

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول
جائحة كورونا: دراسة تحليلية مقارنة

**Title Infographics Employment in Palestinian News Websites
in Spreading Information about Corona Pandemic :A
Comparative Analytical Study in English**

أ. د. طلعت عبد الحميد عيسى، أ. أيوب موسى شلط²

¹ الجامعة الإسلامية بغزة (فلسطين)، tissa@iugaza.edu.ps

² وزارة التربية والتعليم الفلسطينية (فلسطين)،

ayoub.20010@hotmail.com

تاريخ الاستلام: 2022/06/22 تاريخ القبول: 2022/07/18 تاريخ النشر: 2022/09/06

ملخص:

تحاول هذه الدراسة استكشاف كيفية توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لرسوم الإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا التي أحدثت تغييرات جذرية في العالم في نواحي عديدة، استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي من خلال أسلوب تحليل المضمون على عينة من المواقع الإخبارية الفلسطينية خلال عام 2020، حيث تم تحليل مضمون 86 إنفوجرافيك في موقعي الرسالة نت وصفا الإخبارية.

وتوصلت الدراسة إلى أن موضوع التوعية والإرشاد تصدر موضوعات الإنفوجرافيك، وتركز اهتمام موقع الرسالة نت بعد هذا الموضوع بالإحصائيات والأرقام العالمية، وموقع صفا بإحصائيات الإصابة في فلسطين، وركز موقعا الدراسة على النطاق الجغرافي المحلي، وتميز الموقعان في توثيق معلومات الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا، وتبين توافر أسس التصميم مثل الوحدة والاتزان والإيقاع في جميع تصاميم الإنفوجرافيك.

كلمات مفتاحية: الإنفوجرافيك؛ جائحة كورونا؛ المواقع الإخبارية الفلسطينية؛ نشر المعلومات.

Abstract:

This study attempts to explore how Palestinian news websites employ Infographics in spreading information about the Corona pandemic, which has brought about radical changes in the world in many respects. The study used the media survey through the content analysis method on a sample of Palestinian news websites during the year 2020. 86 Infographics were analyzed on Al-Resala Net website, and a Safa news website.

The study concluded that the topic of awareness and guidance was the most used in Infographics, and after it Al-Resala Net website focused on international statistics about the pandemic, and Safa website focused on statistics in Palestine. The two study sites focused on the local scope, and the two sites were distinguished in documenting the Infographics information, Finally the study revealed that the basics of design such as unity, balance and rhythm were available in all Infographics.

Keywords: Corona pandemic; Infographics; Palestinian News Websites; Spreading Information.

المؤلف المرسل: أ.د. طلعت عبد الحميد عيسى

1. مقدمة

يعيش العالم منذ نهاية عام 2019م انتشاراً سريعاً لفيروس كورونا الجديد (كوفيد 19) فيما يعد أسوأ جائحة صحية عالمية تسببت في شلل حركة النقل والسفر في معظم دول العالم ورفع حالة الطوارئ فيها وتعطل هائل للاقتصاد العالمي، فضلاً عن أكثر من عشرات ملايين الإصابات وملايين الضحايا،

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا
حيث أن نهاية هذه الجائحة ومع الجهود الطبية المضنية وظهور عدد من اللقاحات لا تلوح في الأفق حتى هذه اللحظة.

وقد تابع الإعلام هذه الجائحة منذ البداية واستطاع القيام بعدد كبير من الأدوار مثل متابعة الإحصائيات اليومية في كافة أرجاء العالم، وتغطية أخبار الإصابات والجهود الطبية واللقاحات التي علمت على تطويرها عدد من الشركات من شتى أرجاء المعمورة، كما ساهم الإعلام بكافة وسائله في توعية الجماهير بالمرض وأعراضه وخطورته، والسبل الواجب اتخاذها لتفادي الإصابة به، والسلوكيات السليمة للوقاية منه، كما أسهم في تحذير الناس من خطورة الاستهانة بتعليمات الجهات المختصة.

وقد برزت وسائل الإعلام الجديد في هذه الجائحة، حيث ازداد إقبال الجمهور عليها، واستخدمت هذه الوسائل فنوناً صحفية بصرية مستحدثة مثل فن الإنفوجرافيك ، الذي كان له نصيب كبير من الاهتمام، وبرز استخدامه في شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الإلكترونية في التعريف بالمرض، ونشر إحصائيات عنه، والتوعية بسبل الوقاية منه.

ويعد فن الإنفوجرافيك من الفنون الصحفية البصرية الحديثة التي زاد الاعتماد عليها مؤخراً كوسيلة مهمة لإيصال المعلومات، خاصةً مع توفر العديد من وسائل الإعلام الجديد التي ساعدت في انتشارها على نطاق واسع، مثل شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والمدونات، والإنفوجرافيك هو فن يقوم على تصوير البيانات، أو الأفكار التي تحاول نقل المعلومات المعقدة إلى الجمهور بطريقة يمكن فهمها بسرعة واستهلاكها، ويطلق على عملية نشر الإنفوجرافيك بأنها تصوير للبيانات، أو هندسة المعلومات.(Smiciklas: 2012, 3)

وقد سارعت وسائل الإعلام الفلسطينية خلال جائحة كورونا للاستفادة من الإمكانيات التي يوفرها فن الإنفوجرافيك في شرح البيانات ونشرها للناس،

حيث بدأت المواقع الإلكترونية والمدونات والحسابات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي، والوزارات المعنية مثل وزارة الصحة والداخلية ومجلس الوزراء في تحويل أرقام الإصابات والمتعافين والإحصائيات الرسمية محلياً وعالمياً لرسم إنفوجرافيك مبسطة تسهم في تحويل الأرقام إلى بيانات بصرية شيقة وجذابة وسهلة، كما حولت التعليمات التي تتضمن أعراض المرض، وإرشادات الوقاية، وتعليمات التصرف في حالة الإصابة، ومعلومات حول المرض إلى رسوم إنفوجرافيك جذابة ومعبرة.

تسعى هذه الدراسة لمعرفة كيف وظفت المواقع الإخبارية الفلسطينية رسوم الإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا، والتوعية بهذه الجائحة، والتعرف على مدى اهتمامها بهذا الفن، وأهم موضوعات الجائحة التي تناولها، والهدف من نشر هذه المعلومات، والأسس الفنية والبصرية لتصميم الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في هذه المواقع.

2. الإجراءات المنهجية

1.2 أهم الدراسات السابقة

بدأت جائحة كورونا في نهاية عام 2019م، ولذا تعد الدراسات السابقة التي تناولت هذه الجائحة في وسائل الإعلام الإلكترونية وبالذات عبر الإنفوجرافيك قليلة، حيث تناولت دراسة (Delicado,& Rowland, 2021) الصور الخاصة بالجائحة في أسبانيا والبرتغال في مواقع حكومية صحية وصحفية، وتوصلت إلى تفوق الإنفوجرافيك في المجموع الكلي للصور، حيث ركز الإنفوجرافيك على تقديم تفسيرات لكيفية انتقال الفيروس والعلاجات الموجودة واللقاحات وتدابير الوقاية، واعتمدت هذه الرسوم على أيقونات الأشخاص وأجزاء الجسم، وكانت مصحوبة بالنصوص دائماً.

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا
وأكدت نتائج دراسة (Suri, 2021) أن الصحف الهندية بالإنجليزية والهندية تستخدم أشكالاً مختلفة من الإنفوجرافيك حول جائحة كورونا، 70% منها في الصحف باللغة الإنجليزية، وأنها قدمت بشكل فعال المعلومات التفصيلية والمعرفة حول الجوانب المتعلقة بالجائحة مثل الخطورة والأعراض والوقاية والإرشادات، واستطاعت نقل رسالتها من خلال دمج الرموز والعلامات والرسوم البيانية والألوان الأمر الذي أسهم في سهولة حصول القارئ على جميع المعلومات. وأجرت دراسة (Pandya, 2021) دراسة تحليلية مقارنة بين الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في موقعي منظمة الصحة العالمية ومركز السيطرة على الأمراض، وتبين أن هذه الرسومات احتوت على معلومات إرشادية وقوائم مراجعة ومعلومات عامة، وتم استخدام الإنفوجرافيك لجعل المعلومات أكثر قابلية للفهم، مع تجنب الإشارات المخيفة في الرسوم البيانية والتركيز على المعلومات المفيدة، وتبين أن رسوم مركز السيطرة على الأمراض تحتوي على نص منظم، في حين اتبعت الرسوم البيانية لمنظمة الصحة العالمية تصميمًا مجرداً أكثر.

وأشارت نتائج دراسة (ناظم، 2021) إلى أن وزارة الصحة العراقية استخدمت في منشورات الإنفوجرافيك على صفحتها على فيسبوك عدداً من الاستمالات العقلية والعاطفية والتخوفية المتنوعة لكن أكثرها كان عقلانياً، فيما اعتمدت الاستمالات العقلية على تقديم الأرقام والاحصائيات والاستشهاد بالمصادر، وكانت أكثر الاستمالات العاطفية هي استخدام الشعارات والرموز والأساليب اللغوية.

واستكشفت دراسة (Li, & Molder, 2021) كيفية توظيف الإنفوجرافيك في إقناع الجمهور في تغيير كبير في سلوكه بعد جائحة كورونا، وتبين أن الرسوم تميزت بالبساطة والجاذبية المرئية جذبت بشكل فعال انتباه

الأشخاص العاديين وسهلت المناقشة التشاركية بينهم وبين العلماء على وسائل التواصل الاجتماعي، ولم تكشف الدراسة عن تأثيرات رئيسية لها في تغيير السلوك نحو قواعد التباعد الاجتماعي، لكن نجاح الإنفوجرافيك في جذب الجمهور يعني نجاح جهود التعليم العام التي بدأها العلماء والصحفيون بشكل فردي.

أما دراسة (Desai and others, 2021) فأكدت أن وسائل الإعلام العالمية والمواقع الصحية المتخصصة اهتمت بتوظيف الإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا، من خلال التركيز على ملخص الحالات ومعالجة البيانات والجداول البيانية وتزويد الجمهور بها في الوقت الحقيقي، وأن البيانات التي نشرتها وسائل الإعلام يمكن دمجها لاستخدامها من قبل الباحثين وصانعي السياسات.

وتوصلت دراسة (زناتي، 2020) إلى تفوق حساب وزارة الصحة السعودية على تويتر على الحسابات العربية الأخرى في الاهتمام بالجائحة من خلال الإنفوجرافيك، فيما كانت التوعية أكثر وظائف الإنفوجرافيك، وكانت أهم موضوعات الجائحة هي نسب وأعداد المرضى ثم الإرشادات الوقائية من الفيروس، وتفوق الشكل العرضي للإنفوجرافيك بنسبة 98.3%.

وتناولت دراسة (Martinrey, & Martinez, 2020) رسوم الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في أربع صحف إسبانية، حيث تبين وجود زيادة كبيرة في هذه الرسوم مع بداية الجائحة، والاعتماد على المصادر الحكومية، وتم استخدام الرسوم المبسطة مع رموز الألوان التي تضمن فهماً سريعاً للمعلومات من جميع المواطنين.

وبينت دراسة (أحمد، 2020) وجود اهتمام من الصحف العربية بفن الإنفوجرافيك لتغطية تداعيات فيروس كورونا، وجاءت قرارات الحكومة لمكافحة

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا
الوباء على رأس قائمة الموضوعات، فيما تمثلت أهداف الإنفوجرافيك في التوعية
الوقائية، ثم الإخبار والاحاطة وتقديم معلومات عن الجائحة.

فيما تناولت دراسة (Jacob, 2020) رسوم الإنفوجرافيك الخاصة بجائحة
كورونا في الصحف الهندية حيث تبين أن الصحفتين ركزت على خطورة الجائحة
والاستجابة والفعالية الذاتية مستخدمة الألوان وبالذات اللون الأحمر لخلق
انطباع بالخطر، كما ساعد تأطير اللغة واللون والعناوين في نقل رسالة مختلفة
للقرءاء.

وكشفت دراسة (محمود، 2020) عن التفوق الكمي للمواقع الإخبارية
العالمية في الاهتمام بصحافة البيانات الخاصة بجائحة كورونا مقارنةً بالمواقع
المصرية والعربية، والتنوع الكبير في أشكال هذه الصحافة، وانفراد المواقع العربية
بالدمج بين النصوص اللفظية والرسوم والصور، وكان الأسلوب الغالب هو دمج
أشكال صحافة البيانات ضمن الموضوعات التي تناولت جائحة كورونا، خاصةً في
المواقع العالمية، وتبين بوضوح تفوق المواقع العالمية في الثراء المعلوماتي لمحتوى
الإنفوجرافيك من خلال الاستعانة بالأطباء والعلماء والباحثين.

2.2 مشكلة الدراسة

تتلخص مشكلة الدراسة في التعرف على مدى اهتمام المواقع الإخبارية
الفلسطينية بتوظيف رسوم الإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا،
والتوعية بهذه الجائحة، ومدى اهتمامها بهذا الفن، وأهم موضوعات الجائحة التي
تناولها، ومصادر الإنفوجرافيك، والنطاق الجغرافي، والهدف من نشره، بالإضافة
إلى الكشف عن العناصر التي تضمها فيما يتعلق بجائحة كورونا، ونوع المعلومات
فيه، ومدى توثيق المعلومات، وتخطيط الإنفوجرافيك، واتجاه التصميم، وألوانه،
وعناصر التصميم، وأأسسه.

3.2 أهمية الدراسة

- خطورة جائحة كورونا وتأثيراتها العميقة في المجتمعات الإنسانية كأزمة لا زالت تداعياتها مستمرة.
- أهمية فن الإنفوجرافيك وتطبيقاته في المواقع الالكترونية والإعلام الجديد.
- دور الإنفوجرافيك المهم في شرح وتبسيط القضايا العلمية للجمهور وبالذات الأزمات والقضايا الصحية.
- اتجاه الإعلام والجهات الصحية والحكومية الكبير نحو استخدام الإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا.

4.2 أهداف الدراسة وتساؤلاتها

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيس إلى التعرف على كيفية توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا، والموضوعات والقضايا التي تركز عليها، حيث تم بلورة هذا الهدف في التساؤلات الآتية:

- ما أكثر المواقع الإخبارية الفلسطينية استخداماً للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا؟
- ما موضوعات جائحة كورونا التي تناولها الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
- ما مصادر الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
- ما النطاق الجغرافي لموضوعات جائحة كورونا التي تناولها الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
- ما أهداف الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا

- ما نوع معلومات الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
- ما اتجاه تصميم الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
- ما عناصر تصميم الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
- ما أسس تصميم الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟

5.2 الإطار النظري للدراسة

اعتمد الباحثان على نظرية ترتيب الأولويات كإطار نظري للدراسة، التي تفترض أن القائمون بالاتصال في وسائل الإعلام يختارون بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها والتحكم في طبيعتها ومحتواها، الأمر الذي يؤدي إلى إثارة اهتمام الناس فيها تدريجياً، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات أهمية أكبر من غيرها لدى الجماهير (مكاوي والسيد، 1998، 288)، وتتم هذه العملية بناءً على قرارات عديدة لدى وسائل الإعلام تتأثر بالسياسات العامة والسياسات التحريرية والنظم الفنية والإنتاجية، حيث تعد الأجندة محصلة خيارات عديدة للتعبير عن اهتمام الوسائل الإعلامية بترتيب المواد بما يعبر عن اهتمامها بها (عبد الحميد، 2004، 341-342).

واستفاد الباحثان من تطبيق النظرية في الإجابة على تساؤلات الدراسة وتفسيرها، من خلال التعرف على ترتيب موضوعات جائحة كورونا في الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية، والكشف عن مصادره، والنطاق الجغرافي لها.

6.2 نوع الدراسة ومنهجها وأداتها

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها (حسين، 2006، 131)، وهي الأنسب لتوصيف ودراسة توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا.

منهج الدراسة: تستخدم هذه الدراسة منهج الدراسات المسحية الذي يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث (حسين، 2006، 147)، ومن خلال منهج المسح الإعلامي استخدم الباحثان أسلوب تحليل المضمون، وهو "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي المنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى" (عبد الحميد، 1998، 132)، ويسهم هذا الأسلوب في الكشف عن طريقة توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا.

كما استخدم الباحثان أسلوب المقارنة المنهجية بين المواقع الإخبارية للتعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع الإخبارية في توظيفها للإنفوجرافيك.

أداة الدراسة: استخدم الباحثان استمارة تحليل المضمون، بهدف الإجابة عن تساؤلات الدراسة، حيث تم تصميم الاستمارة الخاصة بتحليل المضمون معتمدة على فئات تحليل المضمون الآتية:

موضوعات جائحة كورونا: وتشمل احصائية الإصابات في فلسطين، وإحصائيات وأرقام عالمية، وتوعية وإرشاد، ومعلومات علمية عن الجائحة، ومعلومات حول

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا
اللقاحات الخاصة بالوقاية، السلالات الجديدة لفايروس كورونا، وتطور
الفايروس والسلالات الجديدة فيه، وغيرها.

مصدر تصميم الإنفوجرافيك: ومنها: خاص بالموقع، ووكالة أنباء، والجهات
الحكومية، وغير ذلك.

النطاق الجغرافي للإنفوجرافيك: ويقصد بها التعرف على المنطقة الجغرافية التي
يتناولها الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا، وشملت: النطاق المحلي، والعربي،
والدولي، ونطاق غير محدد.

هدف الإنفوجرافيك: ويقصد به الغرض الذي وضع لأجله تصميم الإنفوجرافيك،
ويشمل: الإعلام، والتوعية، والإقناع، وإثارة تساؤلات، وغير ذلك.

عناصر الإنفوجرافيك: وتشمل: عنصر بصري، وعنصر مقروء، وكلا العنصرين.
نوع المعلومات: وهي تصنيف المعلومات التي احتواها الإنفوجرافيك الخاص
بجائحة كورونا، وتشمل: الإحصائيات، والإجراءات، والأفكار، والتسلسل الزمني أو
التاريخي، والوصف الجغرافي، والتشريع، والتسلسل الهرمي، والعلاقات، وغير ذلك.
توثيق المعلومات: وهي كتابة معلومات حول تصميم الإنفوجرافيك مثل: عنوان
التصميم، واسم المصمم، ومصدر المعلومات، وتفاصيل معلومات الناشر، وسنة
النشر.

تخطيط الإنفوجرافيك: وتحتوي على: تخطيط شعاعي، تدرج عمليات، وجداول،
ورسوم توضيحية، ومخطط بياني، وخرائط، وعلاقات، وقوائم.

اتجاه تصميم الإنفوجرافيك: وتشمل: طولي وعرضي ومربع.
عدد الألوان المستخدمة: وهي أقل من 3 ألوان، من 3-4 ألوان، وأكثر من أربعة
ألوان.

عناصر تصميم الإنفوجرافيك: وتشمل: صور، ومخطط بياني، وأرقام، وكلمات،
والأسهم، وأشكال غير منتظمة، وغيرها.

أسس تصميم الإنفوجرافيك: وهي: الوحدة والالتزان والإيقاع.

7.2 مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المواقع الإخبارية الفلسطينية، واختار الباحثان موقعي الرسالة نت ووكالة صفا، حيث تبين اهتمام كليهما بفن الإنفوجرافيك خلال جائحة كورونا، وذلك خلال عام كامل من بداية سنة 2020 وحتى نهايتها، وهي السنة التي شهدت بداية الجائحة على نطاق عالمي.

8.2 وحدات التحليل وأسلوب القياس

تمثلت وحدات تحليل مضمون الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية في: الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية ووحدة الفكرة أو الموضوع، فيما استخدم الباحثان أسلوب العد والتكرار كوحدة قياس لتحليل المضمون.

9.2 إجراءات الصدق والثبات

كانت إجراءات الصدق التي عمل الباحثان عليها هي: تعريف فئات تحليل المضمون تعريفاً دقيقاً بشكل يساعد على ضمان النتائج، بالإضافة إلى عرض استمارة التحليل وفئاتها على عدد من المحكمين حيث ساعدت ملاحظاتهم في وصول الاستمارة إلى شكلها النهائي⁽¹⁾.

ولاختبار ثبات أداة الدراسة أجرى الباحثان اختبار إعادة تحليل المضمون بعد مرور 4 شهور على التحليل الأول على عينة عشوائية بسيطة، بلغت 17 رسماً للإنفوجرافيك في موقعي الدراسة (12 منها في موقع الرسالة نت، و5 في

(1) قام بتحكيم استمارة التحليل السادة التالية أسماؤهم:

- د. أيمن أبو نقيرة، أستاذ الصحافة المشارك، الجامعة الإسلامية بغزة
- د. رجاء أبو مزيد، أستاذ الإعلام المساعد، الجامعة الإسلامية بغزة
- د. موسى طالب، أستاذ الإعلام المشارك، جامعة الأزهر غزة
- د. نبيل الطهراوي، أستاذ الإعلام المساعد، جامعة الأقصى - غزة

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا
موقع صفا)، بما نسبته 20% من العينة التي تم تحليلها والتي كانت (86) رسماً
للإنفوجرافيك.

وتبين من اختبار الثبات على عينة موقع الرسالة نت، أن نسبة الثبات في
الموقع وصلت إلى 95.8%، وفي موقع صفا بلغت 91.7%، أما نسبة الثبات في
موقعي الدراسة فتبلغ: $2/(91.7+95.8) = 93.8\%$ وهي نسبة مقبولة في
دراسات الإعلام.

3. نتائج الدراسة التحليلية يعرض الباحثان نتائج الدراسة التحليلية حيث تبين
وجود 86 رسماً للإنفوجرافيك في الموقعين، منها 62 رسماً في موقع الرسالة نت،
و24 في موقع وكالة صفا، مما يشير إلى اهتمام مقبول بنشر رسومات
الإنفوجرافيك الخاصة بجائحة كورونا في المواقع الإخبارية الفلسطينية، ويتضح
من دراسة (أحمد، 2020، 399) أن الصحف الإلكترونية العربية تناولت
الجائحة في الإنفوجرافيك بنسبة عالية تصل إلى ثلثي رسومات الإنفوجرافيك
المنشورة فيها خلال فترة دراسته.

1.3 ترتيب موضوعات الإنفوجرافيك

الجدول 1: ترتيب موضوعات الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في موقعي الدراسة

الموقع	الرسالة نت		صفا		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
توعية وإرشاد	25	40.3	11	45.8	36	42
إحصائيات وأرقام عالمية	19	30.5	2	8.4	21	24
احصائية الإصابات في فلسطين	7	11.2	11	45.8	18	21
معلومات علمية عن الجائحة	5	8	0	0	5	6
معلومات حول اللقاح	4	7	0	0	4	5
السلالات الجديدة للفيروس	2	3	0	0	2	2
المجموع	62	100	24	100	86	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر موضوع التوعية والإرشاد في موضوعات الإنفوجرافيك في موقعي الدراسة بالترتيب الأول بنسبة 42%، فيما حصلت احصائيات وأرقام عالمية على الترتيب الثاني بنسبة 24%، وحصلت احصائيات وأرقام محلية على الترتيب الثالث بنسبة 21%.

وتتشابه هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أحمد، 2020، 400) التي أشارت إلى أن الإنفوجرافيك المحتوي على موضوعات التوعية مثل طرق الوقاية من الفيروس، والإجراءات الاحترازية لمنع انتشار الفيروس، وطرق انتقال العدوى وأعراض الإصابة جاء بنسبة 38.4% متقدماً على الإجراءات الحكومية التي

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا
جاءت ثانية، ومع دراسة (Suri, 2021, 1993) التي أشارت نتائجها إلى الموضوع
الأساسي في رسوم الإنفوجرافيك في الصحف الهندية كان النص والإرشاد.

كما تتشابه مع نتائج دراسة (Martinrey, & Martinez, 2020, 205)
التي تبين منها أن الموضوع الأساسي لرسوم الإنفوجرافيك في الصحف الإسبانية
كان تطور أعداد الإصابات والوفيات.

وقد حصل موضوع التوعية والإرشاد في موقع صفاء نت على الترتيب الأول
بنسبة 45% فيما حصل على نفس الترتيب في موقع الرسالة نت بنسبة 40.3%،
وذلك يشير إلى أن موقعي الدراسة حريصان على التوعية والإرشاد للجمهور في ظل
انتشار جائحة كورونا، حيث أن الجمهور عانى في بداية هذه الجائحة من قلة
المعلومات عن المرض وتأثيراته وأعراضه، ويلاحظ أن غالبية موضوعات
الإنفوجرافيك موجهة إلى الجمهور المحلي كما سنلاحظ في الجدول رقم 3، وبالتالي
كانت التوعية والإرشاد هامة في ظل انتشار جائحة كورونا.

كما حصلت إحصائيات الإصابات في فلسطين في موقع وكالة صفاء على
نسبة 45.8%، الأمر الذي يدل على اهتمام الموقع بالتوجه للجمهور الداخلي
وعرض الإحصائيات المحلية لمصابين كورونا.

وجاءت إحصائيات وأرقام عالمية لموضوعات جائحة كورونا في الترتيب
الثاني في موقع الرسالة نت بنسبة 30.5% بينما في موقع صفاء حصل على نسبة
8.4% ويشير هذا الأمر إلى اهتمام موقع الرسالة نت بموضوعات جائحة كورونا
على النطاق العالمي، حيث أن هذه الجائحة تجاوزت الحدود والإصابات العالمية
تنعكس على كل المجتمعات بما فيها المجتمع الفلسطيني.

فيما حازت باقي الموضوعات على نسب أقل من حيث اهتمام الموقعين،
وذلك يفسر طبيعة وانتشار جائحة كورونا محلياً وعالمياً، وبالتالي كان الاهتمام
منصباً على التوعية والإرشاد، ثم على نشر الإحصائيات الخاصة بالجائحة، وكان

الاهتمام ضعيفاً باللقاحات والسلالات الجديدة للفايروس، وذلك لأن اللقاحات لم تكن منتشرة في وقت إجراء الدراسة، كما أن السلالات الجديدة لم تتطور بصورة واضحة في تلك الفترة.

2.3 مصدر تصميم الإنفوجرافيك

الجدول 2: مصدر تصميم الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في موقعي

الدراسة

الموقع المصدر	الرسالة نت		صفا		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
خاص بالموقع	62	100	22	91.6	84	98
وكالة أنباء	0	0	2	8.4	2	2
المجموع	62	100	24	100	86	100

يتضح من بيانات الجدول السابق إلى اعتماد موقعي الدراسة على مصمم الإنفوجرافيك الخاص ويظهر ذلك من خلال نشر تصاميم خاصة بالموقع، حيث نلاحظ أن مصدر التصميم الوحيد في موقع الرسالة نت كان المصمم الخاص بالموقع بنسبة 100%، وهذا يدل على اهتمام الموقع بالإنفوجرافيك وتخصيص مصمم خاص لمواد الإنفوجرافيك في الموقع الأمر الذي ساهم في الانفراد بتصاميم خاصة به، فيما كانت نسبة المصمم الخاص عالية أيضاً في موقع صفا على نسبة 91.6%، وجاءت نسبة 8.4% من تصاميم الإنفوجرافيك في الموقع من وكالات أنباء.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الدلو، 2018، 17) التي أشارت إلى جهة التصميم في صحيفة الرسالة كان الصحيفة نفسها بنسبة تزيد عن 82%، ومع دراسة (الربيعي والفيصل، 2019، 160) حيث كانت المصادر الخاصة بمواقع الدراسة أكثر المصادر استخداماً بنسبة 62.3%، كما تتشابه مع النتائج

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا التي توصلت إليه دراسة (أحمد، 2020، 420) التي جاءت فيها المصادر الداخلية أولاً بنسبة 87.2%، ومع دراسة (Bekhit, 2009, 501)، حيث جاءت 66% من رسوم الإنفوجرافيك من مصادر خاصة بالصحف الإماراتية عينة الدراسة، وتتشابه أيضاً مع نتائج دراسة (محمود، 2020، 2805) التي بينت اعتماد المواقع الإلكترونية العربية والعالمية على مصمم الموقع كمصدر داخلي لرسوم الإنفوجرافيك الخاصة بجائحة كورونا بنسبة عالية وصلت إلى 78.2%.

إلا أنها تختلف مع نتائج دراسة (لبد، 2018، 19) والتي جاء فيها أن المواقع الإلكترونية الفلسطينية تلجأ إلى النقل عن مواقع أخرى بنسبة 51.6%، فيما جاء طاقم الموقع في المركز الثاني بنسبة 35.5% فقط، ويفسر الباحثان هذا الاختلاف بكون العينة مختلفة تماماً بين دراستهما ودراسة لبد، وتختلف عن نتائج دراسة (الغريب، 2017، 31) حيث كانت المصادر الخارجية في مقدمة مصادر الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية للصحف المصرية.

3.3 النطاق الجغرافي للإنفوجرافيك

الجدول 3: النطاق الجغرافي للإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في موقعي

الدراسة

الموقع	الرسالة نت		صفا		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
محلّي	30	48.5	22	92	52	60.5
دولي	30	48.5	1	4	31	36
عربي	2	3	1	4	3	3.5
المجموع	62	100	24	100	86	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن النطاق الجغرافي لموضوعات الإنفوجرافيك في موقعي الدراسة تركز في النطاق المحلي في الترتيب الأول بنسبة

60.5%، فيما جاء ثانياً النطاق الدولي بنسبة 36%، وكانت أقل نسبة للنطاق العربي وبفارق كبير عن النطاقين المحلي والدولي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (عصافرة، 2019، 90)، ودراسة (الدلو، 2018، 16)، ودراسة (زناتي، 2020، 2354)، ودراسة (شحاتة، 2018، 583) والتي ثبت فيها أن موضوعات الإنفوجرافيك ترتبط بالواقع المحلي في الترتيب الأول ثم الدولي والعربي.

وتتشابه مع نتائج دراسة (أحمد، 2020، 410) التي أشارت إلى أن النطاق المحلي للصحف الإلكترونية العربية احتل المرتبة الأولى في الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا بنسبة 78.3%، تلاه العالمي ثم العربي، ومع نتائج دراسة (محمود، 2020، 2818) حيث جاء النطاق الجغرافي المحلي أولاً في المواقع الإلكترونية العربية والعالمية بنسبة 56.9%، ومع نتائج دراسة (Martiney, & Martinez, 2020, 206) التي أشارت إلى سيادة عامل القرب المكاني في لرسوم الإنفوجرافيك الخاصة بجائحة كورونا في الصحف الإسبانية رغم عالمية الوباء.

فيما تختلف مع نتائج دراسة (الغريب، 2017، 41) التي احتل فيها النطاق الدولي المرتبة الأولى في رسوم الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية للصحف المصرية بنسبة 61.9%.

وفي موقع صفا جاء النطاق المحلي بنسبة عالية جداً وهي 92%، فيما كان النطاق الدولي والعربي ضعيفاً جداً، وهذا يفسر اهتمام الموقع بموضوعات التوعية والإرشاد لجائحة كورونا التي تتخذ طابعاً محلياً حيث أن التوعية موجهة للجمهور المحلي، فيما تساوى اهتمام موقع الرسالة نت في النطاق المحلي والدولي بنسبة 48.5% لكل منهما، ويظهر ذلك من اهتمام الموقع بالإحصائيات العالمية للجائحة.

ويلاحظ الباحثان قلة الموضوعات التي تغطي المنطقة العربية في كلا الموقعين، وهذا يرجع إلى قلة الإحصائيات التي تصدر عن الوطن العربية بشكل

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا
منتظم خاصة في جائحة كورونا، وإلى أن اهتمام المواطن منصب عادةً في هذه
الجائحة على معرفة الإرشادات والتوجيهات والمعلومات السليمة للتعامل معها
محلياً بالإضافة إلى التعرف على تطوراتها دولياً حيث أن أحداث الجائحة عالمياً
تؤثر بشكل مباشر في كل المجتمع الفلسطيني الذي يهيمه آخر الأبحاث فيما يتعلق
بالتوصل لعلاج المرض واللقاحات الخاصة بالتطعيم، وهذا ما يفسر اهتمام
موقعي الدراسة وبالذات الرسالة نت بالنطاق الدولي.

ويتوافق هذا الأمر مع نظرية ترتيب الأولويات التي استخدمها الباحثان في
هذه الدراسة والتي تشير إلى أن الفرض الرئيس في معظم دراسات ترتيب الأولويات
هو الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام
بالقضايا والموضوعات الإعلامية، مما يشير لدور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات
اهتمام الجمهور وأولوياتها في تناول الموضوعات (عبد الحميد، 2004، 243).

4.3 هدف الإنفوجرافيك

الجدول 4: هدف الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في موقعي الدراسة

الموقع	الرسالة نت		صفا		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
الإعلام	45	48.9	15	45.5	60	48
التوعية	42	45.7	18	54.5	60	48
إثارة التساؤل	3	3.3	0	0	3	2.4
الإقناع	2	2.2	0	0	2	1.6
المجموع	62	100	24	100	86	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى تساوي هدفين لنشر تصميمات
الإنفوجرافيك حول جائحة كورونا في موقعي الدراسة وهما الإعلام، والتوعية
وذلك بنسبة 48% لكلٍ منهما، فيما جاء بعدهما وبفارق كبير إثارة التساؤل،

والإقناع، وهو ما يؤكد نتائج هذه الدراسة التي تظهر في جدول (1) والتي تبين منها أن أكثر الموضوعات التي تناولها الإنفوجرافيك في موقعي الدراسة كانت موضوعات التوعية والإرشاد، ثم الإحصائيات الخاصة بالجائحة محلياً ودولياً، وتتشابه هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (عصافرة، 2019، 92) والتي أشارت إلى أن أهم أغراض الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة كان الإعلامي، ومع نتائج دراسة (بركع، 2021، 248) حيث جاءت الوظيفة الإعلامية/الإخبارية أولاً في المواقع الإخبارية العراقية.

كما تتشابه مع النتائج التي توصلت إليها دراسة (أحمد، 2020، 405) حيث جاءت التوعية الوقائية في المرتبة الأولى لأهداف الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في الصحف الإلكترونية العربية، وجاء ثانياً تقديم الإخبار ومعلومات عن الفيروس، وفي دراسة (زناتي، 2020، 2355) التوعية في المركز الأول في رسومات الإنفوجرافيك الخاصة بجائحة كورونا، ويفسر الباحثان هذا الاختلاف في الترتيب كون دراسة زناتي أجريت على حسابات وزارات الصحة العربية على تويتر حيث أن الهدف الأساسي لهذه الحسابات هو توعية المواطنين وليس الإخبار.

وعلى مستوى كل موقع، تباين الترتيب حيث جاء الإعلام في المرتبة الأولى في موقع الرسالة نت بنسبة 48.9 %، ثم بفارق بسيط التوعية في المرتبة الثانية، وانعكس الترتيب في موقع صفا بنسبة 54.5 %، وهو أمر طبيعي فالإعلام هو الهدف الأول لموقع الرسالة نت وبالتالي كانت الإعلام والتوعية هي أفضل وأنسب الطرق لعرض مثل هذه المعلومات، وقد حاز هدف التوعية بخطر جائحة كورونا على الترتيب الأول في موقع صفا، فيما جاءت في الترتيب الثاني لموقع الرسالة نت، وهذا يفسر اهتمام موقع صفا بالموضوعات المحلية فيما يهتم موقع الرسالة بالموضوعات العالمية الخاصة بجائحة كورونا.

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا
ومن الملاحظ أن الهدف من الإنفوجرافيك هو الإعلام والتوعية للجمهور من انتشار جائحة كورونا، كما أشار الباحثان في جدول (3) إلى أن موضوعات الإنفوجرافيك موجهة بالدرجة الأولى إلى الجمهور المحلي وبالتالي كانت التوعية والحرص على الجمهور من خطر انتشار الجائحة.

5.3 عناصر الإنفوجرافيك

الجدول 5: عناصر الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في موقعي الدراسة

الموقع	الرسالة نت		صفا		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
بصري ومقروء	62	100	22	92	84	98
مقروء فقط	0	0	2	8	2	2
بصري فقط	0	0	0	0	0	0
المجموع	62	100	24	100	86	100

توضح بيانات الجدول السابق أن كلا الموقعين اهتمتا باستخدام وتوظيف عناصر الإنفوجرافيك البصرية والمقروءة معاً بشكل كبير وهي من أهم مميزات فن الإنفوجرافيك من حيث الجمع بين العناصر المرئية والمقروءة لتبسيط وتقريب المعلومات بشكل مبسط للجمهور، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (لبد، 2018، 17) التي أشارت إلى أن المواقع الإلكترونية الفلسطينية مزجت بين العناصر المرئية والمقروءة، وإن كانت تميل لصالح العناصر المرئية، كما تتفق مع دراسة (الدلو، 2018، 21) حيث استخدمت صحيفة الرسالة عناصر مرئية ومقروءة.

حيث حصل موقع الرسالة نت على الترتيب الأول بنسبة 100% من اهتمامه بعناصر الإنفوجرافيك، وحصل موقع صفا على الترتيب الثاني في اهتمامه بعناصر فن الإنفوجرافيك بنسبة 92%.

6.3 نوع معلومات الإنفوجرافيك

الجدول 6: نوع معلومات الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في موقعي الدراسة

الموقع		الرسالة نت		صفا		الاتجاه العام	
نوع المعلومات		ك	%	ك	%	ك	%
الإحصائيات		17	27	10	42	27	31.5
الإجراءات		12	19	12	50	24	28
الأفكار		10	16	2	8	12	14
العلاقات		9	14.5	0	0	9	10.5
الوصف الجغرافي		8	13	0	0	8	9.5
التسلسل الزمني أو التاريخي		4	6	0	0	4	4.5
التسلسل الهرمي		2	3	0	0	2	2
المجموع		62	100	24	100	86	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى التنوع في أنواع المعلومات المستخدمة، حيث تصدرت الإحصائيات في عرض معلومات الإنفوجرافيك في موقعي الدراسة بالترتيب الأول بنسبة 31.5%، فيما جاءت الإجراءات في الترتيب الثاني بنسبة 28%، وتشابهت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (عصافرة، 2019، 114) حيث جاءت الإحصائيات في المركز الأول في موقع الرسالة نت والأفكار في المركز الثالث، ومع دراسة (بركع، 2021، 247) حيث كانت المرتبة الأولى في المواقع الإخبارية العراقية للإنفوجرافيك الإحصائي.

كما تتفق مع دراسة (جمعة، 2017، 77) حيث كانت نسبة الإحصائيات 70.2% في الصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية، ودراسة (شحاتة، 2018،

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا
(595) التي تصدرت فيها الإحصائيات بنسبة 60%، ومع دراسة (زناتي، 2020،
2333) حيث جاءت الأرقام والإحصائيات في المرتبة الأولى بنسبة 36.2%، ومع
نتائج دراسة (ناظم، 2021،) حيث كان الإنفوجرافيك الإحصائي في مقدمة أنواع
الإنفوجرافيك بنسبة 78.9%.

إلا أنها تختلف عن نتائج دراسة (الدلو، 2018، 18) حيث تبين أن
التسلسل الزمني أو التاريخي جاء في مرتبة متقدمة، ويعتقد الباحثان أن السبب
يعود إلى تناول دراسة الدلو للإنفوجرافيك في الصحيفة المطبوعة بشكل عام دون
ربطه بجائحة كورونا التي لم تكن ظهرت بعد والتي تحتاج لنشر الإحصائيات عنها
خصوصاً في الإنفوجرافيك.

وفي موقع صفا تصدرت الإجراءات نوع المعلومات الواردة في الإنفوجرافيك
بنسبة 50%، تلاها وبفارق بسيط الإحصائيات التي جاءت أولى في موقع الرسالة
بنسبة 27%، وتنوعت أنواع المعلومات بعد ذلك في موقع الرسالة.

وهذه النتيجة طبيعية بسبب المعلومات التي يتعامل معها مصمم
الإنفوجرافيك فهي عبارة عن معلومات وإحصائيات وجداول وخصوصاً في ظل
الحديث عن أزمة صحية عالمية خاصة بفايروس كورونا، وقد طغت فيها
المعلومات الإحصائية، ويلاحظ الباحثان أن موقع الرسالة كان أكثر تنوعاً فيما
يخص طبيعة المعلومات الواردة في رسوم الإنفوجرافيك فيه، حيث جاءت
الإحصائيات أولى وتلاها الإجراءات، والأفكار، والعلاقات، والوصف الجغرافي
بنسب متقاربة، فيما ركز موقع صفا على نوعين فقط هما الإجراءات،
والإحصائيات.

7.3 توثيق معلومات الإنفوجرافيك

الجدول 7: توثيق معلومات الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في موقعي الدراسة

الموقع		الرسالة نت		صفا		الاتجاه العام	
توثيق المعلومات		ك	%	ك	%	ك	%
توعية وإرشاد		25	40.3	11	45.8	36	42
عنوان التصميم		62	100	24	100	86	100
مصدر المعلومات		62	100	24	100	86	100
سنة النشر		62	100	24	100	86	100
معلومات الناشر		62	100	24	100	86	100
اسم المصمم		62	100	0	0	62	72.1
		ن=62		ن=24		ن=86	

تشير بيانات الجدول السابق إلى اتفاق موقعي الدراسة في توثيق معلومات الإنفوجرافيك من حيث كتابة عنوان التصميم، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (عصافرة، 2019، 95)، كما اتفقتا في كتابة مصدر المعلومات، ومعلومات الناشر، وسنة النشر، فيما تميز موقع الرسالة نت في نشر اسم المصمم خاص للإنفوجرافيك بنسبة 100% في حين لم تنشر وكالة صفا اسم المصمم على الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا.

من الملاحظ في كلا الموقعين أدرج سنة النشر مكتوباً في الموقع، وليس على التصميم، وهو أمر غير منطقي حيث من الأفضل أن يتم وضع التاريخ على التصميم نفسه في حال تداول التصميم خارج الموقع، حيث يمكن معرفة تاريخ النشر.

8.3 تخطيط الإنفوجرافيك

الجدول 8: تخطيط الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في موقعي الدراسة

الموقع		الرسالة نت		صفا		الاتجاه العام	
التخطيط		ك		%		ك	
رسوم توضيحية		15		24		33	
قوائم		12		19		33	
علاقات		15		24		8	
تدرج عمليات		9		14.5		16	
خرائط		4		6		4	
شعاعي		2		3		4	
مخطط بياني		3		5		0	
جداول		2		3		0	
المجموع		62		100		24	
						86	
						100	

تشير بيانات الجدول السابق أن موقعي الدراسة استخدمتا عناصر تخطيط فن الإنفوجرافيك بشكل متفاوت حيث حاز تخطيط الرسوم التوضيحية على الترتيب الأول بنسبة 27% وجاء بعده تخطيط القوائم، ثم باقي العناصر حسب الجدول السابق، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الغريب، 2017، 30) حيث جاءت الرسوم في المرتبة الأولى في أشكال الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية للصحف المصرية.

وقد استخدم موقع الرسالة تخطيط الرسوم التوضيحية والعلاقات بشكل أكثر، فيما استخدم موقع صفا تخطيط الرسوم التوضيحية والقوائم بشكل أكثر، وهذا يعود لطبيعة العناصر التي يتم عرضها في الإنفوجرافيك، فالرسوم التوضيحية في جائحة كورونا تكون هي الأنسب في غالب الأوقات.

9.3 اتجاه تصميم الإنفوجرافيك

الجدول 9: اتجاه تصميم الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في موقعي

الدراسة

الاتجاه العام	الرسالة نت		صفا		الموقع	
	ك	%	ك	%	ك	الاتجاه
طولي	62	100	22	92	84	97.5
مربع	0	0	2	8	2	2.5
المجموع	62	100	24	100	86	100

تظهر النتائج السابقة بوضوح أن موقعي الدراسة استخدمتا الاتجاه الطولي في عرض موضوعات الإنفوجرافيك الخاصة بجائحة كورونا في الترتيب الأول بنسبة 97.5%. إلا أن موقع صفا استخدم إلى جانبه الشكل المربع بنسبة صغيرة، فيما اقتصر موقع الرسالة نت على الاتجاه الطولي حصراً، وتتشابه هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الربيعي والفيصل، 2019، 163) التي كان فيها الاتجاه الطولي هو المسيطر في مواقع الدراسة.

وتختلف عن نتائج دراسة (عصافرة، 2019، 98) حيث حل في المرتبة الأولى لموقع الرسالة نت الاتجاه العرضي فيما جاء الاتجاه الطولي في المرتبة الثالثة فقط، وتختلف عن دراسة (بركع، 2021، 246) حيث احتل الاتجاه العرضي المرتبة الأولى في المواقع الإخبارية العراقية، وعن دراسة (زناتي، 2020، 2333) التي جاء فيها الإنفوجرافيك بالشكل العرضي بنسبة 98.3%. كما تختلف عن نتائج دراسة (حسن، 2019، 251) التي جاء فيها الاتجاه الأفقي بنسبة 50.6%. ويشير الباحثان إلى أن السبب يعود لكون دراسة حسن أجريت على عينة من الصحف السعودية المطبوعة.

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا
 "لو قمنا بإلقاء نظرة سريعة على مجموعة من الإنفوجرافيك التي حققت رواجاً واسعاً على الإنترنت لوجدنا أن أغلبها تم تصميمه بصورة عمودية (طولي)، ويمكن القول بأن تصميم الإنفوجرافيك بصورة رأسية يعتبر من ضمن التوجهات العامة لدى المتخصصين في فن الإنفوجرافيك، وهي تشكل النسبة الأكثر كماً والأكثر انتشاراً" (أكاديمية حاسوب، 2021).

ويميل معظم مصممي الإنفوجرافيك إلى استخدام الاتجاه الطولي كونه الأكثر مرونة في العرض في جميع الأجهزة التي من الممكن أن يستخدمها الجمهور مثل الآيباد والجوال، بالإضافة الى أجهزة اللاب توب والأجهزة العادية.

10.3 عدد ألوان تصميم الإنفوجرافيك

الجدول 10: عدد ألوان تصميم الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في

موقعي الدراسة

الموقع		الرسالة نت		صفا		الاتجاه العام	
عدد الألوان		ك	%	ك	%	ك	%
أكثر من أربعة ألوان		45	72.5	6	25	51	59.5
3-4 ألوان		11	18	10	42	21	24.5
أقل من 3 ألوان		6	9.5	8	33	14	16
المجموع		62	100	24	100	86	100

تشير بيانات الجدول السابق أن موقعي الدراسة استخدموا ألوان في تصميم الإنفوجرافيك بألوان بدرجات متفاوتة، وقد كان استخدام أكثر من أربعة ألوان في المرتبة الأولى بنسبة 59.5%، وجاء أولاً في موقع الرسالة نت بنسبة عالية جداً هي 72.5%، وبنسبة 51% في موقع صفا، وفي المرتبة الثانية من 3-

4 ألوان في كلا الموقعين، وأخيراً حصل أقل من 3 ألوان على أقل النسب في كلا الموقعين بنسبة 16%.

تشابه هذه النتيجة مع نتائج دراسة (جمعة، 2017، 79) التي استخدمت فيها الصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية أكثر من 4 ألوان في رسوم الإنفوجرافيك بنسبة 66.4%، ومع نتائج دراسة (شحاتة، 2018، 590) حيث جاءت 4 ألوان فأكثر بنسبة 50% في مواقع الصحف المصرية، وأيضاً دراسة (أحمد، 2020، 419) حيث تصدرت 4 ألوان فأكثر الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في الصحف الإلكترونية العربية بنسبة 35.5%.

ويساعد استخدام كلا الموقعين في رسوم الإنفوجرافيك الخاصة بجائحة كورونا لأكثر من أربعة ألوان على إبراز الجمالية والوضوح في التصميم، حيث يعتمد الإنفوجرافيك على مجموعة من العناصر والبيانات والمعلومات التي يسهل توضيحها من خلال الألوان المختلفة، بالإضافة الى لمسة الجمال التي يتركها مزج الألوان.

ومن المعلوم أن التصميم يمر بعدة مراحل من أهمها مرحلة تناسق الألوان، فهي من أهم العناصر التي تجذب المستخدم والقارئ، وتساهم في انجاح التصميم، والتأثير على الحالة المزاجية للمستخدم، وإيصال الرسالة بصورة أكثر فاعلية، وبالتالي استخدام المصمم للألوان يرجع الى الجمهور المستهدف والغرض من التصميم والفئة العمرية التي يخاطبها، "والألوان من أهم العناصر التي تجعل الإنفوجرافيك ملحوظاً للجمهور" (Siricharoen, & Siricharoen, 2015، 560).

11.3 عناصر تصميم الإنفوجرافيك

الجدول 11: عناصر تصميم الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في موقعي

الدراسة

الموقع		الرسالة نت		صفا		الاتجاه العام	
عناصر التصميم		ك	%	ك	%	ك	%
كلمات		62	31	24	46	86	34
صور		51	25	14	27	65	25.5
أرقام		47	23	10	19.5	57	22
أشكال غير منتظمة		27	13	3	5.5	30	12
الأسهم		15	7.5	1	2	16	6
مخطط بياني		1	0.5	0	0	1	0.5
المجموع		203	100	52	100	255	100

تشير نتائج الجدول السابق إلى حرص موقعي الدراسة على استخدام العناصر المرئية والمقروءة كافة في بناء تصاميم الإنفوجرافيك وإن تفاوتت في الاستخدام، يذكر أن المجموع في الجدول السابق لا يساوي عدد رسوم الإنفوجرافيك التي تم تحليلها بسبب إمكانية وجود أكثر من عنصر في الإنفوجرافيك الواحد.

وقد تصدرت الكلمات عناصر تصميم الإنفوجرافيك في موقعي الدراسة بالترتيب الأول بنسبة 34%، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (عصافرة، 2019، 106)، فيما حلت الصور بنسبة 25.5% في موقعي الدراسة، والأرقام في الترتيب الثالث بنسبة 22%، وكان أقل العناصر استخداماً هو المخطط البياني.

وفي موقع صفا حصلت الكلمات على أعلى نسبة 46%، تلاها الصور والأرقام بنسب متقاربة، فيما جاءت الكلمات في المرتبة الأولى في موقع الرسالة نت أيضاً بنسبة 31%، تلاها بنسب قريبة الصور والأرقام.

12.3 أسس تصميم الإنفوجرافيك

الجدول 12: أسس تصميم الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا في موقعي الدراسة

الموقع		الرسالة نت		صفا		الاتجاه العام	
أسس التصميم		ك	%	ك	%	ك	%
الوحدة		62	100	24	100	86	100
الاتزان		62	100	24	100	86	100
الإيقاع		62	100	24	100	86	100
		ن=62		ن=24		ن=86	

تشير بيانات الجدول السابق إلى توافر جميع الأسس الفنية للتصميم وهي الوحدة والاتزان والإيقاع في جميع تصاميم الإنفوجرافيك الخاصة بجائحة كورونا في موقعي الدراسة، وهو ما يحسب لموقعي الدراسة الذين حرصا على توافر الأسس المطلوب توافرها في تصميم الإنفوجرافيك التي تجذب القارئ والمتابع، فهي تتعامل مع مجموعة من العناصر المرئية والمقروءة ومزيج من الألوان والرسوم التي تضيفي على التصميم الاتزان والوحدة في جميع العناصر حيث أن موقعي الدراسة أتقنا هذه العناصر وهذا يرجع الى دراية وعلم المصمم واستخدام البرامج الخاصة بذلك.

تطابقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (عصافرة، 2019، 110-113) والتي ثبت فيها أن موقع الرسالة نت ملتزم بأسس التصميم مثل الوحدة والاتزان والإيقاع في رسوم الإنفوجرافيك بنسبة 100%، ومع نتائج دراسة (شحاتة،

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا
2018، 590) التي جاء فيها أن مواقع الصحف المصرية التزمت بمبادئ وأسس
التصميم في الإنفوجرافيك بنسبة 97.4%، كما تشابهت مع نتائج دراسة (زناتي،
2020، 2338) التي أكدت التزام رسوم الإنفوجرافيك الخاصة بجائحة كورونا
بأسس ومبادئ التصميم بنسبة 97.2%.

4. خاتمة

1.4 خلاصة نتائج الدراسة واستنتاجات حولها

تبين أن اهتمام موقعي الدراسة برسوم الإنفوجرافيك الخاصة بجائحة
كورونا كان متوسطاً حيث وصلت إلى 86 رسماً، وتوقع موقع الرسالة نت في عدد
الرسوم بشكل كبير، ويتضح أن الموقعين خصصا مصمم لرسوم الإنفوجرافيك،
كما تصدر موضوع التوعية والإرشاد موضوعات الإنفوجرافيك في موقعي الدراسة
بنسبة 42%، وتركز اهتمام موقع الرسالة نت بعد هذا الموضوع بالإحصائيات
والأرقام العالمية، وموقع صفا بإحصائيات الإصابة في فلسطين.
وقد ركز موقعاً الدراسة على النطاق الجغرافي المحلي في رسوم
الإنفوجرافيك بنسبة 60.5%، وظهر ذلك بوضوح في موقع صفا، فيما تساوى
الإعلام والتوعية في أهداف نشر الإنفوجرافيك في موقعي الدراسة بنسبة 48%،
وتفاوت ترتيبهما في الموقعين.

اهتم موقعاً الدراسة بدمج عناصر الإنفوجرافيك البصرية والمقروءة معاً
بنسبة عالية وصلت إلى 98%، وتصدرت الإحصائيات في عرض معلومات
الإنفوجرافيك في موقعي الدراسة بالترتيب الأول بنسبة 31.5%، فيما جاءت
الإجراءات في الترتيب الثاني بنسبة 28%، واختلف الترتيب بين الموقعين، حيث
ركز موقع صفا أولاً على الإجراءات، فيما ركز موقع الرسالة نت على الإحصائيات.

وقد تميز موقعاً الدراسة في توثيق معلومات الإنفوجرافيك الخاص
بجائحة كورونا بشكل شبه كامل، حيث وثق الموقعان عنوان التصميم، ومصدر

المعلومات، وسنة النشر، ومعلومات الناشر بنسبة 100%، فيما أهمل موقع صفا توثيق اسم المصمم على الإنفوجرافيك.

واستخدم موقعاً الدراسة الرسوم التوضيحية في مقدمة عناصر تخطيط الإنفوجرافيك بنسبة 27%، فيما تفاوتت بقية العناصر مثل القوائم، والعلاقات، وتدرج العمليات، واستخدم الموقعان الألوان في تصميم الإنفوجرافيك بألوان بدرجات متفاوتة، وكانت الغلبة لاستخدام أكثر من أربعة ألوان بنسبة 59.5%، وخالف موقع صفا هذا في تصدر 3-4 ألوان، واتضح توافر أسس التصميم مثل الوحدة والاتزان والإيقاع في جميع تصاميم الإنفوجرافيك في موقعي الدراسة.

2.4 مقترحات الدراسة

بناءً على النتائج التي توصل لها الباحثان، يمكن الخروج بمجموعة من المقترحات لزيادة تأثير ودور الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية، وهي:

- زيادة الاهتمام بفن الإنفوجرافيك من خلال زيادة الرسوم وتنوعها في القضايا المختلفة وبالذات في موقع صفا.
- التنوع في أهداف نشر الإنفوجرافيك من التوعية والإرشاد، والإعلام، والإقناع، وإثارة التساؤل.
- زيادة الاستفادة من قدرة الإنفوجرافيك في عرض المعلومات المتنوعة مثل الإحصائيات، والإجراءات، والأفكار، والعلاقات، وغيرها.
- المحافظة على توثيق معلومات الإنفوجرافيك الخاص، مثل عنوان التصميم، ومصدر المعلومات، وسنة النشر، ومعلومات الناشر، واسم المصمم.
- التنوع في عناصر تخطيط الإنفوجرافيك مثل الرسوم التوضيحية، والقوائم، والعلاقات، وتدرج العمليات.
- الاتزان في توظيف الألوان وعدم المبالغة في استخدامها خصوصاً مع العناوين والعناصر المنفردة.

5. قائمة المراجع:

1.5 المراجع العربية

الربيعي، يبرق. والفيصل، عبد الأمير. (2019). التوظيف الصحفي للإنفوجرافيك في المواقع الاخبارية بحث مستل من اطروحة دكتوراه. مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 43، 149-168.

الدلو، جواد. (2018). الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، مجلد 26، عدد 2، 1-27.

مكاوي، حسن. والسيد، ليلي. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

ناظم، رشا. (2021). الاستمالات المستخدمة في منشورات الإنفوجرافيك حول جائحة كورونا: دراسة تحليلية لصفحة وزارة الصحة العراقية على موقع فيسبوك، مجلة آداب الفراهيدي، المجلد 13 العدد 46، أكتوبر، 300-323
زناتي، ريم. (2020). توظيف الإنفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" دراسة حالة على موضوع فيروس كورونا "Covid-19" المستجد، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 55 ج 4، أكتوبر، 2307-2378

شحاتة، سالي. (2018). معالجة الإنفوجرافيك للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف القومية اليومية. مجلة البحوث الإعلامية، العدد 50، ج2، 563-600.

الغريب، سعيد. (2017). استخدام فن الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية المصرية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 16، العدد 2، 1-50.

حسين، سمير. (2006). *دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام*، ط 1، القاهرة: عالم الكتب.

محمود، سمير. (2020). *توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية*، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 54 ج 4، يوليو، 2755-2834

حسن، صالح. (2019). *دور الإنفوجرافيك في تطوير المضامين الصحفية والرؤى الاخراجية*. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 68، 231-261.

لبد، عبير. (2018). *استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك دراسة تحليلية مقارنة*، *المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح*، مجلد 2، عدد 12، 11-20.

جمعة، علي. (2017). *معالجة إنفوجرافيك الصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها دراسة-تطبيقية*، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 48 جزء 1، 59-104.

عصافرة، علي. (2019). *واقع الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية والمصرية*، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة: الجامعة الإسلامية بغزة.

أحمد، محمد. (2020). *توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا المستجد (كوفيد 19)*، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، العدد 29 ج 2، أكتوبر، 379-428

عبد الحميد، محمد. (1998). *بحوث الصحافة*، ط 3، القاهرة: عالم الكتب.

عبد الحميد، محمد. (2004). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*، ط 3، القاهرة: عالم الكتب.

هيكليّة الإنفوجرافيك والتعامل مع مكوناته الأساسية. (2021). موقع أكاديمية حاسوب <https://cutt.us/U5BM8>، تاريخ الزيارة 2021/5/22م.

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا
بركع، وفاق. (2021). وظيفة الانفوجرافيك في تقديم المحتوى الإعلامي عبر
صفحات المواقع الإخبارية العراقية، *المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*،
عدد 22، 237-253.

2.5 المراجع الأجنبية

Bekhit, E. (2009). Infographics in the United Arab Emirates newspapers. *Journalism*, 10(4), 492-508.

Delicado, A., & Rowland, J. (2021). Visual representations of science in a pandemic: COVID-19 in images. *Frontiers in Communication*, 6.

Desai, A., Nouvellet, P., Bhatia, S., Cori, A., & Lassmann, B. (2021). Data Journalism and the COVID-19 Pandemic: Opportunities and Challenges. *The Lancet Digital Health*, 3(10), e619-e621.

Jacob, R. (2020). Visualising Global Pandemic: A Content Analysis of Infographics on Covid-19. *Journal of Content, Community & Communication*, 11(6), 116-123.

Li, N., & Molder, A. L. (2021). Can Scientists Use Simple Infographics to Convince? Effects of the “Flatten the Curve” Charts on Perceptions of and Behavioral Intentions Toward Social Distancing Measures during the COVID-19 Pandemic. *Public Understanding of Science*, 30(7), 898-912.

Martinrey, G. S., & Martinez, S. A. (2020). Content Analysis of the Spanish Press about the Use of the Resource of Infographics to Report Information Regarding the Global Health Crisis Originated by COVID-19. *Revista de Comunicacion y Salud*, 185-210.

Pandya, M. (2021). *A Comparative Visual Content Analysis of the CDC and WHO COVID-19 Infographics*, Master Thesis, (Missouri University of Science and Technology.(

Siricharoen, W., & Siricharoen, N. (2015, May). How infographic should be evaluated. In *Proceedings of the 7th International Conference on Information Technology (ICIT 2015)*, 558-564.

Smiciklas, M. (2012). *The power of infographics: Using pictures to communicate and connect with your audiences*. Que Publishing.

Suri, C. S. (2020). Analysis of 'Infographics-About Covid-19' Published in Four National Dailies of India. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(6), 1985-2002.