مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي- رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ غانم السعيد - عميد كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

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

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية
- أ.د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)
- أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

سكرتارية التحرير: د/ إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
أ/ رامى جمال - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد الرابع والخمسون - الجزء الرابع- ذو القعدة ١٤٤١هـ - يوليو ٢٠٢٠ م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

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 والتليفزيون 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 العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبدالحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ محمد فياض (العراق)

أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.

١١. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا 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 مؤتمرًا علميًا.**
- **لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.**
- **يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.**
- **يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.**
- **يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.**
- **لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها .... وتحتفظ 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.**

محتويات العدد

- التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية — أ.م.د. نشوة سليمان عقل — ٢٠٣٧
- اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد — أ.م.د. نادية محمد عبد الحافظ — ٢٠٩٣
- اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر.. دراسة ميدانية — أ.م.د. طارق محمد محمد الصعيدي — ٢١٦٩
- توظيف مقاطع الفيديو التّشاركية في التّوعية بجائحة كورونا والوقاية منها - دراسة ميدانية على عينة من سكان المملكة العربية السعودية — د. محمد بسيوني جبريل — ٢٢٢٧
- معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (كوفيد١٩) «دراسة تحليلية» — د. ريهام مرزوق إبراهيم عبدالدايم — ٢٢٩١
- تقييم النخبة المصرية لاستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا - تقييم مرحلي — د. آمال إسماعيل محمد زيدان — ٢٣٥٣
- استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا (دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية) — د. نرمين علي عجوة — ٢٤٣٣

- دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا ٢٤٩٥
  د. أحمد محمد صالح العميري

- التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم ٢٥٣٧
  د. إيمان عاشور سيد حسين

- اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد ١٩ وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم ٢٦٠٥
  د. حسام فايز عبد الحي

- دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال فى نشر الوعى الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية ٢٦٥٧
  د. ولاء فايز محمد السريتي

- اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-١٩) في منطقة جازان ٢٧١٣
  د. دعاء عادل، وآخرون

- توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية- دراسة تحليلية ٢٧٥٥
  د. سمير محمود

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يوليو 2020)	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	6.5	7	1110-9297	2682-292X
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-8721	2314-873X
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	5	2636-9393	
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2356-9891	
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى	3.5	3.5	2536-9237	
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشروق	3.5	6.5	2357-0407	
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	6.5	2356-9131	
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	6.5	2356-914X	
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	6.5	2356-9158	
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	6.5	1110-5836	
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.5	1110-5844	

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التى نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يوليو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التى ستنشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حى صدور تقييم جديد في يوليو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا علي كل الأبحاث التي ستنشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يوليو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يوليو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

حقوق الملكية الفكرية © 2020 محفوظة لوحده نظم المعلومات الادارية ودعم اتخاذ القرار بمركز الخدمات الالكترونية والمعرفية -المجلس الأعلى للجامعات

دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا

The role of infographics on the Egyptian government pages on Facebook in supplying university Young with information about the Corona virus

أحمد محمد صالح العميري

مدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية- جامعة بورسعيد

dr.ahmed.elemerey@gmail.com

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، وتسعى الدراسة إلى محاولة الإجابة على عدد من التساؤلات والفروض منها: توجد علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي يتعرضون للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك، وبلغ حجم العينة (٣٠٠) مبحوث بكلٍ من (جامعة سيناء- جامعة بورسعيد) في المرحلة العمرية من (١٨:٢١) سنة، وقد استخدم الباحث أداة الاستبانة الإلكترونية وذلك لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: أن من أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك هو تبسيط المعلومات التي يقدمها واختصارها وجاء في الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪، كما أثبتت النتائج وجود علاقة دالة إحصائيًا بين درجة اهتمام الشباب بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

الكلمات المفتاحية: الإنفوجرافيك - الصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك- فيروس كورونا – الشباب الجامعي.

Abstract

The study aims to identify the role of infographics in the Egyptian government pages on Facebook in supplying university youth with information about the Corona virus, the study aims to answer a number of questions and hypotheses, including a statistically significant relationship between the intensity of university Young follow-up with infographics on the Egyptian government pages on Facebook and the level of Their information about the Corona virus, and the study relied on an purposive sample of university Young exposed to infographic on the Egyptian government pages on Facebook. From (21:18) years, the researcher used the electronic questionnaire tool to collect data for the study, and the study reached many results, including that one of the most important reasons for the follow-up of university infographics in Egyptian government pages on Facebook, we find that simplifying the information provided by And its abbreviation came in the first rank by 100%, and the results also demonstrated a statistically significant relationship between the degree of interest of university Young in the infographic follow-up to Egyptian government pages and the level of their information towards the Corona virus.

Keywords: infographics - Egyptian government pages on Facebook - Corona virus - university Young

مقدمة:

انتشر مؤخرًا فيروس كورونا والمعروف باسم (كوفيد١٩) والذي اجتاح العالم بشراسة، فكانت البداية في الصين وبالتحديد في مدينة "ووهان"، ومن هذه المدينة تفشى سريعًا، وتزايدت أعداد الوفيات والإصابات به حول العالم إلى أعداد كبيرة تخطت المليون مصاب إلى الآن، ونظرًا لانتشاره الكبير بين الدول؛ فقد أعلنت منظمة الصحة العالمية تحوله إلى وباء عالمي، ولم تقتصر تبعات هذا الفيروس على القطاع الصحي فقط؛ بل امتدت عواقبه أيضًا إلى اقتصاد الدول؛ الأمر الذي جعل العديد من الدول تتخذ قرارات صارمة للحد من انتشاره، وعلى رأس هذه الدول مصر التي تداركت هذا الخطر مبكرًا، فقامت باتخاذ العديد من الإجراءات لمواجهته للحد من انتشاره وللحفاظ على صحة مواطنيها.

ونظرًا لخطورة فيروس كورونا وتعدد الإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية والمعلومات التي تعلنها أولًا بأول؛ كان هناك حاجة لتوصيلها بسهولة وسرعة للجمهور، فقامت الجهات الحكومية المصرية باستخدام الصفحات الرسمية لها على الفيس بوك؛ نظرًا لاعتبار الفيس بوك أحد أهم أشكال شبكات التواصل الاجتماعي والذي انتشر بصورة كبيرة بين كافة فئات المجتمع وخاصة الشباب الجامعي، وذلك حتى يمكنها التواصل بسهولة وبسرعة مع الجمهور، ولكي تمده بالمعلومات الرسمية فور صدورها.

ومع ضرورة التواصل مع أكبر عدد من الجمهور وتوصيل المعلومات بطريقة سهلة وبسيطة ومختصرة وخاصة للشباب الجامعي والذي يمثل فئة كبيرة من المجتمع؛ فقد قامت الصفحات الحكومية المصرية باستخدام الإنفوجرافيك باعتباره شكلًا جديدًا يتميز بالجاذبية، كما يتميز بقدرته الكبيرة على اختصار وتبسيط المعلومات وتوصيلها بطريقة سهلة وسريعة، بالإضافة إلى تعدد أشكاله وأنواعه التي تتميز بالجاذبية في عرض المعلومات.

مشكلة الدراسة:

جاء إحساس الباحث بمشكلة الدراسة من خلال ملاحظته الذعر والخوف الكبير الذي اجتاح العالم بسبب انتشار فيروس كورونا، خاصة بعد إعلان منظمة الصحة العالمية بأن فيروس كورونا أصبح وباءً عالميًا ويجب على كل دول اتخاذ كافة التدابير الوقائية لمواجهته؛ ونظرًا لخطورة هذا الفيروس قامت الحكومة المصرية باتخاذ العديد من التدابير والإجراءات الوقائية لحماية المواطن المصري والحفاظ على صحته، خاصة الشباب والذي يمثل نسبة كبيرة من المجتمع المصري، فقامت باستخدام العديد من الوسائل الإعلامية لإمداده بالمعلومات ومن تلك الوسائل استخدام الصفحات الحكومية لها على الفيس بوك لنشر المعلومات الوقائية لفيروس كورونا، ومع ضروة اختصار المعلومات وسرعة وصولها تم استخدام الإنفوجرافيك لعرض تلك المعلومات، وبذلك قد يصبح مصدرًا هامًا لنقل المعلومات خاصة للشباب الجامعي الذي أصبح يبحث بشكل مستمر عن معلومات موثوق في مصدرها عن فيروس كورونا، ولتحديد المشكلة بشكل علمي قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية؛ ليتعرف على مدى تعرض الشباب الجامعي للصفحات الحكومية على الفيس بوك ومدى اهتمامهم بمتابعة معلومات عن فيروس كورونا، حيث تم استطلاع آراء (٣٠) مبحوثًا من الشباب الجامعي تم سحبهم بطريقة متساوية (١٥) من الذكور، (١٥) من الإناث، وجاءت النتائج كالتالي:

- ١٠٠٪ من عينة الدراسة الاستطلاعية يتابعون الصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك.
- ١٠٠٪ من عينة الدراسة الاستطلاعية يهتمون بمتابعة معلومات عن فيروس كورونا.

ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا.

أهمية الدراسة:

١- تبرز أهمية الدراسة في ندرة الدراسات العربية التي تناولت استخدام الفيس بوك للإنفوجرافيك باعتباره مصدرًا لنقل المعلومات، مما يشير إلى حاجة المكتبة العربية إلى مزيد من البحوث والدراسات.

٢- تنبع أهمية الدراسة من أهمية الفيس بوك باعتباره أحد أشكال شبكات التواصل الاجتماعي والذي انتشر بشكل كبير بين فئات المجتمع، واعتمد عليه عدد كبير من الأفراد كمصدر للمعلومات وخاصة الشباب الجامعي.

٣- مواكبة الدراسة للتطورات في مجال الإعلام وتكنولوجيا الاتصال وتبادل المعلومات.

٤- أهمية الدراسة تنبع من أهمية الأزمة التي يعيشها العالم كله نتيجة انتشار فيروس كورونا واعتباره وباء عالميًا، ونتيجة للعديد من القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة ذلك الفيروس، تلك الأزمة جعلت الجميع يسعى لمعرفة معلومات أكثر عن هذا الفيروس.

٥- أهمية المرحلة العمرية التي تناولتها الدراسة، وهي مرحلة الشباب الجامعي.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى:

١. الكشف عن معدل متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك.

٢. التعرف على دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا.

٣. التوصل إلى أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك.

٤. رصد أهم المعلومات التي اكتسبها الشباب الجامعي من خلال متابعتهم للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك تجاه فيروس كورونا.

٥ .التعرف على مستوى معلومات الشباب الجامعي تجاه فيروس كورونا.

الإطار المعرفي للدراسة:

تعريف الإنفوجرافيك:

هو فن يعرف باسم "المعلومات الرسومية" ويعتمد على تصميم الصور؛ بحيث تقدم البيانات والمعلومات من خلالها بطريقة جذابة ومشوقة، لكي تساعد المنظمات على التواصل بإيجاز مع جمهورها[١].

كما يعرف أيضًا بأنه "فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق، وهذا الأسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسة وسهلة وواضحة، وهناك العديد من المسميات

للإنفوجرافيك ومنها: التجسيد البصري للبيانات، تصميم المعلومات، العمارة المعلوماتية[٢].

أنواع الإنفوجرافيك:

يتم تقسيم الإنفوجرافيك في معظم الدراسات العربية والأجنبية إلى نوعين رئيسين، هما:

النوع الأول: الإنفوجرافيك الثابت:

يتكون من مجموعة من الصور والرسومات والأسهم والنصوص الرئيسة والفرعية والروابط والأشكال التي تعرض جميعها في شكل واحد ثابت.

النوع الثاني: الإنفوجرافيك المتحرك (التفاعلي):

ويتكون من مجموعة من الصور والرسومات والأسهم والنصوص والروابط والأشكال الثابتة والمتحركة، وجميعها تعرض في شكل واحد متحرك، وينقسم إلى شكلين:

أ- فيديو مصور عادي، يوضع عليه البيانات والتوضيحات بشكل جرافيك متحرك لإظهار بعض الحقائق والمفاهيم على الفيديو نفسه.

ب- تصميم البيانات والإرشادات والمعلومات بشكل متحرك متكامل، وهذا النوع يتطلب الكثير من الإبداع واختيار الحركات المعبرة لتساعده في إخراجه بطريقة ممتعة وشيقة، ويكون له أيضًا سيناريو للإخراج كامل للشكل النهائي لهذا النوع وهو أكثر الأنواع رواجًا[٣].

أشكال الإنفوجرافيك:

في ظل البيئة الرقمية تتعدد أشكال الإنفوجرافيك في إطار النوعين الرئيسين المشار لهما من قبل، ولعل أكثر الأشكال شيوعًا واستخدامًا تتمثل فيما يلي:

- الرسوم الإحصائية.
- الجداول أو الرسوم الزمنية.
- الرسوم المعملية.
- الرسوم الجغرافية أو المكانية.
- الرسوم الشخصية.

مميزات الإنفوجرافيك:

يحقق الإنفوجرافيك عدة مزايا تجعله يتفوق على بقية الرسالة الإعلامية بما تتضمنه من النصوص والصور والعناوين والبيانات والمعلومات، وتتمثل أهم هذه المزايا في الآتي:

١. تبسيط المعلومات المعقدة والكبيرة وجعلها سهلة الفهم والتذكر.
٢. تحويل المعلومات والبيانات من أرقام وحروف مملة إلى صور ورسوم شيقة وسهلة الرؤية.
٣. سهولة نشر وانتشار الإنفوجرافيك عبرالإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.
٤. الاعتماد على المؤثرات البصرية في توصيل المعلومة.
٥. يفضل الجميع رؤية الإنفوجرافيك أكثر من قراءة النصوص غير المصحوبة بأي نوع من الصور(٤).

تصميم الإنفوجرافيك:

تتنوع البرامج والمواقع التي تتيح العديد من المميزات والإمكانيات للمهتمين بتصميم الإنفوجرافيك ومنها ما يلي:

أشهر برامج تصميم الإنفوجرافيك:

١. Adobe Photoshop.
٢. Adobe Illustrator.
٣. Adobe After Effect.
٤. Adobe InDesign.
٥. Adobe Animate.

أشهر المواقع التي تتيح لك تصميم الإنفوجرافيك:

١. Vizualize.
٢. Google Developers.
٣. Piktochart.
٤. Infogr.am.
٥. InFoto Free.

الدراسات السابقة:

- **عيده كمال رشيد،" تأثير الإنفوجرافيك على فهم وتذكر الشباب للمحتوى الإخباري بالصحف الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية"(٢٠٢٠)(٥):**

هدفت الدراسة إلى اختبار تأثير الإنفوجرافيك على اكتساب القراء للمعلومات من الأخبار، وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية، وقد تم أخذ عينة عمدية قوامها (٩٠) طالبًا من طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة– بكلية التربية النوعية– جامعة المنيا،

وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها أن إدخال الإنفوجرافيك في عرض الأخبار أسهم في زيادة معدل فهم وتذكر المحتوى الإخباري مقارنة بوجود النص فقط، كما أظهرت النتائج تفوق تأثير الإنفوجرافيك المتحرك من حيث تذكر وفهم المحتوى الإخباري مقارنة بتأثير الإنفوجرافيك الثابت.

- هاني إبراهيم البطل،" انقرائية الإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي"(٢٠١٩)[٦]:

وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية الإلكترونية المصرية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وتم استخدام منهج المسح، وقد تم أخذ عينة عمدية قوامها (٢٠٠) مبحوث من الشباب الجامعي، وقد قام الباحث باستخدام أداتين لجمع البيانات وهما: صحيفة الاستقصاء وتحليل المضمون، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج منها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقًا لنوع الإنفوجرافيك، كما جاءت أهم دوافع تعرض الشباب الجامعي للإنفوجرافيك استخدامها طريقة جذابة في تقديم المعلومات.

- سوفيا ليشير,Sophie Lecheler "متى يقول الإنفوجرافيك أكثر من ألف كلمة؟ تقييمات الجمهور للقصص الإخبارية"(٢٠١٨)[٧]:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام الجمهور للأخبار المصورة، والتعرف على دور الإنفوجرافيك في تقديم المعلومات، وتعد من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح والأسلوب المقارن، وقد تم تحليل ثلاث منصات إخبارية مختلفة (صحيفة مطبوعة، صحيفة إلكترونية، وموقع إخباري)، كما تم أخذ عينة من متابعي تلك المنصات الإخبارية، وقد تم استخدام كلٍ من أداة الاستبانة الإلكترونية وتحليل المضمون، وقد توصلت الدراسة إلى أن استخدام الإنفوجرافيك يؤدي إلى فهم المعلومات الإخبارية بسهولة أكبر، كما توصلت إلى وجود علاقة دالة إحصائيًا بين استخدام الإنفوجرافيك في القصص الإخبارية وزيادة فهم القارئ، وثبت أيضًا وجود علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الإنفوجرافيك في القصص الإخبارية وزيادة معلوماتهم.

- سالي أسامة شحاته "معالجة الإنفوجرافيك للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف القومية اليومية"(٢٠١٨)[٨]:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف المواقع الإلكترونية للصحف القومية المصرية للإنفوجرافيك في معالجة القضايا الاقتصادية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وتم استخدام منهج المسح والأسلوب المقارن، وقد تم تحليل ثلاثة مواقع لصحف قومية مصرية "الأهرام، الأخبار، الجمهورية"، وقد قامت الباحثة باستخدام أداة تحليل المضمون، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أبرزها: اعتماد البوابات الإلكترونية للصحف القومية على الإنفوجرافيك الثابت بشكل أساسي، إلا بوابة "أخبار اليوم" جاء الإنفوجرافيك المتحرك بنسبة ٩,٤٪ فقط، كما أكدت النتائج ارتفاع الاعتماد على المصادر الحكومية الإلكترونية كمصدر أول للمعلومات.

- مروة عطية محمد، "تأثير استخدام رسوم الإنفوجرافيك في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت: دراسة شبه تجريبية"(٢٠١٨)[٩]:

وقد هدفت هذه الدراسة إلى اختبار تقديم القصة الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت بأسلوب الإنفوجرافيك في مقابل الأسلوب التقليدي والمتمثل في قالب السرد المتسلسل على تذكر مضمون القصة الإخبارية لدى المبحوثين، وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية، وقد تم أخذ عينة عمدية قوامها (١٢٠) مبحوثًا من طلاب الفرقة الأولى دارسي الإعلام، وقد قامت الباحثة باستخدام مقياس للتذكر والإدراك، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أبرزها: وجود فروق في تذكر مضمون القصة الإخبارية تبعًا لاختلاف أسلوب عرض وتقديم القصة الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت لصالح المجموعة التي اعتمدت على الإنفوجرافيك، كما أكدت النتائج أن رسوم الإنفوجرافيك تعزز من قدرات المتلقي على تذكر المحتوى والمعلومات مقارنة بالأسلوب التقليدي.

- لي شيا،اكسن يا,Lei Shi and Xinyi Yu "التأثير المعرفي للإنفوجرافيك والرسوم المتحركة على صناعة الأخبار"(٢٠١٨)[١٠]:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التأثير المعرفي للإنفوجرافيك والرسوم المتحركة بالمواقع الإلكترونية على صناعة الأخبار، وتعد من الدراسات الوصفية، وتم استخدام منهج المسح، وقد تم أخذ عينة عمدية قوامها (٦٠) مبحوثًا من الشباب الجامعي بالصين،

وقد تم استخدام أداة الاستبانة الإلكترونية، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أبرزها: كان للإنفوجرافيك التفاعلي دور أكبر في توصيل الأخبار من الإنفوجرافيك الثابت، وكذلك ثبت ارتفاع اعتماد متابعة المبحوثين للأخبار التي تستخدم الإنفوجرافيك، وثبت وجود فروق دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية وبين النوع (ذكر- أنثى).

- **لمياء عبد الكريم، مروة محمد سمير محمد، "الإنفوجرافيك وتوظيفه في تصميم الإعلان التليفزيوني"(٢٠١٨)**[١١]:

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة دور الإنفوجرافيك وعناصر تصميمه المختلفة في تصميم إعلان تليفزيوني بالصورة التي تجعله قادرًا على تحقيق الهدف والرسالة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أبرزها: الإنفوجرافيك له دور فعال ومهم في نقل المعلومات والمعرفة بوضوح وتشويق، كما أكدت النتائج على أن الإنفوجرافيك يعمل على زيادة قدرة المتلقي على إدراك الرسائل والأفكار الإعلانية ببساطة.

- **أسماء محمد مصطفى،" الإنفوجرافيكس في تطوير الصحافة الورقية "(٢٠١٧)**[١٢]:

هدفت هذه الدراسة إلى رصد الوضع الراهن للصحافة الورقية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح، وقد قامت الباحثة باستخدام المقابلة لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أبرزها: ارتفاع تفضيل الشباب الجامعي الفيس بوك وذلك بنسبة بلغت ٣٥٪، وارتفاع معدل استخدام الصحافة الورقية للإنفوجرافيك كشكل من الأشكال الصحفية التي تم الاعتماد عليها لجذب القارئ.

- **جيلو كوستا,**Julio Costa **"أهمية الإنفوجرافيك الرقمي في الصحف الإلكترونية" (٢٠١٧)**[١٣]:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإنفوجرافيك في تقديم المعلومات بالصحف الإلكترونية، وتعد من الدراسات الوصفية، وتم استخدام منهج المسح، وقد تم أخذ عينة من متابعي الصحف الإلكترونية، وقد تم استخدام الاستبانة الإلكترونية، وكان من أهم النتائج: ارتفاع تأثير الإنفوجرافيك في تبسيط المعلومات وسرعة وصولها للقارئ، وارتفاع معدل متابعة الإنفوجرافيك من قبل المبحوثين، وثبت أيضًا وجود علاقة دالة

إحصائيًا بين كثافة متابعة الإنفوجرافيك الرقمي في الصحف الإلكترونية وزيادة معلوماتهم عن قضايا المجتمع.

- سعيد محمد الغريب، "استخدام فن الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية المصرية: دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون"(٢٠١٧)[١٤]:

وقد هدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى استخدام المواقع الإلكترونية المصرية لفن الإنفوجرافيك، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح، أسلوب المقارنة المنهجية، وقد تم تحليل خمسة مواقع إلكترونية، وقد قام الباحث باستخدام أداة تحليل المضمون، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أبرزها: اعتماد مواقع الدراسة على الإنفوجرافيك كفن مستقل بذاته وذلك بنسبة بلغت ٨٨,١٪، وارتفاع استخدام مواقع الدراسة للإنفوجرافيك الثابت وذلك بنسبة بلغت ٩٠٪.

- علي حمودة جمعة، "معالجة إنفوجرافيك الصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها" (٢٠١٧)[١٥]:

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة معالجة إنفوجرافيك الصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد استخدمت منهج المسح، وطُبقت الدراسة على عينة من الصحف محل الدراسة إضافة إلى (١٠٠) مبحوث من مستخدمي الصحف الإلكترونية، وقد تم استخدام كلٍ من أداة الاستبانة وتحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: جاءت الصورة الشخصية والموضوعية في الترتيب الأول كأهم وسائل الإبراز في الإنفوجرافيك، يليها الخرائط التوضيحية.

- لارا إيميلر وآخرون,Laura E. Miller ,et al " استخدام الإنفوجرافيك في أخبار التليفزيون: تأثير الجرافيك التليفزيوني على استرجاع المعلومات الصحية"(٢٠١٧)[١٦]:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإنفوجرافيك في الأخبار التليفزيونية على استرجاع المعلومات الصحية، وتم استخدام المنهج التجريبي، وقد تم أخذ عينة قوامها (١١٣) من الشباب الجامعي بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: ارتفاع معدل استرجاع المعلومات والبيانات الصحية التي اعتمدت في عرضها على الإنفوجرافيك، كما تم التوصل إلى ارتفاع تأثير الإنفوجرافيك التفاعلي على معدل تذكر

المبحوثين للمعلومات الصحية، وكذلك ارتفاع معدل متابعة الإنفوجرافيك التفاعلي من قبل المبحوثين.

- نهلة زيدان الحوراني، "أثر التعرض لمواد التسويق الإنفوجرافي في مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرارات الشرائية اليومية لدى المستهلكين: دراسة ميدانية"(٢٠١٧)[١٧]:

وقد هدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التعرض للإنفوجرافيك التسويقي في مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرارات الشرائية اليومية لدى المستهلكين، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وتستخدم منهج المسح، وقد تم أخذ عينة عمدية قوامها (٥٠٠) مبحوث من الأشخاص الذين يتعرضون للإنفوجراف التسويقي بشكل متكرر في مواقع التواصل الاجتماعي، وقد قامت الباحثة باستخدام أداة الاستبانة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أبرزها: ارتفاع معدل استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت ٨٢,٥٪، كما جاء في الترتيب الأول الاعتماد على الفيس بوك كمصدر أساسي لمتابعة المبحوثين للإنفوجراف، وجاء الشكل الثابت للإنفوجراف في المرتبة الأولى من تفضيل المبحوثين لمتابعته بنسبة بلغة ٨١,٢٪.

- سماح عبدالرازق الشهاوي، "تأثير الإنفوجراف التفاعلي على إدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى: دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعات"(٢٠١٦)[١٨]:

وهدفت هذه الدراسة إلى اختبار تأثير الإنفوجراف التفاعلي في تسهيل إدراك وتذكر المستخدمين للمعلومات، وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية، وقد تم أخذ عينة عمدية قوامها (٩٠) مبحوثًا من طلاب الفرقة الثانية بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وقد قامت الباحثة باستخدام مقياس للتذكر والإدراك، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أبرزها ارتفاع درجات المجموعة التي تعرضت للإنفوجراف التفاعلي، وارتفاع درجات تذكرهم للمعلومات.

- ياوين كيم وايون جو لو ,Ye Weon Kim and Eun-Ju Lee " تأثير الإنفوجرافيك على إعداد الأخبار والحصول عليها وتقييمها "(٢٠١٥)[١٩]:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام الإنفوجرافيك على إعداد الأخبار وتأثيره على القارئ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح، وقد تم أخذ عينة عشوائية قوامها (٣٦٠) من متابعي المواقع الإخبارية، وقد

تم استخدام الاستبانة الإلكترونية، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: ارتفاع تفاعل المبحوثين مع الأخبار التي تستخدم الإنفوجرافيك، وكذلك تم التوصل إلى ارتفاع مستوى معلومات المبحوثين المتابعين للإنفوجرافيك، كما ثبت وجود علاقة دالة إحصائيًا بين درجة اهتمام القارئ بمتابعة الإنفوجرافيك بالمواقع الإخبارية ومستوى معلوماتهم بالأحداث الجارية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- لاحظ الباحث ارتفاع معدل متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك باعتباره أحد الوسائل الهامة في اختصار المعلومات وتقديمها بشكل سهل وجذاب، وهذا ما أكدته دراسة كلٍ من: لى شيا، اكسن يا:(٢٠١٨)، جيلو كوستا:(٢٠١٧)، لارا إيميلر وآخرون:(٢٠١٧).

- ارتفاع مستوى المعلومات لدى المبحوثين المتابعين للإنفوجرافيك، وهذا ما أكدته دراسة كلٍ من: لارا إيميلر وآخرون:(٢٠١٧)، سماح الشهاوي:(٢٠١٦)، اوين كيم وايون جولو:(٢٠١٥).

- ركزت معظم الدراسات على تناول عينة الشباب الجامعي؛ نظرًا لأهمية الدور الفعال لهذه الفئة في بناء واستقرار أي مجتمع، وهذا ما أظهرته دراسة كلٍ من: عيده رشيد:(٢٠٢٠)، هاني البطل (٢٠١٩)، مروة عطية:(٢٠١٨)، لي شيا، اكسن يا:(٢٠١٨).

- اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على منهج المسح، واستخدام العينة العمدية، وهذا ما أكدته دراسة كلٍ من: هاني البطل:(٢٠١٩)، لي شيا، اكسن يا:(٢٠١٨)، نهلة زيدان:(٢٠١٧).

- اعتمدت العديد من الدراسات السابقة في دراستها للجمهور وخاصة الشباب الجامعي على استمارة الاستبانة وخاصة الاستبانة الإلكترونية.

الإفادة من الدراسات السابقة:

- أفادت الدراسات السابقة الباحث في بلورة المشكلة البحثية، وفي وضع فروض الدراسة، وفي اختيار الأدوات المناسبة للبحث، وكذلك صياغة مقاييس الدراسة.

- التعرف على المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة.

- تم الإفادة من الدراسات السابقة في تأكيد حداثة الدراسة الحالية وجدارة دراستها.

- تصميم ووضع أسئلة استمارة الاستقصاء الخاصة بالشباب الجامعي عينة الدراسة.

- تفسير بعض نتائج الدراسة الحالية في ضوء ما خرجت به نتائج الدراسات السابقة.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory:

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ويستخدمها الباحثون بوصفها الإطار النظري القادر على تفسير الظواهر الاجتماعية في علاقتها بوسائل الإعلام.

وتعتمد فكرة النظرية على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش داخله، وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف.

وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قلَّ التفاعل بين أفراد المجتمع، مما يتيح للإعلام مجالًا واسعًا لملء الفراغ، فيصبح الفرد أكثر اعتمادًا على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات، وعلى هذا فالجمهور عنصر فاعل وحيوي في الاتصال[٢٠].

ولذلك تحاول هذه النظرية فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور، وتركز في هذا على إجابة سؤال: لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام؟ وتسعى النظرية إلى اختبار العلاقة بين الأجزاء الصغيرة والكبيرة في النظام الاجتماعي؛ لمحاولة فهم سلوك كل جزء وتوضيحه في ضوء وطبيعة العلاقة بين عناصر النظام ككل[٢١].

الأهداف الرئيسة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

١. الهدف الرئيس لنظرية الاعتماد هو تفسير: لماذا يكون لوسائل الإعلام أحيانًا آثار قوية ومباشرة وأحيانًا تأثيرات ضعيفة غير مباشرة[٢٢].
٢. تركز النظرية على التساؤل الخاص: ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام ؟[٢٣].
٣. تهدف النظرية إلى تحليل أنواع المعلومات وتفسيرها لتوضيح لماذا يعتمد عليها الأفراد دون سواها[٢٤].
٤. تهدف النظرية لقياس التعرض لوسيلة إعلامية كمتنبأ لتأثيرات تلك الوسيلة، وذلك كبديل كيفي، يرى أن التعرض لوسيلة ما أكثر التزامًا بالبيئة والعوامل المضافة من الاعتماد على تلك الوسيلة[٢٥].

تقوم هذه النظرية على عدة افتراضات هي:

١- تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة، وتبعًا لهذا الاختلاف تزيد أو تقلُّ الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم

الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتمادًا على وسائل الإعلام في حالة عدم الاستقرار[٢٦].

٢- أنَّه كلما زادت التغيرات والأزمات في مجتمع ما زادت حاجة الجمهور إلى المعلومات، وبالتالي تزيد درجة الاعتماد على وسائل الاتصال وما تقدمه من معلومات في هذا المجتمع.

٣- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية[٢٧].

٤- ترسم النظرية الفروق بين المستخدم والمعتمد معرفيًا ووجدانيًا وسلوكيًا، وهذا يمكننا من صياغة الفروض التالية:

أ- هناك اختلاف في حجم التأثير المعرفي بين المعتمد على وسائل الإعلام والمستخدم لها، فكلما كان الاعتماد مركزًا وقويًا فالآثار المعرفية مؤثرة.

ب- يظهر المستخدم لوسائل الإعلام أعراض القلق والخوف والإحباط أكثر من المعتمد على تلك الوسائل[٢٨].

٥- تزداد التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توجد درجة عالية من عدم الاستقرار في المجتمع[٢٩].

مدى إفادة الدراسة الحالية من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

بعد استعراض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام يتضح أنها نظرية ملائمة للدراسة الحالية وذلك للأسباب التالية:

١. تساعد نظرية الاعتماد على اختبار درجة اعتماد المبحوثين على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك كمصدر هام للمعلومات تجاه فيروس كورونا.

٢. تعمل نظرية الاعتماد على توضيح الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة لدى المبحوثين نتيجة تعرضهم للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك.

٣. تساعد نظرية الاعتماد على توضيح العلاقة بين الاعتماد على الصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك، والتأثيرات الناتجة على هذا الاعتماد.

٤. تزايدت أهمية تطبيق النظرية في الدراسة الحالية كون أن الشباب الجامعي أكثر قدرة على تحديد الوسيلة الإعلامية التي يعتمد عليها للحصول على معلومات تجاه فيروس كورونا.

تساؤلات الدراسة:

١- ما كثافة متابعة الشباب الجامعي للصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك؟.
٢- ما درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك للحصول على معلومات تجاه فيروس كورونا؟.
٣- ما درجة اعتماد الشباب الجامعي على متابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك للحصول على معلومات تجاه فيروس كورونا؟.
٤- ما أسباب متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك؟.
٥- ما أكثر المعلومات التي اكتسبها الشباب الجامعي من خلال متابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك تجاه فيروس كورونا؟.
٦- ما مستوى معلومات الشباب الجامعي تجاه فيروس كورونا؟.
٧- ما التأثيرات(المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عن متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك؟.

فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لاختبار صحة الفروض التالية:

١. توجد علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.
٢. توجد فروق دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية والمتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
٣. توجد علاقة دالة إحصائيًا بين درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

٤. توجد فروق دالة إحصائيًا بين مستوى معلومات الشباب الجامعي تجاه فيروس كورونا والمتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
٥. توجد علاقة دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.
٦. توجد علاقة دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عليهم تجاه فيروس كورونا.
٧. توجد فروق دالة إحصائيًا بين التأثيرات(المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على الشباب الجامعي تجاه فيروس كورونا والمتغيرات الديموجرافية (النوع- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

الإنفوجرافيك:

هو فن أصبح يعمل على توصيل المعلومات بشكل مبسط ومختصر وسهل عن طريق استخدام الصور الثابتة أو المتحركة.

الصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك:

هي إحدى أشكال شبكات التواصل الاجتماعي، والتي انتشرت بشكل كبير وتتيح الاتصال والتواصل بين الجهات الحكومية المصرية والمواطنين، وتعمل على إمداده بالمعلومات الصحيحة فور صدورها.

فيروس كورونا:

هو وباء عالمي يعرف باسم (كوفيد١٩) يصيب الجهاز التنفسي وانتشر بشكل كبير في جميع دول العالم.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى للتعرف على دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، وذلك من خلال دراسة عدة متغيرات منها: مستوى المعلومات، ودرجة الاهتمام، النوع، نوع التعليم، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

منهج الدراسة:

وفي إطار الدراسة الوصفية، استخدم الباحث منهج المسح؛ من خلال مسح آراء عينة من الشباب الجامعي حول مدى متابعتهم للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك؛ ودوره في إمدادهم بمعلومات تجاه فيروس كورونا.

مجتمع الدراسة الميدانية:

ويتمثل في الشباب الجامعي ممن تتراوح أعمارهم بين (١٨: ٢١) سنة وهي الفترة المقابلة لمرحلة المراهقة المتأخرة.

عينة الدراسة:

قام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من الشباب الجامعي (ذكورًا- إناثًا) المستخدمين للصفحات الرسمية الحكومية بالفيس بوك بكلٍ من (جامعة سيناء- جامعة بورسعيد) قوامها ٣٠٠ مبحوث، تم سحبهم بطريقة متساوية (١٥٠ مبحوثًا من جامعة بورسعيد ممثلة للجامعات الحكومية - ١٥٠ مبحوثًا من جامعة سيناء ممثلة للجامعات الخاصة) في المرحلة العمرية من (١٨: ٢١) سنة.

اختيار العينة:

قد راعى الباحث في اختيار العينة تمثيلها لثلاث متغيرات أساسية هي:

١- تمثيل نوع التعليم: حيث تمثل جامعة بورسعيد الجامعات الحكومية، بينما تمثل جامعة سيناء الجامعات الخاصة، وقد تم اختيار هذه الجامعات لاعتبارات عديدة منها: السهولة النسبية في الوصول إليهم، علاوة على تشابه خصائص الشباب الجامعي، وإمكانية تمثيل العينة لفئات النوع داخل تلك الجامعات.

٢- تمثيل الفرق الدراسية: وتم فيها مراعاة تنوع السنوات الدراسية لمرحلة الشباب الجامعي (الفرقة الأولى – الفرقة الثانية- الفرقة الثالثة – الفرقة الرابعة).

٣- تمثيل النوع: (ذكورًا- إناثًا).

توصيف عينة البحث:

جدول رقم (١) التوزيع العددي والنسب المئوية للنوع

النوع	العدد	النسبة ٪
ذكر	١٥٠	٥٠٪
أنثى	١٥٠	٥٠ ٪
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠٪

جدول رقم (٢) التوزيع العددي والنسب المئوية للجامعات عينة الدراسة

الجامعة	العدد	النسبة ٪
جامعة سيناء	١٥٠	٥٠ ٪
جامعة بورسعيد	١٥٠	٥٠ ٪
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠٪

وتم اختيار هذه الجامعات حتى تكون ممثلة للجامعات الحكومية والخاصة.

أدوات جمع البيانات:

أولًا: استمارة الاستقصاء:

قام الباحث بإعداد استمارة استقصاء إلكترونية كأداة لجمع البيانات الخاصة بالشباب الجامعي عن متابعتهم للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك، وأسباب المتابعة، ومدى المتابعة، ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

اختبار الصدق:

للتأكد من صدق استمارة الاستقصاء وصلاحيتها للتطبيق ومدى تمثيلها لمحاور المقياس، تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال دراسات الإعلام *.

وبلغت نسبة الاتفاق بين المحكمين على وضوح الأسئلة وحسن ترتيبها وتغطيتها لموضوع ومحاور الدراسة ٨٤٪، بعدها أجرى الباحث بعض التعديلات المطلوبة في ضوء آراء المحكمين لتصبح الاستمارة في شكلها النهائي.

اختبار الثبات:

للتأكد من ثبات الاستمارة قام الباحث بتطبيق الاستبانة على عينة مصغرة من الشباب الجامعي قوامها (٣٠) مفردة بواقع (١٠٪) من العينة الأصلية للدراسة، ثم أعاد التطبيق بعد أسبوع من التطبيق الأول على نفس أفراد العينة، وقد حصل الباحث على نتائج متسقة بين التطبيقين بنسبة ثبات ٩٠٪ وهي نسبة ثبات عالية تدل على مدى وضوح الأسئلة وقابليتها للتطبيق.

حدود الدراسة:

١- الحدود المكانية:

اقتصرت الدراسة على عينة الشباب الجامعى بكلٍ من (جامعة سيناء- جامعة بورسعيد).

٢- الحدود الزمنية:

بدأ الباحث في جمع المعلومات من خلال تطبيق استمارة استقصاء إلكترونية على عينة الدراسة، في الفترة من ٢٠٢٠/٣/٢٤ إلى ٢٠٢٠/٣/٣٠.

٣- الحدود البشرية:

قامت الدراسة الحالية بدراسة عينة قوامها ٣٠٠ مبحوث من الشباب الجامعي في المرحلة العمرية من (١٨:٢١) سنة.

٤- الحدود الموضوعية:

اقتصرت الدراسة على معرفة دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا.

ثانيًا: مقاييس الدراسة:

استخدم الباحث عددًا من المقاييس لقياس متغيرات الدراسة والتي تتمثل في التالي:

١- مقياس مستوى معلومات الشباب الجامعي:

وفيه قام الباحث بإعداد مجموعة من الفقرات لقياس معلومات الشباب الجامعي تجاه فيروس كورونا الأكثر وضوحًا وظهورًا وتناولًا بالإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية بالفيس بوك، وقد تم عرض المقياس على المحكمين لاستبعاد الفقرات غير الصالحة للاستخدام.

وقد اشتمل المقياس على (٩) عبارات، وقد قُدرت إجابات المبحوثين عن كل إجابة صحيحة بدرجة، وكل إجابة خاطئة بصفر، ثم تم تجميع الدرجات فيتكون لدينا مقياس تتراوح درجاته من صفر إلى ٩ درجات، وتم تقسيم المبحوثين إلى ثلاثة مستويات وفقًا لمستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا كالتالي:

- مستوى مرتفع ويحصل فيها المبحوث على ٧ إلى ٩ درجات.
- مستوى متوسط ويحصل فيها المبحوث على ٤ إلى ٦ درجات.
- مستوى منخفض ويحصل فيها المبحوث على صفر إلى ٣ درجات.

٢- مقياس التأثيرات(المعرفية والوجدانية والسلوكية):

وتم قياسه من خلال مقياس يشمل مجموعة من العبارات، وتم تقسيمه على النحو التالي:

- موافق: ويحصل فيها المبحوث على ثلاث درجات.
- أحيانًا: ويحصل فيها المبحوث على درجتين.
- غير موافق: ويحصل فيها المبحوث على درجة واحدة.

٣- مقياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي:

تم قياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي من خلال مقياس مكون من عدة فقرات يُعطى لكل منها درجة معينة، ثم تم حساب الدرجة الكلية للمبحوثين من خلال جمع الدراجات التي حصل عليها في هذا المقياس وتحديد مستواه.

أساليب المعالجة الإحصائية:

لاستخراج نتائج البحث، قام الباحث باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية spss" لتحليل البيانات التي تم إدخالها إلى الكمبيوتر، حيث تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- استخراج الجداول التكرارية البسيطة (العد والنسب المئوية) لاستجابات المبحوثين.
- استخدام معامل ارتباط بيرسون لاختبار العلاقة بين المتغيرات.
- استخدام اختبار "ت" "T-Test" للتعرف على دلالة الفروق بين متوسط مجموعتين مختلفتين مثل المقارنة بين الذكور والإناث، من حيث متابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية بالفيس بوك.
- استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد One Way Analysis Of Variance(ANOVA) لدرسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين.
- استخدام اختبار شيفيه "Scheffe" لحساب مصدر ودلالة الفروق بين المجموعات.

نتائج الدراسة:

أولًا: نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (٣)

مدى متابعة الصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك

المتابعة	العدد	النسبة ٪
دائمًا	٢٥٦	٨٥,٣٣٪
أحيانًا	٣٦	١٢٪
نادرًا	٨	٢,٧٪
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠٪

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى ارتفاع نسبة متابعة الشباب الجامعي للصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك؛ حيث جاء فى الترتيب الأول "أتابعها دائمًا" بنسبة بلغت ٨٥,٣٣٪، وجاء في الترتيب الثاني "أتابعها أحيانًا" بنسبة بلغت ١٢٪، بينما جاء "أتابعها نادرًا" في الترتيب الثالث بنسبة بلغت ٢,٧٪؛ ويرجع الباحث ارتفاع نسبة متابعة الصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك لأنها أصبحت وسيلة إعلامية هامة توفر معلومات موثوق فيها لأنها تصدر عن جهات حكومية، فأصبحت تعرض المعلومات فور حدوثها بأبسط الطرق وفي ثوانٍ معدودة.

جدول (٤)

معدل متابعتك للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك

معدل المتابعة	العدد	النسبة ٪
عدة مرات فى اليوم	٢١٦	٧٢٪
مرة واحدة يوميًا	٨٤	٢٨٪
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠٪

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى ارتفاع كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك حيث جاء في الترتيب الأول "أتابعها عدة مرات فى اليوم" بنسبة بلغت ٧٢٪، وفي الترتيب الثاني جاء "أتابعها مرة واحدة يوميًا" بنسبة بلغت ٢٨٪، ويرجع الباحث أسباب ارتفاع كثافة المتابعة؛ وذلك لأن الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك أصبح شكلًا إعلاميًا مهمًا لدى الشباب الجامعي، يقومون بمتابعته بشكل كبير خلال اليوم نظرًا لما يتمتع به من معلومات موثوقة المصدر ومختصرة.

جدول (٥)

درجة الاعتماد على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية على الفيس بوك للحصول على معلومات تجاه فيروس كورونا

درجة الاعتماد	العدد	النسبة ٪
أعتمد بدرجة كبيرة	٢٣٧	٧٩٪
أعتمد بدرجة متوسطة	٦٣	٢١٪
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠٪

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية على الفيس بوك للحصول على معلومات تجاه فيروس كورونا، فنجد أن "أعتمد بدرجة كبيرة" جاء في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٧٩٪ بإجمالي تكرارات(٢٣٧)، ثم جاء "أعتمد بدرجة متوسطة" في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ٢١٪ بإجمالي تكرارات(٦٣)، ومن الجدول السابق يرى الباحث ارتفاع مستوى اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية على الفيس بوك للحصول على معلومات تجاه فيروس كورونا؛ نظرًا لكون الإنفوجرافيك يعتبر أحد وسائل الجذاب في تقديم المعلومات، كما أنَّه يقوم بتلخيص واختصار المعلومات وتقديمها بشكل مبسط من خلال الصور والرسوم، وتتفق نتائج هذا الجدول مع نتائج دراسة: لي شيا، اكسن يا(٢٠١٨) والذين أثبتوا ارتفاع الاعتماد على متابعة المبحوثين للأخبار التي تعتمد على استخدام الإنفوجرافيك.

جدول (٦)

أكثر الصفحات الحكومية المصرية متابعة للحصول على معلومات عن فيروس كورونا

أكثر الصفحات	العدد	النسبة ٪
صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية	٣٠٠	١٠٠٪
صفحة رئاسة مجلس الوزراء	٢٦٩	٨٩,٧٪
الصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان	٢٢٣	٧٤,٣٪

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أكثر الصفحات الحكومية المصرية متابعة للحصول على معلومات عن فيروس كورونا، فنجد أن "صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية" جاءت في الترتيب الأول بنسبة بلغت ١٠٠٪ بإجمالي تكرارات(٣٠٠)، ثم جاءت "صفحة رئاسة مجلس الوزراء" في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ٨٩,٧٪ بإجمالي تكرارات(٢٦٩)، وجاءت "الصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان" في الترتيب الثالث بنسبة بلغت ٧٤,٣٪ بإجمالي تكرارات(٢٢٣)، ويرجع الباحث تصدر

متابعة الشباب الجامعي لـ"صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية"؛ نظرًا لكثافة وتنوع المعلومات التى أصبحت تنشرها بشكل مستمر على صفحتها والتي تمثل أهمية لكل من يبحث عن أية معلومات موثوق فيها عن فيروس كورونا، وتتفق نتائج هذا الجدول مع نتيجة دراسة سالي شحاتة(٢٠١٨) والتي أثبتت ارتفاع الاعتماد على المصادر الحكومية الإلكترونية كمصدر أول للمعلومات.

جدول(٧) مدى الاهتمام بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك للحصول على معلومات عن فيروس كورونا

مدى الاهتمام	العدد	النسبة ٪
دائمًا	٢٧٨	٪٩٢,٧
أحيانًا	٢٢	٪٧,٣
الإجمالي	٣٠٠	٪١٠٠

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى مدى اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك للحصول على معلومات عن فيروس كورونا، فنجد أن فئة "أهتم دائمًا" جاءت في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٩٢,٧٪ بإجمالي تكرارات(٢٧٨)، ثم جاءت "أهتم أحيانًا" في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ٧,٣٪ بإجمالي تكرارات(٢٢)، ومن الجدول السابق يرى الباحث أن أسباب ارتفاع اهتمام الشباب بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك للحصول على معلومات عن فيروس كورونا؛ نظرًا لخطورة هذا الفيروس والذي انتشر بشكل كبير في العالم كله، وأثار الذعر والخوف لارتفاع معدل الاصابات والوفيات به، إضافة إلى أن الإنفوجرافيك يعمل على اختصار المعلومات وتقديمها بشكل سريع له خاصة مع تعدد المعلومات التي أصبحت تعرض يوميًا عن فيروس كورونا.

جدول(٨)

أكثر أشكال الإنفوجرافيك التي تفضل متابعتها بالصفحات الحكومية على الفيس بوك

شكل الإنفوجرافيك	العدد	النسبة ٪
الإنفوجرافيك التفاعلي	١٨٧	٪٦٢,٣
الإنفوجرافيك الثابت	١١٣	٪٣٧,٧
الإجمالي	٣٠٠	٪١٠٠

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أكثر أشكال الإنفوجرافيك التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها بالصفحات الحكومية على الفيس بوك، فنجد أن

"الإنفوجرافيك التفاعلي" جاء في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٦٢,٣٪ بإجمالي تكرارات(١٨٧)، ثم جاء "الإنفوجرافيك الثابت" في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ٣٧,٧٪ بإجمالي تكرارات(١١٣)، ومن الجدول السابق يرى الباحث أن ارتفاع تفضيل متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك التفاعلي بالصفحات الحكومية على الفيس بوك يرجع إلى أنه يثير دافعية الشباب الجامعي لمتابعته؛ فهو أكثر جاذبية وينوع في عرض المعلومات من خلال استخدام الأشكال والصور الثابتة والمتحركة والتي تعمل على تبسيط المعلومات وسرعة وصولها لهم، وتتفق نتائج هذا الجدول مع نتائج دراسة كلٍ من: عيده كمال رشاد(٢٠٢٠) والتي أثبتت تفوق تأثير الإنفوجرافيك المتحرك من حيث تذكر وفهم المحتوى الإخباري مقارنة بتأثير الإنفوجرافيك الثابت، لارا إيميلرا وآخرون(٢٠١٧) والذين أثبتوا ارتفاع معدل متابعة الإنفوجرافيك التفاعلي من قبل المبحوثين، بينما تختلف مع نتيجة دراسة نهلة الحوراني(٢٠١٧) حيث جاء الإنفوجرافيك الثابت في المرتبة الأولى من حيث تفضيل المتابعة.

جدول(٩)

أهم أسباب متابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك

الأسباب	العدد	النسبة ٪
تبسيط المعلومات التي يقدمها واختصارها	٣٠٠	١٠٠٪
سرعة الحصول على المعلومات من خلاله	٢٧١	٩٠,٣٪
التصميم الجذاب الذي يقدم من خلاله	٢٤٩	٨٣٪
سهولة مشاركته وإرساله إلى أصدقائي	١٦٥	٥٥٪
الألوان الجذابة التي يستخدمها	٨٣	٢٧,٦٪

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك، فنجد أن "تبسيط المعلومات التي يقدمها واختصارها" جاء في الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪ بإجمالي تكرارات(٣٠٠)، ثم جاء "سرعة الحصول على المعلومات من خلاله" في الترتيب الثاني بنسبة ٩٠,٣٪ بإجمالي تكرارات (٢٧١)، وجاء "التصميم الجذاب الذي يقدم من خلاله" في الترتيب الثالث بنسبة ٨٣٪ بإجمالي تكرارات(٢٤٩)، ثم جاء "سهولة مشاركته وإرساله إلى أصدقائي" في الترتيب الرابع بنسبة ٥٥٪ بإجمالي تكرارات(١٦٥)، ثم "الألوان

الجذابة التي يستخدمها" في الترتيب الخامس بنسبة ٢٧,٦٪ بإجمالي تكرارات(٨٣)، ويرجع الباحث تصدر تبسيط المعلومات التي يقدمها واختصارها المرتبة الأولى إلى طبيعة الشباب التي تسعى إلى الحصول على المعلومات في شكل مختصر بدون تطويل حتى لايكون هناك ملل.

جدول(١٠)

أهم المعلومات التي اكتسبتها من خلال متابعتك للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك تجاه فيروس كورونا

أهم المعلومات	العدد	النسبة ٪
أرقام الإصابات والوفيات اليومية	٣٠٠	١٠٠٪
طرق الوقاية من المرض	٢٨٩	٩٦,٣٪
الفرق بين الكورونا والإنفلونزا العادية	٢٧٦	٩٢٪
أعراض المرض	٢٦٤	٨٨٪
الإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة فيروس كورونا	٢٥٧	٨٥,٦٪
نصائح لتقوية المناعة ضد فيروس كورونا	٢٣٢	٧٧,٣٪
إرشادات للأشخاص المخالطين للحالات المصابة بفيروس كورونا	٢١١	٧٠,٣٪
خطوات تقوم بها لمنع انتشار فيروس كورونا	١٨٩	٦٣٪
كيف تطهر منزلك ضد فيروس كورونا	١٥٦	٥٢٪
إرشادات استخدام ماكينات الصراف الآلي للوقاية من فيروس كورونا	٣٢	١٠,٦٪

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أهم المعلومات التي اكتسبها الشباب الجامعي من خلال متابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك تجاه فيروس كورونا؛ حيث جاءت "أرقام الإصابات والوفيات اليومية" في الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪ بإجمالي تكرارات(٣٠٠)، ثم جاءت "طرق الوقاية من المرض" في الترتيب الثاني بنسبة ٩٦,٣٪ بإجمالي تكرارات(٢٨٩)، وجاء "الفرق بين الكورونا والإنفلونزا العادية" في الترتيب الثالث بنسبة ٩٢٪ بإجمالي تكرارات(٢٧٦)، ثم جاءت "أعراض المرض" في الترتيب الرابع بنسبة ٨٨٪ بإجمالي تكرارات(٢٦٤)، ثم "الإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة فيروس كورونا" في الترتيب الخامس بنسبة ٨٥,٦٪ بإجمالي تكرارات(٢٥٧)، وفي الترتيب السادس جاءت "نصائح لتقوية المناعة ضد فيروس كورونا" بنسبة ٧٧,٣٪ بإجمالي تكرارات(٢٣٢)، ثم "إرشادات للأشخاص المخالطين

للحالات المصابة بفيروس كورونا" في الترتيب السابع بنسبة ٧٠,٣٪ بإجمالي تكرارات(٢١١)، وفي الترتيب الثامن جاءت "خطوات تقوم بها لمنع انتشار فيروس كورونا" بنسبة ٦٣٪ بإجمالي تكرارات(١٨٩)، ثم "كيف تطهر منزلك ضد فيروس كورونا" في الترتيب التاسع بنسبة ٥٢٪ بإجمالي تكرارات(١٥٦)، وجاءت "إرشادات استخدام ماكينات الصراف الآلي للوقاية من فيروس كورونا" في الترتيب العاشر بنسبة ١٠,٦٪ بإجمالي تكرارات(٣٢)، ويرجع الباحث تصدر أرقام الإصابات والوفيات اليومية باعتبارها أكثر معلومات الشباب الجامعى اكتسابًا؛ نظرًا لوجود حالات وفيات وإصابات تحدث بشكل يومي الأمر الذي جعل الحكومة تخصص إنفوجرافيك يومي يتم نشره بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك يبين عدد الحالات المصابة والوفيات، حتى يكون هناك شفافية ومصداقية في نقل المعلومات للجمهور.

جدول (١١)

ترتيب الوسائل التى اعتمد عليها الشباب الجامعى للحصول على معلومات عن فيروس كورونا

الوسائل	الوزن النسبي	الترتيب
الصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك	٣,٤	١
القنوات الفضائية العربية	٢,٦١	٢
الصحف الإلكترونية	٢,٠٢	٣
المواقع الإخبارية التليفزيونية	١,٨١	٤

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى ترتيب الوسائل التي اعتمد عليها الشباب الجامعي للحصول على معلومات عن فيروس كورونا، فنجد أن "الصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك" جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبى (٣,٤)، ثم جاءت "القنوات الفضائية العربية" في الترتيب الثاني بوزن نسبي (٢,٦١)، وجاءت "الصحف الإلكترونية" في الترتيب الثالث بوزن نسبي (٢,٠٢)، ثم جاءت "المواقع الإخبارية التليفزيونية" في الترتيب الرابع بوزن نسبي (١,٨١).

ويرجع الباحث تصدر الصفحات الحكومية الرسمية على الفيس بوك الترتيب الأول إلى ما تقدمه تلك الصفحات من معلومات موثوق في مصدرها، كما تقدم تلك المعلومات أولًا بأول فور صدورها.

جدول (١٢) مستوى معلومات الشباب الجامعي عن فيروس كورونا

مستوى المعلومات	العدد	النسبة ٪
مرتفع	٢٢٨	٧٦ ٪
متوسط	٤٥	١٥ ٪
منخفض	٢٧	٩٪
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠٪

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى ارتفاع مستوى معلومات الشباب الجامعي عن فيروس كورونا، فنجد المستوى المرتفع جاء في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٧٦٪، بينما جاء المستوى المتوسط في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ١٥٪، ثم جاء المستوى المنخفض في الترتيب الثالث بنسبة بلغت ٩٪، ويرجع الباحث ارتفاع مستوى معلومات الشباب الجامعي عن فيروس كورونا إلى خطورة التأثيرات التي أحدثها انتشار فيروس كورونا سواء على الفرد أو المجتمع الأمر الذي جعل الشباب الجامعي يرفع دائمًا من مستوى معلوماته تجاه هذا الفيروس، هذا بجانب كثافة المعلومات التي أصبحت الحكومة تعرضها بخصوص فيروس كورونا بشكل يومي. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة ياوين كيم، وايون جولو (٢٠١٥) والتي تشير إلى ارتفاع مستوى معلومات المبحوثين المتابعين للإنفوجرافيك .

جدول (١٣) التأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك

التأثيرات الناتجة	العدد	النسبة ٪
زاد إحساسى بخطورة فيروس كورونا	٩٠٠	١٠٠٪
زادت معلوماتى عن أهم طرق الوقاية من فيروس كورونا	٨٥٩	٩٥,٤٪
عرفت الإجراءات التى اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة فيروس كورونا	٨٢٦	٩١,٨٪
أشعر بأهمية اتباع نصائح الحكومة لمواجهة فيروس كورونا	٧٩٥	٨٨,٣٪
عرفت الطرق الصحيحة لتطهير نفسى ومنزلى ضد فيروس كورونا	٧٨٤	٨٧,١٪
أشعر بضرورة اتخاذ إجراءات صارمة ضد مخالفى الإجراءات الاحترازية	٧٥٢	٨٣,٥٪
أترك مسافة بينى وبين من يكلمنى	٧٢١	٨٠,١٪
أصبحت أكثر حرصًا عند الخروج من البيت	٦٩٦	٧٧,٣٪
زادت معرفتى عن الأطعمة التى تساعد على تقوية المناعة ضد فيروس كورونا	٦٢٣	٦٩,٢٪
أحاول توعية أصدقائى وأقاربى بطرق الوقاية من فيروس كورونا	٥٥٧	٦١,٩٪
أشعر بضرورة البقاء في المنزل	٤٣٦	٤٨,٥٪
أشارك في حملات التوعية بخطورة مرض كورونا	٣١٤	٣٤,٩٪

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى التأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك، فقد جاء "زاد إحساسي بخطورة فيروس كورونا" في الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪ بإجمالي تكرارات (٩٠٠)، ثم جاءت "زادت معلوماتي عن أهم طرق الوقاية من فيروس كورونا" في الترتيب الثاني بنسبة ٩٥,٤٪ بإجمالي تكرارات(٨٥٩)، وجاء "عرفت الإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة فيروس كورونا" في الترتيب الثالث بنسبة ٩١,٨٪ بإجمالي تكرارات(٨٢٦)، ثم جاء "أشعر بأهمية اتباع نصائح الحكومة لمواجهة فيروس كورونا" في الترتيب الرابع بنسبة ٨٨,٣٪ بإجمالي تكرارات(٧٩٥)، ثم "عرفت الطرق الصحيحة لتطهير نفسي ومنزلي ضد فيروس كورونا" في الترتيب الخامس بنسبة ٨٧,١٪ بإجمالي تكرارات(٧٨٤)، وفي الترتيب السادس جاء "أشعر بضرورة اتخاذ إجراءات صارمة ضد مخالفي الإجراءات الاحترازية" بنسبة ٨٣,٥٪ بإجمالي تكرارات(٧٥٢)، ثم جاء "أترك مسافة بيني وبين من يكلمني" في الترتيب السابع بنسبة ٨٠,١٪ بإجمالي تكرارات (٧٢١)، وجاء "أصبحت أكثر حرصًا عند الخروج من البيت" في الترتيب الثامن بنسبة ٧٧,٣٪ بإجمالي تكرارات(٦٩٦)، وفي الترتيب التاسع جاء "زادت معرفتي عن الأطعمة التي تساعد على تقوية المناعة ضد فيروس كورونا" بنسبة ٦٩,٢٪ بإجمالي تكرارات(٦٢٣)، وفي الترتيب العاشر جاء "أحاول توعية أصدقائي وأقاربي بطرق الوقاية من فيروس كورونا" بنسبة ٦١,٩٪ بإجمالي تكرارات (٥٥٧)، وفي الترتيب الحادي عشر جاء "أشعر بضرورة البقاء في المنزل" بنسبة ٤٨,٥٪ بإجمالي تكرارات(٤٣٦)، وفي الترتيب الثاني عشر جاء "أشارك في حملات التوعية بخطورة مرض كورونا" بنسبة ٣٤,٩٪ بإجمالي تكرارات(٣١٤)، ويرجع الباحث أسباب تصدر فئة "زاد إحساسي بخطورة فيروس كورونا" الترتيب الأول من حيث أكثر التأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك؛ نظرًا للإنفوجرافيك الذي يصدر من الحكومة بشكل يومي عن أعداد الإصابات والوفيات اليومية خاصة، واتخاذ الحكومة المصرية العديد من الإجراءات للحد من انتشار الفيروس، هذا بالإضافة إلى عدم التوصل لعلاج فعال له حتى الآن.

ثانيًا: اختبار فروض الدراسة:

اختبار صحة الفرض الأول:

لاختبار صحة الفرض الأول القائل بأنه "**توجد علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا**"، استخدم الباحث معامل الارتباط Correlation Cofficient التتابعي لبيرسون. يوضح جدول (١٤) نتائج هذا الفرض:

جدول (١٤)

قيم معاملات الارتباط بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك مستوى المعلومات تجاه فيروس كورونا	٠.١٨٦**	٠,٠١

(**) دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠١

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا؛ لأن قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠,١٨٦ ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠١) وهذه علاقة قوية تؤكد أنه كلما زادت كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ارتفع أيضًا مستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

ومن نتائج الفرض السابق يرى الباحث أن نتيجة هذا الفرض ترجع إلى أن الشباب الجامعي زادت كثافة متابعته في هذه الفترة للإنفوجرافيك الذي يتم عرضه بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك؛ نظرًا للمعلومات المتلاحقة والتي أصبحت تلك الصفحات تمده بها أولًا بأول فور حدوثها، كما أن الإنفوجرافيك أصبح يسهل وصول المعلومة له؛ لأن الإنفوجرافيك يبسط المعلومة ويعتمد أكثر على استخدام الصور والرسوم، كما أن هذه الفترة أصبحت فترة أجازة رسمية لطلاب الجامعات فزاد معدل استخدامهم للفيس بوك وزادت بالتالي كثافة متابعتهم للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية.

وبذلك يمكن قبول الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى

معلوماتهم تجاه فيروس كورونا، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سوفيا ليشير, Sophie Lecheler (٢٠١٨) والتي أثبتت وجود علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الإنفوجرافيك في القصص الإخبارية وزيادة معلومات المبحوثين، وتتفق أيضًا مع دراسة جيلو كوستا, Julio Costa (٢٠١٧) والتي أثبتت أنه توجد علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الإنفوجرافيك الرقمي في الصحف الإلكترونية وزيادة معلوماتهم عن قضايا المجتمع.

اختبار صحة الفرض الثاني:

لاختبار صحة الفرض الثاني القائل بأنه "**توجد فروق دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الشباب الجامعي** للإنفوجرافيك **بالصفحات الحكومية المصرية والمتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم - المستوى الاقتصادي الاجتماعي)**"، واستخدم الباحث اختبار "ت" "T" Test للمجموعات المستقلة متساوية العدد وأسلوب تحليل التباين Analysis of Variance(ANOVA) وتوضح الجداول (١٥)، (١٦)، (١٧) نتائج هذا الفرض:

جدول (١٥)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها للذكور والإناث من الشباب الجامعي في كثافة متابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية

العينة / المتغير	النوع						قيمة "ت"	مستوى الدلالة
	الذكور			الإناث				
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري		
كثافة المتابعة	١٥٠	٢,٢١	.٤٤٢	١٥٠	١,٩٤	.٣٨٨	٥,٦٨٧	٠,٠١

يتبين من الجدول السابق أن قيمة "ت" دالة إحصائيًا؛ مما يشير إلى وجود فرق بين الذكور والإناث من الشباب الجامعي في كثافة متابعتهم للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة لي شيا، اكسن يا, Lei Shi and Xinyi Yu (٢٠١٨) والذين أثبتوا وجود فروق دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية وبين النوع (ذكر- أنثى).

جدول (١٦) المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها لنوع التعليم الجامعي للشباب في كثافة متابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية

العينة / المتغير	نوع التعليم الجامعي						قيمة "ت"	مستوى الدلالة
	حكومي			خاص				
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري		
كثافة المتابعة	١٥٠	٢,١٤	.٤٦٤	١٥٠	٢,٠١	.٤٠١	٢,٥٣٠	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ت" دالة إحصائيًا؛ مما يشير إلى وجود فرق بين نوع التعليم الجامعي الحكومي والخاص للشباب الجامعي في كثافة متابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية.

جدول (١٧)
نتائج تحليل التباين للكشف عن الفروق بين الشباب الجامعي ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع والمتوسط والمنخفض في كثافة متابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
كثافة المتابعة	بين المجموعات	٠,٧٥٢	٢	٠,٣٧٦	١,٧٣٢	غير دالة
	داخل المجموعات	٥٦,٢٢٩	٢٥٩	٠,٢١٧		
	المجموع	٥٦,٩٨١	٢٦١	-		

يتبين من الجدول السابق أن قيم "ف" غير دالة إحصائيًا، مما يشير إلى عدم وجود فروق بين الشباب الجامعي ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع والمتوسط والمنخفض في كثافة متابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية.

ويرجع الباحث أسباب ذلك إلى أهمية الإنفوجرافيك في اختصار وتبسيط المعلومات وتنوع الأشكال التي يقدم من خلالها وتجذب جميع طبقات المجتمع لمتابعته.

وبذلك يمكن قبول الفرض -جزئيًا- القائل بوجود فروق دالة إحصائيًا بين النوع (ذكور- إناث)، نوع التعليم الجامعي(الحكومي والخاص) للشباب في كثافة متابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية، بينما ثبت عدم وجود فروق بين الشباب

الجامعي من حيث المستوى الاقتصادي الاجتماعي في كثافة متابعتهم الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية.

اختبار صحة الفرض الثالث:

لاختبار صحة الفرض الثالث القائل بأنه "**توجد علاقة دالة إحصائيًا بين درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا**" واستخدم الباحث معامل الارتباط Correlation Cofficient التتابعي لبيرسون. يوضح جدول (١٨) نتائج هذا الفرض:

جدول (١٨)

قيم معاملات الارتباط بين درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
درجة اهتمام الشباب الجامعي ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا	١٣٩. *	٠,٠٥

(*) دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠٥

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠٥ بين درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا؛ لأن قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠,١٣٩ ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وهذه علاقة تؤكد أنه كلما زادت درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية زاد مستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

ومن نتائج الفرض السابق يرى الباحث أن نتيجة هذا الفرض ترجع إلى أهمية الحدث الذي أصبح يشغل الجميع؛ نظرًا لخطورته الكبيرة، حيث جعل معظم أفراد المجتمع يبحثون دائمًا عن معلومات حول هذا الفيروس وطرق الوقاية منه والإجراءات الحكومية التي تتخذ لمواجهة انتشاره.

وبذلك يمكن قبول الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ياوين كيم وايون جولو, Ye Weon Kim and Eun-Ju Lee (٢٠١٥) والذين أثبتوا وجود علاقة دلالة إحصائيًا بين درجة اهتمام القارئ بمتابعة الإنفوجرافيك بالمواقع الإخبارية ومستوى معلوماتهم بالأحداث الجارية.

اختبار صحة الفرض الرابع:

لاختبار صحة الفرض الرابع والذى ينص على أنه "**توجد فروق دالة إحصائياً بين مستوى معلومات الشباب الجامعي تجاه فيروس كورونا والمتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم - المستوى الاقتصادي الاجتماعي)**، واستخدم الباحث اختبار "ت" "T" Test للمجموعات المستقلة متساوية العدد وأسلوب تحليل التباين Analysis of Variance(ANOVA) وتوضح الجداول (١٩)، (٢٠)، (٢١) نتائج هذا الفرض:

جدول (١٩)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها للذكور والإناث من الشباب الجامعي في مستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا

العينة / المتغير	النوع						قيمة "ت"	مستوى الدلالة
	الذكور			الإناث				
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري		
مستوى المعلومات تجاه فيروس كورونا	١٥٠	٦,٠٨١	١,٥٤٣	١٥٠	٦,٥١	١,٣٨٤	١,٧٧٣	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ت" دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠١؛ مما يشير إلى وجود فرق بين الذكور والإناث من الشباب الجامعي في مستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

جدول (٢٠)

المتوسطات والإنحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها لنوع التعليم الجامعي للشباب في مستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا

العينة / المتغير	نوع التعليم الجامعي						قيمة "ت"	مستوى الدلالة
	حكومي			خاص				
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري		
مستوى المعلومات تجاه فيروس كورونا	١٥٠	٥,٧٢	٢,٥٣٩	١٥٠	٦,٢٤	٢,١٤٢	١,٩١٨	٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ت" دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠٥؛ مما يشير إلى وجود فرق بين نوع التعليم الجامعي الحكومي والخاص للشباب الجامعي في مستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

جدول (٢١)

نتائج تحليل التباين للكشف عن الفروق بين الشباب الجامعي ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع والمتوسط والمنخفض في مستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
مستوى المعلومات تجاه فيروس كورونا	بين المجموعات	٦٦,٧١٥	٢	٣٣,٣٥٧	٦,٢٠٣	٠,٠٥
	داخل المجموعات	١٥٩٧,١٦٥	٢٩٧	٥,٣٧٨		
	المجموع	١٦٦٣,٨٨٠	٢٩٩	-		

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ف" دالة إحصائيًا؛ مما يشير إلى وجود فروق بين الشباب الجامعي ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع والمتوسط والمنخفض في مستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

يتبين من الجدول السابق أن قيم "ف" دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠٥؛ مما يشير إلى وجود فروق بين الشباب الجامعي ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع والمتوسط والمنخفض تجاه فيروس كورونا، وباستخدام اختبار Scheffe لمعرفة اتجاه الفروق كانت لصالح ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط.

وبذلك يمكن قبول الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائيًا بين مستوى معلومات الشباب الجامعي تجاه فيروس كورونا والمتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

اختبار صحة الفرض الخامس:

لاختبار صحة الفرض الخامس القائل بأنه" **توجد علاقة دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على** الإنفوجرافيك **بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا**"، واستخدم الباحث معامل الارتباط Correlation Cofficient التتابعي لبيرسون. يوضح جدول (٢٢) نتائج هذا الفرض:

جدول (٢٢)

قيم معاملات الارتباط بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
درجة اعتماد الشباب الجامعي ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا	.١٤١	٠,٠٥

(*) دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠٥

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠٥ بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا؛ لأن قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠,١٤١ ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وهذه علاقة قوية تؤكد أنه كلما زادت درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية زاد أيضًا مستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

وبذلك يمكن قبول الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

اختبار صحة الفرض السادس:

لاختبار صحة الفرض السادس القائل بأنه " **توجد علاقة دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات** الحكومية **المصرية على الفيس بوك والتأثيرات(المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عليهم تجاه فيروس كورونا**"، واستخدم الباحث معامل الارتباط Correlation Cofficient التتابعي لبيرسون. يوضح جدول (٢٣) نتائج هذا الفرض:

جدول (٢٣)

قيم معاملات الارتباط بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عليهم تجاه فيروس كورونا

التأثيرات / المتغير	المعرفية	الوجدانية	السلوكية
درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك	٠,١١٥*	٠,١٤٤*	٠,١٢٦*

(*) دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠٥

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠٥ بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك والتأثيرات(المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عليهم تجاه فيروس كورونا؛ لأن قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠,١١٥ في التأثيرات المعرفية، ٠,١٤٤ في التأثيرات الوجدانية، ٠,١٢٦ في التأثيرات السلوكية، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وهذه علاقة قوية تؤكد أنه كلما زادت درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك زادت أيضًا التأثيرات(المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عليهم تجاه فيروس كورونا.

ومن نتائج الفرض السابق يرى الباحث أن نتيجة هذا الفرض ترجع إلى خطورة فيروس كورونا وانتشاره الكبير وتعدد الإجراءات التي اتخذتها الحكومة لمواجهته؛ الأمر الذي يؤثر بشكل كبير على الشباب معرفيًا ووجدانيًا وسلوكيًا.

وبذلك يمكن قبول الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عليهم تجاه فيروس كورونا.

اختبار صحة الفرض السابع:

لاختبار صحة الفرض السابع القائل بأنه"**توجد فروق دالة إحصائيًا بين التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على الشباب الجامعي تجاه فيروس كورونا والمتغيرات الديموجرافية (النوع- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي)**"، واستخدم الباحث اختبار "ت" Test "T" للمجموعات المستقلة متساوية العدد وأسلوب

تحليل التباين Analysis of Variance (ANOVA) وتوضح الجداول (٢٤)، (٢٥)، (٢٦) نتائج هذا الفرض:

جدول (٢٤)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها للذكور والإناث من الشباب الجامعي في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على الناتجة عليهم تجاه فيروس كورونا

العينة / المتغير	النوع						قيمة "ت"	مستوى الدلالة
	الذكور			الإناث				
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري		
التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية الوعي	١٥٠	٣٨,١٦	٥,٠٩١	١٥٠	٣١,١٣	٤,٣٨٣	٠,١٧٠	٠,٠٥

يتبين من الجدول السابق أن قيم "ت" دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠٥؛ مما يشير إلى وجود فرق بين الذكور والإناث من الشباب الجامعي في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات، ونجد أن الفروق هنا جاءت لصالح الذكور.

جدول (٢٥)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها لنوع التعليم الجامعي للشباب الجامعي في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عليهم تجاه فيروس كورونا

العينة / المتغير	نوع التعليم الجامعي						قيمة "ت"	مستوى الدلالة
	حكومى			خاص				
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري		
التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية الوعى	١٥٠	٣٤,٢٧	٤,٤٣١	١٥٠	٣١,٠٨	٥,٠٤٨	٠,٣٤٠	٠,٠٥

يتبين من الجدول السابق أن قيم "ت" دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠٥؛ مما يشير إلى وجود فرق بين نوع التعليم الجامعي الحكومي والخاص للشباب الجامعي في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عليهم تجاه فيروس كورونا، ونجد أن الفروق جاءت هنا لصالح التعليم الجامعي الحكومي.

جدول (٢٦)

نتائج تحليل التباين للكشف عن الفروق بين الشباب الجامعي ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع والمتوسط والمنخفض في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عليهم تجاه فيروس كورونا

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية الوعي	بين المجموعات	٢٣٢,٣٢١	٢	١١٦,١٦١	٣,٧٩٥	٠,٠٥
	داخل المجموعات	٩٠٩٠,٨٢٦	٢٩٧	٣٠,٦٠٩		
	المجموع	٩٣٢٣,١٤٧	٢٩٩	-		

يتبين من الجدول السابق أن قيم "ف" دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠٥؛ مما يشير إلى وجود فروق بين الشباب الجامعي ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع والمتوسط والمنخفض في التأثيرات(المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عليهم تجاه فيروس كورونا، وباستخدام اختبار Scheffe لمعرفة اتجاه الفروق كانت لصالح ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط.

وبذلك يمكن قبول الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين التأثيرات(المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على الشباب الجامعى تجاه فيروس كورونا والمتغيرات الديموجرافية(النوع- نوع التعليم- المستوى الاقتصادى الاجتماعى).

خلاصة النتائج:

- تشير النتائج إلى ارتفاع نسبة متابعة الشباب الجامعي للصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك؛ حيث جاء في الترتيب الأول "أتابعها دائمًا" بنسبة بلغت ٨٥,٣٣٪، وجاء في الترتيب الثاني "أتابعها أحيانًا" بنسبة بلغت ١٢٪، بينما جاء "أتابعها نادرًا" في الترتيب الثالث بنسبة بلغت ٢,٧٪. ويرجع الباحث ارتفاع نسبة متابعة الصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك لأنها أصبحت وسيلة إعلامية هامة توفر معلومات موثوق فيها لأنها تصدر عن جهات حكومية؛ فأصبحت تعرض المعلومات فور حدوثها بأبسط وأسرع الطرق وفي ثوان معدودة.

- يتضح من النتائج أن أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك هو "تبسيط المعلومات التي يقدمها واختصارها" حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪ بإجمالي تكرارات(٣٠٠)، ثم جاء "سرعة الحصول على المعلومات من خلالها" في الترتيب الثاني بنسبة ٩٠,٣ ٪ بإجمالي تكرارات(٢٧١)،

وجاء "التصميم الجذاب الذي يقدم من خلاله" في الترتيب الثالث بنسبة ٨٣٪ بإجمالي تكرارات (٢٤٩)، ثم جاء "سهولة مشاركته وأرساله إلي أصدقائي" في الترتيب الرابع بنسبة ٥٥٪ بإجمالي تكرارات(١٦٥)، ثم "الألوان الجذابة التي يستخدمها" في الترتيب الخامس بنسبة ٢٧,٦ ٪ بإجمالي تكرارات(٨٣)، ويدل ذلك على أن الهدف الأساسي من أسباب متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك كونه يعمل على تقديم المعلومات بشكل مبسط ومختصر.

- جاءت أرقام الإصابات والوفيات اليومية في الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪ بإجمالي تكرارات (٣٠٠) باعتبارها أحد أهم المعلومات التي اكتسبها ويبحث عنها الشباب الجامعي بشكل مستمر من خلال متابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك تجاه فيروس كورونا؛ نظرًا لوجود حالات وفيات وإصابات بشكل يومي؛ الأمر الذي جعل الحكومة تخصص إنفوجرافيك يوميًا، يتم نشره بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك يبين عدد الحالات المصابة والوفيات حتى يكون هناك شفافية ومصداقية في نقل المعلومات للجمهور.

- أوجدت النتائج وجود علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا، وهذا يدل على خطورة الأزمة التي يشهدها العالم بسبب انتشار فيروس كورونا بشكل كبير في جميع أنحاء العالم، وارتفاع عدد الإصابات والوفيات اليومية به؛ الأمر الذي جعل الشباب الجامعي يبحث بشكل مستمر عن معلومات متنوعة حول هذا الفيروس.

التوصيات:

١- ضرورة إنشاء صفحات حكومية رسمية لكافة الوزارات والهيئات لتزويد المواطنين بكافة التصريحات والإجراءات التي يتم اتخاذها فور صدورها.

٢- ضرورة التوسع في الدراسات الإعلامية التي تتناول الإنفوجرافيك، خاصة عبر شبكات التواصل الاجتماعي باعتباره شكلًا هامًا لاختصار المعلومات وتقديمها بشكل بسيط وسهل وجذاب.

٣- العمل على إعداد فريق في كل مؤسسة حكومية مؤهل لتصميم الإنفوجرافيك وتدريبه على أهم برامج الجرافيك.

٤- أهمية الإفادة من الإنفوجرافيك في عرض التصريحات والإجراءات التي تتخذها الحكومة، مما سيساعد على اختصار المعلومات وسرعة وصولها.

٥- ضرورة التنويع في استخدام الصفحات الحكومية للإنفوجرافيك بأنواعه وأشكاله المختلفة.

هوامش الدراسة:

1- Mark Smiciklas (2018) **"THE POWER OF INFOGRAPHICS"**, USA: Pearson Education, Inc, p.4

٢- محمد شوقي شلتوت، **الإنفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج**، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية،٢٠١٦)، ص١١١.

٣- هاني إبراهيم البطل، "انقرائية الإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد الواحد والخمسون، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، يناير ٢٠١٩)، ص١٣٨-١٣٩.

٤- سعيد محمد الغريب، "استخدام فن الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية المصرية: دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد السادس عشر، العدد الثاني (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أبريل- يونيه ٢٠١٧)، ص١٠،٨ص.

٥- عيده كمال رشيد، "تأثير الإنفوجرافيك على فهم وتذكر الشباب للمحتوى الإخباري بالصحف الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية"، **رسالة ماجستير، غير منشورة**،(جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٢٠).

٦- هاني إبراهيم البطل، "انقرائية الإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي"، **مرجع سابق**.

7- Sophie Lecheler and Gerard Smit (2018) ," When Does an Infographic Say Audience evaluations of news visualizations ", **Journal of Journalism Studies**, Vol.19 ,Issue. 9, pp.675- 692

٨- سالي أسامة شحاته، "معالجة الإنفوجرافيك للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف القومية اليومية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد الخمسون، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، أكتوبر، ٢٠١٨).

٩- مروة عطية محمد، "تأثير استخدام رسوم الإنفوجرافيك في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت: دراسة شبه تجريبية" ،**المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد الثاني والعشرون، (جامعة الأهرام الكندية: كلية الإعلام، يوليو- سبتمبر، ٢٠١٨).

10- Lei Shi and Xinyi Yu (2018) ," A Comparative Research on Cognitive Effect of Infographic and Animation Presentation in News", **International Joint Conference on Information, Media and Engineering (ICIME) p73-76**

١١- لمياء عبد الكريم، مروة محمد سمير محمد، "الإنفوجرافيك وتوظيفه في تصميم الإعلان التليفزيوني"، **مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية**، العدد العاشر، (جامعة حلوان: كلية الفنون التطبيقية، أبريل، ٢٠١٨).

١٢- أسماء محمد مصطفى، "الإنفوجرافيكس في تطوير الصحافة الورقية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أبريل- يونيه، ٢٠١٧).

13- Julio Costa Pinto (2017) ," The Relevance of Digital Infographics in Online Newspapers", **European Scientific Journal**, SPECIAL/ edition, pp.428- 434

١٤- سعيد محمد الغريب، "استخدام فن الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية المصرية: دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون"، **مرجع سابق**.

١٥- على حمودة جمعة، "معالجة إنفوجرافيك الصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها دراسة- تطبيقية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد الثامن والأربعون (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، أكتوبر، ٢٠١٧).

16- Laura E. Miller ,Ivanka Pjesivac, Nicholas Geidner, (2017) ," Using Infographics in Television News: Effects of Television Graphics on Information Recall About Sexually Transmitted Diseases ", **Journal of Electronic News**, Vol.11 ,Issue. 3, pp. 166-185

١٧- نهلة زيدان الحوراني، "أثر التعرض لمواد التسويق الإنفوجرافي في مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرارات الشرائية اليومية لدى المستهلكين: دراسة ميدانية"، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، المجلد السادس عشر، العدد الثاني عشر (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر، ٢٠١٧).

١٨- سماح عبدالرازق الشهاوي، "تأثير الإنفوجراف التفاعلي على إدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى: دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعات"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد السادس والخمسون، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر، ٢٠١٦).

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

٢٠- آمال الغزاوي، دينا عرابي، "دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف وتكوين اتجاهات المصريين بالخارج نحو قضايا الوطن: دراسة ميدانية على عينة من العمالة المصرية بجدة بعد ثورة يناير"، **المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر**، "الإعلام وبناء الدولة الحديثة"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الأول، ١-٢ يوليو، ٢٠١٢)، ص٥٤٠.

٢١- محمد منير حجاب، **نظريات الاتصال**، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)، ص٣٠١.

22- Yoonwhan Cho(2009)," New Media Uses and Dependency Effect Model: Exploring the Relationship Between New Media Habit, Dependency Relation, and Possible Outcomes", **Ph.D** (The State University of New Jersey) p.13

23- Grant, August E.; Guthrie, K. Kendall; Ball-Rokeach, Sandra J.(Dec 1991)"Television Shopping, A Media System Dependency Perspective**", Communication Research** , Vol 18.No.6 ,p. 775

24-William E.Loles and Sandra J.Ball Rokeach(1993)."Dependency Rebellions and Newspaper Readership", **Journalism Quarterly**,vol.70,No.3 , ,p.603

25- Grant, August E.; Guthrie, K. Kendall; Ball-Rokeach, Sandra J(Dec 1991).,Op.cit p. 775

٢٦- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، **مرجع سابق**، ص٣٠٢.

٢٧- سوزان يوسف القليني، **الاتصال ووسائله ونظرياته**، (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٩٨)، ص١٩٠.

28- McQuail, Denis & Sven Windahl.(1995)" **Communication Models For The Study of Mass Communication**" ,2nd Edition ,London and New York : Longman,P.114

٢٩- عبد الرحمن درويش، **مقدمة إلى علم الاتصال**، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٢)، ص ٢٠٥.

*السادة المحكمين لصحيفة الاستقصاء:

- أ. د/ اعتماد خلف معبد: أستاذ الإعلام وثقافة الطفل- كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.
- أ. د/ خالد مسعد: أستاذ الإعلام- كلية الإعلام- جامعة سيناء.
- أ. د/ ملكة بدر الدين: أستاذ الإعلام المتفرغ بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة بورسعيد.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof.Mohamed Elmahrasawy, President of Al-Azhar University

Editor- in-chief: Prof.Ghanem Alsaaed

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

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

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

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

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

Prof.Fahd Al-Askar

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

Prof.Abdullah Al-Kindi

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

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

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

Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, **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. Ramy Gamal: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

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

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

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 54 July 2020 - part 4

Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

International Standard Book Number "Paper Edition"2682- 292X

International Standard Book Number «Electronic 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.