

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



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

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

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

مساعدو رئيس التحرير:

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

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

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

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

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

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

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

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

التدقيق اللغوي:

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

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

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الثاني والسبعون - الجزء الرابع - ربيع الأول ١٤٤٦هـ - أكتوبر ٢٠٢٤م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

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

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

الهيئة الاستشارية للمجلة

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

محتويات العدد

- الأسس المهنية والأخلاقية لتغطية الصحفيين للجنازات والعزاءات باستخدام الهاتف الجوال
أ.د/ غادة عبد التواب اليماني
٢١٢٥
- الدمج بين النظريات الكلاسيكية والمستحدثة في ضوء الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الجديد
أ.م.د/ فرج خيرى عبد الجيد درويش
٢١٧٥
- تناول الدراما التلفزيونية لمخاطر استخدام الشابات لتطبيق التيك توك - دراسة حالة: مسلسل أعلى نسبة مشاهدة
أ.م.د/ شادية محمد جابر الدقناوي
٢٢٢٧
- توظيف الإنفوجرافيك على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على الفيسبوك للتوعية بالصحة النفسية: دراسة كيفية
د/ مريم عادل وليم بسطا
٢٢٩٥
- سيميائية صور محاولة اغتيال دونالد ترامب خلال الدعاية الانتخابية للرئاسة الأمريكية ٢٠٢٤: دراسة تحليلية للصور المنشورة على المواقع الرسمية للقنوات التلفزيونية الدولية د/ إلهام سيد السايح حمدان
٢٣٥٩
- تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على استهداف وتشكيل توجهات الشباب المصري نحو قضايا الرأي العام: دراسة ميدانية للشباب وآراء الخبراء في الإعلام والذكاء الاصطناعي
د/ نهلة حلمي محمد
٢٤١٥
- استراتيجية تغيير العلامة التجارية وتأثيرها على قيمتها لدى المستهلكين- دراسة ميدانية
د/ إيناس السعيد إبراهيم
٢٥٠٥

■ تقنيات الذكاء الاصطناعي بشركات الاتصالات المصرية ودورها في إدارة علاقات العملاء - دراسة ميدانية
د/ هاني إبراهيم السمان

٢٥٨٣

■ تعرض الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة وعلاقته بتنمية الوعي بقضايا تغير المناخ والمنتجات المستدامة
د/ أحمد الهاللي

٢٦٦٣

■ اتجاهات الجمهور نحو استخدام الشركات لتقنية التزييف العميق (Deep fake) في إعادة تقديم الإعلانات القديمة بصورة حديثة «بالتطبيق على إعلان شركة بيبسي ٢٠٢٤ - خليك عطشان»
د/ محمد عبد الحلیم حافظ مصطفى

٢٧٤٩

■ المشهد الإعلامي الجديد: التقارب الإعلامي وأسطورة الديمقراطية وانقراض الصحافة
سعود ربيع موسى القحطاني

٢٧٩٩

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

توظيف الإنفوجرافيك على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة
والسكان المصرية على الفيسبوك للتوعية بالصحة النفسية؛
دراسة كيفية

- Employing infographics on the official page of the Egyptian Ministry of Health and Population on Facebook to raise awareness of psychological health: A qualitative study

د/ مريم عادل وليم بسطا

مدرس بكلية الإعلام - جامعة عين شمس

Email: mariam.adel@masscomm.asu.edu.eg

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى توصيف وتحليل كيفية توظيف الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية عبر الفيسبوك للإنفوجرافيك في تقديم موضوعات الصحة النفسية، وتقييم الجمهور لفعاليتها في التوعية ونشر المعرفة بمجال الصحة النفسية، استنادًا إلى نظرية الترميز الثنائي. وتُعد الدراسة الحالية دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح بشقه الكيفي باستخدام أداة تحليل المحتوى الكيفي لعينة من إنفوجرافيك الصحة النفسية المنشور على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية خلال عام كامل، بلغ إجمالي عددها (146) إنفوجرافيك، إضافة إلى أداة مجموعات النقاش المُركّزة التي طُبِّقت على ثلاث مجموعات من الجمهور المصري ممن يتابعون الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان بإجمالي (30) مفردة. وكشفت نتائج الدراسة عن الدور البارز للإنفوجرافيك المنشور على صفحة وزارة الصحة والسكان في جذب وتوعية المبحوثين بمجال الصحة النفسية. وتصدّر موضوع «الإدمان» قائمة موضوعات الصحة النفسية التي ركّز عليها الإنفوجرافيك خلال فترة تحليل الدراسة، يليه موضوع «سلامة الصحة النفسية» معتمداً على الأسلوب الخبري في تناولهما، بينما جاءت موضوعات «الاكتئاب» و «القلق» و «التوتر» أبرز موضوعات الصحة النفسية التي جذبت انتباه المبحوثين داخل مجموعات النقاش المُركّزة. واتسمت سمات تصميم إنفوجرافيك الصحة النفسية بالاعتدال في استخدام الألوان، ووضوح عنصر التباين اللوني، والاستعانة بالصور الفوتوغرافية والرسوم التعبيرية لتوضيح المعلومات النصية المكتوبة.

الكلمات المفتاحية: الإنفوجرافيك، الصحة النفسية، الإعلام الصحي، نظرية الترميز الثنائي.

Abstract

The study aims to describe and analyze how the official page of the Egyptian Ministry of Health and Population on Facebook uses infographics to present psychological health topics, and the public's evaluation of its effectiveness in raising awareness and spreading knowledge in the field of psychological health based on dual-coding theory. The current study is descriptive and relied on the survey approach using the qualitative content analysis tool for a sample of psychological health infographics published on the official page of the Egyptian Ministry of Health and Population over a full year, totaling (146) infographics, in addition to the focus groups discussion tool, which was applied to three groups of the Egyptian public who follow the official page of the Ministry of Health and Population, with a total of (30) respondents. The results of the study revealed the prominent role of infographics published on the page of the Ministry of Health and Population in attracting and educating respondents in the field of psychological health. The topic of "addiction" topped the list of psychological health topics that the infographic focused on during the study analysis period, followed by the topic of "psychological health safety" based on the informative approach in addressing them, while the topics of "depression," "anxiety," and "stress" were the most prominent psychological health topics that attracted the attention of the respondents in the focus groups discussion. The design features of the psychological health infographic were characterized by moderation in the use of colors, clarity of the color contrast element, and the use of photographs and expressive drawings to clarify the written textual information.

Key words: Infographic, psychological Health, Health communication, dual-coding Theory

ظهر الإنفوجرافيك كأحد الأشكال الصحفية الحديثة خلال السنوات الأخيرة، وأطلق عليه "صحافة البيانات"، وسُرعان ما أصبح جزءاً أساسياً من معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للأحداث المختلفة، واستطاع في وقت قصير أن يجذب اهتمام أكبر عدد من القراء؛ لما يتسم به من قدرة على تبسيط المعلومات واختصارها وتقديمها بشكل لافت للانتباه؛ مستخدماً الرسوم والصور والألوان المناسبة لطبيعة المعلومات المقدمة.

وارتبط الإنفوجرافيك في بداية ظهوره بالموضوعات الاقتصادية والرياضية بشكل كبير، معتمداً على الرسوم البيانية في المقام الأول، ومع انتشاره وتوسعه، بدأت المواقع والصحف الإلكترونية وصفحات الوسائل الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي في توظيف الإنفوجرافيك في المجالات والموضوعات المختلفة، بوصفه وسيلة إعلامية لتبسيط المعلومات الصعبة وسرعة توصيلها للجمهور المُتلقي.

ومع اجتياح جائحة كورونا عام 2020، بدأت المواقع الإلكترونية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي في الالتفات نحو استخدام فن الإنفوجرافيك لنقل المعلومات الصحية في شكل نصائح موجزة، وتوعية الأفراد بطرق الوقاية من الفيروس المستجد من خلال الرسوم التوضيحية. ولعل أكثر أشكال الإنفوجرافيك التي انتشرت خلال تلك الأونة هو الإنفوجرافيك الذي يُقدم إحصائيات وأرقاماً بمعدلات الإصابة والوفيات يومياً، وتميزت به الصفحات الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وبدأ الجمهور منذ ذلك الحين بالاهتمام بمتابعة الإنفوجرافيك الخاص بالمعلومات الصحية بشكل عام للحصول على المعرفة الصحية بطريقة جذابة وسهلة الفهم والإدراك والتذكر.

ويعد مجال الصحة النفسية أحد أقسام المجال الصحي التي لم تحظ بالاهتمام نفسه من جانب الوسائل الإعلامية المختلفة، على الرغم من انتشار أمراض واضطرابات الصحة النفسية بشكل كبير بين مختلف فئات المجتمع كنتيجة متوقعة لتزايد ضغوط الحياة وما يواجهه أفراد المجتمع من أزمات وتحديات مستمرة سواء اقتصادية أو اجتماعية. وفي أواخر عام 2021، أعلنت وزارة الصحة والسكان المصرية عن تخصيص خط ساخن لتقديم الاستشارات النفسية المجانية، لتبدأ الوزارة من خلال صفحتها الرسمية عبر فيسبوك في التركيز على مجال الصحة النفسية، وتقديم النصائح والتوجيه والإرشاد باستمرار من خلال رسوم الإنفوجرافيك؛ لنشر الوعي بالصحة النفسية بين فئات المجتمع المصري، لذا تنطلق الدراسة الحالية للكشف عن كيفية توظيف الإنفوجرافيك على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان لتوعية أفراد المجتمع بمجال الصحة النفسية.

الدراسات السابقة:

بعد مراجعة التراث العلمي المتعلق بتوظيف الإنفوجرافيك في المجال الصحي، تستعرض الباحثة الدراسات السابقة على النحو الآتي:

ركزت عديد من الدراسات السابقة على توظيف فن الإنفوجرافيك خلال الأزمات الصحية، وتحديدًا جائحة فيروس كورونا عام 2020، واتجه بعضها نحو رصد الدور التوعوي للإنفوجرافيك خلال تلك الجائحة وتفضيلات الجمهور لها، ومنها دراسة (نهي كامل مسلم، 2022)¹، التي سعت للتعرف على طبيعة استخدام القائمين بالاتصال بوزارة الصحة الفلسطينية لصحافة الإنفوجرافيك في توعية الجمهور الفلسطيني بمخاطر جائحة كورونا، مستندة إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، واستخدمت الدراسة في إطار منهج المسح أداتي الاستبانة والمقابلات المتعمقة مع عدد من القائمين بالاتصال. وانتهت الدراسة إلى أن غالبية الباحثين يتفاعلون بدرجة متوسطة من خلال الإعجاب Like مع التعليمات والإرشادات المقدمة من خلال الإنفوجرافيك الخاص بالتوعية بمخاطر جائحة كورونا، وجاء الإنفوجرافيك التفاعلي في مقدمة أنواع الإنفوجرافيك التي يفضلها أفراد عينة الدراسة، يليه الإنفوجرافيك المتحرك، إضافة إلى ذلك، أبدى أفراد العينة تفضيلهم للإنفوجرافيك الذي يتضمن رسوماً توضيحية للتوعية بمخاطر الجائحة، يليه المخططات البيانية، وتصدرت سرعة الحصول على المعلومات وبساطتها والاطلاع

على الإحصائيات الجديدة قائمة أسباب استخدام عينة الجمهور للإنفوجرافيك للحصول على معلومات خلال جائحة كورونا.

واستهدفت دراسة (Alex Lee et al., 2022)² رصد تصورات مُستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عن فاعلية استخدام الإنفوجرافيك في نقل وتبسيط المعلومات المتعلقة بجائحة كورونا مقارنة بالتقارير المكتوبة، وذلك من خلال تطبيق أداة الاستبانة على عينة قوامها 361 مبحوثاً من مُستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من طلاب جامعة ويسترن (Western)، وأظهرت نتائج الدراسة اتفاق غالبية المبحوثين على أن الإنفوجرافيك ساعدهم بشكل بارز على فهم المعلومات المُعقدة عن فيروس كورونا، ونجح في جذب انتباههم مقارنة بالتقارير الإخبارية المكتوبة. كما كشفت النتائج عن تفضيل كثير من المبحوثين للإنفوجرافيك الأقل ازدحاماً بالصور والرسوم مع نص أكثر إيجازاً، وذكر غالبية المبحوثين أن الإنفوجرافيك الذي يتضمن عدداً كبيراً من الكلمات فشل في الحفاظ على استمراريتهم في قراءة ما يتضمنه من معلومات، كما أوضح المبحوثون أن حجم الخط الصغير وعدم توافر عنصر التباين اللوني يمكن أن يجعل النص أقل وضوحاً، ومن ثمَّ يؤثر في استيعابهم ووعيهم بالمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا.

وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (حنان كامل مرعى، 2021)³، التي استندت إلى نظرية التهيئة المعرفية للمقارنة بين دور كل من الإنفوجرافيك الثابت والتفاعلي في توعية الشباب المصري الجامعي بأعراض فيروس كورونا وطرق الوقاية منه، وذلك من خلال الاعتماد على منهج المسح الإعلامي باستخدام أداة الاستبانة. وبيّنت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من المبحوثين أظهرت مستوى مرتفعاً من الوعي الصحي نتيجة الاعتماد على الإنفوجرافيك بنوعيه الثابت والتفاعلي مصدراً للحصول على المعلومات عن فيروس كورونا. وتمثلت أبرز المعلومات الصحية التي حصل عليها المبحوثون من خلال الإنفوجرافيك في الاهتمام بالنظافة الشخصية والأغذية الصحية وفوائدها ومعرفة طرق العدوى وانتشار الفيروس. كما كشفت الدراسة عن تفوق الإنفوجرافيك التفاعلي على نظيره الثابت في تفضيلات المبحوثين خلال بحثهم عن معلومات بشأن أعراض الفيروس المستجد وطرق الوقاية منه.

وبالتطبيق على فئة الجمهور نفسها، حاولت دراسة (أحمد محمد صالح، 2020)⁴ الكشف عن دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية الرسمية عبر فيسبوك (وزارة الصحة والسكان - رئاسة مجلس الوزراء - المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان) في إمداد الشباب المصري الجامعي بالمعلومات عن فيروس كورونا، ولتحقيق الهدف الرئيس للدراسة وظَّف الباحث نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وطبَّق أداة الاستبانة على عينة عمدية من الشباب الجامعي. وأوضحت نتائج الدراسة أن أبرز أسباب متابعة عينة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك تمثلت في تبسيط واختصار المعلومات عن فيروس كورونا، يليه سرعة الحصول على المعلومات من خلال الإنفوجرافيك، وفيما يتعلق بأهم المعلومات التي اكتسبها الشباب الجامعي عينة الدراسة عن فيروس كورونا، جاءت أرقام الإصابات والوفيات في الترتيب الأول، وجاء شكل الإنفوجرافيك المتحرك في مقدمة الأشكال التي يفضل أفراد عينة الدراسة متابعتها على الصفحات الرسمية الحكومية عبر فيسبوك.

في حين سلَّطت مجموعة أخرى من الدراسات الضوء على سمات توظيف الإنفوجرافيك لنقل المعلومات الخاصة بجائحة كورونا، ومنها دراسة (طلعت عبد الحميد عيسى وأيوب موسى سليمان، 2022)⁵، التي رصدت درجة اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية بتوظيف الإنفوجرافيك في نشر المعلومات عن جائحة كورونا، وطبيعة الموضوعات التي ركَّز عليها، واعتمد الباحثان على نظرية ترتيب الأولويات في الإجابة عن تساؤلات الدراسة، من خلال التعرف على ترتيب موضوعات جائحة كورونا في الإنفوجرافيك المقدم بالمواقع الإخبارية الفلسطينية، واتبعت الدراسة منهج المسح الإعلامي باستخدام أداة تحليل المضمون، وتطبيقها على عينة من الإنفوجرافيك بموقعي (الرسالة نت - وكالة صفا) بإجمالي 86 إنفوجرافيك. وأشارت النتائج إلى تصدر موضوع التوعية والإرشاد موضوعات الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا بموقعي الدراسة، واستخدم الموقعان الاتجاه الطولي في المقام الأول في عرض الموضوعات، ولجأ الموقعان إلى توظيف أكثر من أربعة ألوان. واهتما باستخدام عناصر الإنفوجرافيك البصرية والمقروءة معاً، كما

تتوعد أنواع المعلومات المستخدمة فجاءت الإحصائيات في عرض معلومات الإنفوجرافيك في الترتيب الأول بموقعي الدراسة.

وركزت دراسة (Manushri Pandya, 2021)⁶ على تحليل ثلاثة عناصر محددة داخل عينة عمدية من رسوم الإنفوجرافيك التي استخدمها الموقع الإلكتروني لكل من مركز السيطرة على الأمراض (CDC)، ومنظمة الصحة العالمية، وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات عن جائحة كورونا، وتمثلت تلك العناصر في (أنواع المعلومات - أسلوب تنظيم وعرض النصوص والرسوم - الاستراتيجيات الإقناعية المستخدمة)، وانتهت نتائج التحليل الكمي والكيفي لعينة عمدية من رسوم الإنفوجرافيك بلغ حجمها 110 إنفوجرافيك إلى أن أبرز المعلومات التي تضمنها الإنفوجرافيك عينة الدراسة تمثلت في المعلومات الإرشادية في المقام الأول، وتميز تصميم وأسلوب تنظيم المعلومات داخل الإنفوجرافيك المنشور على الموقع الإلكتروني والصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية بالأسلوب التجريدي، الذي أعطى للجمهور مزيداً من الحرية لاستكشاف مكونات الإنفوجرافيك، واستخدم الإنفوجرافيك التابع لكل من مركز سيطرة على الأمراض ومنظمة الصحة العالمية الرسوم والعناصر المرئية التي أسهمت في جعل المعلومات المقدمة أكثر قابلية للفهم من جانب الجمهور، إضافة إلى تجنب الاعتماد على الاستمالات التخوفية أسلوباً إقناعياً داخل الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا.

وفي السياق ذاته، تبلورت مشكلة دراسة (ريم نجيب زناتي، 2020)⁷ في التعرف على كيفية توظيف الإنفوجرافيك عبر الصفحات الرسمية لوزارة الصحة بثلاث دول عربية (مصر - السعودية - الكويت) عبر منصة إكس X (تويتر سابقاً) في معالجة المعلومات الصحية المتعلقة بفيروس كورونا، استناداً إلى نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية. ومن خلال تطبيق أداة تحليل المضمون على عينة من رسوم الإنفوجرافيك المنشورة على الصفحات عينة الدراسة بلغ حجمها 1381 إنفوجرافيك، توصلت الدراسة إلى أن الشكل العرضي جاء في مقدمة الأشكال الفنية للإنفوجرافيك، كما لجأت صفحتا وزارة الصحة المصرية والسعودية إلى استخدام أكثر من ثلاثة ألوان في تصميم الإنفوجرافيك الخاص بموضوعات جائحة كورونا، في مقابل التزام صفحة وزارة الصحة الكويتية باستخدام عدد

الإنفوجرافيك لنقل معلومات عن "عوامل الخطر"، متمثلة في عدد الوفيات والمناطق الأكثر انتشاراً بالمرض، التي شهدت حظر تجول، وذلك مقارنة بالإنفوجرافيك الذي وُظف لنقل المعلومات عن أسباب المرض وطرق انتقاله، فضلاً عن تفوق صحيفة (The times of India) في استخدام الإنفوجرافيك المعتمد على الرسوم بدرجة أكبر من النصوص مقارنة بصحيفة (The Hindu).

ونجد فريقاً آخر من الباحثين اهتم بدراسة توظيف الإنفوجرافيك في نقل وتوصيل المعلومات الصحية بشكل عام، مثل دراسة (Sujin Butdisuwan et al., 2024)¹⁰، التي تحققت من فاعلية استخدام الإنفوجرافيك في تقديم المفاهيم الطبية المعقدة بشكل مفهوم للجمهور العام على اختلاف فئاته عبر منصات التواصل الاجتماعي والمنصات الإلكترونية الطبية. ولتحقيق أهداف الدراسة طُبقت أداة الاستبانة الإلكترونية على عينة من الباحثين المتخصصين في مجال الصحة ممن لديهم أبحاث علمية منشورة في مجال تخصصهم بلغ قوامها 339 مفردة. وأجمع الباحثون على الدور الفعال لاستخدام الإنفوجرافيك في تحقيق أهداف متعددة، بما في ذلك زيادة المشاركة من جانب الجمهور، وتبسيط المعلومات الطبية المعقدة، وتعزيز الجاذبية البصرية للمعلومات، وضمان وصول المعلومات للجمهور. وحدد أفراد العينة عناصر نجاح الإنفوجرافيك في نشر المعلومات الصحية، التي تمثلت في الوضوح والإيجاز، وتدعيمه بالآليات التفاعلية المرئية والبيانات الفعالة. وفيما يتعلق بأنواع البيانات المناسبة لتوظيف الإنفوجرافيك في المجال الصحي، وجد الباحثون أن أبرز تلك الأنواع من البيانات تشمل البيانات الإحصائية والصور الطبية ونتائج التجارب الطبية.

وركزت دراسة (Nazanin Derakshan et al., 2024)¹¹ على تصورات مريضات سرطان الثدي نحو دور رسوم الإنفوجرافيك المنشورة على موقع مؤسسة (abcdiagnosis) الخيرية بالمملكة المتحدة في زيادة وعيهن بالمرض، وتأثيرها المحتمل في شعور مريضات السرطان بالسيطرة على مخاوفهن الصحية وقلقهن من الإصابة بالمرض مجدداً. ومن خلال استخدام أداة الاستبانة وتطبيقها على عينة من مريضات سرطان الثدي بلغ قوامها 110 مفردات، توصلت الدراسة إلى إجماع أفراد العينة على

أن رسوم الإنفوجرافيك أسهمت بشكل بارز في الشعور بالسيطرة على صحتهن بشكل أكبر، كما وافقن على أن الإنفوجرافيك نجح في تزويدهن بالمعرفة الأساسية اللازمة لطلب الرعاية الطبية عند الضرورة، وأوضحت النتائج تأييد أفراد العينة لاستخدام الإنفوجرافيك في مجال المعلومات الصحية والطبية نظراً لقدرته الهائلة على زيادة المعرفة بأعراض انتشار المرض.

واتجهت دراسة (ولاء محمد أحمد، 2023)¹² شبه التجريبية إلى التعرف على تأثير معالجة المواقع الإخبارية للأزمات الصحية من خلال رسوم الإنفوجرافيك في إدراكها وتذكرها من جانب الشباب المصري، استناداً إلى نظرية تمثيل المعلومات، بتطبيق الدراسة على عينة من المتطوعين بلغ قوامها 90 متطوعاً من طلاب جامعة سوهاج. وانتهت الدراسة إلى أن المجموعات التي تعرضت لإنفوجرافيك مصاحب للنص الإخباري كان لديها مستويات مرتفعة من الإدراك والتذكر مقارنة بنظيرتها التي تعرضت لإنفوجرافيك مستقل بذاته. كما أكدت الدراسة أن تكرار المعلومات الواردة في النص داخل رسوم الإنفوجرافيك المصاحبة لتلك النصوص الخيرية كان له تأثير واضح في تعزيز إدراك المتلقي وتذكره للمضمون الإخباري.

واتساقاً مع أهداف الدراسة السابقة ونتائجها، اهتمت دراسة (أسماء مصطفى قاسم، 2023)¹³ بالتعرف على كيفية معالجة مواقع الصحف الإلكترونية المصرية للقضايا الصحية من خلال رسوم الإنفوجرافيك، ودورها في زيادة الوعي الصحي لدى الشباب الجامعي، من خلال الاعتماد على منهج المسح الإعلامي، واستخدام أداة الاستبانة التي طُبِّقت على عينة قوامها 400 مفردة من شباب جامعة جنوب الوادي. واستندت الدراسة إلى نظرية الترميز الثنائي للمعلومات (Dual-coding Theory)، التي تفترض أن التعلم يتم بشكل أفضل من خلال دمج العناصر البصرية والسمعية واللفظية. وأكد غالبية الباحثين أن الإنفوجرافيك ساعدهم بشكل كبير على تذكر المعلومات الصحية لفترة زمنية طويلة. وجاء الإنفوجرافيك التفاعلي في مقدمة أنواع الإنفوجرافيك الصحي التي يُفضل الباحثون متابعتها على مواقع الصحف الإلكترونية. ورأى الباحثون أن

التعليمات والإرشادات التوعوية تُعد من أكثر أشكال الإنفوجرافيك التي تُزيد وعيهم الصحي، يليها الرسوم البيانية والإحصائيات.

من ناحية أخرى، حلت دراسة (عبد الله فيصل سروجي وشروق غازي نحاس، 2023)¹⁴ الأسس البنائية لتصميم العناصر البصرية داخل رسوم الإنفوجرافيك المستخدمة بصفحة وزارة الصحة السعودية عبر موقع فيسبوك، ضمن حملة "عش بصحة". وذلك من خلال تحليل مضمون خمسة رسوم إنفوجرافيك لرصد تطبيقها للأسس البنائية، وتحليل عناصرها البصرية، إضافة إلى تطبيق أداة الاستبانة على عينة من طلاب مرحلة البكالوريوس بلغ قوامها 50 مفردة. وانتهت الدراسة إلى تأكيد غالبية أفراد العينة أن اختيار الألوان غير المناسبة لعناصر الإنفوجرافيك كان له تأثير سلبي في استيعاب المعلومات المقدمة من خلاله، ومنها اختيار لون خلفية غير مناسب أو مزعج للعين، وكذلك الكتابة البيضاء على خلفية لونها فاتح. وتضمنت رسوم الإنفوجرافيك رموزاً وصوراً لها علاقة بمحتوى الإنفوجرافيك، وتم تلخيصها بشكل يساعد على فهم المعلومات المقدمة. واعتمدت غالبية رسوم الإنفوجرافيك على مخطط تصميمي واضح يساعد على ترابط العناصر مع بعضها، وتوزيعها بشكل يساعد على حركة العين داخل المساحة التصميمية، رغم أن بعضها لم تظهر الهوامش بالشكل المطلوب.

ورصدت دراسة (Anirudha Biswas & Md. Uzzal Talukder, 2023)¹⁵ استخدام الصحف في بنغلاديش لرسوم الإنفوجرافيك في تقديم المعلومات الصحية من خلال التحليل الكمي والكيفي لعينة من رسوم الإنفوجرافيك المتعلقة بالمجال الصحي، المقدمة في أربعة مواقع لصحف بنغلادشية بلغ قوامها 24 إنفوجرافيك. وركزت عينة رسوم الإنفوجرافيك عينة الدراسة على تناول موضوع "الغذاء والأمراض" في الترتيب الأول، يليه موضوع "الإنفاق الصحي"، ثم موضوع "الرعاية الصحية". في حين تجاهل الإنفوجرافيك عينة التحليل موضوعات "الفساد في المجال الصحي"، و"عجز الميزانية"، و"العدد غير الكافي من المهنيين المتخصصين في الرعاية الصحية". وأشارت النتائج إلى استخدام عينة الإنفوجرافيك الصور والرسوم التوضيحية للتمثيل المرئي للمعلومات، كما

اتجهت غالبية رسوم الإنفوجرافيك عينة الدراسة نحو الاعتماد على النصوص بدرجة أكبر من الأرقام في تقديم المعلومات الصحية.

واختبرت دراسة (Matthew Baxter et al., 2021)¹⁶ التجريبية فاعلية استخدام مبادئ التصميم لتعزيز قدرة رسوم الإنفوجرافيك في إدراك الجمهور للمعلومات الصحية العامة، وذلك من خلال تطبيق المنهج التجريبي على عينة قوامها 31 متطوعاً، بعرض ثلاثة رسوم إنفوجرافيك بتصميمات متفاوتة (جيدة/ متوسطة/ ضعيفة) عن ثلاث موضوعات صحية (سرطان الرئة/ الملاريا/ الزهايمر)، وتضمنت مبادئ التصميم الجيد للإنفوجرافيك الخاص بالصحة العامة استخدام نظام ألوان فعال دون إفراط، وإبراز المعلومات بوضوح دون تكديس، مع الاستعانة بالعناوين الجاذبة، وعدم اللجوء إلى الخلفيات التي تشتت الانتباه. وطلب من المشاركين الاستجابة لاستبانة مكونة من ثلاثة محاور، هي: سهولة الوصول إلى المعلومات - سهولة استيعاب المعلومات - جاذبية المعلومات، وعلى خلاف المتوقع، أشارت النتائج إلى أن تطبيق مبادئ التصميم له تأثير محدود في إمكانية تذكر معلومات مضامين الصحة العامة المقدمة من خلال الإنفوجرافيك.

وللتمييز بين أنواع الإنفوجرافيك الملائمة لتقديم المعلومات الصحية، استخدمت دراسة (Rafael de Castro Andrade & Carla Galvão Spinillo, 2016)¹⁷ المنهج التجريبي بهدف تقييم تأثير استخدام الرسوم المتحركة وسمات التفاعلية والنصوص والتعليق الصوتي داخل الإنفوجرافيك في فهم المعلومات الصحية، وخاصة المعلومات المتعلقة بدواء علاج السمنة. وأشارت نتائج الدراسة التجريبية التي أُجريت على عينة من المتطوعين بلغ قوامها 50 متطوعاً، إلى أن الدمج بين سمات التفاعلية والعناصر المتحركة داخل الإنفوجرافيك المتعلق بالمعلومات عن دواء علاج السمنة لم يساعد المتطوعين على فهم المعلومات المقدمة بشكل أفضل، رغم أن استخدام تلك السمات بشكل فردي قد يعزز الفهم، فإن تنظيم المحتوى على مراحل وإضافة أسهم تسمح للمشاركين في التجربة بالضغط عليها للتقليل بين تلك المراحل لم يساعد على الفهم؛ بل على العكس، استخدم المشاركون تلك الخاصية للتقدم السريع وتجاوز الخطوات الأساسية لفهم المحتوى،

وكذلك بيّنت النتائج أن السرد (أو التعليق الصوتي) إحدى المزايا الإيجابية المساعدة على فهم المعلومات الصحية خاصة عند استخدامه مع النص المكتوب.

التعليق على الدراسات السابقة:

1- لم تتطرق أية دراسة سابقة سواء عربية أو أجنبية -على حد علم الباحثة- إلى توظيف فن الإنفوجرافيك في مجال الصحة النفسية، وهو ما يعد إضافة جديدة للدراسة الحالية في مجال الإنفوجرافيك الصحي.

2- نال موضوع جائحة كورونا الاهتمام الأكبر من جانب الباحثين في مجال الإنفوجرافيك الصحي، وركزوا على دور الإنفوجرافيك في توعية الجمهور بأعراض المرض وطرق الوقاية منه، مثل دراسة (Alex Lee et al., 2022)، و(أحمد محمد صالح، 2020)، و(حنان كامل مرعي، 2021).

3- اهتمت معظم الدراسات الأجنبية في مجال الإنفوجرافيك الصحي بتقييم أنواع الإنفوجرافيك المناسبة وأساليب تصميمه وعناصر نجاحه، مثل دراسة (Alex Lee et al., 2022) و(Rafael de Castro Andrade & Carla Galvão Spinillo, 2022) و(Matthew Baxter et al., 2021) و(Sujin Butdisuwan et al., 2016)، في حين اهتمت الدراسات العربية بدرجة أكبر بدور الإنفوجرافيك في تبسيط المعلومات الصحية والتوعية بها، مثل دراسة (أسماء مصطفى قاسم، 2023)، و(ولاء محمد أحمد، 2023)، و(أحمد محمد صالح، 2020)، و(نهى كامل مسلم، 2022).

4- توصلت نتائج معظم الدراسات السابقة إلى إسهام الإنفوجرافيك الصحي في تبسيط المعلومات الصحية المختلفة المعقدة، ومساعدة الجمهور على فهمها وإدراكها وتذكرها، مثل دراسة (حنان كامل مرعي، 2021)، و(Alex Lee et al., 2022)، و(Nazanin Derakshan et al., 2024)، و(أحمد محمد صالح، 2020).

5- جاء هدف التوعية والإرشاد في مقدمة أهداف الإنفوجرافيك الصحي محل تحليل الدراسات السابقة، مثل دراسة (ريم نجيب زناتي، 2020)، و(محمد عبد الحميد أحمد، 2020)، و(Manushri Pandya, 2021)، و(طلعت عبد الحميد عيسى وأيوب موسى سليمان، 2022).

6-تتوعد النظريات التي استندت إليها الدراسات السابقة في مجال الإنفوجرافيك الصحي، وجاء في مقدمتها نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، مثل دراسة (ريم نجيب زناتي، 2020)، و(محمد عبد الحميد أحمد، 2020)، إضافة إلى عدد من النظريات: مثل: التهيئة المعرفية، والاعتماد على وسائل الإعلام، وترتيب الأولويات، والاستخدامات والإشباع، ومدخل اتصال المخاطر، وتمثيل المعلومات، والترميز الثنائي للمعلومات (Dual-coding Theory). وهي النظرية التي تستند إليها الباحثة في إطار الدراسة الحالية.

7-استخدمت معظم الدراسات السابقة منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني والمنهج المقارن، إلى جانب عدد محدود من الدراسات -خاصة الأجنبية- التي لجأت إلى الاستعانة بالمنهج التجريبي، مثل دراسة (Matthew Baxter et al., 2021) و(2016) (Rafael de Castro Andrade & Carla Galvão Spinillo) و(ولاء محمد أحمد، 2023).

8-اعتمدت الدراسات السابقة على أدوات الاستبانة والمقابلات المتعمقة وتحليل المضمون الكمي والكيفي في جمع بياناتها، ولم تعتمد أي دراسة سابقة في مجال الإنفوجرافيك الصحي على أداة مجموعات النقاش المُركَّزة (Focus groups discussion) وهو ما يُعد إضافة جديدة للدراسة الحالية.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من نتائج الدراسات السابقة في تحديد الجوانب الجديدة الخاصة بموضوع الدراسة، التي لم يسبق دراستها من قِبَل باحثين آخرين، حيث ترصد الدراسة الحالية دور الإنفوجرافيك في توعية الجمهور بالمعلومات في مجال الصحة النفسية. إضافة إلى تحديد الهدف الرئيس للدراسة، وصياغة المشكلة البحثية والتساؤلات، والاعتماد على الإطار النظري المناسب للدراسة الحالية، وكذلك في تحديد محاور تحليل المضمون، وإعداد دليل مجموعات النقاش المُركَّزة، ثم مقارنة نتائج الدراسات السابقة بما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج.

المشكلة البحثية:

يعد الإعلام الصحي أحد المجالات الأساسية للإعلام، ويسعى لتعزيز الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع، ونشر المعلومات الصحية الموثوقة بشكل سلس يسهل فهمه وإدراكه من جانب غير المتخصصين في المجال الطبي، ويسهم في تغيير السلوكيات الصحية الخاطئة، ونظراً لحساسية مجال الصحة النفسية بشكل خاص، يُعد استخدام فن الإنفوجرافيك الوسيلة الأنسب لتقديم المعلومات المتعلقة به من خلال تبسيطها وتقديمها بشكل مختصر وجذاب لمختلف الفئات والشرائح داخل المجتمع. ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في توصيف وتحليل كيفية توظيف الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على فيسبوك للإنفوجرافيك في تقديم موضوعات الصحة النفسية، وتقييم الجمهور لفاعليته في التوعية ونشر المعرفة بمجال الصحة النفسية، ودرجة استجابتهم لما يتضمنه من معلومات وإرشادات، والخروج بمقترحات لتطوير دور الإنفوجرافيك في التوعية بالصحة النفسية من وجهة نظر الباحثين.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية العلمية:

1- قلّة الدراسات التي اهتمت برصد دور وسائل الإعلام بشكل عام في توعية أفراد الجمهور بالصحة النفسية.

2- دور فن الإنفوجرافيك كأحد أشكال الإعلام الجديد في تبسيط المعلومات المعقدة مثل المعلومات الصحية والطبية وتناولها بشكل جذاب.

3- تُعد الدراسة الحالية من الدراسات البينية التي تجمع بين مجال الإعلام والتربية، حيث تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية الترميز الثنائي (Dual-coding Theory)، وهي نظرية معرفية إدراكية تُستخدم على نطاق واسع في مجال الدراسات التربوية، وبعض بحوث علم النفس، ونادراً ما يُستند إليها في مجال البحوث والدراسات الإعلامية.

ثانياً: الأهمية التطبيقية:

1- أهمية مجال الصحة النفسية، وضرورة تعزيز التوعية نحوه لمساعدة أفراد المجتمع على مواجهة ضغوط الحياة، الأمر الذي يؤثر إيجاباً في نمو المجتمع وتقدمه.

2- تقديم رؤية للقائمين بالاتصال عن عوامل نجاح الإنفوجرافيك في جذب المتلقين، وتوصيل المعلومات الصحية بسهولة بما يضمن فهمها والاستجابة المطلوبة لها.

أهداف الدراسة:

يتحدد الهدف الرئيس للدراسة في الكشف عن كيفية توظيف الإنفوجرافيك على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية في التوعية بالصحة النفسية، وينبثق منه عدد من الأهداف الفرعية تتمثل في:

1- تحديد نوعية الموضوعات المتعلقة بالصحة النفسية المقدمة من خلال الإنفوجرافيك عينة الدراسة وأسلوب تناولها.

2- الوقوف على أهداف إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة.

3- رصد وتحليل سمات المعلومات المقدمة من خلال الإنفوجرافيك من حيث (مصادر المعلومات - حجم المعلومات).

4- تحليل وتفسير خصائص تصميم إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة من حيث (عدد الألوان - مستوى التباين اللوني - طبيعة العناصر المرئية المستخدمة).

5- التعرف على مستوى اهتمام الباحثين بمتابعة موضوعات الصحة النفسية وخاصة من خلال رسوم الإنفوجرافيك.

6- تقييم فاعلية استخدام الإنفوجرافيك في توعية الباحثين وتنمية معرفتهم بمجال الصحة النفسية.

7- الكشف عن مقترحات الباحثين لتطوير إنفوجرافيك الصحة النفسية وتعزيز دوره التوعوي.

الإطار النظري:

نظرية الترميز الثنائي Dual-coding Theory:

تعد نظرية الترميز الثنائي إحدى النظريات المعرفية الإدراكية، ويرجع أصلها إلى آلان بايفيو (Allan Paivio)، أحد علماء النفس بجامعة ويسترن (Western) في أونتاريو (Ontario) عام 1971. وتُشير إلى أن العقل يُعالج المعلومات عبر قناتين مختلفتين

يُمثلان نظامي المعرفة والإدراك اللفظي وغير اللفظي¹⁸. ويركز النظام اللفظي على اللغة، بينما يهتم الآخر بتمثيل ومعالجة العناصر المرئية (مثل الصور)¹⁹.

وهما نظامان منفصلان، ولكنهما مرتبطان بعناصر ومكونات نظام الإدراك البشري؛ فالنظام اللفظي يُسهل المعالجة المتسلسلة، في حين يساعد النظام المرئي غير اللفظي على المعالجة المتوازية²⁰. وتوصل بايفيو (Paivio) في دراسته التجريبية إلى أن عملية الإدراك تتم بمساعدة الذاكرة المزدوجة للصور والنصوص المكتوبة معاً²¹.

وتوضح النظرية أن الترميز الثنائي أسهل للتذكر من الترميز الأحادي، لأن الأفكار تم ترميزها لفظياً ومرئياً، ويقترح بايفيو (Paivio) أن عملية الاحتفاظ بالمعلومات وتذكرها يعتمد على أسلوب تقديم المعلومات للفرد وطريقة تمثيلها، فيرى أن المعلومات التي تُقدم من خلال اللفظ والصورة معاً يكون تذكرها من جانب الفرد أسرع وأسهل من تلك التي يتم تمثيلها من خلال أسلوب واحد من الترميز²².

ويوجد ثلاثة مستويات مختلفة وفقاً لنظرية الترميز الثنائي لمعالجة المعلومات، تحدث بين الأنظمة اللفظية وغير اللفظية، يمكن توضيحها على النحو الآتي²³:

1- المعالجة التمثيلية: تفعيل التمثيل اللفظي أو غير اللفظي من خلال المثير (كلمة أو صورة)، أي أن الكلمة ستُنشط تمثيلاً لفظياً بينما تُنشط الصورة تمثيلاً مرئياً على التوالي.

2- المعالجة المرجعية: تفعيل أي نظام من قِبَل النظام الآخر، فالصور والرموز وغيرها تُفعل الكلمات، والعكس صحيح.

3- المعالجة الترابطية: هي مجموعة معقدة من الارتباطات المتنوعة بين التمثيلات اللفظية مع روابط مرجعية إضافية لمكونات المعنى غير اللفظي، وهذا النوع من المعالجة يضمن الاتصال بين اللغة والصورة.

وأسهمت وسائل الإعلام الجديد في تعزيز نظرية الترميز الثنائي، حيث سمحت بتقديم المعلومات من خلال مزيج مرن من القوالب وأشكال العرض المختلفة التي يُطلق عليها الوسائط المتعددة (Multimedia)، وتتمثل في النصوص الخطية وغير الخطية، والصور الثابتة والمتحركة التي يمكن أن تكون في شكل صور واقعية أو رسم جرافيك، إلى جانب

التعليق الصوتي. وتتكيف بيئة إدراك المعلومات المقدمة من خلال الوسائط المتعددة مع عمل النظام المعرفي البشري، الذي يعمل بكفاءة أكبر عندما تتميز تلك الوسائط بالتماسك وتجنب التكرار والتوظيف الدقيق للوسائل الحسية²⁴. لذا يقوم الأفراد بترميز المعلومات المقدمة بشكل ثنائي، الأمر الذي يساعدهم على إدراك وتذكر تلك المعلومات بشكل أفضل²⁵.

وتتمثل الافتراضات الأساسية للنظرية في²⁶:

1- أن الصورة لديها خصائص شبه إدراكية حسية تساعد على حل بعض مشكلات الإدراك.

2- يمكن استرجاع هذه الصور من ذاكرة الإنسان بواسطة تلميحات لفظية أو بصرية، فالذاكرة الإنسانية تشتمل على الصور التخيلية التي يتم تخزينها، ويمكن استرجاعها فيما بعد عن طريق التلميحات اللفظية أو التلميحات البصرية.

3- أن الصورة تتكون من خلال دمج عدد من الصور المفردة في عملية تشبه التفاعل الكيميائي، حيث إن التعلم يشتمل جوهرياً على تكوين الترابطات، ففي النموذج اللفظي تنتج الترابطات في سلسلة من الكلمات، بينما ترشد الترابطات التخيلية إلى صورة تخيلية متكاملة.

توظيف نظرية الترميز الثنائي في الدراسة الحالية:

يتضح من العرض السابق أن تقديم المعلومات من خلال الدمج بين العناصر اللفظية (النصوص) والعناصر غير اللفظية أو المرئية (الصور والرسوم) يساعد على الإدراك والفهم والتذكر بشكل أفضل من الاعتماد على العناصر اللفظية بمفردها، لذا تستند الدراسة الحالية إلى نظرية الترميز الثنائي (Dual-coding Theory) بهدف التعرف على دور رسوم الإنفوجرافيك التي تجمع بين النصوص المكتوبة إلى جانب العناصر المرئية في توصيل المعلومات المتعلقة بالصحة النفسية ومساعدة الجمهور على إدراكها وفهمها والإلمام بها.

تساؤلات الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

1. إلى أي درجة اهتمت الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان على فيسبوك بتوظيف الإنفوجرافيك في تقديم معلومات عن الصحة النفسية؟
2. ما نوعية الموضوعات المتعلقة بالصحة النفسية التي تناولها الإنفوجرافيك عينة الدراسة؟
3. ما أهداف إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة؟
4. كيف عالج الإنفوجرافيك عينة الدراسة المعلومات المتعلقة بالصحة النفسية؟
5. ما حجم المعلومات داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة؟
6. ما مصادر المعلومات داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة؟
7. كيف وظّف الإنفوجرافيك عينة الدراسة الألوان في تناول موضوعات الصحة النفسية؟
8. ما طبيعة العناصر المرئية المستخدمة داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة (صور فوتوغرافية - رسوم تعبيرية - رموز بصرية)؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

1. إلى أي درجة يهتم الباحثون بمتابعة موضوعات الصحة النفسية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما الأسباب التي تدفع الباحثين لمتابعة موضوعات الصحة النفسية من خلال الإنفوجرافيك؟
3. إلى أي درجة أسهم إنفوجرافيك صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية على الفيسبوك في توعية الباحثين بمجال الصحة النفسية؟
4. ما أبرز موضوعات الصحة النفسية المقدمة من خلال إنفوجرافيك صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية التي جذبت اهتمام الباحثين؟
5. كيف استجاب الباحثون وتفاعلوا مع المعلومات المقدمة من خلال إنفوجرافيك الصحة النفسية على صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية؟

6. ما مقترحات الباحثين لتطوير إنفوجرافيك الصحة النفسية على صفحة وزارة

الصحة والسكان المصرية؟

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية، فتسعى لرصد سمات المحتوى والتصميم الخاص بعينة من إنفوجرافيك الصحة النفسية على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على فيسبوك، والكشف عن كيفية توظيف الإنفوجرافيك للتوعية بمجال الصحة النفسية، ومساعدة أفراد المجتمع على فهم وإدراك المعلومات المعقدة المتعلقة بالصحة النفسية.

وتعتمد الدراسة على منهج المسح (Survey Method) بشقه الكيفي، حيث تنتمي الدراسة الحالية إلى البحوث الكيفية التي تعتمد بصفة جوهرية على الأفكار والمعلومات والحقائق غير الكمية، ولا تُشكل عمليات القياس الكمي والتحليل الإحصائي جوهر وتفاصيل البحث²⁷. وتم توظيف منهج المسح بشقه الكيفي من خلال مسح عينة من إنفوجرافيك الصحة النفسية المنشور على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على فيسبوك، إضافة إلى إعداد دليل لإجراء مجموعات نقاش مركزة مع عينة من متابعي صفحة وزارة الصحة على فيسبوك للتعرف على دور الإنفوجرافيك في توعيتهم بالصحة النفسية.

أدوات جمع البيانات:

1- تحليل المحتوى الكيفي:

استخدمت الباحثة أداة تحليل المحتوى الكيفي لعينة من إنفوجرافيك الصحة النفسية المنشور على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على فيسبوك بهدف؛ الوقوف على سمات المحتوى والتصميم الخاص بالإنفوجرافيك المُستخدم في مجال الصحة النفسية بشكل خاص، وحددت الباحثة عدداً من المحاور لتحليل المحتوى الكيفي وفقاً للشكل والمضمون، هي:

أ- من حيث المضمون:

- حجم الاهتمام بتوظيف الإنفوجرافيك في تقديم معلومات عن الصحة النفسية.

- نوعية الموضوعات المتعلقة بالصحة النفسية التي تناولها الإنفوجرافيك.
- أهداف إنفوجرافيك الصحة النفسية.
- أسلوب تناول الإنفوجرافيك لموضوعات الصحة النفسية.
- حجم المعلومات داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية.
- مصادر المعلومات داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية.
- ب- من حيث الشكل:
- توظيف الألوان داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية.
- العناصر المرئية المستخدمة داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية.

وحدة التحليل: تتمثل وحدة التحليل في رسم الإنفوجرافيك.

2- أداة مجموعات النقاش المركزة Focus Groups Discussion:

استُخدمت أداة مجموعات النقاش المركزة للتعرف على آراء الباحثين فيما يتعلق بفاعلية الإنفوجرافيك في توعيتهم بمجال الصحة النفسية، وطُبِّقت على ثلاث مجموعات نقاش تتضمن عينة من الجمهور المصري من 18 سنة فأكثر، ممن يتابعون الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على فيسبوك. وطُبِّقت أداة مجموعات النقاش المركزة خلال الفترة من 16 أغسطس 2024 حتى 30 أغسطس 2024، وحرصت الباحثة على إعداد دليل موحد للنقاش داخل المجموعات يتضمن المحاور الآتية:

المحور الأول: الاهتمام بمتابعة موضوعات الصحة النفسية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- المحور الثاني: الاعتماد على الإنفوجرافيك مصدرًا لمتابعة موضوعات الصحة النفسية.
- المحور الثالث: دور الإنفوجرافيك في التوعية بمجال الصحة النفسية.
- المحور الرابع: استجابة الباحثين وتفاعلهم مع معلومات إنفوجرافيك الصحة النفسية.
- المحور الخامس: مقترحات الباحثين لتحسين وتطوير إنفوجرافيك الصحة النفسية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

أولاً: بالنسبة لتحليل المحتوى الكيفي:

1- إطار الدراسة التحليلية:

يتمثل إطار الدراسة في جميع رسوم الإنفوجرافيك الصحية المنشورة على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية عبر فيسبوك.

2- عينة المادة التحليلية:

سُحبت عينة الدراسة التحليلية باستخدام أسلوب المسح الشامل لجميع الإنفوجرافيك الخاص بموضوعات الصحة النفسية، المنشور على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على فيسبوك لمدة عام كامل؛ من 1 سبتمبر عام 2023 إلى 31 أغسطس عام 2024، حيث شهدت تلك الفترة الزمنية من خلال الملاحظة الشخصية للباحثة اهتمام القائمين على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بالتركيز على موضوعات الصحة النفسية من خلال فن الإنفوجرافيك، وبلغ عدد رسوم إنفوجرافيك الصحة النفسية التي تم تحليلها (146) إنفوجرافيك.

ثانياً: بالنسبة لمجموعات النقاش المركزة:

طبقت الباحثة مجموعات النقاش المركزة على عينة من الجمهور المصري من 18 سنة فأكثر ممن يتابعون الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية عبر فيسبوك، ولجأت الباحثة إلى أسلوب عينة كرة الثلج (Snowball Sample)، بإرسال رسائل نصية إلى بعض الأصدقاء والأقارب، سواء عبر فيسبوك أو واتساب (WhatsApp) لشرح هدف البحث وشرط المشاركة؛ بأن يكون الشخص متابعاً للصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية عبر فيسبوك، وعلى استعداد للمشاركة في البحث العلمي وطلبت منهم إرسال الرسالة إلى دوائر معارفهم، على أن يطلب الأصدقاء من أصدقائهم ومن يعرفوهم القيام بالخطوات نفسها، حتى اكتملت العينة. وبلغ إجمالي حجم العينة (30) مبحوثاً موزعين على ثلاث مجموعات بواقع 10 مبحوثين في كل مجموعة، مع مراعاة متغير الفئة العمرية. وطُبقت مجموعات النقاش المركزة إلكترونياً عبر تطبيق زووم (Zoom) خلال الفترة من 16 أغسطس حتى 30 أغسطس 2024، وأدارت الباحثة المناقشة من خلال الترحيب بالمبحوثين، وتقديم شرح موجز لهدف البحث

وموضوعه، وتأكيد سرية بيانات المبحوثين المشاركين، وعرض نماذج من إنفوجرافيك الصحة النفسية المنشور على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة على فيسبوك قبل بدء طرح الأسئلة المفتوحة وفتح مجال النقاش مع المبحوثين.

جدول (1) توزيع مجموعات النقاش

المجموعة	عدد المبحوثين	الفئة العمرية	تاريخ الانعقاد	المدة الزمنية
الأولى	10	18-34 سنة	16 أغسطس 2024	50 دقيقة
الثانية	10	35-50 سنة	23 أغسطس 2024	57 دقيقة
الثالثة	10	من 51 سنة فأكثر	30 أغسطس 2024	45 دقيقة

الإطار المعرفي:

يعد الإنفوجرافيك طريقة مبتكرة وجذابة للتواصل البصري مع المعلومات بطريقة ملونة وموجزة²⁸. ويتم هذا التواصل للمعلومات المعقدة باستخدام أنواع مختلفة من العناصر المرئية، مثل الصور والقوائم والرسوم البيانية والمخططات والألوان الجذابة والعناوين الوصفية والفرعية، وما إلى ذلك²⁹.

وعرفه بعض الباحثين بوصفه التصوير البصري للبيانات والأفكار، في محاولة لنقل المعلومات المعقدة إلى الجمهور بطريقة يمكن استيعابها وفهمها بسهولة³⁰. ومن ثم، فهو يتمتع بالقدرة على توصيل المعلومات بسرعة للأفراد الذين لا يمتلكون الوقت الكافي لفهم المعلومات الأكثر تعقيداً³¹. إضافة إلى ذلك، فهو يساعد القائمين بالاتصال على سرد قصص خبرية معقدة من خلال الرسوم البيانية الجذابة³². لذا تحرص عديد من المنصات الإعلامية على توظيف رسوم الإنفوجرافيك في إطار معالجتها الإعلامية، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والصحف والقنوات التلفزيونية والملصقات والإعلانات³³.

وتستمد رسوم الإنفوجرافيك قوتها من كونها تعتمد بشكل أساسي على النظام البشري الفعال لمعالجة المعلومات البصرية، حيث أكدت البحوث والدراسات أن العقل البشري لديه القدرة على معالجة الصور المرئية بشكل أسرع من النصوص³⁴.

وتتكون رسوم الإنفوجرافيك عادة من ثلاثة عناصر، هي³⁵ :

- 1- العناصر المرئية: وتشمل الألوان، والرسومات، والعلامات، والأيقونات.
- 2- العناصر النصية: وتشمل الحقائق والإحصاءات.
- 3- العنصر المعرفي: ويتمثل في الرسالة والمضمون العام المقدم من خلال الإنفوجرافيك.

ومن العوامل التي أسهمت في تطور وانتشار توظيف الإنفوجرافيك داخل وسائل الإعلام المختلفة³⁶ :

- تُمكن رسوم الإنفوجرافيك القائمين بالاتصال من الوصول إلى القصص الإخبارية التي لا يمكنهم الوصول إليها من خلال التقارير التقليدية.
 - قدرة الإنفوجرافيك على منح الموضوعات التي تهم الرأي العام درجة أعلى من المصدقية من خلال الاعتماد على الأدلة.
 - سهولة التعامل مع القصص الإخبارية التي تتطوي بطبيعتها على كم ضخم من المعلومات أو البيانات.
 - قدرة الإنفوجرافيك على توصيل المعلومات بسرعة وفاعلية.
 - إشراك الجمهور المتلقي في سرد القصص الإخبارية المبتكرة.
- وتتمثل الوظيفة الأساسية للإنفوجرافيك في جذب انتباه المتلقين ومساعدتهم على فهم المعلومات المقدمة بشكل أفضل، وتعزيز قدرتهم على الاحتفاظ بها وتذكرها، وتشجيعهم على اتخاذ سلوك محدد وفقاً لتلك المعلومات المقدمة من خلال الإنفوجرافيك³⁷.
- ويستخدم الإنفوجرافيك في إطار عديد من المجالات والقطاعات المختلفة، مثل الاقتصاد، والبيئة، وإدارة الأعمال، والسياسة، وقطاع الرعاية الصحية، وغيرها من المجالات³⁸.
- وبغض النظر عن الغرض من توظيف الإنفوجرافيك، فإنه يجب على القائمين بتصميمه مراعاة نقطتين أساسيتين³⁹ :

أولاً: يجب أن يكون موضوع الإنفوجرافيك ومحتواه واضحاً، حيث ينبغي الأخذ في الاعتبار الهدف من استخدام هذا الفن والموضوع الذي سيتم تسليط الضوء عليه قبل بدء عملية التصميم.

ثانياً: يجب مراعاة الجمهور المُتلقّي، من خلال جعل تصميم الإنفوجرافيك جذاباً بصرياً، والتركيز على مناسبة حجمه وبساطة تصميمه والتوظيف الفعال للبيانات والتأثير الإجمالي الناتج عن التعرض للإنفوجرافيك.

سمات الإنفوجرافيك الناجح:

حدد المصممون والمتخصصون في إعداد رسائل الإنفوجرافيك ثلاث سمات من شأنها أن تُميز الإنفوجرافيك الجيد، وهي⁴⁰:

أولاً: دور التصوير المرئي للبيانات في عملية نقل الرسالة المُقدمة من خلال الإنفوجرافيك بأكملها.

ثانياً: "لوحة الألوان" المُختارة بعناية وفقاً لطبيعة الرسالة، التي تؤكد العناصر المهمة، التسلسل الهرمي للموضوع، وعلاقات التبعية المُتضمنة داخل الإنفوجرافيك.

ثالثاً: حجم الإنفوجرافيك وأبعاده، الذي يؤثر في سهولة قراءة المعلومات الواردة داخل الإنفوجرافيك.

ووضع كراوس Krauss تسع خطوات لإنشاء إنفوجرافيك متميز على النحو الآتي⁴¹:

1. اجمع بياناتك (يجب جمع الأرقام من أكثر من مصدر).
2. حدد هدفك.
3. خطط لتصميم الإنفوجرافيك (مخطط تفصيلي أو مخطط انسيابي).
4. ابدأ في وضع خطتك باستخدام برنامج أو أداة عبر الإنترنت (رسومات أو صور).
5. قيم بياناتك.
6. ابحث عن أفضل طريقة للتمثيل المرئي (نوع الرسوم البيانية، واستشهد بالبيانات بشكل صحيح).
7. طبق لوحة الألوان واختر نوع خطوط الكتابة.
8. تراجع وقيمها، واحصل على ملاحظات وحررها.
9. احذر بشأن حقوق النشر، واستشهد بمصادر البيانات، ولا تستخدم أي صورة من على الإنترنت.

أنواع الإنفوجرافيك:

ميز الباحثون بين أنواع الإنفوجرافيك وفقاً للطريقة التي تُعرض بها محتواها، وذلك على النحو الآتي⁴²:

- الجدول الزمني Timeline: تقديم المعلومات داخل الإنفوجرافيك حسب الترتيب الزمني.

- القائمة List: تقديم عناصر الموضوع في شكل قوائم نقطية.

- المقارنة Comparison: المقارنة بين عنصرين من أجل تجميعهما، على سبيل المثال لإظهار أوجه التشابه والاختلاف.

- القصص المرئية Visualized articles: المقصود بها عرض القصة الإخبارية في شكل مرئي من خلال الإنفوجرافيك، حيث يوجد تقسيم واضح بين عناصر القصة؛ ويتضمن هذا النوع جوانب وحقائق مختلفة تتعلق بالموضوع.

- العملية Process: أي تصوير خطوات عملية أو إجراء معين، على سبيل المثال في شكل تعليمات.

- الخريطة Map: يمكن استخدامها لشرح الجوانب المتعلقة بعناصر الموضوع، مثل المواقع الجغرافية أو معلومات عن البيئة المحيطة بحدث معين.

- الرسوم البيانية الرقمية Numerical infographics: وهو الإنفوجرافيك الذي يُقدم كما كبيراً من البيانات الرقمية أو الإحصائيات.

- التشريح Anatomy: يُعد موضوع الإنفوجرافيك النقطة المركزية التي تُناقش، ويتفرع منها عناصر معينة لهذا الموضوع.

كما يمكن تصنيف الإنفوجرافيك وفقاً لتصميمه على النحو الآتي:

أولاً: الإنفوجرافيك الثابت Static infographic:

تُعرف رسوم الإنفوجرافيك الثابتة بأنها تصميم ثابت لموضوع محدد يحتوي على أشكال بيانية ورسومات وصور ومخططات ومعلومات عن الموضوع المستهدف، وذلك لعرض البيانات بطريقة مبسطة وواضحة وسهلة وجذابة للمتلقين⁴³.

ثانياً: الإنفوجرافيك المتحرك :Motion infographic

وهو محتوى متحرك يعرض بعض الرسوم التوضيحية والنصوص لنقل معلومات معقدة إلى الجمهور من خلال دمج الرسوم المتحركة والصوت وعناصر التصميم الجرافيكي، ويتفاعل الجمهور مع الإنفوجرافيك المتحرك من خلال مشاهدة المحتوى المتحرك وقراءة ما يتضمنه من نصوص والاستماع إلى التعليق الصوتي إن وجد⁴⁴.

ثالثاً: الإنفوجرافيك التفاعلي :Interactive infographic

تحتاج رسوم الإنفوجرافيك التفاعلية إلى مشاركة نشطة من جانب الجمهور المُتلقي لتصفح صفحات أخرى نتيجة ما يتضمنه هذا النوع من الإنفوجرافيك من نص تشعبي (hyper textuality)، واستكشاف المعلومات والبيانات، إما بشكل فردي أو تعاوني⁴⁵، ودمج هذا النوع من الإنفوجرافيك بين الرسوم المتحركة والخصائص التفاعلية، مثل النقر (Clicking)، والتمرير (Scrolling)، والتكبير⁴⁶.

الإنفوجرافيك الصحي:

تهدف الرسائل الاتصالية في المجال الصحي إلى غرس سلوك إيجابي لدى الأفراد لمواجهة المشكلات الصحية، لذا يمكن أن تؤدي رسوم الإنفوجرافيك المصاحبة للمعلومات الصحية إلى إحداث التغيير المطلوب في السلوك الصحي⁴⁷.

وينظر إلى الإنفوجرافيك بصفته أداة واعدة لنشر المعلومات الصحية، والوصول لعديد من الأفراد، سواء العاملين بالمجال الصحي، أو المرضى وذويهم، أو صنّاع القرار، أو أفراد المجتمع⁴⁸. ويساعد التمثيل المرئي والبصري للمعلومات المتعلقة بتفشي الأمراض العامة الناشئة على تشكيل الاتجاهات الإيجابية وإدراك المخاطر. ومن بين الاستراتيجيات الشائعة لنشر الوعي بالمخاطر الصحية بين عامة الناس (غير الخبراء) استخدام الخرائط والرسوم البيانية، علاوة على ذلك، يؤدي الاستخدام الفعال للألوان دوراً مهماً في إدراك المخاطر الصحية وفهمها وتفسيرها⁴⁹.

ويجب تصميم رسوم الإنفوجرافيك المُستخدمة لنقل المعلومات الصحية بشكل جذاب وسهل الفهم ومحفز للجمهور، من أجل إحداث تغيير إيجابي في سلوكهم الصحي⁵⁰، لذا

اقترح بعض الباحثين ضرورة وجود قوالب تصميم موحدة لرسوم الإنفوجرافيك الصحية لضمان تصميمها بشكل مناسب⁵¹.

التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة:

-الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان: وهي صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك.

<https://www.facebook.com/egypt.mohp?mibextid=ZbWKwL>

-الصحة النفسية: هي جزء من صحة الإنسان العامة، تضم الجوانب العاطفية والعقلية والسلوكية، وسلامة الصحة النفسية تُمكن الفرد من مواجهة تحديات الحياة والتكيف مع الظروف المحيطة المختلفة، ويدخل أيضاً في إطارها الأمراض والاعتلالات والاضطرابات النفسية والسلوكية.

-الإنفوجرافيك: يُقصد به التصميمات المرئية المنشورة على صفحة وزارة الصحة والسكان على فيسبوك، التي تُقدم معلومات عن الصحة النفسية بشكل مختصر وجذاب وتجمع بين النص المقروء والعناصر المرئية ممثلة في الرسوم والصور والرموز والألوان.

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج تحليل المحتوى الكيفي:

1- حجم الاهتمام بتوظيف الإنفوجرافيك في تقديم معلومات عن الصحة النفسية: بلغ إجمالي عدد منشورات إنفوجرافيك الصحة النفسية المنشور على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان خلال عام كامل من 1 سبتمبر 2023 حتى 31 أغسطس 2024 (146) إنفوجرافيك فقط، وترى الباحثة أن تلك النتيجة تُشير إلى مستوى الاهتمام المتوسط من جانب صفحة وزارة الصحة والسكان بالتركيز على موضوعات الصحة النفسية بشكل عام، وتحديدًا من خلال فن الإنفوجرافيك. ومن خلال الملاحظة الشخصية للباحثة خلال فترة تحليل الدراسة، وجدت أن الاهتمام الأكبر جاء نحو موضوعات الصحة العامة، التي تدخل بشكل خاص تحت إطار المبادرة الرئاسية "100 مليون صحة"، وتشمل صحة الأم والجنين، وأعراض الأورام السرطانية، وخاصة سرطان الثدي، وأعراض الأمراض غير السارية، إضافة إلى موضوعات الحفاظ على الصحة خلال التقلبات الجوية، والوقاية من نزلات البرد، وصحة الجهاز التنفسي في فصلي

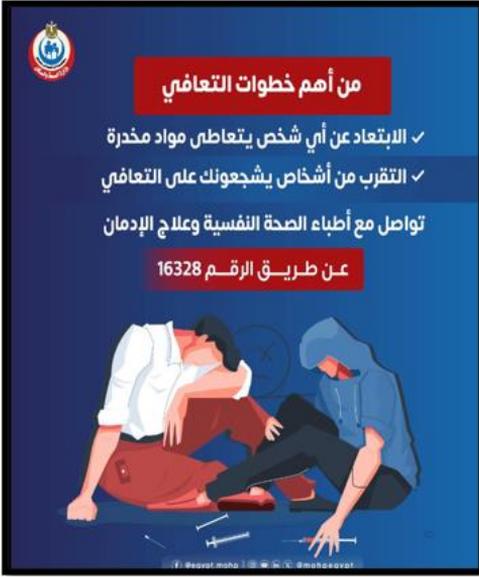
الخريف والشتاء أو الوقاية من الإجهاد الحراري خلال شهور الربيع والصيف. وترى الباحثة أن السبب وراء تلك النتيجة ربما يعود إلى طبيعة موضوعات الصحة النفسية التي ما زالت تُسبب بعض الخجل لأفراد المجتمع، ويواجه التطرق لها ببعض الحساسية من جانب كثيرين وإن كان بدرجة أقل بكثير عما سبق.

2- نوعية الموضوعات المتعلقة بالصحة النفسية التي تناولها الإنفوجرافيك:

- انحصرت موضوعات الصحة النفسية التي قدمها الإنفوجرافيك على صفحة وزارة الصحة والسكان في موضوعات الإدمان، وسلامة الصحة النفسية، وتأثير العنف على نفسية الأطفال، والاكْتئاب، والتوتر والضغط النفسي، والاضطرابات النفسية لدى الأطفال، إلى جانب الاهتمام المحدود ببعض الموضوعات المتعلقة بالأعراض أو الأسباب النفسية لبعض الأمراض والسلوكيات مثل التمر والتوحد والزهايمر.

- وكشفت نتائج التحليل الكيفي عن تركيز صفحة وزارة الصحة والسكان بشكل بارز على تسليط الضوء على موضوع العوامل النفسية للإدمان، وخاصة إدمان التدخين والألعاب الإلكترونية، حيث تصدر قائمة موضوعات الصحة النفسية التي تم تقديمها من خلال الإنفوجرافيك خلال فترة تحليل الدراسة، وهدف إنفوجرافيك موضوع "الإدمان" بشكل أساسي إلى توجيه القُراء لاستشارة أطباء الصحة النفسية على الخط الساخن للمشورة النفسية التي تخصصه وزارة الصحة والسكان لمساعدتهم على العلاج والتوقف عن الإدمان، وكذلك تقديم بعض المعلومات عن الأسباب النفسية التي قد تدفع الشخص للإدمان بأشكاله المختلفة والمخاطر الصحية والنفسية التي يسببها، وأعراض الانسحاب والفوائد الصحية النفسية والجسدية الناتجة عن التوقف عن الإدمان.

وفيما يلي نماذج لإنفوجرافيك موضوع الإدمان:



شكل (1) نماذج من إنفوجرافيك موضوع الإدمان من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

- كما ظهر الاهتمام الواضح بالإنفوجرافيك الذي يقدم معلومات ونصائح وخطوات الحفاظ على سلامة الصحة النفسية والعوامل المحيطة المختلفة، التي تؤثر في الصحة النفسية للأفراد، وكيفية التغلب عليها. ورغم أن الباحثة ترى أهمية بالغة لطبيعة ذلك الموضوع، كونه يمس جميع فئات المجتمع، فإن التحليل الكيفي أوضح تركيزه بشكل أكبر نوعياً على فئة النساء والأطفال.

وفيما يلي نماذج لإنفوجرافيك موضوع سلامة الصحة النفسية:



شكل (2) نماذج من إنفوجرافيك موضوع سلامة الصحة النفسية من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان - وتساوى موضوعا "الاكتئاب" و"تأثير العنف في نفسية الأطفال" في مستوى اهتمام صفحة وزارة الصحة والسكان للإحاطة بهما من خلال رسوم الإنفوجرافيك، وتمثلت موضوعات "الاكتئاب" في التوعية بأعراض الاكتئاب كمرض نفسي، والأمراض العضوية التي يسببها على المدى الطويل نتيجة ضعف المناعة، فضلاً عن تقديم نصائح للتغلب على تلك الحالة النفسية، ولم يخلُ إنفوجرافيك موضوع "الاكتئاب" من التوجيه نحو طلب الاستشارة النفسية من خلال الخط الساخن لوزارة الصحة والسكان، وخاطبت بعض رسوم إنفوجرافيك موضوع "الاكتئاب" فئة النساء خاصة، كونها الفئة الأكثر عرضة للإصابة بالمرض وفقاً للمعلومات الصادرة عن وزارة الصحة والسكان ومنظمة الصحة العالمية، الواردة بالإنفوجرافيك الآتي:



شكل (3) نموذج لإنفوجرافيك من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان يوضح إصابة النساء مقارنة بالرجال بمرض الاكتئاب

أما بالنسبة لموضوع "تأثير العنف في نفسية الأطفال"، فكان التركيز على مظاهر تأثير ممارسة العنف البدني والنفسي في سلامة الصحة النفسية للأطفال، وكذلك مظاهر التأثير النفسي الناتج عن تعرض الأطفال لمشاهد وصور العنف، سواء بشكل واقعي أو من خلال وسائل الإعلام والألعاب الإلكترونية، وتقديم النصائح لأولياء الأمور لحماية الأطفال من التأثيرات النفسية السلبية الناتجة عن العنف.

وفيما يلي نماذج لإنفوجرافيك موضوعي "الاكتئاب" و"تأثير العنف في نفسية الأطفال":
أ- موضوع "تأثير العنف في نفسية الأطفال":



شكل (4) نماذج من إنفوجرافيك موضوع تأثير العنف على الأطفال من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

ب- موضوع "الاكتئاب":



شكل (5) نماذج من إنفوجرافيك موضوع الاكتئاب من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان
- بينما نال موضوع "التوتر والضغط النفسي" مستوى محدوداً من الاهتمام من جانب صفحة وزارة الصحة والسكان، لتسليط الضوء عليه من خلال الإنفوجرافيك، وذلك على الرغم من كونه أحد أكثر الاضطرابات النفسية انتشاراً بين أفراد المجتمع، خاصة خلال الأونة الأخيرة، بعد تزايد الأزمات التي يشهدها العالم، سواء السياسية أو الاقتصادية أو

الاجتماعية، وقد يتعرض له أي فرد يومياً دون وجود عوامل وظروف ذات طابع خاص، مقارنة بموضوع "الإدمان" الذي استحوذ على اهتمام الصفحة، الأمر الذي يُعد من وجهة نظر الباحثة إحدى نقاط الضعف التي تؤخذ على صفحة وزارة الصحة والسكان في توظيفها للإنفوجرافيك في التوعية بالصحة النفسية.

3- أهداف إنفوجرافيك الصحة النفسية:

- غلب هدف "التوجيه والإرشاد" على أهداف عينة إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة، وارتبط بشكل خاص مع موضوعات "الإدمان" و"تأثير العنف في نفسية الأطفال" و"الاكتئاب" على التوالي، بصفته الهدف الأنسب لطبيعة تلك الموضوعات التي تحتاج إلى إرشاد المتخصصين للمساعدة على مواجهتها والتغلب عليها، وتجسد بشكل أساسي في توجيه وإرشاد المتلقين للاتصال بالخط الساخن للاستشارات النفسية وطلب الدعم من أطباء الصحة النفسية، إضافة إلى بعض رسوم الإنفوجرافيك التي أرشدت المتلقين إلى بعض الخطوات الواجب اتباعها لحل المشكلات النفسية التي تواجههم بشكل شخصي أو تواجه ذويهم، كما ظهر مع إنفوجرافيك موضوع "الاكتئاب".

- كما وظفت صفحة وزارة الصحة والسكان الإنفوجرافيك بهدف توعية المتلقين بأعراض الأمراض النفسية وطرق الوقاية منها، وأسفرت نتائج التحليل الكيفي عن أنه الهدف الوحيد ضمن أهداف الإنفوجرافيك الذي ارتبط بجميع موضوعات الصحة النفسية خلال فترة تحليل الدراسة. وترى الباحثة أنها نتيجة متوقعة وتُعد من إيجابيات تناول صفحة وزارة الصحة والسكان للموضوعات النفسية من خلال الإنفوجرافيك، فما يحتاجه المريض النفسي أياً كانت طبيعة مرضه أو من يخالط مريضاً نفسياً هو التوجيه والإرشاد في المقام الأول، والتعرف على أعراض الأمراض في الترتيب الثاني، خاصة وأن الأمراض النفسية تُعد من الأمراض التي يجهلها كثير من أفراد المجتمع خارج المجال الطبي، مقارنة بعدد من الأمراض العضوية التي تحظى بالحد الأدنى من المعرفة نحو أعراضها وطرق الوقاية منها. وتتفق هذه النتيجة مع دراستي (طلعت عبد الحميد عيسى، وأيوب موسى سليمان، 2022)، و(محمد عبد الحميد أحمد، 2020)، حيث

جاء إطار التوجيه والإرشاد في الترتيب الأول ضمن أطر وأهداف الإنفوجرافيك الخاص بفيروس كورونا.

- ومن بين الأهداف التي سعت صفحة وزارة الصحة والسكان لتحقيقها بدرجة أقل من خلال إنفوجرافيك الصحة النفسية هو هدف تقديم النصائح لسلامة الصحة النفسية، وتحقق هذا الهدف حصرياً ومنطقياً من خلال إنفوجرافيك موضوع "سلامة الصحة النفسية".

- واستهدف إنفوجرافيك الصحة النفسية بدرجة ضئيلة تحقيق أهداف "التفاعل مع الجمهور"، و"تصحيح المعلومات الخاطئة" وارتبط تحقيقهما بشكل خاص مع موضوع "الإدمان". وظهر هدف "التفاعل مع الجمهور" من خلال صيغة "شاركنا برأيك"، أو "قولنا تجربتك"، ثم طرح تساؤل داخل الإنفوجرافيك والطلب من الجمهور المشاركة والتفاعل معه داخل التعليقات، وذلك ليستفيد المُتلقي من تجارب الآخرين وآرائهم، وليس من خلال معلومات صريحة داخل الإنفوجرافيك، ورغم توافر عنصر التفاعل من جانب الجمهور فإن الباحثة لاحظت عدم استغلاله بالشكل الملائم من جانب القائمين على صفحة وزارة الصحة والسكان نظراً لعدم الاهتمام بالرد على كل التعليقات، أو بتصحيح معلومات المُعلقين التي قد تكون خاطئة.

وفيما يلي نماذج لأهداف إنفوجرافيك الصحة النفسية:
أ- التوجيه والإرشاد:



شكل (6) نماذج من إنفوجرافيك يحقق هدف "التوجيه والإرشاد" من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

ب-التوعية بأعراض الأمراض وطرق الوقاية:



شكل (7) نماذج من إنفوجرافيك يحقق هدف "التوعية بالأمراض وطرق الوقاية" من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

ج-نصائح لسلامة الصحة النفسية:



شكل (8) نماذج من إنفوجرافيك يحقق هدف "نصائح لسلامة الصحة النفسية" من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

د- التفاعل مع الجمهور وتصحيح المعلومات الخاطئة:



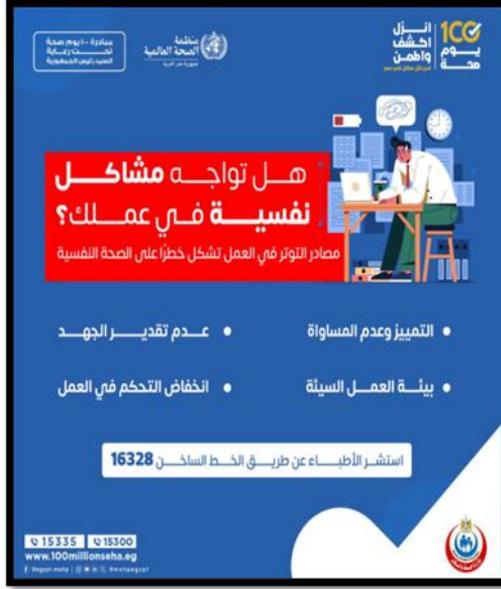
شكل (9) نماذج من إنفوجرافيك يحقق هدف "التفاعل مع الجمهور" من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

4- أسلوب تناول الإنفوجرافيك لموضوعات الصحة النفسية:

استخدمت غالبية رسوم الإنفوجرافيك الأسلوب الخبري لتقديم موضوعات الصحة النفسية، ويُقصد بالأسلوب الخبري في الدراسة الحالية إحاطة المُتلقي بالمعلومات في مجال الصحة النفسية، سواء من حيث التوعية بأعراض الأمراض والاضطرابات النفسية، أو الإجراءات اللازمة لمواجهة المشكلات النفسية المختلفة. وبالنظر إلى أهداف إنفوجرافيك الصحة النفسية المذكورة سابقاً، التي تصدّرها هدف "التوجيه والإرشاد"، يليه هدف "التوعية بأعراض الأمراض وطرق الوقاية"، نجد اتساقاً واضحاً بين الأهداف المرجوة من الإنفوجرافيك وأسلوب تناول المعلومات المقدمة من خلاله لتحقيق تلك الأهداف. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (ريم نجيب زناتي، 2020)، حيث جاء الأسلوب الخبري في مقدمة الأساليب المستخدمة بإنفوجرافيك التوعية بفيروس كورونا.

كما اتبعت بعض رسوم الإنفوجرافيك الأسلوب التشويقي في تقديم موضوعات الصحة النفسية، من خلال طرح سؤال استفهامي عنواناً رئيسياً لمضمونه، وارتبط استخدام هذا الأسلوب بشكل كبير مع موضوع "الإدمان"، نظراً لكون هذا الأسلوب يخدم بشكل أساسي هدف "التفاعل مع الجمهور" الذي تحقق فقط من خلال موضوع "الإدمان"، إضافة إلى استخدامه بدرجة أقل مع موضوعات "التوتر والضغط النفسي"، و"الاكتئاب"، و"سلامة

الصحة النفسية"، وفيما يلي نموذج للأسلوب التشويقي في تناول موضوعات الصحة النفسية:



شكل (10) نموذج من إنفوجرافيك يستخدم "الأسلوب التشويقي" من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

- وعلى الرغم من أهمية تقديم الأرقام والبيانات الإحصائية مع الموضوعات الصحية في معظم الأحيان لدورها في توعية الجمهور من خلال المعلومات الدقيقة والموثوق بها، فإن نتائج التحليل الكيفي أسفرت عن عدد محدود من رسوم الإنفوجرافيك التي اتبعت الأسلوب التحليلي في تقديم موضوعات الصحة النفسية، وتختلف هذه النتيجة مع دراستي (أحمد محمد صالح، 2020)، و(طلعت عبد الحميد عيسى وأيوب موسى سليمان، 2022)، حيث جاءت الإحصائيات في عرض معلومات الإنفوجرافيك الخاص بفيروس كورونا في الترتيب الأول، وفيما يلي نموذج للأسلوب التحليلي بإنفوجرافيك الصحة النفسية:



شكل (11) نموذج من إنفوجرافيك يستخدم "الأسلوب التحليلي" من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

5- حجم المعلومات داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية:

اتجه القارئون على صفحة وزارة الصحة والسكان نحو "الاعتدال" في حجم المعلومات داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية، بحيث تُقدم المعلومات النصية المقروءة في شكل عبارتين، أو عنوان رئيسي وعدد من النقاط في شكل عبارات مختصرة، كما جاء أيضاً اتجاه "التقليل" في حجم المعلومات في عدد كبير من إنفوجرافيك الصحة النفسية، وإن كان أقل من حجم المعلومات "المعتدل"، ويتمثل بشكل أساسي في عبارة أو عنوان رئيسي واحد فقط يُقدم معلومة محددة دون شرح. ولفت انتباه الباحثة حجم المعلومات "المُفرط" في عدد محدود للغاية من إنفوجرافيك الصحة النفسية، والمقصود بـ "الإفراط" أن يتضمن الإنفوجرافيك عدداً كبيراً من العبارات تظهر بشكل متكدس. وترى الباحثة أن صفحة وزارة الصحة والسكان تميزت بحجم المعلومات المناسب داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية، وتعتمدها التقليل في عدد العبارات للوصول للهدف الأصيل من توظيف فن الإنفوجرافيك، وهو تبسيط المعلومات الصحية المعقدة وسرعة فهمها من جانب الجمهور، حيث أكدت الأبحاث والدراسات في مجال الإنفوجرافيك أن حجم المعلومات الضخم يعوق الفهم والإدراك والتذكر. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة

(Alex Lee et al., 2022)، حيث أكد المبحوثون أن الإنفوجرافيك الذي تتضمن عدداً كبيراً من الكلمات فشل في الحفاظ على استمراريتهم في قراءة ما يتضمنه من معلومات. وفيما يلي نماذج لحجم المعلومات داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية:
أ- حجم المعلومات القليل:



شكل (12) نموذج من إنفوجرافيك يستخدم "حجم المعلومات القليل" من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

ب- حجم المعلومات المعتدل:



شكل (13) نموذج من إنفوجرافيك يستخدم "حجم المعلومات المعتدل" من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

تصنيف نوبات الاكتئاب

خفيفة أو متوسطة أو شديدة على حسب الأعراض وحدتها

نوبة وحيدة
من اضطراب الاكتئاب وهي أول نوبة تصيب الشخص لمرة واحدة

تواتر اضطراب الاكتئاب
يعني أن الشخص سبق أن عانى من قبل من نوبتي اكتئاب على الأقل

الاضطراب الثنائي القطب
أي أن نوبات الاكتئاب تتناوب مع فترات من أعراض الهوس التي تشمل الابتهاج أو سرعة الانفعال، وزيادة النشاط أو الطاقة، وأعراض أخرى مثل زيادة الثروة، وتسارع الأفكار، وزيادة تقدير الذات، ونقصان الحاجة إلى النوم، وسهولة فقدان التركيز، والسلوك المندفع والطايش خلال نوبة الاكتئاب يواجه الشخص صعوبة كبيرة في العلاقات الشخصية والأسرية والاجتماعية والتعليمية والمهنية

16328
الخط الساكن
@egypt.mohp | @mohpegypt

شكل (14) نموذج من إنفوجرافيك يستخدم "حجم المعلومات المُفرط" من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

6- مصادر المعلومات داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية:

حرصت صفحة وزارة الصحة والسكان على إبراز مصدر المعلومات داخل جميع إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة دون استثناء، وظهر مصدر المعلومات في شكل شعار Logo على الجانب العلوي الأيسر -غالباً- من الإنفوجرافيك، واعتمد الإنفوجرافيك عينة الدراسة بشكل كبير على وزارة الصحة والسكان المصرية مصدراً رئيسي للمعلومات المتعلقة بالصحة النفسية، إلى جانب عدد محدود من رسوم الإنفوجرافيك التي اعتمدت على الدمج بين وزارة الصحة والسكان المصرية ومنظمة الصحة العالمية مصدراً للمعلومات عن الصحة النفسية. ورغم عدم وجود سبب واضح للاعتماد على منظمة الصحة العالمية إلى جانب وزارة الصحة والسكان مصدراً للمعلومات في بعض الموضوعات، فإن الباحثة استناداً إلى نتائج التحليل الكيفي صنفت أنواع الإنفوجرافيك الذي دمج بين المصدرين إلى ثلاث فئات: أولاً، الإنفوجرافيك الذي لجأ إلى الأسلوب التحليلي من خلال الاعتماد على الأرقام والإحصائيات في عرض

معلومات الصحة النفسية. ثانياً، الإنفوجرافيك الذي تناول معلومات الصحة النفسية المتعلقة بفئة الأطفال. ثالثاً، الإنفوجرافيك الخاص بخطوات وإجراءات التعافي من الإدمان. وبالنظر إلى طبيعة تلك الفئات نجدها موضوعات تحتاج إلى مستوى متقدم من الدقة والمصداقية، بهدف التأثير في الجمهور وإقناعه بالمعلومات المقدمة. وفيما يلي نماذج لمصادر المعلومات داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية:



شكل (15) نماذج من مصادر المعلومات داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

7- توظيف الألوان داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية:

تراوح عدد الألوان التي وُظِّفَتْ داخل غالبية إنفوجرافيك الصحة النفسية ما بين ثلاثة إلى أربعة ألوان، جمعت تحديداً بين الألوان الحارة والألوان الباردة، وتمثلت في الأحمر والأبيض والأزرق والأصفر. وتُرجع الباحثة سبب اختيار تلك الألوان بشكل خاص إلى شعار وزارة الصحة والسكان، المُكوّن من اللون الأحمر والأزرق والأبيض والأصفر ومساحة محدودة من اللون الأسود، ومن ثمّ توفير الشعور بالألفة والارتياح والثقة لدى المتلقي لارتباط ألوان إنفوجرافيك الصحة النفسية بشعار وزارة الصحة والسكان. ولاحظت الباحثة أن صفحة الوزارة استخدمت الألوان نفسها مع معظم الإنفوجرافيك المنشور من خلالها، وليس فقط مع ما يتعلق بالصحة النفسية. وتُفسر الباحثة الجمع بين الألوان الحارة والألوان الباردة بالنظر إلى طبيعة الموضوع عينة الدراسة، المُتمثل في الصحة النفسية، وهو من الموضوعات الجادة التي تتطلب انتباهاً وتركيزاً شديدين، وفي الوقت

ذاته، تحتاج إلى نوعية ألوان تُخفف من حدتها. وبالرجوع إلى علم دلالات الألوان، يشير الباحثون إلى أن اللون الأحمر يُثير الانتباه ويرتبط في الذهن بحالات الطوارئ والخطر، أما الأزرق فيساعد على استيعاب مشاعر الآخرين وتسهيل عملية التواصل العاطفي، وجاء استخدام اللون الأصفر للإشارة إلى النور والسعادة والفرح، وأخيراً استخدم اللون الأبيض كونه لوناً مهدئاً⁵².

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (طلعت عبد الحميد عيسى وأيوب موسى سليمان، 2022)، التي انتهت إلى أن إنفوجرافيك التوعية بجائحة كورونا استخدم أكثر من أربعة ألوان. بينما تتفق جزئياً مع دراسة (Zinggara Hidayat & Debra Hidayat, 2020) التي أظهرت نتائجها سيطرة اللون الأحمر والأسود والأزرق على عينة الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا بصحيفة (The times of India).

ومن ناحية أخرى، راعت جميع رسوم إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة وضوح مستوى التباين اللوني بين لون النص المكتوب ولون الأرضية أو الخلفية، واتخذ العدد الأكبر من الإنفوجرافيك عينة الدراسة اللون الأبيض لكتابة النصوص المقروءة واللون الأزرق الغامق أرضية أو خلفية للنصوص، مما أسهم في وضوح عنصر التباين اللوني، وهو أحد عناصر نجاح الإنفوجرافيك، لما له من تأثير في وضوح النص وسهولة قراءته، ومن ثم سرعة فهمه واستيعابه بالشكل المطلوب من جانب الجمهور، وهو ما انتهت إليه دراسة (Alex Lee et al., 2022)، من أن عدم توافر عنصر التباين اللوني يمكن أن يجعل النص أقل وضوحاً، مما يؤثر في استيعاب الباحثين ووعيهم بالمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا. ولاحظت الباحثة عدداً ضئيلاً للغاية لم يتجاوز ثلاثة رسوم من إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة لم يراعَ في تصميمها عنصر التباين اللوني، من خلال كتابة العناصر المقروءة بلون فاتح على أرضية فاتحة نوعاً ما، كما يتضح في النموذج الآتي:



شكل (16) نموذج من عدم وضوح عنصر التباين اللوني داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

8- العناصر المرئية المستخدمة داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية: كشفت نتائج تحليل المحتوى الكيفي عن الدمج بين العناصر المقروءة والعناصر المرئية بوضوح داخل غالبية إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة، وجاءت نسبة الإنفوجرافيك المعتمد على العناصر المقروءة فقط ضئيلة للغاية لم تتجاوز 3% من إجمالي العينة. وترى الباحثة أن تلك النتيجة إحدى مزايا توظيف الإنفوجرافيك في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة لتقديم معلومات عن الصحة النفسية، حيث تُعزز العناصر المرئية عملية الفهم والإدراك والتذكر للمعلومات اللفظية النصية وفقاً لنظرية الترميز الثنائي (Dual-coding Theory)⁵³. وتمثلت أبرز العناصر المرئية المستخدمة داخل عينة إنفوجرافيك الصحة النفسية في العناصر الآتية:

أولاً: الصور الفوتوغرافية:

لجأ العدد الأكبر من إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة إلى تدعيم المعلومات الصحية النصية من خلال الاعتماد على عنصر "الصور الفوتوغرافية" ونسبة بلغت

45%. ويقصد بها الصور التي التقطت لأشخاص يقدمون تعبيرات مناسبة للمعلومات المقدمة من خلال الإنفوجرافيك. وتُساعد الصور الفوتوغرافية بشكل كبير على تخيل شكل المريض الذي يواجه إحدى المشكلات أو الاضطرابات النفسية، وترسيخها في ذاكرة المُتلقي، خاصة عند اختيار صور تُعبر عن النص المكتوب بوضوح، فضلاً عن نقل الحالة الشعورية المرتبطة بالمعلومات المقدمة للمتلقي، التي ظهرت بنسبة أكبر مع الموضوعات المتعلقة بفئة الأطفال كما يظهر في نماذج الشكل الآتي:



شكل (17) نماذج من استخدام الصور الفوتوغرافية داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

ثانياً: الرسوم التعبيرية:

وإلى جانب الصور الفوتوغرافية، فقد جاءت "الرسوم التعبيرية" أحد العناصر المرئية المستخدمة بشكل كبير داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة بنسبة 29%، وهي تلك المرسومة من خلال برامج التصميم والجرافيك، وقدمت تلك الرسوم تصوراً أقرب إلى الواقع، من خلال بعض التفاصيل الدقيقة التي تعمل على توضيح وتبسيط المشكلة النفسية المطروحة داخل الإنفوجرافيك، بطريقة جذابة، كما يتضح من خلال نماذج الشكل الآتي:



شكل (18) نماذج من استخدام الرسوم التعبيرية داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

ثالثاً: الرموز البصرية:

جاء الاعتماد على الرموز البصرية في الترتيب الأخير ضمن العناصر المرئية المستخدمة داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية، رغم أهميتها في توضيح المعنى وتقريبه إلى ذهن المُتلقي، وتوصيل المعلومة بشكل أسرع وأسهل. وارتبط استخدام الرموز البصرية بموضوع "الإدمان والتدخين"، من خلال رمز "الرئة التالفة"، أو "السجائر الإلكترونية"، أو "عقب السيجارة المغروس داخل رئة"، وربما يرجع ذلك إلى سهولة فهم المعنى الضمني وراء الرمز البصري، مما يجعله العنصر المرئي الأنسب للوصول إلى أكبر عدد ممكن من فئة المدخنين خاصة، على اختلاف المستويات التعليمية والثقافية، كونها فئة تمثل نسبة كبيرة من المجتمع المصري. ويتضح استخدام الرموز البصرية داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية من خلال النموذج الآتي:



شكل (19) نموذج من استخدام الرموز داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

وتُشير الباحثة إلى أحد جوانب القصور في استخدام العناصر المرئية التي كشفتها نتائج التحليل الكيفي، في استخدام عدد من إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة للعناصر المرئية خلفية للإنفوجرافيك، إضافة إلى العنصر المرئي الأساسي المستخدم، سواء من الصور أو الرسوم تعبيرية، الأمر الذي قد يؤدي إلى تشتيت الانتباه وعدم وضوح المعلومات نتيجة الازدحام بالعناصر المرئية، وهو ما أكدته دراسة (Matthew Baxter et al., 2021)، التي حددت مبادئ التصميم الجيد للإنفوجرافيك، ومن ضمنها عدم اللجوء إلى الخلفيات التي تشتت الانتباه، ويظهر في النموذج الآتي استخدام الصور خلفية للإنفوجرافيك:



شكل (20) نموذج من استخدام الصور كخلفيات داخل إنفوجرافيك الصحة النفسية من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان

ثانياً: نتائج مجموعات النقاش المركزة:

المحور الأول: الاهتمام بمتابعة موضوعات الصحة النفسية على مواقع التواصل الاجتماعي:

كشفت ردود المبحوثين عن مستوى اهتمام مرتفع إلى حد كبير بمتابعة موضوعات الصحة النفسية على مواقع التواصل الاجتماعي، سواء من خلال الصفحات الرسمية أو غير الرسمية، وبينت النتائج أن ما يدفع الأفراد لمتابعة موضوعات الصحة النفسية، وخاصة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، هو ما تقدمه من نصائح عملية مجانية تمس عاداتهم وسلوكياتهم اليومية، وقد تؤثر في صحتهم النفسية دون دراية أو إدراك منهم، وتُشير إحدى المبحوثات: "مفيش وقت أروح لمعالج نفسي وأقعد أحكى عشان أخرج شحنة الضغوط اللي جوايا، السوشيال ميديا وفرت لي كل ده بشوية نصائح بعرف من خلالها أواجه الحالة اللي عندي". كما جاءت الضغوط الحياتية المتزايدة والأزمات السياسية والاقتصادية أحد أهم العوامل التي دفعت المبحوثين إلى الاهتمام بمتابعة تلك النوعية من الموضوعات الصحية، وأطلق بعض المبحوثين على أمراض واضطرابات الصحة النفسية

مسمى "أمراض العصر"; لانتشارها بين معظم فئات المجتمع، وجاء على لسان إحدى المبحوثات: "كل إنسان فينا عنده مرض نفسي، بس الاختلاف هو قدرة كل واحد على التعايش مع المرض ومواجهته، وده مش عيب، لازم المجتمع يعرف إن في حاجة اسمها مرض نفسى وطبيب صحة نفسية". ولفت انتباه الباحثة الاتفاق النوعي بين أفراد المجموعة الثالثة، الذين تبلغ أعمارهم أكثر من 50 سنة، على أن أبرز الأسباب التي دفعتهم إلى الاهتمام بمتابعة موضوعات الصحة النفسية والوعي بها هو انتشار حوادث الانتحار خلال السنوات الأخيرة، وخاصة بين فئة الشباب، وذكر أحد المبحوثين: "الانتحار مكناش نسمع عنه زمان زي الوقت ده، شباب كتير الأيام دي مكتئب وقلقان طول الوقت، حتى من أقل أسباب، ومنهم كتير ينتحر في عز شبابه، وده اللي خلانى عاوز أفهم أكثر في مجال الصحة النفسية عشان أعرف سبب الظاهرة دي". وتوصلت النتائج إلى أن مجال وطبيعة عمل الأفراد قد تفرض عليهم مستوى أعلى من الاهتمام بموضوعات الصحة النفسية مقارنة بغيرهم، وليس بضرورة أن يكونوا من العاملين بمجال الصحة النفسية، وهو ما أكده أحد المبحوثين قائلاً: "أنا حد مهتم أوي بالصحة النفسية بحكم شغلى في التدريس مع الأطفال، فلازم أعرف كل حاجة تخص نفسية الأطفال وسلوكهم، زي الاكتئاب أو العنف، وأقدر اتعامل مع أي حد منهم عنده مشكلة نفسية".

المحور الثاني: الاعتماد على الإنفوجرافيك مصدراً لمتابعة موضوعات الصحة النفسية:
نجح فن الإنفوجرافيك بشكل بارز في جذب قاعدة جماهيرية عريضة من مختلف الفئات العمرية للحصول على المعلومات المختلفة من خلاله، وتحديدًا تلك التي تتسم بقدر من الصعوبة والتعقيد، ومنها موضوعات الصحة النفسية. وعلى الرغم من تمسك الفئات العمرية الأكبر عادة بكل ما هو تقليدي ومألوف، فإن النتائج أسفرت عن انجذاب الفئة العمرية الأكبر من 50 عاماً إلى رسوم الإنفوجرافيك للحصول على معلومات عن الصحة النفسية، مقارنة بالنصوص المكتوبة بوسائل الإعلام المختلفة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Nazanin Derakshan et al., 2024)، التي أوضحت تأييد أفراد العينة لاستخدام الإنفوجرافيك في مجال المعلومات الصحية والطبية، نظراً لقدرة الهائلة على زيادة المعرفة بأعراض انتشار المرض.

وترى الباحثة أن صفحات وزارة الصحة والسكان على مواقع التواصل الاجتماعي تميزت باعتمادها الأساسي على فن الإنفوجرافيك في تقديم المعلومات الصحية بشكل عام، وتبسيطها للجمهور، مقارنة بالصفحات الصحية الأخرى الخاصة بأطباء أو مؤسسات صحية، التي تعتمد على المقالات النصية الطويلة في المقام الأول، وربما أسهم ذلك في زيادة وعي أفراد المجتمع في السنوات الأخيرة بالمعلومات الصحية عامة، ومجال الصحة النفسية خاصة، نظراً للاستعانة بالإنفوجرافيك وسيلة جاذبة للانتباه لا تحتاج إلى جهد كبير ووقت طويل في القراءة أو المشاهدة أو الاستماع.

وتمثلت أبرز مزايا الإنفوجرافيك وسيلة للحصول على معلومات عن الصحة النفسية من وجهة نظر المبحوثين في (سرعة الحصول على المعلومات)، كما جاء على لسان إحدى المبحوثات: "في 3 ثواني بقدر أشوف المعلومة وأفهمها، وده كايه جدا". إضافة إلى طبيعة الموضوعات ذاتها، باعتبار أن مجال الصحة النفسية من المجالات التي لا تلق رواجاً كبيراً في وسائل الإعلام، وكذلك تقديم المعلومات بشكل مختصر وبإيجاز، إذ اتفق جميع المبحوثين على أن اختصار المعلومات من أهم أسباب تفضيلهم للإنفوجرافيك في الحصول على معلومات عن الصحة النفسية، خاصة إذا كان المتلقي غير متخصص في المجال الطبي. وبالرجوع إلى نتائج التحليل الكيفي لعينة إنفوجرافيك الصحة النفسية على صفحة وزارة الصحة والسكان نجد أنها نجحت في الالتزام بحجم النصوص المعتدل، الذي يعد أحد أهم عوامل نجاح الإنفوجرافيك. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة في مجال الإنفوجرافيك الصحي، من أن ما يدفع الأفراد لمتابعة الإنفوجرافيك للحصول على المعلومات الصحية هو سرعة الحصول على المعلومات واختصارها وبساطتها، مثل دراسة (نهى كامل مسلم، 2022)، و(أحمد محمد صالح، 2020) و(Sujin Butdisuwan et al., 2024).

كما جاءت المصادقية أحد العوامل التي تجذب المبحوثين لمتابعة موضوعات الصحة النفسية من خلال الإنفوجرافيك، فوجود شعار وزارة الصحة والسكان ومنظمة الصحة العالمية داخل تصميم الإنفوجرافيك يضيف على معلوماته مستوى عالياً من المصادقية والموثوقية، وأشار أحد المبحوثين: "موضوع مهم ومعقد زي الصحة النفسية لازم نعرفه من

مصدر موثوق فيه". وبالرجوع إلى نتائج التحليل الكيفي لعينة إنفوجرافيك الصحة النفسية، نجد أن صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك نجحت في توفير عنصري المصداقية والثقة فيما يخص معلومات الصحة النفسية المقدمة عبر الإنفوجرافيك، عن طريق إبراز مصدر المعلومات، سواء من خلال شعار وزارة الصحة والسكان أو شعار منظمة الصحة العالمية.

وأظهرت النتائج الأهمية البالغة التي تُصاحب الصور الفوتوغرافية والرسوم والرموز المستخدمة داخل الإنفوجرافيك، فالى جانب أنها تُعد عنصراً مرئياً جذاباً للجمهور، فهي تسهم أيضاً وبشكل كبير في مزيد من التوضيح للمعلومات النصية، وتوضيح أعراض المرض بشكل مرئي، وارتباط الصورة أو الرسم أو الرمز في ذاكرة المتلقين بطبيعة المرض النفسي موضوع الإنفوجرافيك، أي قدرتها على رسم وتصوير شكل المريض النفسي، وتتفق تلك النتيجة مع ما تفترضه نظرية الترميز الثنائي (Dual-coding Theory)، من أن تقديم المعلومات من خلال الدمج بين النظام اللفظي والنظام غير اللفظي يساعد على الفهم والإدراك والتذكر بشكل أكبر من الاعتماد على النظام اللفظي بمفرده، وقال أحد الباحثين: "الرسومات بتوضح الحالة أكثر، ومش شرط يكون حد مثقف أوي عشان يقدر يفهم المعلومة، بمجرد ما يشوف الصورة أو الرسمة هافهم الرسالة، خصوصاً في موضوع صعب زي الصحة النفسية"، وأضافت إحدى الباحثات: "الصور والرسوم اللى بيستخدمها الإنفوجرافيك بتعرفنا شكل المريض النفسي، زي مريض الاكتئاب أو التوحد، وتساعدنى أنى أربط في ذاكرتى بين اللى شوفته وبين أعراض بعض الأشخاص اللى ظاهرة على ملامحهم، وأقدر أقدم لهم النصيحة بالتوجه لتخصصين الصحة النفسية". وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Manushri Pandya, 2021)، حيث استخدم الإنفوجرافيك التابع لكل من مركز سيطرة على الأمراض ومنظمة الصحة العالمية الرسوم والعناصر المرئية التي أسهمت في جعل المعلومات المقدمة أكثر قابلية للفهم من جانب الجمهور.

ورغم تعدد المزايا التي ذكرها الباحثون فيما يتعلق بالحصول على معلومات الصحة النفسية من خلال الإنفوجرافيك، فإن عدداً محدوداً من الباحثين انتقد الألوان المستخدمة بإنفوجرافيك الصحة النفسية على صفحة وزارة الصحة والسكان، وخاصة

استخدام الخلفية الزرقاء في غالبية إنفوجرافيك صفحة وزارة الصحة والسكان، التي وصفوها بأنها "غير مريحة للعين". وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (عبد الله فيصل سروجي وشروق غازي نحاس، 2023)، حيث أكد أفراد العينة أن اختيار الألوان غير المناسبة لعناصر الإنفوجرافيك كان له تأثير سلبي في استيعاب المعلومات المقدمة من خلاله، ومنها اختيار لون خلفية غير مناسب أو مزعج للعين، وكذلك الكتابة البيضاء على خلفية لونها فاتح.

المحور الثالث: دور الإنفوجرافيك في التوعية بمجال الصحة النفسية:

أسهم إنفوجرافيك صفحة وزارة الصحة والسكان بشكل مؤكد في توعية الباحثين بمجال الصحة النفسية، وساعدهم من خلال المعلومات البسيطة والمختصرة على تغيير عاداتهم وسلوكياتهم التي تؤثر في سلامة صحتهم النفسية بدرجة كبيرة، ونجح أيضاً في زيادة معرفتهم ووعيهم بالأمراض والاضطرابات النفسية المختلفة، وهو ما يتفق مع دور الإنفوجرافيك في المجال الصحي بشكل عام، حيث أكد الباحثون دور التمثيل المرئي والبصري للمعلومات الصحية في تشكيل الاتجاهات الصحية الإيجابية وإدراك المخاطر⁵⁴. وأشارت إحدى الباحثات: "دلوقتي عندي وعى بصحتي النفسية يكفى أن كل يوم بانتظر Posts (منشورات) صفحة وزارة الصحة على فيسبوك، عشان لو نزلت إنفوجرافيك جديد عن الصحة النفسية". وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (حنان كامل مرعي، 2021)، حيث بينت نتائجها أن النسبة الأكبر من الباحثين أظهرت مستوى مرتفعاً من الوعي الصحي نتيجة الاعتماد على الإنفوجرافيك بنوعيه الثابت والتفاعلي مصدرًا للحصول على المعلومات عن فيروس كورونا. وتفاوتت تجارب الباحثين ما بين الاستفادة على المستوى الشخصي، أو في إطار المحيطين بهم، ولفت انتباه الباحثة العدد المحدود نسبياً من الباحثين الذين أبلغوا عن تجارب ونماذج للاستفادة الشخصية من إنفوجرافيك الصحة النفسية من خلال الانتباه لأعراض بعض المشكلات النفسية التي يعانون منها، وبررت إحدى الباحثات ذلك بعبارة: "المريض النفسى على فكرة مش بيشعر إنه مريض، خاصة لو واصل مرحلة متقدمة، زي اللى عندهم ميول وأفكار انتحارية، مستحيل الإنفوجرافيك يخليه يغير قراره"، وربما تكون تلك النتيجة مؤشراً على أن الحديث والإفصاح عن المرض النفسي ما زال موصوماً بالخجل في مجتمعاتنا الشرقية،

الأمر الذي يستدعي من وسائل الإعلام المختلفة تكثيف الجهود لتصحيح وتغيير الصورة الذهنية للمرض النفسي الراسخة في أذهان أفراد المجتمع. وفي المقابل اتفق العدد الأكبر من الباحثين على دور إنفوجرافيك الصحة النفسية في توعيتهم بأعراض الأمراض النفسية، التي ساعدتهم في التعرف على بعض الحالات في محيط معارفهم، وذكر أحد الباحثين: "لاحظت أعراض مرض الاكتئاب على ابن صديقي، وكانت مشابهة جداً لأعراض المكتوبة بإنفوجرافيك صفحة وزارة الصحة"، وأضافت إحدى الباحثات: "قريبتي مريضة توحدها، ولما تابعت إنفوجرافيك الصحة النفسية التي يقدم معلومات عن طيف التوحدها، سلوكي في التعامل معها أتغير للأحسن 180 درجة، وبقيت حريصة على سلامتها النفسية أكثر من الأول".

وجاءت موضوعات "الاكتئاب"، و"القلق"، و"التوتر" بالترتيب في مقدمة الموضوعات التي جذبت اهتمام الباحثين وانتباههم خلال الفترة الأخيرة. وترى الباحثة أنها نتيجة منطقية لكونها أكثر موضوعات الصحة النفسية التي قد يعاني منها أغلب أفراد المجتمع، على الأقل في فترة ما خلال حياتهم، إن لم يكن يومياً، مثل التوتر والقلق، وقال أحد الباحثين: "أكثر موضوع اهتمامي به هو الاكتئاب، لأن أي حد يحصله موقف صعب أو يتضايق من حاجة يقول عندي اكتئاب، بنستخدم الكلمة بسهولة ومعندناش وعي إن ده مرض"، وأضاف آخر: "حريص على متابعة موضوع القلق والتوتر عشان أساعد نفسي وأكون أكثر هدوء". ورغم أن موضوع "الإدمان" احتل الترتيب الأول في نتائج التحليل الكيفي لعينة إنفوجرافيك الصحة النفسية على صفحة وزارة الصحة والسكان، فإنه حظي بمستوى اهتمام أقل قليلاً من جانب الباحثين، وجاء على لسان إحدى الباحثات: "أكثر موضوع جذبني هو الإدمان، خصوصاً إنه موضوع محتاج وعي كبير بين قطاع الشباب وأولياء الأمور". كما أظهرت ردود الباحثين مستوى اهتمام متوسط بإنفوجرافيك موضوعات التوحدها والزهايمر، رغم عدم الاهتمام بها بالدرجة الكافية من جانب صفحة وزارة الصحة والسكان، كما اتضح من نتائج التحليل الكيفي، وهو ما يستدعي من القائمين على الصفحة مزيداً من الاهتمام بتلك النوعية من الموضوعات، خاصة في ظل انتشارها بشكل ملحوظ بين أفراد المجتمع.

المحور الرابع: استجابة المبحوثين وتفاعلهم مع معلومات إنفوجرافيك الصحة النفسية: أسفرت نتائج مجموعات النقاش المركزة عن أن مستوى استجابة المبحوثين وتفاعلهم مع معلومات إنفوجرافيك الصحة النفسية من خلال الاتصال على الخط الساخن للاستشارات النفسية محدود إلى حد ما، وانحصرت تجارب المبحوثين الذين سبق أن اتصلوا بالخط الساخن للحصول على استشارة تخص الآخرين ولا تمسهم مباشرة، أو بتوجيه الآخرين للاتصال على الخط الساخن، وذكرت إحدى المبحوثات: "نصحت واحدة معرفتي قبل كدة إنها تتصل بالخط الساخن اللى بيظهر في إنفوجرافيك صفحة وزارة الصحة والسكان، عشان ابنها مدمن، وهى ظروفها المادية متسمحش بزيارة عيادات الأطباء"، وأضافت أخرى: "أنا صيدلانية، وشكيت أن حد من زيايى مدمن أدوية، فاتصلت بالخط الساخن للاستشارات النفسية الخاص بوزارة الصحة عشان أعرف أتصرف إزاي معاه، وعرفت الرقم ده لأنى مهتمة جدا بإنفوجرافيك الصحة النفسية وهو دائما مكتوب فيه".

وفيما يتعلق بتقديم النصائح للآخرين بناءً على معرفتهم الناتجة عن متابعة إنفوجرافيك الصحة النفسية على صفحة وزارة الصحة والسكان، اعترض معظم المبحوثين على مبدأ تقديم النصائح الطبية من غير المتخصصين، وتُشير هذه النتيجة إلى وعي المجتمع بخطورة تقديم النصائح الطبية، أو الاستعانة بالنصائح الطبية، المقدمة من غير المتخصصين طبيًا، لما له من تداعيات قد تؤدي بحياة الآخرين، وهو ما حرصت صفحة وزارة الصحة والسكان على تأكيده بنجاح من خلال غالبية إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة، بوجود عبارة "استشر أطباء الصحة النفسية"، وبذلك تستخلص الباحثة أن الهدف الأساسي من تقديم معلومات عن الصحة النفسية من خلال الإنفوجرافيك على صفحة وزارة الصحة والسكان هو التوعية والإحاطة بأعراض الأمراض والمشكلات النفسية والنصائح العامة للحفاظ على الصحة النفسية، وليس علاج الأمراض النفسية التي تستدعي تدخل الأطباء والمتخصصين في المجال. وذكر أحد المبحوثين: "مش صح طبعا حد مش طبيب زىي يقدم نصائح طبية، ده خطر جدا"، وأضافت إحدى المبحوثات: "مش محتاجة أقدم نصيحة لحد، لأن أصلًا الإنفوجرافيك مكتوب فيه اتصل بالخط الساخن، ودي أكثر نصيحة أقدر أقدمها لأي شخص عليه أعراض مرض أو مشكلة نفسية إنه يتصل بالخط الساخن ويستشير طبيب نفسى"، وهي إشارة أيضا إلى نجاح

الإنفوجرافيك المقدم على صفحة وزارة الصحة والسكان في توعية الجمهور، فضلاً عن انتباه أفراد الجمهور لتفاصيل وعبارات إنفوجرافيك الصحة النفسية، مما يعني انجذابهم لهذا الفن الصحفي في توصيل المعلومات الصحية.

المحور الخامس: مقترحات المبحوثين لتحسين وتطوير إنفوجرافيك الصحة النفسية:
اقترح كثير من المبحوثات خاصة عدداً من المقترحات تسهم من وجهة نظرهن في تعزيز دور الإنفوجرافيك في التوعية بالصحة النفسية، جاء في مقدمتها زيادة الاهتمام بموضوعات الصحة النفسية على صفحة وزارة الصحة والسكان، حيث وجدن أن عدد إنفوجرافيك الصحة النفسية قليل للغاية مقارنة بمعدل منشورات صفحة الوزارة يومياً، وجاء على لسان إحدى المبحوثات: "الصفحة محتاجة تهتم أكثر بموضوعات الصحة النفسية، وتخصص مساحة أكبر من الاهتمام لصحة الأطفال النفسية، أنا مثلاً واحدة عايزة أرى ابني أنه يكبر سوي نفسياً".

وفي إطار زيادة الاهتمام بتسليط الضوء على موضوعات الصحة النفسية، اقترح أحد المبحوثين طباعة إنفوجرافيك الصحة النفسية في شكل ملصقات، ونشرها داخل الصيدليات والمستشفيات؛ لنشر التوعية بهذا المجال على نطاق أوسع. وفيما يتعلق بمقترحات تطوير تصميم إنفوجرافيك الصحة النفسية، أشارت إحدى المبحوثات: "محتاجين يميزوا ألوان رسوم الصحة النفسية عن باقي الموضوعات، عشان لو حد زى مهتم جداً بالصحة النفسية يقدر ينتبه بسرعة للإنفوجرافيك اللي بيقدم معلومات عنها من خلال ألوانه المميزة".

أما عن طريقة تقديم إنفوجرافيك الصحة النفسية، فاقترحت إحدى المبحوثات إطلاق سلسلة لموضوعات الصحة النفسية، أو كما أطلقت عليها "خطوط Lines"، بحيث تتكون السلسلة أو الخط الواحد من عدد من الإنفوجرافيك الذي يقدم معلومات عن موضوع واحد محدد من موضوعات الصحة النفسية لفترة زمنية محددة.

مناقشة نتائج الدراسة:

1- اهتمت الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية بدرجة متوسطة بتوظيف الإنفوجرافيك في تقديم معلومات عن الصحة النفسية، وبلغ إجمالي عدد منشورات إنفوجرافيك الصحة النفسية خلال عام كامل (146) إنفوجرافيك فقط، في مقابل

الاهتمام الأكبر بنشر إنفوجرافيك موضوعات الصحة العامة. وهو ما أكده المبحوثون داخل مجموعات النقاش المركزة، بقلة اهتمام الصفحة بموضوعات الصحة النفسية بشكل ملحوظ رغم اهتمامهم وحرصهم على متابعتها.

2- تصدّر موضوع "الإدمان" قائمة موضوعات الصحة النفسية التي ركّز عليها الإنفوجرافيك خلال فترة تحليل الدراسة، يليه موضوع "سلامة الصحة النفسية" الذي انحاز بدرجة أكبر إلى فئة النساء والأطفال. وعلى خلاف ذلك، جاءت موضوعات "الاكتئاب"، و"القلق"، و"التوتر" أبرز موضوعات الصحة النفسية التي جذبت انتباه المبحوثين داخل مجموعات النقاش المركزة خلال الفترة الأخيرة، كونها الأكثر انتشاراً بين أفراد المجتمع بشكل عام.

3- لم ينجح هدف "التوجيه والإرشاد" الذي غلب على أهداف عينة إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة على صفحة وزارة الصحة والسكان في دفع المبحوثين داخل مجموعات النقاش المركزة للاستجابة والاتصال بالخط الساخن إلا في حالات محدودة، بينما تمكّن هدف "التوعية بأعراض الأمراض النفسية وطرق الوقاية منها" الذي استهدفه عدد كبير نسبياً من عينة إنفوجرافيك الصحة النفسية على صفحة وزارة الصحة والسكان من زيادة وعي المبحوثين بأمراض واضطرابات الصحة النفسية.

4- اتخذت غالبية رسوم الإنفوجرافيك الأسلوب الخبري لتقديم موضوعات الصحة النفسية، الذي جاء متسقاً مع أبرز الأهداف المرجوة من الإنفوجرافيك، كما اتبعت بعض رسوم الإنفوجرافيك الأسلوب التشويقي، من خلال طرح سؤال استفهامي عنواناً رئيسياً لمضمونه، وارتبط بشكل كبير مع موضوع "الإدمان".

5- تميزت النسبة الأكبر من إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة، باعتمادها على وزارة الصحة والسكان ومنظمة الصحة العالمية مصدراً رئيسياً للمعلومات، إضافة إلى مراعاة غالبية عينة إنفوجرافيك الصحة النفسية "الاعتدال" و"التقليل" في حجم المعلومات النصية المقدمة من خلاله. وجاء العنصران في مقدمة المزايا التي حددها المبحوثون داخل مجموعات النقاش المركزة التي تجذبهم لمتابعة موضوعات الصحة النفسية من خلال الإنفوجرافيك مقارنة بالموضوعات التقليدية المكتوبة.

6-اعتمد تصميم معظم عينة إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة على عدد مناسب من الألوان، تراوح من ثلاثة إلى أربعة ألوان، مع مراعاة وضوح عنصر التباين اللوني في غالبية الإنفوجرافيك تحقيقاً لشروط وعوامل نجاح الإنفوجرافيك، كما اتسم التصميم بالتوظيف الجيد والجذاب للعناصر المرئية من خلال الاستعانة بالصور الفوتوغرافية في المقام الأول، يليها الرسوم التعبيرية إلى جانب النص المكتوب.

7-اتفقت نتائج الدراسة مع الفرض الرئيس لنظرية الترميز الثنائي (Dual-coding Theory)، وكشفت نتائج التحليل الكيفي لمجموعات النقاش المُركّزة عن الأهمية البالغة التي تُصاحب الصور الفوتوغرافية والرسوم والرموز المستخدمة داخل الإنفوجرافيك، كونها تسهم بشكل كبير في مزيد من التوضيح للمعلومات النصية وقدرتها على رسم وتصوير شكل المريض النفسي في ذاكرة المُتلقيين. ونجح إنفوجرافيك الصحة النفسية عينة الدراسة في الاستفادة من المزايا التي توفرها العناصر المرئية المُصاحبة للمعلومات النصية، وجاء عدد الإنفوجرافيك المعتمد على العناصر المقروءة فقط ضئيلاً للغاية لم يتجاوز 3% من إجمالي العينة.

توصيات الدراسة:

- 1- ضرورة تخصيص مساحة أكبر من الاهتمام لموضوعات الصحة النفسية عبر وسائل الإعلام المختلفة والصفحات الرسمية لوزارة الصحة والسكان على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- الاهتمام بتنظيم دورات تدريبية لتعزيز خبرات مُصممي الإنفوجرافيك لضمان أداء وظيفته في تبسيط المعلومات وتقديمها بشكل جذاب وسرعة وصول المعلومات للفئات المستهدفة.
- 3- إجراء استطلاعات رأي دورية لتقييم فاعلية الإنفوجرافيك في توعية أفراد المجتمع بمجال الصحة النفسية.
- 4- إطلاق حملات إعلامية لتصحيح الصورة الذهنية عن المرض النفسي وتشجيع أفراد المجتمع على اللجوء للاستشارات النفسية من المتخصصين دون خجل.
- 5- الدمج بين أنواع الإنفوجرافيك الثلاثة في تناول الإعلام للموضوعات النفسية.

البحوث المستقبلية المقترحة:

- 1- إجراء مزيد من الدراسات عن تناول الإعلام لموضوعات الصحة النفسية.
- 2- المقارنة بين توظيف الصفحات الرسمية (المصرية والعربية والدولية) للإنفوجرافيك في تقديم موضوعات الصحة النفسية.
- 3- إجراء دراسة للقائمين بالاتصال عن ضوابط تناول الإعلام لموضوعات الصحة النفسية.

المراجع:

- 1- نهى كامل محمد مسلم، "استخدامات وزارة الصحة لصحافة الإنفوجرافيك في توعية الجمهور الفلسطيني بمخاطر جائحة كورونا: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال والجمهور الفلسطيني"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2022.
- 2-Seung Heyck Lee et al. "Perceptions of using infographics for scientific communication on social media for COVID-19 topics: a survey study" **Journal of visual communication in medicine**, Vol. 45, No. 2, 2022.
- 3-حنان كامل حنفي مرعي، "تأثير الإنفوجرافيك التفاعلي والثابت بمواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي بأعراض فيروس كورونا المستجد وطرق الوقاية منه: دراسة ميدانية"، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 31، 2021.
- 4-أحمد محمد صالح العميري، "دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا"، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، الجزء 4، 2020.
- 5-طلعت عبد الحميد حسين عيسى، وأيوب موسى سليمان شلط، "توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا: دراسة تحليلية مقارنة"، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، العدد 3، 2022.
- 6-Manushri Pandya "A comparative visual content analysis of the CDC and WHO COVID-19 infographics" **Missouri University of Science and Technology**, 2021.
- 7-ريم نجيب زنتاتي، "توظيف الإنفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي "تويتر": دراسة حالة على موضوع فيروس كورونا Covid-19 المستجد"، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 55، الجزء 4، 2020.
- 8-محمد عبد الحميد أحمد عبد الحميد، "توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية نداعيات وباء كورونا المستجد كوفيد-19"، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 29، 2020.
- 9-Z. Hidayat & Debra Hidayat "Data-driven journalism based on big data analytics: A model development from Indonesia's experience" **Journal of Content, Community and Communication**, Vol. 10, No. 6, 2020.
- 10-Sujin Butdisuwan et al. "Visualising Medical Research: Exploring the Influence of Infographics on Professional Dissemination" **The Scientific World Journal**, 2024.
- 11-Nazanin Derakshan, Joanne Taylor, & Bethany Chapman "Infographics on signs and symptoms of metastatic (secondary) breast cancer can empower women with a breast cancer diagnosis" **Frontiers in Psychology**, 2024.

- 12-ولاء محمد أحمد مزيد، "أثر معالجة الإنفوجرافيك للأزمات الصحية في المواقع الإخبارية على الإدراك والتذكر لدى الشباب المصري، **مجلة كلية الآداب، كلية الآداب، جامعة سوهاج، الجزء 69، 2023.**
- 13-أسماء مصطفى قاسم أحمد، "دور الإنفوجراف في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية"، **المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي، العدد 13، 2023.**
- 14-عبد الله فيصل سروجي، وشروق غازي نحاس، "دراسة تحليلية لمختارات من ملصقات الإنفوجرافيك التوعوية المقدمة من وزارة الصحة السعودية ضمن حملة "عش بصحة"، **المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بيروت، العدد 48، 2023.**
- 15-Anirudha Biswas & Md Uzzal Talukder "Data journalism in health reporting in bangladesh: Pattern of practices, impediments and preparations for journalists" **Khulna University Studies**, 2023.
- 16- Matthew Baxter, Maria dos Santos Lonsdale, and Stephen Westland "Utilising design principles to improve the perception and effectiveness of public health infographics" **Information Design Journal**, Vol. 26, No. 2, 2021.
- 17-Rafael de Castro Andrade & Carla Galvão Spinillo "Understanding animated and interactive journalistic health infographics" **Selected Readings**, 2016.
- 18-Stephen K. Reed "Cognition: théories et applications" De Boeck Supérieur, 2017.
- 19-Jocelyn Dogomeo & John Vincent Aliazas "Dual coding cognition in devising infographics for an enhanced students' scientific knowledge" **International Journal of Science, Technology, Engineering and Mathematics**, Vol. 2, No. 4, 2022, P4.
- 20-Wen-Yau Liang, Chun-Che Huang, & Bo-Ren Shih "The adaptation of the information system success model in recommender system" **The validation of the dual-coding theory**, 2022.
- 21-Li Luo "A Study on the Application of Computer-Aided Dual-Coding Theory in English Vocabulary Teaching" **Scientific Programming**, 2022.
- 22-فاطمة فايز عبده قطب، "الاتجاهات الحديثة في سرد القصة الرقمية وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري"، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، مجلد 4، العدد 1، 2022، ص 89.**
- 23-هبة محمد بخيت محمد، وسناء محمد حسن أحمد، وحنان مصطفى أحمد زكي، "فاعلية نموذج تدريسي قائم على نظرية الترميز الثنائي في تدريس اللغة العربية لتنمية التفكير البصري لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية الأزهرية"، **مجلة شباب الباحثين في العلوم التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، العدد 15، 2023، ص 468، ص 469.**
- 24-Wolfgang Schnotz & Holger Horz "Technology and Learning-supports for skill learning: New Media, Learning from" **International encyclopedia of education**, 2010, PP140-149.
- 25-Tad T. Brunyé, Holly A. Taylor, & David N. Rapp "Repetition and dual coding in procedural multimedia presentations" **Applied Cognitive Psychology: The Official Journal of the Society for Applied Research in Memory and Cognition**, Vol. 22, No. 7, 2008.
- 26- هاني إبراهيم محمد السمان، "أثر الإنفوجرافيك المتعلق بمبادرات التحول الرقمي بالمواقع الإخبارية في فهم وتذكر القراء للمضمون: دراسة شبه تجريبية"، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 61، الجزء 4، 2022، ص 2312.**

- 27-بركات عبد العزيز، "مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق"، دار الكتاب الحديث، 2012، ص 44.
- 28-Paige Coyne et al. "Effectiveness of infographics at disseminating health information during the COVID-19 pandemic" **The Health & Fitness Journal of Canada**, Vol. 14, No. 4, 2021, P4.
- 29- Manushri Pandya, **Op.cit**, P7.
- 30-Lynsey J. Martin et al. "Exploring the role of infographics for summarizing medical literature" **Health professions education**, Vol. 5, No. 1, 2019, P49.
- 31-Saulat Jahan, Abdullah Mohammed Al-Saigul, & Ali Mousa Alharbi "Assessment of health education infographics in Saudi Arabia" **Health Education Journal**, Vol. 80, No. 1, 2021, P4.
- 32- Anirudha Biswas & Md Uzzal Talukder, **Op.cit**, P203.
- 33-Rituraj Taye, Ahammed Junaid, & Desh Deepak Singh "A qualitative evaluation of infographics and its uses in healthcare communication" **The Ulster Medical Journal**, Vol. 91, No. 1, 2022, P59.
- 34- Z. Hidayat & Debra Hidayat, **Op.cit**, P116.
- 35- Saulat Jahan, Abdullah Mohammed Al-Saigul, & Ali Mousa Alharbi, **Op.cit**, P4.
- 36- نهى بلعيد، "دليل صحافة البيانات"، الجمعية التونسية للحوكة الإلكترونية ومكتب مؤسسة فريديش ناومان، الطبعة الأولى، تونس، 2019، ص 19.
- 37-Esther Mc Sween-Cadieux et al. "Use of infographics as a health-related knowledge translation tool: protocol for a scoping review" **BMJ open**, Vol. 11, No .6, 2021.
- 38- Esther Mc Sween-Cadieux et al., **Op.cit**.
- 39-Melisa Balkac & Erdogan Ergun "Role of infographics in healthcare" **Chinese medical journal**, Vol. 131, No. 20, 2018, P2514.
- 40-Elżbieta Sroka "Infographics in social media: Selected issues" **E-mentor**, Vol. 94, No. 2, 2022, P58.
- 41-Waralak Vongdoiwang Siricharoen & Nattanun Siricharoen "How infographic should be evaluated" **Proceedings of the 7th International Conference on Information Technology (ICIT 2015)**, 2015, P562.
- 42- Elżbieta Sroka, **Op.cit**, P57.
- 43-Nader Said Shemy "Digital Infographics Design (Static vs Dynamic): Its Effects on Developing Thinking and Cognitive Load Reduction" **International Journal of Learning, Teaching and Educational Research**, Vol. 21, No. 5, 2022, P107.
- 44-Sara Ahmed Sayed Ali "The role of interactivity in infographic design in raising the awareness against Coronavirus" **International Design Journal**, Vol. 11, No. 4, 2021, P335.
- 45-Norma Flores-Gonzalez & Efigenia Flores-Gonzalez "Interactive infographics as a digital tool for the appropriation of concepts" **Journal Practical Didactics**, Vol. 5, No. 14, 2021, P12.
- 46- Sara Ahmed Sayed Ali, **Op.cit**, P335.
- 47- Z. Hidayat & Debra Hidayat, **Op.cit**, P116.
- 48- Esther Mc Sween-Cadieux et al., **Op.cit**.

- 49- Z. Hidayat & Debra Hidayat, **Op.cit**, P118.
- 50- Saulat Jahan, Abdullah Mohammed Al-Saigul, & Ali Mousa Alharbi, **Op.cit**, P4.
- 51- Matthew Baxter, Maria dos Santos Lonsdale, and Stephen Westland, **Op.cit**, P4.
- 52- محمد حمود، "الألوان: دورها، تصنيفها، مصادرها، رمزيتها، دلالاتها"، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013، لبنان، ص 23.
- 53- Wen-Yau Liang, Chun-Che Huang, & Bo-Ren Shih, **Op.cit**.
- 54- Z. Hidayat & Debra Hidayat, **Op.cit**, P118.

Reference

- Muslam, N. (2022), "aistikhdamat wizarat alsihat lisahafat al'iinfujrafik fi taweiat aljumhur alfilastinii bimakhathir jayihat kuruna: dirasatan maydaniatan ealaa alqayim bialaitisal waljumhur Alfilastinii", risalat majistir, aljamieat al'iislamiati, Gaza.
- 2-Seung Heyck Lee et al. "Perceptions of using infographics for scientific communication on social media for COVID-19 topics: a survey study" **Journal of visual communication in medicine**, Vol. 45, No. 2, 2022.
- Maraei, H. (2021). "tathir al'iinfujrafik altafaeulii walthaabit bimawaqie altawasul alajtimaieii fi taweiat alshabab aljamieii bi'aerad fayrus kuruna almustajidi waturuq alwiqayat minhu: dirasatan maydaniatan", majalat buhuth alealaqat aleamat alsharq al'awsata, aljameiat almisriat lilealaqat aleamati, 31(2).
- Aleumayri, A. (2020). "dur al'iinfujrafik bialsafahat alhukumiat almisriat ealaa alfisbuk fi 'iimdad alshabab aljamieii bialmaelumat tujuh fayrus kuruna", majalat albuqhuth al'iilamiati, kuliyat al'iilami, jamieat Al'azhar, 54(1).
- Issa, T. (2022), "tawzif almawaqie al'iikhbariat alfilastiniat lil'iinfujrafik fi nashr almaelumat hawl jayihat kuruna: dirasat tahliliat muqaranatan", majalat alhikmat lildirasat al'iilamiat walaitisaliati, muasasat kunuz alhikmat llnashr waltawziei, 3(1).
- 6-Manushri Pandya "A comparative visual content analysis of the CDC and WHO COVID-19 infographics" **Missouri University of Science and Technology**, 2021.
- Zanati, R. (2020). "tawzif al'iinfujrafik fi muealajat alqadaya alsihyat fi alduwal alarabiat eabr mawqie altawasul alajtimaieii "tuytir": dirasat halatan ealaa mawdue fayrus kuruna Covid-19 almustajda", majalat albuqhuth al'iilamiati, kuliyat al'iilami, jamieat Al'azhara, 55(4).
- Abd alhumim, M. (2020), "tawzif alsuhuf al'iiliktruniat alarabiat lil'iinfujrafik fi taghtiat tadaeiat waba' kuruna almustajidi kufid-19", majalat buhuth alealaqat aleamat alsharq al'awsata, aljameiat Almisriat lilealaqat aleamati, 29(1).
- 9-Z. Hidayat & Debra Hidayat "Data-driven journalism based on big data analytics: A model development from Indonesia's experience" **Journal of Content, Community and Communication**, Vol. 10, No .6, 2020.
- 10-Sujin Butdisuwan et al. "Visualising Medical Research: Exploring the Influence of Infographics on Professional Dissemination" **The Scientific World Journal**, 2024.
- 11-Nazanin Derakshan, Joanne Taylor, & Bethany Chapman "Infographics on signs and symptoms of metastatic (secondary) breast cancer can empower women with a breast cancer diagnosis" **Frontiers in Psychology**, 2024.
- Mazid, W. (2023). "'athar muealajat al'iinfujrafik lil'azamat alsihyat fi almawaqie al'iikhbariat ealaa al'idrak waltadhakur ladaa alshabab almisrii, majalat kuliyat aladab, kuliyat aladab, jamieat Suhaj, 12(1).
- 'Ahmad, A. (2023). "dur al'iinfujraf fi taewiz alwaey alsihyi ladaa alshabab aljamieii: dirasatan maydaniatan", almajalat aleilmiat libuqhuth al'iilam watiknuluji alaitisali, kuliyat al'iilam watiknuluji alaitisali, jamieat Janub Alwadi, 13(3).
- Sruji, A. (2023). washuruq ghazi nuhas, "dirasat tahliliat limukhtarat min mulsaqat al'iinfujrafik altaweawiat almuqadamat min wizarat alsihat alsaeudiat dimn hamla

"esh bisihati", almajalat alduwaliat lileulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, kuliyyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, Bayrut, 48(2).

15-Anirudha Biswas & Md Uzzal Talukder "Data journalism in health reporting in bangladesh: Pattern of practices, impediments and preparations for journalists" **Khulna University Studies**, 2023.

16- Matthew Baxter, Maria dos Santos Lonsdale, and Stephen Westland "Utilising design principles to improve the perception and effectiveness of public health infographics" **Information Design Journal**, Vol. 26, No. 2, 2021.

17-Rafael de Castro Andrade & Carla Galvão Spinillo "Understanding animated and interactive journalistic health infographics" **Selected Readings**, 2016.

18-Stephen K. Reed "**Cognition: théories et applications**" De Boeck Supérieur, 2017.

19-Jocelyn Dogomeo & John Vincent Aliazas "Dual coding cognition in devising infographics for an enhanced students' scientific knowledge" **International Journal of Science, Technology, Engineering and Mathematics**, Vol. 2, No. 4, 2022, P4.

20-Wen-Yau Liang, Chun-Che Huang, & Bo-Ren Shih "The adaptation of the information system success model in recommender system" **The validation of the dual-coding theory**, 2022.

21-Li Luo "A Study on the Application of Computer-Aided Dual-Coding Theory in English Vocabulary Teaching" **Scientific Programming**, 2022.

- Qutb, F. (2022). "alaitijahat alhadithat fi sard alqisat alraqamiat waealaqatiha bitafdilat aljumhur Almisrii", almajalat almisriat libuhuth alaitisal aljamahirii, kuliyyat al'ielami, jamieat Bani Suayf, 1(2).

- Muhamad, H. (2023), "faeilat namudhaj tadrisiun qayim ealaa nazariat altarmiz althunayiyi fi tadrir allughat alearabiati litanmiat altafikir albasarii ladaa talamidh almarhalat alaibtidayiyat al'azhariati", majalat shabab albahithin fi aleulum altarbawiati, kuliyyat altarbiati, jamieat Suhaj, 15(2).

24-Wolfgang Schnotz & Holger Horz "Technology and Learning-supports for skill learning: New Media, Learning from" **International encyclopedia of education**, 2010, PP140-149.

25-Tad T. Brunyé, Holly A. Taylor, & David N. Rapp "Repetition and dual coding in procedural multimedia presentations" **Applied Cognitive Psychology: The Official Journal of the Society for Applied Research in Memory and Cognition**, Vol. 22, No. 7, 2008.

- Alsaman, H. (2022). "'athar al'infujrafik almutaealiq bimubadarat altahawul alraqamii bialmawaqie al'ikhbariati fi fahm watadhakur alqurra' lilmadmuni: dirasat shibh tajribiati", majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 61(2).

-Abdel Aziz, B. (2012), "manahij albahth al'ielamii: al'usul alnazariat wamaharat altatbiqi", dar Alkitab alhadithi.

28-Paige Coyne et al. "Effectiveness of infographics at disseminating health information during the COVID-19 pandemic" **The Health & Fitness Journal of Canada**, Vol. 14, No. 4, 2021, P4.

- 30-Lynsey J. Martin et al. "Exploring the role of infographics for summarizing medical literature" **Health professions education**, Vol. 5, No. 1, 2019, P49.
- 31-Saulat Jahan, Abdullah Mohammed Al-Saigul, & Ali Mousa Alharbi "Assessment of health education infographics in Saudi Arabia" **Health Education Journal**, Vol. 80, No. 1, 2021, P4.
- 33-Rituraj Taye, Ahammed Junaid, & Desh Deepak Singh "A qualitative evaluation of infographics and its uses in healthcare communication" **The Ulster Medical Journal**, Vol. 91, No. 1, 2022, P59.
- Bileid, N. (2019). "dalil sahafat albayanati", aljameiat altuwnisiat lilhawkat al'iliktruniat wamaktab muasasat fridrish nawman, altabeat al'uwlaa, Tunis.
- 37-Esther Mc Sween-Cadieux et al. "Use of infographics as a health-related knowledge translation tool: protocol for a scoping review" **BMJ open**, Vol. 11, No .6, 2021.
- 39-Melisa Balkac & Erdogan Ergun "Role of infographics in healthcare" **Chinese medical journal**, Vol. 131, No. 20, 2018, P2514.
- 40-Elzbieta Sroka "Infographics in social media: Selected issues" **E-mentor**, Vol. 94, No. 2, 2022, P58.
- 41-Waralak Vongdoiwang Siricharoen & Nattanun Siricharoen "How infographic should be evaluated" **Proceedings of the 7th International Conference on Information Technology (ICIT 2015)**, 2015, P562.
- 43-Nader Said Shemy "Digital Infographics Design (Static vs Dynamic): Its Effects on Developing Thinking and Cognitive Load Reduction" **International Journal of Learning, Teaching and Educational Research**, Vol. 21, No. 5, 2022, P107.
- 44-Sara Ahmed Sayed Ali "The role of interactivity in infographic design in raising the awareness against Coronavirus" **International Design Journal**, Vol. 11, No. 4, 2021, P335.
- 45-Norma Flores-Gonzalez & Efigenia Flores-Gonzalez "Interactive infographics as a digital tool for the appropriation of concepts" **Journal Practical Didactics**, Vol. 5, No. 14, 2021, P12.
- Hamuwd, M. (2013)"al'alwan: durha, tasnifiha, masadiraha, ramziatiha, dalalaitiha", majd almuasasat aljamieiat lildirasat walnashr waltawzie, altabeat al'uwlaa.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

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

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

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

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

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

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

Prof. Fahd Al-Askar

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

Prof. Abdullah Al-Kindi

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

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

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

Editorial Secretaries:

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

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

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

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

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

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

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

● Issue 72 October 2024 - part 4

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

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

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

Rules of Publishing

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

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