٢٠١٨)، Julio Costa Pinto (٢٠١٧) في حين اعتمدت دراسات أخرى على أداة الاستبيان بالتطبيق على جمهور القراء مثل دراسة راللا عبد الوهاب، هبه عبد الرازق (٢٠١٧)، دراسة على حمودة جمعة (٢٠١٧)، Sandra Zwinger & Michael Zeiller (٢٠١٦).

- عدد من الدراسات السابقة تناول الفرق بين استخدامات الانفوجرافيك في الصحافة الورقية والصحافة الالكترونية، مثل دراسة لجين محمد باقاسي (٢٠١٨)، Murray Dick & Pablo Medina (٢٠١٢).
- اعتمدت الدراسات السابقة على الجانب التحليلي في دراسة الانفوجرافيك للتعرف على أهم القضايا التي يتناولها وأشكال استخدامه.
- اتجهت بعض الدراسات إلى دراسة تأثير الانفوجرافيك على الجمهور من حيث معدل التعرض له والدوافع اضافة إلى تفضيلات استخدامه في الصحافة الالكترونية أكثر من الورقية مثل دراسة Azam Majooni (٢٠١٨)، Mona Masood & Amir .
- كشفت الدراسات السابقة عن العلاقة المهمة بين الإعلام والاقتصاد.
- تعرضت الدراسات السابقة أيضا إلى دور السياسة التحريرية لوسائل الإعلام في تأثيرها على معالجتها للقضايا الاقتصادية وكيفية إبرازها وعرضها، وهو ما استفاد منه الباحث في دراسته لتغطية الصحف لبعض القضايا الاقتصادية ومدى تأثيرها بالسياسة التحرير أثناء معالجة هذه القضايا.
- اهتمت أيضًا هذه الدراسات بكيفية إعداد وتحرير القضايا الاقتصادية باعتبار أنها تحتاج إلى تحرير معين يختلف عن غيره من القضايا الأخرى سواء السياسية أو الاجتماعية أو الفنية لما تحتاجه هذه القضايا من جدية في تناول.
- لاحظت الباحثة من خلال الدراسات السابقة وجود قصور ملحوظ في الدراسات المتعلقة بمعالجة الانفوجرافيك للقضايا الاقتصادية في الصحف المصرية.

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما هو حجم اهتمام مواقع الدراسة بمعالجة القضايا الاقتصادية بالإنفوجرافيك ؟
- ٢- ما هو النطاق الجغرافي للإنفوجرافيك عينة الدراسة ؟
- ٣- ما هي انواع الإنفوجرافيك المعالج لقضايا التنمية الاقتصادية بمواقع الدراسة وفقاً لمحتواه ؟
- ٤- ما هي مصادر معلومات إنفوجرافيك قضايا التنمية الاقتصادية بمواقع الدراسة ؟
- ٥- كيف استخدم الانفوجرافيك الألوان بمواقع الدراسة ؟
- ٦- ما مدى ملاءمة الصور المستخدمة بالإنفوجرافيك عينة الدراسة لموضوعات التنمية الاقتصادية ؟
- ٧- كيف يظهر تماسك تصميم الإنفوجرافيك في عرض المحتوى ؟
- ٨- كيف يعرض الانفوجرافيك المعلومات ،وما هي الأساليب المتبعة في العرض؟
- ٩- ما العناصر المرئية والمقروءة المكونة للإنفوجرافيك ؟

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى لوصف الظاهرة، التعرف على عناصرها، مكوناتها بجمع المعلومات، والبيانات، وتحليلها، وتفسيرها، لتقديم صورة دقيقة وموضوعية عن الظاهرة واستخدمته الباحثة لوصف واقع الينفوجرافيك في معالجة القضايا الاقتصادية والتعرف على أنواعه، أشكاله، أسسه الفنية.

منهج الدراسة:

في هذا الإطار اعتمدت الدراسة على **منهج المسح** "Survey Method" باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث^(٣١)، لذلك تستخدم الدراسة منهج المسح من خلال مسح مضمون عينة الدراسة، وذلك من خلال:

المسح الوصفي لدراسة مضمون الينفوجرافيك بالمواقع عينة الدراسة الذي يعالج قضايا التنمية الاقتصادية خلال فترة الدراسة للتعرف على كيفية المعالجة، المسح التحليلي ومن خلاله تضمن الشرح والتفسير للمضمون في المواقع موضوع الدراسة.

المجال الزمني: تم تحديد الفترة الزمنية منذ ١ / ٦ / ٢٠١٨م حتى ٣٠ / ٩ / ٢٠١٨م لأن هذه الفترة بزرت فيها العديد من القضايا الاقتصادية، وذلك في ضوء نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة خلال فترة الدراسة وبعد إتمام الإعداد الكامل للاستمارة الخاصة بجمع البيانات. **الحدود المكانية للدراسة:** تناولت الدراسة تحليل الينفوجرافيك الذي يهتم بمعالجة قضايا التنمية الاقتصادية بالبوابات الإلكترونية لمواقع الصحف القومية وهم

- البوابة الإلكترونية لجريدة الأهرام.
- البوابة الإلكترونية لجريدة الأخبار.
- البوابة الإلكترونية لجريدة الجمهورية.

جدول رقم (١) يوضح عينة الدراسة التحليلية

الصحيفة	اسم الموقع	رابط الموقع
الأهرام	بوابة الأهرام	http://gate.ahram.org.eg
الأخبار	بوابة أخبار اليوم	https://akhbarelyom.com
الجمهورية	الجمهورية أون لاين	https://www.gomhuriaonline.com

أدوات الدراسة:

اعتمدت الباحثة على استمارة تحليل المضمون للإنفوجرافيك المعالج لقضايا التنمية الاقتصادية بالبوابة الالكترونية للصحف القومية عينة الدراسة، بهدف الوصول إلى نتائج علمية، قسمت الاستمارة إلى فئتين للتحليل، هما:

فئة ماذا قيل: تحتوي على نوع القضايا التي يعالجها الإنفوجرافيك، نوع الأسلوب المتبع في عرض المعلومات بالإنفوجرافيك.

فئة كيف قيل: تحتوي على انواع الإنفوجرافيك المستخدمة في معالجة قضايا التنمية الاقتصادية، النطاق الجغرافي، مصادر المعلومات، عناصر الإبراز من صور وألوان، رسوم.

إجراءات الصدق والثبات:

استخدمت الباحثة خطوات للتحقق من الصدق، هي التعريف الدقيق لكل فئات التحليل، تحديد وحدة التحليل، اسلوب القياس، عرض الاستمارة على المحكمين (*).

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم الاعتماد على اسلوب التكرارات البسيطة حيث وجدته الباحثة أنه الأسلوب المناسب للوصول لنتائج الدراسة.

مصطلحات الدراسة:

القضايا الاقتصادية: وهي قضايا الاقتصاد والمال في مختلف مجالات هذا القطاع سواءً على مستوى مجال أسواق المال من بورصة وسوق صرف وتعاملات بنكية أو فيما يخص الاستثمارات المحلية والأجنبية ، إضافة إلى الأسعار والتضخم والعدالة الاجتماعية بشكل عام والتي ترتبط بسوق العمل والبطالة والفساد المالي والإداري وغيره .

- **المعالجة الصحفية:** ويقصد بها طريقة تناول الصحيفة لقضية أو موضوع أو حدث معين أو فكرة ما وفقاً لسياسة تحريرية معينة، وتشمل جوانب ثلاثة هي المضمون وأساليب التأثير المستخدمة في تقديمه، كما تشمل الأشكال التحريرية المستخدمة التي يقدم من خلالها المضمون^(٣٢)، وتعني الباحثة هنا بالمعالجة الصحفية ، الأسلوب الذي تناولت به صحف الدراسة من خلال فن الإنفوجرافيك القضايا الاقتصادية ، وكيفية صياغتها لهذه القضايا في شكل معين ومضمون معين.

الإنفوجرافيك:

هو عبارة عن دمج للوسائط المتعددة في قالب واحد وتقديمها للجمهور بطريقة جذابه تجعله اكثر قدره على تذكر المعلومة ويهتم بالبيانات والاحصائيات التي يصعب حفظها أو تذكرها يقدمها

بالخرائط والرسوم البيانية، الصور، الألوان، حتى يسهل فهمها، استيعابها، وتذكرها، فعلى مصممه أن يجعل منه قصة تحكى وترى للعين.

يعرف على أنه فن يجمع بين العناصر المرئية، أو البصرية، والعناصر المقروءة، بطريقه جذابة وبسيطة لتوضيح المعلومات والأحداث وتبسيطها، مستفيداً من الإمكانيات التي توفرها التكنولوجيا من مواقع تساعد على تصميم الأنفوجرافيك، أو برامج خاصة بتصميم الأنفوجرافيك^(٣٣).

أول انفوجرافيك نشرت صحافته الحديثة كان على صفحات جريدة التايمز The Times البريطانية التي نشرت رسماً تخطيطياً لمشهد يوضح جريمة قتل وقعت في لندن، وكان بغرض شرح ترتيب الأحداث فيما يتعلق بمكان الحادث.^(٣٤)

وظائف الأنفوجرافيك:

- ١- يوصل الرسالة الإعلامية بطريقة بصرية ممتعه.
- ٢- عرض كم كبير من المعلومات الصعبة والمعقدة في مساحة قليلة وبطريقة سهلة الاستيعاب.
- ٣- تنمية قدرة القارئ في التعامل مع الأرقام الكثيرة، تحليل البيانات، معرفة الأسباب والنتائج، وإيضاح العلاقات بين العناصر المختلفة للحدث.
- ٤- تقديم خلفيات معلوماتية عن الأحداث، اقتباسات، توضيحات مهمة تساهم في فهم القارئ للقصة الخبرية المنشورة بشكل جميل وجذاب.^(٣٥)

أنواع الأنفوجرافيك:

ينقسم الأنفوجرافيك من حيث التصميم إلى ثلاثة أنواع:

الثابت، المتحرك، التفاعلي

النوع الأول الأنفوجرافيك الثابت: يشرح معلومات معقدة ويكون تأثيره سريع وفوري على القارئ.

النوع الثاني الأنفوجرافيك المتحرك:

يقدم المعلومات بشكل تسلسلي

- تصوير فيديو: يوضع عليه البيانات والتوضيحات بشكل جرافيك متحرك تظهر بعض الحقائق والمفاهيم على الفيديو نفسه وهو قليل في الاستخدام.

- تصميم الأنفوجرافيك متحرك: عبارة عن تصميم البيانات والتوضيحات، والمعلومات بشكل متحرك كامل، حيث يتطلب هذا النوع الكثير من الإبداع، اختيار الحركات المعبرة التي تساعد في إخراجها بطريقة شيقة وممتعة، وكذلك يكون لها سيناريو كامل للإخراج النهائي لهذا النوع، وهذا أكثر الأنواع استخداماً الآن.

النوع الثالث: الأنفوجرافيك التفاعلية:

يقصد به أنه من خلاله يستطيع الجمهور المشاركة، حيث تقدم المعلومة وفقاً لاختيار القارئ، ويختار ما يريد عرضه من مجموعة معقدة من المعلومات المفيدة.^(٣٦)

أما من حيث المحتوى، ينقسم الإنفوجرافيك إلى:

- * ارقام وإحصائيات
- * الأفكار والمفاهيم
- * تقديم المقارنات
- * الرسومات والصور
- * تحليل البيانات
- * التسلسل الزمني

مكونات الإنفوجرافيك

يتكون من ثلاثة أجزاء

- * عناصر بصرية
- * عناصر المحتوى
- * المعرفة

العناصر البصرية: تتضمن الألوان، الرسومات، الرموز، الإشارات، الخرائط.

عناصر المحتوى: تحتوي على النصوص، الحقائق، الإحصائيات، الأطر الزمنية، المراجع.

المعرفة: تتمثل في نقل رسالة شاملة للمعلومات والوقائع، من خلال الحقائق والاستنتاجات لنقل القصة بصورة كاملة.^(٣٧)

مصمم الإنفوجرافيك:

على المصمم أن يعرف:

- الإنفوجرافيك كغيره من الفنون الصحفية يمثل قصة صحفية بصرية، لها بداية، ووسط، ونهاية، تتكون من عدة عناصر تبيوغرافية من عناوين رئيسية وفرعية و متن (نصوص، أرقام، إحصائيات)، عناصر جرافيكية من (صور، رسوم، ألوان).

- يخضع لمبادئ التصميم المختلفة: (الوحدة، التباين، التناسب، الحركة)

- لا بد أن يتميز بـ (البساطة، الوضوح، التنظيم، سهولة الفن، جاذبية الشكل)

- على المصمم أن يجمع بين الدراية التامة بفنون التحرير الصحفي، والمهارة في التصميم
- أن يحدد العناصر الرئيسية للفكرة أولاً، ثم يرتبها بشكل هرمي لتحديد أهم معلومة في الإنفوجرافيك ليعمل على إبرازها بشكل مثير وجذاب حتى تبدو القصة متماسكة، وليست مجموعة من المعلومات المبعثرة.

- ثم يبدأ في تحويلها إلى أشكال بصرية تناسبها (اسماعيل رحيل، مرجع سابق)

- يجب أن يتجنب استخدام الرسوم ذات الأبعاد الثلاثية 3D، وخاصة في الشرائط البيانية لأنها تشكل صعوبة على القارئ في قراءتها.^(٣٨)

مهام الصحافة الاقتصادية بالمواقع الإخبارية :

- تغطية الأحداث الاقتصادية بشكل دقيق، صحيح.
- تقديم الخلفيات والتفسيرات التي تضع الحداث الاقتصادية في سياقها السليم.
- طرح الآراء المختلفة للقضايا الاقتصادية.
- مساعدة القراء على تكوين رأي وفهم سليم حول القضايا الاقتصادية.
- حث الجماهير على المشاركة في إدارة مجتمعها والمساهمة في النشاط الاقتصادي.

- الإسهام في دعم قضايا التنمية الشاملة في كافة المجالات بتقديم المعلومات الصحيحة التي تكفل مشاركة المواطنين في اتخاذ القرارات التنموية والمشاركة في وضع الخطط التنموية، والاعتماد على الموارد الذاتية، وتقليل الاعتماد على الموارد الخارجية.
 - النقد الموضوعي لتطبيق خطط التنمية.
 - الكشف عن الفساد والمعوقات التي تعترض طريق الإنتاج.^(٣٩)
- دور الانفورجريك في معالجة قضايا التنمية الاقتصادية:**
- عدم الاكتفاء بعرض الأرقام فقط ولكن تحويلها إلى أشكال بصرية مناسبة.
 - تقديم تحليل للبيانات عن طريق تقديمها بشكل هرمي لتحديد أهمها، لتبدا المعالجة أكثر تماسكاً.
 - العمل على إشراك المواطن في عملية التنمية بتقديم شرح مبسط لمختلف تطورات الواقع الاقتصادي.
 - توظيف العناصر التيبوغرافية توظيف أمثل يضمن جودة تصميمه.

الدراسة التطبيقية

جدول رقم (١) يوضح القضايا الاقتصادية التي طرحت بالانفورجريك

المواقع		الأهرام		الأخبار		الجمهورية		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٠	٣٤	٩	٢٨	٤	٢٤	٢٢	٢٨	٢٢	٢٨
٤	١٤	٦	١٩	٥	٢٩	١٦	٢١	١٦	٢١
٦	٢١	٤	١٣	١	٦	١١	١٤	١١	١٤
١	٣	٦	١٩	٤	٢٤	١١	١٤	١١	١٤
٣	١٠	٥	١٦	٢	١٢	١٠	١٣	١٠	١٣
٥	١٧	٢	٦	١	٦	٨	١٠	٨	١٠
٢٩	٣٧	٣٢	٤١	١٧	٢٢	٧٨	١٠٠	٧٨	١٠٠

يتضح لنا من الجدول رقم (١) أن احتل الترتيب الأول القضايا التي يتم طرحها من خلال الإنفورجريك هي قضايا "الإصلاح الاقتصادي ورؤية ٢٠٣٠" بنسبة بلغت ٢٨% ثم يلي ذلك بالترتيب الثاني قضايا "البورصة وسوق المال" بنسبة بلغت ٢١% وجاء بالترتيب الثالث "المشاريع

القومية" و "النفط والطاقة" بنسبة بلغت ١٤% لكل منهما، ثم "الصادرات والواردات" بنسبة ١٣%، ثم "الاستثمارات المحلية والأجنبية" بنسبة ١٠%، ولعل ذلك يرجع إلى اهتمامات الصحف بما يحدث من القرارات المختلفة التي أصدرتها الحكومة للنهوض بالاقتصاد المصري، واهتمام الصحف بتوعية الجمهور بهذه الإصلاحات، وعوائدها على الفرد والوطن، وهو ما يتفق مع دراسة محمد عبد الرحيم (٢٠١٦) بعنوان "الإنفوجرافيك"^(٤٠).

شكل رقم (١) الاصلاح الاقتصادي ورؤية ٢٠٣٠- الازهرام^(٤١) ٢٠١٨/٧/١٧م



شكل رقم (٢) الاصلاح الاقتصادي ورؤية ٢٠٣٠- أخبار اليوم^(٤٢) ٢٠١٨/١٠/١٤م



شكل رقم (٣) البورصة وسوق المال ٢٠٣٠ - أخبار اليوم (٤٣)



شكل رقم (٤) المشاريع القومية - الجمهورية (٤٤)



جدول رقم (٢) يوضح الفنون التحريرية المصاحبة للانفوجرافيك

المواقع	الأهرام		الأخبار		الجمهورية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الفن التحريري								
تقرير	١٥	٥٢	١٩	٥٩	٥	٢٩	٣٩	٥٠
أخبار	١٣	٤٥	١٠	٣١	٨	٤٧	٣١	٤٠
تحقيق	١	٣	٢	٦	٤	٢٤	٧	٩
مقال	-	-	١	٣	-	-	١	١
الإجمالي	٢٩	٣٧	٣٢	٤١	١٧	٢٢	٧٨	١٠٠

يتضح لنا من الجدول رقم (٢) أن من الفنون التحريرية التي يتم عرض الإنفوجرافيك من خلالها احتل الترتيب الأول "التقرير" بنسبة بلغت ٥٠% ثم يلي ذلك بالترتيب الثاني "الأخبار" بنسبة بلغت ٤٠% ثم جاء بالترتيب الثالث "التحقيق" بنسبة بلغت ٩%، ثم المقال في المرتبة الأخيرة بنسبة ١%، ولعل ذلك يرجع أن استخدام الإنفوجرافيك للتقارير هو طريقة جديدة لعرض المعلومات بصورة مرئية شيقة وإمكانية إرسال تقرير بياني أسبوعي وتقديم التقارير المالية المعقدة وتقارير المعلومات المعقدة عموماً.

جدول رقم (٣) النطاق الجغرافي للإنفوجرافيك

المواقع		الأهرام		الأخبار		الجمهورية		الإجمالي	
النطاق الجغرافي		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
محلي		٢٥	٨٦	٣١	٩٧	١٦	٩٤	٧٢	٩٢,٣
عربي		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
دولي		٤	١٤	١	٣	١	٦	٦	٧,٦
الإجمالي		٢٩	٣٧	٣٢	٤١	١٧	٢٢	٧٨	١٠٠

يتضح من الجدول السابق

جاء الاهتمام بالقضايا المحلية في مقدمة القضايا التي يعالجها الإنفوجرافيك ثم الدولية وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من عبير سليم، جواد راغب الذين اتفقوا أن القضايا المحلية تأتي في مقدمة القضايا التي يعالجها الإنفوجرافيك (جواد راغب ٢٠١٨، عبير سليم ٢٠١٨) ولم تبرز في الإنفوجرافيك أي قضية عربية بالرغم من كثرة القضايا التي تربط الشأن العربي وأنه يرتبط بالكثير من القضايا المحلية. بلغ أعلى اهتمام بالقضايا الدولية بالبوابة الالكترونية للأهرام.

جدول رقم (٤) نوع الانفوجرافيك وفقاً لتصميمه

المواقع		الأهرام		الأخبار		الجمهورية		الإجمالي	
نوع الانفوجرافيك وفقاً لتصميمه		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الثابت		١٠٠	٢٩	٩٠,٦	٢٩	١٠٠	١٧	٩٢,٣	٧٢
المتحرك		-	-	٩,٤	٣	-	-	-	-
التفاعلي		-	-	-	-	-	-	-	-
الإجمالي		٣٧	٢٩	٤١	٣٢	٢٢	١٧	١٠٠	٧٨

يتضح من الجدول السابق اعتماد البوابات الإلكترونية للصحف القومية على الانفوجرافيك الثابت بشكل أساسي إلا بوابة أخبار اليوم جاء الانفوجرافيك المتحرك بنسبة ٩,٤% فقط، مع العلم بأن الثابت يشرح المعلومة بشكل سريع وفوري للقارئ وغالباً لا يتناول تفاصيل وتوضيحات أكثر عمقا كالمحرك، التفاعلي الذي يسمح للجمهور بالمشاركة، غير أنه اثبت (MILATZ, ٢٠١٣) أن لا وجود علاقة بين الانفوجرافيك التفاعلي والاستعادة الشاملة للمعلومات، في حين اثبت عكس ذلك (Giardini & Medina, ٢٠١٢) أنه يساعد على تطوير قدرات قراء الصحف بشكل كبير وهو ما يتفق مع دراسة عبير أبو عربيان^(٤٥). بأن الانفوجرافيك التفاعلي يتم فيه استخدام المعلومات والصور والرموز إضافة إلى الصوت والرسوم المتحركة والانفوجرافيك الثابت ويقصد به صورة فيكون دعاية ولكن ثابتة إما أن تطبع أو توزع وفي الغالب يكون محتواها يشرح شيئاً ما وتعرض إحصائيات أو معلومات أو بيانات ويغلب على هذا النوع ويكثر استخدامه أكثر من النوع الثاني المتحرك، والنوع الثاني وهو المتحرك ويقصد به الفيديو والانيميشن وهذا هو الأكثر شيوعاً في طلبات العملاء وهو أيضاً يعتبره المصممون أنه من الأعمال اللطيفة وليست السهلة ولكن تعطيك الفرصة والإحساس للإبداع لتحويل البيانات والمعلومات إلى فيديو تفاعلي بطريقة ذكية وجميلة خصوصاً مع اتجاه كثير من مستخدمي الويب إلى مشاهدة الوسائط أكثر من المقالات المكتوبة أو البيانات أو المعلومات الإنشائية

جدول رقم (٥) محتوى الإنفوجرافيك بصحف الدراسة

الإجمالي		الجمهورية		الأخبار		الأهرام		المواقع نوع الإنفو جراف وفقاً لمحتواه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٦	٢٨	٣٥	٦	٣٨	١٢	٣٤	١٠	محتوى متنوع
٢٢	١٧	٢٩	٥	٢٢	٧	١٧	٥	أرقام وإحصائيات
٨	٦	١٢	٢	٣	١	١٠	٣	صور
٨	٦	-	-	٦	٢	١٤	٤	رسوم ورموز
١	١	-	-	٣	١	-	-	خرائط
٢٦	٢٠	٢٤	٤	٢٨	٩	٢٤	٧	نصوص
١٠٠	٧٨	٢٢	١٧	٤١	٣٢	٣٧	٢٩	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق

أكثر مكونات الانفوجرافيك استخداماً بالمواقع عينة الدراسة هو المحتوى المتنوع في الترتيب الأول بنسبة ٣٦% ومن مكوناته:

١. العنصر البصري: ويتضمن هذا العنصر استخدام الألوان والرسومات والأسهم والأشكال التلقائية والرسوم البيانية بالصور.
٢. المحتوى النصي: ويشمل النصوص المكتوبة والتي يجب أن تكون مختصرة ومرتبطة بالعنصر السابق.

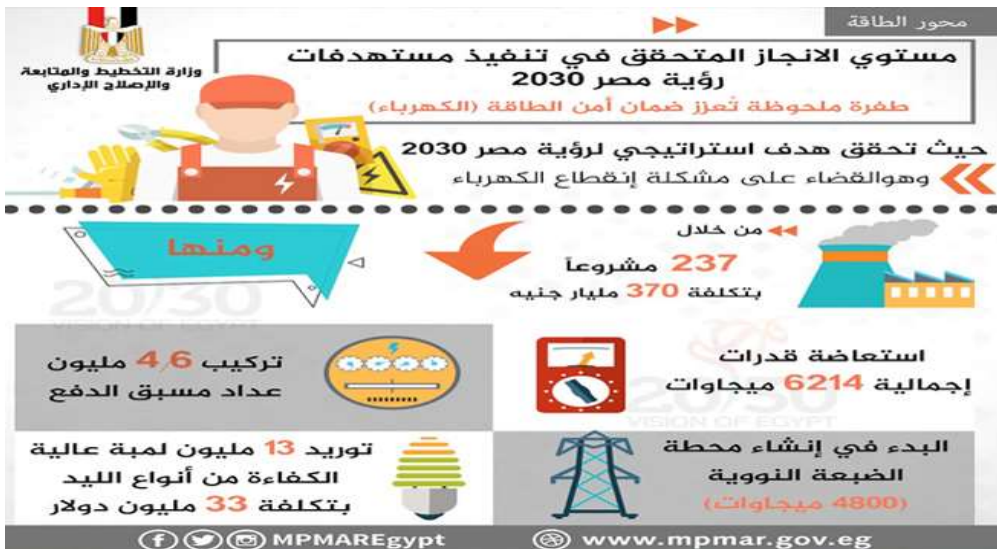
٣. المعرفة: وهي أهم ما يميز الإنفوجرافيك ويجعله أكثر من كونه نص أو صورة وإنما طريقة تقديم بطريقة معينة تمثل المفهوم أو المعرفة المراد إيصالها كتسلسل الزمني أو النقرعات وغيرها. ثم جاءت النصوص في المرتبة الثانية التي يتسم بعرض المعلومة مجردة دون الاهتمام بالتفسير والشرح، ثم جاء بالترتيب الثالث "الأرقام والإحصائيات"، في حين جاءت الخرائط بالترتيب الأخير وغيابه مطلقاً بالبوابات الالكترونية للأخبار اليوم، والأهرام، طول فترة الدراسة، وجاء بنسبة قليلة جداً ببوابة الجمهورية الالكترونية، وتتفق الدراسة مع دراسة عبيدة التي اثبتت أن المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية كمّاً وليس كيفاً (عبيدة ابو جامع، ٢٠٠٩)، وهذا الاجراء إما أن يجعل الجمهور سلبي لا يهتم بمعرفة ما وراء الأرقام أو أنه يبحث عنها بمواقع صحفية اخري وبوجه عام يتنافى هذا الاجراء مع الوظيفة الجوهرية لوسائل الاعلام وهي الشرح، التحليل، التفسير ليكتفي بالأخبار فقط مع أهمية هذا النوع في تحليل المعلومات والبيانات الخاصة بقضايا التنمية الاقتصادية، حيث يجعل فهمها واستيعابها سهلاً، ويعطي القارئ لمحة سريعة متكاملة عنها.

شكل رقم (٥) المحتوى المتنوع بجريدة الأخبار



الأخبار: كل ما يخص اللجنة الحكومية لتحويل مصر إلى مركز إقليمي للطاقة (٤٦)

شكل رقم (٦) المحتوى المتنوع بجريدة الأهرام



الأهرام، "التخطيط": ٢٣٧ مشروعاً أسهمت في التغلب على أزمة انقطاع الكهرباء" نشر في ٢٤/٧/٢٠١٨م (٤٧)

جدول رقم (٦) يوضح أهداف تخطيط الإنفوجرافيك^(٤٨) بصحف الدراسة

الإجمالي		الجمهورية		الأخبار		الأهرام		المواقع أنواع تخطيط
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤١	٣٢	٢٩	٥	٤١	١٣	٤٨	١٤	عرض الأفكار
١٨	١٤	١٨	٣	٢٢	٧	١٤	٤	مقارنات
١٧	١٣	٦	١	٢٢	٧	١٧	٥	تسلسل زمني
٦	٥	١٢	٢	٦	٢	٣	١	تحليل بيانات
١٢	٩	٢٤	٤	٦	٢	١٠	٣	ترج عمليات
٦	٥	١٢	٢	٣	١	٧	٢	تسلسل هرمي
١٠٠	٧٨	٢٢	١٧	٤١	٣٢	٣٧	٢٩	الإجمالي

يتضح لنا من الجدول رقم (٦) أن من الأنواع المستخدمة في الإنفوجرافيك احتل الترتيب الأول " عرض الأفكار " بنسبة بلغت ٤١%، ثم جاء بالترتيب الثاني "المقارنات " بنسبة بلغت ١٨% ثم جاء بالترتيب الثالث " تسلسل زمني " بنسبة بلغت ١٧% ثم توالى باقي الأنواع بنسب مختلفة، وهو الأسلوب الذي يتخذه المصمم ومنتج العمل في تحويل المعلومات به، فيمكن أن يستخدم نوع واحد أو أكثر من نوع في نفس التصميم، ويعتبر المقارنات من أهم الأنواع سواء كانت المقارنات بين أشخاص أو مؤسسات.

وتأخر ترتيب "تحليل البيانات" في هذه الدراسة يتفق مع دراسة عبيدة التي أثبتت أن المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية كما وليس كيقاً (عبيدة ابو جامع ، ٢٠٠٩) ، وهذا الاجراء إما أن يجعل الجمهور سلبي لا يهتم بمعرفة ما وراء الارقام أو أنه يبحث عنها بمواقع صحفية اخري وبوجه عام يتنافى هذا الاجراء مع الوظيفة الجوهرية لوسائل الاعلام وهي الشرح ، التحليل، التفسير ليكتفي بالأخبار فقط مع أهمية هذا النوع في تحليل المعلومات والبيانات الخاصة بقضايا التنمية الاقتصادية ، حيث يجعل فهمها واستيعابها سهلاً ، ويعطي القارئ لمحة سريعة متكاملة عنها.

شكل رقم (٧) يوضح عرض الأفكار بموقع "الأهرام"



تقرير المراجعة الوطنية الطوعية لمصر ٢٠١٨ | ٢٠١٨/٧/١٧ (٤٩).

شكل رقم (٨) يوضح المقارنات - أخبار اليوم (٥٠)



شكل رقم (٩) تسلسل زمني - الأهرام (٥١)



جدول رقم (٧) مصادر الإنفو جراف

الإجمالي		الجمهورية		الأخبار		الأهرام		المصادر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٦,١٥	٣٦	٢٩,٤١	٥	٢٨,١٣	٩	٧٥,٨٦	٢٢	حكومية (هيئات وزارات)
٣٩,٧٤	٣١	٥٨,٨٢	١٠	٥٩,٣٨	١٩	٦,٩٠	٢	داخلية (مصادر ذاتية)
١٤,١٠	١١	١١,٧٦	٢	١٢,٥٠	٤	١٧,٢٤	٥	خارجية (مصادر معلومات من خارج البوابة)
١٠٠	٧٨	١٠٠	١٧	١٠٠	٣٢	١٠٠	٢٩	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق:

أن البوابات الإلكترونية عينة الدراسة اعتمدت على المصادر الحكومية في المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات في رسوم الانفوجرافيك وذلك بنسبة (٤٦,١٥%) مما يشير أنها تناولت المعالجات من وجهة نظر واحدة واتسمت غالبية المعالجات بالانحياز لصالح الحكومة، في حين جاءت المصادر الداخلية (مصادر ذاتية) في المرتبة الثانية بنسبة (٣٩,٧٤%)، ثم المصادر الخارجية في المرتبة الثالثة بنسبة (١٤,١٠%).

جدول رقم (٨) يوضح أشكال الانفوجرافيك بصحف الدراسة

المواقع		الأهرام		الأخبار		الجمهورية		الإجمالي	
الأشكال		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مستطيل		٢١	٧٢	١٤	٤٤	٤	٢٤	٣٩	٥٠
دائري		-	-	٥	١٦	٢	١٢	٧	٩
مربع		٣	١٠	٩	٢٨	٨	٤٧	٢٠	٢٦
غير محدد		٣	١٠	١	٣		٠	٤	٥
بيضاوي		٢	٧	-	-	١	٦	٣	٤
مثلث		-	-	٣	٩	٢	١٢	٥	٦
الإجمالي		٢٩	٣٧	٣٢	٤١	١٧	٢٢	٧٨	١٠٠

يتضح لنا من الجدول السابق أن من أشكال الانفوجرافيك احتل الترتيب الأول الشكل "مستطيل" بنسبة بلغت ٥٠% ثم جاء بالترتيب الثاني "مربع" بنسبة بلغت ٢٦% ثم جاء بالترتيب الثالث "دائري" بنسبة بلغت ٩%، ثم توالى باقي الأشكال بنسب مختلفة، ولعل ذلك يرجع إلى طبيعة عرض الانفوجرافيك وبخاصة في حالات تكديس المعلومات مما يكون مناسباً استخدام الشكل المستطيلي ليتماشى مع طول شاشة الحاسب وعدم ظهور شريط التمرير مما يؤثر ويؤدى لإزعاج المستخدمين.

جدول رقم (٩) يوضح عدد الألوان بصحف الدراسة

المواقع		الأهرام		الأخبار		الجمهورية		الإجمالي	
عدد الألوان		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
لون واحد		١	٣	٦	١٩	٠	٠	٧	٩
لونين		١٥	٥٢	٣	٩	٠	٠	١٨	٢٣
ثلاث ألوان		٩	٣١	٥	١٦	٠	٠	١٤	١٨
أربع ألوان فأكثر		٤	١٤	١٨	٥٦	١٧	١٠٠	٣٩	٥٠
الإجمالي		٢٩	٣٧	٣٢	٤١	١٧	٢٢	٧٨	١٠٠

يتضح لنا من الجدول السابق أن احتل الترتيب الأول من عدد الألوان المستخدمة في الانفوجرافيك "أربع ألوان فأكثر" بنسبة بلغت ٥٠% ثم جاء بالترتيب الثاني "لونين" بنسبة بلغت ٢٣%، ثم جاء بالترتيب الثالث "ثلاث ألوان" بنسبة بلغت ١٨%، ثم لون واحد بنسبة ٩%،

وأهمية اختيار الألوان المناسبة عند التعامل مع أي تصاميم باختلاف أنواعها وأثر الألوان على الحالة المزاجية للمستخدم وقدرتها على تعزيز المحتوى وإيصال الرسالة بصورة أكثر فاعلية، ونظرًا لأن الإنفوجرافيك يُقدم في طياته مجموعة من البيانات والمعلومات، فينبغي الاهتمام بالألوان بعناية فائقة وإعطائها أولوية قصوى عند التصميم. إضافة الكثير من الألوان إلى الإنفوجرافيك يعتبر من ضمن أكثر الأخطاء شيوعًا، فكلما كانت الألوان المستخدمة في الإنفوجرافيك أقل، كلما حسّن ذلك تجربة القراءة، لذلك يُنصح باستخدام ٢-٣ لون فقط عند تصميم الإنفوجرافيك، لكن يُمكن عند الضرورة استخدام ٤ ألوان ويُفضل ألا تزيد عن ذلك.

جدول رقم (١٠) الجاذبية في استخدام الألوان بتصميم الإنفوجرافيك:

الإجمالي		الجمهورية		الأخبار		الأهرام		استخدام الألوان بالتصميم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨٧,٢	٦٨	٨٢	١٤	٩٤	٣٠	٨٣	٢٤	التوافق في استخدام الألوان
١٢,٨	١٠	١٨	٣	٦	٢	١٧	٥	عدم التوافق في استخدام الألوان
١٠٠	٧٨	٢٢	١٧	٤١	٣٢	٣٧	٢٩	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق

بلغت نسبة استخدام البوابات الالكترونية عينة الدراسة للألوان بتوافق وانسجام (٨٧,٢%)، سجلت البوابة الالكترونية لأخبار اليوم أعلى نسبة توافق في استخدام الألوان بواقع (٩٤%).

جدول رقم (١١) الملاءمة في استخدام الصور بتصميم الإنفوجرافيك:

الإجمالي		الجمهورية		الأخبار		الأهرام		استخدام الصور
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٩٣,٦	٤٤	١٠٠	١٧	٩٧	٣١	٩٣,١	٢٧	ملاءمة الصورة للموضوع
٦,٩	٣	٠	٠	٣	١	٦,٩	٢	عدم ملاءمة الصورة للموضوع
١٠٠	٤٧	٢٢	١٧	٤١	٣٢	٣٧	٢٩	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق:

جاءت الصورة ملاءمة للموضوعات بجميع البوابات الالكترونية عينة الدراسة بنسبة كبيرة، وسجلت البوابة الالكترونية للجمهورية أعلى نسبة ملاءمة بواقع (١٠٠%)

شكل (١٠) نموذج لملائمة الصورة للموضوع بجريدة الأهرام - نشر في ٢٨/٨/٢٠١٨م



جدول رقم (١٢) التماسك في تحقيق أسس ومبادئ التصميم من (وحدة، حركة، تناسب، تباين) بالانفورجرافيك

الإجمالي		الجمهورية		الأخبار		الأهرام		تحقيق أسس ومبادئ التصميم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٩٧,٤	٧٦	١٠٠	١٧	١٠٠	٣٢	٩٣	٢٧	التصميم متماسك (يحقق الحفاظ على مبادئ وأسس التصميم)
٢,٦	٢	٠	٠	٠	٠	٧	٢	التصميم غير متماسك (لم يحقق الحفاظ على مبادئ وأسس التصميم)
١٠٠	٧٨	٢٢	١٧	٤١	٣٢	٣٧	٢٩	الإجمالي

يتضح من خلال الجدول السابق:

جاء التصميم متماسك ومحقق لمبادئ، أسس التصميم بنسبة مرتفعة بمواقع الدراسة حيث بلغت نسبته (٩٧,٤%) مقابل أنه غير متماسك بنسبة (٢,٦%)، حقق موقع أخبار اليوم، الجمهورية نسبة تماسك (١٠٠%)، مما يؤكد التزام المواقع عينة الدراسة بتحقيق التماسك في التصميم والحفاظ على مبادئ وأسس التصميم بالانفورجرافيك.

شكل (١١) يوضح نموذج للتصميم المتماسك بموقع "الأخبار"



الأخبار: تعرف على أكبر موازنة عامة في تاريخ مصر، الإثنين، ٠٢ يولية ٢٠١٨ (٥٢).

جدول رقم (١٣) الأساليب المتبعة في عرض المعلومات بالانفوجرافيك

نوع الأسلوب	الأهرام		الأخبار		الجمهورية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أسلوب خبري	٧	٢٤	١٧	٥٣	١٥	٨٨	٣٩	٥٠
أسلوب دعائية للحكومة	١٧	٥٩	١٠	٣١	٢	١٢	٢٩	٣٧,٢
أسلوب تحليلي	٥	١٧	٥	١٦	٠	٠	١٠	١٢,٨
الإجمالي	٢٩	٣٧	٣٢	٤١	١٧	٢٢	٧٨	١٠٠

يتضح من خلال الجدول السابق:

اعتمدت البوابات الالكترونية عينة الدراسة على الأسلوب الخبري في عرض المعلومات بالانفوجرافيك بنسبة كبيرة، سجل الاعتماد على الأسلوب التحليلي اقل نسبة (١٢,٨%)، لم تتناول بوابة الجمهورية الأسلوب التحليلي مطلقاً، بالرغم من أهمية الانفوجرافيك في تحليل البيانات والمعلومات، فبعض الأخبار أو الموضوعات تكون غير مفهومه للجمهور وتحتاج إلى شرح وتحليل وتفسير، وقيام الوسيلة الإعلامية بهذا الدور يخرجها من سلبيتها إلى دور أكثر فاعلية

وبالأخص اذا كانت المعلومات صعبة وممتدة، وتحتوى على تفاصيل كثيرة. (جواد راغب، ٢٠١٨)

شكل (١٢) يوضح الأسلوب الدعائي بموقع "الأهرام"



الأهرام: "التخطيط" توضح الخدمات المقدمة للمواطن ضمن خطة الإصلاح الإداري. ٢٠١٨/٦/٧ م (٥٣)

جدول رقم (١٤) العناصر المرئية المكونة للإنفو جرافيك

نوع الانفو جراف		الأهرام		الأخبار		الجمهورية		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٢٥	٨٦	٢٣	٧٢	١٧	١٠٠	٦٥	٨٣	٢٥	٨٣
٢	٧	٥	١٦	٠	٠	٧	٩	٢	٧
٢	٧	٤	١٣	٠	٠	٦	٨	٢	٦
٢٩	٣٧	٣٢	٤١	١٧	٢٢	٧٨	١٠٠	٢٩	٣٧

يتضح من الجدول السابق:

ارتفاع نسبة الرسوم الالكترونية الجاهزة حيث بلغت (٨٣,٣%)، سجلت أعلى نسبة ببوابة الجمهورية حيث بلغت (١٠٠%)، الاعتماد على الرسوم الجاهزة ساعد المصممين كثيرًا، ووفر الوقت والجهد، غير أنه قد لا يعبر بنسبة كبيرة عن المراد توصيلة للجمهور فلا ينبغي الاعتماد عليه بنسبة كبيرة، وايضًا كي ينفرد الموقع الإخباري برسوم وتصاميم للانفورجرافيك عن غيره من باقي المواقع.

بلغت نسبة الأشكال الهندسية والرسوم، الخرائط، الأسهم أقل نسبة بواقع (٧,٧%)، مع أهميتها في إيضاح المعلومة بطريقة مبسطة، تساعد على وصول المعلومات إلى عامة القراء بأبسط الوسائل، استخدام عدد قليل من الكلمات، كما انها تساهم في تذكر المعلومات الموجودة بالنص بشكل كبير خاصة أن قضايا التنمية الاقتصادية تحتوي على الكثير من الأرقام والمصطلحات التي يصعب على القارئ العادي تذكرها.

شكل رقم (١٣) الرسوم الإلكترونية الجاهزة بموقع الأخبار



ارتفاع قيمة التبادل التجاري بين مصر ودول أفريقيا لـ ٦,٩ مليار دولار (٥٤)

جدول رقم (١٥) العناصر المقروءة المكونة للإنفوجرافيك

الإجمالي		الجمهورية		الأخبار		الأهرام		العناصر المقروءة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٠	٤٧	٢٩	٥	٧٢	٢٣	٦٦	١٩	الإحصائيات والأرقام
٤٠	٣١	٧١	١٢	٢٨	٩	٣٤	١٠	المعلومات والحقائق
١٠٠	٧٨	٢٢	١٧	٤١	٣٢	٣٧	٢٩	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق:

جاءت الإحصائيات والأرقام بالترتيب الاول، أنها أكثر استخدامًا بمواقع الدراسة، سجلت بوابة أخبار اليوم أعلى نسبة بواقع (٧٢%)، تتفق الدراسة هنا مع (Dick, ٢٠١٤) في حين اهتمت بوابة الجمهورية بعرض المعلومات والحقائق في المرتبة الاولى بواقع (٧١%)، عادة ترتبط العناصر المقروءة بالمرئية ويكملا بعضهما البعض، ليظهر الانفوجرافيك مفهوم أكثر وأكثر للقارئ العادي ويبسط المعلومات الاقتصادية والأرقام المعقدة بشكل جذاب.

الخاتمة:

اهتمت مواقع صحف الدراسة بقضايا "الإصلاح الاقتصادي ورؤية ٢٠٣٠" حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٢٨%، وبالنسبة للفنون التحريرية التي يتم عرض الإنفورجريك من خلالها احتل الترتيب الأول "التقرير" بنسبة بلغت ٥٠%، وقد جاء الاهتمام بالقضايا المحلية في مقدمة القضايا، كما توصلت الدراسة إلى اعتماد البوابات الإلكترونية للصحف القومية على الإنفورجريك الثابت بشكل أساسي إلا بوابة أخبار اليوم جاء الإنفورجريك المتحرك بنسبة ٩,٤% فقط، وبالنسبة لأنواع المستخدمة في الإنفورجريك احتل الترتيب الأول "عرض الأفكار" بنسبة بلغت ٤١%، ثم جاء بالترتيب الثاني "المقارنات" بنسبة بلغت ١٨% ثم جاء بالترتيب الثالث "تسلسل زمني" بنسبة بلغت ١٧%، كما أكدت النتائج ارتفاع الاعتماد على المصادر الحكومية كمصدر للمعلومات.

وعن استخدام العناصر المرئية اعتمدت جميع عينة الدراسة على الرسوم الالكترونية الجاهزة في المقام الأول، وتوافق استخدام الألوان، وملاءمة الصور للموضوعات وتماسك تصميم الإنفورجريك.

وتتوافق هذه النتائج مع العديد من الدراسات الأخرى التي تناولت فن الإنفورجريك في معالجة القضايا وعلى سبيل المثال، دراسة (اسماعيل ابراهيم، ٢٠١٥)، التي اثبتت ضعف تناول مواقع الصحف القومية للإنفورجريك، دراسة (Dick, ٢٠١٤) التي اثبتت أن الارقام والاحصائيات جاءت بالترتيب الاول بالإنفورجريك، (جواد راغب، ٢٠١٨)، (عبير سليم، ٢٠١٨) الذين اثبتوا أن اهتمام الإنفورجريك بالقضايا المحلية في المرتبة الاولى،

• انفرد كل موقع من مواقع الدراسة في:

بوابة الاهرام: تميزت في تناولها للقضايا الدولية ولكن بنسبة قليلة لم تتجاوز ١٤%، وايضاً استخدام تحليل البيانات في عرض المعلومات بنسبة ٧% فقط.

بوابة أخبار اليوم: تفوقت في تناول الإنفورجريك المتحرك ولكن ثلاث مرات فقط طول فترة الدراسة.

بوابة الجمهورية: تفوقت في توظيف العناصر التيبوغرافية فظهرت الألوان متوافقة، الصور ملاءمة للموضوعات، التصميم متماسك بدرجة أكبر عن باقي مواقع الدراسة.

توصيات الدراسة

- التوسع في توظيف الإنفورجريك (الثابت- المتحرك) لتبسيط المعلومات الاقتصادية.
- الاستفادة من تقنية الإنفورجريك، واستخدامها في العمليات الرياضية المعقدة، مما يساعد على اختصار المعلومات وتسريع عملية التعلم.

- دراسة التوقعات المستقبلية لصحافة البيانات والإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية .
- إمكانية استخدام المنهج التجريبي على الإنفوجرافيك لقياس مدى تأثيره في سرعة نقل المعلومات.
- العمل على اعداد كوادر مؤهلة لتنفيذ الإنفوجرافيك بالمواقع الصحفية وزيادة مستوى تأهيلهم مهنيا وعمليا وتدريبهم على البرامج المتخصصة في تصميم الإنفوجرافيك.

الهوامش

- (1) نوال عبدالعزيز الصفتي، (١٩٩٨) معالجة الصحف الحزبية لقضية الإصلاح الاقتصادي في مصر، دراسة تحليلية على صحف الوفد - الأهالي - الشعب - مايو خلال ١٩٩٧، مجلة البحوث الإعلامية، ع٩، يوليو ص ١٦٠.
- (2) بسام عبدالحميد فرج، (٢٠٠٠) عوائق موضوعية المادة الاستثمارية، الأوراق العلمية الصادرة عن مؤتمر مايو ١٩٩٨، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، وكالة الأنباء الكويتية "كونا"، ص ٢٢٨.
- (3) دلال أحمد عبد والوهاب، هبة محمد عبد الرازق، (٢٠١٧) مستقبل صحافة البيانات ف مصر خلال العقدين القادمين، ٢٠١٧-٢٠٣٧، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، كلية الاعلام، جامعة الأهرام الكندية، العدد ١٩.

- (4) Azam Majooni, Mona Masood & Amir Akhavan. (2018) An eye-tracking study on the effect of infographic structures on viewer's comprehension and cognitive load., Information Visualization, 17(3), 257-266. <https://doi.org/10.1177/1473871617701971>
- (5) Julio Costa Pinto. (2017) The Relevance of Digital Infographics in Online Newspapers. European Scientific Journal August /SPECIAL/ edition ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431
- (6) Sandra Zwinger & Michael Zeiller.(2016) Interactive Infographics in German Online Newspapers. Proceedings of the 9th Forum Media Technology 2016, St. Polten, Austria, , published at <http://ceur-ws.org>.
- (7) Siricharoen ،Waralk &Nattanun Siricharoen.(2015) How Infographic shoud be evaluated ? The 7th international conference of Information, Jordan, ISSN 2306-6105.
- (8) Godoy, K., (2015) Greatig Acomplex Infographic about the yanelly Hill Widfire, amaster of science Degree, State university of New York
- (9) Dick Murray.(2014) Interactive Infographic and news values, Digital Journalism, Valuem 2, issue a.
- (10) Inanc Uyan Dur,B.,(2014) interactive infographics on the internet, Online journal of Art and Design,, Volume 2, issue 4, page 2
- (11) Siricharoen,W.,(2013) infographics: The New Communication Tools in Digital Age, The International conference on E-Technologies and Business on the Web-Thailand page 169-174
- (12) Milatz,M.,(2013) moving Graphics: The Effectes of inter active infographics on media users, Recall Accuracy, Master's Thesis,Erasmus mundus master journalism: media and Globalization page 160-194

(13) Giardina, M., (2012) Information Graphics Design challenges and Workflow Management, international Conference on Communication Media Technology and Design "ICCMD", 9-11 May. is- tanbul- Turkey page 176-198

- ١٤ - عبير محمد سليم، (٢٠١٨) استخدام المواقع الفلسطينية للانفوجرافيك: دراسة تحليلية مقارنة، المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعليم الإلكتروني، جامعة القدس المفتوحة، مج ٦، ١٢٤.
- ١٥ - محمد جمال عبد المقصود، (٢٠١٨) دور التصميم الانفوجرافيكي لتبسيط الرسالة الإعلامية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، العدد ١٠ أبريل.
- ١٦ - دينا طارق محمود، (٢٠١٨) محددات توظيف صحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والعالمية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- ١٧ - جواد راغب الدلو، (٢٠١٨) الانفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، فلسطين، العدد ٢٦.
- ١٨ - راللا أحمد عبد الوهاب، هبه محمد عبد الرازق، (٢٠١٧) مستقبل صحافة البيانات في مصر خلال العقدين القادمين -٢٠٣٧، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، كلية الاعلام، جامعة الأهرام الكندية، العدد ٢٠١٧، ١٩م.
- ١٩ - على حمودة جمعة (٢٠١٧) معالجة انفوجرافيك الصحف الالكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها دراسة تطبيقية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الاعلام، جامعة الأزهر، العدد ٤٨، أكتوبر.
- ٢٠ - محمد صديق حسين، (٢٠١٦) وضع المعايير الفنية والقواعد الحاكمة في تصميمات صحافة الانفوجرافيك المستحدثه ومدى تطبيقها من خلال مواقع الصحف العربية والمصرية الالكترونية، مؤتمر القيم الجمالية والفنية في توزيع عناصر العمل الفني، كلية الفنون والتصميم، جامعة الزرقاء، الأردن، مايو.
- ٢١ - نايف العياني، (٢٠١٦) القيم البصرية والفنية للانفوجرافيكس وتوظيفه في المواقع الالكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الامام محمد بن سعود، الرياض.
- (٢٢) شيماء محمد ادریس عوض الله، (٢٠١٥) اثر استخدام استراتيجية الإنفوجرافيك على تحصيل طلاب الصف الخامس الأساسي واتجاهاتهم نحو العلوم ودافعيتهم لتعلمها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية.
- (٢٣) عدلات عبد المعطي، (٢٠١٥) " دور الصحف الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية- دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية بغزة .
- (٢٤) سعد كاظم حسن، (٢٠١٤) "العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على الصحف الالكترونية واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي"، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- (٢٥) صالح حسام الدين، (٢٠١٤) دور الصحافة الاقتصادية في التنمية بالسودان، ماجستير، السودان، جامعة أم درمان الإسلامية، ص ٤٣.
- (٢٦) أميمة مجدي محمد زكي، (٢٠١٢)، "أطر معالجة قضايا الاقتصاد المصري في الصحافة الاقتصادية الدولية والمحلية- دراسة مقارنة في الفترة من يوليو ٢٠٠٤ حتى يوليو ٢٠٠٧"، رسالة ماجستير، غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(٢٧) محمد شحدة على الحروب، (٢٠١٢) "معالجة الصحافة السعودية اليومية للشأن الاقتصادي، دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام .

(٢٨) بتول عبد العزيز رشيد، فاتن علي مراد، (٢٠١١) ، "المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية، دراسة تحليلية لجريدة المدى نموذجًا" للفترة من ٢٠١١/٢/٢ وحتى ٢٠١١/٢/٢٨، (العراق: جامعة بغداد، مجلة كلية الآداب، العدد (٩٩)، ص ص ٨٧٨-٩٢٧.

(29) Larcinese, V., (2010) & others, partism Bias in economic [News: Evidence](#) on the Agenda- setting Behavior of U.S. Newspaper, department of Government and STICERD London school of economics, November.

(٣٠) مني عيد أبو جامع، (٢٠٠٩) ، دراسة بعنوان "معالجة الصحافة الأردنية اليومية للشأن الاقتصادي - دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (عمان: جامعة الشرق الأوسط)، نقلاً عن دراسة محمد شحدة على الحروب حول : معالجة الصحافة الاقتصادية اليومية للشأن الاقتصادي ، مصدر سابق ، ص ٥٠.

(٣١) سمير محمد حسين، (١٩٩٥) **بحوث الإعلام**، ط٢ ، القاهرة، عالم الكتب، ص١٣٣

(٣٢) آمال سعد المتولي عثمان، (١٩٩٦) معالج الصحف المصرية الحزبية والمستقلة لقضايا السياسة الخارجية في الفترة من ١٩٤٤ - ١٩٥٤ ، رسالة دكتوراة، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، ١٩٩٦ ، ص ١٣ ، ١٤،

(٣٣) عبير سليم، (٢٠١٨) استخدام المواقع الالكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك دراسه تحليلية مقارنة، فلسطين، المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعليم الإلكتروني، المجلد السادس، العدد الثاني عشر، كانون ثاني ، ص ٦٧- ٣٢.

(34) Finberg, H&Ltule, B, Visual editing.(1990) A Graphic Guide for journalists. California, Wadsworth, Inc. p.121

(٣٥) أسامة القاضي، (٢٠١٣) إخراج الصحف الاقتصادية الدولية والمحلية، دراسة مقارنة بين صحيفتي الفايانانشيال تايمز البريطانية، العالم اليوم المصرية، خلال الفتره من يونيو ٢٠٠٩ حتى يونيو ٢٠١١ ، ماجستير غير منشور، جامعة المنوفية، كلية الآداب، قسم الإعلام .

(٣٦) محمد شلتوت، (٢٠١٥) فن الإنفوجرافيك بين التشويق والتحفيز على التعليم، موقع انفوجرافيك عربي، متاح بتاريخ ١٢-٢٠١٧، متوفر على الرابط

[http://arinfographic.net/?p=1198/Daniel Adams](http://arinfographic.net/?p=1198/Daniel%20Adams)

(٣٧) جواد راغب الدلو، (٢٠١٨) الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الانسانية، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، فلسطين، العدد ٢٦.

(38) Alberta, (2013) The Functional Art: an introduction to information graphics and Visualization, USA, pup. New Rider, p219

(٣٩) إسماعيل إبراهيم، (٢٠٠١) ، الصحفي المتخصص، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط١، ص ٥٦

(٤٠) محمد عبد الرحيم عبد الرحمن حسانين، (٢٠١٦)، **الإنفوجرافيك**، جامعة الإسكندرية، كلية التربية، دبلومه مهنية ، قسم تكنولوجيا التعليم، متاح أون لاين على:

<http://infographicmm.blogspot.com.eg>

(٤١) <http://gate.ahram.org.eg/News/1981567.aspx>

(٤٢) <https://akhbarelyom.com/news/newdetails/1/2739206/>

(٤٣) <https://akhbarelyom.com/news/newdetails/2738050/1/>

(٤٤) <http://gate.ahram.org.eg/News/2270098.aspx>

(٤٥) عبير عبيد سلمي أبو عربيان، (٢٠١٨) فاعلية توظيف تقنية الانفوجرافيك (الثابت - المتحرك) في تنمية مهارات حل المسألة الوراثة في العلوم لد طالبات الصف العاشر الأساسي بغزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية التربية، مناهج وطرق تدريس، ص ١٩.

(٤٦) <https://akhbarelyom.com/news/newdetails/1/2862882/>

(٤٧) <http://gate.ahram.org.eg/News/1993976.aspx>

(٤٨) <http://gate.ahram.org.eg/News/1981540.aspx>

(٤٩) <https://akhbarelyom.com/news/newdetails/2692591/1/>

(٥٠) <http://gate.ahram.org.eg/News/2270098.aspx>

(٥١) <https://akhbarelyom.com/news/newdetails/2692119/1/>

(٥٢) <http://gate.ahram.org.eg/News/1967096.aspx>

(٥٣) <https://akhbarelyom.com/news/newdetails/1/2878900/>

* * السادة المحكمين للاستمارة التحليلية للدراسة

- ا د / حسن على. استاذ الاعلام كلية الآداب جامعة المنيا.
 ا د / جمال عبد الحي النجار. استاذ الصحافة كلية الإعلام جامعة الأزهر.
 ا د / مرعي مذكور. استاذ الصحافة عميد كلية الإعلام جامعة ٦ أكتوبر.
 ا د / فوزي عبد الغني خلاف. استاذ الصحافة عميد كلية الإعلام جامعة فاروس.
 ا د / اميمه عمران. استاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام جامعة أسبوط.
 ا د ثريا البدوي. استاذ العلاقات العامة كلية الآداب جامعة الملك سعود.
 د / سامي الجمعان. رئيس قسم الإعلام كلية الآداب جامعة الملك فيصل.
 د اسماعيل ابراهيم. مدرس بقسم الصحافة كلية الإعلام جامعة ٦ أكتوبر.
 د. محمد عبد الحميد، مدرس الصحافة والنشر، كلية الإعلام - جامعة الأزهر