

مجلة العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٩م = ١.٥٠

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠١٩م = ١.٣٢١

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثامنة - العدد التاسع والعشرون - الجزء الثاني - ١٠ أكتوبر ٢٠٢٠م

(الإعلام وجائحة كورونا .. مصداقية أم أزمات وشائعات؟)

- **توظيف الصحف الالكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا (كوفيد - ١٩)**
د. محمد عبد الحميد أحمد (جامعة الأزهر) ... ص ٣٧٧
- **تقييم الأساليب الاتصالية المستخدمة في التعليم الالكتروني خلال جائحة كورونا، ومدى فاعليتها لدى الطلاب:**
د. ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي (جامعة فاروس) ... ص ٤٣١
- **استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيديوهات للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي**
د. هاجر محمود محمد عمر (جامعة ٦ أكتوبر) ... ص ٤٦٥
- **العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالي للجمهور المصري في أثناء أزمة فيروس كورونا: دراسة ميدانية**
د. إيمان صابر صادق شاهين (جامعة عين شمس) ... ص ٥١٣
- **أطر تقديم جائحة كورونا (كوفيد-١٩) في المواقع الاخبارية الالكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الاخبارية المصرية**
د. محمد عثمان حسن علي (معهد الإسكندرية العالي للإعلام) ... ص ٥٥٧
- **اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الاعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية: جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد - ١٩) أنموذجاً**
د. محمود محمد محمد عبد الحليم (جامعة عين شمس) ... ص ٥٨٩
- **دور المواقع الاخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩"**
د. عبد الحفيظ عبد الجواد درويش مصطفى (جامعة طيبة) ... ص ٦٤١
- **استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الالكترونية الرسمية: دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية**
شيماء محمد عبد الرحيم زيان (جامعة دمنهور) ... ص ٦٩٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإبداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٠ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والمتفرغ وعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. حسن عماد مكايي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام والمتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للنبات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال بجامعة العين - أبو ظبي

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناتي (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم مجد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية ب EPRA

مديرا التحرير

أ.د. مجد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية ب EPRA

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام

لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا مجد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. مجد حسن العامري

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

مدقق اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع مجد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprrepra.org.eg

Email: jprrepra.org.eg - ceo@apr.agency

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٢٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٥٠ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٩م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢.٥٤)،

- ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥%) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥%) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأى عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$١٠.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثمانية وعشرون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ١.٥٠ في عام ٢٠١٩م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص العلوم الاجتماعية "متداخلة التخصصات" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى. كما صُنفت كذلك في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الثانية Q2" وهي الفئة الوسطى المرتفعة، كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقّيات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها ب (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - دار نشر العلوم الطبيعية الأمريكية وقاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة").

وفي العدد التاسع والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا خاصًا على جزأين حول: "الإعلام وجائحة كورونا .. مصداقية أم أزمات وشائعات؟" يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة ولأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة في الجزء الأول بالعدد "التاسع والعشرين" من المجلة،

ومن جامعة الجزائر ٣، نجد بحثاً تحت عنوان: "كوفيد-١٩، الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة:

تغيرات عميقة في الممارسة وأساليب الدراسة"، وهو مقدم من: أ.د. علي قسايسية، من الجزائر.

ومن جامعة بني سويف، قدمت: أ.م.د. مروى ياسين بسيوني، من مصر، بحثاً بعنوان: "التعرض

لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية التلفزيونية، وعلاقته بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا)".

ومن جامعة قناة السويس، قدمت: د. سارة سعيد عبد الجواد دسوقي، من مصر، بحثاً بعنوان:

"اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا".

وقدمت: د. آلاء بنت علي بكر آل شيخ، من جامعة الملك عبد العزيز، من السعودية، بحثاً بعنوان:

"دور الإعلام في تشكيل اتجاهات راغبي العمرة نحو قرار المملكة بتعليقها مع بداية جائحة كورونا وعلاقته بالصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية".

ومن جامعة كفر الشيخ، قدمت: د. إيناس منصور كامل شرف، من مصر، بحثاً بعنوان: "دور مواقع

التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩)".

ومن الكويت من جامعة الكويت، قدمت: د. فاطمة سعود عبد العزيز السالم، بحثاً تحت عنوان:

"مصادقية الإعلام الكويتي الرسمي أثناء الأزمات: جائحة كورونا (كوفيد-١٩) نموذجاً".

ومن جامعة القاهرة، قدم: د. حسين خليفة حسن خليفة، من مصر، بحثاً بعنوان: "التغطية الإعلامية

لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية".

أما حاتم حيدر علي الصالحي، من جامعة صنعاء، من اليمن، فقد قدم بحثاً تحت عنوان: "توظيف

تطبيقات الإنترنت في الحد من تفشي وباء كوفيد-١٩: دراسة حالة التجربة اليمنية".

وأخيراً من جامعة سوهاج، قدمت: أسماء عبد العزيز مصطفى أحمد، من مصر، بحثاً تحت عنوان:

"اتجاهات الثقة نحو معالجة أزمة فيروس كورونا: دراسة تعليقات الجمهور بمنهجية الإثنوجرافيا الإفتراضية على التقرير اليومي لوزارة الصحة والسكان المصرية".

أما الجزء الثاني من العدد التاسع والعشرين فضم عددًا من البحوث في ذات الموضوع، ومن جامعة

الأزهر، نجد بحثاً تحت عنوان: "توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات

وباء كورونا (كوفيد-١٩)", وهو مقدم من: د. محمد عبد الحميد أحمد، من مصر.

ومن جامعة فاروس بالإسكندرية، قدمت: د. ميرهان محمد السيد طنطاوي، من مصر، دراسة حالة

بعنوان: "تقييم الأساليب الإتصالية المستخدمة في التعليم الإلكتروني خلال جائحة كورونا، ومدى فاعليتها لدى الطلاب".

ومن جامعة ٦ أكتوبر، قدمت: د. هاجر محمود محمد عمر، من مصر، بحثاً بعنوان:

"استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيديو للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي".

وقدم: د. **محمد عثمان حسن علي**، من معهد الإسكندرية العالي للإعلام، من مصر، بحثاً بعنوان: " أطر تقديم جائحة كورونا (كوفيد-١٩) في المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإخبارية المصرية".

ومن جامعة طيبة بالسعودية، قدم: د. **عبد الحفيظ عبد الجواد درويش مصطفى**، من مصر، بحثاً بعنوان: " دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩".

ومن مصر من جامعة عين شمس، قدمت: د. **إيمان صادق صابر شاهين**، دراسة ميدانية بعنوان: "العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالي للجمهور المصري في أثناء أزمة فيروس كورونا".

ومن الجامعة ذاتها، قدم: د. **محمود محمد عبد الحلیم**، من مصر، بحثاً بعنوان: " اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية : جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد -١٩) أنموذجاً".

وأخيراً من جامعة دمنهور، قدمت: **شيماء محمد عبد الرحيم زيان**، من مصر، دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية تحت عنوان: " استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء
كورونا المستجد (كوفيد ١٩)**

إعداد

د. محمد عبد الحميد أحمد (*)

(*) مدرس الصحافة والنشر في كلية الإعلام – جامعة الأزهر.

توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا المستجد (كوفيد ١٩)

د. محمد عبد الحميد أحمد

mohamedabdelhamied942.el@azhar.edu.eg

جامعة الأزهر

ملخص:

تستهدف هذه الدراسة التعرف على دور الإنفوجرافيك في تغطية تداعيات فيروس كورونا، من خلال الكشف عن مدى توظيف الصحف العربية لهذا الفن في التغطية الصحفية لجائحة كورونا، ورصد وتحليل نوعية المضامين التي يتناولها الإنفوجرافيك، وأهداف الإنفوجرافيك المستخدم في الصحف الإلكترونية العربية، وقد قام الباحث بتحليل الإنفوجرافيك الموظف في مواقع إلكترونية لمؤسسات صحفية عربية، وهي (موقع بوابة أخبار اليوم المصرية، وموقع جريدة الرياض السعودية، وموقع جريدة البيان الإماراتية)، وذلك في الفترة من ١ مارس ٢٠٢٠م إلى ٣١ مايو ٢٠٢٠م، باستخدام الحصر الشامل للمضامين التحليلية المتعلقة بموضوع الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: اهتمام صحف الدراسة بتوظيف الإنفوجرافيك لتغطية تداعيات فيروس كورونا، إذ بلغت نسبة الإنفوجراف المتعلق بتداعيات فيروس كورونا (٦٧.٢١%) من إجمالي الإنفوجراف الذي تم رصده خلال فترة الدراسة.

- جاءت قرارات الحكومة لمكافحة الوباء على رأس قائمة تلك الموضوعات التي تضمنها الإنفوجراف، ثم الموضوعات الخاصة بإحصائيات الإصابة بالفيروس الترتيب الثاني، ثم الإنفوجراف الخاص بطرق انتقال العدوى وأعراض الإصابة.

- تمثلت أهداف الإنفوجرافيك المستخدم في الصحف الإلكترونية العربية في التوعية الوقائية ثم الإخبار والإحاطة، ثم التأييد ودعم القرارات، ثم تقديم معلومات عن الفيروس.

الكلمات المفتاحية: الإنفوجرافيك - كورونا المستجد - الوعي الصحي - الصحف الإلكترونية العربية.

مقدمة:

تُعد قضايا الصحة من أهم الضروريات التي تشكل أولوية بالنسبة لجميع أفراد المجتمع، ومعالجة هذه القضايا وما يرتبط بها يُعد من المهام الضرورية للإعلام، لتوعية الجماهير وإرشادهم إلى الطريقة المناسبة للتعامل أثناء الأزمات والأوبئة، إذ تتطلب هذه الأوقات مزيداً من الوعي الصحي لدى الجمهور، إذ يعدّ الوعي الصحي أساساً في الأنماط السلوكية اليومية التي تؤثر بشكل كبير في تخفيف الأضرار الناتجة عن الأمراض المنتشرة.

ومع مطلع هذا العام شهد العالم أزمة صحية هي الأخطر منذ بداية القرن الحادي والعشرين، من حيث خسائرها وما خلفته وراءها من مشكلات؛ ألا وهي جائحة "كورونا كوفيد ١٩"، وقد بدأت هذه الأزمة مع نهاية شهر ديسمبر لعام ٢٠١٩م، حينما أعلنت الصين عن ظهور نوع جديد من الفيروسات في مدينة "ووهان" من سلالة فيروسات "كورونا" أطلق عليه "كوفيد ١٩ COVID19"، وسرعان ما انتشر الفيروس في مختلف أنحاء الصين حتى اضطرت إلى إعلان حالة الطوارئ في البلاد، وعزل مدينة "ووهان" -بؤرة ظهور الفيروس- عن بقية المدن الصينية، ومع بداية يناير ٢٠٢٠م بدأ هذا المرض انتشاره العالمي، إذ ظهرت حالات خارج الصين، وبدأ المرض ينتشر عابراً الحدود إلى بقية دول العالم، وفي ١٣ مارس ٢٠٢٠م أعلنت منظمة الصحة العالمية أن هذا المرض وباء عالمي، ووصفته بأنه جائحة **Pandemic COVID-19** وذلك لسرعة انتشاره العالمية.

وخلال فترة قصيرة انتشر المرض في معظم أنحاء العالم، وأصبحت جائحة فيروس كورونا الحدث العالمي الأبرز الذي يتصدر اهتمام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ومن ثم اهتمام كافة سكان العالم؛ ولم تتوان أية وسيلة إعلامية إخبارية عن التغطية المكثفة لتطورات هذه الجائحة التي بدأت في الصين ثم انتشرت تدريجياً في معظم بلدان العالم، حتى أصبح لها تعداد على مدار الساعة تُحصي المصابين والمتوفين والمتعافين والبلدان المتأثرة، وباتت الدول عبر مواقعها الإلكترونية الرسمية، وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي تنشر إحصائيات بشكل يومي خاصة بفيروس "كورونا" وآخر مستجداته وتطوراتها.

وقد أثبتت جائحة فيروس كورونا **Pandemic COVID-19** أنها كارثة غير مسبوقة **unprecedented disaster** في الوقت المعاصر، خاصة في البلاد الموبوءة مثل الصين وإيطاليا والولايات المتحدة وإيران، لهذا يصعب التنبؤ بمستقبل ذلك الفيروس وتأثيراته على جميع الأبعاد الطبية والسياسية والاجتماعية، لكن الحقيقة المؤكدة أنه سيخلف العديد من الآثار الاقتصادية والطبية وحتى الاجتماعية على جميع دول العالم. (Shen, 2020, p5).

ولخطورة الموقف لجأت الحكومات العربية إلى اتخاذ عدد من الإجراءات الاحترازية لمواجهة المرض المتفشي، ومحاولة السيطرة عليه والتحكم في عدد الخسائر التي يمكن أن يخلفها هذا الوباء، فتم تعطيل الدراسة بالمدارس والجامعات وأصدرت قرارات بإغلاق كافة النوادي الاجتماعية، ومنع أي أنشطة اجتماعية كالاتماعات والمناقشات، كما فرض حظر التجوال في ساعات معينة، مع تقليل العمالة في القطاع الحكومي... وغيرها من الإجراءات.

ومنها فن الإنفوجرافيك، الذي يعد واحداً من أهم هذه الفنون خاصة وأن هذا الفن يعد من الفنون المستحدثة في الصحافة المصرية، وما زاد من فائدة توظيف الإنفوجرافيك هو طبيعة الموضوع نفسه، فمعظم تغطية الموضوعات الصحية تعتمد على الأرقام والإحصائيات وبهذا يعد الإنفوجرافيك من أفضل

الفنون المناسبة، لذا تسعى هذه الدراسة لرصد مدى توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك كفن من الفنون الصحفية الجديدة في تغطية تداعيات جائحة كورونا المستجد كوفيد ١٩ (COVID-) .19

مشكلة الدراسة:

لا شك أن جائحة فيروس كورونا أصبحت الحدث العالمي الأبرز الذي يتصدر اهتمام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ومن ثم اهتمام كافة سكان العالم، وفي ظل تواجد المواطنين في منازلهم معظم الوقت بسبب الحظر الذي فرضته الحكومات؛ أصبحت وسائل الإعلام مصدرًا رئيسيًا للجميع للتعرف على الأخبار، هذا؛ ومن خلال معايشة الباحث للواقع وجد اهتمامًا كبيرًا من وسائل الإعلام كافة في نقل أخبار هذه الجائحة التي انتشرت في العالم كله، كما لاحظ الباحث اختلافًا في درجة الاهتمام التي توليها وسائل الإعلام بنقل الأخبار، واختلافًا في طريقة المعالجة بين وسيلة وأخرى.

وحيث إن الإعلام الإلكتروني يعد من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور من خلال متابعة لمواقع الصحف والمواقع الإخبارية، والتي توظف العديد من الفنون الصحفية والحملات الإعلامية الوقائية وغيرها، ومن بينها فن الإنفوجرافيك، والذي تظهر أهميته في كونه يعمل على توصيل الرسالة الإعلامية، سواءً كانت: بيانات وأرقامًا وإحصائيات، أو معلومات قصيرة، أو قصصًا إخبارية بطريقة جديدة وجذابة، كما يعمل على يسر قراءة الموقع الذى يستخدمه ضمن فنونه التحريرية من ناحية أخرى، وعند استخدام الإنفوجرافيك فإنه يضيف شكلًا آخر لعرض المعلومات والبيانات بأسلوب جديد قد يساعد على توصيل الأفكار المعقدة بطريقة سهلة وواضحة.

وفي ظل تنامي دور الإنفوجرافيك في مواقع الصحف المصرية والعربية، وفي ضوء ما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة من أهميته في عرض المعلومات والبيانات ومدى قدرته في التأثير على فهم وتذكر الجمهور للمحتوى الإعلامي؛ لذا رأى الباحث أن هناك إشكالية وضرورة علمية لدراسة دور الإنفوجرافيك في تغطية تداعيات فيروس كورونا، من خلال الكشف عن مدى توظيف الصحف العربية لهذا الفن في التغطية الصحفية لجائحة كورونا.

أهمية الدراسة:

يمكن عرض الأهمية النظرية للدراسة، والأهمية المجتمعية في النقاط الآتية:

- تأتي أهمية الدراسة من أنها تتناول موضوعًا شغل اهتمام الرأي العام المحلي والدولي، وأصبح مصدر قلق للأفراد والحكومات في جميع أنحاء العالم، خاصة وقد فاقت خطورة الوباء كل الحدود المعهودة في مثل هذه الحالات.

- أدى فيروس كورونا إلى إصابة الملايين من الأشخاص حول العالم، ووفاة مئات الآلاف، مما يعني أن الأمر ذو خطورة كبيرة لو لم تتمكن الدول من السيطرة الكاملة عليه، وحيث إن وسائل الإعلام هي مصدر المعرفة الرئيسية لمتابعة الأزمة؛ فإن فهم طريقة معالجة تلك الوسائل لهذه الأخبار يعد من الأمور المهمة.
- الأهمية التي يتميز بها فن الإنفوجرافيك في تقديم المعلومات في صورة مكثفة ومجمعة، ومختصرة وبسيطة، تمكّن القارئ من مطالعة الصحيفة بيسر القراءة، وسهولة الاستيعاب للمحتوى الصحفي المعروض بها.
- تأتي أهمية الدراسة من أهمية الوقوف على مدى توظيف الصحف الإلكترونية المصرية والعربية لفن الإنفوجرافيك في تغطية تداعيات أزمة كورونا، وبهذا فهي تسهم في تقييم الخدمة الإعلامية الموجهة للجمهور وذلك من خلال التوعية والتعرف على أوجه التمييز والقصور فيما تقدمه من محتوى إعلامي.
- من خلال سعي الباحث للتعرف على مدى توظيف الصحف الإلكترونية المصرية والعربية لفن الإنفوجرافيك في تغطية تداعيات فيروس كورونا، يمكن الخروج بمؤشرات مهمة قد تساعد الإعلاميين لتوظيف الفنون الصحفية المناسبة للأحداث الطارئة.

أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف الرئيسي من الدراسة في التعرف على مدى توظيف الصحف الإلكترونية العربية لفن الإنفوجرافيك - كأحد أهم الفنون المستخدمة- في تغطية تداعيات جائحة كورونا المستجد (كوفيد ١٩) في المواقع الإلكترونية لصحف الدراسة، وينبثق من هذا الهدف عدة أهداف فرعية منها:
- الكشف عن مدى استخدام صحف الدراسة لفن الإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا.
 - رصد الموضوعات التي اهتمت مواقع الصحف بعرضها في الإنفوجراف المستخدم في تغطية تداعيات وباء كورونا.
 - التعرف على أهداف الإنفوجرافيك المستخدم في التغطية الصحفية لتداعيات جائحة كورونا.
 - الكشف عن الإطار المقدم من خلاله الإنفوجرافيك المستخدم في التغطية الصحفية لتداعيات جائحة كورونا.
 - رصد نطاق نطاق الإنفوجرافيك المنشور في مواقع الصحف والمواقع الإخبارية التي تناولت تداعيات جائحة كورونا المستجد
 - التعرف على حجم المعلومات بالإنفوجرافيك المستخدم في التغطية الصحفية لتداعيات جائحة كورونا.

- رصد العناصر المقروءة وغير المقروءة الموظفة في الإنفوجرافيك المستخدم في التغطية الصحفية لتداعيات جائحة كورونا.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بمراجعة التراث العلمي السابق المرتبط بموضوع الدراسة، وذلك من خلال عرض النتائج العلمي من الدراسات السابقة، وتم حصر هذه الدراسات وترتيبها ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، وقد تم تقسيم عرض هذه الدراسات على النحو الآتي:

١- دراسات تناولت فن الإنفوجرافيك.

٢- دراسات اهتمت بعلاقة الإعلام بأزمة كورونا.

المحور الأول: دراسات تناولت الإنفوجرافيك:

استهدفت دراسة محمود عبد الحليم (٢٠٢٠م) الكشف عن أثر استخدام نمط تقديم القصة الإخبارية باستخدام الإنفوجرافيك بأنماطه الثلاثة (الثابت والمتحرك والتفاعلي) على تنمية التفكير البصري للأطفال ضعاف السمع؛ وقياس الأثر التتبعي للقصة الإخبارية باستخدام الإنفوجرافيك بأنماطه المختلفة، وبلغت عينة الدراسة (٤٥) طفلاً، من المرحلة العمرية (٦-٩ سنوات)، وتبين من النتائج أن نمط تقديم القصص الإخبارية باستخدام الإنفوجرافيك (الثابت- المتحرك- التفاعلي)، كان له أثر إيجابي مرتفع جداً على تنمية مهارات التفكير البصري للأطفال ضعاف السمع.

وفي إطار الوقوف على الدور الذي يؤديه الإنفو-جرافيك كوسيلة اتصال متطورة، وكآلية لمواجهة الشائعات سعت دراسة أبو العلا (٢٠٢٠م) إلى رصد وتحليل استخدام الإنفوجرافيك بالموقع الإلكتروني للمركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء وصفحته الرسمية بالفيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: وجود تفوق في المحتوى الكمي للإنفوجرافيك بالموقع الرسمي لرئاسة مجلس الوزراء وصفحته الرسمية على الفيس بوك، إذ بلغ (٢١٧) نموذجاً خلال فترة الدراسة، وتصدرت موضوعات الوزارات الأكثر ارتباطاً بالجمهور والتي تمس حياة المواطنين كأبرز موضوعات بالإنفو جرافيك عينة الدراسة، وبالنسبة للهدف من تقديم الإنفوجرافيك؛ فقد كان التركيز على الرد على الشائعة هو الهدف الرئيس.

وحول استخدام الإنفوجراف في تغطية الصحف البريطانية بالتطبيق على معالجة صحيفة The Guardian لأزمة اللاجئين، هدفت دراسة كوفالينكو Kovalenko (2020) إلى التعرف على تأثير استخدام ذلك الإنفوجراف على سهولة إدراك القارئ وفهمه للمحتوى الصحفي الذي تم تقديمه على موقع صحيفة The Guardian البريطانية وذلك فيما يتعلق بأزمة اللاجئين، وقد قام الباحث باختيار ٢٠٠ إنفوجراف من عامي ٢٠١٥ و٢٠١٨م، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الإنفوجراف اعتمد على تقديم بيانات دقيقة حول اللاجئين، والتي تمثلت في أشكال متنوعة من الجداول والرسومات البيانية

والاحصائيات والتي أسهمت بشكل كبير في شرح وتفسير وإظهار مدى خطورة الكارثة والوضع الإنساني المتعلق بتلك القضية، مما جعل القارئ مدرّكاً مدى خطورة الوضع الصعب الذي جعله متفاعلاً بشكل كبير مع تلك القضية.

وفي إطار التعرف على واقع فن الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية والمصرية، ومعرفة مدى الاهتمام بفن الإنفوجراف؛ جاءت دراسة عصفرة (٢٠١٩م) وقد قام الباحث بتحليل عينة من الإنفوجرافيك في موقع صحيفتي "الرسالة نت" الفلسطيني، وموقع "اليوم السابع" المصري خلال عامين ٢٠١٨:٢٠١٧م، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: اتفاق نتائج موقعي الدراسة على إهمال موضوعات الإنفوجرافيك ذات البعد العربي، وتقديم الموضوعات الدولية، واختلفت الموضوعات بحسب النطاق الجغرافي بين موقعي الدراسة، ففي حين جاءت الموضوعات المحلية في صحيفة الرسالة، تصدرت الموضوعات الدولية في موقع اليوم السابع، وجاء الغرض الإعلامي كأول أغراض تصميم الإنفوجرافيك في موقعي الدراسة بنسبة ٧٤.٦%، ثم الغرض الإقناعي بنسبة ٢٢.١%، فيما قل الاهتمام بالأغراض الأخرى فكانت بغرض إثارة التساؤلات بنسبة ٢.٦%.

وحول التعرف على مدى انقراطية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافية للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية الإلكترونية المصرية جاءت دراسة البطل (٢٠١٩م)، وقد اختار الباحث ثلاثة مواقع صحفية مصرية لتصميم مقياس الانقراطية من نماذج الإنفوجرافيك التي تستخدمها وهي: موقع "البوابة نيوز"، وموقع "مبتدأ" وموقع "اليوم السابع"، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات انقراطية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافية للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقاً لنوع الإنفوجرافيك.

وهدف دراسة سليم (٢٠١٨م) إلى التعرف إلى درجة اهتمام المواقع الفلسطينية الإلكترونية بفن الإنفوجرافيك، وأهم مجالات استخدامه، إضافة إلى أهم العناصر المكونة لفن الإنفو جرافيك وأكثر العناصر التي يتم التركيز عليها، بجانب أهم القضايا والموضوعات التي يطرحها الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية، وقد كشفت الدراسة اهتمام مواقع الدراسة بفن الإنفو جرافيك - وإن اختلفت درجة اهتمامها، وشكل الاهتمام، حيث أظهرت مواقع الدراسة اهتماماً في العناصر المرئية بنسبة (٧٠.٦٩%) وفي العناصر المقروءة بنسبة (٢٩.٣١%)، ويتقدم موقع "شبكة القدس الإخبارية" مواقع الدراسة في اهتمامه للعناصر المرئية والمقروءة كافة بنسب ملحوظة، وتنوعت القضايا التي يطرحها الإنفوجرافيك في مواقع الدراسة.

في حين سعت دراسة أحمد (٢٠١٨م) لمعرفة الفنون الصحفية الأكثر استخداماً لتصميمات الإنفوجرافيك، ومعرفة أهم التصميمات البصرية المستخدمة في تصميمات الإنفوجرافيك، وذلك من خلال دراسة صحيفتي "مكة" و"عكاظ" لعام ٢٠١٦م ومنتصف عام ٢٠١٧م، وأظهرت الدراسة أن أكثر

الموضوعات الصحفية التي تأتي بها تصميمات الإنفوجرافيك كانت الموضوعات ذات المضمون الاجتماعي والسياسي، إذ كانت الأكثر اختياراً من قبل مصممي الإنفوجرافيك. كما بينت الدراسة أن أكثر الفنون الصحفية التي تحتوي على تصميمات الإنفوجرافيك كانت الخبر الصحفي، وأكدت الدراسة أن الإنفوجرافيك يعد أحد الأساليب الإخراجية الحديثة في صحف الدراسة، إضافة إلى أن الإنفوجرافيك هو اللغة الصحافية الحديثة في العصر الحالي

بينما تمثلت المشكلة البحثية لدراسة عبد المقصود (٢٠١٨م) في الحاجة الملحة لتسهيل توصيل المعلومات والبيانات لبعض فئات الجمهور لتلقي الرسالة، وهدف البحث إلى دراسة متعمقة في علم الإنفوجرافيك بالصورة التي توضح أهمية هذا العلم، ومدى إسهامه في تسهيل قراءة المعلومة لبعض فئات الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى أن الإنفوجرافيك قد أثر على الجمهور وجعلهم أكثر استفادة من المحتوى كما جعلهم أكثر تفاعلية معه، كما وجدت نسبة عالية جداً من الجمهور تتلقي المعلومة أسهل وأيسر من خلال الإنفوجرافيك، وتفضله عن النصوص المكتوبة وأن التصاميم الجيدة والمتقنة تساعد الجمهور في فهم المعلومة وتيسر استيعابها بالشكل الأمثل.

وهدف دراسة حسين (٢٠١٨م) إلى البحث عن دوافع استخدام الجمهور السعودي لصحافة البيانات الإنفوجرافيك بالصحف الإلكترونية السعودية والإشباعات المتحققة منها، وقد وظفت الدراسة نظرية الاستخدامات والإشباعات، واستخدمت منهج المسح، وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من الجمهور السعودي قوامها ٢٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن العينة ترى أن صحافة البيانات (الإنفوجرافيك) تتميز بالعصرية والحداثة والقدرة على تحقيق عنصر الفورية بنسبة ٩١.٣%، وتساعد في زيادة إدراك الأحداث مع الاطلاع على المعلومات الجديدة بشكل يتأقلم مع الإعلام الجديد بنسبة ٩٠.٣%، ثم إنها سرعة متابعة الأحداث بأقل وقت وتكلفة، كما كشف الدراسة عن علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام صحافة البيانات بالصحف السعودية والإشباعات المتحققة منها.

كما استهدفت دراسة عطية (٢٠١٨م) التعرف على مدى تأثير استخدام الإنفوجرافيك على تذكر وفهم عينة من الجمهور لمضمون القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى أن رسوم الإنفوجرافيك تساعد الجمهور تذكر المحتوى مقارنة بالأسلوب التقليدي في عرض القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت، كما أكدت نتائج الدراسة أيضاً على أن رسوم الإنفوجرافيك تعزز أيضاً من قدرات المتلقين على فهم المحتوى مقارنة بالأسلوب التقليدي في عرض القصة الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت.

أيضاً هدفت دراسة الغريب (٢٠١٧م) إلى الكشف عن مدى وملامح استخدام المواقع الإلكترونية المصرية لفن الإنفوجرافيك، فضلاً عن الكشف عن تأثير الوعاء الإلكتروني المتمثل في شبكة الإنترنت على استخدام مواقع الدراسة للإنفوجرافيك، في إطار نظرية ثراء الوسيلة، وقد كشفت النتائج عن اهتمام صحف الدراسة بفن الإنفوجرافيك خلال مدة التحليل وقد تنوعت أشكال الإنفوجرافيك التي استخدمتها

الصحف ما بين التفاعلي والثابت، واعتمدت مواقع الدراسة على المصادر الخارجية في النسبة الأغلب من الإنفوجراف، وقد جاءت الغالبية العظمى للإنفوجرافيك ملونة في صحف الدراسة الخمسة بنسبة ٩٠%، واتسمت موضوعات الإنفوجرافيك بالتنوع الكبير مع تفاوت ملحوظ في نوعيات معينة، وقد جاءت موضوعات الإنفوجرافيك في مواقع الدراسة شاملة للنطاقات الثلاثة المحلي والعربي والعالمية.

أما دراسة جمعة (٢٠١٧م) فقد هدفت لرصد معالجة إنفوجرافيك الصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: احتل الترتيب الأول من نوعية الموضوعات التي يتم طرح الإنفوجرافيك من خلالها "أمنية"، ثم "صحية"، و"توعوية"، ويرجع ذلك إلى اهتمامات الصحف بما يحدث من اضطرابات مختلفة، واهتمامها بتوعية الجمهور بتوخي الحذر تجاه الأحداث، وهذا يتواءم مع الفترة التي تم بها البحث وبخاصة في الصحف البريطانية، كما تبين أن الإنفوجرافيك استطاع خلال فترة وجيزة أن يصبح أداة تعليمية وترفيهية قوية من خلال تقديم المعلومات على هيئة رسومات بيانية محببة لدى القراء.

وتناولت دراسة مصطفى MUSTAFFA (٢٠١٦م) استخدام الإنفوجراف في الصحف الرقمية ودوره في زيادة فهم الأخبار المنشورة، وأشارت نتائج الدراسة إلى استخدام الإنفوجراف في الصحف الرقمية محل الدراسة يأتي في الصفحات الأولى Front Pages في ترتيب استخدام الإنفوجراف في الصحف الرقمية، وذلك كوسيلة رئيسة لجذب القارئ إلى الخبر المنشور، كذلك أشارت الدراسة إلى أن انجذاب لجمهور إلى الخبر كان مرتبطاً إيجابياً بما يحتويه الخبر من انفوجراف أو الصور.

بينما تناولت دراسة الشهاوي (٢٠١٦م) تأثير الإنفوجراف التفاعلي على إدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى، وهي دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعات المصرية، وقد أوضحت النتائج تفوق النص في الإنفوجراف التفاعلي عن الإنفوجراف الثابت؛ إذ ارتفع مستوى التذكر والإدراك في المجموعة التي تعرضت للنص مقارنة بالمجموعة التي تعرضت للإنفوجراف الثابت، كما أكدت الدراسة على تأثير مستوى المهارات الحسابية للأفراد على مستوى تذكرهم وإدراكهم للمعلومات التي تتضمن الكثير من الأرقام، إذ يوجد ارتباط طردي بين مستوى المهارات الحسابية ومستوى إدراك وتذكر المحتوى.

وللتعرف على دور الإنفوجراف في تعزيز العلاقة بين الوسيلة والجمهور؛ رصدت دراسة كينج تيان QING TIAN (٢٠١٥م) كيفية توظيف معلومات الإنفوجراف في الصحف الرقمية، وكيف تساعد المعلومات المقدمة في صورة إنفوجراف على زيادة فهم الجمهور للمعلومات الواردة في الخبر المنشور، وقد قام الباحث بإجراء مقابلة مع محرري ست من الصحف الأمريكية والبريطانية وهم the Washington Post, the New York Times, the Chicago Tribune, the USA Today, the Wall Street Journal and the Guardian، إضافة إلى ١٤٠ مبحوثاً من الجمهور، مع تحليل مضمون ٢٨٣ مقالاً وخبراً من الصحف عينة الدراسة، وقد أشارت نتائج الدراسة أن الأخبار التي

تحتوي على إنفوجراف تكون نسبة التعليقات أكثر من تلك التي لا تحتوي على معلومات إنفوجراف، كما أشارت أنه فيما يتعلق بتفضيلات المبحوثين لأنواع الانفوجراف جاء في الترتيب الأول الخرائط Maps، وفي المرتبة الثانية الجداول table chart وفي المرتبة الثالثة المخططات التوضيحية pictogram، وتوصلت أن الإنفوجراف يقوم بمجموعة وظائف: منها جذب وتقريب الجمهور للأخبار المنشورة Zooming، وتقديم معلومات تفصيلية مما يسهم في فهم واستيعاب الأخبار المنشورة.

وتحت عنوان "دور الإنفوجراف الثابت والمتحرك في زيادة فهم وتذكر الجمهور للأخبار المنشورة في الصحف الرقمية هدفت دراسة ميرل (٢٠١٤م) Merle، إلى التعرف على الدور الذي تقوم به معلومات الانفوجراف infographics في جذب انتباه الجمهور، وتذكر الجمهور المعلومات، وقد أشارت النتائج إلى أهمية الإنفوجراف الثابت أو المتحرك في جذب حركة العين إلى الخبر، كما أن الإنفوجراف المتحرك يسهم بشكل كبير في تذكر المعلومات المتضمنة من الإنفوجراف الثابت، كما أشارت إلى أهمية الإنفوجراف في إقناع الجمهور بالمحتوى الذي يتم تقديمه في الصحافة الرقمية، كذلك أشارت النتائج إلى التأثير القوي الذي يحدثه الإنفوجراف في تذكر النصوص المكتوبة الموجودة بجوار الإنفوجراف.

المحور الثاني: دراسات اهتمت بعلاقة الإعلام بأزمة كورونا:

تناولت دراسة كوميثا (2020) Kummitha الخطاب الإعلامي المستخدم في التعامل مع جائحة فيروس كورونا Pandemic COVID-19، إضافة إلى التعرف على الفروق الموجودة بين الصين والدول الغربية فيما يتعلق بطرق توظيف التكنولوجيا الاتصالية الحديثة في التعامل مع تلك الأزمة الصحية العالمية، وقد قام الباحث بتحليل الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا والمنشورة في BBC news, CNN, The Guardian, The New York Times, Business Insider, The Telegraph, The Economist, Reuters, Global Times China, and China File. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الديمقراطيات الغربية تتجه إلى استخدام استراتيجية المكاشفة والصدق فيما يتعلق بنشر الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا Pandemic COVID-19، بينما نجد أن الدولة الصينية تميل إلى التكتف فيما يتعلق بالأخبار المتعلقة بفيروس كورونا.

هدفت دراسة تشين (٢٠٢٠م) Chen إلى التعرف على الاستراتيجيات التي تتبعها الدولة فيما يتعلق بالمعالجة الإعلامية لأزمة فيروس كورونا COVID-19، وقد تم اختيار موقع Sina Weibo، لتحليل ١٤١١ منشورًا على تلك الصفحة، وكانت أهم نتائج الدراسة: أنها أشارت إلى أن ثراء الوسيلة Media Richness والمقصود بها هنا مواقع التواصل الاجتماعي وما تتميز به من خصائص لم تؤثر في درجة اهتمام وانخراط الجمهور في الاهتمام بقضية فيروس كورونا، كما أكدت الدراسة أهمية دوائر النقاش Discussion loop بين الجماهير وبين الجهات الصحية المعنية، إذ ساعدت في زيادة اهتمام

الجمهور وزيادة نسبة الوعي لديهم فيما يتعلق بالأمور التي تؤدي إلى تسريع وتيرة القضاء على الفيروس في أقرب وقت.

هدفت دراسة إبراهيم، وكمال (٢٠٢٠م) إلى التعرف على طبيعة بعض المشكلات النفسية (الوحدة النفسية، الاكتئاب والكدر النفسي، الوسواس القهري، الضجر، اضطرابات الأكل، اضطرابات النوم، المخاوف الاجتماعية) المترتبة على جائحة فيروس كورونا المستجد Covid-19 لدى عينة من طلاب الجامعات الحكومية بلغت (٧٤٦) مبحوثاً، وتوصلت النتائج إلى: أن الضجر من أكثر المشكلات النفسية التي يعاني منها طلاب الجامعة في التوقيت الحالي، كما يعاني طلاب الجامعة بدرجة متوسطة من المشكلات النفسية الأخرى، كذلك ثبت وجود فرق دال إحصائياً في المشكلات النفسية يُعزى لمتغير النوع لصالح الإناث.

بينما سعت دراسة علة (٢٠٢٠م) إلى التحقق من إمكانية التنبؤ بدور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس "كوفيد ١٩" في الجزائر، هي دراسة ميدانية لعينة مكونة من (١٤٠) مبحوثاً، وقد أسفرت النتائج عن: إمكانية التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس "كوفيد ١٩".

وحول تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا (كوفيد ١٩)، جاءت دراسة وليد عبد الحليم (٢٠٢٠م) لمعرفة مستوى تأثير وسائل الإعلام في التوعية الأسرية لمواجهة فيروس "كوفيد ١٩"، وهي دراسة ميدانية لعينة عمدية قوامها (٥٠٠) مفردة من الأسر المصرية، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير حقيقي وفعال لوسائل الإعلام في توعية الأسرة بالفيروس، وانتشاره، وطرق مقاومته، وكذلك أشارت النتائج إلى وجود فروق غير دالة في تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية تُعزى لمتغير الجنس، كما أوضحت النتائج أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط اتصالي معرفي أسهم في تشكيل معارف الأفراد بشكل كبير في هذه الأزمة.

وتحت عنوان: "تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر فيسبوك" جاءت دراسة عويدات (٢٠٢٠م) وسعى الباحث من خلال بحثه إلى التعرف على تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر صفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "France24" عربي، وتكونت العينة الميدانية من (٤٠٠) مبحوثاً من جامعتي "القاهرة، والمنيا من متابعي طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر صفحتي قناة "المملكة الأردنية"، و"France 24" عربي، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق دالة بين أشكال تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا بصفحتي قناة "المملكة الأردنية"، و"France 24" لصالح صفحة قناة "France 24".

وفي إطار التعرف على دور وسائل الإعلام فيما يتعلق بتوظيفها الحملات الإعلامية التي تسهم في الحد من انتشار تلك الفيروسات أو الأوبئة جاءت دراسة مارك- اندريه (٢٠٢٠م) Marc.-André لترصد الخطاب الإعلامي المستخدم في مواجهة الأزمات الصحية العالمية، إضافة إلى التعرف على

التحديات التي واجهت تلك المنظمات الطبية في نشر الوعي بين الجماهير فيما يتعلق بالفيروسات الحديثة، وقد بينت الدراسة أهمية قيام وسائل الإعلام بدور كبير في الحد من انتشار تلك الفيروسات من خلال نشر فيديوهات تعليمية وقائية للحفاظ وحماية صحة الجماهير، من خلال التعرف على سبل الوقاية وكيفية الحماية من وصول العدوى إليهم، أو نشرها إلى الآخرين إذا كانوا مصابين بالعدوى، مما يقل بؤرة انتشار تلك الفيروسات، ومن ثم القضاء عليها في أقرب وقت، كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى أن من بين الاستراتيجيات التي تعتمد عليها المنظمات فيما يتعلق بالتعامل مع الفيروسات والأوبئة الحديثة مثل فيروس كورونا COVID-19، استراتيجية التخويف Intimidation وذلك بهدف عدم تهوين تعامل الجمهور مع تلك الفيروسات، وذلك من خلال نشر الأخبار المتعلقة بالخسائر الفادحة التي أحدثها ذلك الفيروس على مستوى العالم، وحجم الوفيات التي خلفها في خلال أشهر قليلة.

وحول تأثير التغطية الإعلامية المضللة على الجمهور: بالتطبيق على أزمة جائحة كورونا كوفيد ١٩ في الصين؛ جاءت دراسة جون وين وآخرون (٢٠٢٠م) Jun Wen et al. وتناولت التأثيرات النفسية والصحية المحتملة على الجمهور الصيني من جراء متابعتهم للتقارير والتغطية الإعلامية التي قامت بها وسائل الإعلام الغربية بشأن فيروس كوفيد ١٩، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية التقارير الغربية التي تناولت أزمة فيروس كورونا المستجد اتسمت بالعنصرية تجاه الصين ومواطنيها، منتقدة التراث الصيني والعادات الصينية فيما يخص النظام الصحي والغذائي، وأن بعض التقارير وصفت الصين بالمصدر الأول للفيروسات في العالم، الأمر الذي أدى إلى الإساءة لصورة الصين وتعرض مواطنيها للاضطهاد العنصري في بعض دول العالم.

كما تناولت دراسة وانغ وآخرون (2020) Wang et al. الآثار النفسية المرتبطة بتفشي فيروس كورونا كوفيد ١٩ بالتطبيق على الحالة النفسية لبعض المواطنين بمناطق مختلفة من الصين بعد انتشار وتفشي فيروس كورونا كوفيد ١٩، وبالتحديد قياس معدلات القلق والاكتئاب لدى عينة مكونة من (٦٠٠) مبحوثاً، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان ومقياس للقلق وآخر للاكتئاب، وتوصلت الدراسة إلى أن الإناث كانوا أكثر شعوراً بالقلق مقارنةً بالذكور، كما أن الأفراد من الفئة العمرية أكثر من ٤٠ عام كانوا أكثر شعوراً بالقلق والاكتئاب من الفئات العمرية الأقل في السن، وعكست النتائج وجود حالة عامة من القلق والشعور بالاكتئاب لدى الجمهور من جراء تفشي فيروس كورونا.

حاولت دراسة سينغ (2020) Singh et al. رصد وتحليل الخطاب الإعلامي المستخدم في Twitter فيما يتعلق بجائحة بفيروس كورونا، ودوره في نشر المعلومات والشائعات بين الجمهور، وحجم المناقشات التي تحدث على Twitter فيما يتعلق بتلك الجائحة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه نتيجة عدم وجود رقابة على المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي؛ لذلك كانت تلك المنصات من بين الوسائل الرئيسية التي كانت سبباً في نشر الخرافات والأساطير والمعلومات المضللة بين الجماهير، مثل أن فيروس كورونا شبيه بفيروس الأنفلونزا له مثل الأعراض ويمكن علاجه بدواء الأنفلونزا العادية، أو مثل شائعة أن الفيروس سيتم القضاء عليه خلال فصل الصيف والطقس الساخن Heat Kills Disease

، أو أن الفيروس ما هو إلا بمثابة حرب كيميائية، حيث إن ذلك الفيروس تم تحضيره في المعامل الكيميائية، مما أدى في كثير من الأحيان إلى نشر الخوف والذعر بين الجماهير.

جاءت دراسة إيلافاراسان (٢٠٢٠م) Elavarasan لترصد الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع جائحة فيروس كورونا-COVID، إضافة إلى التعرف على التقنيات التكنولوجية التي تمت الاستعانة بها في التواصل مع الجماهير المتنوعة للوقاية من انتشار فيروس كورونا COVID-19، وهي دراسة ميدانية لعينة مكونة من ٨٥٦ مبحوثاً، وأشارت نتائج الدراسة إلى استخدام تطبيقات الهاتف المحمول كأحد الاستراتيجيات الاتصالية، بهدف التعرف على أخبار الفيروس لحظة بلحظة والتعرف أيضاً على طرق الوقاية، والتعرف على الأعراض التي يمكن من خلالها اكتشاف المرض مبكراً، وما هي الإجراءات التي يجب اتباعها عند الشعور بأعراض وجود الفيروس لدى الفرد، كذلك أشارت النتائج أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، كانت العامل الأبرز في نشر الوعي بين الجماهير، وإمدادهم بتطور الوضع فيما يتعلق بانتشار فيروس كورونا.

وفي سياق متصل حول مرض كورونا هدفت دراسة أبو سنة (٢٠١٥م) إلى التعرف على العلاقة بين مستوى المعرفة بمرض كورونا لدى الجمهور السعودي وبين تعرضه للصحف الورقية والإلكترونية، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من الجمهور السعودي، من المراجعين للمراكز الصحية بمدينة الطائف والباحة بالسعودية، وقد دلت نتائج الدراسة على مدى اهتمام المبحوثين بمرض كورونا، وذلك يعد انعكاساً لمدى خطورة المرض وتفشيه، كما دلت النتائج على حرص الجمهور على الحصول على معلومات عن المرض بكل مستوياته (المعرفة السطحية والمعرفة المتعمقة).

وحول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا بمدينة الرياض السعودية، جاءت دراسة الفرم (٢٠١٤م) لتقييم الدور الاتصالي للمؤسسات الصحية في التوعية حيال مرض كورونا، وتمثلت أداة الدراسة في تحليل مضمون الرسائل التوعوية المنشورة عبر الحسابات الرسمية للمدن الطبية، في الشبكات الاجتماعية الثلاث (يوتيوب، فيسبوك، تويتر). وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه رغم انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، فإن (٧٣%) المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب - فيسبوك-تويتر) لاستخدامها في برامج التوعية الصحية. كما أوضحت النتائج أن (٦٠%) من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة في التوعية حيال مرض "كورونا"، ما يعني عدم وجود استراتيجية صحية وطنية متماسكة تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية في الانخراط في الجهد الوطني الصحي.

التعليق العام على الدراسات السابقة:

- بالنسبة للمحور الخاص بالإنفوجرافيك، فقد تنوعت الدراسات التي تناولت الإنفوجرافيك من حيث الأهداف؛ فمنها ما هدف إلى التعرف على مدى اهتمام مواقع الصحف العربية والأجنبية بفن الإنفوجرافيك، ومنها ما هدف للتعرف على دور الإنفوجرافيك في فهم وتذكر الجمهور للمحتوى، ومنها ما هدف إلى دوافع الجمهور للتعرض للإنفوجراف والإشباع المتحققة منها، وغير ذلك من الأهداف، وبالرغم من تعدد أهداف الدراسات السابقة؛ إلا أنها جميعها قد اتفقت على أهمية دور الإنفوجرافيك في مواقع الصحف سواء العربية أو الأجنبية، وسوف تتشابه معهم الدراسة في الهدف منها وهو التعرف على دور الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية في نشر التوعية الصحية لتداعيات فيروس كورونا المستجد.
- اختلفت المناهج المستخدمة في الدراسات التي تم عرضها، فقد اعتمدت بعضها على المنهج التجريبي وبعضها اعتمد على منهج المسح، وآخر اعتمد على دراسة الحالة، كما وجدت دراسات اعتمدت على منهج الدراسات المتبادلة، وسوف تتفق هذه الدراسة مع الدراسات التي استخدمت منهج المسح التحليلي.
- جاء الاستبيان وتحليل المضمون على رأس أدوات الدراسة التي استخدمتها الدراسات السابقة للتعرف على دور الإنفوجرافيك وأهميته في مواقع الدراسة، وجاء بعدها المقاييس الخاصة بالدراسات التجريبية، وسوف تعتمد هذه الدراسة على أداة تحليل المضمون.
- تشابهت الدراسة مع جميع الدراسات التي تم ذكرها في تناول موضوع الإنفوجرافيك في مواقع الصحف الإلكترونية، ولكن اختلفت معها في دراسة دور الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية في نشر التوعية الصحية لتداعيات فيروس كورونا المستجد، حيث إن الظروف الحالية من تفشى مرض كورونا وتوقف معظم القطاعات المجتمعية يجعل من دراسة هذا الفن ضرورة مهمة.

وبالنسبة للدراسات التي تناولت فيروس كورونا فقد تعددت أهداف الدراسات التي تناولت فيروس كورونا، حيث اهتم بعض الدراسات بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالأزمة وسبل الوقاية منها، وجاء بعضها للتعرف على الخطاب الإعلامي المستخدم لمواجهة تداعيات فيروس كورونا المستجد، وهدفت بعضها للتعرف على دور الإعلام سواء التقليدي والحديث في التعريف بالفيروس، كما ركز بعضها على أشكال المعالجة والتغطية الإعلامية للجائحة ومحدداتها، والتعرف على مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديد على زيادة الوعي الصحي لمتابعيها حيال هذه الجائحة، وركزت بعضها على المشكلات النفسية والاجتماعية والطرق الوقائية التي قد تترتب على متابعة هذه الجائحة عبر وسائل الإعلام.

- كما اهتمت بعض الدراسات ببيان الاستراتيجيات المختلفة التي اتبعتها المنظمات الدولية في مواجهة الأزمة، وبعضها بدراسة دور الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالمرض وطرق انتشاره.

- اتفقت غالبية الدراسات من حيث المنهج المستخدم على منهج المسح، بشقيه التحليلي والميداني، وإن كان الغالب هو منهج المسح الميداني.
- جاءت معظم الدراسات التي أجريت في هذا الصدد ميدانية ولم يتطرق معظمها لتحليل المضمون، وبخاصة تحليل الإنفوجرافيك، لذا تختلف دراستنا هذه مع ما هدفت إليه الدراسات الأخرى في كونها سوف تدرس مدى توظيف الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية في نشر التوعية الصحية وتغطية تداعيات فيروس كورونا المستجد، حيث لم تتطرق -على حد علم الباحث- الدراسات العربية أو الأجنبية لهذا الجانب المهم.
- أظهر العرض السابق عدم تطرق الدراسات السابقة -على حد علم الباحث- لموضوع الدراسة الحالي وهو توظيف الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات جائحة كورونا المستجد (كوفيد ١٩)، مما يؤكد على أهمية إجراء الدراسة التي نحن بصددتها.

المدخل النظري للدراسة:

أشار مجموعة من الباحثين إلى أن البنية المعرفية لهذه النظرية تستند إلى نظرية معالجة المعلومات (Information processing theory)، ونظرية الاحتمالات (contingency theory) التي تبحث في مدى التوافق والملاءمة بين نوعية المعلومات الموجودة ومتطلبات معالجتها وبين استخدام الوسائل الإعلامية وتأثير ذلك على الأداء. (عبدالفتاح، ٢٠١٣م). ومدخل ثراء الوسيلة الإعلامية هو إطار لوصف وسائل الاتصال على حسب قدرتها على إنتاج المعلومات التي تنقل من خلالها، وقد قام بوضع هذه النظرية كل من ريتشارد دافت Richard L. Daft وروبرت لينجيل Robert H. Lengel، واستخدمت لتصنيف وتقييم وسائل اتصالية معينة، مثل المكالمات الهاتفية والمؤتمرات المرئية والبريد الإلكتروني، وأوضحت نظرية ثراء وسائل الإعلام أنه كلما زاد غموض المضمون والتبست معانيه، كلما كانت وسائل الإعلام الأكثر ثراءً هي الأنسب له. (Kinney, S 1998 p140).

وقد عرّف كل من "دافت" و "لينجيل" Daft & Lengel (٢٠٠٢م) ثراء الوسيلة بأنه " قدرة المعلومات على تغيير فهم وإدراك الجمهور لقضية معينة خلال فترة زمنية، تعتبر العمليات الاتصالية التي يمكن أن توضح القضايا أو تزيل الغموض المتعلق بها في وقت قصير أنها ثرية بالمعلومات، وعلي النقيض من ذلك العمليات الاتصالية التي تتطلب وقتاً طويلاً لتمكين الفهم أو إزالة الغموض تعتبر أقل ثراءً.

لذا تُعد نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية من أكثر النظريات تداولاً عند تناول العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيرية، حيث تركز على المبادرة الإعلامية بدلاً من الرسالة الإعلامية كنقطة بداية لها، وعلى الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة. (الضامن، ٢٠١٢م، ص ٧٥)

فروض النظرية Theory Hypothesis:

تقوم النظرية على فرض رئيسي؛ أنه كلما كانت الوسيلة قادرة على نقل وتوصيل المضمون الإعلامي بصورة واضحة ومفهومة كانت الوسيلة أكثر ثراءً، أما إذا كانت الوسيلة غير قادرة على توصيل المضمون الإعلامي بصورة واضحة ومفهومة أو احتاجت وقتاً طويلاً من المستقبل أو الجمهور لفك شفرة وفهم المضمون الإعلامي فحينئذ تكون الوسيلة ضعيفة. (Hornung, 2015, p24) ويذكر "رودريغيز" (Rodriguez, 2017. P16) خمس سمات وشروط يمكن بها تحديد إذا ما كانت الوسيلة الإعلامية ثرية قوية أم لا، وهي:

- فورية التغذية المرتدة أو رجع الصدى Immediacy of feedback والتي تحدد سرعة الاتصال ثنائي الاتجاه بين المرسل والمستقبل.
- تعدد وتنوع الرموز المستخدمة Symbol variety : وتشير إلى الطرق والأساليب المستخدمة في توصيل المضمون الإعلامي للجمهور.
- التناظرية Parallelism: وتشير إلى عدد المحادثات التي يمكن أن تحدث في وقت واحد جراء استخدام الوسيلة الإعلامية.
- تعديل الرسالة الإعلامية Rehears ability: والمقصود به قدرة سماح الوسيلة الإعلامية للمستخدم من تعديل الرسالة الإعلامية قبل إرسالها للجمهور.
- معالجة الرسالة الإعلامية Reprocess ability: والمقصود به الوقت المتطلب لقراءة وفهم الرسالة الإعلامية، فمواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص تملك من الخصائص والإمكانات التي تمكن الجمهور من إعادة قراءة الرسالة واستيعابها وفهما جيداً والرد عليها، وهو مالا تتيحه غيرها من وسائل الإعلام التقليدية.

مدى إفادة الدراسة من نظرية ثراء الوسيلة:

تستفيد الدراسة من نظرية ثراء الوسيلة التي ترى أن وسائل الاتصال تمتلك خصائص معينة تجعل كل وسيلة منها أقل أو أكثر ثراءً من الأخرى، وتفترض نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية أن ثراء وسائل الإعلام ذات التكنولوجيا العالية تمتلك قدرًا كبيرًا من المعلومات ووسائل التعبير عن رسائلها الإعلامية، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها، وهو الأمر الذي تستفيد منه الدراسة الحالية في فن الإنفوجرافيك، إذ تسعى الدراسة لمعرفة مدى توظيف الصحف العربية لفن الإنفوجرافيك في تغطية تداعيات فيروس كورونا المستجد، حيث تعرض مواقع الدراسة مادتها الصحفية عبر وسيلة تتمتع بقدرات تكنولوجية عالية تتوفر لها من خلال بث موضوعاتها عبر شبكة الإنترنت بما تتيحه من إمكانيات تعبيرية

واتصالية كبيرة؛ يأتي على رأسها التفاعلية بأشكالها وأدوتها المختلفة والوسائط والنصوص الفائقة، واستخدام الألوان وغيرها من القدرات الاتصالية التي لا تتوافر في حالة الصحف الورقية مثلاً.

الإطار المعرفي للدراسة:

تعريف الإنفوجرافيك:

يشير مصطلح الإنفوجرافيك Infographic إلى الجمع بين كلمتي Graphic Information بما يعني تمثيل المعلومات والبيانات والمعارف المختلفة بأشكال رسومية مصورة، بهدف عرض المعلومات المعقدة بشكل واضح ويسهل قراءته بسرعة (Bicen & Beheshti, 2017).

وتعرف لانجر Langer (2018, p4) الإنفوجراف بأنه التمثيل والعرض المصور والمرئي للمعلومات والبيانات مثل الرسوم البيانية والجداول التي تكون متضمنة في الخبر الصحفي مما يسهم في فهم الخبر بصورة أسرع.

بينما يعرف "كايرو" "Cairo" (2012,p4) الإنفوجراك بأنه العناصر الاتصالية التي تتسم بالتطور وذلك لتقديم المعلومات والبيانات إلى الجمهور وذلك في صورة رسوم بيانية أو جداول مما يسهم في فهم المحتوى والخبر المقدم.

بينما يعرف "ويبر" "Weber" (2013,p161) بأنه مزيج من العناصر المكتوبة والمرئية التي يتم دمجها معاً لتقديم أكبر قدر من المعلومات في أقل مساحة ممكنة.

أنواع الإنفوجرافيك:

توجد مسميات عديدة للإنفوجرافيك تتمثل في التصاميم المعلوماتية (Information Design) أو البيانات التصويرية التفاعلية (Data Visualization)، وتتمثل أنواع الإنفوجرافيك فيما يلي:

- إنفوجرافيك ثابت (Static Infographics): يكون عبارة عن رسم تصويري يشرح شيئاً معيناً بشكل ثابت دون الحاجة إلى أي تفاعل مع القارئ وهو الشكل المستخدم في الصحف المطبوعة والإلكترونية، ولا يحتوي على أية عناصر أو سمات متحركة.
- إنفوجرافيك متحرك (Animated Infographics): وهو عبارة عن رسم تصويري متحرك في شكل فيديو، وهذا يعتمد على جزء من مفهوم الرسوم المتحركة، حيث تكون العناصر والبيانات في حالة حركة مستمرة، وهذه الحركة لها التأثير الأكبر في جذب انتباه المستخدمين بشكل يفوق أي عنصر مرئي آخر مثل اللون (Kim,2010).
- إنفوجرافيك تفاعلي (Interactive Infographics): ويحتوي على عناصر للتفاعل مثل أشرطة التحريك وأزرار للنقر عليها أو أي سمة أخرى من سمات التحكم، ويشمل الإنفوجرافيك التفاعلي التفاعل الذي ينتج عنه الإستجابة للنقر على الأزرار، حيث تتيح كل نقرة داخل الإنفوجرافيك الوصول لمعلومات جديد أو تسلسل المعلومات التالية، كما تتضمن التفاعلية الروابط الفائقة. (Olivo,2015).

أهمية استخدام الإنفوجرافيك:

يقوم الإنفوجراف بدور مهم في شرح وزيادة فهم المعلومات المعقدة، وذلك لأن يقوم على التجسيد البصري للأفكار والمعلومات وذلك سعياً لتوصيل وتيسير فهم المعلومات المعقدة بطريقة تمكنهم من استيعابها بسهولة، نتيجة لاعتماد الإنفوجراف على الإدراك البصري للمعلومات من خلال مزجها بالرسوم والصور، ولا شك أن هذه الطريقة تساعد بشكل كبير على توصيل المعلومات بطريقة يمكن فهمها بصورة أسرع، خاصة تلك التي تحتوي على أرقام، وذلك مثل الإنفوجراف الذي وضعته منظمة الصحة العالمية حول تطور فيروس كورونا حول العالم والذي تستعين به الصحف الالكترونية لمعرفة مدى تطور الفيروس في جميع بلدان العالم. (Dick, 2015, p152).

وتشير الدراسات إلى أن حوالي ٩٠% من المعلومات التي تنتقل إلى المخ هي معلومات مصورة، وحوالي ٤٠% من الناس يستجيبون أفضل للمعلومات المصورة مقارنة بالمعلومات النصية، ويعالج المخ المعلومات المصورة بحوالي ٦٠٠٠ مرة أسرع من المعلومات النصية. (عبد الباسط، ٢٠١٥م). ويعد الإنفوجرافيك أحد الوسائل الفعالة وأكثرها جاذبية في عرض المعلومات خصوصاً عبر الشبكات الاجتماعية، فهي تدمج بين السهولة والسرعة والتسلية في عرض المعلومة وتوصيلها إلى المتلقي. (الجريوي، ٢٠١٤م).

كما تقوم الصحف الإلكترونية باستخدام السمات التي تتميز بها Interactive Infographic أو الإنفوجراف التفاعلي في عرض قصصها الإخبارية، والتي تمكن القارئ والمستخدم من التحكم في عرض ذلك الإنفوجراف، بل والتحكم في أنواع الإنفوجراف التي يمكن أن تعرض لديه عند متابعة الخبر. (Segel, 2010, p1139).

بينما يؤكد نيلسن Nilesen (٢٠١٢م) أن الإنفوجرافيك يقوم بدور مهم في زيادة فهم القارئ للبيانات والمعلومات المنشورة، حيث يقول أن Interactive Infographics قدمت دوراً مهماً للقارئ في تعامله مع المعلومات والبيانات المعقدة التي تنشرها الصحف الإلكترونية، وذلك لقيامه بخمسة وظائف للقارئ: زيادة الفهم والتعلم Learnability والكفاءة والفعالية في عرض البيانات والمعلومات Efficiency، سهولة التذكر لتلك المعلومات Memorability، تقليل نسبة الأخطاء Errors، وتحقيق الرضا Satisfaction.

خصائص الإنفوجراف في الصحف الإلكترونية:

يتميز الإنفوجرافيك الذي يتم استخدامه في الصحف الإلكترونية بمجموعة من السمات والخصائص والتي تتلخص في الآتي:

- ١- أنه يهدف إلى تقديم معنى ومعلومات كاملة إلى الجمهور.
- ٢- أنه يقوم على تقديم معلومات حديثة ومتطورة.
- ٣- أنه يعمل على تقديم معلومات كافية تساعد على فهم الحقائق والمعلومات الواردة في الخبر الصحفي.

٤- أنه يقوم على استخدام عناصر فريدة ومميزة مثل الصورة والألوان والنصوص، وفي بعض الأحيان الصوت، وذلك محاولة لمنع تشويه الحقائق وإيصال المعنى والرسالة التي يُراد توصيلها إلى الجمهور المستهدف.

٥- إضفاء قيمة للمعلومات الصحفية إلى الجمهور عن الخبر المقدم؛ مما يسهم في جذب القارئ إلى الاطلاع على الخبر من خلال الإنفوجراف الموجود في الخبر.

٦- أن الإنفوجراف يعمل على الجمع بين أكثر من عنصر، مما يسهم في جذب عين المشاهد إلى قراءة الخبر الصحفي. (Kovalenko, 2020, p7-10)

الشروط الواجب توافرها في الإنفوجراف:

١- **captivating**: وهو يعتبر من أهم الشروط الواجب توافرها في الإنفوجراف خاصة المستخدم في الصحف الرقمية؛ وهو توافر عنصر الجاذبية في الإنفوجراف من خلال استخدام عناصر الصورة والألوان وغيرهما من أجل تكوين إنفوجراف يساعد على جذب القارئ إلى الإنفوجراف (Segel, 2010p1139).

٢- **presented in an interesting way**: أن يتم تقديم الإنفوجراف في نمط شيق غير ممل يجذب القارئ إلى المحتوى.

٣- **accurate**: أن تقوم على استخدام معلومات دقيقة إلى الجمهور مما يزيد من ثقة الجمهور في المعلومات المعروضة.

المصطلحات والمفاهيم الإجرائية:

- **جائحة**: تعرف منظمة الصحة العالمية الجائحة بأنها أعلى درجات انتشار المرض وفق الطبيعة الجغرافية، بحيث إنه لا تكاد تخلو منطقة من التأثير المباشر له؛ مما يتطلب تدخلات مباشرة من قبل المنظمات الدولية وخاصة منظمة الصحة العالمية لمتابعة الإجراءات الوقائية وتحديد السياسات الصحية العالمية (WWW.emro.who.int/ar/cov.org).
- **كورونا (كوفيد-١٩)**: وفقاً لمنظمة الصحة العالمية ففيروس كورونا كوفيد ١٩ COVID19 هو أحد أنواع سلالة الفيروسات التاجية المعروفة علمياً باسم كورونا والتي تستهدف الجهاز التنفسي، ومصطلح COVID19 يتكون من عدة أجزاء، ويحمل كل جزء معنى؛ فـ "CO" هو اختصار كورونا، و"VI" اختصار فيروس، و"D" اختصار مرض، ورقم "19" نسبة إلى السنة التي تم الإعلان فيها عن ظهور المرض.
- **الإنفوجرافيك**: هو فن يعمل على إخراج الأفكار والمعلومات من الحيز النظري المجرد إلى الحيز التصويري المصور أو المرسوم أو المرئي، وهو عملية تتم فيها معالجة المعلومات وإعادة تمثيلها وعرضها بهدف تغيير واستثارة الاستجابة لدى القراء للوصول إلى فهم أسرع وأكثر دقة.

تساؤلات الدراسة:

- تسعى الدراسة للإجابة على عدد من التساؤلات هي:
- ١- إلى أي مدى وظفت الصحف العربية الإنفوجراف في تغطية تداعيات فيروس كورونا؟
 - ٢- ما الموضوعات التي اهتمت مواقع الصحف بعرضها في الإنفوجراف المستخدم في التغطية الصحفية؟
 - ٣- ما أهداف الإنفوجرافيك المستخدم في الصحف الإلكترونية العربية التي تناولت تداعيات جائحة كورونا المستجد؟
 - ٤- كيف قدمت صحف الدراسة الإنفوجراف في أطر مختلفة لتغطية تداعيات جائحة كورونا المستجد؟
 - ٥- هل تنوعت مكونات الإنفوجراف في صحف الدراسة أم ركزت على جوانب بعينها؟
 - ٦- إلى أي مدى اتسع نطاق المواد الصحفية المنشورة في مواقع الصحف العربية التي تناولت تداعيات جائحة كورونا المستجد؟

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Researches التي تهدف إلى وصف طبيعة وخصائص مجتمع ما أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة ما والحصول على بيانات كافية عنها، إضافة إلى تصنيف هذه البيانات وتحليلها واستخلاص نتائج منها (طابع، ٢٠٠١م، ص٣٤)، وذلك من خلال محاولة هذه الدراسة الخروج بمؤشرات أساسية حول مدى توظيف الصحف الإلكترونية العربية لفن الإنفوجرافيك كأحد أهم محتويات مواقع الصحف في التغطية الصحفية لجائحة كورونا.

منهج الدراسة:

نظراً لطبيعة هذه الدراسة، والرغبة في الحصول على المعلومات بطريقة علمية؛ فقد استخدم الباحث **منهج المسح (Survey)** واعتمدت الدراسة في ذلك على منهج المسح بالعينة، وذلك من خلال رصد مدى توظيف الصحف الإلكترونية العربية لفن الإنفوجرافيك كأحد أهم محتويات مواقع الصحف في التوعية الصحية لجائحة كورونا.

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في مجموعة المواقع الإلكترونية للصحف المصرية والعربية، وقد قام الباحث بدراسة استطلاعية كان الهدف منها تحديد عينة من المواقع التي يمكن الاستعانة بها في تحليل الإنفوجرافيك، وقد لاحظ الباحث وفرة المواقع المصرية التي تعتمد على فن الإنفوجرافيك كأحد الفنون الصحفية الأساسية التي تستعين بها دوماً في عرض موضوعاتها، وقد توصلت الدراسة الاستطلاعية التي أجريت خلال شهر إبريل ٢٠٢٠م في نتائجها وجود أكثر من صحيفة مصرية وعربية وظفت

الإنفوجرافيك بشكل كبير في التغطية الصحفية لجائحة كورونا، ولذا قد وقع اختيار الباحث على بوابة "أخبار اليوم" كعينة من الصحف المصرية، وموقع جريدة "الرياض" السعودية، وموقع جريدة "البيان" الإماراتية، وذلك في الفترة ١ مارس ٢٠٢٠م إلى ٣١ مايو ٢٠٢٠م.

وقد قام الباحث بعمل حصر شامل لعينة الدراسة ووجد أن بوابة "أخبار اليوم" قد وظفت ١٠٥ إنفوجراف في الفترة المذكورة، وقام موقع جريدة "الرياض" بعرض ٦٠ إنفوجرافاً، بينما جاء موقع جريدة "البيان" الإماراتية ٣٨ انفوجرافاً.

الحدود الزمنية للدراسة: تحدد المدى الزمني للتطبيق التحليلي على تلك المواقع خلال ثلاثة أشهر في الفترة من ١ مارس ٢٠٢٠م إلى ٣١ مايو ٢٠٢٠م، باستخدام الحصر الشامل للمضامين التحليلية المتعلقة بموضوع الدراسة، وهذه المدة هي فترة الذروة بالنسبة لانتشار الفيروس في معظم العالم .

مبررات اختيار العينة:

- جاء اختيار مواقع الصحف المصرية والعربية نتيجة دراسة استطلاعية قام بها الباحث خلال شهر إبريل للتعرف على أكثر المواقع الإخبارية والصحفية توظيفاً للإنفوجرافيك في التوعية الصحية بجائحة كوفيد ١٩، وقد وجد الباحث اهتماماً من المواقع المصرية والعربية سواءً الإخبارية أو الصحفية بموضوع الدراسة، إلا أنه عمد إلى اختيار مواقع لمؤسسات صحفية عربية، وهي: (موقع بوابة "أخبار اليوم" المصرية، وموقع جريدة "الرياض" السعودية، وموقع جريدة "البيان" الإماراتية).

أداة جمع البيانات:

تحليل المضمون: تعتمد هذه الدراسة في جمع البيانات على أداة تحليل المضمون من خلال التحليل الكمي والكيفي للإنفوجرافيك المستخدم في المواقع الصحفية -عينة الدراسة- للتوعية الصحية بأزمة كورونا، وقد قام الباحث بتحديد فئات التحليل التي تتضمن فئات المحتوى وفئات الشكل، وفئات المحتوى هي مضمون مادة التحليل والمعاني التي تنقلها الوسيلة (موضوع الإنفوجراف، أهداف الإنفوجراف، الإطار الذي تم تقديم الإنفوجراف من خلاله، حجم المعلومات بالإنفوجرافيك، العناصر المقروءة وغير المقروءة الموظفة في الإنفوجرافيك) أما فئات الشكل: فتمثل الشكل الذي قدم فيه هذا المضمون (نوع الإنفوجراف، مصادر الإنفوجراف، مكونات الإنفوجراف، شكل الخلفيات الخاصة بالإنفوجراف)

اختبار الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة تحليل المضمون في جمع البيانات من خلال إجراء اختياري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو الآتي:

أ. **اختبار الصدق (Validity):** ويعني الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، قام الباحث

بعرض صحيفة تحليل المضمون على عدد من المحكمين المتخصصين ذوي الصلة بموضوع الدراسة من أساتذة الجامعات للتأكد من أن فئات الاستمارة تحقق أهداف الدراسة، وأنها تقيس ما أعدت لقياسه بالفعل، والتأكد من صدقها وصلاحيتها.

وتم تعديل بعض الأسئلة من حيث الحذف والإضافة طبقاً لآراء بعض السادة المحكمين. ثم صياغة استمارة الاستبيان في صورتها النهائية، وقام الباحث بإجراء التعديلات والتغيرات اللازمة تبعاً لملاحظاتهم لتكون الاستمارة قابلة للتطبيق.

ب. اختبار الثبات (Reliability): ويقصد به الوصول أن تكرر تطبيق الاستبيان على نفس وحدة التحليل يؤدي إلى التوصل لنفس النتيجة بصرف النظر عن الباحث الذي يقوم بتطبيق تلك الأداة، وقد قام الباحث بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل ٥% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة تحليل المحتوى، ثم أعاد تطبيق الاختبار مرة ثانية، والذي وصل إلى ٨٩.٢%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

نتائج الدراسة التحليلية:

أولاً: خصائص عينة الدراسة وفئات التحليل:

جدول رقم (١)
خصائص عينة الدراسة التحليلية

الموقع	بوابة "أخبار اليوم"	موقع جريدة "الرياض"	موقع جريدة "البيان"	الموقع
رابط الموقع	https://akhbar/elyom.com	http://www.alriyad/h.com	https://www.albaya/n.ae	الإجمالي
النطاق الجغرافي	موقع جريدة يومية مصرية رسمية	موقع صحيفة سعودية يومية رسمية	موقع صحيفة إماراتية يومية	
تكرار الإنفوجراف خلال فترة الدراسة	١٤٦	٩٩	٥٧	٣٠٢
تكرار الإنفوجراف خاص بكورونا	١٠٥	٦٠	٣٨	٢٠٣
نسبة التكرارات	٧١.٩١%	٦٠.٦٠%	٦٦.٦٦%	٦٧.٢١%

تشير بيانات الجدول السابق إلى خصائص عينة الدراسة التحليلية، والتي طبقت على ثلاثة مواقع إلكترونية لصحف عربية متنوعة، وهي: موقع مصري (موقع بوابة أخبار اليوم) وموقع سعودي (موقع جريدة الرياض) وموقع إماراتي (موقع جريدة البيان)، وقد كشفت نتائج التحليل أن مواقع صحف الدراسة استعانت بالإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا - خلال فترة الدراسة - بشكل كبير، فقد بلغ عدد الإنفوجراف في الموقع المصري ١٠٥ إنفوجرافيك خاص بتغطية تداعيات وباء كورونا من أصل ١٤٦ إنفوجرافيكاً عاماً وذلك بنسبة (٧١.٩١%)، بينما بلغ عدد الإنفوجراف في موقع جريدة "الرياض" السعودية ٦٠ إنفوجرافيكاً خاص بتغطية تداعيات وباء كورونا من أصل ٩٩ إنفوجرافياً خلال فترة الدراسة

وذلك بنسبة (٦٠.٦٠%)، بينما بلغ عدد الإنفوجراف في موقع جريدة "البيان" الإماراتية ٣٨ إنفوجرافيكًا خاصًا بتغطية تداعيات وباء كورونا من أصل ٥٧ إنفوجرافًا خلال فترة الدراسة وذلك بنسبة (٦٦.٦٦%).

وهذه النتائج تؤكد اهتمام صحف الدراسة بتوظيف الإنفوجراف لتغطية تداعيات فيروس كورونا، إذ بلغت نسبة الإنفوجراف المتعلق بفيروس كورونا (٦٧.٢١%) من إجمالي الإنفوجراف الذي تم رصده خلال فترة الدراسة.

ويُرجع الباحث زيادة أعداد الإنفوجرافيك الخاص بتداعيات فيروس كورونا إلى الفترة الزمنية التي تم التحليل فيها، إذ شهدت انتشارًا واسعًا وسريعًا لهذا الوباء، والذي شكل خطرًا على معظم المجتمعات، مما فرض على وسائل الإعلام الاهتمام بهذه الجائحة التي غيرت أسلوب الحياة في معظم دول العالم، وبالطبع فإن المواقع الإخبارية في تغطيتها لتداعيات هذا الوباء قد استعانت بالفنون التحريرية المختلفة، ومنها الإنفوجرافيك الذي يعد أحد الفنون الجديدة، ويساعد القارئ للتعرف على الموضوعات بشكل سريع مما يجد فيه فناءً محببًا لديه، فيستطيع أن يأخذ منه أهم المعلومات باختصار، مما كان للإنفوجرافيك أهمية في تغطية أحداث وتداعيات هذا الوباء.

جدول رقم (٢)

الموضوعات التي اهتمت الصحف الإلكترونية بعرضها في الإنفوجراف المستخدم في التغطية الصحفية

الموقع		موقع جريدة "البيان"		موقع جريدة "الرياض"		بوابة "أخبار اليوم"		الموضوعات
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٣٥	٢٦.٣٢	١٥	١٧.٢٤	١٥	١٧.٢٤	٣٥	٢٦.٣٢	قرارات الحكومة لمكافحة الوباء
١٦	١٢.٠٣	١٥	٢٤.٥٩	١٥	١٣.٧٩	١٦	١٢.٠٣	إحصائيات الإصابة بـ٣الفيروس
٩	٦.٧٧	٨	١٣.١١	٨	٦.٩	٩	٦.٧٧	طرق الوقاية من الفيروس
١٧	١٢.٧٨	٧	١١.٤٨	٧	٢٠.٦٩	١٧	١٢.٧٨	طرق انتقال العدوى وأعراض الإصابة
١٤	١٠.٥٣	٨	١٣.١١	٨	١٣.٧٩	١٤	١٠.٥٣	الإجراءات الاحترازية لمنع انتشار الفيروس
٧	٥.٢٦	٢	٣.٢٨	٢	٥.٧٥	٧	٥.٢٦	تداعيات الأزمة على القطاع الاقتصادي
٣	٢.٢٦	٤	٦.٥٦	-	-	٣	٢.٢٦	تداعيات الأزمة على القطاع السياحي
١٤	١٠.٥٣	٣	٤.٩٢	٣	٩.٢	١٤	١٠.٥٣	إجراءات التعليم للتعامل أثناء الأزمة
١٢	٩.٠٢	-	-	٤	٤.٦	١٢	٩.٠٢	إجراءات المؤسسات الدينية للتعامل أثناء الأزمة
٦	٤.٥١	٨	١٣.١١	٨	٨.٠٥	٦	٤.٥١	معلومات عامة
١٣٣	١٠٠	٦١	١٠٠	٨٧	١٠٠	١٣٣	١٠٠	الإجمالي

ملحوظة: بعض الإنفوجراف تضمن أكثر من موضوع

تشير بيانات الجدول السابق إلى مضامين الإنفوجراف الموظف في تغطية تداعيات فيروس كورونا المستجد في مواقع الصحف العربية، وحيث إن الإنفوجراف الواحد يمكن أن يتضمن أكثر من موضوع فقد زادت أعداد التكرارات عن العدد الكلي للعينة، وقد جاءت «قرارات الحكومة لمكافحة الوباء» على رأس قائمة تلك الموضوعات بنسبة (١٩.٩٣%) من عينة الدراسة، وفي هذه الفترة تم إصدار عدد كبير من القرارات على المستوى الداخلي لمعظم الحكومات في الوطن العربي، وذلك بعد إعلان منظمة الصحة العالمية أن فيروس كورونا قد أصبح وباءً عالمياً، وقد تضمنت هذه القرارات -التي تم عرضها من خلال الإنفوجراف- الإجراءات الاحترازية لمكافحة وباء كورونا المستجد، وقرارات بتعليق الدراسة بالمدارس والجامعات، والتحول إلى التعليم الإلكتروني، وتعليق الطيران، وإغلاق المنافذ الحدودية، وإغلاق النوادي، وتعليق التنقل بين المدن، والوقف المؤقت لصلوات الجمعة والجماعة بجميع المساجد بما فيها الحرمين



شكل (١) قرارات المملكة لمكافحة انتشار كورونا - جريدة الرياض

الشريفيين، وفرض حظر التجوال الجزئي والكلي، وإغلاق الأنشطة الاقتصادية، ومنع التجمعات، كما شملت الإجراءات تبني الخطط الوقائية، وإحالة المصابين إلى مستشفى العزل، وإجراءات رصد المخالطين وإخضاعهم للحجر الصحي، إذ مثلت فترة الدراسة ذروة المرض في معظم دول العالم، وقد تباين اهتمام مواقع صحف الدراسة بهذه القرارات، حيث جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٢٦.٣٢%)، بينما جاءت في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (١٧.٢٤%)، في حين جاءت في موقع جريدة "البيان" بنسبة (٩.٨٤%).

بينما جاءت الموضوعات

الخاصة بـ «إحصائيات الإصابة بالفيروس» في الترتيب الثاني بنسبة (١٥.٣%)، إذ حرصت صحف الدراسة على نشر إنفوجرافيك يتضمن إحصاءات عن المرض وحالات الإصابة والوفيات، وحالات التعافي التي أعلنتها وزارة الصحة عبر موقعها الرسمي، وقد حرصت مواقع الدراسة على تحديث هذه

الإحصاءات، بشكل مستمر طبقاً لما تعلنه وزارة الصحة، ومنظمة الصحة العالمية، وقد تفوق موقع جريدة "البيان" في عرض هذه الإحصاءات حيث جاءت بنسبة (٢٤.٥٩%)، بينما جاءت في بوابة

"أخبار اليوم" بنسبة (١٢.٠٣%)، وفي موقع جريدة "الرياض" (١٣.٧٩%).

في حين جاء الإنفوجراف الخاص بـ «طرق انتقال العدوى وأعراض الإصابة» في الترتيب الثالث بنسبة (١٤.٩٥%)، وقد تصدر موقع جريدة "الرياض" الاهتمام بهذه الطرق إذ جاءت بنسبة (٢٠.٦٩%)، بينما جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٢.٧٨%)، وفي موقع جريدة "البيان" بنسبة (١١.٤٨%).

ثم الموضوعات الخاصة بـ «الإجراءات الاحترازية لمنع انتشار الفيروس» في الترتيب الرابع بنسبة (١٢.١%)، حيث تناولت تلك المواقع كافة الإرشادات بتطبيق الإجراءات التي اتخذتها الدول العربية لمواجهة فيروس كورونا، وكان من أهمها تطبيق حظر تجوال يومي -اختلف عدد ساعاته

وطريقة تطبيقه من دولة لأخرى-، وقد قدمت مواقع الدراسة من خلال الإنفوجراف هذه الارشادات، وساعات الحظر وحركة وسائل النقل العامة والخاصة وساعات العمل وكافة الإجراءات، وجاء اهتمام مواقع صحف الدراسة بهذه الإجراءات بنسب متقاربة، حيث جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٠.٥٣%)، بينما جاءت في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (١٣.٧٩%)، في حين جاءت في موقع جريدة "البيان" بنسبة (١٣.١١%).



شكل (٢) طرق انتقال العدوى، والوقاية، وأعراض الإصابة- جريدة البيان

12 إجراءات مع تداعيات كورونا

إجراء من جامعة الأزهر

قصر الحضور في مناقشات الرسائل العلمية
(ماجستير - دكتوراه) على لجنة المناقشة

البدء في التعليم عن بعد في كليات قطاعات (اللغة العربية - أصول الدين - الشريعة والقانون - التجارة)

تدعيم وصيانة وتجهيز المدن الجامعية لاستقبال الطلبة بعد استقرار الأوضاع

تتبع عمليات التعقيم بجميع كليات الجامعة بالقاهرة والأقاليم

بدء إخلاء المدن الجامعية بنين وبنات في القاهرة والأقاليم

الزيارة في المستشفى بواقع زائرين فقط في اليوم

متابعة تعقيم المستشفيات

تأجيل الاختبارات الخاصة بالأسبوعين القادمين والرحلات العلمية والتدريب الميداني والندوات وورش العمل والمؤتمرات

توفير بعض التطبيقات التي تساعد على نظام التعليم عن بعد للكليات

تعليم عن بعد في بعض الكليات العملية

www.akhbarelyom.com

إعداد | إسراء كارم | إنفوجراف | حسام حسني | akhbarelyomtv | akhbarelyom | alakhbargate

شكل رقم (٣) إجراءات التعليم للتعامل أثناء الأزمة- بوابة أخبار اليوم

تراجع اهتمام موقع جريدة "البيان" بهذه الجوانب التعليمية حيث جاءت بنسبة (٤.٩٢%)، في حين جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٠.٥٣%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٩.٢%).

ثم «طرق الوقاية من الفيروس» في المرتبة السادسة بنسبة (٨.١٩%)، وقد تزايد اهتمام موقع جريدة "البيان" بهذه الطرق الوقائية، حيث جاءت بنسبة (١٣.١١%)، في حين جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٦.٧٧%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٦.٩%).

وجاء في المرتبة السابعة الإنفوجراف الذي يتضمن «معلومات عامة» بنسبة (٧.٤٧%)، وقد تزايد اهتمام موقع جريدة "البيان" بهذه المعلومات العامة عن الفيروس، حيث جاءت بنسبة (١٣.١١%)، في حين جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٤.٥١%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٨.٠٥%).

ثم في المرتبة الثامنة «إجراءات المؤسسات الدينية للتعامل أثناء الأزمة» بنسبة (٥.٦٩%)، وتناول الإنفوجراف الذي تعرض لجوانب الدين كأحد أهم القطاعات التي تأثرت بهذا الفيروس، حيث تم إغلاق كافة دور العبادة وإلغاء العمرة لهذا العام وحظر إقامة الشعائر الدينية، في المساجد والكنائس لمنع انتشار فيروس كورونا، ولقد صادف هذه الفترة حلول شهر رمضان المعظم، وقد نشرت مواقع الدراسة عددًا من الإنفوجراف التي تعلق بكيفية الصيام وإرشادات عامة للوقاية من كورونا أثناء الصيام في نهار رمضان،

ثم جاء الإنفوجراف الخاص بـ «إجراءات التعليم للتعامل أثناء الأزمة» في الترتيب الخامس بنسبة (٨.٩%)، فقطاع التعليم يُعد من أكثر القطاعات تأثرًا بفيروس كورونا، ومع البدايات الأولى لانتشار المرض صاحبها إجراءات وتصريحات تعلقت بالقطاع التعليمي، من تأجيل للدراسة، ومنع الاجتماعات، وتكليف طلاب التعليم الأساسي بعمل أبحاث بدلاً من الامتحانات، وتعطيل الأنشطة التعليمية، وغيرها من الإجراءات، وعلى طول فترة البحث تناولت مواقع الدراسة - وخاصة بوابة أخبار اليوم - القرارات الصادرة من الحكومة والخاصة بقطاع التعليم والطلاب، وقد

وقد تفوقت بوابة "أخبار اليوم" في تناول هذا الجانب، حيث جاء بنسبة (٩.٠٢%) وقد نشرت إنفوجراف تضمن ١٠ ارشادات من مركز الفتوى في الأزهر للصلاة في المنزل، وإنفوجراف يعرض ٨ وصايا من الأزهر لاغتنام رمضان في المنزل بسبب كورونا.

بينما جاء في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٤.٦%)، ولم يتضمن الإنفوجراف المنشور على موقع جريدة "البيان" هذا الموضوع.

وفي المرتبة التاسعة جاءت «تداعيات الأزمة على القطاع الاقتصادي» بنسبة (٤.٩٨%) نتيجة لتوقف الأنشطة وحركات النقل والطيران والحظر الكلي في كثير من الدول؛ أصاب العالم ركود وانكماش اقتصادي، فاق ما حدث خلال الأزمة المالية عام ٢٠٠٨م، وقد فاقم من التداعيات الاقتصادية انهيار أسواق الأسهم بمعظم بورصات العالم، وانهايار أسعار النفط لما دون العشرين دولارًا للبرميل، وقد نشرت مواقع الدراسة عددًا من الإنفوجراف تناول تداعيات الفيروس المستجد على الاقتصاد، وتناول تداعياته من خلال تأثير قطاع الأعمال والتجارة والتي تؤثر على الدخل القومي للدولة، وإنفوجراف يوضح ١٥ قرارًا للرئيس "عبد الفتاح السيسي" للحد من تأثير كورونا على الاقتصاد، منها خفض أسعار الفائدة لدى البنك المركزي، تأجيل سداد الضريبة العقارية، ضم العلوات الخمس لأصحاب المعاشات، وغيرها.

وقد نشرت بوابة "أخبار اليوم" عددًا من الإنفوجراف يوضح قرارات الحكومة لدعم قطاع الصناعة أمام كورونا، تضمنت خفض أسعار الكهرباء للصناعة للجهد الفائق والعالي والمتوسط، وخفض سعر الغاز الطبيعي للصناعة، وخفض ضريبة الدمغة على غير المقيمين، وخفض سعر ضريبة توزيع الأرباح الرأسمالية للشركات المقيدة بالبورصة. وقد جاء اهتمام بوابة "أخبار اليوم" بتداعيات الأزمة على الجانب الاقتصادي بنسبة (٥.٢٦%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٥.٧٥%)، في حين جاء في موقع جريدة "البيان" بنسبة (٣.٢٨%)،

وأخيرًا وبتكرار ضعيف جاءت «تداعيات الأزمة على القطاع السياحي» بنسبة (٢.٤٩%)، فمع غلق الأنشطة الاقتصادية وتجميد حركة الطيران ومنع التجمعات؛ توقفت السياحة وأعلنت بعض الشركات الكبرى في قطاع السياحة والطيران والفنادق إفلاسها، وزادت نسب عجز الموازنة عالميًا، وقد تباين اهتمام مواقع صحف الدراسة بهذه القطاع، حيث جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٢.٢٦%)، في حين جاء في موقع جريدة "البيان" بنسبة (٦.٥٦%) بينما لم ينشر موقع جريدة "الرياض" إنفوجرافًا يتناول القطاع السياحي.

جدول رقم (٣)

أهداف الإنفوجرافيك المستخدم في الصحف الإلكترونية العربية التي تناولت تداعيات جائحة كورونا المستجد

الموقع		بوابة "أخبار اليوم"		موقع جريدة "الرياض"		موقع جريدة "البيان"		الإجمالي	
أهداف التخطيط		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التوعية الوقائية		٣٧	٣٥.٢٤	١٤	٢٣.٣٣	٩	٢٣.٦٨	٦٠	٢٩.٥٦
تقديم نصائح		١٦	١٥.٢٤	٦	١٠	٤	١٠.٥٣	٢٦	١٢.٨١
مواجهة الشائعات		٣	٢.٨٦	٢	٣.٣٣	١	٢.٦٣	٦	٢.٩٦
التأييد ودعم القرارات		١٦	١٥.٢٤	١٢	٢٠	٢	٥.٢٦	٣٠	١٤.٧٨
تقديم معلومات عن الفيروس		١٢	١١.٤٣	٨	١٣.٣٣	٧	١٨.٤٢	٢٧	١٣.٣
الإخبار والإحاطة		٢١	٢٠	١٨	٣٠	١٥	٣٩.٤٧	٥٤	٢٦.٦
الإجمالي		١٠٥	٥١.٧٢	٦٠	٢٩.٥٦	٣٨	١٨.٧٢	٢٠٣	١٠٠%



شكل رقم (٤) نموذج للتوعية الوقائية - بوابة أخبار اليوم

يوضح الجدول السابق أهداف الإنفوجرافيك المستخدم في الصحف الإلكترونية العربية التي تناولت تداعيات جائحة كورونا المستجد، حيث جاءت «التوعية الوقائية» في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (٢٩.٥٦%)، وقد تفوقت بوابة «أخبار اليوم» في نشر التوعية بنسبة (٣٥.٢٤%) إذ نشرت عددًا من الإنفوجراف يتضمن وصفات وأطعمة لتقوية وزيادة مناعة الأطفال والكبار لمواجهة كورونا، وإنفوجرافًا يعرض طرق الوقاية من فيروس كورونا للأطفال والكبار، منها التوقف عن عادات السلام والتقبيل، وإنفوجرافًا يعرض ٧ أعشاب طبيعية لمواجهة كورونا... وهكذا، بينما جاءت التوعية في موقع جريدة «الرياض» بنسبة (٢٣.٣٣%)، في حين جاءت في موقع جريدة «البيان» بنسبة (٢٣.٦٨%).

بينما جاء في المرتبة الثانية «الإخبار والإحاطة» وذلك بنسبة (٢٦.٦%)، وقد تقدم موقع جريدة "البيان" في هذا الهدف، بنسبة (٣٩.٤٧%)، وهذا يشير إلى أن هذا ضعف توظيف المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، إذ يتم عرضها كما هي، وقد يرجع هذا إلى أن "البيان" كانت تستخدم الإنفوجراف كفن مصاحب للفنون التحريرية الأخرى، ولم تستخدمه بشكل مستقل في كثير من الأحيان، في حين جاءت بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٢٠%)، وموقع جريدة "الرياض" بنسبة (٣٠%).

وفي المرتبة الثالثة جاء «التأييد ودعم القرارات» وذلك بنسبة (١٤.٧٨%)، وقد تقدم موقع جريدة "الرياض" في هذا الهدف، حيث جاء بنسبة (٢٠%)، بينما جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٥.٢٤%)، في حين جاء في موقع جريدة "البيان" بنسبة (٥.٢٦%).

بينما جاء في المرتبة الرابعة «تقديم معلومات عن الفيروس» وذلك بنسبة (١٣.٣%)، وقد تقدم موقع جريدة "البيان" في هذا الهدف، حيث جاء بنسبة (١٨.٤٢%) وقد نشر عددًا من الإنفوجراف يوضح معلومات عن الفيروس مثل: مدة بقائه في الهواء وعلى الأسطح المختلفة، والمعادن، واليد، والورق المقوى، والأقمشة، وإنفوجرافًا يوضح أنواع فيروس كورونا، وإنفوجرافًا يوضح الوقت الذي استغرقه



شكل (٥) نموذج للنصائح المقدمة- بوابة أخبار اليوم

الفيروس ليصل لثلاثة ملايين من الإصابات، بينما جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١١.٤٣%)، وموقع جريدة "الرياض" بنسبة (١٣.٣٣%).

في حين جاء في المرتبة الخامسة «تقديم نصائح» وذلك بنسبة (١١٢.٨١%)، وقد تقدم بوابة "أخبار اليوم" في هذا الهدف، حيث جاء بنسبة (١٥.٢٤%)، بينما جاء في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (١٠%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (١٠.٥٣%)، ومن أهم النصائح التي تضمنها الإنفوجراف المنشور في مواقع الدراسة: توصيات المريض الذي تظهر عليه الأعراض بطلب الخط السخن لوزارة الصحة، وتقديم النصائح للمخالطين بقياس درجة الحرارة، والمحافظة على العادات الصحية السليمة، وتناول الغذاء الصحي، وممارسة الرياضة،

والتسوق الآمن للوقاية من الفيروس، واستخدام خدمات البنك الإلكترونية، واستغلال فترة الحظر المنزلي في بعض الأنشطة.

وفي المرتبة السادسة جاء «مواجهة الشائعات» وذلك بنسبة (٢.٩٦%)، وقد تداولت عدة شائعات في مرحلة بداية الأزمة -نتيجة لغموض الموقف-، وعرضت صحف الدراسة من خلال الإنفوجراف الحقيقية والشائعة، لتصحيح المفاهيم الخاطئة ولإخماد الشائعة، وقد جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٢.٨٦%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٣.٣٣%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (٢.٦٣%) وقد نشرت "البيان" انفوجرافاً يعرض ٣ خرافات عن كورونا وحقيقتها، مثل أن كورونا أخطر الفيروسات الموجودة على الإطلاق، ووضح الإنفوجراف أن حالات الرشح العادي تقتل الألاف سنوياً.

جدول رقم (٤)

الإطار الموظف به الإنفوجراف في الصحف الإلكترونية التي تناولت تداعيات جائحة كورونا المستجد

الموقع		بوابة "أخبار اليوم"		موقع جريدة "الرياض"		موقع جريدة "البيان"		الإجمالي	
الأطر الفرعية		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إطار التوجيه والإرشاد		٣٦	٣٤.٢٩	١٨	٣٠	٩	٢٣.٦٨	٦٣	٣١.٠٣
إطار الحلول والمقترحات		٢٥	٢٣.٨١	٩	١٥	٧	١٨.٤٢	٤١	٢٠.٢
إطار الطمأننة		١٢	١١.٤٣	٨	١٣.٣٣	١٤	٣٦.٨٤	٣٤	١٦.٧٥
إطار الدعم		١٤	١٣.٣٣	١٥	٢٥	٥	١٣.١٦	٣٤	١٦.٧٥
إطار التحذير		٥	٤.٧٦	٨	١٣.٣٣	٣	٧.٨٩	١٦	٧.٨٨
إطار الخسائر		١٣	١٢.٣٨	٢	٣.٣٣	-	-	١٥	٧.٣٩
الإجمالي		١٠٥	٥١.٧٢	٦٠	٢٩.٥٦	٣٨	١٨.٧٢	٢٠٣	١٠٠%

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأطر التي تم عرض الإنفوجراف في سياقها في التغطية الصحفية لتداعيات وباء كورونا المستجد، وكما توضح نتائج الجدول فإن إطار «التوجيه والإرشاد» جاء على رأس قائمة الأطر المستخدمة في معالجة تداعيات فيروس كورونا بنسبة (٣١.٠٣%)، ويفسر الباحث ذلك بأن طبيعة التغطية تفرض هذا الإطار في ظل هذه الجائحة التي تحتاج إلى توعية خاصة للحد من انتشار الفيروس، وقد جاء هذا الإطار بنسب متقاربة في عينة الدراسة، حيث جاء في بوابة "أخبار اليوم" -شكل رقم (٦)- بنسبة (٣٤.٢٩%)، بينما جاء في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٣٠%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (٢٣.٦٨%).



شكل (٦) إطار التوجيه والارشاد -بوابة أخبار اليوم



شكل (٧) إنفوجراف في إطار الطمأننة - جريدة البيان

وفي الترتيب الثاني جاء إطار «الحلول والمقترحات» بنسبة (٢٠.٢%)، وقد جاء هذا الإطار بنسب متقاربة في عينة الدراسة، حيث جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٢٣.٨١%)، بينما جاء في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (١٥%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (2١٨.٤٢%).

بينما جاء «إطار الطمأننة» في المرتبة الثالثة بنسبة (١٦.٧٥%) وقد تضمن عدد من الإنفوجراف التي تعمل على طمأننة الشعب من أخطار الفيروس ومحاولة بث الروح الإيجابية فيهم مثل أخبار الوصول إلى لقاحات للمرض أو

عدم تأثر الاقتصاد بهذا الوباء، وحالات التعافي في بعض المستشفيات، وقد تقدم موقع جريدة "البيان" في هذا الإطار، حيث جاء بنسبة (٣٦.٨٤%)، بينما جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١١.٤٣%)، وموقع جريدة "الرياض" بنسبة (3١٣.٣٣%).

وفي المرتبة نفسها جاء «إطار الدعم» بنسبة (١٦.٧٥%)، وقد وجد الباحث من خلال التحليل تركيز مواقع الدراسة على الدور الإيجابي للحكومات في احتواء وإدارة الأزمة بالشكل المناسب، ويأتي ذلك في عرض كافة

القرارات التي تتخذها الدولة، ومتابعة تطبيقها في الدولة، وفرض تحذيرات لعدم الاستهتار بها، أو

مخالفتها، وقد تقدم موقع جريدة "الرياض" في هذا الإطار، حيث جاء بنسبة (٢٥%)، بينما جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٣.٣٣%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (١٣.١٦%).



شكل (٨) نموذج لإطار التحذير- بوابة أخبار اليوم

الآلي، يد عربات التسوق، العملات الورقية والمعدنية.

وقد تقدم موقع جريدة "الرياض" في هذا الإطار، حيث جاء بنسبة (١٣.٣٣%)، بينما جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٤.٧٦%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (٧.٨٩%)، ويرى الباحث أن إطلاق التحذيرات في حالة الكوارث والأزمات يسهم في زيادة إدراك الجمهور لخطورة الأزمة، ويساعد في الحد من انتشار الفيروس، لكن مع عدم المبالغة أو نشر معلومات غير صادقة من أجل التخويف.

وفي المرتبة الأخيرة جاء «إطار الخسائر» بنسبة (٧.٣٩%)، وقد ظهر هذا الإطار في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٢.٣٨%)، وموقع جريدة "الرياض" بنسبة (٣.٣٣%)، بينما لم ترصد النتائج هذا الإطار في موقع جريدة "البيان".

مما سبق يتضح أن هناك عددًا من الاختلافات بين مواقع الدراسة في توظيف الإنفوجراف في الأطر التي ركز عليها كل منها في معالجة الموضوع، حيث ركزت بعض المواقع على أطر معينة، ومواقع أخرى على أطر أخرى.

وحيث إن وسائل الإعلام تقوم بإعادة تجديد سياق الحدث داخل نظام من التأطير بهدف توجيه ذهن المتلقي إلى سياق محدد يفهم عن طريقه هذا الحدث، والسياق يمنح المعنى للحدث، ويوفر

وجاء في المرتبة الرابعة «إطار التحذير» بنسبة (٧.٨٨%)، وتضمن الإنفوجراف الذي يحتوي على تحذيرات للمواطنين لضبط المخالفات أو التحذير من العقوبة في مخالفة الإجراءات الاحترازية التي تتخذها الدولة في مواجهة الفيروس، مع تحذير الفئات الأكثر عرضة للمخاطر، مثل كبار السن وأصحاب الأمراض المزمنة والحوامل من خطورة الاختلاط أو التهاون في الأخذ بالإجراءات الوقائية، كذا تم نشر تحذيرات عامة مثل التحذير من ملامسة الأشياء التي يتم تناولها والتي تقع عليها الأيدي بصورة مستمرة مثل مقابض الأبواب، وماكينه الصرف

المحددات المعرفية المحفزة للموقف والرأي والسلوك، كما أن وسائل الإعلام لا تكتفي بعملية الإبراز لأحداث معينة، بل تعمل عن طريق الاختيار لما يجب أن ينشر أو لا ينشر من القصص الإخبارية، وانطلاقاً من هذه الفكرة نجد أن مواقع صحف الدراسة قد طرحت الإنفوجراف من خلال أطر معينة لمعالجة تداعيات كوفيد ١٩، حيث إن الإطار الذي تقوم باستخدامه الوسيلة الإعلامية هو ما يحدد نظر الجمهور للقضية من هذا الاتجاه

جدول رقم (٥)

نطاق الإنفوجرافيك المنشور في مواقع الصحف والمواقع الإخبارية التي تناولت تداعيات جائحة كورونا المستجد

النطاق	الموقع		موقع جريدة "الرياض"		بوابة "أخبار اليوم"		موقع جريدة "البيان"		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
محلي (مصر - سعودي - إماراتي)	٨٦	٨١.٩	٥٠	٨٣.٣٣	٢٣	٦٠.٥٣	١٥٩	٧٨.٣٣		
عربي وإقليمي	٣	٢.٨٦	١	١.٦٧	٣	٧.٨٩	٧	٣.٤٥		
عالمي	١٦	١٥.٢٤	٩	١٥	١٢	٣١.٥٨	٣٧	١٨.٢٣		
الإجمالي	١٠٥	٥١.٧٢	٦٠	٢٩.٥٦	٣٨	١٨.٧٢	٢٠٣	١٠٠%		

تشير بيانات الجدول السابق إلى النطاق الجغرافي الذي يشمل الإنفوجراف في كل موقع من مواقع عينة الدراسة، فقد تنوع الإنفوجراف من حيث نطاقه الجغرافي ما بين المصري والعربي والعالمي، ويرجع ذلك إلى كون موضوع الدراسة هو جائحة عالمية انتشرت في العالم بأسره، ورغم أنه بدأ في أحد الدول الأجنبية وهي "الصين"، ومنذ انتشاره في مدينة "ووهان" ٢٠١٩م، إلا أنه انتشر بشكل كبير في كافة البلدان الأجنبية والعربية، وشكل خطراً كبيراً للعالم كله، في ظل عدم وجود أمصال لعلاجها، وقد تنوع اهتمام مواقع بوابة "أخبار اليوم" بنشر الإنفوجراف في مصر وخارجها، ومن خلال بيانات الجدول السابق يتضح أن (٧٨.٣٣%) من عينة الدراسة اهتمت بنشر الإنفوجراف في النطاق المحلي (مصر - سعودي - إماراتي) وقد جاء هذا النطاق بنسب متقاربة في عينة الدراسة، حيث جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٨١.٩%)، وموقع جريدة "الرياض" بنسبة (٨٣.٣٣%)، في حين تراجع في موقع جريدة "البيان" إلى نسبة (٦٠.٥٣%).

وزارة المالية
Ministry of Finance

إبرز تصريحات
وزير المالية السعودي
عن أزمة كورونا

www.akhbarelyom.com

العالم لن يعود اقتصادياً بعد أزمة كورونا كما كان من قبل

تتأخر كورونا على الاقتصاد لم تظهر بعد

تتخذ إجراءات صارمة وشديدة جداً وقد تكون مؤلّمة لتحقيق الاستفادة المالية

تتوقع سحب 110 J 120 مليار ريال من الاحتياطي

من المتوقع أن يستمر الانخفاض العام على مدى 2020 والعام المقبل

واجهنا الأزمة من مركز قوة

العالم لم يشهد هذه الأزمة الاقتصادية منذ 70 عاماً مضى

الاقتصاد العالمي «هش جداً»

تتأخر كورونا على الاقتصاد لم تظهر بعد، وسوف تظفر خلال الربع 2، 3 و4

المملكة اتخذت إجراءات حازمة وسريعة للحفاظ على سلامة الإنسان

www.akhbarelyom.com

إعداد هبة عبدالفتاح | إنفوجراف | حسام حسني | akhbargate | akhbarelyom | akhbargate | akhbarelyomtv

شكل (١٠) نموذج للنطاق العربي- بوابة أخبار اليوم

البيان

«كورونا» يتحكّم بالمناسبات

في ظل «كورونا» توقفت الحياة في العديد من المدن حول العالم، وأجلت أو ألغيت مناسبات ينتظرها الكثيرون، صغاراً وكباراً. فرض الوباء نفسه على الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية. فيما يلي بعض هذه المناسبات:

شم النسيم
الصريون أحيوه في المنازل بعد إغلاق الشواطئ والمتنزهات.

الفصح
القدس مدينة أشباح وكنيسة القيامة تغلق أبوابها لأول مرة منذ قرن.

رمضان
استقبل المسلمون الشهر الفضيل في بيوتهم، حيث المساجد مغلقة.

عيد النصر
للناسبة الأهم في روسيا اضطرت بوتين لإلغائها في قرار صعب.

القرنفل
أحيا البرتغاليون ثورتهم من شرفات منازلهم في ظل الحجر.

الملكة
ملكة بريطانيا تلغي احتفالات عيد ميلادها لأول مرة منذ 68 عاماً.

إعداد: أمجد عرار

غرافيك: حسام الحوراني

شكل (٩) نموذج للنطاق العالمي- جريدة البيان

بينما يأتي النطاق العالمي في المرتبة الثانية بنسبة (١٨.٢٣%) من الإنفوجراف ليتضمن معلومات خاصة بتداعيات الفيروس على مستوى العالم، حيث تناول الدول الأجنبية وكان من أهمها إيطاليا وأسبانيا والصين وأمريكا وغيرها، وقد تنوع اهتمام مواقع الدراسة بالنطاق العالمي، إذ اهتم موقع جريدة "البيان" بالنطاق العالمي فجاء بنسبة (٣١.٥٨%)، في حين جاء في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (١٥%)، وبوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٥.٢٤%).

ثم في المرتبة الثالثة جاء الإنفوجراف على مستوى الدول العربية وذلك بنسبة (٣.٤٥%)، وقد جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٢.٨٦%)، بينما جاء في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (١.٦٧%)، في حين جاء في موقع جريدة "البيان" بنسبة (٧.٨٩%).

ويرجع الباحث هذه النتائج إلى الطابع المحلي الذي تتسم به المواقع العربية، كما أن هذه المواقع تخاطب جمهوراً محلياً، ومن الطبيعي أن تتحمل مسؤوليتها في توضيح الأمور الداخلية، ومخاطبة القارئ بالشأن المرتبط به مباشرة.

جدول رقم (٦)
يوضح حجم المعلومات بالإنفوجرافيك

حجم المعلومات	بوابة أخبار اليوم		موقع جريدة "الرياض"		موقع جريدة "البيان"		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صغير	١٧	١٦.١٩	١٨	٣٠	١٩	٥٠	٥٤	٢٦.٦
متوسط	٦٥	٦١.٩	٣٠	٥٠	١٣	٣٤.٢١	١٠٨	٥٣.٢
كبير	٢٣	٢١.٩	١٢	٢٠	٦	١٥.٧٩	٤١	٢٠.٢
الإجمالي	١٠٥	٥١.٧٢	٦٠	٢٩.٥٦	٣٨	١٨.٧٢	٢٠٣	١٠٠%

تشير بيانات الجدول السابق إلى حجم المعلومات التي عرضها من خلال الإنفوجرافيك لتغطية تداعيات فيروس كورونا، وقد قام الباحث بتقسيم حجم المعلومات حسب عدد الكلمات والأرقام، بحيث يكون الإنفوجراف الذي يتضمن عدد كلمات وأرقام أقل من ٣٠ يعد صغيراً، ومن ٣٠ إلى ٦٠ يعد متوسطاً،

وأكثر من ٦٠ يعد كبيراً، وقد جاء حجم المعلومات المتوسط في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (٥٣.٢%)، وقد جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٦١.٩%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٥٠%)، في حين جاء في موقع جريدة "البيان" بنسبة (٣٤.٢١%).



شكل (١١) حجم متوسط للمعلومات - جريدة الرياض

في حين جاء حجم المعلومات الصغير في المرتبة الثانية بنسبة (٢٦.٦%) وقد جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٦.١٩%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٣٠%)، ويلاحظ أن موقع جريدة "البيان" حرص على عرض إنفوجراف خفيف المعلومات حيث جاء حجم المعلومات الصغيرة بنسبة (٥٠%).

بينما جاء حجم المعلومات الكبير في المرتبة الثالثة بنسبة (٢٠.٢%)، وقد جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٢١.٩%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٢٠%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (١٥.٧٩%).

جدول رقم (٧)
العناصر المقروءة في الإنفوجرافيك

العناصر المقروءة	بوابة "أخبار اليوم"		موقع جريدة "الرياض"		موقع جريدة "البيان"		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عنوان فقط	-	-	-	-	-	-	-	-
نصوص فقط	-	-	-	-	-	-	-	-
عنوان ومعلومات نصية	٧٥	٧١.٤٣	٣٦	٦٠	١٩	٥٠	١٣٠	٦٤.٠٤
عنوان وأرقام وإحصائيات	١٤	١٣.٣٣	١٨	٣٠	١٣	٣٤.٢١	٤٥	٢٢.١٧
عنوان ونص وأرقام أو إحصائيات	١٦	١٥.٢٤	٦	١٠	٦	١٥.٧٩	٢٨	١٣.٧٩
الإجمالي	١٠٥	٥١.٧٢	٦٠	٢٩.٥٦	٣٨	١٨.٧٢	٢٠٣	١٠٠%

توضح بيانات الجدول السابق مدى توظيف صحف الدراسة للعناصر المقروءة في الإنفوجرافيك المستخدم في تغطية تداعيات فيروس كورونا، حيث جاء في المرتبة الأولى "عنوان ومعلومات نصية" بنسبة (٦٤.٠٤%)، وقد تنوعت نسبة هذه الفئة في مواقع الدراسة فجاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٧١.٤٣%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٦٠%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (50.00%)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سلوى أبو العلا (٢٠٢٠م) التي أشارت إلى أن المعلومات النصية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٦٣.٥%)،

بينما جاء في المرتبة الثانية "عنوان وأرقام وإحصائيات" وذلك بنسبة (٢٢.١٧%)، وقد جاءت في مواقع الدراسة بنسب متباينة، ففي حين ارتفعت في موقع جريدة "البيان" إلى نسبة (٣٤.٢١%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٣٠%)، نجدها انخفضت في بوابة "أخبار اليوم" إلى نسبة (١٣.٣٣%)، ويرجع الباحث هذا التباين إلى اهتمام بوابة "أخبار اليوم" بتقديم معالجة متكاملة حول هذا الموضوع، فاهتمت بالتوعية وعرض إنفوجراف تناول بالتفصيل ما تعلق بهذه الجائحة سواءً في الأمور الدينية أو التعليمية أو الاقتصادية... وغيرها، وهذا مقابل موقعي جريدة "الرياض" وجريدة "البيان"، إذ اهتما بعرض الإحصاءات المحلية والعالمية بأعداد الإصابات والوفيات، وحالات التعافي، ومناطق انتشار الفيروس.

وقد نجحت مواقع الدراسة في توظيف الإنفوجراف لعرض إحصائيات الإصابات والوفيات الناتجة عن الإصابة بفيروس كورونا، وكذلك لعرض إحصائيات تأثير كورونا على الاقتصاد... وغيرها، وذلك لأن الإنفوجراف له قدرة على تسهيل الأرقام والإحصاءات المعروضة، وتحليلها بطريقة جذابة، من خلال توظيف أشكال مختلفة مثل الجداول والرسوم البيانية، والأشكال الهندسية وغيرها.

وفي المرتبة الثالثة جاء "عنوان ونص وأرقام أو إحصائيات" بنسبة (١٣.٧٩%)، وقد جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٥.٢٤%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (١٠%)، وموقع جريدة "البيان"

بنسبة (١٥.٧٩%)، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة سلوى أبو العلا ٢٠٢٠م، والتي توصلت إلى أن العنوان مع المعلومات النصية والأرقام جاءت في المرتبة الثانية، وذلك في استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية المصرية للرد على الشائعات.

وتشير البيانات إلى تنوع في استخدام العناصر المقروءة داخل الإنفوجراف الواحد، فلم تعتمد مواقع الدراسة على العناوين فقط، أو النصوص فقط، أو الأرقام فقط، وإنما وظفت أكثر من عنصر مقروء في الإنفوجراف الواحد، وذلك لإيصال الرسالة الإعلامية بالشكل المناسب، وتوضيح المحتوى للقارئ، كما تشير النتائج إلى وجود العنوان في سائر الإنفوجراف، ولم تغفل الصحف هذا العنصر المهم، إذ يُعد العنوان نافذة التصميم، ويوضح مضمونه، كما أن مواقع الدراسة حرصت على توظيف المعلومات النصية سواءً كانت شرحاً مبسطاً، أو مفصلاً حول موضوع الإنفوجراف.

ويشير الباحث إلى أن النصوص وإن كانت استخداماتها بسيطة في بناء الإنفوجرافيك إلا أنها تكاد تكون في جميع الإنفوجرافيك خاصة في الصحف المصرية، وقد لاحظ الباحث اهتمام عينة الدراسة بالنصوص المكتوبة في موقع بوابة "أخبار اليوم" وموقع جريدة "الرياض" وموقع جريدة "البيان"، وقد توافقت تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة على حمودة جمعة (٢٠١٧م) حيث جاءت النصوص في مقدمة مكونات الإنفوجرافيك في العينة الخاصة به.

جدول رقم (٨)
العناصر الجرافيكية في الإنفوجرافيك

المكونات	بوابة "أخبار اليوم"		موقع جريدة "الرياض"		موقع جريدة "البيان"		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
رموز بصرية	٢٥	١٦.٨٩	١٠	١٣.١٦	٩	٢٠.٤٥	٤٤	١٦.٤٢
رسوم كارتونية	٢٢	١٤.٨٦	١٢	١٥.٧٩	٥	١١.٣٦	٣٩	١٤.٥٥
رسوم بيانية	٤	٢.٧	٣	٣.٩٥	٠	٠	٧	٢.٦١
صور	٥٧	٣٨.٥١	٢٥	٣٢.٨٩	١١	٢٥	٩٣	٣٤.٧
خرائط	٣	٢.٠٣	٦	٧.٨٩	٤	٩.٠٩	١٣	٤.٨٥
أشكال هندسية	٢٥	١٦.٨٩	١٥	١٩.٧٤	١٤	٣١.٨٢	٥٤	٢٠.١٥
مقارنات وتسلسل زمني	١٢	٨.١١	٥	٦.٥٨	١	٢.٢٧	١٨	٦.٧٢
الإجمالي	١٤٨	٥٥.٢٢	٧٦	٢٨.٣٦	٤٤	١٦.٤٢	٢٦٨	١٠٠

ملحوظة: وجود أكثر من عنصر في بعض الإنفوجراف

من بيانات الجدول السابق يتضح أن صحف الدراسة حققت تنوعاً في العناصر المرئية في الإنفوجرافيك، فقد وظفت الصور والرسوم والخرائط.. الخ، فلم تكتف بتوظيف عنصر جرافيك واحد، وإنما وظفت أكثر من عنصر في الإنفوجراف الواحد، وذلك لتوصيل المعلومات بصورة أكثر ومهنية.

جاءت الصور في الترتيب الأول في العناصر الجرافيكية الموظفة في الإنفوجراف في مواقع الدراسة وذلك بنسبة (٣٤.٧%)، وقد جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٣٨.٥١%)، بينما جاءت في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٣٢.٨٩%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (٢٥%).

بينما جاءت الأشكال الهندسية في المرتبة الثانية بنسبة (٢٠.١٥%) وقد جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٦.٨٩%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (١٩.٧٤%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (٣١.٨٢%)، وقد وظفت صفح الدراسة الأشكال الهندسية التي تتنوع بين الدوائر والمثلثات والمستطيلات والمنحنيات وذلك لوضع العناوين والمعلومات النصية والأرقام داخلها،

وفي المرتبة الثالثة جاءت الرموز البصرية وذلك بنسبة (١٦.٤٢%)، وهي عنصر مهم في تطوير عرض المضمون، وذلك من خلال وضع الرمز المناسب للمضمون لتقريب المعنى، إذ تمتاز الرموز بتحقيق سمات توضيحية وتوصيل المعنى بصورة أكبر، وقد جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٦.٨٩%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (١٣.١٦%)، بينما جاءت في موقع جريدة "البيان" بنسبة (٢٠.٤٥%).

في حين جاءت الرسوم الكارتونية في المرتبة الرابعة وذلك بنسبة (١٤.٥٥%)، وقد جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٤.٨٦%)، بينما جاءت في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (١٥.٧٩%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (١١.٣٦%).

وفي المرتبة الخامسة جاءت «مقارنات وتسلسل زمني» وذلك بنسبة (٦.٧٢%)، وقد جاءت في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٨.١١%)، وموقع جريدة "الرياض" بنسبة (٦.٥٨%)، بينما جاءت في موقع جريدة "البيان" بنسبة (٢.٢٧%).

ثم الخرائط في المرتبة السادسة بنسبة (٤.٨٥%)، واستخدمت الخرائط لمعالجة الموضوعات الجغرافية خاصة وقد استخدمتها الصحف في فترة التحليل لبيان المناطق الأكثر إصابة بمرض كورونا.

وأخيراً وفي المرتبة السابعة جاءت الرسوم البيانية بنسبة (٢.٦١%)، وقد وظفت الصحف الرسوم البيانية لعرض ما يستجد من احصائيات لمصابي كورونا سواء في مصر أو خارجها، وقد جاءت نسبة الرسوم قليلة رغم أهميتها في إيضاح المعلومة بطريقة مبسطة، إذ تساعد على وصول المعلومات إلى عامة القراء بأبسط الوسائل، باستخدام عدد قليل من الكلمات، كما أنها تسهم في تذكر المعلومات الموجودة بالنص بشكل كبير، وتستخدم المقارنات لعقد مقارنات بين موضوعين أو شخصين أو شيئين متقنين في بعض العناصر وتعمل على بيان الفروقات بينها.

جدول رقم (٩)
مدى وجود محتوى مصاحب للإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية لصحف الدراسة

الإجمالي	موقع جريدة "البيان"		موقع جريدة "الرياض"		بوابة "أخبار اليوم"		وجود نص مصاحب	
	ك	%	ك	%	ك	%		
٨٠.٧٩	١٦٤	٣٤.٢١	١٣	٧٦.٦٧	٤٦	١٠٠	١٠٥	إنفوجرافيك فقط
١٩.٢١	٣٩	٦٥.٧٩	٢٥	٢٣.٣٣	١٤	-	-	إنفوجرافيك مصاحب لموضوع
١٠٠	٢٠٣	١٨.٧٢	٣٨	٢٩.٥٦	٦٠	٥١.٧٢	١٠٥	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق مدى توظيف الصحف العربية - عينة الدراسة- للإنفوجرافيك كفن مستقل بذاته، أم أنه يستخدم مصاحباً لفنون صحفية أخرى، واتضح من خلال التحليل أن الصحف بصفة عامة وظفت الإنفوجرافيك كفن مستقل وذلك بنسبة (٨٠.٧٩%)، وقد تباينت صحف الدراسة في توظيف الإنفوجرافيك كفن مستقل، ففي حين جاء في "بوابة أخبار اليوم" بنسبة (١٠٠%) ويرجع هذا إلى أن "بوابة أخبار اليوم" تخصص قسمًا مستقلًا على البوابة للإنفوجرافيك، ليؤدي وظيفة كاملة كفن مستقل بذاته دون الحاجة إلى فنون أو مواضيع مصاحبة، إلا أنه انخفض في موقع جريدة "البيان" وجاء بنسبة (٣٤.٢١%)، بينما جاء في جريدة "الرياض" بنسبة (٧٦.٦٧%)، وهو ما أدى في بعض الأحيان إلى عدم وضوح القصة أو المغزى من الإنفوجراف، حيث إن تصميم الإنفوجراف كان بحاجة إلى نص مصاحب لتوضيح البيانات المذكورة فيه.

أما الإنفوجرافيك المصاحب لموضوعات فقد جاء في صحف الدراسة بنسبة (١٩.٢١%)، وعكس ما سبق ارتفعت نسبته في موقع جريدة "البيان" لتكون (٦٥.٧٩%) بينما جاء في موقع جريدة الرياض بنسبة (٢٣.٣٣%)، في حين لم تعرض "بوابة أخبار اليوم" أية موضوعات مصاحبة للإنفوجراف.

جدول رقم (١٠)
أنواع الإنفوجرافيك المستخدم في تغطية تداخيات فيروس كورونا

الإجمالي	موقع جريدة "البيان"		موقع جريدة "الرياض"		بوابة أخبار اليوم		الأنواع	
	ك	%	ك	%	ك	%		
٨٧.١٩	١٧٧	٩٤.٧٤	٣٦	٩٦.٦٧	٥٨	٧٩.٠٥	٨٠	ثابت
٤.٤٣	٩	-	-	٣.٣٣	٢	٦.٦٧	٧	متحرك
٨.٣٧	١٧	٥.٢٦	٢	-	-	١٤.٢٩	١٥	فيديو جراف
-	-	-	-	-	-	-	-	تفاعلي
١٠٠%	٢٠٣	١٨.٧٢	٣٨	٢٩.٥٦	٦٠	٥١.٧٢	١٠٥	الإجمالي

من خلال بيانات الجدول السابق يتضح أن الإنفوجراف الثابت جاء على رأس قائمة الأنواع بنسبة بلغت (٨٧.١٩%)، حيث عمدت معظم مواقع الدراسة إلى استخدام هذا النوع في أغلب الإنفوجرافيك التي

قامت بنشره خلال معالجة موضوعاتها، وقد تعددت أشكال هذا الإنفوجرافيك تبعًا لطريقة تصميمه، وعلى الرغم من تعدد الأشكال تلك إلا أنها تظل في النهاية أشكالاً ثابتة، مع العلم بأن الإنفوجرافيك الثابت يشرح المعلومة بشكل سريع وفوري للقارئ، وغالبًا لا يتناول تفاصيل وتوضيحات أكثر عمقًا كالمحرك، أو التفاعلي الذي يسمح للجمهور بالمشاركة.

وقد جاء الإنفوجرافيك الثابت بنسب عالية في عينة الدراسة، حيث جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٧٩.٠٥%)، بينما جاء في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٩٦.٦٧%)، في حين جاء في موقع جريدة "البيان" بنسبة (٩٤.٧٤%).

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة على حمودة جمعه (٢٠١٧م) إذ احتل الإنفوجرافيك الثابت الترتيب الأول بالنسبة لأنواع الإنفوجرافيك المختلفة في العينة التحليلية الخاصة به.

وقد جاء

الفيدويوجراف بالترتيب الثاني بنسبة بلغت ٨.٣٧%، وقد اهتمت بوابة "أخبار اليوم" اهتمامًا كبيرًا بالفيدويوجراف، حيث جاء بنسبة (١٤.٢٩%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (٥.٢٦%)،



شكل رقم (١٢) انفوجراف متحرك على شكل فيديو - بوابة أخبار اليوم

بينما لم يعرض موقع جريدة "الرياض" فيديوجراف خاص بجائحة كورونا خلال فترة الدراسة.

ثم جاء الإنفوجرافيك المتحرك بالترتيب الثالث بنسبة (٤.٤٣%) وهي نسبة قليلة جدًا، حيث جاء في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (٦.٦٧%)، بينما جاء في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٣.٣٣%)، بينما لم يعرض موقع جريدة "البيان" فيديوجراف خاص بجائحة كورونا خلال فترة الدراسة.

وتشير نتائج البحث إلى عدم استخدام صحف الدراسة للإنفوجرافيك التفاعلي، ويرى الباحث ضرورة اهتمام المواقع بهذا النوع؛ حيث يُعد الأكثر جذبًا للانتباه، وكان من الممكن توظيفه في تغطية تداعيات فيروس كورونا.

وهو ما يتفق مع الدراسات (عربيان، ٢٠١٨م، لارا إيميلرا وآخرون ٢٠١٧م) التي أشارت إلى تفوق تأثير الإنفوجرافيك المتحرك والتفاعلي من حيث تذكر وفهم المحتوى الإخباري، مقارنة بتأثير الإنفوجرافيك الثابت، كما أثبتت الدراسات إلى ارتفاع معدل متابعة الإنفوجرافيك التفاعلي من قبل المبحوثين، حيث إن الإنفوجرافيك التفاعلي يتم فيه استخدام المعلومات والصور والرموز إضافة إلى الصوت والرسوم المتحركة، ويقصد به الفيديو والإنيميشن، وهي تحتاج إلى مهارة الإبداع لتحويل البيانات والمعلومات إلى فيديو تفاعلي بطريقة ذكية وجميلة خصوصًا مع اتجاه كثير من مستخدمي الويب إلى مشاهدة الوسائط أكثر من المقالات المكتوبة أو البيانات أو المعلومات الإنشائية.

جدول رقم (١١)

نوع الخلفيات الخاصة بالإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية لصفح الدراسة

نوع الخلفية	بوابة "أخبار اليوم"		موقع جريدة "الرياض"		موقع جريدة "البيان"		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
غير ملونة	٥٥	٥٢.٣٨	٤٢	٧٠	٢٨	٧٣.٦٨	١٢٥	٦١.٦
ملونة	٥٠	٤٧.٦٢	١٨	٣٠	١٠	٢٦.٣٢	٧٨	٣٨.٤
الإجمالي	١٠٥	٥١.٧٢	٦٠	٢٩.٥٦	٣٨	١٨.٧٢	٢٠٣	١٠٠%

يلاحظ من الجدول أن الخلفيات غير الملونة (البيضاء) جاء في مقدمة أنواع الخلفيات بنسبة (٦١.٦%)، وقد جاءت بنسبة (٥٢.٣٨%) في بوابة أخبار اليوم، بينما جاءت في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٧٠%)، في حين جاء في موقع جريدة "البيان" بنسبة (٧٣.٦٨%). بينما جاءت الخلفيات الملونة بنسبة (٣٨.٤%) وقد اهتمت بوابة "أخبار اليوم" بالألوان في الإنفوجراف، حيث جاءت بنسبة (٤٧.٦٢%)، بينما جاء في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٣٠%)، وموقع جريدة "البيان" بنسبة (٢٦.٣٢%)، ومن خلال التحليل وجد الباحث أن الإنفوجرافيك يأتي في معظم الأحيان بالخلفيات البيضاء خاصة عند استخدام صور أو رسومات أو كلمات ملونة وبذلك يتم إخراج الإنفوجرافيك بشكل جمالي بسيط، ويلاحظ أن الإنفوجرافيك في مواقع الصحف العربية جاء أكثر بساطة من الإنفوجرافيك المصري، حيث اعتمدت الصحف العربية على استخدام ألوان بسيطة مع الخلفيات البيضاء مما جعله أكثر بساطة من تلك التي تستخدمها الصحف المصرية في بعض الأحيان.

جدول رقم (١٢)
يوضح عدد الألوان بالانفوجراف

الإجمالي		موقع جريدة "البيان"		موقع جريدة "الرياض"		بوابة "أخبار اليوم"		المواقع عدد الألوان
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧.٩	١٦	-	-	١٣.٣٣	٨	٧.٦٢	٨	لون واحد
٣٠.٥	٦٢	٣١.٥٨	١٢	٤٠	٢٤	٢٤.٧٦	٢٦	لونين
٢٦.١	٥٣	٤٤.٧٤	١٧	٢٠	١٢	٢٢.٨٦	٢٤	ثلاث ألوان
٣٥.٥	٧٢	٢٣.٦٨	٩	٢٦.٦٧	١٦	٤٤.٧٦	٤٧	أربع ألوان فأكثر
%١٠٠	٢٠٣	١٨.٧٢	٣٨	٢٩.٥٦	٦٠	٥١.٧٢	١٠٥	الإجمالي

فيما يتعلق بمكونات وخصائص الهيئة الشكلية البصرية للإنفوجرافيك المستخدم في تناول فيروس كورونا المستجد، كشفت الدراسة عن اتفاق جميع المواقع في توظيف اللون في جميع رسوم الإنفوجرافيك التي تم نشرها طوال فترة البحث، إضافة إلى توظيف التدرج اللوني في أرضيات بعض الرسوم والرموز البصرية الافتتاحية لقوالب الإنفوجرافيك، وذلك في جميع المواقع، وقد ساعدت الألوان على التمييز بين أجزاء الإنفوجرافيك.

ويتضح لنا من الجدول السابق: احتل الترتيب الأول من عدد الألوان المستخدمة في الإنفوجرافيك «أربع ألوان فأكثر» بنسبة بلغت (٣٥.٥%) وقد تم توظيفه بدرجة كبيرة في بوابة «أخبار اليوم» بنسبة (٤٤.٧٦%)، في حين استخدم في موقع جريدة «الرياض» بنسبة (٢٦.٦٧%)، وموقع جريدة «البيان» بنسبة (٢٣.٦٨%).

ثم جاء بالترتيب الثاني: «لونين» بنسبة بلغت (٣٠.٥%)، وقد تم توظيفه في بوابة «أخبار اليوم» بنسبة (٢٤.٧٦%)، في حين استخدم في موقع جريدة «الرياض» بنسبة (٤٠%)، وفي موقع جريدة «البيان» بنسبة (٣١.٥٨%)، ثم جاء بالترتيب الثالث: «ثلاثة ألوان» بنسبة بلغت (٢٦.١%)، بنسبة عالية في موقع جريدة «البيان» إذ بلغت (٤٤.٧٤%)، في حين استخدم في موقع جريدة «الرياض» بنسبة (٢٠%)، وفي بوابة «أخبار اليوم» بنسبة (٢٢.٨٦%).

ثم لون واحد بنسبة (٧.٩%)، وقد تم توظيفه في بوابة «أخبار اليوم» بنسبة (٧.٦٢%)، وفي موقع جريدة «الرياض» بنسبة (١٣.٣٣%)، في حين لم يستخدم في موقع جريدة «البيان» في الإنفوجراف الخاص بتغطية تداعيات وباء كورونا.

ومن خلال نتائج الجدول السابق يتضح أنه تم توظيف الألوان في سائر الإنفوجرافيك الذي تناول تداعيات كورونا، خاصة مع استخدام الصور والرموز والأشكال الهندسية والأرضيات في التصميم، حيث تم توظيف الألوان في الخطوط والأشكال والنصوص والعناوين، وأيضًا تم توظيفها في الأرضيات، إلا أن

إضافة الكثير من الألوان إلى الإنفوجرافيك يعتبر من ضمن أخطاء التصميم، فكلما كانت الألوان المستخدمة في الإنفوجرافيك أقل، كلما سهل القراءة، لذا يرى الباحث أنه يفضل عدم الإكثار من استخدام الألوان عند تصميم الإنفوجرافيك، حيث إن الألوان تؤثر على الحالة المزاجية للمستخدم ولها قدرة على تعزيز المحتوى وإيصال الرسالة بصورة أكثر فاعلية، وهو ما ينبغي مراعاته عند تصميم الإنفوجرافيك، وكلما كانت أكثر بساطة كان أفضل.

جدول رقم (١٣)
مصادر الإنفوجراف

الإجمالي		موقع جريدة "البيان"		موقع جريدة "الرياض"		بوابة "أخبار اليوم"		المصادر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١١.٨٢	٢٤	٢٦.٣٢	١٠	٢٣.٣٣	١٤	-	-	حكومية (هيئات وزارات)
٨٧.١٩	١٧٧	٧٣.٦٨	٢٨	٧٣.٣٣	٤٤	١٠٠	١٠٥	داخلية (مصادر ذاتية)
٠.٩٩	٢	-	-	٣.٣٣	٢	-	-	خارجية (مصادر من خارج البوابة)
١٠٠%	٢٠٣	١٨.٧٢	٣٨	٢٩.٥٦	٦٠	٥١.٧٢	١٠٥	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق:

أن المواقع الإلكترونية لصحف الدراسة اعتمدت على المصادر الداخلية (مصادر ذاتية) في المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات في رسوم الإنفوجرافيك وذلك بنسبة (٨٧.١٩%)، وقد جاءت هذه المصادر في بوابة "أخبار اليوم" بنسبة (١٠٠%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٧٣.٣٣%)، وفي موقع جريدة "البيان" بنسبة (٧٣.٦٨%).

في حين جاءت المصادر الحكومية (هيئات وزارات) في المرتبة الثانية بنسبة (١١.٨٢%)، وقد جاءت هذه المصادر بنسبة عالية في موقع جريدة "البيان" بنسبة (٢٦.٣٢%)، وفي موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٣.٣٣%)، ولا وجود لها في بوابة أخبار اليوم.

وقد تصدرت بوابة أخبار اليوم في اعتمادها على مصادرها الداخلية، وتخصيص مصممين لها للقيام بعملية تصميم الإنفوجرافيك، والإشارة لهم أسفل التصميم، بل والإشارة أيضاً للقائم بإعداد المعلومات داخل الإنفوجراف.

ثم المصادر الخارجية في المرتبة الثالثة بنسبة ضعيفة جداً (٠.٩٩%)، وقد جاءت هذه المصادر في موقع جريدة "الرياض" بنسبة (٣.٣٣%)، بينما لم يعتمد الإنفوجراف المنشور في بوابة أخبار اليوم، وموقع جريدة "البيان" على مصادر خارجية.

مناقشة النتائج:

نستعرض فيما يأتي ملخصاً لأهم مؤشرات النتائج العامة للدراسة في ضوء ما تم تحديده من أهداف، وما تم طرحه من تساؤلات حول توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في التغطية الصحفية لتداعيات فيروس كورونا "كوفيد ١٩"، وذلك على النحو الآتي:

- فيما يتعلق بحجم اهتمام مواقع صحف الدارسة بتوظيف الإنفوجرافيك في التغطية الصحفية لتداعيات فيروس كورونا، ظهر التفوق الكمي -وبخاصة في "بوابة أخبار اليوم"- لمواقع صحف الدارسة في نشر إنفوجرافيك لتغطية تداعيات فيروس كورونا، حيث تم رصد عدد (٢٠٣) انفوجراف خاص بكورونا من أصل (٣٠٢) إنفوجراف تم نشرها خلال فترة الدارسة، ويمكن تفسيره؛ أن فترة التحليل شملت ذروة انتشار وباء كورونا في جميع أنحاء العالم، والذي فرض على الدول مجموعة من الإجراءات لوقف انتشار المرض، إلا أن تداعياته كان لها الأثر العميق على كافة النواحي والقطاعات في معظم البلدان.

- بالنسبة لأبرز موضوعات الإنفوجرافيك: تصدرت الموضوعات المتعلقة بقرارات الحكومة لمكافحة الوباء على رأس قائمة تلك الموضوعات، ثم إحصائيات الإصابة بالفيروس، ثم طرق انتقال العدوى وأعراض الإصابة، ثم الإجراءات الاحترازية لمنع انتشار الفيروس، ويرجع هذا إلى ترتيب الأولويات، حيث إنه في مثل هذه الحالات ووقت حدوث الأزمات تسعى وسائل الإعلام الوطنية أن تقف جانب الحكومة لمواجهة الأزمة، كما أن القارئ في مثل هذه الأوقات يحتاج أن يتعرف على هذه القرارات الرسمية فور إصدارها، ثم تأتي إحصاءات الإصابة والوفيات والتعافي وهي إحصاءات كان يتم تحديثها باستمرار، ولها أهمية كبيرة بالنسبة للقارئ، يأتي بعد ذلك طرق انتشار العدوى وأعراض الإصابة، وهي نوع من التثقيف والتوعية، والجمهور بحاجة إلى معرفتها، وقيام المواقع الإلكترونية بهذا الدور يأتي في إطار المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وهكذا؛ فإن ترتيب الموضوعات جاء حسب أهميتها ودرجة تأثيرها في حل الأزمة، كما توسعت المواقع الإخبارية -عينة الدارسة- في المضامين التي تم عرضها من خلال الإنفوجرافيك المقدم في تغطية تداعيات فيروس كورونا، بحيث لم تقم فقط بمتابعة أزمة كورونا من حيث التعداد اليومي أو الأسبوعي لحالات الإصابة فقط، وإنما تعدى ليشمل نصائح صحية بنشر الأطعمة التي تزيد من مناعة الفرد، وخاصة الأطفال والسيدات الحوامل، وعرض معلومات صحية تتضمن الأطعمة التي تؤدي إلى زيادة المناعة وفوائد بعض الأطعمة كتناول البلح أو الفواكه... الخ.

- وبالنسبة للهدف من تقديم الإنفوجرافيك في تغطية تداعيات جائحة كورونا المستجد، جاءت "التوعية الوقائية"، ثم "الإخبار والإحاطة"، ثم "التأييد ودعم القرارات"، ثم "تقديم معلومات عن

الفيروس"، ثم "تقديم نصائح"، ثم "مواجهة الشائعات"، ومجئ التوعية في مقدمة الأهداف يتوافق مع المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، فدورها في مثل هذه الأوقات هو التوعية والتثقيف وتبصير الجمهور بالحقائق، ليتعامل مع المرض بمعرفة ووعي، أما الهدف الثاني من حيث الترتيب وهو "الإخبار والإحاطة" فهو يتناسب مع وظيفة المواقع الإخبارية، وكون الإنفوجرافيك يقدم معلومات سريعة وموجزة، أما "التأييد" فهذه المرحلة تتطلب التلاحم المجتمعي للنجاة من الخطر، وهو ما قامت به المواقع الإخبارية في تأييدها لقرارات الحكومات.

- فيما يتعلق بالأطر التي تم تقديم الإنفوجراف من خلالها: حرصت عينة الدراسة على أداء رسالتها وتحمل المسؤولية الاجتماعية، فجاء إطار "التوجيه والإرشاد" في مقدمة هذه الأطر، ثم إطار "الحلول والمقترحات"، ثم إطار "الدعم" وإطار "الطمأنة"، ثم إطار "التحذير"، وهناك عدد من الاختلافات بين مواقع الدراسة في توظيف الإنفوجراف من الأطر التي ركز عليها كل منها في معالجة الموضوع، ففي الحين الذي ركزت بعض المواقع على إطار «الطمأنة»، ركزت مواقع أخرى على أطر «الدعم».

- بالنسبة لحجم المعلومات المستخدم في الإنفوجرافيك: اعتمدت عينة الدراسة في معظمها على حجم معلومات وبيانات متوسط، فقد جاء الإنفوجراف ليعرض حجماً محدوداً من المعلومات لتوضيح أمرٍ خاصٍ بفيروس كورونا، دون الإسهاب في التفاصيل، وقد يرجع ذلك إلى غموض كثير من المعلومات حول هذا الفيروس، وحتى كتابة هذه السطور لا يزال لغزاً محيراً لعلماء العالم ولم يتم اكتشاف مصل لعلاج.

- وفيما يتعلق بالعناصر المقروءة في الإنفوجرافيك: أشارت النتائج إلى التوازن الذي حققته عينة الدراسة في توظيف العناصر المقروءة وغير المقروءة في تصميم الإنفوجرافيك، حيث جمع التصميم بين العناصر الجرافيكية المختلفة، ومنها الصور والرموز البصرية، والرسوم البيانية والكارتونية، والأشكال الهندسية، والخرائط، والمقارنات، أيضاً بالنسبة للعناصر المقروءة حققت صفح الدراسة توازناً في توظيف العناوين والنصوص والأرقام، كذلك حققت عينة الدراسة عنصر التوازن في توزيع البيانات والمعلومات داخل التصميم، مع عدم ازدحام العناصر، ونجاحها في توظيف الفراغات البيضاء، والألوان، والعناصر البنائية الأخرى، مما يسهم في جذب انتباه القارئ ويحقق يسر القراءة.

إلا أن الإنفوجراف الخاص بالأرقام والإحصاءات اقتصر على الأرقام التي تعلنها وزارة الصحة عن عدد الإصابات والوفيات الناتجة عن الإصابة بالفيروس، وأصبحت وظيفة الإنفوجراف هو تقديم أرقام شبه يومية، دون أن يربط الإنفوجراف بين هذه الأرقام لتقديم سياق واضح وترتيب

- منطقي لقصة خبرية يعلم القارئ من خلالها مدى تطور انتشار الفيروس ويدرك خطورته، فالرقم إذا تم وضعه في سياق قصصي مع تصميم بصري جذاب سيعطي للقارئ معلومات أكثر فائدة.
- بالنسبة للعناصر الجرافيكية في الإنفوجرافيك: لم تهتم الصحف الإلكترونية العربية بعمل إنفوجرافيك يتضمن قصصًا متكاملة، ف جاء الإنفوجراف عبارة عن معلومات متقطعة، وقوالب شبه متكررة، يتم فيه عرض ما يتعلق بفيروس كورونا بشكل منفصل عن ما سبقه، واقتصر على جمع أرقام وعرض بعض المعلومات حول موضوع معين يريد عرضه، وكان من الممكن أن تستفيد صحف الدراسة من الاحصائيات والبيانات المتاحة لتكوين سياق قصصي مدعمًا بالبيانات، ومستخدمًا وسائل إقناع ومسارات منطقية لعرض المعلومات والربط بين الأسباب والنتائج.
 - بالنسبة لمصادر المعلومات بالإنفوجرافيك: اكتفت عينة الدراسة بالاعتماد على المصادر الداخلية بصورة كبيرة، وهذا مؤشر جيد يوضح مدى اعتماد المواقع عينة الدراسة على مصادرها الخاصة بالجهد الذاتي لبناء الإنفوجرافيك الخاص بها.
 - كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن مواقع صحف الدراسة استطاعت توظيف العناصر المرئية المختلفة، فقد تميزت بمعالجات لعناصر الهيئة البصرية للإنفوجرافيك، تضمنت توظيف المعلومات النصية والصور الظلية والخطية والرسومات والأرقام في تصميم واحد يحمل معلومات وأيقونة باسم الموقع، مما حقق للتصميم هوية وفاعلية في نفس الوقت، وهنا يجب التأكيد على أن الإنفوجراف محصلة مراحل ثلاث كل تتكامل مع بعضها ليخرج التصميم بالشكل المناسب، وهي: مرحلة جمع وإعداد البيانات، ومرحلة تحليل البيانات والمعلومات واستنتاج العلاقات والروابط بينها، واستخراج الإحصاءات في صورة تحليلية متعمقة، وأخيرًا استخدام هذه المعلومات في التصميم النهائي للإنفوجراف وتوظيفه بشكل فعال لخدمة المحتوى.
 - بالنسبة لاستخدام الألوان: وظفت عينة الدراسة الإمكانيات الرقمية والخاصة بالألوان، وتم استخدام الألوان باعتدال مع العناصر الأخرى المشتركة في بناء الإنفوجرافيك، سواءً مع العناوين والنصوص أو الأشكال والرسوم والصور والأرضيات، إضافة إلى توظيف التدرج اللوني في أرضيات بعض الرسوم والرموز البصرية، وهذا يؤكد إفادة مواقع الدراسة من النظريات والدراسات التي أكدت أهمية استخدام الألوان والصور في تصميم الإنفوجرافيك، لكونها تجذب الانتباه، وتحقق الهدف من الرسالة الاتصالية، خاصة وأن الإنفوجراف المتعلق بفيروس كورونا المستجد يقدم مجموعة من البيانات والمعلومات والتي تحتاج إلى مزيد من الجهد في إظهارها وإبرازها مع تحقيق يسر القراءة، وإبراز العنصر الجمالي.

كما كشفت الدراسة التحليلية أيضاً تميز موقعي "الرياض و"البيان بمعالجات إخراجية خاصة لعناصر الهيئة البصرية للإنفو جرافيك، حيث يدمج الموقعان بين المعلومات النصية والصور الظلية والخطية والرسوم بأنواعها المختلفة في تصميم واحد ذي إطار مميز يحمل مصدر المعلومات وأيقونة باسم الموقع، وكذلك بوابة "أخبار اليوم" الذي اعتمد أكثر على النصوص والأرقام والاحصاءات.

- بالنسبة لنطاق المواد الصحفية المنشورة في مواقع الصحف والمواقع الإخبارية التي تناولت تداعيات جائحة كورونا المستجد، اتفقت مواقع الدراسة على أولوية النطاق المحلي للموضوعات والقضايا المرتبطة بفيروس كورونا في الإنفوجرافيك المقدم في التغطية، حيث عكست المواقع ارتباطها بمجتمعاتها وقضاياها الداخلية، وأولت اهتماماً مباشراً بالقارئ المحلي، الذي يهيمه معرفة ما يحدث داخل وطنه، ومما تتخذه حكومته من إجراءات للحد من انتشار الفيروس.

- بالنسبة لأنواع الإنفوجرافيك المستخدم في عينة الدراسة، أظهرت النتائج أن مواقع الصحف لم توظف سائر الأنواع المتاحة، إذ لم يتم الاستفادة بالشكل الكافي من الإنفوجرافيك المتحرك، بينما لم يتم توظيف الإنفوجرافيك التفاعلي أصلاً، وهو نوع من الخلل في توظيف هذا النوع المهم من الإنفوجرافيك في تغطية وباء عالمي مثل وباء كورونا، وكان الأولى بعينة الدراسة توظيف الإنفوجرافيك التفاعلي، لأنه يحقق درجة إقناع أعلى، لكون القارئ يتفاعل ويصل بنفسه للمعلومة. وهو ما يتفق مع الدراسات التي أشارت إلى أن الصحف الإلكترونية تعتمد على قوالب جاهزة للإنفوجرافيك، ولا تحقق الاستفادة المرجوة من الإمكانيات التكنولوجية المتاحة في تطوير تصميم الإنفوجرافيك، واستخدام الإنفوجرافيك التفاعلي بصورة أكبر.

ويرى الباحث أن اهتمام مواقع الصحف عينة الدراسة بعرض الإنفوجرافيك الثابت وإن كان محققاً للوظيفة الإخبارية؛ إلا أن التطورات التي حدثت في برامج الجرافيك والموشن جرافيك تساعد الموقع الإخباري بالتوسع في الإنفوجرافيك التفاعلي، فقد تم تطوير تلك البرامج بالشكل الذي يصبح فيه الإنفوجرافيك مختلفاً تماماً، كما أشارت الدراسات السابقة الميدانية إلى ارتفاع تفضيل القراء للإنفوجرافيك التفاعلي، حيث إنه يثير دافعية القارئ لمتابعته، فهو أكثر جاذبية وينوع في عرض المعلومات من خلال استخدام الأشكال والصور الثابتة والمتحركة والتي تعمل على تبسيط المعلومات وسرعة وصولها لهم، حيث أثبتت الدراسات تفوق تأثير الإنفوجرافيك المتحرك من حيث تذكر وفهم المحتوى الإخباري مقارنة بتأثير الإنفوجرافيك الثابت.

- وإذا ما تم ربط نظرية الثراء بنتائج هذه الدراسة نجد أن الدراسة قد استفادت من فروض نظرية ثراء الوسيلة، حيث أثرت طبيعة الوعاء الإلكتروني الناقل في مدى توظيف الصحف للإنفوجراف في تغطية تداعيات كورونا، حيث تتوافر في المواقع الإلكترونية للصحف، العديد من السمات التي تميزها كوسيلة إعلامية ثرية وهي الفورية أو الأنوية في النشر والتفاعلية وسرعة الحصول على رجع الصدى، واستعمال النصوص الفائقة واستخدام الوسائط المتعددة وتمثل هذه السمات أو الخصائص أوجه متعددة للثراء الإعلامي والذي يميزها عن الوسائل العالمية الأخرى، مما جعل كثيرًا من المستخدمين يقبلون على استخدامها لتوافرها على هذه السمات والتي تلبي احتياجاتهم الاتصالية، وهذا يحفزها لتوظيف الإنفوجرافيك في تغطية الأحداث المهمة والتي تشغل الرأي العام.

توصيات الدراسة:

- حالة انتشار الأزمات والأوبئة ينبغي أن يقدم الإنفوجراف دعمًا لترويج السلوكيات الفعّالة، لتغيير سلوكيات الأفراد وإقناعهم بالسلوكيات الفعّالة للوقاية من الوباء، وغرس الإحساس بالمسئولية المشتركة للجميع لحماية المجتمع من الوباء وعدم الإضرار بالآخرين.
- ضرورة الإفادة من التقنيات الحديثة وبرامج تصميم الإنفوجرافيك للتوسع في الإنفوجرافيك التفاعلي، والخروج من دائرة الاعتماد على الإنفوجرافيك الثابت، بما يحقق معالجة أفضل ويسهم في تحقيق أهداف الرسالة الإعلامية، خاصة أثناء الأزمات والأوبئة.
- تدريب القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية على كيفية بناء وتصميم الإنفوجرافيك، وكيفية توظيفه أثناء الأزمات والأوبئة، مع ابتكار تصاميم جديدة بدلاً من الاعتماد على القوالب الجاهزة أو المكررة.
- الاهتمام بنتائج الدراسات العلمية حول تقييم الإنفوجرافيك وجدوى استخدامه بالمواقع الإلكترونية في معالجة القضايا، مع الإفادة من دراسات تفضيلات الجمهور لأنواع وأشكال الإنفوجرافيك.

المراجع العربية:

- أبو العلا، سلوى أحمد (٢٠٢٠م). استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجًا. *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام جامعة الأزهر، (العدد ٥٤) ج ١، ص ٩-٨٠.
- إبراهيم، أمال؛ وكمال، محمد (٢٠٢٠م). المشكلات النفسية المترتبة على جائحة كورونا المستجد Covid-19: بحث وصفي استكشافي لدى عينة من طلاب وطالبات الجامعة بمصر. *المجلة التربوية*، جامعة سوهاج: كلية التربية. (ع. ٧٤)، ص ١٠٤٨-١٠٨٩.
- أبو سنة، نورة حمدي محمد (٢٠١٥م). علاقة التعرض للصحف السعودية الورقية والإلكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا. *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر. (العدد ٤٣). ص ص ٨٥ - ١٦٦.
- أبو عربيان، عبير عبيد سلمي (٢٠١٨م). *فاعلية توظيف تقنية الإنفوجرافيك (الثابت - المتحرك) في تنمية مهارات حل المسألة الوراثة في العلوم لدى طالبات الصف العاشر الأساسي بغزة*. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية التربية.
- أحمد، لجين بنت محمد ابن علي (٢٠١٨م). "الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات في الصحف السعودية: دراسة تطبيقية على صحيفتي عكاظ ومكة". *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. (العدد ٢٠)، ص ص ٥٠٦:٤٥٧.
- البطل، هاني إبراهيم أحمد (٢٠١٩م). "انقرائية الإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي". *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر. (العدد ٥١). ص ص ١٦٠:١٣٠.
- الجريوي، سهام بن سلمان محمد (٢٠١٤م). *فاعلية برنامج تدريبي مقترح في تنمية مهارات تصميم الخرائط الذهنية الإلكترونية من خلال تقنية الإنفوجرافيك ومهارات الثقافة البصرية لدى المعلمات قبل الخدمة*. *مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس*، المملكة العربية السعودية، العدد (٤٥)، المجلد ٤، ص ص ١٣ - ٤٧.
- الغريب، سعيد محمد (٢٠١٧م). "استخدام فن الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية المصرية: دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون". *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام. المجلد ١٦، (العدد ٢). ص ص ١:٥٠.
- الفرم، خالد فيصل (٢٠١٤م). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية. *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر. (العدد ٤٢)، ص ص ٢٦٧: ٢٩٢.
- الضامن، رشا فواز (٢٠١٢م). "استخدام الشباب الكويتي لشبكة الانترنت وعلاقته بقرائنه الصحف الكويتية المطبوعة". رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- جمعة، على حمودة (٢٠١٧م). "معالجة انفوجرافيك الصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها: دراسة تطبيقية". *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر. (العدد ٤٨). ص ص ٥٩: ١٠٤.
- حسين، أمال سعد الدين (٢٠١٨م). "استخدامات الجمهور السعودي لصحافة البيانات الإنفوجرافيك المنشورة بالصحف الإلكترونية والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية". *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام جامعة القاهرة. (العدد ٦٥). ص ص ٣٨١:٣١٩.

- سليم، عبير محمد (٢٠١٨م). "استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك: دراسة تحليلية مقارنة". *المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعلم الإلكتروني*، فلسطين، جامعة القدس المفتوحة. المجلد ٦، (العدد ١٢). ص ص ٢٠:١١.
- الشهاوي، سماح عبد الرزاق (٢٠١٦م). "تأثير الإنفوجراف التفاعلي على إدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى: دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعات". *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام. (العدد ٥٦). ص ص ٢٣٣:١٧١.
- طابع، سامي (٢٠٠١م). *بحوث الإعلام*. القاهرة: دار النهضة العربية، ط ١.
- عصافرة، على محمد على (٢٠١٩م). "واقع الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية والمصرية: دراسة تحليلية مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة، فلسطين، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب.
- عبد الحليم، وليد محمد (٢٠٢٠م)، تأثير وسائل الإعلام علي التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا (كوفيد١٩) دراسة ميدانية. *مجلة الدراسات الإعلامية*، برلين: المركز العربي الديمقراطي. (العدد ١١)، مايو ٢٠٢٠، ص ص ٥٣٥-٥٥١.
- عبد الحليم، محمود محمد (٢٠٢٠م). أثر نمط تقديم القصة الإخبارية باستخدام الإنفوجرافيك على تنمية التفكير البصري للأطفال ضعاف السمع. *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر. (العدد ٥٤) الجزء الأول، ص ص ٣٥٧-٤١٦.
- عبدالفتاح، أحمد عادل (٢٠١٣م). "التفاعلية بالمواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري: في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.
- عبد الباسط، حسين محمد أحمد (٢٠١٥م). المرتكزات الأساسية لتفعيل استخدام الإنفوجرافيك في عمليتي التعليم والتعلم. *مجلة التعليم الإلكتروني*. جامعة المنصورة، (١٤ع).
- عبد المقصود، محمد جمال محمد (٢٠١٨م). "دراسة دور التصميم الإنفوجرافيكية لتبسيط الرسالة الإعلامية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور". *مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية*، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية. (العدد ١٠). ص ص ٥٣٧:٥١٣.
- عطية، مروة (٢٠١٨م). "تأثير استخدام رسوم الإنفوجرافيك في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الاخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت: دراسة شبة تجريبية". *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الأهرام الكندية. (العدد ٢٢). ص ص ١٣٣:١١٤.
- علة، عيشة (٢٠٢٠م). دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد١٩) دراسة ميدانية. *مجلة الدراسات الإعلامية*. برلين: المركز العربي الديمقراطي. (العدد ١١)، ص ص ٤٩٦-٥١٥.
- عويدات، جاد (٢٠٢٠م). تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر فيسبوك "دراسة ميدانية لمستخدمي صفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "فرانس ٢٤". *مجلة الدراسات الإعلامية*. برلين: المركز العربي الديمقراطي. (ع. ١١)، ص ص ٥٧٢-٥٨٦.

المراجع الأجنبية:

- Adriaanse, A. M., & Voordijk, H. (2002, September). Information richness in construction projects: A critical social theory. In Proceedings 18th annual ARCOM conference (pp. 2-4)
- Bicen, H., & Beheshti, M. (2017). The Psychological Impact of Infographics in Education. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 8(4), 99-108.

- Cairo, A. (2012). *The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization*. New Riders.
- Chen, Q., Min, C., Zhang, W., Wang, G., Ma, X., & Evans, R. (2020). Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis. *Computers in Human Behavior*, . pp.1-11.
- Dick, M. (2015). Just Fancy That. *Journalism Studies*, 16:2, p.152. Oxford: Routledge. DOI: 10.1080/1461670X.2013.872415.
- Elavarasan, R. M., & Pugazhendhi, R. (2020). Restructured society and environment: A review on potential technological strategies to control the COVID-19 pandemic. *Science of The Total Environment*, pp.1-18.
- Hornung, J. M. (2015). Revisiting media richness theory: Social cues impact on understanding in a textual world. PhD, Pace University, New York City. p.24.
- Kim, G., & Lui, C. (2010). The impacts of blink on graphical information processing. *International Journal of Information Processing and Management*, 1, 124-132. Available at: <http://researchonline.jcu.edu.au/16518/1/17-IJIPM1-052048IP.pdf>
- Kovalenko, Alla (2020) ." VISUAL JOURNALISM AND ITS GENRES IN THE BRITISH PRESS COVERAGE OF THE "REFUGEE CRISIS" (ON MATERIALS OF THE GUARDIAN). *Mechnikov National University*, № 25. pp.7-10 DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2019.25.195589>
- Kummitha, R. K. R. (2020). Smart technologies for fighting pandemics: The techno-and human-driven approaches in controlling the virus transmission. *Government Information Quarterly*, pp.1-11.
- Langer, J., & Zeiller, M. (2017, November). Evaluation of the User Experience of Interactive Infographics in Online Newspapers. University of Applied Sciences Burgenland.
- Marc.-André. Kaufhold (2020)" Empirical insights for designing Information and Communication Technology for International Disaster Response" *International Journal of Disaster Risk Reduction..* pp.1-27.
- Merle, P. F., Callison, C., & Cummins, R. G. (2014). How arithmetic aptitude impacts attention, memory, and evaluation of static versus dynamic infographics in online news: An eye-tracking study. *Electronic News*, 8(3), 177-197.
- Mustaffa, N. (2006). Role of graphics in readers' access and retention of online news stories A thesis presented to University of Cardiff, Wales.
- Nielsen, J. (2012). Usability 101: Introduction to Usability. Nielsen Norman Group. *Recuperado de* <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>[Octubre 27, 2014].
- Olivo, M. T. (2015). Visualizing the News: An Analysis of a Year in Interactive News from The New York Times and The Washington Post. , Master Thesis, The Rochester Institute of Technology, 14.
- Rodriguez, P. R. (2017). Effectiveness of YouTube advertising: A study of audience analysis. M.A. Thesis, Rochester Institute of Technology, 2017.
- Segel, E., & Heer, J. (2010). Narrative visualization: Telling stories with data. *IEEE transactions on visualization and computer graphics*, 16(6), 1139-1148.
- Segel, E., & Heer, J. (2010). Narrative visualization: Telling stories with data. *IEEE transactions on visualization and computer graphics*, 16(6), p. 1139-1148..
- Shen, K., Yang, Y., & Wang, T. (2020). Global Pediatric Pulmonology Alliance. Diagnosis, treatment, and prevention of 2019 novel coronavirus infection in children: experts' consensus statement. *World J Pediatr*, 1-9.

- Singh, L., Bansal, S., Bode, L., Budak, C., Chi, G., Kawintiranon, K., ... & Wang, Y. (2020). A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter. a paper presented to University of Minnesota.
- Tian, Q. (2015). *How information graphics promote interactions between the media and audiences* (Doctoral dissertation, University of Missouri--Columb
- Wang, Y., Di, Y., Ye, J., & Wei, W. (2020). Study on the public psychological states and its related factors during the outbreak of coronavirus disease 2019 (COVID-19) in some regions of China. *Psychology, Health & Medicine*, 1-10..
- Weber, W., & Rall, H. (2013). „We are journalists.“Production Practices, Attitudes and a Case Study of the New York Times Newsroom. In *Interaktive infografiken* (pp. 161-172). Springer Vieweg, Berlin, Heidelberg.
- Wen, J., Aston, J., Liu, X., & Ying, T. (2020). Effects of misleading media coverage on public health crisis: A case of the 2019 novel coronavirus outbreak in China. *Anatolia*, 31(2), 331-336.
- World Health Organization Covid 19 Infection. Available online: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>.

Use of Electronic Newspapers for Infographics in Covering the Repercussions of the COVID 19 Pandemic

Dr. Mohamed Abdel-Hamid Ahmed
MohamedAbdElhamied942.el@azhar.edu.eg
Assistant Professor of Journalism and Publishing,
Faculty of Mass Communication,
Al-Azhar University

Abstract

This study sought to identify the role of infographic in covering the repercussions of the Corona virus, by revealing the extent to which Arab newspapers employ this in the press coverage of the Corona pandemic, and analyzing the quality of the contents covered by the infographic, and the objectives of the infographic used in Arab newspaper websites, and the researcher analyzed the infographics employed in the websites of Arab press institutions, namely (Akhbar Elyom website, the Saudi newspaper Al-Riyadh website, and Albayan newspaper website), during the period from March 1, 2020 AD to May 31, 2020 AD, using a comprehensive inventory of the analytical contents related to the topic of the study. The study concluded to a number of results, including:

- The interest of the study newspapers in employing the infographics to cover the repercussions of the Corona virus, as the percentage of infographics related to the implications of the Corona virus reached (67.21%) of the total infographics that were analyzed during the study period.
- The government's decisions to combat the epidemic came at the top of the list of those topics included in the infographic, then the topics related to the statistics of infection with the second order virus, then the infographic on the methods of transmission and symptoms of infection.
- The goals of the infographic used in Arab electronic newspaper websites were preventive awareness, then informing and briefing, then advocating and supporting decisions, and then providing information about the virus.

Keywords: Infographic - Corona 2019 - Health awareness - Arab electronic newspapers.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency
Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby St.

Email: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$.with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.50 = 100% in the year of 2019G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRR Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRR

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRR

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Associate Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghby Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaity (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Youssef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice-Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharaf (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.



Media and the Corona pandemic: credibility or crises and rumors?

Abstracts of Arabic Researches:

- **Dr. Mohamed Abdel-Hamid Ahmed - Al-Azhar University**
Use of Electronic Newspapers for Infographics in Covering the Repercussions of the COVID 19 Pandemic 7
- **Dr. Merhan Mohsen Tantawi - Pharos University**
Evaluating the Communication Methods Used in E-Learning during the Corona Pandemic, and Extent of their Effectiveness for Students: Case Study 8
- **Dr. Hagar Mahmoud Mohamed Omar - 6th October University**
Egyptian Public's Use of "Television" and "Facebook" to Get Information about the Corona Pandemic and their Attitudes towards Governmental Performance in the Infodemic 9
- **Dr. Eman Saber Sadek Shaheen - Ain Shams University**
Influential Factors on Egyptian Public's communication behavior during COVID-19 crisis: A field study 11
- **Dr. Mohamed Osman Hassan - Alexandria Media Higher Institute**
Media Framing of the Corona Virus Pandemic (covid-19) on the Electronic News Websites: An analytical Study on a Sample of Egyptian news Websites 12
- **Dr. Mahmoud Mohamed Mohamed Abdel Halim - Ain Shams University**
Egyptian and Saudi Teenagers' Dependence on Media to Obtain Information during Health Crises: New Corona Pandemic 'Covid-19' as a Model 13
- **Dr. AbdulHafiz AbdulJawad Darwish - Taibah University**
Role of the Saudi News Websites in Health Education during the Corona 'Covid-19' Pandemic Institutions 14
- **Shimaa Mohmed AbdRehem Zayan - Damanhur University**
Strategies to Confront Rumors about the COVID 19 Crisis and Its Repercussions on Official Websites: An Applied Study on the Websites of the Ministry of Health and the World Health Organization 16

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019Copyright 2020@APRA 

www.jprr.epra.org.eg