

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 عبد الواحد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د / محمود عبد العاطي - 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.

مديقا اللغة العربية:

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 الرابع والستون - الجزء الأول - جمادى الآخر ١٤٤٤هـ - يناير ٢٠٢٣ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

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

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية 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.... 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

- استخدام الشباب الجامعي للإنفوجراف الخاص بالمبادرات الرئاسية
الصحية في المواقع الإلكترونية
أ.د./ عربي عبد العزيز الطوخي د/ محمد عبد الفتاح عوض
٩
-
- فاعلية نموذج نشر الصحافة لأخبار الجريمة والعقاب في تعزيز اتجاه
المراهقين في شمال سيناء ضد الجريمة (دراسة شبه تجريبية)
أ.م.د/ خالد أحمد مسعد
٥١
-
- دراسة تحليلية موضوعية لبرنامج ما خفي أعظم في فضائية الجزيرة
أ.م.د/ حسن محمد أبو حشيش
٨٥
-
- الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات الاستخدام التعليمي للمنصات
أ.م.د/ أحمد محمد صالح العميري
١١٥
-
- الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث الإعلام التربوي- دراسة تحليلية
من المستوى الثاني في الفترة (٢٠١٦-٢٠٢١) أ.م.د/ السيد محمود عثمان
١٧١
-
- محتوى المؤثرين على سنابشات في المملكة العربية السعودية: دراسة
تحليلية
د/ عيسى المستنير
٢٦٧
-
- القيمة المدركة من زيارة المعارض التجارية وعلاقتها بشعور المستهلك
بالندم على الزيارة والشراء
د/ محمود فوزي رشاد أحمد
٣١٩
-
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته
نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ
د/ هاجر حلمي حبيش
٣٩٧

٤٦١

■ واقع القنوات التلفزيونية المصرية الخاصة من وجهة نظر القائمين
بالاتصال والخبراء الأكاديميين
رحاب عبد الناصر عوض

٥١٥

■ معالجة الصحف السعودية لقضايا التعليم المحلية «دراسة تحليلية
مقارنة»
فيصل ماطر صلاح

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة - الآية ١٠٥

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبد الواحد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

مجلة البحوث الإعلامية .. ثلاثون عاما من الريادة والتميز

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله .
وبعد

أعزاءنا القراء من الباحثين والمهتمين بعلوم الإعلام والاتصال بفروعه المختلفة ، نعتز بأن نقدم لكم العدد الرابع والستين من مجلة البحوث الإعلامية الصادرة عن كلية الإعلام جامعة الأزهر ، والذي يصادف مرور ثلاثين عاما على إنشائها ، حيث صدر العدد الأول منها عام ١٩٩٣م ، والتي نعتز فيها بإقامة جسور تواصل علمية مع نخبة من أكفأ الأساتذة الأفاضل في مجال التخصص لتحكيم وتقيق البحوث العلمية والدراسات المجازة للنشر ، وصولا إلى الغاية المبتغاة ، وهي الارتقاء بالعملية البحثية ، وقيادة المجتمع العلمي للممارسات التي من شأنها الحفاظ على قوة ومكانة الدورية العلمية محليا وإقليميا وعالميا ، مع التأكيد على أن عملية التحكيم تتم في جميع مراحلها عبر النظام الإلكتروني للمجلة ، وأن البحث الواحد يحكم من قبل اثنين من الأساتذة في تخصص البحث بالنظام المعنى اتساقا مع المعايير العالمية في مراجعة البحوث والدراسات المعدة للنشر في الدوريات العلمية المرموقة .

وكم يسعدنا أن نتلقى ردود الفعل المثنية - من الباحثين - على الانضباط في كل عمليات التعامل مع البحث والباحث من المتابعة المستمرة ، وتجسير الهوة الزمنية بين تاريخ استقبال البحث وتاريخ نشره أو إجازته للنشر ، دون أن يؤثر ذلك على جودة كل المراحل التي يتم التعامل فيها مع البحث ، كما أن هناك نظام داخلي للتدقيق المستمر للتأكد من الشفافية والعدالة والموضوعية في كل بحث يتم الاتفاق على إجازته للنشر من قبل الأساتذة المحكمين .

وترجمة لهذه الثقة المطردة من قبل الباحثين والأساتذة فإننا يسرنا أن نعلن أن عدد قراءة الدراسات المنشورة في الموقع الإلكتروني للمجلة وهو : <https://jsb.journals.ekb.eg/> زاد عن ٨٥٠ ألف قراءة ، وأن عدد تحميل البحوث Download بلغت ٥٦٨ ألفا وفقا لإحصائيات الموقع الإلكتروني في نهاية ديسمبر ٢٠٢٢م، وذلك بخلاف الاطلاع على النسخ الورقية في مكتبة كلية الإعلام جامعة الأزهر أو المكتبة المركزية بالجامعة أو أي وسيلة أخرى.

وهذا الأمر يضاعف من المسؤوليات الملقاة على عاتق أسرة تحرير المجلة التي تعمل على المضي قدما في عمليات التحديث والتطوير ، في محاولة للإسهام الفاعل في البيئة العلمية والبحثية في تخصص مهم هو الإعلام والاتصال ، ونسأل الله أن يكون ذلك كله من باب العلم الذي ينتفع به ، و ندعوه سبحانه أن يجعل كل ما يتم من عمليات مستمرة في مجلة البحوث الإعلامية خدمة للباحثين والمهتمين في ميزان حسنات كل من له دور في ذلك ، وإنما التوفيق والعون من الله وحده ، فله - سبحانه - الحمد في الأولى والآخرة ، « وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ » (الآية رقم ٨٨ من سورة هود)

أ.د/ رضا عبد الواحد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة يونيو 2022	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	1
2682-4663	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	2
2682-4620	2356-9158	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	3
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	4
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	5
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	الدراسات الإعلامية	6
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	7
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	8
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	9
2314-873X	2314-8721	7	Egyptian Public Relations Association	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	10
2735-4326	2536-9237	7	جامعة جنوب الوادي، كلية الاعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	11
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرقية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	12

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد سارياً للسنه التالية للنشر في هذه المجلات.

استخدام الشباب الجامعي للإنفوجراف الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية في المواقع الإلكترونية

- **The use of Infographics for Health
Presidential Initiatives on Websites
by University youth**

● أ.د/ عربي عبد العزيز الطوخي- أستاذ الإعلام بكلية الآداب- جامعة بنها
profaraby@gmail.com

د/ محمد عبد الفتاح عوض - مدرس الصحافة بكلية الآداب- جامعة الزقازيق
mawed323@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على متابعة الشباب الجامعي للإنفوجراف بالمواقع الإلكترونية وإمدادهم بالمعلومات الصحية حول المبادرات الرئاسية الصحية، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي قوامها 400 مفردة من جامعتي الزقازيق وعين شمس، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: ارتفاع متابعة الشباب عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية بصفة دائمة، وجاءت أهم المواقع الإلكترونية التي يفضلونها: الوطن، يليه اليوم السابع، والمصري اليوم، وموقع وزارة الصحة والسكان، وموقع رئاسة الجمهورية، وجاءت أهم المبادرات الرئاسية الصحية التي تقدمها المواقع الإلكترونية مبادرة 100 مليون صحة، ومبادرة «صحة المرأة» الكشف المبكر عن سرطان الثدي، ثم جاءت أسباب المتابعة: لتقديم معلومات صحيحة وموثقة عن المبادرات الرئاسية، يليه يسطر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الصحية ويوضحها، ثم يقدم الموضوع في إحصاءات ورسوم بيانية وأرقام، ثم لديه مصداقية في نقل المعلومات الصحية، ثم تحرص المواقع على تقديم المبادرات الرئاسية الصحية بشكل جذاب وشائق، ويقدم الإنفو جراف عرض مختصر حول المبادرات الرئاسية الصحية، سرعة الحصول على المعلومات من الإنفو جراف، كما بينت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معايير نظرية الثراء الوسيلة واتجاه الشباب الجامعي نحو الإنفوجراف بالمواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية عند مستوى دلالة 0.95، الكلمات المفتاحية: الإنفو جراف، المواقع الإلكترونية، المبادرات الرئاسية الصحية، الشباب الجامعي.

Abstract

The study aimed to identify university youth follow-up to infographics on web-sites and provide them with health information about presidential health initiatives. The study was applied to a deliberate sample of 400 university youth from the universities of Zagazig and Ain Shams. The websites of the presidential health initiatives are permanent, and the most important websites they prefer are: Al-Watan followed by the seventh day, Al-Masry Al-Youm, the Ministry of Health and Population website, and the Presidency of the Republic website, Then came the reasons for the follow-up: to provide correct and documented information about the presidential health initiatives, followed by simplifying and clarifying the information about the presidential health initiatives, then presenting the topic in statistics, graphs and numbers, then having credibility in transmitting health information, then the websites are keen to present the presidential health initiatives in an attractive and interesting way. The infographic provides a brief presentation on the presidential health initiatives, the speed of obtaining information from the infographic, and the Early detection of breast cancer. There is a statistically significant relationship between the university youth's follow-up of the infographic on the websites of the presidential health initiatives and the level of their information. Health

Keywords: infographics -websites -presidential health initiatives- university youth.

للمواقع الإلكترونية دور فعال في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا والمعلومات المختلفة؛ من خلال تزويدهم بالمعلومات والحقائق حول ما يدور حولهم من أحداث وخاصة المعلومات والقضايا الصحية.

ويعد الإنفو جراف أحد المستحدثات التكنولوجية، التي تقدم التمثيل المرئي للمعارف والأفكار؛ مما ييسر عملية التعلم، ويعد الإنفو جراف أداة لنقل المعارف، وبناء المعرفة والأفكار وفهم العلاقات والظواهر المختلفة، من خلال الرسوم، والأشكال، والصور الثابتة، والتفاعلية؛ مما يساعد على ترسيخ وتجسيد المفاهيم والمعارف المختلفة في ذهن المتعلم، ويجعلها مشوقة وأكثر فاعلية⁽¹⁾. Gebre , 2018.

ويقوم الإنفو جراف بتحويل البيانات إلى معلومات، ونقل الأفكار والكلمات مع الصور والرسوم بطريقة تجذب الانتباه بدلاً من استخدام كلمات فقط، وتحويل المعاني والكلمات والأرقام والمحتوى النصي إلى رموز وعناصر مرئية، كما يساعد على تنظيم الأفكار بطريقة مفيدة، وإظهار العلاقات المعقدة بطريقة مرئية، ومقارنة المعلومات بطريقة فعالة، ويقدم المعلومات العلمية المعقدة بطريقة مرئية واضحة، وبصورة مبسطة، وله القدرة على تحويل المعلومات والبيانات والمفاهيم المعقدة وتحليلها إلى رسوم وصور توضيحية يمكن فهمها واستيعابها بطريقة سلسلة وواضحة للجمهور.

وقد أطلق على الإنفو جراف Infographic العديد من المسميات التي نفتقر لها في عالمنا العربي بشكل عام، ومن هذه المسميات: إنفو جرافيكس Infographics، أو التمثيل البصري Visualization، أو التمثيل البصري للبيانات Visualization، أو هندسة Data، كما أطلق عليه التصميم المعلوماتية Information Design، أو هندسة المعلومات Information Architecture⁽²⁾. (Polman: 2015,p868)

ويعد الإنفو جراف تمثيلاً بصرياً أساسياً للمعلومات يتم استخدامها لقص القصص، ونقل الأفكار، أو استكشاف القضايا من خلال مجموعة من الرسوم المختلفة، وتستخدم الرسوم البيانية على نطاق واسع في وسائل الإعلام الرئيسية لزيادة فهم القراء لموضوع معني، أو لقضية ما إلى جانب وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والمجلات سوف تجد أيضاً الإنفو جراف في العديد من قنوات النشر الرقمية (3). Ferreira:2014, (p3)

ويقسم الإنفو جراف إلى ثلاثة أنواع رئيسية وفقاً لطبيعة عرضها، وهي:

- أ- **إنفو جراف ثابت:** وهو عبارة عن عرض المعلومات المصورة بشكل كامل دون تفاعل، وتكون على شكل صور ورسومات ثابتة يسهل فهمها ويدور حول موضوع معين، وتطبع أو توزع أو تنشر على صفحات المواقع الإلكترونية "صفحات الإنترنت"، أو رسم تصويري يشرح شيئاً معيناً بشكل ثابت دون الحاجة إلى أي تفاعل مع القارئ.
- ب - **إنفو جراف متحرك:** وهو عبارة عن عرض المعلومات المصورة بشكلٍ تتابعي دون تفاعل من المتلقي، ويشمل:

1. مواد بصرية: الصحف والمجلات والصور الدعائية بها، والنشرات التثقيفية والتوعية.

٢. مخططات بيانات، الرسوم البيانية: **The chart Flow** يتم التعبير بها عن حالة مؤسسة وتنظيمها الهيكلي، أو مجموعة من الإحصاءات بها، أو توقعات تنبؤية لحل مشكلة معينة.

٣. نشرات مفيدة (بروشورات: **Bait Useful**) (يتم عرض كيفية إجراء مهارة ما (مثل خطوات أداء الصلاة بطريقة صحيحة)، أو عرض فوائد لنوع من الأطعمة).

٤. وصف الأرقام الضخمة: **Porn Number** يتم من خلالها عرض تصوير جرافيكى لمجموعة من الإحصاءات ذات الأرقام الكبيرة وتبسيطها من خلال التصميم.

٥. الجدول الزمني: **Timeline The** وهو تصوير جرافيكى يقوم بوصف الجدول الزمني لإجراء مشروع، أو دخول الطالب الجامعة وقضائه أربع سنوات بها.

٦. تصوير البيانات: **Visualization Data** وهي يتم عرض بها مجموعة من البيانات والأدوات بطريقة تصويرية للمشاريع المعقدة والمهام الصعبة.

٧. رسومات المقارنة: Infographic Vs The وهو التركيز على وجهة الشبة أو الاختلاف بين عنصرين ما.

٨. الصور الحقيقية لوصف البيانات: Infographic Photo The وهي عملية لاستخدام الصور الحقيقية والتي يتم التقاطها بعناية للتعبير عن وصف لبيانات ما، وهو عبارة عن رسم تصويري متحرك يتفاعل معه القارئ، وهذا يعتمد على جزء من مفهوم الرسوم المتحركة، وقد نراه في بعض مواقع الويب التي باتت تميل إلى هذا العلم باستخدام تقنيات الويب المختلفة مثل HTML5 والـ CSS3 لتشرح شيئاً معيناً، وبعضها يظهر على هيئة فيديو يوضع عليه البيانات والتوضيحات بشكل جرافيك متحرك لإظهار بعض الحقائق والمفاهيم على الفيديو نفسه، ويستخدم رسومات الإنفو جراف لتمثيل المعلومات.

ج- إنفو جراف تفاعلي: وهو عبارة عن تصميم المعلومات المصورة بشكل يسمح للمتلقي التحكم والتفاعل معها، أي يقدم المعلومة وفقاً لاختيار القارئ ويختار ما يريد عرضه من مجموعة معقدة من المعلومات المفيدة. تم الرجوع إلى: (شلتوت، 2016، ص 221⁽⁴⁾). (حسونة 2014، ص3⁽⁵⁾). (مرسي: 2017، ص43⁽⁶⁾). (Ghobadi, Shala 2013).⁽⁷⁾.

ومن أهم مكونات الإنفو جراف الرئيسية ما يلي:

- العنصر البصري (**parts Visual**): ويتضمن هذا العنصر استخدام الألوان والرسوم (كالأسهم والأشكال التلقائية والرسوم البيانية) والصور.
- المحتوى النصي (**Contents**): ويشمل النصوص المكتوبة والتي يجب أن تكون مختصرة ومرتبطة بالعنصر البصري.

- المعرفة أو المفهوم (**Knowledge**): وهو ما يميز الإنفو جراف ويجعله أكثر من كونه نصاً وصوراً، وإنما طريقة تقديمه بطريقة معينة تمثل المفهوم، أو المعرفة المراد إيصالها كالتسلسل الزمني، أو التفرعات والأجزاء، وغيرها⁽⁸⁾.. (السليم، والجفير، ٢٠١٦، ص٩).
ومن ثم استخدمت الدراسة فن الجرافيك في المواقع الإلكترونية التي تناولت المبادرات الرئاسية الصحية باعتبارها شكلاً جديداً من أشكال التواصل المرئي، إضافة إلى قدرته الكبيرة على تبسيط المعلومات وتوصيلها بطريقة سهلة وسريعة، فضلاً عما يتميز به من جاذبية في عرض المعلومات، ومن أبرز المبادرات الرئاسية الصحية التي قدمها الإنفو

جراف "تحت شعار 100 مليون صحة، صحة المرأة المصرية، ومبادرة فحص وعلاج الأمراض المزمنة والكشف المبكر عن الاعتلال الكلوي، ومبادرة كشف وعلاج ضعف السمع للأطفال حديثي الولادة، والقضاء على قوائم الانتظار، والكشف المبكر عن السكري وارتفاع ضغط الدم والسمنة، وجاءت الدراسة الحالية لرصد استخدام الشباب الجامعي للإنفو جراف الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية في المواقع الإلكترونية. مشكلة الدراسة:

أشارت العديد من نتائج الدراسات السابقة إلى إقبال الشباب على متابعة الإنفو جرافيك، حيث يتناول موضوعات وقضايا وأحداث جارية في المجتمع تتناول الأزمات الصحية، والسياسية، والاقتصادية، والاجتماعية .أو غيرها، كما يمكن تحديد المشكلة البحثية أيضاً من خلال ما قام الباحثان به من إجراء دراسة استطلاعية على عينة من الشباب؛ ليتعرفا على مدى تعرض الشباب الجامعي للإنفو جراف في المواقع الإلكترونية التي قدّمت المبادرات الرئاسية الصحية، ومدى اهتمامهم بمتابعة المعلومات الصحية، وتم استطلاع آراء "40" مبحوثاً من الشباب، تم سحبهم بطريقة متساوية (20) من الذكور، (20) من الإناث، وجاءت النتائج كالتالي:

- يتابع 89% من عينة الدراسة الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية، وأنهم يهتمون بمتابعة المعلومات عن المبادرات الرئاسية الصحية، كما تم ملاحظة أن هناك ندرة في الدراسات والبحوث التي تناولت الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية والقضايا والأزمات الصحية، وخاصة القضايا والأزمات التي تناولتها المبادرات الرئاسية الصحية، ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في تناول متابعة الشباب للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية التي تناولت المبادرات الرئاسية الصحية.

أهمية الدراسة:

- أهمية دراسة المبادرات الرئاسية الصحية؛ لما لها أهمية من اهتمام الدولة المصرية الارتقاء بحياة المواطن المصري، وذلك ضمن خطة التنمية المستدامة لرؤية مصر 2030 .
- أهمية دراسة المواقع الإلكترونية كفن تكنولوجي حديث في المواقع والصحف العربية والمصرية
- ندرة الدراسات التي تناولت استخدام الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية حول المبادرات الرئاسية الصحية.

- أهمية دراسة جمهور المواقع الإلكترونية من الشباب الجامعي؛ حيث تزداد في هذه الفترة الرغبة في كسب المعلومات والأحداث الجارية، وخاصة القضايا والمعلومات الصحية.

- أهمية دراسة استخدام الشباب للإنفو جراف في المواقع الإلكترونية؛ وذلك لتبسيط المعلومات والإحصاءات وتقديمها للشباب بأسلوب سهل يمكن استيعابه.
أهداف الدراسة:

- رصد متابعة الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية المتعلقة بالمبادرات الرئاسية الصحية.

- الكشف عن المواقع الإلكترونية التي يتابعها الشباب في المبادرات الرئاسية الصحية.

- التعرف على اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية.

- التعرف على أسباب اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية.

- رصد أنواع الإنفو جراف التي يفضلها الشباب الجامعي في المواقع الإلكترونية.

- التعرف على المبادرات الرئاسية الصحية التي تقدمها المواقع الإلكترونية.

- التعرف على المعلومات التي يكتسبها الشباب الجامعي في المواقع الإلكترونية.

- الكشف عن التأثيرات الناتجة من متابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف في المواقع الإلكترونية.

- رصد مقترحات الشباب الجامعي حول تطور فن الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية.

الإطار النظري: نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية:

تستند هذه الدراسة إلى نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، حيث قدم كل من ريتشارد دافت

وروبرت لينجل نظرية ثراء الوسيلة عام 1984 لتصنيف وتقييم وسائل اتصالية معينة

تواجه المنظمات، مثل الرسائل غير الواضحة، أو الرسائل ذات التفسيرات المتناقضة،

وتركز النظرية على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال

والجمهور المستقبل للرسالة، وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين، هما:

الفرض الأول: أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدرًا كبيرًا من المعلومات، فضلًا عن تنوع

المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك

الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي: سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية⁽⁹⁾ <https://ar.wikipedia.org/wiki>

وتعد نظرية ثراء الوسيلة من أبرز النظريات التي تصف الاختلافات بين وسائل الإعلام المختلفة، والاختلاف الرئيس طبقاً للنظرية بين وسائل الإعلام هو تنوع القدرة على تمثيل المعلومات الغنية والنسب في تلك الاختلافات، أن وسائل الإعلام تتنوع في قدرتها في الحصول على رجع الصدى الفوري وعدد الأدوات المستخدمة في العملية الاتصالية، والشخصنة. ويعني رجع الصدى الفوري أن الشخص قادر على الاستجابة للرسالة، ومن الممكن مراجعة تفسير الرسالة، وعدد الأدوات تعني أن هناك طرقاً مختلفة في توصيل الرسالة عن طريق الصوت والفيديو والاتصال غير اللفظي، ودرجة الشخصنة تطبق على إمكانية تحكم المتلقي في الرسالة الاتصالية. سعد كاظم حسن⁽¹⁰⁾. 2016، ص 59.

لذا تُعد نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية أنسب النظريات لدراسة الإنفوجراف الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية في المواقع الإلكترونية.

الدراسات السابقة:

رغم حداثة فن الإنفوجراف كفن تكنولوجي حديث يستخدم في المواقع الإلكترونية والصحف، إلا أن العديد من الدراسات والبحوث قد اهتمت بتناوله؛ كدراسة (نسرین حسام الدين حسن وآخرين، 2022) حول المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصات الإعلامية في ضوء رؤية مصر 2030⁽¹¹⁾، حيث رصدت الدراسة المحتوى الإعلامي النصي والمصور للمبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة في مجالات الصحة، والتمكين الاقتصادي، والحماية الاجتماعية، والتحول الرقمي في ضوء رؤية مصر 2030، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: اهتمام المواقع الإخبارية بتسليط الضوء على المبادرات الرئاسية، وإبراز كافة المعلومات والخدمات والفاعليات التي تنظمها المبادرات، وتعريف الجمهور بها، كما هدفت دراسة (إيمان طارق) إلى التعرف على كيفية توظيف رسوم الإنفوجراف في معالجة القضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف المصرية، وطبقت الدراسة على عينة من مواقع صحف "الأهرام-

أخبار اليوم- اليوم السابع- الدستور"، وخلصت إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة مضمون الإنفو جراف والمواقع الإلكترونية، كما استخدمت المواقع الأربعة الإنفو جراف الثابت، ولم يستخدم أي موقع الإنفو جراف المتحرك والتفاعلي⁽¹²⁾، وهدفت دراسة (أبو بكر حبيب، 2012)⁽¹³⁾ إلى التعرف على كيفية معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لأزمة كورونا، وطبقت على عينة من مواقع صحف اليوم السابع- وموقع صحيفة الرياض السعودية- وموقع صحيفة البيات الكويتية، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: تتسم مواقع الصحف المصرية والعربية عينة الدراسة بمجموعة من الإيجابيات تتمثل في: السرعة والآنية في نقل الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا، الاستعانة بالخبراء والمتخصصين عند الحديث عن الفيروس، إعطاء مساحة كافية لتوعية الجمهور بالأضرار الصحية التي يسببها فيروس كورونا، كما هدفت دراسة (محمد غلاب طشيش غلاب، 2021)⁽¹⁴⁾ إلى التعرف على استخدامات الشباب الكويتي للإنفو جراف والإشباعات المتحققة منها، وطبقت على عينة من الشباب الكويتي قوامها 400 مفردة، وخلصت إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: الأمور التي يجب مراعاتها عند تصميم الإنفو جراف وجود رموز وأشكال توضح للقارئ الموضوع المراد إيصاله، ويراعى عند التصميم تبسيط المعلومة وتوزيعها بحسب أهميتها، وجاءت أسباب متابعة الشباب الكويتي للإنفو جراف بالصحف: أسلوب جديد وسهل في تلقي المعلومات بطريقة مبسطة، واستخدام أحدث الأساليب الإنفو جرافية الحديثة، ويبسط وصول المعلومة. كما بينت نتائج الدراسة أن أهم الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الكويتي للإنفو جراف في أنه ساعدني في تبسيط المعلومات المعقدة ويحفزني على قراءة الموضوعات واكتساب معلومات جديدة ومفيدة، وهدفت دراسة (نادية محمد عبد الحافظ، 2021)⁽¹⁵⁾ التعرف على اتجاهات النخبة نحو معالجة الإنفو جراف للقضايا المجتمعية في المواقع الإلكترونية العربية، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: ارتفاع نسبة متابعة النخبة المصرية للمواقع الإلكترونية العربية، وتفوق في المحتوى الكمي للإنفو جراف في موقع أخبار اليوم، وتصدرت الموضوعات الصحية قائمة الموضوعات، وعدم وضوح سياق الإنفو جرافيك؛ فكان مجرد قالب جاهز للتصميم دون أي توضيح لعناصر أو إحصاءات أو وسائل إقناع،

وكشفت دراسة (محمد عبد الحميد، 2020) ⁽¹⁶⁾ مدى توظيف الصحف العربية لفن الإنفو جراف في التغطية الصحفية لجائحة كورونا، وتم تحليل الإنفو جراف في مواقع إلكترونية لمؤسسات صحفية عربية، وهي موقع: بوابة أخبار اليوم المصرية، وجريدة الرياض السعودية، وجريدة البيان الإماراتية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: اهتمام صحف الدراسة بتوظيف الإنفوجرافيك لتغطية تداعيات فيروس كورونا، وتمثلت أهداف الإنفو جراف في التوعية الوقائية ثم الإخبار والإحاطة، ثم التأييد ودعم القرارات، ثم تقديم معلومات عن الفيروس. كما رصدت دراسة (ريم نجيب الزناتي، 2020) ⁽¹⁷⁾ توظيف الإنفو جراف المقدم من الحسابات الرسمية لوزارة الصحة في الدول العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تويتر في معالجة القضايا الصحية؛ بالتطبيق على فيروس كورونا المستجد، ونشر التوعية الصحية بين أفراد المجتمعات العربية، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: أن الصفحة السعودية تفوقت في حجم الاهتمام بالإنفو جراف الذي يعالج القضايا الصحية، يليها الصفحة الكويتية، ثم المصرية، وبالنظر لوظيفة الإنفو جراف المستخدم في معالجة موضوع التوعية، واتبعت مواقع الدراسة، في أساليب عرض المعلومات بالإنفو جراف الأسلوب الخبري والأسلوب التوعوي، والإرشادات الوقائية من فيروس كورونا، وسعت دراسة (عيدة كمال رشيد، 2020) ⁽¹⁸⁾ اختبار تأثير الإنفو جراف على اكتساب القراء للمعلومات من الأخبار على مستويين، هما: الفهم والتذكر، حيث سعت إلى تعرف ما إذا كان إدخال الإنفو جرافيك من شأنه أن يحسن الفهم والتذكر للمحتوى الإخباري المقدم بالصحف الإلكترونية، وطبقت الدراسة التجريبية على عينة عمدية متاحة ضمت 90 طالباً من طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة بكلية التربية النوعية جامعة المنيا، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: إدخال الإنفو جراف في عرض الأخبار أسهم في زيادة معدل فهم وتذكر المحتوى الإخباري مقارنة بوجود النص فقط، كما بينت النتائج تفوق تأثير الإنفو جراف المتحرك من حيث تذكر وفهم المحتوى الإخباري مقارنة بتأثير الإنفو جراف الثابت، وأيضاً تفوق تأثير الإنفو جراف البسيط الذي يركز على التوضيح والشرح من خلال النص من حيث فهم وتذكر معلومات الأخبار مقارنة بتأثير الإنفوجرافيك المعقد الذي يركز على التوضيح البصري من خلال الاهتمام بمظهر التصميم، وتوظيف الكثير

من العناصر الجرافيكية التي قد تكون غير ضرورية لتحقيق الفهم، كما بينت دراسة (أحمد محمد العميري، 2020) ⁽¹⁹⁾ دور الإنفو جراف بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، وطبقت على عينة عمدية من الشباب الجامعي يتعرضون للإنفو جراف بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك، قوامها "300" مفردة بكل من (جامعة سيناء- جامعة بورسعيد) وذلك لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج؛ منها: أن من أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك هو تبسيط المعلومات التي يقدمها واختصاره، كما بينت النتائج وجود علاقة دالة إحصائية بن درجة اهتمام الشباب بمتابعة الإنفو جراف بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا، كما رصدت دراسة (بيرق حسني جمعة الربيعي، 2019) ⁽²⁰⁾ أساليب توظيف الإنفو جراف في المواقع الإخبارية؛ نظرا للأدوار الاتصالية المتنوعة للإنفو جرافيك، وتم استخدام أداة تحليل المضمون لتحليل مادة الإنفو جراف من العينة المختارة من المواقع الإخبارية لكل من موقع (السومرية نيوز، وسكاي نيوز عربية، والجزيرة نت) بلغ 151 إنفو جراف، وخلصت الدراسة إلى تنوع مصادر معلومات الإنفو جرافيك؛ وبالتالي تنوع الموضوعات، ضعف توظيف المواقع للإنفو جراف المتحرك والتفاعلي، والاعتماد بشكل كبير على الإنفو جراف الثابت، كما هدفت دراسة (عبير سليم، 2018) ⁽²¹⁾ إلى التعرف على درجة اهتمام المواقع الفلسطينية الإلكترونية بفن الإنفو جراف وأهم مجالات استخدامه، إضافة إلى أهم العناصر المكونة لفن الإنفو جراف والقضايا التي يطرحها، وتوصلت الدراسة إلى اهتمام مواقع الدراسة باستخدام فن الإنفو جراف الثابت أكثر من المتحرك، وتنوع القضايا التي يطرحها، كما سعت دراسة (دينا طارق، 2018) ⁽²²⁾، إلى رسم الملامح العامة لتوظيف الإنفو جراف في المواقع الإخبارية المصرية والعالمية، واستخدمت الدراسة أسلوب الحصر الشامل لجمع موضوعات الإنفو جراف في أربعة مواقع إخبارية "الوطن، والمصري اليوم، والجارديان، ونيويورك تايمز"، وتوصلت الدراسة إلى أن اهتمام المواقع الإخبارية المصرية باستخدام الإنفو جراف واقتصر الأمر على مجموعة من الأرقام والمؤشرات التي يتم تقديمها في إنفو جرافيك. واهتمت دراسة (أمل منير) ⁽²³⁾ برصد وتحليل تأثير التطور التكنولوجي

على الإنفو جراف وأشكال الإنفو جراف التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: وجدت أن صحف الدراسة تتفق في أدوات التفاعلية المستخدمة في الإنفو جراف، كما تبين في الرسم الواحد أكثر من عنصر من عناصر التفاعلية؛ مما يسهل على القارئ عملية الاطلاع ويعطيه الحرية في معرفة الكثير من المعلومات بطريقة مبتكرة ومفيدة، وفي إطار الوقوف معايير تصميم الإنفو جرافيك، وسعت دراسة (Costa Julio 2017) ⁽²⁴⁾ حول مدى ملاءمة الإنفو جراف الرقمي في الصحف الإلكترونية، وخلصت الدراسة إلى أنه بالرغم من أهمية استخدام الإنفو جراف في الصحافة الإلكترونية إلا أنه ما زال هناك حاجة ملحة إلى وضع معايير لتصميم وتنفيذ أشكال من الإنفو جراف في الصحافة الإلكترونية تحقق درجة عالية من المواءمة مع الجمهور، وهدفت دراسة (هاني البطل 2019) ⁽²⁵⁾ إلى التعرف على مدى انقراطية الشباب الجامعي التبيوغرافية و الجرافيكية للإنفو جراف في المواقع الصحفية الإلكترونية المصرية، وطبقت على عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مبحوث من الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج؛ منها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات انقراطية الشباب الجامعي التبيوغرافية و الجرافيكية للإنفو جراف في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقاً لنوع الإنفو جراف ، كما جاءت أهم دوافع تعرض الشباب الجامعي للإنفو جراف "استخدامها طريقة جذابة في تقديم المعلومات"، كما هدفت دراسة (سري محمد خالد شطناوي، 2019) ⁽²⁶⁾ إلى التعرف على اهتمام المواقع الإلكترونية للصحف الأردنية اليومية بتوظيف الإنفو جرافيك، واستخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون لتحليل المواقع الإلكترونية لصحف الرأي والغد والسبيل، وباستخدام الحصر بواقع 79 نموذج إنفو جرافيك، وتوصلت الدراسة إلى اهتمام مواقع الدراسة بالعناصر المرئية كأحد مكونات الإنفو جرافيك، وقد ركزت على الألوان للشرائح، وعلى الرموز التصويرية، كما هدفت دراسة (Miller 2017) ⁽²⁷⁾ إلى التعرف على دور الإنفو جراف في الأخبار التليفزيونية على استرجاع المعلومات الصحية، وتم استخدام المنهج التجريبي، وقد تم أخذ عينة قوامها 113 من الشباب الجامعي بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج؛ أهمها: ارتفاع معدل استرجاع المعلومات والبيانات الصحية التي اعتمدت في عرضها على الإنفو جرافيك، كما تم التوصل إلى

ارتفاع تأثير الإنفو جراف التفاعلي على معدل تذكر المبحوثين للمعلومات الصحية، وكذلك ارتفاع معدل متابعة الإنفو جراف التفاعلي من قبل المبحوثين، وكشفت دراسة (سعيد محمد الغريب، 2017) (28) عن ملامح استخدام فن الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية المصرية 2017، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المحتوى لخمسة مواقع إلكترونية تمثل المواقع والصحف المصرية في: "بوابة الأخبار" و"بوابة الوفد" و"اليوم السابع" و"المصري اليوم" وموقع "التحرير الإخباري"، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: اتفاق المواقع الخمسة على الاعتماد على الإنفو جراف كفن مستقل بذاته، كما استخدمت مواقع الدراسة نوعي الإنفو جراف الثابت والتفاعل باستثناء موقع "بوابة الأهرام" التي اكتفت بالإنفو جراف الثابت فقط عبر موقعها، وسعت دراسة Maria T⁽²⁹⁾ لرصد وتحليل الأخبار التفاعلية لصحيفتي نيويورك تايمز وواشنطن بوست، ومعرفة توظيف الإنفو جراف التفاعلي في الصحيفتين، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: يستخدم الإنفو جراف في صحيفتي الدراسة بشكل مستقل، ويتم استخدام الخرائط والرسوم البيانية، كما كشفت دراسة (Carla وRafael 2014) (30) رصد وتحليل الإنفو جراف التفاعلي والمتحرك للإنفو جراف المتعلق بالقضايا الصحية ومعرفة التصميم الأمثل والذي يساعد على نقل الخبر بشكل سليم، وطبقت الدراسة على عينة من المواقع الإخبارية البرازيلية، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لتحليل المضمون الكمي للأشكال المختلفة للإنفو جراف، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود تباين في أنواع الإنفو جراف المستخدم للتعبير عن أخبار الصحة ما بين إنفو جراف تفاعلي ومتحرك يعتمد على البيانات، والصور، والرسوم، ونادراً ما يصاحبه الصوت.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق لبعض الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية، حيث تبين أنها:

- اهتمت بمتابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف باعتباره فناً حديثاً يقوم بتبسيط المعلومات وتقديمها بشكل سهل وجذاب، كما يتميز بالسرعة والآنية.
- تناولت معظم الدراسات استخدام الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية للصحف، والفرق بين استخدامه في الصحف الورقية والصحف الإلكترونية لمعالجة بعض القضايا

الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، وندرة الدراسات التي تناولت المواقع الإلكترونية والقضايا الصحية.

- اعتمدت معظم الدراسات على أداة تحليل المحتوى لرصد وتحليل أشكال وأنواع الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية للصحف، وأداة الاستبانة، والمقابلة المتعمقة، والملاحظة، ومجموعات النقاش.

- اعتمدت معظم الدراسات على المنهج المسح الإعلامي بشقيه الميداني والتحليلي، ومنهج دراسة الحالة.

- تناولت معظم الدراسات أنواع الإنفو جراف الثابت والمتحرك والتفاعلي، ودورها في تبسيط المعلومات المعقدة والبيانات وتوضيحها للقارئ.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة الدراسة الحالية في بلورة المشكلة البحثية، وصياغة الأهداف والتساؤلات والفروض، وتحديد المنهج الملائم، وتحديد مجتمع وعينة وأداة الدراسة، وفي الإطار النظري والمعرفي، كما أفادت نتائج الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الحالية من خلال مقارنة نتائج الدراسات السابقة والتي أسهمت في إثراء الدراسة الراهنة بالمعلومات.

مفاهيم الدراسة:

الشباب: ويقصد بها في هذه الدراسة الشباب الجامعي في المرحلة العمرية (18:21) عاماً، وفي هذه المرحلة يتحدد فيها اتجاهاتهم وقدراتهم المعرفية.

الإنفو جرافيك: فن تكنولوجي حديث يقوم بتحويل البيانات والمعلومات المعقدة إلى رسوم، وصور، وأشكال بيانية، وجداول؛ لتوصيلها إلى الجمهور بشكل مبسط ومختصر وسهل يستطيع فهمها بسهولة ويسر.

وفي هذه الدراسة يعرف **الإنفو جراف** بأنه فن يقوم بتحويل المعلومات والبيانات الصحية إلى رسوم، وصور، وأشكال بيانية، وأرقام، وجداول؛ لتوصيلها لجمهور الشباب بشكل مبسط وسهل لفهمها واستيعابها.

المواقع الإلكترونية: ويقصد بها في هذه الدراسة مواقع الصحف الإلكترونية، وموقع وزارة الصحة، وموقع رئاسة الجمهورية.

المبادرات الرئاسية الصحية: ويقصد بها في هذه الدراسة المبادرات الصحية التي أطلقها رئيس الجمهورية وتتمثل في مبادرات: 100 مليون صحة مثل صحة المرأة المصرية، وفحص وعلاج الأمراض المزمنة، والكشف المبكر عن الاعتلال الكلوي، ومبادرة كشف وعلاج ضعف السمع للأطفال حديثي الولادة، والقضاء على قوائم الانتظار، والكشف المبكر عن السكري وارتفاع ضغط الدم والسمنة.

تساؤلات الدراسة:

- ما مدى متابعة الشباب للمواقع الإلكترونية المتعلقة بالمبادرات الرئاسية الصحية؟
- ما المواقع الإلكترونية التي يتابعها الشباب في المبادرات الرئاسية الصحية؟
- ما معدل اهتمام الشباب بمتابعة الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية؟
- ما أسباب اهتمام الشباب بمتابعة الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية؟
- ما أنواع الإنفو جراف التي يفضلها الشباب في المواقع الإلكترونية؟
- ما المبادرات الرئاسية الصحية التي تقدمها المواقع الإلكترونية؟
- ما المعلومات التي يكتسبها الشباب من متابعة الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية؟
- ما التأثيرات الناتجة من متابعة الشباب للإنفو جراف في المواقع الإلكترونية؟
- ما مقترحات الشباب الجامعي حول تطور فن الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية؟

فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لاختبار صحة الفروض التالية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معايير نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، (توافر رجع الصدى، تعدد الرموز الاتصالية، استخدام لغة مألوفة، الخصوصية والتركيز الشخصي) واتجاه الشباب الجامعي نحو الإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية ومستوى معلوماتهم تجاه المبادرات الرئاسية الصحية.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية والنوع (الذكور والإناث).
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الشباب الجامعي للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية والتأثيرات الناتجة عليهم تجاه المبادرات الرئاسية الصحية.

متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقلة: تعرض الشباب الجامعي للإنفو جراف بالمواقع الالكترونية.

المتغيرات الوسيطة: وهي النوع (الذكور والإناث).

المتغيرات التابعة: التأثيرات الناتجة من استخدام الإنفو جراف في المبادرات الرئاسية الصحية.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لدراسة متابعة الشباب للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية وإمدادهم بالمعلومات الصحية حول المبادرات الرئاسية الصحية.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح لعينة من جمهور الشباب، من خلال مسح آراء عينة من الشباب حول مدى متابعتهم للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية؛ ودوره في إمدادهم بمعلومات الصحية تجاه المبادرات الرئاسية الصحية.

الإجراءات المنهجية للدراسة

- مجتمع الدراسة الميدانية:

مجتمع الدراسة هو مجموع المفردات المستهدفة وهو المجتمع المتاح لجمع البيانات، ويتمثل في الشباب الجامعي ممن تتراوح أعمارهم بين "18: 21 سنة" من الذكور والإناث ممن يستخدمون المواقع الإلكترونية، وذلك خلال الفترة من 15 مارس 2022: 14 مايو 2022.

ويرجع اسباب اختيار هذه المرحلة العمرية لعدة أسباب، تتمثل في:

- تمثل هذه المرحلة مرحلة مهمة لدى الفرد؛ حيث يستطيع أن يكون آراءه ووعيه تجاه القضايا المجتمعية "الحملات الصحية".
- تعتبر فئة الشباب الجامعي من أنسب الفئات للتطبيق؛ نظراً لتوافر التجانس العمري والفكري والمعرفي.
- سهولة الوصول لهذه الفئة من الشباب الجامعي؛ نظراً لطبيعة عمل الباحثين في الجامعة.

- عينة الدراسة:

عينة الدراسة هي عينة عمدية من الشباب الجامعي "ذكوراً- إناثاً المستخدمين للإنفو جراف في المواقع الإلكترونية قوامها 400 مفردة، تم سحبهم بطريقة متساوية (200 مبحوثاً من جامعة الزقازيق- 200 مفردة من جامعة عين شمس) في المرحلة العمرية من "18:21" سنة.

اختيار العينة:

قد راعى الباحث في اختيار العينة تمثيلها لثلاثة متغيرات أساسية، هي:

1 - أن تكون ممثلة للذكور والإناث: تمثيل العينة لفئات النوع "الشباب الجامعي" داخل الجامعة.

2- أن تكون العينة ممن يتابعون فن الإنفو جراف الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية في المواقع الإلكترونية.

3- أن تكون ممثلة تمثيلاً صحيحاً لخصائص المجتمع الأصلي.
توصيف عينة الدراسة:

جدول (1)

توصيف عينة الدراسة حسب التوزيع العددي والنسب المئوية للنوع

المجموع	النوع		الجامعة	م
	الإناث	الذكور		
200	100	100	عين شمس	1
200	100	100	الزقازيق	2
400	200	200	2	الإجمالي

- أداة جمع البيانات:

أولاً: صحيفة الاستبانة:

قام الباحثان بإعداد استبانة الاستبانة بالمقابلة كأداة لجمع البيانات الخاصة بالشباب الجامعي بجامعتي (الزقازيق وعين شمس)؛ وذلك للحصول على إجابات لتساؤلات الدراسة واختبار فروضها، وروعي في إعدادها أهداف الدراسة وخصائص جمهور الشباب عينة الدراسة، واستخدامهم للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية، وأسباب المتابعة، ودوافع المتابعة، ومستوى معلوماتهم تجاه الحملات الرئاسية الصحية، والتأثيرات الناتجة عن استخدام الإنفو جراف.

اختبار الصدق:

تم الاعتماد على اختبار الصدق الظاهري استمارة الاستبانة وصلاحيتها للتطبيق ومدى تمثيلها لمحاور الدراسة، وقد تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال دراسات الإعلام^(*)، حيث أبدوا آرائهم وملاحظاتهم، وتم إجراء التعديلات اللازمة على صحيفة الاستبانة المطلوبة في ضوء آراء المحكمين؛ لتصبح الاستمارة في شكلها النهائي وقابلة للتطبيق.

اختبار الثبات:

للتأكد من ثبات الاستمارة تم تطبيق صحيفة الاستبانة على جزء محدود من العينة الأصلية الشباب الجامعي قوامها "40" مفردة بواقع 10% من العينة الأصلية للدراسة، لمعرفة فهم أسئلة الصحيفة ومعدل استجاباتهم لها، كما تم إجراء اختبار الثبات بأسلوب إعادة الاختبار، وتم التطبيق وذلك بفاصل زمني أسبوع ما بين التطبيقين على نفس أفراد العينة؛ للتأكد من ثبات إجاباتهم، وتم حساب معامل الثبات بين التطبيقين بنسبة 90 وهي نسبة ثبات عالية تدل على ثبات القياس ودقته، ومدى وضوح الأسئلة وقابليتها للتطبيق.

حدود الدراسة:**١- الحدود المكانية:**

اقتصرت الدراسة على عينة من الشباب الجامعي بكل من جامعة عين شمس، وجامعة الزقازيق.

٢- الحدود الزمنية: تم جمع المعلومات من خلال تطبيق استمارة الاستبانة على عينة الدراسة، في الفترة من 2022/ 3 / 15 إلى 2022 4 / 14.

٣- الحدود البشرية: قامت الدراسة الحالية بدراسة عينة من الشباب الجامعي قوامها 400 مفردة في المرحلة العمرية من 18: 21 سنة.

٤- الحدود الموضوعية:

اقتصرت الدراسة على رصد استخدام الإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية لتزويد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه المبادرات الرئاسية الصحية.

أساليب المعالجة الإحصائية: استخدمت الدراسة المعاملات الإحصائية التالية:

- استخراج الجداول التكرارية البسيطة (العد والنسب المئوية) لاستجابات الباحثين.

- اختبار "T-Test" للتعرف على دلالة الفروق بين متوسط مجموعتين مختلفتين، مثل المقارنة بين الذكور والإناث، من حيث متابعة الإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية.
 - اختبار Z لحساب وجود فروق بين نسبتين مؤبقتين.
 - اختبار كا² لقياس العلاقات الارتباطية.
 - معامل اختبار بيرسون لقياس اتجاه وشدة العلاقة بين متغيرين.
 - معامل التوافق لقياس شدة العلاقة بين المتغيرات.
 - معامل ارتباط سبيرمان لحساب الفروق بين المتغيرات.
- نتائج الدراسة الميدانية:
1- متابعة المواقع الإلكترونية:

أوضحت النتائج ارتفاع متابعة الشباب عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية بصفة دائمة 51%، بينما جاء من يتابعونها أحياناً 38%، ثم المتابعة نادراً 11%، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

جدول (2)

متابعة عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية

الدالة	قيمة Z	المجموع		إناث		ذكور		العينة المتابعة
		%	ك	ك	ك	%	ك	
.05	1.22	51	204	55	110	47	94	دائماً
غير دالة	.078	38	152	37	74	39	78	أحياناً
.01	1.17	11	44	8	16	14	28	نادراً
		100	400	400	400	100	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي الذكور والإناث في المتابعة الدائمة للمواقع الإلكترونية المتعلقة بالمبادرات الرئاسية الصحية، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة "1.22" أكبر من الجدولية "1.96" بوجود علاقة بين المتغيرين وبمستوى ثقة 95%، والمتابعة نادراً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 1.17 أكبر من الجدولية 1.96 بمستوى ثقة 99%. كذلك تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق بين الشباب الجامعي الذكور والإناث في متابعتهم للمواقع الإلكترونية أحياناً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 0.078. أقل من القيمة الجدولية 1.96% الذي يدل على عدم وجود فروق بين النسبتين، ومن الجدول السابق يرى

الباحثان ارتفاع متابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية التي تقدم المبادرات الرئاسية الصحية، حيث يعتبر الإنفو جراف أحد وسائل الجذب في تقديم المعلومات الصحية، كما أنه يقوم بتلخيص واختصار المعلومات وتقديمها بشكل مبسط من خلال الصور والرسوم، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسات (نسرين حسام وآخرين)، ودراسة (نادية عبد الحافظ)، ودراسة (Costa Julio)، في اهتمام المواقع الإخبارية بالمبادرات الرئاسية.

2- معدل متابعة المواقع الإلكترونية أسبوعياً:

أوضحت النتائج ارتفاع متابعة الشباب عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية ثلاث أيام في الأسبوع بنسبة 41%، بينما جاء من يتابعونها يومين في الأسبوع بنسبة 29%، ثم المتابعة يومياً بنسبة 19%، وأخيراً المتابعة يوم واحد في الأسبوع بنسبة 11%، وهذا ما بيّنه الجدول التالي:

جدول (3)

متابعة عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية أسبوعياً

قيمة Z الدلالة	المجموع		إناث		ذكور		العينة	
	%	ك	%	ك	%	ك		
غير دالة	0.076	11	44	12.5	25	9.5	19	متابعة الإنفو جرافيك يوم واحد في الأسبوع
غير دالة	0.063	29	116	30.5	61	27.5	55	يومان في الأسبوع
غير دالة	1.35	41	164	36	72	46	92	ثلاثة أيام في الأسبوع
غير دالة	1.13	19	76	21	42	17	34	يومياً
		100	400	100	200	100	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي الذكور والإناث في متابعة المواقع الإلكترونية المتعلقة بالمبادرات الرئاسية الصحية؛ حيث جاءت: ثلاثة أيام أسبوعياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة بنسبة 1.35، يليها المتابعة يومان أسبوعياً بنسبة 0.63. ثم المتابعة يومياً بنسبة 1.13، وأخيراً المتابعة يوم واحد أسبوعياً "0.76"، أقل من القيمة الجدولية 1.96.

3- الوقت الذي يقضيه الشباب في متابعة المواقع الإلكترونية:

أوضحت النتائج أن الوقت الذي يقضيه الشباب عينة الدراسة في متابعة المواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية جاء: أقل من ساعة بنسبة 32.2%، بينما جاء من يتابعونها ساعة إلى ساعتين بنسبة 27.2%، ثم المتابعة من ساعتين إلى

ثلاث ساعات بنسبة 25.8%، وأخيراً المتابعة ثلاث ساعات فأكثر بنسبة 14.8%، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

جدول (4)

الوقت الذي يتابع الشباب عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية

الدلالة	قيمة Z	المجموع		إناث		ذكور		العينة وقت متابعة الإنفو جرافيك أقل من ساعة
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دال	.96	32.2	129	29	58	35.5	71	من ساعة إلى أقل من ساعتين
غير دال	.98	27.2	109	23	46	31.5	63	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
غير دال	.88	25.8	103	30.5	61	21	42	ثلاث ساعات فأكثر
غير دال	.47	14.8	59	17.5	35	12	24	الإجمالي
		100	400	100	200	100	200	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (الذكور والإناث) في وقت متابعة المواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية؛ حيث جاءت: أقل من ساعة حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 96.، يليها من ساعة إلى أقل من ساعتين حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 98. ثم من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات قيمة Z المحسوبة 88. وأخيراً ثلاث ساعات فأكثر قيمة Z المحسوبة 47.، أقل من القيمة الجدولية 1.96.

4- معدل الاهتمام بالإنفو جراف في المواقع الإلكترونية:

أوضحت النتائج أن معدل اهتمام الشباب عينة الدراسة بالإنفو جراف في المواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية جاء: أهتم بدرجة متوسطة 51.2%، يليها أهتم بدرجة كبيرة بنسبة 41%، وأخيراً نادراً ما أهتم بالمتابعة بنسبة 7.8%، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

جدول (5)

معدل اهتمام الشباب عينة الدراسة بالإنفو جراف في المواقع الإلكترونية

المجموع		إناث		ذكور		العينة معدل الاهتمام
%	ك	%	ك	%	ك	
41	164	45.5	91	36.5	73	أهتم بدرجة كبيرة
51.2	218	47.5	95	55	110	أهتم بدرجة متوسطة
7.8	18	7	14	8.5	17	نادراً ما أهتم بالمتابعة
100	400	100	200	100	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (الذكور والإناث) في معدل الاهتمام بالمواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية؛ حيث جاءت: أهتم بدرجة متوسطة حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 45.، يليها أهتم بدرجة كبيرة حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 1.21. وأخيراً نادراً ما أهتم بالمتابعة حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 47.، أقل من القيمة الجدولية 1.96.

5- متابعة المواقع الإلكترونية مع آخرين:

أوضحت النتائج متابعة الشباب عينة الدراسة مع آخرين بالإنفو جراف في المواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية؛ حيث جاءت مع أفراد الأسرة 43.8%، يليها مع الأصدقاء بنسبة 30%، ثم المتابعة بمفردتي بنسبة 18.5، وأخيراً في الأماكن العامة والنادي بنسبة 7.7%، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

جدول (6)

معدل متابعة الشباب عينة الدراسة مع آخرين بالإنفو جراف في المواقع الإلكترونية

الدلالة	قيمة Z	المجموع		إناث		ذكور		العينة المتابعة مع آخرين
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دال	.23	43.8	175	47	94	40.5	81	مع أفراد الأسرة
غير دال	.78	30	120	26.5	53	33.5	67	مع الأصدقاء
غير دال	.37	7.7	31	6	12	9.5	19	في الأماكن العامة والنادي
غير دال	.35	18.5	74	20.5	41	16.5	33	بمفردتي
		100	400	200	200	100	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (الذكور والإناث) في متابعتهم مع آخرين بالإنفو جراف في المواقع الإلكترونية والخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية؛ حيث جاءت مع أفراد الأسرة حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 23.، يليها مع الأصدقاء حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 78.، ثم المتابعة بمفردتي حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 37.، وأخيراً نادراً ما أهتم بالمتابعة حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 35.، أقل من القيمة الجدولية 1.96.

6- أهم المواقع الإلكترونية التي تقدم الإنفو جراف المتعلق بالمبادرات الصحية:

أوضحت النتائج المواقع الإلكترونية المفضلة لدى الشباب والتي تقدم الإنفو جراف الخاص بالمبادرات الرئاسية، فجاءت المواقع كما يلي: الوطن بنسبة 71.5%، يليه اليوم السابع بنسبة 59%، ثم المصري اليوم بنسبة 54.8%، ثم بوابة الأهرام بنسبة

46.8%، ثم بوابة أخبار اليوم بنسبة 42.8%، ثم وزارة الصحة والسكان بنسبة 35.8%، ثم بوابة الجمهورية أونلاين بنسبة 27.2%، ثم بوابة رئاسة الجمهورية بنسبة 21%، ثم بوابة الوفد بنسبة 14.2%، وأخيراً البوابة نيوز بنسبة 12.8%، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

جدول (7)

الدلالة	قيمة Z	المواقع الإلكترونية التي تقدم الإنفو جراف الخاص بالمبادرات الصحية ويفضلها الشباب						
		المجموع		إناث		ذكور		
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دال	.68	42.8	171	43.5	87	42	84	بوابة أخبار اليوم
غير دال	1.47	46.8	187	48	96	45.5	91	بوابة الأهرام
غير دال	1.29	35.8	143	37	74	34.5	69	وزارة الصحة والسكان
غير دال	.27	27.2	109	28	56	26.5	53	الجمهورية أونلاين
غير دال	1.27	59	236	63.5	127	59.5	119	اليوم السابع
غير دال	1.64	71.5	286	74.5	149	68.5	137	الوطن
غير دال	.89	54.8	219	56.5	113	53	106	المصري اليوم
غير دال	.81	21	84	22.5	45	19.5	39	بوابة رئاسة الجمهورية
غير دال	.41	14.2	57	14.5	29	14	28	بوابة الوفد
غير دال	.35	12.8	51	13.5	27	12	24	البوابة نيوز
		400		200		200		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (الذكور والإناث) في المواقع الإلكترونية التي تقدم الإنفو جراف الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية؛ جاء موقع الوطن في المرتبة الأولى حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 1.64، يليه اليوم السابع حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 1.27، ثم المصري اليوم حيث بلغت قيمة Z المحسوبة .89، ثم بوابة الأهرام حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 1.47، ثم بوابة أخبار اليوم حيث بلغت قيمة Z المحسوبة .68، ثم وزارة الصحة والسكان حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 1.29، ثم بوابة الجمهورية أونلاين حيث بلغت قيمة Z المحسوبة .76، ثم بوابة رئاسة الجمهورية حيث بلغت قيمة Z المحسوبة .81، ثم بوابة الوفد حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 41، وأخيراً البوابة نيوز حيث بلغت قيمة Z المحسوبة .35. أقل من القيمة الجدولية 1.96.

7- أسباب متابعة الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية:

بينت النتائج أسباب متابعته الشباب أفراد العينة للإنفو جراف في المواقع الإلكترونية؛ حيث جاءت: يقدم معلومات صحيحة وموثقة عن المبادرات الصحية الرئاسية، يليه يبسط المعلومات عن المبادرات الرئاسية الصحية ويوضحها، ثم يقدم الموضوع في إحصاءات ورسوم بيانية وأرقام، ثم لديه مصداقية في نقل المعلومات الصحية، ثم تحرص المواقع على تقديم المبادرات الرئاسية الصحية بشكل جذاب وشائق، ويقدم الإنفو جراف عرضاً مختصراً حول المبادرات الرئاسية الصحية ، سرعة الحصول على المعلومات من الإنفو جرافيك، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

جدول (8)

أسباب متابعة الشباب عينة الدراسة للإنفو جراف في المواقع الإلكترونية

المتوسط المرجح	غير موافق		محايد		موافق		الاستجابة أسباب متابعة الإنفو جراف في المواقع
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.67	13.7	55	34.8	139	51.5	206	يقدم معلومات صحيحة وموثقة عن المبادرات الصحية الرئاسية
2.13	11	44	39.8	159	49.2	197	يبسط المعلومات عن المبادرات الرئاسية الصحية ويوضحها
2.39	17.8	71	51.8	207	44	176	يقدم الموضوع في إحصاءات ورسوم بيانية وأرقام
2.61	8.3	33	52.5	210	39.3	157	لديه مصداقية في نقل المعلومات الصحية
2.19	15.2	61	49	196	35.8	143	يقدم المبادرات الرئاسية الصحية بشكل جذاب وشائق
2.65	10.8	43	59.5	238	32.2	129	يقدم الإنفو جراف عرضاً مختصراً حول المبادرات الرئاسية الصحية
2.74	8.8	35	57	228	34.2	137	سرعة الحصول على المعلومات

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات الشباب عينة الدراسة نحو أسباب متابعة الإنفو جراف المقدم في المواقع الإلكترونية نحو المبادرات الرئاسية الصحية؛ حيث جاءت: سرعة الحصول على المعلومات من الإنفو جراف بمتوسط 2.74 في الترتيب الأول، يليه يقدم معلومات صحيحة وموثقة عن المبادرات الصحية الرئاسية بمتوسط 2.67، ثم يقدم الإنفو جراف عرضاً مختصراً حول المبادرات الرئاسية الصحية بمتوسط

2.65، ثم لديه مصداقية في نقل المعلومات الصحية بمتوسط 2.61، ثم يقدم الموضوع في إحصاءات ورسوم بيانية وأرقام بمتوسط 2.39، ثم تحرص المواقع على تقديم المبادرات الرئاسية الصحية بشكل جذاب وشائق بمتوسط 2.19، وأخيراً يبسط المعلومات عن المبادرات الرئاسية الصحية ويوضحها بمتوسط 2.13، وبذلك يتضح من النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب عينة الدراسة في جهة نظرهم فيما يخص أهمية الإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية وتتفق مع نتائج دراسة هاني البطل، ودراسة محمد غلاب طشيش، ودراسة محمد العميري ودراسة أبو بكر حبيب، في الإنفو جراف يبسط المعلومات التي يقدمها ويختصرها.

8- أنواع الإنفو جراف المفضل عند متابعة المواقع الإلكترونية:

بينت النتائج أنواع الإنفو جراف التي يفضلها الشباب في المواقع الإلكترونية؛ حيث جاء الإنفو جراف الثابت بنسبة 52.3%، يليه الإنفو جراف المتحرك بنسبة 34%، وأخيراً جاء الإنفوجرافيك التفاعلي في الترتيب الأخير بنسبة 13.7%، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

جدول (9)

أنواع الإنفو جراف التي المفضلة عند متابعة المواقع الإلكترونية

مستوى الدلالة	قيمة Z	المجموع		إناث		ذكور		العينة أنواع الإنفو جرافيك
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	1.04	52.3	209	56.5	113	48	96	الثابت
غير دالة	.64	34	136	32	64	36	72	المتحرك
غير دالة	.43	13.7	55	11.5	23	16	32	التفاعلي
		100	400	100	200	100	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (الذكور والإناث) في أنواع الإنفو جراف المفضل عند متابعتهم المواقع الإلكترونية؛ حيث جاء الإنفو جراف الثابت حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 1.04، يليه الإنفو جراف المتحرك حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 0.64، وأخيراً الإنفو جراف التفاعلي حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 0.43.. أقل من القيمة الجدولية 1.96، وتتفق مع دراسة (عبير سليم)، و(دراسة دينا طارق)، ودراسة (سعيد الغريب)، ودراسة (ببرق الربيعي)، ودراسة (عيدة رشيد) في اعتماد المواقع على الإنفو جراف الثابت أكثر من المتحرك.

9- العناصر المكونة للإنفو جراف في المواقع الإلكترونية:

بينت النتائج العناصر المكونة للإنفو جراف في المواقع الإلكترونية جاءت الصور بنسبة 57.5، يليها رسم بياني بنسبة 55%، ثم النصوص بنسبة 43.8%، ثم الألوان بنسبة 39.5%، ثم الرموز والأشكال بنسبة 15.3%، وأخيراً الجداول بنسبة 12%، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

جدول (10)

العناصر المكونة للإنفو جراف في المواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية

الدلالة	قيمة Z	المجموع		إناث		ذكور		العينة العناصر
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	.69	57.5	230	58	116	57	114	الصور
غير دالة	.71	55	220	57.5	113	53.5	107	الرسم البياني
غير دالة	.68	43.8	139	38.5	77	31	62	النصوص
غير دالة	.49	39.5	158	40.5	83	37.5	75	الألوان
غير دالة	.33	12	48	13	26	11	22	الجداول
غير دالة	.36	15.3	61	17	34	13.5	27	الرموز والأشكال
		400		200		200		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (الذكور والإناث) في العناصر المكونة للإنفو جراف المفضل عند متابعتهم للمواقع الإلكترونية؛ حيث جاءت: الصور (قيمة Z المحسوبة 0.69)، يليه الرسم البياني (قيمة Z المحسوبة 0.71)، ثم النصوص (قيمة Z المحسوبة 0.68)، والألوان (قيمة Z المحسوبة 0.49)، والرموز والأشكال (قيمة Z المحسوبة 0.36)، وأخيراً الجداول (قيمة Z المحسوبة 0.33). أقل من القيمة الجدولية 1.96، وتتفق مع نتائج دراسة Maria، ودراسة Rafaelcar في استخدام الإنفو جراف الخرائط والرسوم البيانية. واختلفت مع دراسة (سري خالد) في تركيز الإنفو جراف على العناصر المرئية.

10- أنواع الصور المستخدمة في الإنفو جراف بالواقع الإلكترونية:

بيّنت النتائج أنواع الصور المستخدمة في الإنفو جراف بالواقع الإلكترونية؛ حيث جاءت الصور الموضوعية بنسبة 60.5، يليها الصور المفردة بنسبة 30.5%، وأخيراً الصور الجمالية بنسبة 9%، وهذا ما يبيّنه الجدول التالي:

جدول (11)

أنواع الصور المستخدمة في الإنفو جراف بالواقع الإلكترونية

الدالة	قيمة Z	المجموع		إناث		ذكور		العينة الصور
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	.57	60.5	242	63.5	127	57.5	115	صور موضوعية
غير دالة	.83	30.5	122	27	54	34	68	صور مفردة
غير دالة	.13	9	36	9.5	19	8.5	17	صور جمالية
		100	400	100	200	100	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (الذكور والإناث) في أنواع الصور المستخدمة في الإنفو جراف عند متابعتهم للمواقع الإلكترونية؛ حيث جاءت: الصور الموضوعية (قيمة Z المحسوبة 0.57)، يليها الصور المفردة (قيمة Z المحسوبة 0.83)، وأخيراً الصور الجمالية (قيمة Z المحسوبة 1.13). أقل من القيمة الجدولية 1.96.

11- المبادرات الرئاسية الصحية التي تقدمها المواقع الإلكترونية:

بيّنت النتائج المبادرات الرئاسية الصحية التي تقدمها المواقع الإلكترونية، حيث جاءت استجابات الشباب أفراد العينة لها كالتالي: مبادرة 100 مليون صحة، يليه مبادرة "صحة المرأة" الكشف المبكر عن سرطان الثدي، ثم مبادرة الكشف المبكر عن فيروس سي، مبادرة فحص الأمراض المتقلة من الأم للجنين، ثم مبادرة القضاء على قوائم انتظار العمليات الجراحية الحرجة، مبادرة علاج ضعف وفقدان السمع، مبادرة الكشف المبكر للديدان المعوية، مبادرة الكشف عن الأنيميا والتقرم والسمنة، وأخيراً مبادرة نور حياة، وهذا ما يبيّنه الجدول التالي:

جدول (12)

المبادرات الرئاسية الصحية التي تقدمها المواقع الإلكترونية

المتوسط المرجح	غير موافق		محايد		موافق		الاستجابة المبادرات الرئاسية الصحية
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.95	4.2	17	44	176	51.8	207	100 مليون صحة
2.88	15.3	61	40.5	162	44.2	177	"صحة المرأة" الكشف المبكر عن سرطان الثدي
2.58	8	32	42.8	171	49.2	197	الكشف المبكر عن فيروس سي
2.47	13.5	54	46.7	187	39.8	159	فحص الأمراض المنتقلة من الأم للجنين
2.17	12.8	51	45.2	181	42	168	القضاء على قوائم انتظار العمليات الجراحية الحرجة
1.85	21.5	86	35.7	143	42.8	171	علاج ضعف وفقدان السمع
1.66	14.5	58	40.3	161	45.2	181	الكشف المبكر للديدان المعوية
1.49	15.8	63	45.7	183	38.5	154	الكشف عن الأنيميا والتقرن والسمنة
1.12	9.8	39	46	184	44.2	177	نور حياة

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات الشباب عينة الدراسة نحو المبادرات الرئاسية الصحية؛ حيث جاءت: مبادرة 100 مليون صحة بمتوسط 2.95 في الترتيب الأول، يليه مبادرة "صحة المرأة" الكشف المبكر عن سرطان الثدي بمتوسط 2.88، ثم مبادرة الكشف المبكر عن فيروس سي بمتوسط 2.58، مبادرة فحص الأمراض المنتقلة من الأم للجنين بمتوسط 2.47، ثم مبادرة القضاء على قوائم انتظار العمليات الجراحية الحرجة بمتوسط 2.17، مبادرة علاج ضعف وفقدان السمع بمتوسط 1.85، مبادرة الكشف المبكر للديدان المعوية بمتوسط 1.66، مبادرة الكشف عن الأنيميا والتقرن والسمنة بمتوسط 1.49، وأخيراً مبادرة نور حياة بمتوسط 1.12، حيث أطلقت مصر عدة مبادرات صحية بداية من عام 2018، ووفرت الكشف المبكر للأمراض وطرق علاجها، وتقديم الخدمات الطبية والعلاج المجاني؛ للحفاظ على الصحة العامة للمواطن المصري، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (ريم نجيب) في اهتمام المواقع بالقضايا الصحية.

12- المعلومات المكتسبة من المبادرات الرئاسية الصحية:

بيّنت النتائج المعلومات المكتسبة من المبادرات الرئاسية الصحية التي تقدمها المواقع الإلكترونية، حيث جاءت استجابات الشباب أفراد العينة للمعلومات المكتسبة كالتالي: أرقام المصابين والوفيات، يليه التوعية الصحية بخطورة الأمراض، ثم الأعراض وطرق الوقاية من الأمراض، ثم أماكن الوحدات الصحية والمستشفيات التي يتم فيها العلاج، ثم الإجراءات التي اتخذتها الحكومة للحد من انتشار الأمراض والأوبئة، وأخيراً الحملات الصحية، وهذا ما يبيّنه الجدول التالي:

جدول (13)

المعلومات المكتسبة من المبادرات الرئاسية الصحية في الإنفو جراف بالواقع الإلكترونية

المتوسط المرجح	غير موافق		محايد		موافق		الاستجابة
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.78	5.3	21	45.2	181	49.5	198	المعلومات المكتسبة
2.66	7.8	31	44.2	177	48	192	أرقام المصابين والوفيات
2.73	6.8	27	55.5	222	37.7	151	الأعراض وطرق الوقاية من الأمراض
2.43	16.8	67	43.2	173	40	160	التوعية الصحية بخطورة الأمراض
1.85	12.8	51	49.2	197	38	152	أماكن الوحدات الصحية والمستشفيات التي يتم فيها العلاج
1.65	7.7	31	49.5	198	42.5	171	الإجراءات التي اتخذتها الحكومة للحد من انتشار الأمراض والأوبئة
							الحملات الصحية

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات الشباب عينة الدراسة نحو المعلومات المكتسبة من المبادرات الرئاسية الصحية: حيث جاءت كالتالي: أرقام المصابين والوفيات بمتوسط 2.78، يليه التوعية الصحية بخطورة الأمراض بمتوسط 2.66، ثم الأعراض وطرق الوقاية من الأمراض بمتوسط 2.73، ثم أماكن الوحدات الصحية والمستشفيات التي يتم فيها العلاج بمتوسط 2.43، ثم الإجراءات التي اتخذتها الحكومة للحد من انتشار الأمراض والأوبئة بمتوسط 1.85، وأخيراً الحملات الصحية بمتوسط 1.65.

13- التأثيرات الناتجة من استخدام الإنفو جرافيك:

بيّنت النتائج التأثيرات الناتجة من تعرض الشباب للإنفو جراف التي تقدمها المواقع الإلكترونية، حيث جاءت التأثيرات من استخدام الإنفو جراف كالتالي: ساعدني الإنفو جراف في فهم المبادرات الرئاسية الصحية في الترتيب الأول، يليه زادت معرفتي بخطورة الأمراض المنتشرة، ثم زادت لدي معلومات جديدة ومفيدة عن المبادرات الرئاسية

الصحية، ثم شجعتني على توعية أصدقائي وأقاربي بالمشاركة في الحملات الصحية، ثم البيانات التي يقدمها الإنفو جراف أكثر مصداقية من الأشكال النصية التقليدية، ثم زادت من مشاركتي في حملات التوعية بخطورة الأمراض، ثم ساعدني الإنفو جراف على التفاعل مع المبادرات الرئاسية الصحية، وأخيراً زادت معرفتي باهتمام الحكومة المصرية لمواجهة الأمراض، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

جدول (14)

التأثيرات الناتجة من تعرض الشباب للإنفو جراف في المواقع الإلكترونية

المتوسط المرجح	غير موافق		محايد		موافق		الاستجابات التأثيرات
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.58	4.3	17	42.5	170	53.2	213	ساعدني الإنفو جراف في فهم المبادرات الرئاسية الصحية
1.89	5.3	21	45.2	181	49.5	198	ساعدني الإنفو جراف على التفاعل مع المبادرات الرئاسية الصحية
2.21	7.8	31	44.2	177	48	192	البيانات التي يقدمها الإنفو جراف أكثر مصداقية من الأشكال النصية التقليدية
2.47	6.8	27	55.5	222	37.7	151	زادت لدي معلومات جديدة ومفيدة عن المبادرات الرئاسية الصحية
1.80	10.8	43	46.2	185	43	172	زادت معرفتي باهتمام الحكومة المصرية لمواجهة الأمراض
2.49	16.8	67	43.2	173	40	160	زادت معرفتي بخطورة الأمراض المنتشرة
2.29	12.8	51	49.2	197	38	152	شجعتني على توعية أصدقائي وأقاربي بالمشاركة في الحملات الصحية
1.99	11.8	47	46.7	187	41.5	166	زادت من مشاركتي في حملات التوعية بخطورة الأمراض.

تشير بيانات الجدول السابق إلى التأثيرات الناتجة من تعرض الشباب للإنفو جراف التي تقدمها المواقع الإلكترونية، حيث جاءت التأثيرات من استخدام الإنفو جراف كالتالي: ساعدني الإنفو جراف في فهم المبادرات الرئاسية الصحية بمتوسط 2.85 في الترتيب الأول، يليه زادت معرفتي بخطورة الأمراض المنتشرة بمتوسط 1.89، ثم زادت لدي معلومات جديدة ومفيدة عن المبادرات الرئاسية الصحية بمتوسط 2.21، ثم شجعتني على توعية أصدقائي وأقاربي بالمشاركة في الحملات الصحية بمتوسط 2.47، ثم البيانات التي يقدمها الإنفو جراف أكثر مصداقية من الأشكال النصية التقليدية

بمتوسط 1.80، ثم زادت من مشاركتي في حملات التوعية بخطورة الأمراض بمتوسط 2.49، ثم ساعدني الإنفو جراف على التفاعل مع المبادرات الرئاسية الصحية بمتوسط 2.29، وأخيراً زادت معرفتي باهتمام الحكومة المصرية لمواجهة الأمراض بمتوسط 1.99.

14- معايير نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية لمتابعة الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية: بينت النتائج أن معايير نظرية ثراء الوسيلة لمتابعة الشباب أفراد العينة للإنفو جراف في المواقع الإلكترونية تتمثل فيما يلي: توافر رجوع الصدى: الحصول على المعلومات بشكل سريع، يليه يبسط المعلومات المعقدة ويوضحها، ثم يدعم الإنفو جراف النصوص بالصور والرسوم، وجاء تعدد وتنوع قنوات الاتصال: يقدم المعلومات في المواقع الإلكترونية بشكل ثابت أو تفاعلي أو متحرك، يليه يقدم الإنفو جراف المعلومات بالرسوم البيانية، ثم يستخدم الإنفو جراف الإحصاءات والرسوم البيانية والأرقام لدعم المعلومات الصحية، وجاء يستخدم لغة مألوفة: يقدم مصمم الإنفو جراف المعلومات بلغة مألوفة، يليه يستخدم الإنفو جراف لغة الرسوم والصور للتواصل مع الجمهور، وأخيراً الخصوصية والتركيز الشخصي: يراعي الإنفو جراف احتياجات الجمهور الشخصية بطريقة عرض المعلومات بالألوان والصور والرسوم، وهذا ما بيّنه الجدول التالي:

جدول (15)

معايير نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية لمتابعة الإنفوجراف في المواقع الإلكترونية

المتوسط المرجح	غير موافق		محايد		موافق		الاستجابة عبارات معايير نظرية ثراء الوسيلة	المعايير
	%	ك	%	ك	%	ك		
1.85	18.8	75	36	144	45.2	181	يدعم الإنفوجراف النصوص بالصور والرسوم	توافر
2.11	12.7	51	39.8	159	47.5	190	يبسط المعلومات المعقدة ويوضحها	رجع الصدى
2.19	8.7	35	44.8	179	46.5	186	الحصول على المعلومات بشكل سريع	
2.61	8.3	33	42.5	170	49.2	197	يقدم المعلومات في المواقع الإلكترونية بشكل ثابت أو تفاعلي أو متحرك	تعدد وتنوع قنوات الاتصال
2.17	12.7	51	46.5	186	40.8	163	يقدم الإنفوجراف المعلومات بالرسوم البيانية	
1.55	13.8	53	57	228	32.2	129	يستخدم الإنفوجراف الإحصاءات والرسوم البيانية والأرقام لدعم المعلومات الصحية	
2.01	8.2	33	49	196	42.8	171	يقدم مصمم الإنفوجراف المعلومات بلغة مألوفة	يستخدم لغة مألوفة
1.99	17	68	36	144	47	188	يستخدم الإنفوجراف لغة الرسوم والصور للتواصل مع الجمهور	
1.88	7.8	31	50.2	201	42	168	يراعي الإنفوجراف احتياجات الجمهور الشخصية بطريقة عرض المعلومات بالألوان والصور والرسوم	الخصوصية والتركيز الشخصي

تشير بيانات الجدول السابق إلى معايير نظرية ثراء الوسيلة لمتابعة الشباب أفراد العينة للإنفوجراف في المواقع الإلكترونية؛ حيث جاءت: توافر رجع الصدى: الحصول على المعلومات بشكل سريع، يليه يبسط المعلومات المعقدة ويوضحها، ثم يدعم الإنفوجراف النصوص بالصور والرسوم بمتوسط (2.19، 2.11، 1.85) في الترتيب الأول، وجاء تعدد وتنوع قنوات الاتصال: يقدم المعلومات في المواقع الإلكترونية بشكل ثابت أو تفاعلي أو متحرك، يليه يقدم الإنفوجراف المعلومات بالرسوم البيانية، ثم يستخدم الإنفوجراف الإحصاءات والرسوم البيانية والأرقام لدعم المعلومات الصحية بمتوسط (2.61، 2.17، 1.55)، يليه أنه يستخدم لغة مألوفة: يقدم مصمم الإنفوجراف المعلومات بلغة مألوفة، يليه يستخدم الإنفوجراف لغة الرسوم والصور للتواصل مع الجمهور بمتوسط

(2.01، 1.99)، وأخيرا الخصوصية والتركيز الشخصي: يراعي الإنفو جراف احتياجات الجمهور الشخصية بطريقة عرض المعلومات بالألوان والصور والرسوم بمتوسط 1.88.

15- مقترحات الشباب لتفعيل الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية:

تشير بيانات الجدول السابق إلى مقترحات الشباب لتفعيل الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية، حيث جاءت المقترحات كالتالي: توزيع المعلومات في الإنفو جراف حسب أهميتها في الترتيب الأول، يليها زيادة الرموز والأشكال التي توضح للشباب المعلومات المراد إيصاله، توفير البيانات والمعلومات عن المبادرات الرئاسية الصحية، تقديم المبادرات الصحية لجميع المحافظات، وأخيراً أن يراعي الإنفو جراف فئة الجمهور المستهدف، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

جدول (16)

مقترحات الشباب لتفعيل الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية

المتوسط المرجح	غير موافق		محايد		موافق		الاستجابات المقترحات
	ك	%	ك	ك	%	ك	
1.48	11.8	47	29.2	117	59	236	تقديم المبادرات الصحية لجميع المحافظات
2.42	14	56	25.8	103	60.2	241	توفير البيانات والمعلومات عن المبادرات الرئاسية الصحية
2.65	18	72	24.8	99	57.2	229	زيادة الرموز والأشكال التي توضح للشباب المعلومات المراد إيصاله
2.71	18.5	74	27.3	109	54.2	217	توزيع المعلومات في الإنفو جراف حسب أهميتها
1.38	17	68	30.8	123	52.2	209	يراعي الإنفو جراف فئة الجمهور المستهدف

بينت النتائج مقترحات الشباب لتفعيل الإنفو جراف في المواقع الإلكترونية، حيث جاءت المقترحات كالتالي: توزيع المعلومات في الإنفو جراف حسب أهميتها في الترتيب الأول بمتوسط 2.71، يليها زيادة الرموز والأشكال التي توضح للشباب المعلومات المراد إيصاله بمتوسط 2.65، توفير البيانات والمعلومات عن المبادرات الرئاسية الصحية بمتوسط 2.42، تقديم المبادرات الصحية لجميع المحافظات بمتوسط 1.48، وأخيراً أن يراعي الإنفو جراف فئة الجمهور المستهدف بمتوسط 1.38.

ثانياً نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معايير نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، (توافر رجوع الصدى، تعدد الرموز الاتصالية، استخدام لغة مألوفة، الخصوصية والتركيز الشخصي) واتجاه الشباب الجامعي نحو الإنفو جراف المواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية.

جدول (17)

معاملات الارتباط بين معايير نظرية ثراء الوسيلة واتجاه الباحثين الشباب نحو الإنفو جراف المواقع الإلكترونية

اتجاه الشباب الجامعي نحو الإنفو جراف المواقع الإلكترونية			المتغيرات	
مدى الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة معامل الارتباط	توافر رجوع الصدى	معايير نظرية ثراء الوسيلة
دالة إحصائية	0.5	0.74		
دالة إحصائية	0.5	0.67	تعدد الرموز الاتصالية	
دالة إحصائية	0.5	0.65	استخدام لغة مألوفة	
دالة إحصائية	0.5	0.53	الخصوصية والتركيز الشخصي	

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معايير نظرية الثراء الوسيلة واتجاه الشباب الجامعي نحو الإنفو جراف المواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية عند مستوى دلالة 0.95 وذلك على النحو التالي:

- ثبت وجود علاقة بين معيار "توافر رجوع الصدى" واتجاه الشباب الجامعي نحو الإنفو جراف المواقع الإلكترونية، حيث بلغت قيمة الارتباط (0.74) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.5.

- ثبت وجود علاقة بين معيار "تعدد الرموز الاتصالية" واتجاه الشباب الجامعي نحو الإنفو جراف المواقع الإلكترونية، حيث بلغت قيمة الارتباط (0.67) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.5.

- ثبت وجود علاقة بين معيار "استخدام لغة مألوفة" واتجاه الشباب الجامعي نحو الإنفو جراف المواقع الإلكترونية، حيث بلغت قيمة الارتباط (0.65) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.5.

- ثبت وجود علاقة بين معيار "الخصوصية والتركيز الشخصي" واتجاه الشباب الجامعي نحو الإنفو جراف المواقع الإلكترونية، حيث بلغت قيمة الارتباط (0.53) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.5. وهي أعلى من القيم الارتباطية من حيث العلاقة، وبذلك

يمكن قبول الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معايير نظرية الثراء الوسيلة واتجاه الشباب الجامعي نحو الإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية ومستوى معلوماتهم تجاه المبادرات الرئاسية الصحية.

جدول (18)

معاملات الارتباط بين متابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية ومستوى معلوماتهم الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	مدى الدلالة
متابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية ومستوى معلوماتهم	0.189	0.5	دالة إحصائية

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية ومستوى معلوماتهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون "0.198" وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة معنوية 0.5؛ وهذه علاقة قوية تؤكد متابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية. وبذلك يمكن قبول الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية.

الفرض الثالث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي (الذكور والإناث) للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية ومستوى معلوماتهم تجاه المبادرات الرئاسية الصحية.

جدول (19)

اختبار "ت" لمعنوية الفروق بين الشباب الجامعي الذكور والإناث ومستوى معلوماتهم تجاه المبادرات الرئاسية الصحية الإلكترونية

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	إناث = ن 200		ذكور = ن 200		العينه المتغير
				الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
غير دالة	1.96	278	1.89	1.32	6.32	1.58	6.55	مستوى المعلومات الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج؛ منها:

- بحساب قيمة ت T-Test عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي الذكور والإناث عينة الدراسة ومستوى معلوماتهم تجاه المبادرات الرئاسية الصحية الإلكترونية؛ حيث بلغت قيمة "ت" مستوى معلوماتهم الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية (1.89)، وبلغ مستوى المعنوية 1.96، وجاءت قيمة الانحراف المعياري للذكور والإناث متقاربة (1.58 - 1.32)؛ مما يؤكد عدم وجود فروق بين المتغيرين، وبناء على ما سبق من نتائج المعاملات الإحصائية المستخدمة يؤكد عدم صحة الفرض السادس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي (الذكور والإناث) للإنفوجراف بالمواقع الإلكترونية ومستوى معلوماتهم تجاه المبادرات الرئاسية الصحية. الفرض الرابع: توجد علاقة دالة إحصائية بين درجة تعرض الشباب الجامعي للإنفوجراف بالمواقع الإلكترونية والتأثيرات الناتجة تجاه المبادرات الرئاسية الصحية.

جدول (20)

معاملات الارتباط بين تعرض الشباب الجامعي للإنفوجراف بالمواقع الإلكترونية والتأثيرات الناتجة تجاه المبادرات الرئاسية الصحية

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مدى الدلالة
متابعة الشباب الجامعي للإنفوجراف بالمواقع الإلكترونية والتأثيرات الناتجة	0.113	غير دالة إحصائياً

يتبين من الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي للإنفوجراف بالمواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية والتأثيرات الناتجة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون "0.113" وهي قيمة غير دالة إحصائية، وهذه علاقة ضعيفة تؤكد عدم وجود علاقة بين متابعة الشباب الجامعي للإنفوجراف بالمواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية والتأثيرات الناتجة من التعرض. وبذلك يمكن عدم قبول الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي للإنفوجراف بالمواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية والتأثيرات الناتجة من التعرض.

خلاصة النتائج:

أوضحت النتائج ارتفاع متابعة الشباب عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية بصفة دائمة ثلاثة أيام في الأسبوع، ثم المتابعة يومان في الأسبوع، ثم المتابعة يومياً، وأخيراً المتابعة يوم واحد في الأسبوع، وجاء اهتمام الشباب بالإنفوجراف بدرجة متوسطة، يليها أهتم بدرجة كبيرة، وجاءت مواقع: الوطن يليه اليوم

السابع، ثم المصري اليوم ثم بوابة الأهرام، ثم بوابة أخبار اليوم، ثم وزارة الصحة والسكان، ثم بوابة الجمهورية أونلاين، ثم بوابة رئاسة الجمهورية، ثم بوابة الوفد وأخيراً البوابة نيوز: هي أكثر المواقع التي تتابع من خلالها عينة الدراسة الإنفو جراف الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية، ثم جاءت أسباب المتابعة: لتقديم معلومات صحيحة وموثقة عن المبادرات الصحية الرئاسية، يليه يبسط المعلومات عن المبادرات الرئاسية الصحية ويوضحها، ثم يقدم الموضوع في إحصاءات ورسوم بيانية وأرقام، ثم لديه مصداقية في نقل المعلومات الصحية، ثم تحرص المواقع على تقديم المبادرات الرئاسية الصحية بشكل جذاب وشائق، ويقدم الإنفو جراف عرضاً مختصراً حول المبادرات الرئاسية الصحية، سرعة الحصول على المعلومات من الإنفو جرافيك، وجاء أنواع الإنفو جراف الثابت يليه المتحرك، وأخيراً جاء الإنفو جراف التفاعلي، جاءت العناصر المكونة للإنفو جراف الصور، يليها رسم بياني، ثم النصوص، ثم الألوان، ثم الرموز والأشكال، والجداول، وجاءت أهم المبادرات الرئاسية الصحية التي تقدمها المواقع الإلكترونية مبادرة 100 مليون صحة، يليه مبادرة "صحة المرأة" الكشف المبكر عن سرطان الثدي، ثم مبادرة الكشف المبكر عن فيروس سي، مبادرة فحص الأمراض المنتقلة من الأم للجنين، ثم مبادرة القضاء على قوائم انتظار العمليات الجراحية الحرجة، مبادرة علاج ضعف وفقدان السمع، مبادرة الكشف المبكر للديدان المعوية، مبادرة الكشف عن الأنيميا والتقرن والسمنة، وأخيراً مبادرة نور حياة، وجاءت التأثيرات: ساعدني الإنفو جراف في فهم المبادرات الرئاسية الصحية في الترتيب الأول، يليه زادت معرفتي بخطورة الأمراض المنتشرة، ثم زادت لدي معلومات جديدة ومفيدة عن المبادرات الرئاسية الصحية، ثم شجعتني على توعية أصدقائي وأقاربي بالمشاركة في الحملات الصحية، ثم البيانات التي يقدمها الإنفو جراف أكثر مصداقية من الأشكال النصية التقليدية، ثم زادت من مشاركتي في حملات التوعية بخطورة الأمراض، ثم ساعدني الإنفو جراف على التفاعل مع المبادرات الرئاسية الصحية، وأخيراً زادت معرفتي باهتمام الحكومة المصرية لمواجهة الأمراض، وجاءت معايير نظرية ثراء الوسيلة توافر رجوع الصدى، ثم تعدد وتنوع قنوات الاتصال، واستخدام لغة مألوفة والخصوصية والتركيز الشخصي .

وفيما يتعلق بنتائج اختبار الفروض: بينت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معايير نظرية الثراء الوسيطة واتجاه الشباب الجامعي نحو الإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية عند مستوى دلالة 0.95، كما بينت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي للإنفو جراف بالمواقع الإلكترونية الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية ومستوى معلوماتهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون "0.198"؛ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة معنوية 0.5 وهذه علاقة قوية.

كما أوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (الذكور والإناث) عينة الدراسة ومستوى معلوماتهم تجاه المبادرات الرئاسية الصحية الإلكترونية، حيث بلغت قيمة "ت" لمستوى معلوماتهم الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية (1.89).

هوامش الدراسة:

- 1- Gebre, E. Learning with Multiple Representations: Infographics as Cognitive Tools for Authentic Learning in Science Literacy. **Canadian Journal of Learning and Technology**, (2018) 44(1). Retrieved from: <http://search.ebscohost.com.library.iau.edu.sa/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ1178598&site=ehost-live>
- 2- Polman, Lankow, et al, 2012, 20, Ryoo, & Linn, 2014, 147-174 & Gebre, 2015, 868.
- 3, Ferreira Jennifer. **introduction an: Infographics**, University Coventry, Society in Business for Centre 2014, 3.p, A
- 4- محمد شوقي شلتوت. الإنفو جرافيك من التخطيط إلى النتائج. (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية 2016)، ص 221.
- 5- إسماعيل علي حسونة. الإنفو جرافيك في التعليم، (جامعة الأقصى: كلية التربية، 2014)، ص 3.
- 6- أشرف أحمد عبد اللطيف مرسى. أثر التفاعل بين نمطي عرض وتوقيت الإنفو جرافيك في بيئة التعلم الإلكتروني على التحصيل والاتجاه نحو بيئة التعلم لدى طلاب المرحلة الثانوية، مجلة العلوم التربوية، العدد الثاني، ج 2 أبريل 2017، ص 43.
- 7- Ghobadi, Shala. User Interface Design for Infographics for Software Engineering Workshop 2B, (2013). CSE@UNSW.
- 8- غادة بنت مساعد السليم، وفاء بنت صالح الجفير. الإنفو جرافيك، (جامعة الملك سعود، كلية التربية، 2016)، ص 9.

- 9- نسرین حسام الدین حسن. المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصات الإعلامية في ضوء رؤية مصر 2030 دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 61، أبريل 2022، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام).
- 10- إيمان طارق إمام أحمد. توظيف رسوم الإنفو جراف في معالجة القضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف المصرية دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنوفية: كلية الآداب، 2021).
- 11- أبو بكر حبيب 2021. معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لأزمة كورونا: دراسة تحليلية لمواقع صحف اليوم السابع والرياض والبيان، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد رقم 1، مجلد 20، 2021، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص- ص 1: 63.
- 12- محمد غلاب طشيش غلاب 2021. استخدامات الشباب الكويتي لصحافة الإنفو جرافيك والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، 2021).
- 13- نادية محمد عبد الحافظ. اتجاهات النخبة نحو معالجة الإنفو جرافيك للقضايا المجتمعية في المواقع الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، عدد 36 ديسمبر 2021، ص- ص 103: 189.
- 14- محمد عبد الحميد أحمد. توظيف الصحف الإلكترونية للإنفو جرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا المستجد كوفيد 19، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد التاسع والعشرون أكتوبر، 2020.
- 15- ريم نجيب الزناتي. توظيف الإنفو جرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) دراسة حالة على موضوع فيروس كورونا COVID-19 -المستجد، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 45، الجزء الرابع أكتوبر 2020، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ص- ص 2308: 2378.
- 16- عيده كمال رشيد أبو زيدان. تأثير الإنفو جرافيك على فهم تذكّر الشباب للمحتوى الإخباري بالصحف الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب، 2020).
- 17- أحمد محمد العميري 2020. دور الإنفو جرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، الجزء الرابع يوليو 2020، ص- ص 2495-2536.
- 18- بيريح حسني جمعة الربيعي. التوظيف الصحفي للإنفو جرافيك في المواقع الإخبارية، رسالة دكتوراه منشورة، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 43 مارس 2019، ص- ص 149: 168.
- 19- عبير محمد سليم. "استخدام المواقع الفلسطينية للإنفو جرافيك: دراسة تحليلية مقارنة"، المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعليم الإلكتروني، مجلد 6، العدد 12 (جامعة القدس المفتوحة، 2018).
- 20- دينا طارق محمود. محددات توظيف صحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والعالمية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2018).

- 21- Julio Costa Pinto. The Relevance of Digital Infographics in Online Newspapers. European Scientific Journal August 2017/SPECIAL/edition
- 22- هاني إبراهيم البطل. "انقرائية الإنفو جرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الواحد والخمسون، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، يناير 2019).
- 23- سري محمد خالد شطناوي. توظيف الإنفو جرافيك في المواقع الإلكترونية للصحف الأردنية اليومية.. دراسة تحليلية مقارنة للمواقع الإلكترونية للرأي والغد والسبيل، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن: كلية الإعلام، 2019).
- 24- أمل منير كامل. معالجة الإنفو جراف للقضايا المجتمعية في الصحف المصرية والأجنبية" .. دراسة تحليلية مقارنة بين الصحف المصرية والأمريكية والبريطانية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).
- 25- 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
- 26- سعيد محمد الغريب. استخدام فن الإنفو جرافيك في المواقع الإلكترونية المصرية دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون، مجلة بحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 27 - Maria T.olivo, visualizing the News :An analysis of a year inInteractive News from the New York Times and the Washington Post, **Masters Thesis**,Rochester Institute of Technology 2015.
- 28- Rafael de Castro Andrade and Carla Galvano Spinillo, Interactive and animated journalistic infographics: analytic study about Infographics health, Proceedings of the 3rd formation Design **International Conference**, Vol. 1. No.2 2014
- 29- <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- 30- سعد كاظم حسن. أولويات أوجه الثراء الإعلامي لدى مستخدمي الصحف الإلكترونية العراقية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 32، 2016، ص 59.
- (*) أسماء السادة المحكمين لصحيفة الاستبانة:
- أ.د/ أمين سعيد عبد الغنى- أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام- جامعة السويس.
 - أ.د/ عبد الهادي النجار- أستاذ الصحافة بكلية الآداب- جامعة المنصورة.
 - أ.د/ محمود حسن إسماعيل- أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.
 - أ.د/ أسامة عبد الرحيم- أستاذ الصحافة بكلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.
 - أ.د/ شريف درويش اللبان- أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

References

- Gebre, E. Learning with Multiple Representations: Infographics as Cognitive Tools for Authentic Learning in Science Literacy. **Canadian Journal of Learning and Technology**, (2018) 44(1). Retrieved from: <http://search.ebscohost.com.library.iau.edu.sa/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ1178598&site=ehost-live>
- Polman, Lankow, et al, 2012, 20, Ryoo, & Linn, 2014,147-174 &).Gebre, 2015, 868.
- Ferreira Jennifer. **introduction an: Infographics**, University Coventry, Society in Business for Centre2014, 3.p, A
- Shaltut, M. (2016). al'iinfu jaraafik min altakhtit 'iilaa alnatayija, (Alriyad: maktabat almalik Fahd alwataniat).
- Hassouna, I. (2014). al'iinfu jirafik fi altaelimi, (jamieat Al'aqsa: kuliyyat altarbiati,).
- Morsi, A. (2017). 'athar altafaeul biyn namati eard watawqit al'iinfu jiraafayk fi biyyat altaealum al'iiliktrunii ealaa altahsil walaitijah nahw biyyat altaealum ladaa tulaab almarhalat althaanawiati, majalat aleulum altarbawiyati, 2(2).
- Ghobadi, Shala. User Interface Design for Infographics for Software Engineering Workshop 2B, (2013). CSE@UNSW.
- Hassan, N. (2022). almubadarat alriyasiyat almuajahat lilmar'at almisriat fi alminasaat al'ielamiyat fi daw' ruyat misr 2030 dirasat tahliliyatun, majalat albuḥuth al'ielamiyat, (jamieat Al'azhar: kuliyyat Al'ielam). 61(2)
- Alsulim, G. (2016), wafa' bint salih aljufir. al'iinfu jirafiyki, (jamieat Almalik Saeud, kalyt Altarbiyt).
- Ahmed, I. (2021). tawzif rusum al'iinfu jiraaf fi muealajat alqadaya alaiqtisadiyat fi almawaqie al'iiliktruniyat lilsuhuf almisriat dirasatan tahliliyan maydaniatan, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Almanufia: kuliyyat Aladab).
- Habib, A. (2021). muealajat mawaqie alsuhuf almisriat walearabiat li'azmat kuruna: dirasat tahliliyan limawaqie suhuf alyawm alsaabie walriyad walbayan, almajalat almisriat libuḥuth alraay aleami, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam, . 1(3).1: 63.
- Ghalab, M. (2021). aistikhdamat alshabab alkuaytii lisahafat al'iinfu jirafik wal'iishbaeat almutahaqiqat minha dirasat maydaniati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Almansuri: kuliyyat Aladab).
- Abd Alhafiz, N. (2021). aitiyahat alnuḥbat nahw muealajat al'iinfu jirafayk lilqadaya almujtamaeiat fi almawaqie al'iiliktruniyat allearabiati: dirasat tatbiqiatun, majalat buḥuth alealaqat aleamat Alsharq Al'awsat, aljameiat Almisria lilealaqat aleamati, 36(3), 189:103.
- Ahmed, M. (2020). tawzif alsuhuf al'iiliktruniyat lil'iinfu jirafik fi taghtiat tadaeiat waba' kuruna almustajidi kufid 19, majalat buḥuth alealaqat aleamat Alsharq Al'awsat, 29(3)
- Abu zidan, E. (2020). tathir al'iinfu jiraafik ealaa fahm tudhakhir alshabab lilmuhtawaa al'iikhbarii bialsuhuf al'iiliktruniati: dirasat shibh tajribiati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alminyā: kuliyyat aladab).
- Alzanati, R. (2020). tawzif al'iinfu jirafik fi muealajat alqadaya alsihiyat fi alduwal allearabiat eabr mawqie altawasul alaijtimaeii (tuytr) dirasat halat ealaa

- mawdue fayrus kuruna COVID- almustajda, majalat albuḥuth al'ielamiati, , jamieat Al'azhar, kuliyat Al'ielam 45(4), 2308: 2378.
- Aleumayri, A. (2020). dur al'iinfu jirafik bialsafahat alḥukumiāt almisriat ealaa alfis buk fi 'iimdad alshabab aljamieii bialmaelumat tujah fayrus kuruna, majalat albuḥuth al'ielamiati, kuliyat Al'ielam, jamieat Al'azhar, 54(3), 2536-2495.
 - Alrabiei, B. (2019). altawzif alsuhufiu lil'iinfu jirafayk fi almawaqie al'iikhbariati, risalat dukturah manshurata, majalat albahith al'ielamii, 43(4), 149: 168.
 - Mahmud, D. (2018). muhadadat tawzif saḥafat albayanat fi almawaqie al'iikhbariat almisrayt walealamiati: dirasat lilmadmūn walqayim bialaitisali", risalat majistayr ḡayr manshurāt, (jamieat Alqahira, kuliyat Al'ielam).
 - Salim, A (2018). "astikhdam almawaqie alfilastiniat lil'iinfu jarafyka: dirasat tahliliat muqaranata", almajalat alfilastiniat liltaelim almaftuh waltaelim Al'iiliktruni (jamieat Alquds almaftuhati). 12(6).
 - Julio Costa Pinto. The Relevance of Digital Infographics in Online Newspapers. European Scientific Journal August 2017/SPECIAL/edition
 - Albatl, H (2019). "ainqirayiyat al'iinfu jirafik fi almawaqie alsahufiat almisrayt ladaa alshabab aljamieii", majalat albuḥuth al'ielamiati, , (jamieat Al'azhar: kuliyat Al'ielam).51(3).
 - Shatnawi, S. (2019). tawzif al'iinfu jiraafik fi almawaqie al'iiliktruniat lilsuhuf al'urduniyat alyawmiati.. dirasat tahliliat muqaranatan lilmawaqie al'iiliktruniat lilraay walḡhad walsabil, risalat majistir ḡayr manshurtin, (Al'urdun: kuliyat Al'ielam).
 - Kamel, A. (2018). muealajat al'iinfu jaraaf lilqadaya almujtamaeiat fi alsuhuf almisriat wal'ajnabiati".. dirasat tahliliat muqaranatan bayn alsuhuf almisriat wal'amrikiat walbritaniati, risalat majistir, ḡayr manshuratin, (jamieat Alqahira: kuliyat Al'ielam).
 - 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
 - Algharib, S. (2017). aistikhdam fani al'iinfu jiraafayk fi almawaqie al'iiliktruniat almisriat dirasatan tahliliatan muqaranatan fi alshakl walmadmuni, majalat buḥuth alraay aleami, (jamieat Alqahira: kuliyat Al'ielam).
 - Maria T.olivo, visualizing the News :An analysis of a year inInteractive News from the New York Times and the Washington Post, **Masters Thesis**,Rochester Institute of Technology 2015. - Rafael de Castro Andrade and Carla Galvano Spinillo, Interactive and animated journalistic infographics: analytic study about Infographics health, Proceedings of the 3rd formation Design **International Conference**, Vol. 1. No.2 2014
- <https://ar.wikipedia.org/wiki>
 - Hassan, S. (2016). 'awlawiaat 'uwajih althara' al'ielamia ladaa mustakhdimi alsuhuf al'iiliktruniat Aleiraqia, majalat albahith Al'ielam, 32(3).

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

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 64 January 2023 - part 1

● Deposit - registration number at Darekhotob 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.