

# استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأزمات الاقتصادية وعلاقته بمستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية

د. دعاء عبدالله محمد سالم\*

## ملخص الدراسة:

هدف البحث إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك أثناء الأزمات الاقتصادية وتأثير ذلك على مستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لديهم، وذلك من خلال الكشف عن حجم تعرض الجمهور المصري لمواقع الصحف الإلكترونية ومدى تعرضهم لها أثناء الأزمات الاقتصادية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني، واستخدمت في ذلك استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطُبقت الدراسة التحليلية على عينة من مواقع الصحف الإلكترونية التي تستخدم الإنفوجرافيك وتتناول الأزمات الاقتصادية وهما صحيفتي (اليوم السابع - الأهرام)، كما طبقت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها (٦٢٥) مفردة من الجمهور المصري، أظهرت نتائج الدراسة التحليلية والميدانية أن أزمة روسيا وأوكرانيا على الاقتصاد المحلي والعالم احتلت الصدارة كأكثر الأزمات الاقتصادية تناولاً على صفحات الصحف الإلكترونية، كما أثبتت نتائج الفروض أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض الباحثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى قلق المستقبل لديهم، أي أنه كلما زادت درجة تعرض الباحثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تزداد بالتالي درجة قلق المستقبل الناتجة عن هذا التعرض.

**الكلمات المفتاحية:** الإنفوجرافيك- الأزمات الاقتصادية- الصحف الإلكترونية - قلق المستقبل - الخوف الاجتماعي.

\* مدرس بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.

## Use of an infographic online newspaper in dealing with economic crisis and its relation with the level of future anxiety and social phobia of Egyptian public - Field and analytical study

### Abstract:

The research aims to know the relation between the uses of infographic electronic journalism during economic crisis and its effect on the level of future anxiety and social phobia through the detection of exposure size of Egyptian people to electronic journalism sites and how their exposure during economic crisis. This study Belongs to descriptive studies and the researcher used sample survey method and she used content analysis from electronics survey from as tool to collect the required data, the analytical study applied to a sample of electronics online newspaper that uses the info graphic and deal with economic crisis that include(youm7-Al-ahram). The field study applied to random sample of (625) Egyptian people. The results of these analytical and field studies clarify that (Russia-Ukraine) crisis on local and global economy as the top of most electronic journalism. The Hypothesis results proved that there are positive correlation and statistical function between the level of infographic researcher exposure economics crisis at electronic journalism and their future anxiety level. That mean if the degree of infographic researcher exposure to follow economic crisis increases at online electronic newspaper the degree of future anxiety increases.

**keywords:** Infographic- economic crisis- electronic newspaper- future anxiety- social phobia

## مقدمة:

أصبحت وسائل الإعلام الرقمية محور الحياة المعاصرة، حيث فرضت تلك البيئة الرقمية الجديدة واقعاً مختلفاً على المستوى الثقافي والفكري والإعلامي والتقني، مما كان له الأثر الأكبر في مجازاة الجماهير العريضة لهذا الركب التكنولوجي الهائل، وباعتبار أن مواقع الصحف الإلكترونية وما تبثه من صور وفيديوهات ومواد مكتوبة من أهم المصادر للحصول على المعلومات، فثمة أفراد يعتمدون عليها بشكلٍ كبيرٍ في استقاء المعلومات وبخاصة في أوقات انتشار الأزمات.

وهنا يمكن القول أن الصحافة الإلكترونية استمدت هذا الحضور القوي في ظل المد المتصاعد للوسائل الإعلامية بكل أشكالها من خصائصها وسماتها التي جعلتها تتميز عن الوسائل الإعلامية الأخرى، ولاسيما سمات السرعة والآنية في نقل الخبر، والجرأة في تناول الأحداث بفضل هامش الحرية الكبير الذي تتمتع به وإمكانية مزجها عدة قوالب صحفية وعدة وسائط في نفس الوقت، وهو ما يعرف بخاصية الملتيميديا التي تمكنها من تدعيم نصوصها ومقالاتها بالصوت والصورة؛ الأمر الذي يمنحها مزيداً من المصداقية، فليس هناك ما هو أصدق وأبلغ من الصورة.<sup>(١)</sup>

ويعد الانفوجراف أحد المستحدثات التكنولوجية التي طرأت وبخاصة على الصحف الإلكترونية، حيث يقوم الانفوجراف بتحويل البيانات إلى معلومات ونقل الأفكار بطريقة تجذب الانتباه بدلاً من استخدام كلمات فقط، وتحويل المعاني والأرقام والكلمات 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 بطريقة مرئية واضحة<sup>(٢)</sup>، الأمر الذي جعل القارئ يقبل على متابعة الصحف الإلكترونية بسهولة ويسر الحصول على المعلومات وبخاصة عندما يكون في احتياج لمثل هذه المعلومة التي قد توضح الصورة الحقيقية وتعكس الرؤية السليمة جراء انتشار بعض الأحداث والقضايا وأزمات في أوقاتٍ ما.

ومما لا شك فيه أن العالم أجمع أصبح يواجه مجموعة من الأزمات الاقتصادية العالمية التي نادراً ما شهد مثلها من قبل، ومما زاد الأمر تعقيداً هو الحرب الروسية الأوكرانية كأحد التغييرات الطارئة التي حدثت في شهر فبراير لعام ٢٠٢٢ م، وما ترتب على تلك الحرب من تداعيات على كافة الأصعدة المختلفة، ومن الملحوظ أن التدهور الاقتصادي الذي يحدث جراء انتشار الأزمات عادةً ما يُصاحبه الكثير من المخاوف والقلق والتوتر لدى الجمهور، حيث إنهم دائماً في ترقب مستمر لتقييم الوضع في هذا الوقت الذي تنتشر فيه مثل هذه الأزمات.

وهنا تظهر جلياً ضرورة بث الطمأنينة والارتياح والابتعاد عن مسببات قلق المستقبل والتوتر والخوف الذي يعترى أفراد المجتمع أثناء حدوث الأزمات على اختلاف أنواعها وبخاصة الأزمات الاقتصادية التي قد تتعرض لها المجتمعات باستمرار جراء تفاقم الأحداث والأوبئة والحروب وغيرها، وهنا كان لابد لوسائل الإعلام - المسموعة والمرئية والمقروءة

والرقمية منها – أن تقوم بالدور الكافي لتنوير الجمهور وإمداده بالقدر الكافي من المعلومات بما يُساعده على فهم الأوضاع الاقتصادية الحالية التي تمر بها الدول، ولهذا جاءت الحاجة إلى هذه الدراسة بقصد الوقوف على العلاقة بين استخدام مواقع الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأزمات الاقتصادية ومستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري.

### مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

وفقاً لحقيقة علمية مفادها أن الملاحظة من أهم المصادر لتحديد المشكلة البحثية بدقة، لذلك يمكن القول أن الباحثة خلال مجاراتها للأحداث الجارية وجدت أن هناك العديد من الأزمات الاقتصادية خصوصاً جراء انتشار أزمة روسيا وأوكرانيا باعتبارها أزمة عالمية ترتب عليها العديد من الأزمات وبخاصة الاقتصادية منها، ومن الواضح جلياً أنه خلال الأزمات الاقتصادية يميل الجمهور إلى الوسائل الإعلامية المختلفة لاستقاء المعلومات، وباعتبار الصحف الإلكترونية من أهم الوسائل الإعلامية الرقمية المقروءة التي يعتمد عليها الجمهور كان من الطبيعي أن تعتمد الباحثة على مواقع الصحف الإلكترونية للوقوف على دورها في معالجة الأزمات الاقتصادية المنتشرة ليس ذلك فحسب بل لمعرفة توجهات الجمهور المصري تجاه ما ينشر في مواقع الصحف الإلكترونية من معلومات قد تُسهم بدورها في تحديد مستوى القلق لدى هذه العينة، وبخاصة أنه جراء انتشار الأزمات الاقتصادية قد يشعر الجمهور بنوع من القلق والتوتر والحيرة تجاه ما سيحدث في المستقبل، وتعد الدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج وتوصيات هامة أحد المصادر المهمة لتحديد بلورة المشكلة البحثية، حيث لاحظت الباحثة أن الدراسات السابقة المتعلقة بالإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية أثناء الأزمات الاقتصادية وعلاقتها بمستوى قلق المستقبل غير كافية بالمكتبة العربية حسب اطلاع الباحثة، وهو الأمر الذي يعد في حد ذاته دافعاً لتسليط بؤرة الاهتمام على هذا الموضوع وتناوله بالبحث والدراسة، ومما يدعم إحساس الباحثة بمشكلة الدراسة أيضاً ما توصلت إليه الدراسة الاستطلاعية التحليلية التي أجرتها على عينة محدودة من الصحف المصرية الإلكترونية، وكذلك الدراسة الاستطلاعية الميدانية التي أجرتها على عينة من الجمهور المصري، حيث خلصت نتائج الأولى إلى اهتمام تلك الصحف الإلكترونية بمعالجة قضايا الأزمات الاقتصادية، في حين أكدت الثانية على تعرض الجمهور المصري على الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات الاقتصادية، ومن ثم يمكننا بلورة المشكلة البحثية في محاولة من الباحثة للإجابة عن التساؤل الرئيس التالي:

ما العلاقة بين استخدام الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية في معالجة الأزمات الاقتصادية ومستوى قلق المستقبل لدى الجمهور المصري؟

### ويتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية تتمثل في الآتي:

#### أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

- ١) ما نوع الإنفوجرافيك الذي تناول الأزمات الاقتصادية في المجتمع المصري على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام؟
- ٢) ما أشكال الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام؟
- ٣) ما العناصر المرئية بالإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية على مستوى كل من موقعي اليوم السابع والأهرام؟
- ٤) ما الفن الصحفي المصاحب للإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام؟
- ٥) ما موضوعات المواد المنشورة بالإنفوجرافيك وتناولت الأزمات الاقتصادية على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام؟
- ٦) ما وظيفة الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام؟
- ٧) ما أهداف الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية لدى عينة الدراسة؟
- ٨) ما نوعية المعالجة الخاصة بالإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام؟
- ٩) ما أساليب الإقناع المستخدمة في الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام؟

#### ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

- ١- ما حجم استخدام الجمهور المصري للصحف الإلكترونية؟
- ٢- ما حجم تعرض الجمهور المصري للأزمات الاقتصادية بمواقع الصحف الإلكترونية؟
- ٣- ما حجم تعرض الجمهور المصري للإنفوجرافيك أثناء الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية؟
- ٤- ما العلاقة بين حجم تعرض الجمهور المصري للإنفوجرافيك أثناء الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى قلق المستقبل لديهم؟
- ٥- ما العلاقة بين حجم تعرض الجمهور المصري للإنفوجرافيك أثناء الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى الخوف الاجتماعي لديهم؟

- ٦- ما العلاقة بين مصداقية مواقع الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية ومستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لديهم؟
- ٧- ما مستوى تفاعل الجمهور المصري مع الأخبار والمعلومات المنتشرة بمواقع الصحف الإلكترونية بشأن الأزمات الاقتصادية؟
- ٨- ما مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستويات تعرض الجمهور المصري للإنفوجرافيك أثناء الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية؟
- ٩- ما مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على كل من مستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى المبحوثين؟

#### أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة الحالية من خلال:

#### أ- الأهمية النظرية:

- ١) تكتسب هذه الدراسة أهمية من تناولها لتقنية حديثة ألا وهي "الإنفوجرافيك" التي أظهرتها تكنولوجيا المعلومات والتي تتفوق في عرض البيانات والمعلومات المعقدة من خلال تمثيلها في الرسوم، وهذا يتلاءم مع الأخبار الاقتصادية التي توصف بدسامتها للمعلومات مما يجعلها أكثر وضوحاً وأسهل فهماً.
- ٢) أهمية الفترة الحالية للدراسة حيث أن العالم كله يعيش أزمة اقتصادية خلفتها الحروب والتغيرات البيئية والتي لها دور كبير في إثارة الخوف والقلق بين المجتمع المصري بل والعالم كله لما هو قادم، واستمرار تعرض الجمهور للخوف والقلق يؤدي إلى إعاقة نشاطاته الاجتماعية، ومن ثم يؤثر عليه تأثيراً كبيراً على اتجاهه نحو المستقبل مما ينعكس سلبياً على المجتمع.
- ٣) كون هذه الدراسة – على حسب اطلاع الباحثة – من أوائل الدراسات التي استهدفت دراسة التعرض للأزمات الاقتصادية وعلاقتها بقلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري.

#### ب- الأهمية التطبيقية:

- ١) تحاول هذه الدراسة إعداد أدوات بحثية يمكن من خلالها توضيح كيفية توظيف مواقع الصحفية للإنفوجرافيك، مما قد يفيد المسؤولين نحو الاستخدام الإيجابي والفعال له في عرض الكثير من الموضوعات الأخرى.
- ٢) تسهم هذه الدراسة فيما تخرج به من نتائج تفيد المؤسسات المهتمة بعلاج الخوف والقلق عند الجمهور والتي من الممكن أن تؤثر على نظرتهم للمستقبل ومن ثم إمكانية وضع حلول لهذه الأزمات الاقتصادية.

٣) تفيد هذه الدراسة فيما تقدمه من توصيات في بناء برامج إرشادية وتوجيهية للجمهور، بهدف التخفيف عليه في ظل هذه الأزمات والعمل على توجيههم نحو الاستغلال والتخطيط الأمثل للموارد الحياتية المتاحة.

#### أهداف الدراسة:

التعرف على العلاقة بين استخدام الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية في معالجة الأزمات الاقتصادية ومستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري، ينبثق من هذا الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية تتمثل في:

#### أولاً: أهداف الدراسة التحليلية:

تسعى الدراسة التحليلية إلى تحقيق هدف رئيس وهو "رصد وتحليل الإنفوجرافات التي نشرتها المواقع الإلكترونية للصحف المصرية من حيث (الشكل، المضمون) وذلك بالتطبيق على موقعي اليوم السابع، والأهرام"، وينبثق من هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية يُمكن إجمالها على النحو التالي:

- ١- التعرف على خصائص الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية بالمجتمع المصري من حيث التوزيع والشكل على مستوى كل من موقعي اليوم السابع والأهرام.
- ٢- رصد طبيعة موضوعات الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية.
- ٣- تحديد أهداف معالجة موضوعات الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية ووظيفتها وعلى مستوى كل من موقعي اليوم السابع والأهرام.
- ٤- الكشف عن طبيعة معالجة الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية وعلى مستوى كل من موقعي اليوم السابع والأهرام.

#### ثانياً: أهداف الدراسة الميدانية:

- ١- التعرف على حجم استخدام الجمهور المصري لمواقع الصحف الإلكترونية.
- ٢- الوقوف على حجم تعرض الجمهور المصري للأزمات الاقتصادية بمواقع الصحف الإلكترونية.
- ٣- التعرف على حجم تعرض الجمهور المصري للإنفوجرافيك المنشور عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
- ٤- رصد العلاقة بين حجم تعرض الجمهور المصري للإنفوجرافيك المتعلق بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لديهم.
- ٥- دراسة العلاقة بين مصداقية مواقع الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية ومستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لديهم.
- ٦- الكشف عن مستوى تفاعل الجمهور المصري مع الإنفوجرافيك المنشور بمواقع الصحف الإلكترونية بشأن الأزمات الاقتصادية

٧- قياس مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على كل من مستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى المبحوثين.

**مصطلحات الدراسة:**

– **الإنفوجرافيك (Infographic).**

ويُقصد به "معلومات على هيئة صور ورسومات مدعمة بالنصوص في شكل جرافيكي منظم لتسهيل فهم المضمون للقراء أو تلبية احتياجاتهم الاستيعابية"<sup>(٣)</sup>.

**وتُعرف الباحثة الإنفوجرافيك إجرائياً بأنه:** (تمثيل للمعلومات والبيانات ذات الصلة بموضوع معين ووضعها في شكل صور ورسوم بيانية وجداول بسيطة بطريقة يمكن فهمها بشكل أيسر وأبسط مع مراعاة جذب انتباه القراء).

– **الصحف الإلكترونية (Electornic Journalism).**

ويُقصد بها "الصحف التي يتم إصدارها سواء كانت إصداراً إلكترونياً لصحيفة ورقية أو كانت تصدر إلكترونياً فقط وتقدم كل ما تقدمه الصحف المطبوعة بالإضافة إلى الإمكانيات الأخرى التي تتيحها للقارئ"<sup>(٤)</sup>.

**وتُعرف الباحثة الصحف الإلكترونية إجرائياً بأنها:** (منشور إلكتروني دوري يعتمد في محتواه على نشر الأخبار والأحداث الجارية المتعلقة بالموضوعات المختلفة، وتتميز هذه الصحف بكونها تتيح للقارئ تصفحها واستدعائها والبحث في محتوياتها وحفظ المادة التي يريدها واستدعائها في الوقت الذي يلائمه).

– **الأزمات الاقتصادية (Economic Crises).**

"هي حالة من الصعوبة تمر بها بلد أو مجتمع أو دول نتيجة حالة غير اعتيادية من التطورات غير المتوقعة في تشغيل النظام المالي ومكوناته مما يؤثر في الحالة الاقتصادية بشكل سلبي"<sup>(٥)</sup>.

**وتُعرف الباحثة الأزمات الاقتصادية إجرائياً بأنها:** (فترات صعبة وحرجة تمر بها المجتمعات في وقتٍ معين، وتعد بمثابة خلل يطرأ على تلك المجتمعات بشكل فجائي، وينشأ عنه مجموعة من الاضطرابات والتهديدات التي قد تحدث لدى الأفراد مثل الشعور بالخوف والفرع والقلق بشأن التفكير في المستقبل).

– **قلق المستقبل (Future Anxiety).**

"هو حالة من انعدام الخوف والتوتر الذي ينشأ من الأفكار حول التغيرات غير المرغوب فيها في المستقبل، وفي أشد حالات القلق قد يشعر الشخص الذي يعاني من القلق بأنه مهدد بشئ ما ليس حقيقياً سيحدث"<sup>(٦)</sup>.



وتُعرف الباحثة **قلق المستقبل إجرائياً** بأنه: حالة من الشعور بالخوف والاضطراب وعدم الاستقرار وانعدام الأمن النفسي يحدث نتيجة التفكير بشأن المستقبل ومما تخفيه الأيام المقبلة ويكون مقتصر على فترات زمنية محددة وخاصة فترات حدوث الأزمات. ويُقاس **قلق المستقبل إجرائياً** من خلال الدرجة التي يحصل عليها المبحوث بعد إجابته على مقياس قلق المستقبل.

#### – الخوف الاجتماعي (Social Phobia)

"هو حالة من الخوف الشديد لسبب معين يكون فيها الشعور أكثر بكثير من السبب الداعي له، ويقترن الشعور بالخوف عادة بالرغبة في الهروب بعيداً عن السبب"<sup>(٧)</sup>. وتُعرف الباحثة **الخوف الاجتماعي إجرائياً** بأنه: "حالة من الاضطراب النفسي يلزم الشخص المصاب به من خوف شديد غير طبيعي يحدث نتيجة التعرض لمواقف أو أحداث أو أزمات في بيئة ما. ويقاس الخوف الاجتماعي إجرائياً من خلال الدرجة التي يحصل عليها المبحوث بعد إجابته على مقياس الخوف الاجتماعي.

#### – الجمهور المصري (The Egyptian Public).

وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه عينة من أفراد المجتمع المصري المستخدمين لمواقع الصحف الإلكترونية.

**حدود الدراسة:** وتتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:

١. **حدود موضوعية:** حددت الباحثة موضوع دراستها في دراسة استخدام الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية في معالجة الأزمات الاقتصادية وعلاقته بمستوى قلق المستقبل لدى الجمهور المصري.
٢. **حدود مكانية:** تتمثل حدود الدراسة المكانية في عينة من جمهور المجتمع المصري.
٣. **حدود بشرية:** اقتصرت الدراسة على عينة من جمهور المجتمع المصري، ويرجع اختيار الجمهور العام دون تحديد فئة محددة منه، وذلك لأن فئات المجتمع جميعاً حريصه على متابعة الصحف الإلكترونية وبخاصة في أوقات الأزمات الاقتصادية.
٤. **حدود وثائقية:** تتمثل حدود الدراسة الوثائقية في عينة من الصحف الإلكترونية المصرية المتمثلة في موقعي صحيفتي (اليوم السابع – الأهرام).

#### الدراسات السابقة:

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يُسهم إيجابياً في بلورة المشكلة بشكلٍ دقيقٍ وكذلك البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة الحالية، وفي هذا

الصدد هناك عدة دراسات تكاد تقترب من موضوع الدراسة الحالية، وتم تقسيم هذه الدراسات إلى محورين وهما: **المحور الأول**: دراسات تتعلق بالتناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية، **المحور الثاني**: دراسات تتعلق بقلق المستقبل والخوف الاجتماعي، وفيما يلي عرض لهذه الدراسات حسب ترتيبها الزمني من الأقدم إلى الأحدث:

### **أولاً: دراسات المحور الأول والتي تتعلق بالتناول الإعلامي للأزمات:**

تنوعت الدراسات التي تناولت موضوعات الأزمات عبر وسائل الإعلام، حيث تم تناول هذا الموضوع من زوايا مختلفة، حيث اهتمت بعض الدراسات بتناول انعكاسات استخدام المواقع الإلكترونية للإنفوجراف في أوقات انتشار الأزمات والقضايا والأحداث، في الوقت الذي سلط فيه آخرون الضوء اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الرقمية في أوقات الأزمات لتقييم الوضع الاقتصادي، بينما كشفت بعض الدراسات عن دور الإنفوجرافيك في زيادة الانقراطية للقضايا والأزمات، وأخيراً اختتمت الباحثة هذه المحور بتناول اعتماد الصحفيين على صحافة البيانات أثناء الأزمات. وكان من أبرز الدراسات الإعلامية التي سلطت الضوء على استخدام المواقع الإلكترونية للإنفوجراف في أوقات انتشار الأزمات والقضايا والأحداث هي دراسة علي حموده جمعه (٢٠١٧)<sup>(٨)</sup> والتي سعت إلى التعرف على معالجة إنفوجرافيك الصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة وعلاقته بمستوى المستخدمين لها، حيث وأسفرت نتائج الدراسة التحليلية عن أنه احتلت الموضوعات الأمنية الترتيب الأول بنسبة ١٨,٧% من نوعية الموضوعات التي يتم طرح الإنفوجرافيك من خلاله، في حين احتلت الموضوعات الصحية الترتيب الثاني، وجاء بالترتيب الثالث الموضوعات التوعوية، وأشارت أيضاً نتائج الدراسة الميدانية إلى أن الموضوعات الاقتصادية احتلت الترتيب الأول بنسبة بلغت ٢١,٢% في الموضوعات المطروحة، كما بينت النتائج الميدانية أيضاً أن الإنفوجرافيك التفاعلي احتل الترتيب الأول في مستوى التعرض لأنواع الإنفوجرافيك بنسبة ٥٣,٩%، وهذا ما أكدته نتائج دراسة هشام رشدي (٢٠١٨)<sup>(٩)</sup> والتي هدفت إلى اعتماد الجمهور المصري على مواقع الصحف الإلكترونية والحصول على المعلومات أوقات الأزمات، وتوصلت النتائج إلى أن أهم الصحف التي يعتمد عليها المبحوثون كمصدر للمعلومات عن الأزمات، حيث جاءت صحيفة اليوم السابع في الصدارة بنسبة ٧٦,٤٤%، جاء في الترتيب الثاني صحيفة الأهرام الإلكترونية بنسبة ٧٢,٦٧%، وكان من أبرز نتائج الدراسة أن أهم أخبار الأزمات التي قرأها المبحوثون في الصحف الإلكترونية، حيث جاء في الترتيب الأول ارتفاع الأسعار، وجاء في الترتيب الثاني قضايا الإرهاب، وجاء في الترتيب الثالث تعويم الجنية المصري بنسبة، وجاء في الترتيب الثامن والأخير تهريب السلع التموينية.

أما عن إدراك الجمهور للواقع نتيجة متابعة موضوعات الأزمات الاقتصادية بالصحف الإلكترونية قامت دراسة محمد سامي (٢٠١٨)<sup>(١٠)</sup> بالتعرف على تعرض المراهقين لفيدوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته ببناء تصوراتهم للواقع، وأشارت النتائج إلى أن الفيدوهات الخاصة (بارتفاع أسعار السلع والخدمات) جاءت في مقدمة الأزمات والقضايا الاقتصادية، يليها

قضية ارتفاع سعر الدولار، كما أثبتت النتائج أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين أسباب تعرض المراهقين لفيدوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية ومدى ادراكهم للواقع، في الوقت الذي استهدفت دراسة **Alyt Damstra et al (2018)** <sup>(11)</sup> البحث في تناول الإعلام للقضايا الاقتصادية من خلال إجراء دراسة مرجعية تضمنت مجموعة من الدراسات والبحوث السابقة التي تناولت رصد وتحليل العلاقة بين الأخبار الإعلامية والوضع الاقتصادي، وتأثيرات ذلك على تصورات الأفراد تجاه القضايا الاقتصادية، وأكدت نتائج الدراسة أن محتوى وسائل الإعلام ليس محايداً، لأن كل وسيلة إعلامية تمثل بناءً اجتماعياً، غالباً ما يكون ملوناً أيديولوجياً، كما أشارت الدراسة إلى تأثير الأخبار الاقتصادية على ثقة المستهلكين الذين يطلعون عليها من أجل إجراء تقييم لوضعهم المالي وحالة اقتصادهم الوطني، وتتفق هذه الدراسة مع ما جاءت به دراسة **Alyt Damstra and Mark Boukes (2018)** <sup>(12)</sup> والتي جاءت لتكشف عن العلاقة الثلاثية بين الوضع الاقتصادي والأخبار الاقتصادية والتصورات الاقتصادية العامة، من خلال رصد وتحليل تأثير الوضع الاقتصادي على الأخبار الاقتصادية في الصحف الهولندية، وأكدت نتائج الدراسة وجود تحيز سلبي كبير في التقارير الإخبارية الاقتصادية، حيث ارتبط مستوى الأداء الاقتصادي سلباً بحجم الأخبار، وتصدرت الحالات السلبية للاقتصاد عناوين الأخبار، وأوضحت النتائج أن تشكيل كل من التقييمات والتوقعات يتم من خلال التطورات الاقتصادية الحقيقية؛ فعندما يقوم الجمهور بتقييم الوضع الاقتصادي الذي كان قائماً في الماضي، تبرز أهمية تأثيرات مؤشرات النمو الحقيقي والتراجع الاقتصادي، كما تبدو أهمية الأخبار الاقتصادية للجمهور عند وضع التصورات المستقبلية.

وهنا يمكن القول أنه اتفقت نتائج دراسة **Alyt Damstra et al (2018)** مع نتائج دراسة **Alyt Damstra and Mark Boukes (2018)** حيث خلصت نتائج الأولى والثانية إلى أن تعرض الأفراد للأخبار الإعلامية بشأن الأزمات الاقتصادية يُساعد في تقييم الوضع الاقتصادي وبناء تصورات معينة عن الواقع، الأمر الذي يؤثر على النظرة المستقبلية للجمهور المتلقي للمعلومة.

هذا وقد جاءت دراسة **Chineme Carl Okafor (2019)** <sup>(13)</sup> لتسلط الضوء على استخدام الإنفوجرافيك في تغطية الأخبار الاقتصادية في نيجيريا، من خلال رصد مدى استخدام الصحف في نيجيريا للإنفوجرافيك في التقارير الإخبارية، وأكدت نتائج الدراسة أن (٦٤,٧١%) من الصحفيين عبروا عن اقتناعهم الشديد بفوائد استخدام الإنفوجرافيك في نشر التقارير الاقتصادية، في حين عبروا بنسبة (٣٥,٢٩%) عن استعدادهم لاستخدام الإنفوجرافيك، وأضافت النتائج أن نسبة الاستخدام الصحفي لمواد الإنفوجرافيك في مضامينها جاءت جيدة بصفة عامة؛ فحول الصحيفتين النيجيريتين المطبوعتين اللتين تمت دراستهما باستخدام أداة تحليل المحتوى، اتضح استخدام صحيفة **Business Day ٦٤٤** مادة إنفوجرافيك لتمثيل التوزيع والارتباط والترتيب والتغييرات بمرور الوقت، وهو ما جاء متفقاً مع صحيفة **Financial Times** البريطانية، في حين استخدمت صحيفة **The Daily**

The Trust مواد الإنفوجرافيك في ١٨٤ قصة خبرية، وهو ما جاء متسقاً مع صحيفة Guardian البريطانية.

**بينما هدفت دراسة<sup>(١٤)</sup> Dyah Gandasari and Diena Dwidienawati (2020)** إلى رصد وتحليل المضمون الخبري الذي تناولته وسائل الإعلام الإلكترونية حول الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية خلال فترة انتشار وباء كورونا، وأكدت نتائج الدراسة أن الوسيلة الإعلامية محل الدراسة قدمت ٥٢ موضوعاً اقتصادياً خلال هذه الفترة، حيث تضمنت هذه الموضوعات معدلات التبادل الاقتصادي، وإنتاج البترول والغاز الطبيعي، إلى جانب أعمال القطاع السياحي والزراعي، وأضافت النتائج أن الأخبار المتعلقة بالنقد الأجنبي، مثل الأسهم وأسعار الذهب، كانت الأكثر انتشاراً في الأخبار محل الدراسة، كما كانت الأخبار المتعلقة بالقضايا الاقتصادية مرتبطة بالحالة غير المستقرة للاقتصاد الإندونيسي.

**أما عن دور الإنفوجرافيك في زيادة الانقرائية، خلصت دراسة Ahmed Adel Abd El Fattah Mohamed (2020)<sup>(١٥)</sup>** إلى أن الإنفوجرافيك بما يتضمنه من الرسوم البيانية الديناميكية والتفاعلية أثبت قدرة عالية على تحفيز معالجة المعلومات التي تؤثر على فهم القضايا مقارنة بالعرض الثابت في محتوى القصص الإخبارية. وأضافت أن اختيار أنواع الإنفوجرافيك يتم بناءً على طبيعة المعلومات التي تعمل على تحسين التواصل مع المستخدمين من خلال الجمع بين العناصر المرئية ونصوص الأخبار لزيادة مستويات فهم القراء للقضايا الاقتصادية، واستيعاب الأفكار المعقدة، وتحقيق المعرفة الاقتصادية بتنسيق مرئي سهل وبسيط، الاقتصادية، في الوقت الذي سعت فيه دراسة سحر عبدالمنعم (٢٠٢٠)<sup>(١٦)</sup> للتعرف على دور الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية المحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية، وكان من أهم النتائج أنه جاء الإنفوجرافيك الثابت على رأس قائمة الأنواع الخاصة بالإنفوجرافيك ثم المتحرك وأخيراً التفاعلي من العينة في المواقع محل الدراسة، كما أشارت نتائج التحليل الكيفي إلى أن أكثر الموضوعات التي اهتمت بها مواقع الصحف عينة الدراسة هي الموضوعات الاقتصادية وهي الأخبار التي تتعلق بالحالة الاقتصادية داخل مصر وخارجها وكان معظمها يتعلق أيضاً بتداعيات فيروس كورونا على الاقتصاد سواء المحلي أو العالمي، وتأكيداً على زيادة الانقرائية باستخدام الإنفوجرافيك كشفت دراسة شيماء جمال الشناوي (٢٠٢١)<sup>(١٧)</sup> العلاقة بين توظيف الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأحداث الجارية ومستوي الانقرائية لدى الشباب، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن جاء الإنفوجرافيك الثابت في المقدمة، أما الإنفوجرافيك المتحرك فقد جاء في الترتيب الثاني، أما الإنفوجرافيك التفاعلي فقد جاء في الترتيب الثالث، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن المعلومات والحقائق جاءت في المقدمة كأحد العناصر المقررة للإنفوجرافيك وذلك بنسبة بلغت ٣٢,٠٣% واستكمالاً لتسليط مواقع الصحف الإلكترونية الضوء على الأزمات ركزت فيه دراسة راللا أحمد عبدالوهاب (٢٠٢١)<sup>(١٨)</sup> على الكشف عن مدى استخدام الانفوجراف في المواقع الإلكترونية المصرية في أوقات الأزمات، وتوصلت نتائج الدراسة التحليلية إلى أن أغلب المواقع الإلكترونية مالت إلى استخدام فن التقرير كفن مصاحب للإنفوجرافيك أكثر من الخبر الصحفي، وهذا ما حيث

بلغت نسبة التقارير المصاحبة للإنفوجرافيك (٧٨% - ٥٠% - ٤١,٨% - ١٣,٥% - ٦٧,٩) وذلك على التوالي لكل من موقع الأهرام واليوم السابع والدستور وفيتو والمصري اليوم، كما أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أنه فيما يتعلق بمكونات الإنفوجرافيك الأكثر جذباً بالنسبة للجمهور فقد حازت الصور على أعلى وزن نسبي، في حين هدفت دراسة مها طارق (٢٠٢٢)<sup>(١٩)</sup> إلى التعرف على مدى تأثير معالجة الصحف الإلكترونية للقضايا الاقتصادية في المجتمع المصري على اتجاهات الجمهور نحو أداء الحكومة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أسفرت نتائج الدراسة التحليلية عن أن قضية الوقود جاءت في الترتيب الأول من إجمالي عدد القضايا الاقتصادية، وذلك بنسبة بلغت ٢٩,٢٢%، في حين أكدت نتائج الدراسة الميدانية أنه تختلف درجة تعرض المبحوثين للصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة وصدق وموضوعية الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول القضايا الاقتصادية.

وأخيراً عن مدى اعتماد الصحفيين على صحافة البيانات كمصدر للأخبار والمعلومات أثناء الأزمات ومعرفة أسباب الاعتماد وأهم أنواع صحافة البيانات التي يعتمد عليها الصحفيين أثناء الأزمة خلصت نتائج دراسة خمائل زيدان خلف (٢٠٢٢)<sup>(٢٠)</sup> إلى أن جزء كبير من الصحفيين العراقيين يعتمدون على صحافة البيانات كمصدر للأخبار والمعلومات أثناء الأزمات وذلك بشكل دائم وكانت بنسبة ٥٣,٥%، كما أظهرت النتائج أن أبرز المعوقات والتحديات التي تواجه الصحفيين العراقيين في اعتمادهم على صحافة البيانات أثناء الأزمات هي عدم الخبرة في استخدام الإنترنت بنسبة ٣٠,٦% تلتها مجهولية المصادر لبعض البيانات.

### ثانياً: دراسات المحور الثاني والتي تتعلق بقلق المستقبل والخوف الاجتماعي:

#### أ- دراسات تتناول قلق المستقبل:

تعددت الدراسات التي تناولت قلق المستقبل من قبل الباحثين المهتمين بهذا المجال، فمنهم من ركز على مفهوم قلق المستقبل وآثاره المختلفة، ومنهم من أشار إلى تحديد مستوى القلق أثناء حدوث الأزمات، ومن أبرز الدراسات جاءت دراسة فرح زايد أبو نواس (٢٠١٨)<sup>(٢١)</sup> والتي هدفت إلى التعرف على مستوى قلق المستقبل لدى طلبة جامعة مؤته وعلاقته بالتفكير الفوضوي لديهم والتعرف على القدرة التنبؤية بقلق المستقبل بالتفكير الفوضوي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المستوى العام لقلق المستقبل لدى طلبة جامعة مؤته حسب تقديرات عينة الدراسة قد جاءت بمستوى متوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي العام ٢,٠٥٨ من ٣، وان المستوى العام للتفكير الفوضوي لدى عينة الدراسة جاءت بمستوى منخفض حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢,٣١٧ من ٥، وبينت أيضاً وجود علاقة طردية بين مستوى العام لقلق المستقبل لدى عينة الدراسة والتفكير الفوضوي لديهم، وعن تأثير القلق على تكوين نظرة مستقبلية انطلقت دراسة<sup>(٢٢)</sup> (I A Ralnikova & et al (2019) من أجل البحث في درجات القلق الاجتماعي بين الشباب والشابات وتأثير ذلك على نظرتهم لمستقبلهم وتصوراتهم تجاهه. واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة تتكون من ٩٠ شاباً وشابة ممن تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٢٠ عاماً، وأكدت نتائج الدراسة أن القلق

الاجتماعي في مرحلة المراهقة يعد عنصرًا نفسيًا مؤثرًا في تصميم صورة المستقبل الشخصي، كما ثبت ارتباط ارتفاع الشعور بالقلق الاجتماعي بالمثل العليا التي تستهدف إضفاء المثالية على المستقبل الشخصي، وأضافت النتائج أن المواقف تجاه المستقبل كانت إيجابية بالنسبة للشباب والشابات الذين يعانون من مستويات منخفضة ومتوسطة من القلق الاجتماعي، هذا في الوقت الذي كشفت فيه دراسة **محمد حسن على الأبيض (٢٠٢٠) (٢٣)** عن العلاقة بين إدمان الإنترنت وقلق المستقبل لدى عينة من الطلاب، وقد توصلت الدراسة إلى أن نسبة ٨٠% من الطلاب تروح مستوى ادمانهم على الإنترنت بين المتوسط والمنخفض ونسبة ٢٠% يعانون من ارتفاع مستوى إدمان الإنترنت لديهم، وأن هناك علاقة ارتباطية موجبة بين إدمان الإنترنت وقلق المستقبل لدى عينة الدراسة.

بينما استهدفت دراسة **Ola Al Hwayan (2020) (٢٤)** البحث في مستويات القلق المستقبلي لدى الطلاب السوريين اللاجئين في الصف العاشر في المدارس الحكومية في الأردن، وأكدت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى القلق المستقبلي لدى الطلاب، وأرجعت ذلك إلى الظروف القاسية والصعبة التي يعيشها اللاجئون، مثل العنف والقتل وفقدان العائلة والأصدقاء، والإجبار على الهجرة من الوطن، والعيش في مخيمات اللاجئين، كما أوضحت النتائج أن الحاجة إلى مغادرة المخيمات بحثًا عن حياة أفضل تعد تحديًا كبيرًا، وأن هذه التجارب مجتمعة تؤدي إلى عدم الاستقرار والخوف من الأحداث المستقبلية، كما خلصت دراسة **Alotaibi (2021) (٢٥)** إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث (لصالح الإناث) في مستوى البعد الاجتماعي للقلق المستقبلي، مع وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين القلق المستقبلي وبعض المتغيرات المتعلقة بالحرب والصراع (العيش في بيئة حرب - التعرض المباشر وغير المباشر للضرر). كما أوضحت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين من أقاموا ولم يقيموا في اليمن خلال فترة الحرب (لصالح من أقاموا فيها وقت الحروب) في مستوى القلق المستقبلي، وتتفق هذه النتائج مع ما جاءت به دراسة **Nasser Ali Al-& Mohammed Hasan Ali Al-Abyadh (2021) (٢٦)** والتي استهدفت التعرف على مستوى القلق المستقبلي لدى طلبة الجامعة في اليمن خلال فترة قيام حرب اليمن وانتشار وباء كورونا، حيث أكدت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى القلق المستقبلي لدى أفراد العينة، حيث ثبت ارتفاع مستوى شعورهم بالقلق تجاه بعض الحالات، منها الخوف من الفشل في الحياة الزوجية في المستقبل، والقلق بشأن تدهور الوضع الاقتصادي، وكذلك القلق بشأن تدهور العلاقات الاجتماعية بسبب انتشار وباء كورونا، وعدم الاطمئنان تجاه القدرة على تحقيق آمالهم، كما عبر المبحوثون عن ارتفاع شعورهم بالقلق تجاه مستقبلهم المهني، والشعور بالقلق تجاه المستقبل بسبب ارتفاع تكاليف المعيشة، وانخفاض قيمة العملة اليمنية.

في الوقت الذي استهدفت دراسة **إيمان محمد أحمد رشوان (٢٠٢٢) (٢٧)** قياس فعالية برنامج تدريبي قائم على التعلم المرن في تنمية مهارات إدارة الأزمات الأسرية وخفض القلق المستقبلي لدى الأزواج ذوي الإعاقة البصرية، وقد أسفرت نتائج البحث عن فعالية البرنامج التدريبي القائم على التعلم المرن في تنمية مهارات إدارة الأزمات الاقتصادية للأسرة



وخفض القلق المستقبلي لدى الأزواج ذوي الإعاقة البصرية، وقد أوصى البحث بتضمين مناهج الاقتصاد المنزلي/ التربية الأسرية بمدارس التربية الخاصة بموضوعات عن إدارة الأزمات الأسرية؛ للاستفادة منها في حياتهم المستقبلية لخفض مستوى قلق المستقبل، وإعداد برامج إرشادية للأزواج ذوي الإعاقة البصرية تبث من خلال التلفزيون والمواقع الإلكترونية توضح كيفية مواجهة الأزمات الأسرية والوقاية منها.

في الوقت الذي استهدفت فيه دراسة **خديجة محمد بدر الدين أحمد (٢٠٢٢) (٢٨)** التعرف على فاعلية برنامج لتنمية مهارات الدعم النفسي الاجتماعي الأولى خلال الأزمات وخفض مستوى قلق المستقبل لدى أطفال الروضة في ظل جائحة كورونا، وأشارت نتائج القياسات القبلي والبعدي والتتبعي لاختبار مهارات الدعم النفسي الاجتماعي خلال الأزمات إلى فاعلية البرنامج إلى تنمية مهارات الدعم النفسي الاجتماعي الأولى لدى أمهات أطفال الروضة، كما أسفرت نتائج مقياس قلق المستقبل وحجم الأثر الذي تراوح ما بين المتوسط والكبير إلى فاعلية واستمرارية أثر البرنامج في خفض حدة قلق المستقبل لدى الأمهات.

وعن الكشف عن العلاقة بين قلق المستقبل وجودة الحياة كشفت دراسة **ريم عطيه ربيع الفايدي (٢٠٢٢) (٢٩)** خلصت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية سالبة بين متغيري الدراسة قلق المستقبل وأبعاده والدرجة الكلية، وجودة الحياة وأبعاده والدرجة الكلية، كذلك وجود فروق دالة إحصائية وفقاً لمستوى الدخل بين متوسطي درجات العينة على الدرجة الكلية على مقياس قلق المستقبل وبعد النظرة التشاؤمية للمستقبل وبعد التفكير أو الانشغال الزائد في اتجاه منخفض الدخل.

#### ب: دراسات تتناول الخوف الاجتماعي:

تعددت الدراسات التي تناولت الخوف الاجتماعي من قبل الباحثين المهتمين بهذا المجال، فمنهم من ركز على دور وسائل الإعلام في صناعة الخوف لدى الجمهور، ومنهم من أشار إلى قياس الخوف الاجتماعي أثناء الأزمات، دور وسائل الإعلام في تشكيل الخوف **انطلقت دراسة Altheide (1999) (٣٠)** حيث اختبر الباحث الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الإخبارية في الترويج لأطروحات الرأي لفكرة الخوف وعدم الإحساس بالأمان من خلال تقديم نموذج يعتمد على الأشكال والأساليب الاقتصادية الحديثة في مجال إنتاج الأخبار. ويشير ديفيد الثايد من خلال دراسته للتقارير والبرامج الإخبارية التلفزيونية والصحفية، أن كلمة الخوف أو الخطر، أو عدم الأمان من المصطلحات الشائعة الواسعة الانتشار في الأخبار وخلال كافة أقسام الصحف أو عبر البرامج التلفزيونية المختلفة، حيث تسعى بشكل أو بآخر إلى التأثير في إحساس الجمهور بعدم الأمان والقلق، وتأكيداً لنتائج هذه الدراسة جاءت **حلمي ساري (٢٠٠٨) (٣١)** والتي استهدفت تحديد مفهوم ثقافة الخوف من منظور علم الاجتماع، ومعرفة الدور الذي تقوم به المؤسسة الإعلامية في إنتاج هذا النوع من الثقافة، وتصنيعها، ونشرها في المجتمع، وفي هذا الصدد بينت الدراسة أن المؤسسة الإعلامية تقوم بشكل متعمد ومدروس في إنتاج الخوف وتصنيعه في المجتمع لتحقيق عدة أهداف أهمها: دفع الأفراد للقيام بسلوكات معينة، وتبرير الأعمال والسياسات

التي يقوم بها النظام السياسي، وتحويل انتباه الناس عن القضايا الجوهرية في المجتمع، وزيادة السيطرة الاجتماعية على الأفراد.

في الوقت الذي استهدفت دراسة **عبدالوهاب مستور السلمي (٢٠٢٢)** (٣٢) إلى استكشاف مدى اقتناع طلاب الجامعات بأن ما يقرؤونه على تويتر يؤثر على خوفهم من الإصابة بكوفيد-١٩، وتسعى الدراسة لمعرفة مدى تفاعلهم مع المعلومات والآراء العامة على المنصة، ومدى إدراكهم لتأثيراته على مواقفهم الشخصية تجاه مخاطر كوفيد-١٩، تشكلت نتائج الدراسة في بعد تضيق نطاق التركيز وتنظيم الأكواد في ثلاث فئات ترميز رئيسية: التغلغل، واستخدام تويتر كمنصة إعلامية، وأفضل الممارسات، كما أدرك الباحث أن الدوافع والقيم المحيطة بالاتصالات الرقمية أكثر تعقيداً مما كان متوقعاً، بينما استهدفت دراسة **إيناس عبدالحميد الخريبي (٢٠٢٠)** (٣٣) التعرف على مدى استخدام شبكة الفيسبوك لاستمالات الخوف وقت انتشار جائحة الكورونا، ودورها في تعميم خطاب الخوف من خلال نشر قصص ومصطلحات تضفي على التهديدات أبعاداً جديدة، وجاءت أهم نتائج الدراسة لتؤكد على أنه من أهم دوافع إدراك المبحوثين للخطر هو تعرضهم لقصص وأخبار سلبية على شبكة الفيسبوك، مثل عدم وجود أماكن بالمستشفيات وعدم توافر العلاج اللازم وأن الإصابة بفيروس تؤدي للوفاة. بالإضافة إلى إثبات وجود علاقة بين درجة مخاوف الفرد، والتي تمثلت أعراضها في الشعور بالقلق، والتهديد، واضطراب النوم بدرجة قوية.

أما دراسة **(٢٠٢٢) Girum Nakie** (٣٤) والتي استهدفت تقييم مدى شعور المراهقين بالخوف الاجتماعي والعوامل المرتبطة به، باعتبار الخوف الاجتماعي ثالث أكثر الأمراض النفسية شيوعاً في العالم، أكدت نتائج الدراسة أن الخوف الاجتماعي يضر بالتحصيل التعليمي للطلاب، حيث يؤدي إلى تغييبهم عن المدرسة وعدم مشاركتهم داخل الفصل الدراسي، مما يؤثر سلباً على الرفاهية العاطفية والنفسية والاجتماعية والبدنية للطلاب. كما أوضحت النتائج وجود ارتباط كبير بين الخوف الاجتماعي ومعاناة المراهقين في المدارس الثانوية من أمراض صحية مزمنة، واستكمالاً للشعور بالخوف الاجتماعي دراسة **(Kefale Boka et al, 2021)** (٣٥) استهدفت هذه الدراسة البحث في مدى شعور طلاب الجامعات بالخوف الاجتماعي نظراً لانتشار هذا الشعور وارتباطه باختلالات اجتماعية وتعليمية ومهنية، حيث أكدت نتائج الدراسة الارتباط الوثيق بين الشعور بالخوف الاجتماعي والفئة العمرية التي تتراوح بين ١٨ و ٢٢ عاماً، ويمكن تفسير ذلك في ضوء انتقال الطلاب من المدارس الثانوية إلى الجامعة، حيث يواجهون مجموعة من الضغوط والتحديات في التكيف مع حياتهم الجديدة التي تتميز باختلاف النظام التعليمي والبيئي، وأشارت النتائج أيضاً إلى أن الشعور بالخوف الاجتماعي أكثر شيوعاً لدى الطالبات، وبين أولئك الذين يأتون من المناطق الريفية للالتحاق بالجامعة.

#### التعقيب على الدراسات السابقة:-

باستعراض محاور الدراسات السابقة التي تم تناولها آنفاً، يتضح للباحثة أن هذه الدراسات جاءت متنوعة من حيث الأهداف والإجراءات المنهجية المستخدمة، مما أفادها في اختيار



وبناء أدوات الدراسة، ولكن رغم النتائج المهمة التي توصلت إليها هذه الدراسات، إلا أن الباحثة لاحظت من خلال قراءتها النقدية لهذه الدراسات بعض الملاحظات التي يمكن إجمالها في:

– لاحظت الباحثة أن معظم دراسات (المحور الأول) التي عرضتها والمتعلقة بالتناول الإعلامي للأزمات وبعضها عن الأزمات والقضايا الاقتصادية، مثل دراسة (هشام رشدي، ٢٠١٨) (محمد سامي، ٢٠١٨) (علي جمعه حموده، ٢٠١٧) ودراسة (راللا عبدالوهاب، ٢٠٢١) ودراسة (مصطفى صالح الأزرق، ٢٠٢١) (إيمان طارق إمام، ٢٠٢١) ودراسة (مها طارق، ٢٠٢٢)، حيث سلطت معظم هذه الدراسات الضوء على الوقوف على رصد وتحديد الأزمات بشكل عام وبعضها اهتمت بدراسة وتحليل الأزمات الاقتصادية، كما وجدت الباحثة أن كثير من الدراسات استخدمت المنهج المقارن للتمكن من الوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع الإلكترونية المختلفة في تناولها للقضايا والأزمات، وهذا يبرز أهمية معالجة الصحف الإلكترونية للأزمات المنتشرة، بينما لم تجد الباحثة سوى دراسة (إيمان طارق إمام، ٢٠٢١) والتي اهتمت بتوظيف الإنفوجراف في معالجة القضايا الاقتصادية، مما كان حافزاً للباحثة لتسليط الضوء على كيفية استخدام الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية عند تناول الأزمات الاقتصادية، وبخاصة بعد حدوث الأزمة بين روسيا وأوكرانيا، والتي نتجت عنها أزمات اقتصادية متنوعة.

– ركزت معظم دراسات (المحور الثاني) التي عرضتها الباحثة على قلق المستقبل والخوف الاجتماعي وآثاره، دون الاهتمام وتسليط الضوء على التغطية الصحفية أثناء الأزمات الاقتصادية، وهو الجانب الأصيل للدراسة، ومن ثم فإن ذلك يعد في حد ذاته حافزاً لتناول هذا الموضوع بالبحث والدراسة، نظراً لأهميته في ظل وفرة وسائل الإعلام الجديدة وتعدد مضامينها وأشكالها مثل مواقع الصحف الإلكترونية وما تقوم بتغطيته ونشره للجمهور ومن ثم التأثير على رؤيتهم وتفكيرهم في حاضرهم ومستقبلهم.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تحديد وبلورة المشكلة البحثية والتأكيد على أهمية دراستها، والوقوف على المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة، وأيضاً اختيار وبناء أدوات جمع البيانات، وأخيراً مقارنة النتائج ببعضها.

#### الإطار النظري للدراسة:

##### نظرية ثراء الوسيلة (Media Richness):

استخدمت الدراسة الحالية نظرية ثراء الوسيلة أو نظرية ثراء المعلومات كمدخل نظري لها حيث قدم كل من (Daft & Lengel) نظرية ثراء وسائل الإعلام عام ١٩٨٤، وقد وضعت في المقام الأول لوصف وتقييم وسائل الاتصال داخل المنظمات، واعتمدت على نظرية "معالجة المعلومات" وكيفية تبادل المعلومات داخل المنظمات.<sup>(٣٦)</sup>

حيث عرف (Friedrich & Shaver) ثراء وسائل الإعلام بأنه قدرة الوسيلة الاتصالية على معالجة المعلومات أو نقل المحتوي المتضمن في رسالة ما حيث يري أن قدر المعلومات

الذي تستطيع الوسيلة توصيله هو الذي يساعد في عملية صنع القرار باختيار وسيلة من ضمن وسائل إعلامية عديدة، فالتلفزيون والإنترنت بما يحملانه من صور يقومان بتوصيل المعلومات بشكل يفوق الراديو.<sup>(٣٧)</sup>

وتمثل هدف النظرية في التغلب على تحديات الاتصال التي تواجه المنظمات مثل الرسائل غير الواضحة أو الرسائل ذات التفسيرات المتناقضة. وقد تم دراسة نظرية ثراء وسائل الإعلام على نطاق واسع منذ عرضها لأول مرة.<sup>(٣٨)</sup> حيث قام كُتّابها الأصليون بطرح العديد من المقالات الإضافية حول الموضوع والتي تشمل دراسة عن وصف ثراء وسائل الإعلام والقدرة على الاختيار المناسب لوسائل الإعلام كمهارة تطبيقية.<sup>(٣٩)</sup>

واستخدمت الباحثة نظرية ثراء الوسيلة لمعرفة كيفية استخدام مواقع الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك أثناء الأزمات الاقتصادية، وذلك من خلال توظيفها للوسائط التكنولوجية الحديثة في عرض موضوعات الأزمات الاقتصادية بشكل بسيط وجذاب مما يثري الرسالة الإعلامية في ظل توافر الوسائل التفاعلية التي أتاحتها مواقع الصحف الإلكترونية كوسيلة من وسائل الإعلام الجديد، وباعتبار تلك المواقع تتميز بالعديد من السمات والمميزات الأمر الذي جعلها وسيلة إعلامية ثرية.

وتركز النظرية على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدي تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة.<sup>(٤٠)</sup>

### فرضيات النظرية:

تفترض نظرية ثراء الوسيلة أنه كلما زادت درجة غموض والتباس العملية الاتصالية كان من الأفضل استخدام وسيلة أكثر ثراءً، حيث أن لوسائل الاتصال قدرات استيعابية مختلفة لتسهيل أداء مهامها لاستجلاء الغموض وتسهيل التفاهم بين الأطراف الاتصالية.<sup>(٤١)</sup> وتفترض هذه النظرية أيضاً أن وسائل الاتصال ذات التكنولوجية العالية تمتلك قدرًا كبيراً من المعلومات فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها مما يجعلها أكثر تعبيراً للرسالة الإعلامية، وأن هناك أربع معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدراتها على نقل الاشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة والتركيز الشخصي على الوسيلة واستخدام اللغة الطبيعية.<sup>(٤٢)</sup>

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع البيانات الخاصة باستخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك أثناء الأزمات الاقتصادية وعلاقة ذلك بقلق المستقبل

والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري عينة الدراسة، واعتمدت الدراسة على أسلوب المسح بشقيه التحليلي والميداني، وفي إطاره تم مسح تحليل مضمون لعينة من الصحف الإلكترونية المصرية الخاصة والقومية، وتم أيضاً مسح لعينة من الجمهور المصري في إطار أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

**مجتمع الدراسة:** وينقسم مجتمع الدراسة إلى:

**مجتمع الدراسة التحليلية:** يتمثل في كافة الإنفوجرافيك المنشور بالمواقع الإلكترونية المصرية وتناولت الأزمات الاقتصادية.

**مجتمع الدراسة الميدانية:** يتمثل في عينة من الجمهور المصري.

**متغيرات الدراسة:**

**المتغير المستقل:** استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأزمات الاقتصادية.

**المتغير التابع:** قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري.

**المتغيرات الوسيطة:** تتمثل في المتغيرات الديموجرافية (النوع – الإقامة – السن – المستوى التعليمي).

**عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات الخاصة بالدراسة التحليلية:**

**عينة الدراسة:** تم تطبيق الدراسة التحليلية من خلال استمارة تحليل المضمون حيث تم تحليل عينة عمدية من الإنفوجرافيك التي تتناول الأزمات الاقتصادية لمدة عام كامل واحد فقط من (٢٠٢٢/٢/١ – ٢٠٢٣/١/٣١) من موقعي اليوم السابع والأهرام فقط، وهناك مجموعة من المبررات التي تم علي أساسها اختيار عينة الدراسة التحليلية، وهي كالتالي:

❖ أولاً: تم اختيار الإنفوجراف المنشور بكلا موقعي اليوم السابع والأهرام وذلك باعتبارهما من المواقع الصحفية الأكثر متابعة من الجمهور المصري.

❖ ثانياً: تم اختيار موقعي اليوم السابع والأهرام لأنهما يعبران عن توجهات صحفية وسياسات تحريرية مختلفة أحدهما يمثل الصحافة القومية وتمثلة في "الأهرام" والآخر يمثل الصحافة الخاصة وتمثلة في "اليوم السابع"، وهذا الاختلاف في التوجه يترتب عليه اختلاف من حيث شكل معالجة الإنفوجرافيك وكثافة النشر كما سيوضح من التحليل.

وقد وزعت عينة الدراسة على مواقع الصحف الإلكترونية على النحو المبين بالجدول التالي:

جدول رقم (١) توزيع الإنفوجرافيك على مستوى كل من موقعي اليوم السابع والأهرام

توزيع العينة	ك	%
اليوم السابع	102	69.4
الأهرام	45	30.6
الإجمالي	147	100.0

يكشف الجدول السابق عن توزيع عدد الإنفوجرافيك الذي تم رصده وتحليله في كلا الموقعين، وإن كان التفوق لموقع اليوم السابع بنشر عدد ١٠٢ أنفوجراف بنسبة ٦٩,٤% من

إجمالي الأنفوجرافات التي تنشرها المواقع الإلكترونية والبالغ عددها خلال فترة التحليل ١٤٧ أنفوجراف، تلاه موقع الأهرام بواقع نشر ٤٥ أنفوجراف بنسبة ٣٠,٦%

### أداة جمع بيانات الدراسة التحليلية:

اعتمدت الباحثة على صحيفة تحليل المضمون كأداة لوصف محتوى الأنفوجراف التي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية (محل الدراسة)، والذي يُعرف بأنه أسلوب للبحث العلمي يسعى لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون والمتمثلة هنا في الأنفوجراف المنشور بكلا موقعي اليوم السابع والأهرام؛ لتلبية الاحتياجات البحثية المُصاغة في تساؤلات الدراسة التحليلية، وطبقاً للتصنيفات الموضوعية التي تُحددها الباحثة، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما في وصف الجوانب الفنية للأنفوجراف التي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية (محل الدراسة)، أو طبيعة ونوعية مضمون هذه الإنفوجرافيك، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة مُنظمة وفق أسس منهجية ومعايير موضوعية وأن تستند الباحثة في عملية جمع البيانات وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.

### تصميم صحيفة تحليل المضمون:

استعانت الباحثة بصحيفة تحليل المضمون لجمع البيانات الخاصة بمحتوى Content الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية، وقامت الباحثة بتصميم صحيفة تحليل المضمون، من خلال الخطوات الآتية:

- ١) تحديد الهدف من الدِّراسة التحليلية: والذي يتمثل في تحليل الأنفوجراف التي تتناول الأزمات الاقتصادية المصرية من كافة جوانبها.
- ٢) تحديد وحدات التحليل إلى جانب مجموعة من الفئات التي تتضمنها صحيفة تحليل المضمون: والتي تخدم البحث وتُساعد في الإجابة على تساؤلاته.
- ٣) صياغة صحيفة تحليل المضمون بشكل مبدئي: ويتم ذلك من خلال تساؤلات الدِّراسة وأهدافها إلى جانب الاطلاع على الدِّراسات السَّابقة.
- ٤) عرض الصحيفة على مجموعة من الأساتذة المحكمين المُتخصصين: وذلك لإبداء آرائهم فيها، وللتأكد من أن فئات التحليل تُحقق أهداف الدِّراسة التحليلية وتجيب على تساؤلاتها، واقتراح تعديلاتهم عليها وتنفيذها.
- ٥) صياغة الاستمارة في صورتها النهائية: ويتم ذلك بعد إجراء التعديلات التي أقرها الأساتذة المُحكمون.
- ٦) عملية ترميز: حيث تقوم الباحثة في هذه الخطوة بترميز صحيفة تحليل المضمون على الإنفوجرافيك التي تتناول الأزمات الاقتصادية المصرية، ومن ثم القيام بالعمليات الإحصائية، والخروج بنتائج الدِّراسة.

### تحديد وحدات التحليل:

وحدة التحليل: يُقصد بها وحدة المحتوى التي يُمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطى وجودها أو تكرارها أو غيابها دلالات تفيد الباحثة في تفسير النتائج، وقد استخدمت الباحثة الوحدات التالية:

❖ **وحدة المادة الطبيعية:** فقد لجأت الباحثة إلى هذه الوحدة للتعرف على خصائص شكل الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية بكل ما موقعي اليوم السابع والأهرام (محل الدراسة)، ونوعها، وأشكالها، والتأثيرات المصاحبة للإنفوجرافيك، والعناصر المرئية بالإنفوجرافيك، والفن الصحفي المصاحب للإنفوجرافيك.

❖ **وحدة القضية:** فقد لجأت الباحثة إلى هذه الوحدة للتعرف على مضمون الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية بالصحف (محل الدراسة)، ووظيفتها، وأهدافها، ونوعية المعالجة، وأساليب الإقناع، والعناصر المقروءة بالإنفوجرافيك.

### تحديد فئات التحليل:

المقصود بها الفئات التي تُصنف بها الباحثة الوحدات المختلفة للمضمون بشكل واضح ومُحدد، تمهيداً لتحليلها، وبهدف التوصل إلى نتائج علمية دقيقة ذات دلالة واضحة<sup>(٤٣)</sup>، وتنقسم فئات التحليل إلى نوعين رئيسيين هما:

١) **فئة الموضوع (ماذا قيل؟):** ويقصد بها الباحثة الفئات الخاصة بتحليل الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية على موقعي اليوم السابع والأهرام (محل الدراسة)، ولذلك شملت فئة الموضوع عدة فئات ستعرضها الباحثة فيما يلي:

❖ **فئة موضوع الإنفوجراف:** تعني بها الباحثة الموضوعات التي تناولتها الإنفوجرافيك والخاصة بالأزمات الاقتصادية المصرية.

❖ **فئة وظيفة الإنفوجرافيك:** (المقارنة، التلخيص، الشرح والتوضيح، التوعية، الدعاية، السرد).

❖ **فئة أهداف الإنفوجرافيك:** (تقديم معلومات عن الأزمة، إقامة حوار بين الرأي العام، البحث والتحقيق، الكشف عن الفساد، لفت نظر الحكومة بشأن اتخاذ إجراء معين).

❖ **فئة نوعية المعالجة الخاصة بالإنفوجرافيك:** تعني بها الباحثة نوعية المعالجة الخاصة بالإنفوجرافيك والتي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية، واشتملت هذه الفئة على: (إخبارية، توجيهية، تعبيرية، نقدية، دعائية، غير محددة).

❖ **فئة أساليب الإقناع بالإنفوجرافيك:** تعني بها الباحثة أساليب الإقناع بالإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية، وقد تضمنت هذه الفئة: (أساليب إقناع منطقية، وأساليب إقناع عاطفية)، وقد اشتملت أساليب الإقناع المنطقية (استشهاد بالأحداث الجارية، تقديم أدلة وشواهد، عرض جوانب الحدث، عرض وجهات النظر)، كما اشتملت أساليب الإقناع العاطفية (عرض جانب واحد من الموضوع، تكرار الرسالة الإعلامية، التركيز على النواحي الجمالية).

❖ فئة العناصر المقروءة بالإنفوجرافيك: (العناوين، المعلومات والحقائق، الإحصائيات، مقدمة توضيحية، التواريخ).

٢) فئة الشكل (كيف قيل؟): وتقصدها الباحثة الفئات الخاصة بالشكل الذي تُقدم به الإنفوجرافيك والتي تناولت الأزمات الاقتصادية المصرية، ولذلك شملت فئة الشكل عدة فئات ستعرضها الباحثة فيما يلي:

❖ فئة نوع الإنفوجرافيك: يتمثل في الإنفوجرافيك (الثابت والمتحرك والتفاعلي).

❖ فئة أشكال الإنفوجرافيك: (معلومات نصية، رسوم تخطيطية، رسوم إحصائية، رسوم جغرافية، رسوم زمنية).

❖ فئة طبيعة الاعتماد على الإنفوجرافيك: (مستقل- مصاحب للموضوعات الصحفية).

❖ فئة لون الإنفوجرافيك: (ملون، غير ملون).

❖ فئة العناصر المرئية: (الألوان والخلفيات، الصور، الرسوم التعبيرية، المخططات البيانية، الجداول، الخرائط).

❖ فئة الفن الصحفي المصاحب للأنفوجرافيك: وقد احتوت هذه الفئة على: (تقرير صحفي، خبر صحفي، تحقيق صحفي).

اختبار الصدق والثبات لصحيفة تحليل المضمون:

١) اختبار الصدق: يقصد بالصدق أو بالصحة validity صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر هو صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة<sup>(٤٤)</sup>، وقد تم قياس صدق التحليل من خلال ما يلي:

❖ التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحداته، وتعريف كل فئة وكل وحدة تعريفًا دقيقًا وواضحًا وشاملاً.

❖ عرض الصحيفة على مجموعة من المحكمين<sup>(٤٥)</sup>، وذلك للتأكد من أن الأداة تقيس ما أعدت لقياسه بالفعل.

٢) اختبار الثبات: يُقصد بثبات التحليل أن الاستمارة تعطي النتائج نفسها أو قريبة منها إذا ما تم تطبيقها على مادة معينة في أوقات مختلفة، أو بواسطة باحثين مختلفين<sup>(٤٦)</sup>.

❖ وقد أجرى الثبات على عينة مختارة من الإنفوجرافيك، وهي ١٥ انفوجرافيك "محل الدراسة" من إجمالي ١٤٧ انفوجراف أي بنسبة (٢،١٠%) من عينة الدراسة الإجمالية، وقد تم حساب ثبات التحليل وفقًا للخطوات التالية:

$$\boxed{\text{عدد حالات الثبات}} = 2 \text{ ل} 3 = \frac{3 \times 2}{2} = 3 \text{ حالات.}$$

❖ إذا رمزنا للمحللين بالرموز (أ، ب، ج) تكون حالات الثبات كالتالي: (أب، أج، ب ج).

❖ وبالتالي حالات الثبات، هي كالتالي:

$$\leftarrow \text{ثبات أ ب} = \frac{2 \times \text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{1357 \times 2}{3015} = 0.900$$

$$\leftarrow \text{ثبات أ ج} = \frac{2 \times \text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{1387 \times 2}{3015} = 0.920$$

$$\leftarrow \text{ثبات ب ج} = \frac{2 \times \text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{1418 \times 2}{3015} = 0.940$$

$$\leftarrow \text{ترتيب الوسيط} = \frac{1+n}{2} = \frac{1+3}{2} = 2$$

وبترتيب القيم السابقة تنازليًا أو تصدديًا لحساب الوسيط، تصبح القيم كالتالي: (0.900،

0.920، 0.940).

∴ الوسيط = 0.920.

∴ المتوسط =  $\frac{0.940+0.920+0.900}{3} = 0.920$ ، وهي نسبة عالية تدل على وضوح المقياس

وصلاحيته للتطبيق.

#### عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية:

وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٦٢٥) مفردة من الجمهور المصري من مستخدمي الإنترنت من فئة الذكور والإناث والذين يتراوح عمرهم الزمني بين (أقل من ٣٠ سنة إلى أكثر من ٤٥ سنة)، وهناك مجموعة من المُبررات التي تم على أساسها اختيار عينة الدراسة الميدانية وهي:

- تم اختيار فئة الجمهور المصري بمختلف أعمارهِ ونوعهِ لأن هناك الكثير من هذه الفئة يستخدمون الإنترنت ومواقعهِ الإلكترونية.
- فئة الجمهور المصري يهتمون بمتابعة الموضوعات والأحداث وخاصة في فترات الأزمات للحصول على المعلومات.
- الجمهور المصري يكون في حالة ترقب مستمر بشأن الأوضاع المستجدة التي تطرأ، وأحدِها هي الأزمات الاقتصادية التي تُحدث نوع من القلق والخوف لديهم.

استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأزمات الاقتصادية وعلاقته بمستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية

وقد وزعت خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات ديموجرافية منها (النوع، الإقامة، السن، المستوى التعليمي).

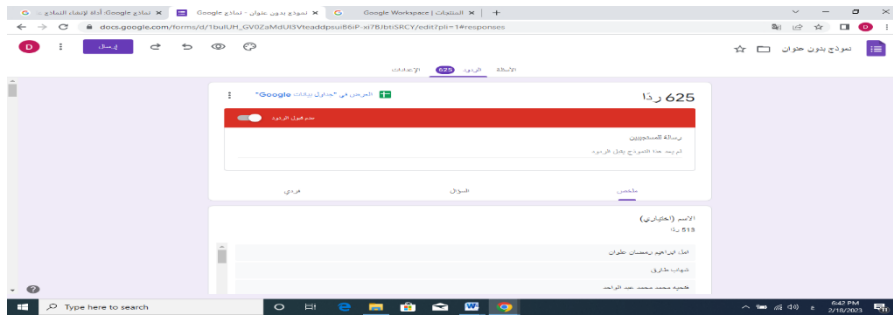
جدول رقم (٢) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، الإقامة، مستوى التعليم، السن.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	٢٩٥	٤٧,٢٠
	إناث	٣٣٠	٥٢,٨٠
المجموع			
الإقامة	ريف	٣٠٧	٤٩,١٠
	حضر	٣١٨	٥٠,٩٠
المجموع			
مستوى التعليم	أقل من جامعي	١٣١	٢٠,٩٦
	جامعي	٤٥٣	٧٢,٤٨
	أعلى من جامعي	٤٢	٦,٧٢
المجموع			
العمر	من ١٥ إلى ٣٠	١٩٢	٣٠,٧٢
	من ٣٠ إلى ٤٥	٣١٤	٥٠,٢٤
	من ٤٥ فأكثر	١١٩	١٩,٠٤
	المجموع	٦٢٥	١٠٠

#### أدوات جمع بيانات الدراسة الميدانية

واعتمدت الدراسة على أسلوب الاستبانة الإلكترونية؛ أي من خلال توزيع استمارات إلكترونية وتعبئتها رقمياً وتوزيعها على فئات المجتمع المصري عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني ومجموعات الواتس أب، ويتكون الاستبيان من ٢١ سؤالاً، عبارة عن عدة مقاييس، بالإضافة إلى البيانات الشخصية و متغيرات الدراسة المتمثلة في النوع (ذكور- إناث)، الإقامة (ريف - حضر)، السن (أقل من ٣٠ سنة - من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة- من ٤٥ سنة فأكثر)، المستوى التعليمي (أقل من جامعي - جامعي - أكثر من جامعي).

ويتمثل رابط هذه الاستمارة في <https://forms.gle/VXNU7jvmpHa1sc1s9>



#### شكل (١) يوضح عدد ردود المبحوثين على الاستبانة الإلكترونية للبحث



### خطوات تقنين أدوات الدراسة:

- ❖ **تحديد الهدف من الاستبانة:** حيث قامت الباحثة بتحديد الهدف من الدراسة الاستبانية والذي يتمثل في التعرف على العلاقة بين استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأزمات الاقتصادية وقلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري، وذلك في ضوء مشكلة الدراسة وفروضها ومتغيراتها.
- ❖ **تم إعداد الاستبيان في شكله المبني في شكل أسئلة:** من خلال التأكد من أن العبارات التي تتضمنها المقياس تغطي أبعاد المشكلة موضوع البحث، مع مراعاة التسلسل المنطقي لهذه العبارات، وقد اعتمدت أسئلة الاستبيان بشكل أساسي على الأسئلة المغلقة، وذلك لتسهيل مهمة أفراد العينة، حيث أن هذا النوع من الأسئلة لا يرهق المبحوثين ويوفر الوقت الذي تتطلبه الإجابة.
- ❖ **تم إعداد الاستبانة في صورتها الأولية في شكل أسئلة:** من خلال التأكد من أن العبارات التي تتضمنها الاستبانة تغطي أبعاد المشكلة موضوع الدراسة، وأن العبارات التي وضعت بالاستبانة تقيس أهداف الدراسة، مع مراعاة التسلسل المنطقي لهذه الأسئلة.
- ❖ **الاختبار القبلي Pre test لاستبانة الاستبيان:** تم تطبيق الاستبانة في شكلها الأولي على عينة استطلاعية مكونة من (٧٠) مفردة، وذلك بهدف التعرف على مدى فهم المبحوثين لأسئلة استبانة الاستبيان، وتحديد الأسئلة الصعبة التي تحتاج إلى توضيح من الباحثة، ونتيجة للاختبار القبلي تم تغيير صياغة بعض الأسئلة وإضافة بعض البدائل، وحذف أخرى، وإضافة بعض التفاصيل والإرشادات.
- ❖ **دراسة استبانة الاستبيان:** وذلك من خلال مراجعتها علمياً ومنهجياً، وذلك من خلال عرض الاستبيان على مجموعة من الخبراء والمحكمين بهدف التعرف على ملاحظات الخبراء والمحكمين<sup>(٤٧)</sup>.
- ❖ **صياغة استبانة الاستبيان في صورتها النهائية:** بعد إبداء الخبراء والمحكمين ملاحظاتهم وتنفيذ هذه الملاحظات العلمية على الاستبانة، وبناء على نتائج الاختبار القبلي pre test للاستبيان تمت صياغة الاستبانة في شكلها النهائي، وتكون الاستبيان من (٢١) سؤالاً، بالإضافة للبيانات الأولية، ثم قامت الباحثة بعد ذلك بإجراء الدراسة الميدانية من خلال تطبيق تلك الاستبانة.
- أولاً: صدق الاستبيان:** يقصد بصدق الاختبار صحته في قياس ما يدعى أنه يقيسه، والاختبار الصادق يقيس ما وضع لقياسه<sup>(٤٨)</sup> وللتحقق من صدق الاستبيان تم الاعتماد على ثلاث طرق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي.
- أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):** اعتمدت الباحثة في بناء هذا الاستبيان واختيار العبارات المكونة لأبعاده على الدراسات السابقة التي اتخذت من استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك أثناء الأزمات الاقتصادية موضوعاً لها، وكذلك اشتمت بعض

عبارات الاستبيان من بعض المقاييس الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكملت باقي عبارات الاستبيان من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويُشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلى تمتع المقاييس الفرعية للاستبيان بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الاستبيان صالح للتطبيق.

**ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:** تم عرض الاستبيان علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات المصرية، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستبيان، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبدتها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى ٢١ سؤال.

**ج- صدق الاتساق الداخلي:** تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية له، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، ولهدف التحقق من صدق الاستبيان، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي.

**جدول (٣) معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبيان**

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	المجال
دالة عند ٠,٠١	٠,٨٨٧	مقياس مستوى تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية
دالة عند ٠,٠١	٠,٧٦٢	مقياس مستوى تعرض المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية
دالة عند ٠,٠١	٠,٦٨٢	مقياس مستوى الرضا عن شكل الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية
دالة عند ٠,٠١	٠,٧٢٩	مقياس اهتمام الصحف الإلكترونية بنشر الإنفوجرافيك المتعلق بموضوعات الأزمات الاقتصادية
دالة عند ٠,٠١	٠,٨٩٨	مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية
دالة عند ٠,٠١	٠,٦١٢	مقياس درجة دوافع التعرض للإنفوجرافيك
دالة عند ٠,٠١	٠,٨٦٥	مقياس درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك
دالة عند ٠,٠١	٠,٦٩٥	مقياس مستوى قلق المستقبل
دالة عند ٠,٠١	٠,٨١٢	مقياس مستوى الخوف الاجتماعي

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من ٠,٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (٠,٦١٢، ٠,٨٩٨) وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدق عالي.

**ثانياً: ثبات الاستبيان:** يقصد بثبات الاستبيان عادة أن يكون علي درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المبحوث<sup>(٤٩)</sup>، والاختبار الثابت هو

الذي يعطي نفس النتائج (تقريباً) إذا طبق علي نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين<sup>(٥٠)</sup>، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان أداة الدراسة علي عينة قوامها (٥٠) مفردة من الجمهور، وذلك باستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان وبطريقة التجزئة النصفية لسبيرمان - بروان.

أ- **طريقة إعادة التطبيق:** تم تطبيق الاستبيان على عينة مكونة من ٧٠ مفردة من الجمهور ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قامت الباحثة بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، وقد أشارت معاملات الارتباط إلي الاتفاق بين الإجابات علي كل بعد من أبعاد الاستبيان بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت ٠,٧٦٨، ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (٤) معامل ثبات الاستبيان وأبعاده المختلفة

م	البعد	معامل الثبات	مستوى الدلالة
١	مقياس مستوى تعرض المبحوثين للإنفورجريك عبر مواقع الصحف الإلكترونية	٠,٨٩٨	دالة عند ٠,٠١
٢	مقياس مستوى تعرض المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية	٠,٩٠٢	دالة عند ٠,٠١
٣	مقياس مستوى الرضا عن شكل الإنفورجريك المنشور بالصحف الإلكترونية	٠,٨٢٩	دالة عند ٠,٠١
٤	مقياس مستوى اهتمام الصحف الإلكترونية بنشر الإنفورجريك المتعلق بموضوعات الأزمات الاقتصادية	٠,٧٦٨	دالة عند ٠,٠١
٥	مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفورجريك في الصحف الإلكترونية	٠,٧٤٦	دالة عند ٠,٠١
٦	مقياس درجة دوافع التعرض للإنفورجريك	٠,٧٧٦	دالة عند ٠,٠١
٧	مقياس درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر الإنفورجريك	٠,٧٢١	دالة عند ٠,٠١
٨	مقياس مستوى قلق المستقبل	٠,٦٥٨	دالة عند ٠,٠١
٩	مقياس مستوى الخوف الاجتماعي	٠,٦٦٤	دالة عند ٠,٠١
	الدرجة الكلية	٠,٧٦٨	دالة عند ٠,٠١

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠,٦٥٨ – ٠,٩٠٢) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى ٠,٠١، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبيان قد بلغ ٠,٧٦٨ وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية الاستبيان.

#### ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H):

كما قامت الباحثة بحساب معامل ثبات كل مقياس فرعي من المقاييس المكونة للاستبيان، وحساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان وفقاً لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول رقم (٥) معامل ثبات الاستبيان وأبعاده وفقاً (التجزئة النصفية لجتمان – سبيرمان وبراون).

م	البعد	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	معامل ارتباط سبيرمان – براون
١	مقياس مستوى تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية	٠,٧٩٨	٠,٨٠٣
٢	مقياس مستوى تعرض المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية	٠,٩٠٣	٠,٩١٣
٣	مقياس مستوى الرضا عن شكل الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية	٠,٨٣٦	٠,٨٥٤
٤	مقياس درجة اهتمام الصحف الإلكترونية بنشر الإنفوجرافيك المتعلق بموضوعات الأزمات الاقتصادية	٠,٨٥٦	٠,٨٩٢
٥	مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية	٠,٨٩٧	٠,٨٨٢
٦	مقياس درجة دوافع التعرض للإنفوجرافيك	٠,٧٨٩	٠,٧٩٨
٧	مقياس درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك	٠,٦٥٨	٠,٧٢٤
٨	مقياس مستوى قلق المستقبل	٠,٧٢٤	٠,٧٣٢
٩	مقياس مستوى الخوف الاجتماعي	٠,٧٧٣	٠,٦٩٨
*	معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها	٠,٨٥٧	٠,٨٤٧
*	ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية	٠,٨٦٤	٠,٨٦٨

يتضح من الجدول أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان حققت معاملات ثبات علي درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين ٠,٦٥٨ – ٠,٩٠٣، بينما تراوح معامل ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل ارتباط سبيرمان وبراون ما بين ٠,٧٢٤ – ٠,٩١٣، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع بعضها فقد كانت ٠,٨٥٧ وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقاً لمعامل سبيرمان – براون ٠,٨٤٧، وهي معاملات ثبات عالية وتدل علي ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت ٠,٨٦٤ وفقاً لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت ٠,٨٦٨ وفقاً لمعامل سبيرمان وبراون وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلي ثبات الاستبيان وصلاحيته للاستخدام.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

(١) مقياس معدل تعرض المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية: ولقياس معدل تعرض المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية استخدمت الباحثة مقياس مكون من ٣ أسئلة باستمارة الاستبيان عن مدى التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية، ومعدل التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية في الأسبوع، والمدة الزمنية لمتابعة الصحف الإلكترونية في اليوم، وتم جمع الدرجات لكل مبحوث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين ٣: ١١ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات ٣: ٥ درجات منخفض التعرض لمواقع الصحف

الإلكترونية، من ٦ على ٨ درجات متوسط منخفض التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية، ومن ٩ إلى ١١ درجة مرتفع التعرض.

(٢) مقياس تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك المنشور في الصحف الإلكترونية أثناء الأزمات الاقتصادية: ولقياس معدل تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك المنشور في الصحف الإلكترونية أثناء الأزمات الاقتصادية تم تكوين مقياس تجميعي مكون من ثلاثة أسئلة، مدى تعرض الإنفوجرافيك بمواقع الصحف الإلكترونية أثناء الأزمات الاقتصادية، ومعدل التعرض المبحوثين للإنفوجرافيك المنشور بمواقع الصحف الإلكترونية في الأسبوع، والمدة الزمنية للتعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية في اليوم، وتم جمع الدرجات لكل مبحث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين ٣: ١١ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات ٣: ٥ درجات منخفض التعرض للإنفوجرافيك بمواقع الصحف الإلكترونية أثناء الأزمات الاقتصادية، من ٦ على ٨ درجات متوسط التعرض، ومن ٩ إلى ١١ درجة مرتفع التعرض.

(٣) مقياس مستوى الرضا عن شكل الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية: ولقياس مستوى رضا المبحوثين عن شكل الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية استخدمت الباحثة مقياس تجميعي مكون من (٨ عبارات) وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحث وتراوحت الدرجات بين ٨ إلى ٢٤ درجة، وتم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول منخفضي مستوى الرضا عن شكل الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية ويحصلون على الدرجة ٨ إلى ١٣، والثاني متوسطي مستوى الرضا ويحصلون على الدرجة من ١٤ إلى ١٩، والثالث مرتفعي مستوى الرضا ويحصلون على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤.

(٤) مقياس مستوى اهتمام الصحف الإلكترونية بنشر الإنفوجرافيك المتعلق بموضوعات الأزمات الاقتصادية: ولقياس مستوى اهتمام الصحف الإلكترونية بنشر الإنفوجرافيك المتعلق بموضوعات الأزمات الاقتصادية من وجهة نظر الجمهور المصري عينة الدراسة استخدمت الباحثة مقياس تجميعي مكون من (٧ عبارات) وتم جمع الدرجات لكل مبحث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين ٧: ٢١ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من ٧ إلى ١١ درجة منخفض مستوى الاهتمام، من ١٢ إلى ١٦ درجة متوسط الاهتمام، ومن ١٧: ٢١ درجة مرتفع مستوى الاهتمام.

(٥) مقياس الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول الأزمات الاقتصادية: ولقياس مستوى ثقة الجمهور المصري عينة الدراسة يصدق وموضوعية الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول الأزمات الاقتصادية تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (٧ عبارات)، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحث وتراوحت الدرجات

بين ٧ إلى ٢١ درجة، وتم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول منخفضي مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك بالصحف الإلكترونية ويحصلون على الدرجة ٧ إلى ١١، والثاني متوسطي مستوى الثقة ويحصلون على الدرجة من ١٢ إلى ١٦، والثالث مرتفعي مستوى الثقة ويحصلون على الدرجة من ١٧ إلى ٢١.

(٦) **مقياس مستوى دوفع التعرض للإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية لمتابعة الأزمات الاقتصادية:** ولقياس مستوى دوافع بعض المبحوثين للإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية لمتابعة الأزمات الاقتصادية استخدمت الباحثة مقياس تجميعي مكون من (٦ عبارات) وتم جمع الدرجات لكل مبحث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين ٦: ١٨ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من ٦ إلى ٩ درجة منخفض الدوافع، من ١٠ إلى ١٣ درجة متوسط الدوافع، ومن ١٤: ١٨ درجة مرتفع الدوافع.

(٧) **مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة موضوعات الأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية:** ولقياس مستوى بمتابعة موضوعات الأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية استخدمت الباحثة مقياس تجميعي مكون من (٦ عبارات) وتم جمع الدرجات لكل مبحث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين ٦: ١٨ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من ٦ إلى ٩ درجة منخفض الاهتمام، من ١٠ إلى ١٣ درجة متوسط الاهتمام، ومن ١٤: ١٨ درجة مرتفع الاهتمام.

(٨) **مقياس مستوى قلق المستقبل:** ولقياس مستوى قلق المستقبل قامت الباحثة بإعداد مقياس يحتوى على ٢٠ عبارة بطريقة ليكرت الثلاثية، ويتم الإجابة عليها من خلال الاختيار بين ثلاثة بدائل (دائماً، أحياناً، نادراً) وتأخذ التصحيحات (٣، ٢، ١) على التوالي، وبناءً على ذلك تم حساب درجات كل مبحث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ٢٠: ٦٠ درجة، تم تقسيمه إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من قلق المستقبل ويحصلون على الدرجة من ٢٠ إلى ٣٣، والثاني مستوى متوسط من قلق المستقبل ويحصلون على الدرجة من ٣٤ إلى ٤٧، والثالث مستوى مرتفع من قلق المستقبل ويحصلون على الدرجة من ٤٨ إلى ٦٠.

(٩) **مقياس مستوى الخوف الاجتماعي:** ولقياس مستوى الخوف الاجتماعي قامت الباحثة بإعداد مقياس يحتوى على ١٢ عبارة بطريقة ليكرت الثلاثية، ويتم الإجابة عليها من خلال الاختيار بين ثلاثة بدائل (دائماً، أحياناً، نادراً) وتأخذ التصحيحات (٣، ٢، ١) على التوالي، وبناءً على ذلك تم حساب درجات كل مبحث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ١٢: ٣٦ درجة، تم تقسيمه إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من الخوف الاجتماعي ويحصلون على الدرجة من ١٢ إلى ١٩، والثاني مستوى متوسط من الخوف الاجتماعي ويحصلون على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٧، والثالث مستوى مرتفع من الخوف الاجتماعي ويحصلون على الدرجة من ٢٨ إلى ٣٦.

### المعالجة الإحصائية للبيانات:

لاستخراج نتائج الدراسة قامت الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (spss) حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- 3- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA
- 4- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين علي وجود فرق بينها.
- 5- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.
- 6- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين علي أحد متغيرات الدراسة.
- 7- اختبار ٢١ لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.
- 8- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢.
- 9- اختبار "Z .Test" لدراسة معنوية الفرق بين نسبتي مؤبطين.

### نتائج الدراسة:

سوف تتناول الباحثة في هذا الجزء خلاصة ما أسفرت عنه الدراسة التحليلية من نتائج، ثم تأتي خلاصة ما توصلت إليه الدراسة الميدانية من نتائج، كما تستعرض الباحثة نتائج التحقق من صحة الفروض والإجابة عن بعض تساؤلاتها، ثم تقدم ملخصاً عن هذه النتائج والعلاقة بين كلا الدراستين، والتي في ضوءها يتم طرح عدد من التوصيات.

### أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

في ضوء تساؤلات الدراسة التحليلية وأهدافها يمكن عرض ملخصاً للنتائج.

### ١- نوع الإنفوجرافيك المنشور في موقعي اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (٦) نوع الإنفوجرافيك على مستوى كل من موقعي اليوم السابع والأهرام

نوع الإنفوجرافيك المستخدم		اليوم السابع		الأهرام		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٠٢	٦٩,٤	٤٥	٣٠,٦	١٤٧	١٠٠	١٤٧	١٠٠
١٠٢	٦٩,٤	٤٥	٣٠,٦	١٤٧	١٠٠	١٤٧	١٠٠

يكشف الجدول السابق عن طبيعة نوع الإنفوجرافيك المنشور بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث كانت كافة الإنفوجرافيك في كلا الموقعين ثابتاً، وكانت النسبة في اليوم السابع بنسبة ٦٩,٤%، ونسبتها في الأهرام ٣٠,٦%، ويلاحظ كثافة نشر الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك الثابت بشكل رئيسي، ويرجع ذلك لأنه من أنواع الإنفوجرافيك المفضلة لدى الجمهور، وهو ما يتقارب مع ما توصلت له دراسة عربي عبد العزيز



الطوخي، ومحمد عبد الفتاح عوض (٢٠٢٣)<sup>(٥١)</sup> بأن جاء في صدارة أنواع الإنفوجراف التي يتم متابعتها هي الثابت في المقدمة، ويتفق مع ما توصلت له دراسة سعيد محمد الغريب (٢٠١٧)<sup>(٥٢)</sup> باعتماد المواقع الإلكترونية الصحفية على الإنفوجراف الثابت والتفاعل، باستثناء موقع بوابة الأهرام التي اكتفت بالإنفوجراف الثابت فقط عبر موقعها.

## ٢- أشكال الإنفوجرافيك على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (٧) أشكال الإنفوجرافيك على مستوى كل من موقعي اليوم السابع والأهرام

الإجمالي		الأهرام		اليوم السابع		أشكال الإنفوجرافيك المستخدم
%	ك	%	ك	%	ك	
76.9	113	73.3	33	78.4	80	معلومات نصية
34.0	50	77.8	35	14.7	15	رسوم تخطيطية
30.6	45	51.1	23	21.6	22	رسوم إحصائية
9.5	14	17.8	8	5.9	6	رسوم جغرافية
5.4	8	8.9	4	3.9	4	رسوم زمنية
147		45		102		الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن طبيعة أشكال الإنفوجرافيك المنشورة بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث جاء في المقدمة نشر أنفوجراف يتضمن معلومات نصية بواقع ١١٣ أنفوجراف وبنسبة ٧٦,٩% من إجمالي الأنفوجرافات المنشورة بكلا الموقعين، وفي الترتيب الثاني جاء نشر أنفوجراف عبارة عن رسوم تخطيطية وبنسبة ٣٤%، وجاء في الترتيب الثالث رسوم إحصائية وبنسبة ٣٠,٦%، وقد أكدت دراسة عربي عبد العزيز الطوخي، ومحمد عبد الفتاح عوض (٢٠٢٣)<sup>(٥٣)</sup> على أن تقديم الموضوعات في إطار إحصاءات ورسوم بيانية وأرقام يعد من دوافع متابعة عينة الدراسة للأنفوجرافات الصحفية.

أما الترتيب الرابع جاء نشر أنفوجراف عبارة عن رسوم جغرافية وبنسبة ٩,٥%.

## ٢- طبيعة الاعتماد على الإنفوجرافيك على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (٨) طبيعة الاعتماد على الإنفوجرافيك على مستوى كل من موقعي اليوم السابع والأهرام

الإجمالي		الأهرام		اليوم السابع		طبيعة الاعتماد على الإنفوجرافيك
%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٤٧	٣٠,٦	٤٥	٦٩,٤	١٠٢	مصاحب للموضوعات الصحفية
١٠٠	١٤٧	٣٠,٦	٤٥	٦٩,٤	١٠٢	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن طبيعة الاعتماد على الإنفوجرافيك المنشور بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث كانت كافة الإنفوجرافيك في كلا الموقعين مصاحب للموضوعات الصحفية، وكانت النسبة في اليوم السابع بنسبة ٦٩,٤%، ونسبتها في الأهرام ٣٠,٦%.



### ٣- التأثيرات المصاحبة للإنفوجرافيك على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (٩) التأثيرات المصاحبة للإنفوجرافيك على مستوى كل من موقعي اليوم السابع والأهرام

التأثيرات المصاحبة للإنفوجرافيك		اليوم السابع		الأهرام		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
الأرضية و الإنفوجرافيك ملونين		٦٨	٦٦,٧	٤٢	٩٣,٣	١١٠	٧٤,٨
أرضية ملونة فقط		١٦	١٥,٧	١	٢,٢	١٧	١١,٦
لا توجد تأثيرات مصاحبة		١٠	٩,٨	٢	٤,٤	١٢	٨,٢
أرضية غير ملونة فقط		٨	٧,٨	-	-	٨	٥,٤
الإجمالي		١٠٢	١٠٠	٤٥	١٠٠	١٤٧	١٠٠

٢١٤: ١٢,٤٩٠ درجة الحرية: ٣ مستوي المعنوية: ٠,٠٠٦ معامل التوافق: ٠,٢٨٠ دال

يكشف الجدول السابق عن التأثيرات المصاحبة للإنفوجرافيك المنشورة بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث جاء في المقدمة نشر أنفوجرافيك تمثل تأثيراته في وجود أرضية وأنفوجرافيك ملونين بواقع ١١٠ أنفوجرافيك وبنسبة ٧٤,٨%، وفي الترتيب الثاني جاء نشر أنفوجرافيك تمثل تأثيراته في وجود أرضية ملونة وبنسبة ١١,٦%، وفي الترتيب الثالث جاء نشر أنفوجرافيك تمثل تأثيراته في عدم وجود تأثيرات مصاحبة وبنسبة ٨,٢%، أما الترتيب الرابع والأخير جاء نشر أنفوجرافيك تمثل تأثيراته في وجود أرضية غير ملونة فقط بنسبة ٥,٤%.

### ٤- لون الإنفوجرافيك على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (١٠) لون الإنفوجرافيك على مستوى كل من موقعي اليوم السابع والأهرام

لون الإنفوجرافيك		اليوم السابع		الأهرام		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
ملون		٧٥	٧٣,٥	٤٣	٩٥,٦	١١٨	٨٠,٣
غير ملون		٢٧	٢٦,٥	٢	٤,٤	٢٩	١٩,٧
الإجمالي		١٠٢	١٠٠	٤٥	١٠٠	١٤٧	١٠٠

٢١٤: ٩,٥٦٦ درجة الحرية: ١ مستوي المعنوية: ٠,٠٠٢ معامل التوافق: ٠,٢٤٧ دال

يكشف الجدول السابق عن لون الإنفوجرافيك المنشورة بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث جاء في المقدمة نشر أنفوجرافيك ملون بواقع ١١٨ أنفوجرافيك وبنسبة ٨٠,٣% من إجمالي الأنفوجرافات المنشورة بكلا الموقعين، وفي الترتيب الثاني جاء نشر أنفوجرافيك غير ملون وبنسبة ١٩,٧%.

### ٥- العناصر المرئية في الإنفوجرافيك على مستوى موقعى اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (١١) العناصر المرئية في الإنفوجرافيك على مستوى كل من موقعى اليوم السابع والأهرام

الإجمالي		الأهرام		اليوم السابع		العناصر المرئية للإنفوجرافيك
%	ك	%	ك	%	ك	
70.1	103	93.3	42	59.8	61	الألوان والخلفيات
62.6	92	75.6	34	56.9	58	الصور
32.7	48	53.3	24	23.5	24	الرسوم التعبيرية
27.2	40	46.7	21	18.6	19	المخططات البيانية
23.8	35	37.8	17	17.6	18	الجداول
11.6	17	17.8	8	8.8	9	الخرائط
147		45		102		الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن العناصر المرئية بالإنفوجرافيك المنشور بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث جاء في المقدمة نشر أنفوجراف بها ألوان وخلفيات بواقع ١٠٣ انفوجراف وبنسبة ٧٠,١%، وفي الترتيب الثاني جاء نشر أنفوجراف بها صور بواقع ٩٢ انفوجراف وبنسبة ٦٢,٦%، وجاء في الترتيب السادس السادس الخرائط بنسبة ١١,٦%، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة سري محمد خالد شطناوي (2019) (٥٤) بأن اهتمام مواقع الدراسة بالعناصر المرئية كأحد مكونات الإنفوجرافيك، وقد ركزت على الألوان للشرائح، وعلى الرموز التصويرية.

### ٦- الفن الصحفي للمصاحب للإنفوجرافيك على مستوى موقعى اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (١٢) الفن الصحفي للمصاحب للإنفوجرافيك

الإجمالي		الأهرام		اليوم السابع		الفن الصحفي للمصاحب للإنفوجرافيك
%	ك	%	ك	%	ك	
53.1	78	71.1	32	45.1	46	تقرير صحفي
31.3	46	20.0	9	36.3	37	خبر صحفي
15.6	23	8.9	4	18.6	19	تحقيق صحفي
100.0	147	100	45	100.0	102	الإجمالي
كا: 8.518 درجة الحرية: 2 مستوي المعنوية: 0.014 معامل التوافق: 0.234 دال						

يكشف الجدول السابق عن الفن الصحفي للمصاحب للإنفوجرافيك المنشور بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث جاء في المقدمة نشر أنفوجراف في تقرير صحفي بواقع ٧٨ انفوجراف وبنسبة ٥٣,١%، وفي الترتيب الثاني جاء نشر أنفوجراف في خبر صحفي بنسبة ٣١,٣%، وفي الترتيب الثالث جاء نشر أنفوجراف في تحقيق صحفي وبنسبة ١٥,٦%.

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (راللا عبدالوهاب، ٢٠٢١) والتي أثبتت أن التقرير احتل الترتيب الأول كفن مصاحب للإنفوجرافيك أكثر من بقية الفنون، من منطلق أن التقرير يقدم تفسيرات وإحصائيات ومعلومات أكثر تعمقاً.

#### ٨- موضوعات المواد المنشورة بالإنفوجرافيك وتناولت الأزمات الاقتصادية على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (١٣) موضوعات المواد المنشورة بالإنفوجرافيك وتناولت الأزمات الاقتصادية

موضوعات المواد المنشورة التي تناولت الأزمات الاقتصادية		اليوم السابع		الأهرام		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
28	27.5	14	31.1	42	28.6		
23	22.5	5	11.1	28	19.0		
9	8.8	10	22.2	19	12.9		
11	10.8	1	2.2	12	8.2		
7	6.9	5	11.1	12	8.2		
6	5.9	4	8.9	10	6.8		
4	3.9	2	4.4	6	4.1		
5	4.9	-	0.0	5	3.4		
4	3.9	-	0.0	4	2.7		
2	2.0	2	4.4	4	2.7		
2	2.0	1	2.2	3	2.0		
1	1.0	1	2.2	2	1.4		
102	100.0	45	100	147	100		

يكشف الجدول السابق عن موضوعات المواد المنشورة بالإنفوجرافيك وتناولت الأزمات الاقتصادية والمنشورة بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث جاء في المقدمة نشر انفوجرافات تتعلق بتداعيات أزمة روسيا وأكرانيا على الاقتصاد المحلي والعالمى بواقع ٤٢ انفوجراف وبنسبة ٢٨,٦%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٢٧,٥%، ونسبتها في الأهرام ٣١,١%، وفي هذا الشأن جاء الخطاب الصحفي بما يتضمنه من رسائل مختلفة منادياً بأهمية وقف الحرب وتداعياتها على اقتصاديات العالم، حيث أطلقت اليوم السابع دعوة صريحة بإنهاء الحرب، حيث كان الانفوجراف ينص على "دعوة لإنهاء معاناة العالم.. نداء شرم الشيخ لوقف الحرب الأوكرانية"، موضحاً أنها سبب لأزمات اقتصادية عالمية، فجاء انفوجراف "عاصفة تضرب اقتصاد العالم.. تأثير الأزمة الروسية الأوكرانية محلياً"، وانفوجراف "تضخم وديون.. تأثيرات سلبية للأزمة الأوكرانية على الاقتصاد العالمى"، موضحاً دور الحكومة المصرية في مواجهة الأزمة، "وكذلك انفوجراف "خطة الدولة لمواجهة تداعيات الأزمة الروسية الأوكرانية، كما أضاف الموقع انفوجراف عن "كشف حساب الاقتصاد المصري × ٨ سنوات يثبت قوته في مواجهة الأزمات"،

وكذلك انفوجراف "حقق أعلى معدل نمو منذ ١٤ عامًا رغم تداعيات أزمة روسيا وأوكرانيا"، وكذلك انفوجراف بعنوان "اطمننوا مصر بخير.. رسائل الحكومة حول مستجدات الأزمة الأوكرانية"، وفي السياق ذاته نشرت الأهرام عددًا من الانفوجرافات توضح كيفية مواجهة الأزمة، ويوضح إيجابية القرارات التي اتخذتها الدولة اقتصاديا رغم الأزمة، فجاء "رغم تداعيات الأزمة الروسية الأوكرانية.. «النقد الدولي» يرفع توقعاته لنمو الاقتصاد المصري"، وجاء انفوجراف "انخفاض التضخم للمرة الأولى منذ ٦ أشهر رغم استمرار تداعيات الأزمة الروسية - الأوكرانية".

وفي الترتيب الثاني جاء نشر انفوجرافات تتعلق بغلاء الأسعار بواقع ٢٨ انفوجراف وبنسبة ١٩%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٢٢,٥%، ونسبتها في الأهرام ١١,١%، حيث نشرت كلاهما انفوجرافات توضح السلع التي ارتفع سعرها وإجراءات الحكومة التي اتخذتها لمواجهة الأزمة، حيث جاء في اليوم السابع "الأول مرة منذ أسبوع.. أسعار الذهب الخميس تنخفض دون ١٢٠٠ جنية"، كما جاء بعض الانفوجرافات توضح موقف الحكومة المصرية من ارتفاع الأسعار، حيث جاء الانفوجراف يوضح "لا تسامح مع إخفاء السلع أو رفع الأسعار.. رسائل حاسمة من رئيس الوزراء"، حيث اتفقت الأهرام مع اليوم السابع في توضيح إجراءات الحكومة لمواجهة الغلاء، حيث جاء انفوجراف "مجلس الوزراء: مصر تضاعف الجهود لتوفير مخزون استراتيجي من السلع الأساسية وضبط الأسعار"، وانفوجراف آخر يوضح "تخفيضات كبيرة في أسعار السلع بمعارض «أهلا رمضان»"، وآخر عن "جهود حملات وزارة الداخلية لمتابعة أسعار السلع الإستراتيجية خلال ٢٤ ساعة".

وفي الترتيب الثالث جاء نشر انفوجرافات تتعلق بالتضخم الاقتصادي بواقع ١٩ انفوجراف وبنسبة ١٢,٩%.

وفي الترتيب الرابع أيضًا جاء نشر انفوجرافات تتعلق بالبطالة بواقع ١٢ انفوجراف وبنسبة ١٢,٩%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٦,٩%، ونسبتها في الأهرام ١١,١%، حيث نشرت اليوم السابع انفوجرافات توضح أزمة البطالة وارتباطها بالاقتصاد المصري وسياسات الدولة لمواجهتها، حيث جاء انفوجراف "وداعًا للبطالة.. الدولة تدعم الشباب بـ ٣٧٥٣ مشروعًا خلال أبريل ٢٠٢٢"، كما أضافت الأهرام زاوية أخرى لمواجهة البطالة من قبل الحكومة حيث نشرت "المشروعات القومية تجبر معدل البطالة على التراجع ليسجل أقل مستوى له منذ أكثر من ٣٠ عامًا"، وفي ذات السياق، جاء انفوجراف منشور باليوم السابع يشير لتأثير المشروعات القومية في مواجهة البطالة، فكان "المشروعات القومية تهزم البطالة.. التشغيل يرتفع لأعلى مستوى منذ ٣٠ عامًا".

وفي الترتيب الخامس جاء نشر انفوجرافات تتعلق بتداعيات فيروس كورونا علي الاقتصاد المحلي والعالمي وبنسبة ٦,٨%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٥,٩%، حيث جاء عدد من الانفوجرافات توضح إيجابية خطط الدولة في مواجهة أزمة كورونا اقتصاديا، حيث جاء في اليوم السابع انفوجراف يوضح "صلابة الاقتصاد المصري أمام كورونا تفرض نفسها بتقارير المؤسسات الدولية".

وفي الترتيب السادس جاء نشر انفوجرافات تتعلق بقناة السويس بواقع ٦ انفوجرافات ونسبة ٤,١%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٣,٩%، فمثلاً جاء انفوجراف في اليوم السابع يوضح "قناة السويس أهم شريان ملاحي يربط حركة التجارة بين الشرق والغرب"، وجاء نسبة القضية في الأهرام ٤,٤%، وفي الترتيب السادس جاء نشر انفوجرافات تتعلق بالديون بواقع ٥ انفوجرافات ونسبة ٣,٤%، وجاءت منشورة كاملاً في اليوم السابع بنسبة ٤,٩% بواقع (٥ انفوجرافات)، وفي الترتيب السابع جاء نشر انفوجرافات تتعلق بأوضاع البورصة المصرية بواقع ٤ انفوجرافات ونسبة ٢,٧%، وجاءت منشورة كاملاً في اليوم السابع بنسبة ٣,٩%، فكان تركيز اليوم السابع على توضيح الدعم الحكومي لنشاط البورصة، فجاء نشر انفوجراف يؤكد على "دعمًا للاقتصاد.. الرئيس السيسي يتابع إجراءات طرح شركات الجيش في البورصة".

وفي الترتيب السابع أيضاً جاء نشر انفوجرافات تتعلق بصندوق النقد الدولي بواقع ٤ انفوجرافات ونسبة ٢,٧%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٢%، ونسبتها في الأهرام ٤,٤%، حيث اهتمت الصحف بنشر التقييم الدولي للقرارات الاقتصادية التي تصدر عن الحكومة المصرية في ظل حدوث الأزمات الاقتصادية، فجاء الإشارة في اليوم السابع إلى الإشادة الدولية الجديدة بالإصلاحات الأخيرة للدولة المصرية، وكذلك انفوجراف يوضح "صندوق النقد الدولي: اقتصاد مصر يواصل تحقيق معدلات نمو مرتفعة"، وعن جريدة الأهرام فكان الموقف مشابهاً حيث الإشادة بالقرارات الاقتصادية المصرية، فجاء الانفوجراف "صندوق النقد الدولي يتوقع تصاعداً مستقبلياً لمؤشرات الاقتصاد المصري"، وجاء انفوجراف يوضح تفاصيل متعلقة بالتعاون المصري وصندوق النقد بعنوان "أبرز ما جاء في وثيقة الحكومة للرد على القضايا المثارة بشأن التعاون بين مصر وصندوق النقد".

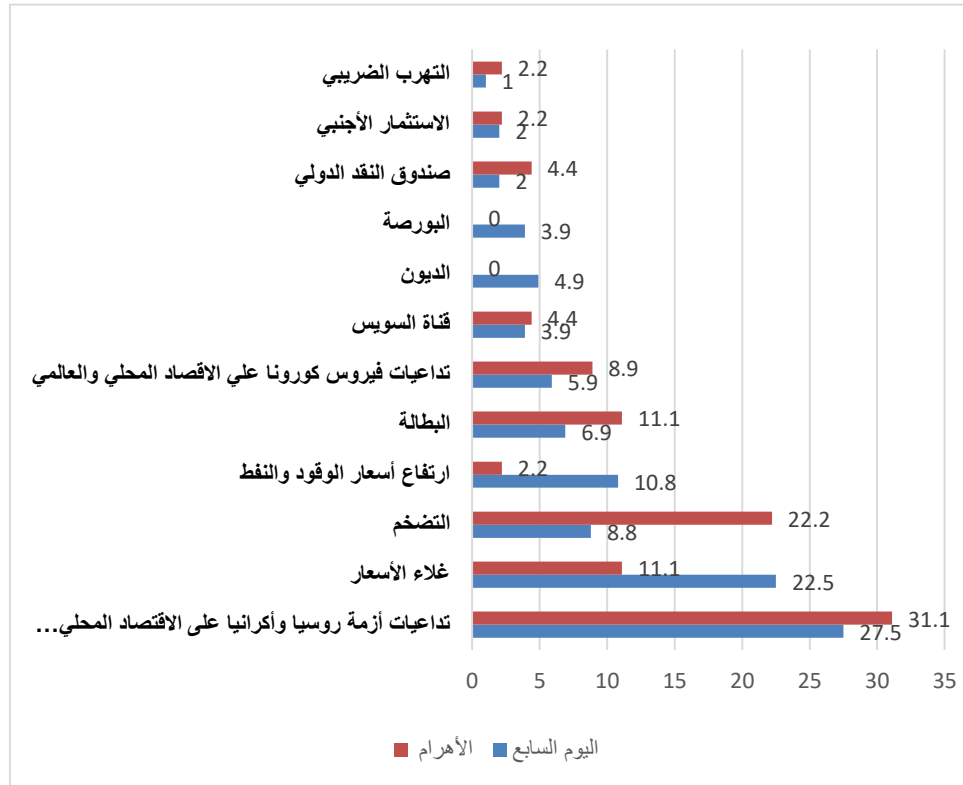
وفي الترتيب الثامن جاء نشر انفوجرافات تتعلق بالاستثمار الأجنبي بنسبة ٢%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٢%، ونسبتها في الأهرام ٢,٢%، فجاء في اليوم السابع نشر انفوجراف يوضح حجم الاستثمار الأجنبي في مصر "تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لمصر آخر ٨ سنوات".

وفي الترتيب التاسع جاء نشر انفوجرافات تتعلق بالتهرب الضريبي بنسبة ١,٤% وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ١%، ونسبتها في الأهرام ٢,٢% بواقع (أنفوجراف)، فجاء الانفوجراف بالأهرام يوضح جهود الحكومة ممثلة في وزارة الداخلية في منع التهرب الضريبي، "في ٩ أشهر.. "الداخلية" تحاصر التهرب الضريبي وتضبط قضايا بـ ١٠٦ مليارات جنيه".

واتضح للباحثة أن نتائج الجدول السابق تكشف عن تنوع الأزمات الاقتصادية المصرية التي تناولتها الإنفوجرافيك، وقد تقاربت مع ما توصلت له نتائج دراسة روان مرسي محمود (٢٠٢٢) (٥٥) بخصوص تحليل مضمون القضايا الاقتصادية بالإنفوجرافيك، حيث كانت أبرز المضامين الاقتصادية التي عرضتها المواقع الإلكترونية في الإنفوجرافيك الصحفي

والتي تمثلت في؛ قضايا الإصلاح الاقتصادي، والشؤون الداخلية، مشروعات قومية، التجارة البينية، قضايا الاستثمار، والتنمية المستدامة، البورصة، ومشاريع الطاقة النظيفة وتكنولوجيا رأس المال والصناعات العسكرية، كما تتقارب القضايا السابقة مع ما توصلت له دراسة إيمان طارق (٢٠٢١) (٥٦) حيث تم تحليل القضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف المصرية، وكانت القضايا التي تم إبرازها في الإنفوجراف متمثلة في قضايا الإصلاح الاقتصادي ورؤية (٢٠٣٠) جاءت في المرتبة الأولى بالنسبة للقضايا الاقتصادية التي تعالجها رسوم الإنفوجراف المنشورة في الصحف عينة الدراسة، يليها المشاريع القومية وفي المرتبة الثالثة الاستثمارات المحلية والأجنبية، وفي المرتبة الرابعة الوقود والطاقة، وقل الاهتمام بقضايا ارتفاع الأسعار والصادرات والواردات وأسعار العملات والدولار، اهتمت معظم مواقع الصحف عينة الدراسة بالقضايا الاقتصادية ذات النطاق الجغرافي المحلي بنسبة كبيرة، وقل الاهتمام بالقضايا ذات النطاق الدولي والعربي.

ويخلص الشكل التالي أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة التحليلية من حيث طبيعة الموضوعات الاقتصادية التي ناقشتها وذلك على النحو التالي:



شكل رقم (٢) يوضح موضوعات المواد المنشورة بالإنفوجرافيك وتناولت الأزمات الاقتصادية

٩- وظيفة الإنفوجرافيك عند تناول الأزمات الاقتصادية على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (١٤) وظيفة الإنفوجرافيك عند تناول الأزمات الاقتصادية

وظيفة الإنفوجرافيك		اليوم السابع		الأهرام		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
26	25.5	25	55.6	51	34.7		
32	31.4	17	37.8	49	33.3		
30	29.4	17	37.8	47	32.0		
27	26.5	11	24.4	38	25.9		
6	5.9	3	6.7	9	6.1		
7	6.9	2	4.4	9	6.1		
		102		45		147	

يكشف الجدول السابق عن وظيفة الإنفوجرافيك والتي تناولت الأزمات الاقتصادية والمنشورة بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث جاء في المقدمة نشر انفوجرافات وظيفتها المقارنة بواقع ٥١ انفوجراف وبنسبة ٣٤,٧% من إجمالي الانفوجرافات المنشورة بكلا الموقعين، وفي الترتيب الثاني جاء نشر انفوجرافات وظيفتها التلخيص ٣٣,٣%، حيث جاء انفوجراف في اليوم السابع يلخص تداعيات أزمة ارتفاع أسعار البترول بعنوان "ماذا حدث لأسعار البترول خلال أسبوع؟"، وكذلك انفوجراف بعنوان "عيار ٢١ بـ ١٠٢٨ جنيها.. انخفاض أسعار الذهب اليوم ١٢ جنيهاً".

وفي الترتيب الثالث جاء نشر انفوجرافات وظيفتها الشرح والتوضيح بواقع ٤٧ انفوجراف وبنسبة ٣٢%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٢٩,٤%، وفي هذا الشأن نشرت اليوم السابع انفوجراف يحاول توضيح ماهية قرارات الحكومة، فمثلاً بخصوص تناول أزمة اختفاء الأرز من السوق، كان الانفوجراف الذي يوضح "الحكومة تعلن "الأرز" سلعة استراتيجية لمواجهة حبه عن الأسواق"، كما اهتمت الحكومة بتوضيح نسبة الفائدة البنكية بانفوجراف يوضح "البنك المركزي يرفع سعر الفائدة على الإيداع والإقراض ٢%"، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة منار حسن محمد (٢٠٢٢) (٥٧) بأن الانفوجراف يعمل على تبسيط المعلومات وتوضيحها.

وفي الترتيب الرابع جاء نشر انفوجرافات وظيفتها التوعية بواقع ٣٨ انفوجراف وبنسبة ٢٥,٩%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٢٦,٥%، حيث أن اليوم السابع نشرت انفوجراف يؤكد على حرص الحكومة بتوعية المواطنين بحقيقة القرارات ونفي الشائعات، فكان عنوان "خليك واعى.. الحكومة تنفي إقرار زيادة جديدة على ضريبة الدخل"، كما جاء تأكيد اليوم السابع على أن القرارات التي تصدرها الحكومة وسياساتها لأجل المواطن، فكان الانفوجراف بعنوان "نعمل من أجل المواطن.. أبرز تصريحات رئيس الوزراء عقب اجتماع الحكومة"، وانفوجراف آخر "خليك واعى.. سعر رغيف الخبز ٥ قروش والدولة تتحمل فارق زيادة السولار".



وفي الترتيب الخامس جاء نشر انفوجرافات وظيفتها الدعاية بواقع ٩ انفوجرافات وبنسبة ٦,١%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٥,٩%، فمثلاً اليوم السابع ركزت على وعي الحكومة المصرية بكيفية مواجهة الأزمات على اختلافها، حيث كان عنوان الأنفوجراف معبراً عن محتواه، وكان عنوانه "إدارة الأزمات بـ"ميزان حساس".. أهم عناوين اجتماع الحكومة الأسبوعي"، وكذلك انفوجراف بعنوان "رسائل رئيس الوزراء بجلسة تمويل المناخ في عصر الأزمات" بقيمة ٢٧ cop.

وفي الترتيب الخامس أيضاً جاء نشر انفوجرافات وظيفتها السرد بواقع ٩ انفوجرافات وبنسبة ٦,١%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٦,٩%، حيث قامت اليوم السابع بنشر انفوجرافات توضح تفاصيل مرتبطة بالمؤتمر الاقتصادي الذي انعقد في شرم الشيخ وما نتج عنه من قرارات وسياسات، حيث جاء انفوجراف بعنوان "أفكار لعبور الأزمة العالمية.. توصيات المؤتمر الاقتصادي بشأن السياسات النقدية"، وانفوجراف آخر بعنوان "المؤتمر الاقتصادي - مصر ٢٠٢٢: نتائج رئيسية حققها الإصلاح الاقتصادي".

وتتفق النتائج السابقة من حيث تصدر المقارنة والتلخيص والتوعية، مع ما توصلت له دراسة أيمن محمد بريك (٢٠٢١) (٥٨) بأن تركزت أهداف الإنفوجراف على التوعية، يليها التوجيه، ثم الدعوة للمشاركة، فالإخبار، والتفسير والتحليل.

١٠- أهداف الإنفوجرافيك عند تناول الأزمات الاقتصادية على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (١٥) أهداف الإنفوجرافيك عند تناول الأزمات الاقتصادية

أهداف المواد المنشورة التي تناولت الأزمات الاقتصادية		اليوم السابع		الأهرام		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تقديم معلومات عن الأزمة	71	69.6	26	57.8	97	66.0	
إقامة حوار بين الرأي العام	19	18.6	11	24.4	30	20.4	
البحث والتحقيق	13	12.7	13	28.9	26	17.7	
الكشف عن الفساد	15	14.7	8	17.8	23	15.6	
لفت نظر الحكومة بشأن اتخاذ إجراء معين	5	4.9	8	17.8	13	8.8	
الإجمالي	102		45		147		

يكشف الجدول السابق عن أهداف الإنفوجرافيك والتي تناولت الأزمات الاقتصادية والمنشورة بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث جاء في المقدمة هدف الإنفوجرافات عند تقديم الأزمات الاقتصادية متمثلاً في تقديم معلومات عن الأزمة بنسبة ٦٦%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٦٩,٦%، ونسبتها في الأهرام ٥٧,٨%، حيث تم نشر انفوجرافات توضح ذلك، فمثلاً نشرت جريدة الأهرام "زيادة جديدة في سعر الدولار صباح اليوم"، وفي اليوم السابع جاء انفوجراف يوضح "سعر الذهب.. اعرف أسعار المعدن الأصفر بعد الحرب الروسية الأوكرانية"، وفي جريدة اليوم السابع جاء نشر انفوجراف بعنوان "حقائق وأرقام.. رئيس الوزراء يعلن خطة التعامل مع الأزمة الاقتصادية"، وتتفق هذه النتيجة من حيث تصدر تقديم معلومات عن القضايا المجتمعية وتفسيرها، مع توصية دراسة أميرة مصطفى عبد الله (٢٠٢٢) (٥٩) بأن يوظف الإنفوجراف في القضايا التي يجد الأفراد معاناة في فهم محتواها وتذكر المعلومات الخاصة بها، خاصة

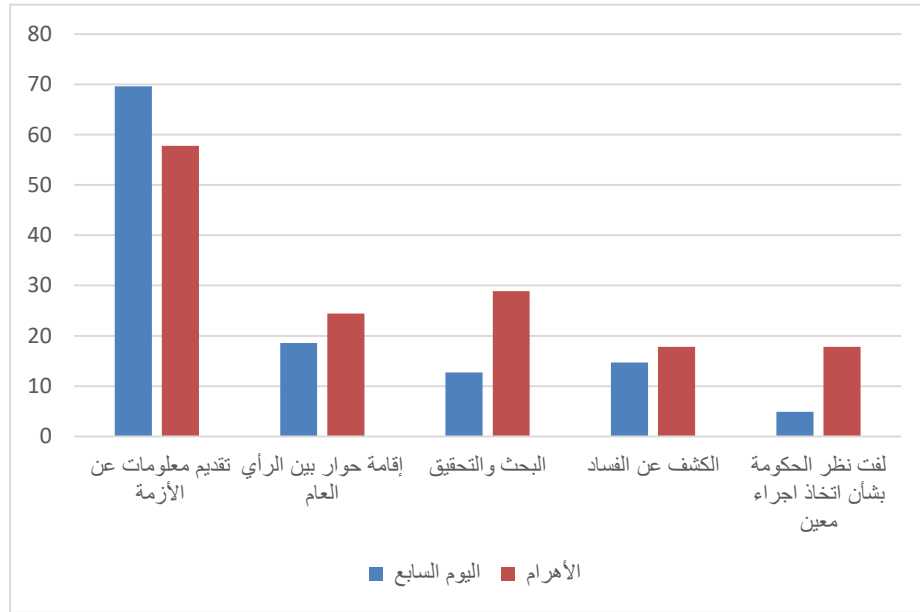


الموضوعات التي تتضمن تسلسلاً زمنياً في الأحداث، أو كثيراً من المعلومات، حيث يسهم الإنفوجراف في تذكر المعلومات بسهولة، وتيسير عملية الفهم لدى الأفراد، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة هاني إبراهيم السمان (٢٠٢٢) (١٠) من حيث التأكيد على التأثير الإيجابي لاستخدام الإنفوجرافيك على فهم القراء وتذكرهم للمضمون، ويتفق مع نتائج دراسة أحمد العميري، (٢٠٢١) (١١) أن تقديم المعلومات من خلال الإنفوجرافيك واستخدام الصور الثابتة والمتحركة والرسوم يقلل من عبء معالجتها ويسهل تذكرها.

وفي الترتيب الثاني جاء هدف الإنفوجرافات عند تقديم الأزمات الاقتصادية متمثلاً في إقامة حوار بين الرأي العام بنسبة ٢٠,٤%، فجاء أنفوجراف بعنوان "أوكرانيا.. نجاح سياسة تحرير سعر الصرف في تحقيق تراكم احتياطي بلغ ٣٣,١ مليار دولار".

وفي الترتيب الثالث جاء هدف الإنفوجرافات عند تقديم الأزمات الاقتصادية متمثلاً في البحث والتحقيق بواقع ٢٦ أنفوجراف بنسبة ١٧,٧%، وفي الترتيب الرابع جاء هدف الإنفوجرافات عند تقديم الأزمات الاقتصادية متمثلاً في الكشف عن الفساد بنسبة ١٥,٦%، وفي الترتيب الخامس جاء هدف الإنفوجرافات عند تقديم الأزمات الاقتصادية متمثلاً في لفت نظر الحكومة بشأن اتخاذ إجراء معين بنسبة ٨,٨%.

ويخلص الشكل التالي النتائج المتعلقة بأهداف الإنفوجراف عند تقديم الأزمات الاقتصادية وذلك على النحو التالي:



شكل رقم (٣) يوضح أهداف الإنفوجرافيك عند تناول الأزمات الاقتصادية

## ١- نوعية المعالجة الخاصة بالإنفوجرافيك عند تناول الأزمات الاقتصادية على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (١٦) نوعية المعالجة الخاصة في الإنفوجرافيك عند تناول الأزمات الاقتصادية

نوعية المعالجة الخاصة في الإنفوجرافيك		اليوم السابع		الأهرام		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إخبارية	59	57.8	29	64.4	88	59.9	
توجيهية	23	22.5	8	17.8	31	21.1	
تعبيرية	6	5.9	14	31.1	20	13.6	
نقدية	6	5.9	9	20.0	15	10.2	
دعائية	6	5.9	4	8.9	10	6.8	
غير محددة	3	2.9	-	-	3	2.0	
الإجمالي	102		45		147		

يكشف الجدول السابق عن نوعية المعالجة الخاصة في الإنفوجرافيك والتي تناولت الأزمات الاقتصادية والمنشورة بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث جاء في المقدمة المعالجة الإخبارية بواقع ٨٨ انفوجراف وبنسبة ٥٩,٩%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٥٧,٨%، ونسبتها في الأهرام ٦٤,٤%، فمثلاً جاء انفوجراف يخبر المواطنين بكيفية مواجهة الحكومة لاحتكار السلع وأزماتها وتوفيرها لهم في ظل ما تواجهه الدولة من أزمات عالمية، حيث جاء انفوجراف في اليوم السابع يوضح "جهود الحكومة لتوفير السلع ومواجهة تأثير الأزمة العالمية"، ويلاحظ الاهتمام الرسمي بتوظيف الإنفوجراف في توضيح جهود الحكومة والحقائق ومنه الرد على أي شائعات، حيث تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة سلوى أحمد محمد (٢٠٢١) (٢٢) بأن الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية تهدف من تقديم الإنفوجرافيك للرد على الشائعات وتوضيح الحقائق والإخبار، ولكنه كان مجرد عرض لنص الشائعة بصورة مختصرة والرد عليها بنفس الطريقة.

وفي الترتيب الثاني جاء المعالجة التوجيهية بواقع ٣١ انفوجراف وبنسبة ٢١,١%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٢٢,٥%، ونسبتها في الأهرام ١٧,٨%، حيث حرصت بعض الانفوجرافات المنشورة على توجيه المواطنين للحقيقة وتفسير بعض قرارات الحكومة الاقتصادية، فجاء انفوجراف يوضح "لماذا تضطر الحكومة لتحريك سعر الدولار؟"، وفي الترتيب الثالث جاء المعالجة التعبيرية بنسبة ١٣,٦%، وجاء نسبتها في اليوم السابع بنسبة ٥,٩%، ونسبتها في الأهرام ٢٠%، وفي الترتيب الرابع جاء المعالجة النقدية بواقع بنسبة ١٠,٢%، وجاء نسبتها في اليوم السابع ٥,٩%، ونسبتها في الأهرام ٢٠%، حيث جاء في اليوم السابع، نشر انفوجراف يربط بين أسعار المنتجات والأزمات العالمية كأزمة أوكرانيا، وكان الانفوجراف بعنوان "مستجدات أسعار النفط بالأسواق العالمية في ظل الأزمة الأوكرانية".

وفي الترتيب الخامس جاء المعالجة الدعائية بواقع ١٠ انفوجرافات وبنسبة ١٠%، وفي الترتيب السادس جاءت بعض الأنفوجرافات غير محددة بنسبة ٢%

## ١٢- أساليب الإقناع المستخدمة في الإنفوجرافيك عند تناول الأزمات الاقتصادية على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (١٧) أساليب الإقناع المستخدمة في الإنفوجرافيك عند تناول الأزمات الاقتصادية

الإجمالي		الأهرام		اليوم السابع		أساليب الإقناع المستخدمة في الإنفوجرافيك	
%	ك	%	ك	%	ك		
59.9	88	55.6	25	61.8	63	استشهاد بالأحداث الجارية	أساليب إقناع منطقية
40.8	60	57.8	26	33.3	34	تقديم أدلة وشواهد	
29.9	44	66.7	30	13.7	14	عرض جوانب الحدث	
6.8	10	8.9	4	5.9	6	عرض وجهات النظر	
147		45		102		الإجمالي	
50.0	9	50	2	50.0	7	عرض جانب واحد من الموضوع	أساليب إقناع عاطفية
27.8	5	25	1	28.6	4	تكرار الرسالة الإعلامية	
22.2	4	25	1	21.4	3	التركيز على النواحي الجمالية	
18		100		100		الإجمالي	

يكشف الجدول السابق عن أساليب الإقناع المستخدمة في الإنفوجرافيك عند تناول الأزمات الاقتصادية والمنشورة بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، وذلك على مستوى الأساليب الإقناعية المنطقية والعاطفية وذلك على النحو التالي:

### أولاً: أساليب الإقناع المنطقية:

يكشف الجدول السابق عن أن نسبة توظيف أساليب الإقناع المنطقية مرتفعة في إطار مقارنة مع توظيف أساليب الإقناع العاطفية، وجاءت نسبة الأساليب المنطقية في اليوم السابع بـ ٦٩,٤% في مقابل توظيفها بنسبة ٣٠,٦% في الأهرام، وجاءت طبيعة الأساليب الإقناع المنطقية التي تم توظيفها في الأنفوجرافات على النحو التالي:

جاء في الترتيب الأول الاستشهاد بالأحداث الجارية من بين أساليب الإقناع المنطقية بواقع ٨٨ انفوجراف وبنسبة ٥٩,٩%، وفي الترتيب الثاني جاء تقديم أدلة وشواهد من بين أساليب الإقناع المنطقية بواقع ٦٠ انفوجراف وبنسبة ٤٠,٨%، وفي الترتيب الثالث جاء عرض جوانب الحدث من بين أساليب الإقناع المنطقية بواقع ٤٤ انفوجراف وبنسبة ٢٩,٩%، وفي الترتيب الرابع جاء عرض وجهات النظر من بين أساليب الإقناع المنطقية بواقع ١٠ انفوجرافات وبنسبة ٦,٨%.

### ثانياً: أساليب الإقناع العاطفية:

يكشف الجدول السابق عن أن نسبة توظيف أساليب الإقناع العاطفية منخفضة في إطار مقارنة مع توظيف أساليب الإقناع المنطقية، وجاءت نسبة الأساليب العاطفية في اليوم السابع بـ ٧٧,٨% في مقابل توظيفها بنسبة ٢٢,٢% في الأهرام، وجاءت طبيعة الأساليب الإقناع العاطفية التي تم توظيفها في الأنفوجرافات على النحو التالي:

جاء في الترتيب الأول عرض جانب واحد من الموضوع من بين أساليب الإقناع العاطفية بواقع ٩ انفوجرافات ونسبة ٥٠٪، وفي الترتيب الثاني جاء تكرار الرسالة الإعلامية من بين أساليب الإقناع العاطفية بواقع ٥ انفوجرافات ونسبة ٢٧,٨٪، وفي الترتيب الثالث جاء التركيز على النواحي الجمالية من بين أساليب الإقناع العاطفية بواقع ٤ انفوجرافات ونسبة ٢٢,٢٪.

١٣- العناصر المقروءة في الإنفوجرافيك وتناولت الأزمات الاقتصادية على مستوى موقعي اليوم السابع والأهرام:

جدول رقم (١٨) العناصر المقروءة في الإنفوجرافيك التي تناولت الأزمات الاقتصادية

العناصر المقروءة للإنفوجرافيك		اليوم السابع		الأهرام		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
العناوين	65	63.7	31	68.9	96	65.3	
المعلومات والحقائق	39	38.2	39	86.7	78	53.1	
الإحصائيات	30	29.4	24	53.3	54	36.7	
مقدمة توضيحية	24	23.5	15	33.3	39	26.5	
التواريخ	6	5.9	5	11.1	11	7.5	
الإجمالي	102		45		147		

يكشف الجدول السابق عن طبيعة العناصر المقروءة في الإنفوجرافيك والتي تناولت الأزمات الاقتصادية والمنشورة بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث جاء في المقدمة العناوين بواقع ٩٦ انفوجراف ونسبة ٦٥,٣٪، وفي الترتيب الثاني جاء عنصر المعلومات والحقائق بواقع ٧٨ انفوجراف ونسبة ٥٣,١٪، وفي الترتيب الثالث جاء عنصر الإحصائيات بواقع ٥٤ انفوجراف ونسبة ٣٦,٧٪، وفي الترتيب الرابع جاء عنصر المقدمة التوضيحية بواقع ٣٩ انفوجراف ونسبة ٢٦,٥٪، وفي الترتيب الخامس جاء عنصر التواريخ بواقع ١١ انفوجراف ونسبة ٧,٥٪.

#### نتائج الدراسة الميدانية:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية في معالجة الأزمات الاقتصادية وعلاقته بمستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري، وفي إطار منهج المسح تم إطلاق استمارة الاستبيان إلكترونياً لعينة الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمدة شهر، وبلغت استجابة عينة الدراسة (٦٢٥) مفردة من الجمهور المصري، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من الجمهور المصري، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وهو ما يعكس سمات وخصائص العينة في علاقتها بالإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية، الأمر الذي يساعد في معرفة العلاقة بين استخدام الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية في معالجة الأزمات الاقتصادية ومستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري. وقد أسفر تحليل استجابات الباحثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية

الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت علي التحقق من أهداف الدراسة والإجابة علي تساؤلاتها.

#### ١- مستوى تعرض المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت.

جدول رقم (١٥) مستوى تعرض المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	١١٣	٣٨,٣١	١٣٣	٤٠,٣٠	٢٤٦	٣٩,٣٦
متوسط	١٤١	٤٧,٨٠	١٥٩	٤٨,١٨	٣٠٠	٤٨,٠٠
منخفض	٤١	١٣,٩٠	٣٨	١١,٥٢	٧٩	١٢,٦٤
الإجمالي	٢٩٥	١٠٠	٣٣٠	١٠٠	٦٢٥	١٠٠

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٠,٨٦٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٣٧ مستوى الدلالة = غير دالة بحساب قيمة كا<sup>٢</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٠,٨٦٣ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٣٧ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى استخدام المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - لمواقع الصحف الإلكترونية.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون مواقع الصحف الإلكترونية بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٣٩,٣٦%، وبلغت نسبة من يستخدمون مواقع الصحف الإلكترونية بدرجة متوسطة ٤٨,٠٠%، بينما بلغت نسبة من يستخدمون مواقع الصحف الإلكترونية بدرجة منخفضة ١٢,٦٤%.

#### ٤- أهم مواقع الصحف الإلكترونية التي يُطالع فيها المبحوثون موضوعات الأزمات الاقتصادية.

جدول رقم (١٦) أهم مواقع الصحف الإلكترونية التي يفضل المبحوثون متابعتها وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	ترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
أهم المواقع	٢٠٤	٦٩,١٥	٢٢٩	٦٩,٣٩	٤٣٣	٦٩,٢٨	٠,٠٦٥	غير دالة	١
صحيفة اليوم السابع الإلكترونية	١٤٨	٥٠,١٧	١٦٢	٤٩,٠٩	٣١٠	٤٩,٦٠	٠,٣٦٩	غير دالة	٣
صحيفة أخبار اليوم الإلكترونية	١٤٥	٤٩,١٥	١٧٦	٥٣,٣٣	٣٢١	٥١,٣٦	١,٠٤٣	غير دالة	٢
صحيفة الأهرام الإلكترونية	١٠٢	٣٤,٥٨	١١٨	٣٥,٧٦	٢٢٠	٣٥,٢٠	٠,٣٠٨	غير دالة	٤
صحيفة الجمهورية الإلكترونية	٨٦	٢٩,١٥	١١٥	٣٤,٨٥	٢٠١	٣٢,١٦	١,٥٢١	غير دالة	٥
صحيفة الوفد الإلكترونية	٧٨	٢٦,٤٤	٨٩	٢٦,٩٧	١٦٧	٢٦,٧٢	٠,١٤٩	غير دالة	٦
صحيفة الوطن الإلكترونية									
جملة من سئوا	٢٩٥		٣٣٠		٦٢٥				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مواقع الصحف الإلكترونية يُطالع فيها المبحوثون موضوعات الأزمات الاقتصادية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٩,٢٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٩,١٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٩,٣٩% من إجمالي

مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة  $Z$  المحسوبة ٠,٠٦٥، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثاني صحيفة الأهرام الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥١,٣٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٩,١٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٣,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة  $Z$  المحسوبة ١,٠٤٣، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث صحيفة أخبار اليوم الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٩,٦٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٠,١٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٩,٠٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة  $Z$  المحسوبة ٠,٣٦٩، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وتتنفق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (هشام رشدي، ٢٠١٨) وتوصلت النتائج إلى أن أهم الصحف التي يعتمد عليها المبحوثون كمصدر للمعلومات عن قضايا الأزمات وفقاً للنوع، حيث جاءت صحيفة اليوم السابع في الصدارة بنسبة ٧٦,٤٤%، جاء في الترتيب الثاني صحيفة الأهرام الإلكترونية بنسبة ٧٢,٦٧%، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن هذه الصحيفة حريصة على تغطية موضوعات الأزمات بشكل فوري ومستمر وتقدم كل ما يهم الجمهور.

٥- مدى تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك المنشور في الصحف الإلكترونية بشأن الأزمات الاقتصادية.

جدول رقم (١٧) مدى تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك المنشور في الصحف الإلكترونية بشأن الأزمات الاقتصادية وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	٤٧	١٥,٩٣	١٦٣	٤٩,٣٩	٢١٠	٣٣,٦٠
متوسط	١٧٢	٥٨,٣١	١٠٣	٣١,٢١	٢٧٥	٤٤,٠٠
منخفض	٧٦	٢٥,٧٦	٦٤	١٩,٣٩	١٤٠	٢٢,٤٠
الإجمالي	٢٩٥	١٠٠	٣٣٠	١٠٠	٦٢٥	١٠٠

قيمة  $\chi^2 = ٨٠,٧١١$  درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٣٣٨ مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠٠١

بحساب قيمة  $\chi^2$  من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٨٠,٧١١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٣٣٨ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع

(ذكور - إناث) ومدى تعرض المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - للإنفوجرافيك المنشور في الصحف الإلكترونية بشأن الأزمات الاقتصادية.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتعرضون للإنفوجرافيك المنشور في الصحف الإلكترونية بشأن الأزمات الاقتصادية مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٣٣,٦٠%، وبلغت نسبة من يتعرضون للإنفوجرافيك المنشور في الصحف الإلكترونية بشأن الأزمات الاقتصادية متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤٤,٠٠%، بينما بلغت نسبة من يتعرضون للإنفوجرافيك المنشور في الصحف الإلكترونية بشأن الأزمات الاقتصادية منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٢,٤٠%.

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به نتائج دراسة (رئالا عبدالوهاب، ٢٠٢١)، والتي أكدت أن المبحوثين يقومون بالاطلاع على الإنفوجرافيك أحياناً بنسبة ٥٤,٣% وتمثل أعلى نسبة، بينما أشارت نسبة ٢٧,٥% أنهم يقومون بالاطلاع على الإنفوجرافيك دائماً.

٧- أهم الأشكال الصحفية الإلكترونية التي يفضل المبحوثين متابعتها في صورة الإنفوجرافيك من حيث العرض.

جدول رقم (١٩) أهم الأشكال الصحفية الإلكترونية التي يفضل المبحوثين متابعتها في صورة الإنفوجرافيك من حيث العرض وفقاً للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الأشكال الصحفية
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠,٢٠٢	٧٠,٥٦	٤٤١	٧٠,٩١	٢٣٤	٧٠,١٧	٢٠٧	الأخبار الصحفية
٣	غير دالة	٠,٩١٨	٤٩,٩٢	٣١٢	٤٨,١٨	١٥٩	٥١,٨٦	١٥٣	التقارير الإخبارية
٢	غير دالة	٠,٣١١	٥٣,٩٢	٣٣٧	٥٣,٣٣	١٧٦	٥٤,٥٨	١٦١	التحقيقات الصحفية
٤	غير دالة	٠,٨٠٢	٤٥,٧٦	٢٨٦	٤٧,٢٧	١٥٦	٤٤,٠٧	١٣٠	الحوارات الصحفية
٥	غير دالة	٠,٠٧٤	٣٧,٤٤	٢٣٤	٣٧,٥٨	١٢٤	٣٧,٢٩	١١٠	الصور والرسوم البيانية
			٦٢٥		٣٣٠		٢٩٥		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الأشكال الصحفية الإلكترونية التي يفضل المبحوثين متابعتها في صورة الإنفوجرافيك من حيث العرض وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول الأخبار الصحفية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٠,٥٦%، موزعة بين ٧٠,١٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٠,٩١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٢٠٢ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثاني التحقيقات الصحفية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٣,٩٢%، موزعة بين ٥٤,٥٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٣,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٣١١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث التقارير الإخبارية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٩,٩٢%، موزعة بين ٥١,٨٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٨,١٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٩١٨، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

٨- أهم أشكال التفاعل التي يفضل المبحوثين استخدامها مع الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية.

جدول رقم (٢٠) أهم أشكال التفاعل التي يفضل المبحوثين استخدامها مع الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية وفقاً للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الأشكال
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠,١١٠	٦٦,٥٦	٤١٦	٦٦,٣٦	٢١٩	٦٦,٧٨	١٩٧	إرسال الإنفوجراف للأخريين
٢	غير دالة	٠,٢٩٤	٥٨,٢٤	٣٦٤	٥٨,٧٩	١٩٤	٥٧,٦٣	١٧٠	التعليق على الإنفوجراف
٣	غير دالة	٠,٢٧٨	٤٩,٩٢	٣١٢	٤٩,٣٩	١٦٣	٥٠,٥١	١٤٩	تخزين الإنفوجراف على الهاتف الخاص بي لاسترجاعه مرة أخرى
٤	غير دالة	٠,٩٩٠	٣٣,٢٨	٢٠٨	٣١,٥٢	١٠٤	٣٥,٢٥	١٠٤	إرسال المزيد من الإنفوجراف للنشر بالصحف
			٦٢٥		٣٣٠		٢٩٥		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أشكال التفاعل التي يفضل المبحوثين استخدامها مع الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول إرسال الإنفوجراف للأخريين، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٦,٥٦%، موزعة بين ٦٦,٧٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٦,٣٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,١١٠، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثاني التعليق على الإنفوجراف، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٨,٢٤%، موزعة بين ٥٧,٦٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٨,٧٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٢٩٤، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث تخزين الإنفوجراف على الهاتف الخاص بي لاسترجاعه مرة أخرى، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٩,٩٢%، موزعة بين ٥٠,٥١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٩,٣٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٢٧٨، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.



## ٩- موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس مستوى الرضا عن شكل الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية التي يتابعونها.

### جدول رقم (٢١) موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس مستوى الرضا عن شكل الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية التي يتابعونها.

مستوى الرضا	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		مستوى الرضا الجارية
			%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	١	٢,٥٧	٥,٧٦	٣٦	٣١,٨٤	١٩٩	٦٢,٤٠	٣٩٠	استخدام الإنفوجرافيك في القضايا الاقتصادية أثبت نجاحه في توعية الجمهور بهذه القضايا
متوسط	٤	٢,١٦	١٩,٦٨	١٢٣	٤٤,١٦	٢٧٦	٣٦,١٦	٢٢٦	استخدام الإنفوجرافيك في عرض الموضوعات القيمة ينقل من قيمة الموضوع
متوسط	٦	٢,٠٠	٢٨,٨٠	١٨٠	٤٢,٥٦	٢٦٦	٢٨,٦٤	١٧٩	عرض الإنفوجرافيك الموضوعات بتحيز ومبالغة
مرتفع	٢	٢,٥٦	٧,٨٤	٤٩	٢٨,١٦	١٧٦	٦٤,٠٠	٤٠٠	يعرض الإنفوجرافيك المعلومات بطريقة جذابة وشيقة
متوسط	٦	٢,٠٠	٢٨,٣٢	١٧٧	٤٢,٨٨	٢٦٨	٢٨,٨٠	١٨٠	المعلومات المقدمة من خلال الإنفوجرافيك تكون خاطئة حيث يوجد تعارض بين بيانات الرسوم ومحتوى المتن
متوسط	٥	٢,١٠	٢٢,٤٠	١٤٠	٤٥,٦٠	٢٨٥	٣٢,٠٠	٢٠٠	تفتقر موضوعات الإنفوجرافيك للأرقام والأدلة والإحصائيات
متوسط	٦	٢,٠٠	٢٩,٧٦	١٨٦	٤٠,٩٦	٢٥٦	٢٩,٢٨	١٨٣	يتناول الإنفوجرافيك الموضوعات بشكل سطحي وغير كافي
مرتفع	٣	٢,٥٠	٧,٨٤	٤٩	٣٤,٤٠	٢١٥	٥٧,٧٦	٣٦١	يجذب الإنفوجرافيك الانتباه للموضوعات من خلال الألوان المستخدمة
متوسط	--	٢,٢٤							جملة من سلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس مستوى الرضا عن شكل الإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية التي يتابعونها، التي جاءت بمستوى متوسط حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٢٤، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات استخدام الإنفوجرافيك في القضايا الاقتصادية أثبت نجاحه في توعية الجمهور بهذه القضايا حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٧، وجاءت عرض الإنفوجرافيك المعلومات بطريقة جذابة وشيقة في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٦، وجاءت يجذب الإنفوجرافيك الانتباه للموضوعات من خلال الألوان المستخدمة في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٠، وهو تأكيد للفرضية الأساسية لمدخل الثراء، حيث يحكم على الوسيلة الإعلامية بالثراء عندما تستعين بأشكال مختلفة في تقديم المحتوى بطريقة تختلف عن الوسائل الإعلامية الأخرى؛ الأمر الذي يجعلها ثرية، وجاءت استخدام الإنفوجرافيك في عرض الموضوعات القيمة ينقل من قيمة الموضوع في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢,١٦، وجاءت تفتقر موضوعات الإنفوجرافيك للأرقام والأدلة والإحصائيات في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢,١٠، وجاءت عرض الإنفوجرافيك الموضوعات بتحيز ومبالغة، المعلومات المقدمة من خلال الإنفوجرافيك تكون

خاطئة حيث يوجد تعارض بين بيانات الرسوم ومحتوى المتن، يتناول الإنفوجرافيك الموضوعات بشكل سطحي وغير كافي في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢,٠٠.

١٠- درجة معالجة الصحيفة الإلكترونية التي يتابعها المبحوثين للأزمات الاقتصادية باستخدام الإنفوجرافيك من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم.

جدول رقم (٢٢) درجة معالجة الصحيفة الإلكترونية التي يتابعها المبحوثين للأزمات الاقتصادية باستخدام الإنفوجرافيك من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
المعالجة كافية بدرجة كبيرة	٨٣	٢٨,١٤	٩٩	٣٠,٠٠	١٨٢	٢٩,١٢
المعالجة كافية بدرجة متوسطة	١٩٢	٦٥,٠٨	٢٠٩	٦٣,٢٣	٤٠١	٦٤,١٦
المعالجة كافية بدرجة ضعيفة	٢٠	٦,٧٨	٢٢	٦,٧٢	٤٢	٦,٧٢
الإجمالي	٢٩٥	١٠٠	٣٣٠	١٠٠	٦٢٥	١٠٠

قيمة كا = ٠,٢٦٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٢١ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٠,٢٦٣ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٢١ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ودرجة معالجة الصحيفة الإلكترونية التي يتابعها المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - للأزمات الاقتصادية باستخدام الإنفوجرافيك.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن درجة معالجة الصحيفة الإلكترونية للأزمات الاقتصادية باستخدام الإنفوجرافيك كافية بدرجة كبيرة بلغت ٢٩,١٢%، وبلغت نسبة من يرون أن درجة معالجة الصحيفة الإلكترونية للأزمات الاقتصادية باستخدام الإنفوجرافيك كافية بدرجة متوسطة ٦٤,١٦%، بينما بلغت نسبة من يرون أن درجة معالجة الصحيفة الإلكترونية للأزمات الاقتصادية باستخدام الإنفوجرافيك كافية بدرجة منخفضة ٦,٧٢%.

١١- أهم العبارات التي تحدد موضوعات الأزمات الاقتصادية التي تحرص على متابعتها في صحيفتك الإلكترونية.

جدول رقم (٢٣) أهم العبارات التي تحدد موضوعات الأزمات الاقتصادية التي تحرص على متابعتها في صحيفتك الإلكترونية وفقاً للنوع.

النوع	العبارة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور	
			ك	%	ك	%	ك	%
١	غير دالة	٠,٢٩٤	٧٩,٨٤	٤٩٩	٧٩,٣٩	٢٦٢	٨٠,٣٤	٢٣٧
٣	غير دالة	٠,٩٩٠	٦٦,٧٢	٤١٧	٦٨,٤٨	٢٢٦	٦٤,٧٥	١٩١
٢	غير دالة	٠,٣٨٧	٧٠,٢٤	٤٢٩	٧٠,٩١	٢٣٤	٦٩,٤٩	٢٠٥

استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأزمات الاقتصادية وعلاقته بمستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية

البطلة	١٨٢	٦١,٦٩	٢١٤	٦٤,٨٥	٣٩٦	٦٣,٣٦	٠,٨١٦	غير دالة	٤
ارتفاع أسعار الوقود	١٩٠	٦٤,٤١	٢٠٣	٦١,٥٢	٣٩٣	٦٣,٨٨	٠,٧٤٦	غير دالة	٦
الفقر	١٦٤	٥٥,٥٩	١٧٠	٥١,٥٢	٣٣٤	٥٣,٤٤	١,٠٢٠	غير دالة	٧
الديون	١٨٤	٦٢,٣٧	٢١١	٦٣,٩٤	٣٩٥	٦٣,٢٠	٠,٤٠٥	غير دالة	٥
تداعيات أزمة كورونا على الاقتصاد المحلي والعالمي	١٤٨	٥٠,١٧	١٨٦	٥٦,٣٦	٣٣٤	٥٣,٤٤	١,٥٤٩	غير دالة	٧
جملة من سطورا	٢٩٥		٣٣٠		٦٢٥				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم العبارات التي تحدد موضوعات الأزمات الاقتصادية التي تحرص على متابعتها في صحيفتك الإلكترونية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول أزمة روسيا وأوكرانيا، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٩,٨٤%، موزعة بين ٨٠,٣٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٩,٣٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٢٩٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثاني ارتفاع أسعار السلع والمواد الغذائية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٠,٢٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٩,٤٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٠,٩١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٣٨٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث التضخم، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٦,٧٢%، موزعة بين ٦٤,٧٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٨,٤٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٢٧٨ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وتختلف هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (مها طارق، ٢٠٢٢)، حيث توصلت نتائج دراستها الميدانية إلى أن قضية البطالة احتلت الصدارة بنسبة ٨٤,٤٤% من بين القضايا الاقتصادية، في حين جاءت قضية الفساد في الترتيب الثاني، أما قضية ارتفاع الأسعار ومشكلة الإسكان احتلت الترتيب الرابع، أما الترتيب الخامس فجاءت قضية الفقر، وفي الترتيب السادس جاءت قضية الوقود، وأخيراً الترتيب السابع فجاءت قضية التضخم.

١٢ - موقف المبحوثين حول العبارات التي توضح أسباب اهتمام الصحف الإلكترونية بنشر الإنفوجرافيك المتعلق بموضوعات الأزمات الاقتصادية.

جدول رقم (٢٤) موقف المبحوثين حول العبارات التي توضح أسباب اهتمام الصحف الإلكترونية بنشر الإنفوجرافيك المتعلق بموضوعات الأزمات الاقتصادية.

درجة الإهتمام	رتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نظراً		أحياناً		دائماً		أسباب الإهتمام
				ك	%	ك	%	ك	%	
مرتفع	١	٠,٥٦	٢,٦٦	٤,٦٤	٢٩	٢٤,٨٠	١٥٥	٧٠,٥٦	٤٤١	مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال البيث الإعلامي
مرتفع	٧	٠,٦٣	٢,٤٢	٧,٨٤	٤٩	٤١,٩٢	٢٦٢	٥٠,٢٤	٣١٤	لأن الإنفوجرافيك أحد الأساليب الإخراجية الحديثة

استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأزمات الاقتصادية وعلاقته بمستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية

مرتفع	٢	٠,٦٣	٢,٥٨	٧,٣٦	٤٦	٢٧,٦٨	١٧٣	٦٤,٩٦	٤٠٦	السهولة والبسر لتوصيل معلومات للقراء
مرتفع	٣	٠,٦٤	٢,٥٦	٧,٨٤	٤٩	٢٨,٠٠	١٧٥	٦٤,١٦	٤٠١	جذب وتحفيز الجمهور على القراءة
مرتفع	٦	٠,٦٦	٢,٤٩	٨,٩٦	٥٦	٣٣,١٢	٢٠٧	٥٧,٩٢	٣٦٢	توفير العنصر الجمالي نتيجة استخدام الرموز والصور الرمزية
مرتفع	٤	٠,٦٢	٢,٥٣	٧,٠٤	٤٤	٣٢,٦٤	٢٠٤	٦٠,٣٢	٣٧٧	لأن الإنفوجرافيك يمتاز بالعصرية والحداثة والقدرة على تحقيق عنصر الفورية
مرتفع	٥	٠,٦٦	٢,٥٢	٨,٩٦	٥٦	٢٩,٦٠	١٨٥	٦١,٤٤	٣٨٤	التعرف على الثقافات المتنوعة والرؤى والآفاق المختلفة
مرتفع	--	٠,٦٣	٢,٥٤			٦٢٥=ن				جملة من سئولا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول العبارات التي توضح أسباب اهتمام الصحف الإلكترونية بنشر الإنفوجرافيك المتعلقة بموضوعات الأزمات الاقتصادية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٥٤، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال البث الإعلامي حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٦٦، وهو تأكيد للفرضية الثانية لمدخل الثراء، حيث يحكم على وسائل الاتصال ذات التكنولوجيا العالية بأنها لديها وفرة في المعلومات، وبالتالي كان من الطبيعي أن تهتم الصحف الإلكترونية بالتطورات الحديثة، الأمر الذي يجعلها أكثر ثراءً مما تجذب الجمهور ويجعله يختار هذه الوسيلة دون غيرها، وجاءت السهولة والبسر لتوصيل معلومات للقراء في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٨، وجاءت جذب وتحفيز الجمهور على القراءة في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٦، وجاءت لأن الإنفوجرافيك يمتاز بالعصرية والحداثة والقدرة على تحقيق عنصر الفورية في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٣، وجاءت التعرف على الثقافات المتنوعة والرؤى والآفاق المختلفة في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٢، وجاءت لتوفير العنصر الجمالي نتيجة استخدام الرموز والصور الرمزية في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٩، وجاءت لأن الإنفوجرافيك أحد الأساليب الإخراجية الحديثة في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٢.

١٣- موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة اتجاه الباحثين نحو مكونات الإنفوجرافيك الأكثر جذباً في الصحف الإلكترونية.

جدول رقم (٢٥) موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة اتجاه الباحثين نحو مكونات الإنفوجرافيك الأكثر جذباً في الصحف الإلكترونية.

درجة الاتجاه	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		درجة الاتجاه
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٢	٠,٥٧	٢,٦٣	٤,٨٠	٣٠	٢٧,٠٤	١٦٩	٦٨,٦٤	٤٢٩	الرسم
مرتفع	١	٠,٥٦	٢,٦٧	٤,٣٢	٢٧	٢٤,٦٤	١٥٤	٧١,٠٤	٤٤٤	الصور

استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأزمات الاقتصادية وعلاقته بمستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية

الرموز	٢٨٤	٤٥,٤٤	٢٦٩	٤٣,٠٤	٧٢	١١,٥٢	٢,٣٤	٠,٦٧	٥	مرتفع
الخرائط	٢٩٧	٤٧,٥٢	٢٥٠	٤٠,٠٠	٧٨	١٢,٤٨	٢,٣٥	٠,٦٩	٤	مرتفع
النصوص	٣٣٩	٥٤,٢٤	٢١٨	٣٤,٨٨	٦٨	١٠,٨٨	٢,٤٣	٠,٦٨	٣	مرتفع
جملة من سطرًا	٦٢٥ = ن									مرتفع
							٢,٤٨	٠,٦٤	--	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة اتجاه الباحثين نحو مكونات الإنفوجرافيك الأكثر جذباً في الصحف الإلكترونية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٨، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على الوسائط المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه الوسائط الصور حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٦٧، وجاءت الرسوم في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٦٣، وجاءت النصوص في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٣، وجاءت الخرائط في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٥، وجاءت الرموز في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٤.

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (راليا عبدالوهاب، ٢٠٢١) والتي أكدت نتائج دراستها الميدانية أنه فيما يتعلق بمكونات الإنفوجرافيك الأكثر جذباً بالنسبة للجمهور فقد حازت الصور على أعلى وزن نسبي وجاءت بنسبة ٩٥,٦٦%، مما يعني أن الصور هي الأكثر جذباً من مكونات الإنفوجرافيك.

٤١ - أهم مقترحات الباحثين للمعايير المتعلقة بالشكل والمضمون التي لا بد أن يحتويها الإنفوجرافيك بالصحف الإلكترونية.

جدول رقم (٢٦) أهم مقترحات الباحثين للمعايير المتعلقة بالشكل والمضمون التي لا بد أن يحتويها الإنفوجرافيك بالصحف الإلكترونية وفقاً للنوع.

النوع المقترحات	تكرور		بالت		الاجمالي		قيمة z	الدالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
ضرورة استخدام الألوان في الإنفوجراف	٢١٢	٧١,٨٦	٢٤١	٧٣,٠٢	٤٥٣	٧٢,٤٨	٠,٢٢٦	غير دالة	١
ضرورة قيام الصحف الإلكترونية بتزويد الإنفوجراف برابط لمواقع أخرى لتفسير وتوضيح المعلومات بشكل أكثر	١٧٨	٦٠,٣٤	١٩٦	٥٩,٣٩	٣٧٤	٥٩,٨٤	٠,٢٤٠	غير دالة	٤
التركيز على المضمون وكيفية توصيله للجمهور من القراء بسهولة ويسر	٢٠٢	٦٨,٤٧	٢٢٨	٦٩,٠٩	٤٣٠	٦٨,٨٠	٠,١٦٦	غير دالة	٢
التنوع في استخدام الإنفوجرافيك المتحرك بشكل أكبر	١٦٨	٥٦,٩٥	١٩٩	٦٠,٣٠	٣٦٧	٥٨,٧٢	٠,٨٥٠	غير دالة	٦
عدم كثرة مكونات الإنفوجرافيك حتى لا تشتت عين القارئ	١٦٣	٥٥,٢٥	٢٠٧	٦٢,٧٣	٣٧٠	٥٩,٢٠	١,٨٩٦	غير دالة	٥
مراعاة الحيادية والموضوعية في عرض الموضوعات	١٩٠	٦٤,٤١	٢١٨	٦٦,٠٦	٤٠٨	٦٥,٢٨	٠,٤٣٣	غير دالة	٣
جملة من سطرًا	٢٩٥		٣٣٠		٦٢٥				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مقترحات الباحثين للمعايير المتعلقة بالشكل والمضمون التي لا بد أن يحتويها الإنفوجرافيك بالصحف الإلكترونية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول ضرورة استخدام الألوان في الإنفوجراف، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٢,٤٨%، موزعة بين ٧١,٨٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٣,٠٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٣٢٦، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثاني التركيز على المضمون وكيفية توصيله للجمهور من القراء بسهولة ويسر، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٨,٨٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٨,٤٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٩,٠٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,١٦٦، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث مراعاة الحيادية والموضوعية في عرض الموضوعات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٥,٢٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٤,٤١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٦,٠٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٤٣٣، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

١٥ - موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول الأزمات الاقتصادية.

جدول رقم (٢٧) موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول الأزمات الاقتصادية.

درجة الثقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		درجة الثقة الجارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٠,٦٥	٢,٤٥	٨,٤٨	٥٣	٣٨,٤٠	٢٤٠	٥٣,١٢	٣٣٢	أرى أن مواقع الصحف الإلكترونية أكثر مصداقية في نشر أخبار تتعلق بموضوعات الأزمات الاقتصادية
متوسط	٠,٦٣	٢,٣٢	٨,٩٦	٥٦	٥٠,٥٦	٣١٦	٤٠,٤٨	٢٥٣	تتحري مواقع الصحف الإلكترونية الثقة في كل ما تقدمه من معلومات
مرتفع	٠,٦٩	٢,٣٨	١٢,٠٠	٧٥	٣٨,٢٤	٢٣٩	٤٩,٧٦	٣١١	أقوم بإعادة نشر الإنفوجراف عبر مواقع الصحف الإلكترونية وتوثيق مصدره
مرتفع	٠,٦٥	٢,٤٥	٨,٩٦	٥٦	٣٦,٩٦	٢٣١	٥٤,٠٨	٣٣٨	التعمق بشكل أكبر في الأخبار عبر مواقع الصحف الإلكترونية
مرتفع	٠,٦٤	٢,٥٢	٨,٠٠	٥٠	٣١,٦٨	١٩٨	٦٠,٣٢	٣٧٧	التحديث الفوري والمستمر لمواقع الصحف الإلكترونية

استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأزمات الاقتصادية وعلاقته بمستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية

مرتفع	١	٠,٦٢	٢,٥٤	٧,٥٢	٤٧	٣١,٣٦	١٩٦	٦١,١٢	٣٨٢	تدعيم الموضوعات المنشورة بمواقع الصحف الإلكترونية بإحصائيات وبيانات مهمة
مرتفع	٢	٠,٦١	٢,٥٣	٦,٤٠	٤٠	٣٤,٢٤	٢١٤	٥٩,٣٦	٣٧١	تتمتع الصحف الإلكترونية بشهرة واسعة جيدة لدى متابعيها من القراء
مرتفع	--	٠,٦٤	٢,٤٥				٦٢٥ = ن			جملة من سطورا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول الأزمات الاقتصادية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٥، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على الوسائط المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه الوسائط تدعيم الموضوعات المنشورة بمواقع الصحف الإلكترونية بإحصائيات وبيانات مهمة حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٤، وجاءت تتمتع الصحف الإلكترونية بشهرة وسمعة جيدة لدى متابعيها من القراء في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٣، وجاءت التحديث الفوري والمستمر لمواقع الصحف الإلكترونية في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٢، وجاءت أرى أن مواقع الصحف الإلكترونية أكثر مصداقية في نشر أخبار تتعلق بموضوعات الأزمات الاقتصادية، التعمق بشكل أكبر في الأخبار عبر مواقع الصحف الإلكترونية في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٥، وجاءت أقوم بإعادة نشر الإنفوجراف عبر مواقع الصحف الإلكترونية وتوثيق مصدره في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٨، وجاءت أقوم بإعادة نشر الإنفوجراف عبر مواقع الصحف الإلكترونية وتوثيق مصدره في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢,٣٢.

١٦- موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة دوافع التعرض للإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية لمتابعة الأزمات الاقتصادية.

جدول رقم (٢٨) موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة دوافع التعرض للإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية لمتابعة الأزمات الاقتصادية.

درجة الواقع	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرًا		أحيانًا		دائمًا		درجة الدافع الجارية
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	١	٠,٥٧	٢,٦٤	٤,٨٠	٣٠	٢٦,٧٢	١٦٧	٦٨,٤٨	٤٢٨	أهم بمتابعة موضوعات الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
مرتفع	٦	٠,٦٧	٢,٣٥	١٠,٨٨	٦٨	٤٣,٢٠	٢٧٠	٤٥,٩٢	٢٨٧	أشارك برأيي سواء بالإعجاب أو التعليق على موضوعات الأزمات الاقتصادية المنشورة بمواقع الصحف الإلكترونية.
مرتفع	٤	٠,٦٥	٢,٥٢	٨,٦٤	٥٤	٣٠,٥٦	١٩١	٦٠,٨٠	٣٨٠	تكوين وجهات نظر بشأن الأوضاع الاقتصادية للدولة.
مرتفع	٥	٠,٦٥	٢,٥٠	٨,٤٨	٥٣	٣٣,١٢	٢٠٧	٥٨,٤٠	٣٦٥	الإلمام بالأحداث الجارية التي تتعلق بشأن الأزمات الاقتصادية.
مرتفع	٣	٠,٦٢	٢,٥٣	٦,٨٨	٤٣	٣٣,٢٨	٢٠٨	٥٩,٨٤	٣٧٤	اكتساب معلومات جديدة بشأن الاقتصاد ولا أجدها في أي وسيلة أخرى.
مرتفع	٢	٠,٦٦	٢,٥٦	٩,١٢	٥٧	٢٥,٦٠	١٦٠	٦٥,٢٨	٤٠٨	متابعة التطورات الجديدة في الاقتصاد.
مرتفع	--	٠,٦٤	٢,٥٢				٦٢٥ = ن			جملة من سطورا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة دوافع التعرض للإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية لمتابعة الأزمات الاقتصادية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٥٢، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على الوسائط المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه الوسائط أهتم بمتابعة موضوعات الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٦٤، وجاءت متابعة التطورات الجديدة في الاقتصاد في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٦، وجاءت اكتساب معلومات جديدة بشأن الاقتصاد ولا أجدها في أي وسيلة أخرى في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٣، وجاءت تكوين وجهات نظر بشأن الأوضاع الاقتصادية للدولة في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٢، وجاءت الإلمام بالأحداث الجارية التي تتعلق بشأن الأزمات الاقتصادية في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٠، وجاءت أشرك برأيي سواء بالإعجاب أو التعليق على موضوعات الأزمات الاقتصادية المنشورة بمواقع الصحف الإلكترونية في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٥.

١٧- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية.

جدول رقم (٢٩) موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية.

درجة الاهتمام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		درجة الاهتمام الجارية
			%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٠,٥٤	٢,٧٠	٤,١٦	٢٦	٢١,٧٦	١٣٦	٧٤,٠٨	٤٦٣	أهم بمتابعة موضوعات الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
مرتفع	٠,٦٢	٢,٥٣	٦,٨٨	٤٣	٣٢,٩٦	٢٠٦	٦٠,١٦	٣٧٦	أشرك برأيي سواء بالإعجاب أو التعليق على موضوعات الأزمات الاقتصادية المنشورة بمواقع الصحف الإلكترونية.
مرتفع	٠,٦٥	٢,٤٩	٨,٨٠	٥٥	٣٣,٢٨	٢٠٨	٤١,٩٢	٢٦٢	تكوين وجهات نظر بشأن الأوضاع الاقتصادية للدولة.
مرتفع	٠,٦٤	٢,٥٣	٨,١٦	٥١	٣٠,٥٦	١٩١	٦١,٢٨	٣٨٣	الإلمام بالأحداث الجارية التي تتعلق بشأن الأزمات الاقتصادية.
مرتفع	٠,٦٢	٢,٥٠	٦,٥٦	٤١	٣٦,٨٠	٢٣٠	٥٦,٦٤	٣٥٤	اكتساب معلومات جديدة بشأن الاقتصاد ولا أجدها في أي وسيلة أخرى.
مرتفع	٠,٦٣	٢,٥٥	٧,٢٠	٤٥	٣٠,٤٠	١٩٠	٦٢,٤٠	٣٩٠	متابعة التطورات الجديدة في الاقتصاد.
مرتفع	٠,٦٢	٢,٥٥	ن = ٦٢٥						جملة من ستفرا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٥٥، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على الوسائط المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه الوسائط أهتم بمتابعة موضوعات الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٦٤، وجاءت متابعة التطورات الجديدة في الاقتصاد في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٦، وجاءت اكتساب معلومات جديدة بشأن الاقتصاد ولا أجدها في أي وسيلة أخرى في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٣، وجاءت تكوين وجهات نظر بشأن الأوضاع الاقتصادية للدولة في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٢، وجاءت الإلمام بالأحداث الجارية التي تتعلق بشأن الأزمات الاقتصادية في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٠، وجاءت أشرك برأيي سواء بالإعجاب أو التعليق على موضوعات الأزمات الاقتصادية المنشورة بمواقع الصحف الإلكترونية في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٥.



استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأزمات الاقتصادية وعلاقته بمستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية

بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٧٠، وجاءت متابعة التطورات الجديدة في الاقتصاد في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٥، وجاءت أشارك برأيي سواء بالإعجاب أو التعليق على موضوعات الأزمات الاقتصادية المنشورة بمواقع الصحف الإلكترونية، الإلمام بالأحداث الجارية التي تتعلق بشأن الأزمات الاقتصادية في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٣، وجاءت اكتساب معلومات جديدة بشأن الاقتصاد ولا أجدها في أي وسيلة أخرى في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٠، وجاءت تكوين وجهات نظر بشأن الأوضاع الاقتصادية للدولة في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٩.

١٨- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى قلق المستقبل نتيجة التعرض للأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية.

جدول رقم (٣٠) موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى قلق المستقبل نتيجة التعرض للأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية.

مستوى التعلق	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		درجة التعلق الجارية	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	١	٠,٦١	٢,٥٥	٦,٤٠	٤٠	٣٢,١٦	٢٠١	٦١,٤٤	٣٨٤	شعرت بالقلق نتيجة عرض الإنفوجراف لاحصاءات وأرقام تشير إلى أن هناك أزمات اقتصادية تتعلق بالاقتصاد المصري
مرتفع	٧	٠,٦٧	٢,٤٢	١٠,٤٠	٦٥	٣٧,٦٠	٢٢٥	٥٢,٠٠	٣٢٥	أشعر بالقلق عندما تناط الصحف الإلكترونية الضوء على تداعيات فيروس كورونا على الاقتصاد المحلي والعالمي
مرتفع	٨	٠,٧٠	٢,٤١	١٢,١٦	٧٦	٣٤,٨٨	٢١٨	٥٢,٩٦	٣٣١	شعرت بالقلق عندما ركزت الصحف الإلكترونية المصرية على قضايا الخلافات الدولية وخاصة أزمة روسيا وأوكرانيا
مرتفع	٣	٠,٦٤	٢,٥١	٨,١٦	٥١	٣٢,٨٠	٢٠٥	٥٩,٠٤	٣٦٩	أخاف مما يمكن أن يحدث في المستقبل جراء انتشار الأزمات الاقتصادية
متوسط	١٥	٠,٧٥	٢,١٧	٢١,١٢	١٣٢	٤٠,٣٢	٢٥٢	٣٨,٥٦	٢٤١	الوضع الاقتصادي في مصر مستقر وراضي عنه بنسبة كبيرة
مرتفع	٩	٠,٧٠	٢,٣٤	١٢,٩٦	٨١	٤٠,٣٢	٢٥٢	٤٦,٧٢	٢٩٢	أشعر بأن مستقبلي سيكون سيئاً في ظل استمرار الأوضاع على ما هي عليه الآن
متوسط	١٤	٠,٧٥	٢,١٨	٢٠,٦٤	١٢٩	٤٠,٦٤	٢٥٤	٣٨,٧٢	٢٤٢	أنا مطمئن لمستقبل الدولة وأحوال المواطنين بها
مرتفع	٩	٠,٦٩	٢,٣٤	١٢,٨٠	٨٠	٤٠,٠٠	٢٥٠	٤٧,٢٠	٢٩٥	أقلق بشأن القرارات التي يصدرها قادة الاقتصاد حول الأمور الاقتصادية
متوسط	١٢	٠,٧٠	٢,٢٦	١٥,٢٠	٩٥	٤٤,٠٠	٢٧٥	٤٠,٨٠	٢٥٥	أثق فيما تعرضه الصحف الإلكترونية من مضامين اقتصادية
مرتفع	٦	٠,٦٧	٢,٤٥	٩,٩٢	٦٢	٣٥,٣٦	٢٢١	٥٤,٧٢	٣٤٢	أشعر بالارتياح عند التعرض لأنفوجراف يوضح مسار الدولة وخطط التنمية المقرر تنفيذها
متوسط	١٠	٠,٧٣	٢,٣٣	١٥,٦٨	٩٨	٣٦,٠٠	٢٢٥	٤٨,٣٢	٣٠٢	لا أستطيع وضع خطة لمستقبلي في ظل الظروف الحالية
مرتفع	١٣	٠,٧٢	٢,٢٤	١٧,١٢	١٠٧	٤١,٩٢	٢٦٢	٤٠,٩٦	٢٥٦	أشعر بالتوتر نتيجة متابعتي لمضامين الصحف الإلكترونية

استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأزمات الاقتصادية وعلاقته بمستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية

مرتفع	٨	٠,٦٨	٢,٤١	١١,٠٤	٦٩	٣٦,٨٠	٢٣٠	٥٢,١٦	٢٢٦	تؤثر متابعتي للصحف الإلكترونية على نظرتي تجاه المستقبل
متوسط	١١	٠,٧٢	٢,٢٧	١٥,٨٤	٩٩	٤١,٢٨	٢٥٨	٤٢,٨٨	٢٦٨	أعاني من الاضطرابات الفكرية حينما أتعرض للإنفوجرافيك يتعلق بالأزمات الاقتصادية
مرتفع	٤	٠,٦٥	٢,٤٨	٨,٦٤	٥٤	٣٥,٢٠	٢٢٠	٥٦,١٦	٣٥١	أخاف من تأثير التغيرات الاقتصادية على حياتي وحياة أسرتي
مرتفع	٢	٠,٦١	٢,٥٣	٦,٤٠	٤٠	٣٣,٩٢	٢١٢	٥٩,٦٨	٣٧٣	أخشى من حدوث تغيير اقتصادي للدولة
مرتفع	١	٠,٦٤	٢,٥٥	٨,٣٢	٥٢	٢٨,٨٠	١٨٠	٦٢,٨٨	٣٩٣	أشعر بالقلق من ارتفاع أسعار السلع والوقود
مرتفع	٥	٠,٦٧	٢,٤٧	٩,٩٢	٦٢	٣٢,٩٦	٢٠٦	٥٧,١٢	٣٥٧	أشعر بالتوتر والعصبية عند سماع أخبار سيئة تتعلق بالبطالة
مرتفع	٣	٠,٦٤	٢,٥١	٨,١٦	٥١	٣٣,١٢	٢٠٧	٥٨,٧٢	٣٦٧	يتتابني الخوف عند متابعة مشكلات اقتصادية تتعلق بالنضخم والديون
مرتفع	٦	٠,٦٦	٢,٤٥	٩,٦٠	٦٠	٣٥,٦٨	٢٢٣	٥٤,٧٢	٣٤٢	أشعر بأن المستقبل سيكون به عقبات كثيرة جراء تفاقم الأزمات الاقتصادية
مرتفع	--	٠,٦٨	٢,٣٩			٦٢٥ = ن				جملة من ستلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس مستوى قلق المستقبل نتيجة التعرض للأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٣٩، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على الوسائط المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه الوسائط شعرت بالقلق نتيجة عرض الإنفوجراف لاحصاءات وأرقام تشير إلى أن هناك أزمات اقتصادية تتعلق بالاقتصاد المصري، أشعر بالقلق من ارتفاع أسعار السلع والوقود حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٥، وجاءت أخشى من حدوث انهيار اقتصادي للدولة في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٣، وجاءت أخاف مما يمكن أن يحدث في المستقبل جراء انتشار الأزمات الاقتصادية، يتتابني الخوف عند متابعة مشكلات اقتصادية تتعلق بالنضخم والديون في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥١، وجاءت أخاف من تأثير التغيرات الاقتصادية على حياتي وحياة أسرتي في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٨، وجاءت أشعر بالتوتر والعصبية عند سماع أخبار سيئة تتعلق بالبطالة في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٧، وجاءت أشعر بأن المستقبل سيكون به عقبات كثيرة جراء تفاقم الأزمات الاقتصادية، أشعر بالارتياح عند التعرض للإنفوجراف يوضح مسار الدولة وخطط التنمية المقرر تنفيذها في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٥، وجاءت أشعر بالقلق عندما تسلط الصحف الإلكترونية الضوء على تداعيات فيروس كورونا على الاقتصاد المحلي والعالمي في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٢، وجاءت شعرت بالقلق عندما ركزت الصحف الإلكترونية المصرية على قضايا الخلافات الدولية وخاصة أزمة روسيا وأوكرانيا، تؤثر متابعتي للصحف الإلكترونية على نظرتي تجاه المستقبل في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤١، وجاءت أقلق بشأن القرارات التي يصدرها قادة الاقتصاد حول الأمور الاقتصادية،

استخدام الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأزمات الاقتصادية وعلاقته بمستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية

أشعر بأن مستقبلي سيكون سيئاً في ظل استمرار الأوضاع على ما هي عليه الآن في الترتيب التاسع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٤، وجاءت لا أستطيع وضع خطة لمستقبلي في ظل الظروف الحالية في الترتيب العاشر حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٣، وجاءت أعاني من الاضطرابات الفكرية حينما أتعرض لانفوجراف يتعلق بالأزمات الاقتصادية في الترتيب الحادي عشر حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٢٧، وجاءت أثق فيما تعرضه الصحف الإلكترونية من مضامين اقتصادية في الترتيب الثاني عشر حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٢٦، وجاءت أشعر بالتوتر نتيجة متابعتي لمضامين الصحف الإلكترونية في الترتيب الثالث عشر حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٢٤، وجاءت أنا مطمئن لمستقبل الدولة وأحوال المواطنين بها في الترتيب الرابع عشر حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,١٨، وجاءت الوضع الاقتصادي في مصر مستقر وراضي عنه بنسبة كبيرة في الترتيب الخامس عشر حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,١٧.

١٩- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الخوف الاجتماعي نتيجة التعرض للأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية.

جدول رقم (٣١) موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الخوف الاجتماعي نتيجة التعرض للأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية.

مستوى الخوف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ندراً		أحياناً		دائماً		درجة الخوف العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٠,٦٨	٢,٣٧	١١,٣٦	٧١	٤٠,٦٤	٢٥٤	٤٨,٠٠	٣٠٠	يتبايني شعور الرهبة والخوف نتيجة ازدياد معدل الأزمات الاقتصادية
متوسط	٠,٧٤	٢,٢٥	١٨,٠٨	١١٣	٣٨,٧٢	٢٤٢	٤٣,٢٠	٢٧٠	أتجنب التحدث مع الآخرين أوقات الأزمات الاقتصادية
مرتفع	٠,٦٨	٢,٣٩	١١,٣٦	٧١	٣٨,٠٨	٢٣٨	٥٠,٥٦	٣١٦	أشعر بالخوف إذا انتشر الغش التجاري نتيجة تفاهم الأزمات الاقتصادية.
متوسط	٠,٧١	٢,٣٢	١٤,٢٤	٨٩	٤٠,٠٠	٢٥٠	٤٥,٧٦	٢٨٦	أشعر بالخوف والمصيبة في حالة احتكار التجار للسلع والمنتجات الغذائية.
مرتفع	٠,٧٠	٢,٣٩	١٢,٨٠	٨٠	٣٥,٦٨	٢٢٣	٥١,٥٢	٣٢٢	أعاني من التفكير الزائد نتيجة التعرض لأزمة اقتصادية.
مرتفع	٠,٧٢	٢,٣٦	١٤,٠٨	٨٨	٣٦,٢٢	٢٢٧	٤٩,٦٠	٣١٠	تزداد الاضطرابات النفسية لدي عندما يتحدث معي الآخرون عن أزمة اقتصادية ما.
مرتفع	٠,٧٣	٢,٢٤	١٧,٢٨	١٠٨	٤١,٦٠	٢٦٠	٤١,١٢	٢٥٧	تسوء الصحة النفسية لدي نتيجة انتشار أحد الأزمات الاقتصادية.
مرتفع	٠,٦٦	٢,٤٥	٩,٦٠	٦٠	٣٦,١٦	٢٢٦	٥٤,٢٤	٣٣٩	أعاني من الاضطرابات المصدية عندما أتعرض لانفوجراف يتعلق بالأزمات الاقتصادية.
مرتفع	٠,٧١	٢,٣٤	١٣,٦٠	٨٥	٣٨,٧٢	٢٤٢	٤٧,٦٨	٢٩٨	أترقب بخوف تصريحات المسؤولين نتيجة تفاهم الأزمات الاقتصادية.
مرتفع	٠,٦٤	٢,٤٩	٨,١٦	٥١	٣٥,٠٤	٢١٩	٥٦,٨٠	٣٥٥	أتجنب متابعة مواقع الصحف الإلكترونية أثناء انتشار الأزمات الاقتصادية
مرتفع	٠,٦٢	٢,٥٢	٦,٥٦	٤١	٣٤,٥٦	٢١٦	٥٨,٨٨	٣٦٨	أشعر بالخوف نتيجة نقص السلع والمواد الغذائية.
مرتفع	٠,٦٧	٢,٥١	٩,٧٦	٦١	٢٩,٩٢	١٨٧	٦٠,٣٢	٣٧٧	أشعر بالرجفة والرعدة أثناء متابعة موضوعات تتعلق تتعلق بالأزمات الاقتصادية.
مرتفع	٠,٦٩	٢,٣٨				٦٢٥=ن			جملة من سلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الخوف الاجتماعي نتيجة التعرض للأزمات الاقتصادية عبر الإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٣٨، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على الوسائط المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه الوسائط أشعر بالخوف نتيجة نقص السلع والمواد الغذائية حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٢، وجاءت أشعر بالرجفة والرعدة أثناء متابعة موضوعات تتعلق بتعلق بالأزمات الاقتصادية في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥١، وجاءت أتجنب متابعة مواقع الصحف الإلكترونية أثناء انتشار الأزمات الاقتصادية في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٩، وجاءت أعاني من الاضطرابات الجسدية عندما أتعرض لإنفوجراف يتعلق بالأزمات الاقتصادية في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٥، وجاءت أشعر بالخوف إذا انتشر الغش التجاري نتيجة تفاقم الأزمات الاقتصادية، أعاني من التفكير الزائد نتيجة التعرض لأزمة اقتصادية في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٩، وجاءت ينتابني شعور الرهبة والخوف نتيجة ازدياد معدل الأزمات الاقتصادية في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٧، وجاءت تزداد الاضطرابات النفسية لديّ عندما يتحدث معي الآخرين عن أزمة اقتصادية ما في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٦، وجاءت أترقب بخوف تصريحات المسؤولين نتيجة تفاقم الأزمات الاقتصادية في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٤، وجاءت أشعر بالخوف والعصبية في حالة احتكار التجار للسلع والمنتجات الغذائية في الترتيب التاسع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢,٣٢، وجاءت أتجنب التحدث مع الآخرين أوقات الأزمات الاقتصادية في الترتيب العاشر حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢,٢٥، وجاءت تسوء الصحة النفسية لديّ نتيجة انتشار أحد الأزمات الاقتصادية في الترتيب الحادي عشر حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢,٢٤.

#### حدود التكامل بين الدراستين التحليلية والميدانية (رؤية نقدية)

بعد أن استعرضت الباحثة نتائج الدراسة التحليلية والميدانية على حدة مع تفسيرها وكذلك مقارنتها ببعض نتائج الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع دراستها، فإن الباحثة بصدد تقديم بعض حدود التكامل بين كلا الدراستين وذلك من خلال الوقوف على رصد وتحليل كل من الإطار الشكلي والإطار الموضوعي المُتمثلان في (الفنون المُصاحبة للإنفوجرافيك - طبيعة العناصر المرئية المُصاحبة للإنفوجرافيك، طبيعة موضوعات الأزمات الاقتصادية).

(١) تناولت كل من الدراستين التحليلية والميدانية الفنون المُصاحبة للإنفوجرافيك المُستخدم في تناول موضوعات الأزمات الاقتصادية مع اختلاف مداخل التناول، حيث ركزت الدراسة الأولى على نوع الفن المُصاحب للإنفوجرافيك المستخدم داخل المواد المنشورة بالصحف الإلكترونية المصرية (محل الدراسة)، في حين اهتمت الثانية بالتركيز على الأشكال الصحفية الإلكترونية التي يفضل المبحوثون متابعتها في صورة الإنفوجرافيك من حيث

العرض من وجهة نظر المبحوثين (عينة الدراسة)، وسوف تستعرض الباحثة ذلك في عدة نقاط على النحو التالي:

- أسفرت نتائج الدراسة التحليلية عن الفن الصحفي المصاحب للإنفوجرافيك المنشور بالمواقع الإلكترونية للصحف اليوم السابع والأهرام، حيث جاء في المقدمة نشر أنفوجراف في تقرير صحفي بواقع ٧٨ أنفوجراف وبنسبة ٥٣,١% من إجمالي الأنفوجرافات المنشورة بكلا الموقعين، وفي الترتيب الثاني جاء نشر أنفوجراف في خبر صحفي بواقع ٤٦ أنفوجراف وبنسبة ٣١,٣%، وفي الترتيب الثالث جاء نشر أنفوجراف في تحقيق صحفي بواقع ٢٣ أنفوجراف وبنسبة ١٥,٦%.

- في الوقت الذي أشارت فيه نتائج الدراسة الميدانية إلى أهم الأشكال الصحفية الإلكترونية التي يفضل المبحوثين متابعتها في صورة الإنفوجرافيك من حيث العرض وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول الأخبار الصحفية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٠,٥٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني التحقيقات الصحفية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٣,٩٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث التقارير الإخبارية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٩,٩٢%.

- مما يُشير إجمالاً إلى الفن الصحفي المصاحب للإنفوجرافيك الأكثر استخداماً في تناول موضوعات الأزمات الاقتصادية، حيث أوضحت الدراسة التحليلية أن التقارير الصحفية هي الفن الأكثر استخداماً في عرض تلك الموضوعات، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن التقرير يُقدم تفاصيل وتفسيرات للموضوعات أكثر من الخبر الصحفي، وذلك باعتبار أن فن التقرير الصحفي يعتمد على تقديم أرقام وإحصائيات وبيانات أكثر تفصيلاً، فكان من الطبيعي أن تعتمد الصحف محل الدراسة إلى التقرير الصحفي مصاحباً للإنفوجرافيك، في الوقت الذي بينت فيه نتائج الدراسة الميدانية إلى أن الأخبار الصحفية هي الشكل الأكثر متابعة من قبل المبحوثين أثناء التعرض للإنفوجرافيك، ويمكن تفسير ذلك من منطلق أن الجمهور يريد قراءة الأخبار فور حدوثها، فتقوم الصحفية بنشر الخبر لحظة وقوعه مع الاستعانة بعناصر تبيو جرافية أخرى مثل الصور بالإضافة لتقديم الإنفوجراف بصورة مبدئية لحين التغطية المتعمقة.

(٢) تناولت كل من الدراستين التحليلية والميدانية طبيعة العناصر المرئية المصاحبة للإنفوجرافيك مع اختلاف مداخل التناول، حيث ركزت الدراسة الأولى العناصر المرئية بالإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية المصرية (محل الدراسة)، في حين اهتمت الثانية بالتركيز على موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة اتجاه المبحوثين نحو مكونات الإنفوجرافيك الأكثر جذباً في الصحف الإلكترونية، وسوف تستعرض الباحثة ذلك في عدة نقاط على النحو التالي:

- أشارت نتائج الدراسة التحليلية عن العناصر المرئية بالإنفوجرافيك المنشور بالمواقع الإلكترونية للصحف محل الدراسة، حيث جاء في المقدمة نشر أنفوجراف بها ألوان وخلفيات، وفي الترتيب الثاني جاء نشر أنفوجراف بها صور، أما الرسوم التعبيرية

- احتلت الترتيب الرابع، في حين جاءت المخططات البيانية في الترتيب الرابع، في حين احتلت الجداول الترتيب الخامس، وأخيراً جاء في الترتيب السادس الخرائط.
- بينما أسفرت نتائج الدراسة الميدانية عن موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة اتجاه المبحوثين نحو مكونات الإنفوجرافيك الأكثر جذباً في الصحف الإلكترونية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٨، وجاء في مقدمة هذه الوسائط الصور، وجاءت الرسوم في الترتيب الثاني، وجاءت النصوص في الترتيب الثالث، وجاءت الخرائط في الترتيب الرابع، وجاءت الرموز في الترتيب الخامس.
- مما يُشير إجمالاً إلى أن أشكال الإنفوجرافيك المستخدمة عديدة ومتنوعة، حيث أسفرت نتائج الدراستين عن هذا التنوع، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن مواقع الصحف الإلكترونية لم تقتصر على توظيف على شكل توضيحي واحد مُحدد، وإنما اعتمدت على أكثر من شكل سواء كان مخططات بيانية أو خرائط أو صور أو رسوم تعبيرية، وهو ما تم توظيفه وفقاً لما يتناسب مع طبيعة تناول موضوعات الأزمات الاقتصادية.
- ٣) تناولت كل من الدراستين التحليلية والميدانية طبيعة موضوعات المنشورة بالإنفوجرافيك المتعلقة بالأزمات الاقتصادية مع اختلاف مداخل التناول، حيث ركزت الدراسة الأولى على موضوعات المواد المنشورة بالإنفوجرافيك وتناولت الأزمات الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية للصحف محل الدراسة، في حين اهتمت الثانية بالوقوف على نوعية موضوعات الإنفوجرافيك المرتبط بالأزمات الاقتصادية التي يُطالعها المبحوثون في مواقع الصحيفة الإلكترونية، وسوف تستعرض الباحثة ذلك في عدة نقاط على النحو التالي:
- كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن موضوعات المواد المنشورة بالإنفوجرافيك وتناولت الأزمات الاقتصادية والمنشورة بالمواقع الإلكترونية للصحف محل الدراسة، حيث جاء في المقدمة نشر انفوجرافات تتعلق بتداعيات أزمة روسيا وأكرانيا على الاقتصاد المحلي والعالم، وفي الترتيب الثاني جاء نشر انفوجرافات تتعلق بغلاء الأسعار، وفي الترتيب الثالث جاء نشر انفوجرافات تتعلق بالتضخم الاقتصادي، وفي الترتيب الرابع أيضاً جاء نشر انفوجرافات تتعلق بالبطالة، وفي الترتيب الخامس جاء نشر انفوجرافات تتعلق بتداعيات فيروس كورونا على الاقتصاد المحلي والعالم، أما الترتيب السادس جاء نشر انفوجرافات تتعلق بالديون، وأخيراً الترتيب السابع أيضاً جاء نشر انفوجرافات تتعلق بصندوق النقد الدولي، وفي الترتيب الثامن جاء نشر انفوجرافات تتعلق بالاستثمار الأجنبي، وفي الترتيب التاسع جاء نشر انفوجرافات تتعلق بالتهرب الضريبي.
- في حين أظهرت نتائج الدراسة الميدانية عن موضوعات الأزمات الاقتصادية التي يحرص المبحوثون على متابعتها في الصحيفة الإلكترونية، حيث جاء في الترتيب الأول أزمة روسيا وأكرانيا، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٩,٨٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني ارتفاع أسعار السلع والمواد الغذائية، وجاء في الترتيب الثالث التضخم، وجاء في الترتيب الرابع البطالة، أما أزمة الديون فقد احتلت الترتيب

الخامس، في حين جاءت أزمة ارتفاع أسعار الوقود في الترتيب السادس، وأخيراً الترتيب السابع وتمثله كل من أزمة الفقر وتداعيات أزمة كورونا على الاقتصاد المحلي والعالمي. وهذا يُشير إجمالاً إلى أن كلا الدراستين اتفقتا على أن أزمة روسيا وأوكرانيا على الاقتصاد المحلي والعالمي احتلت الصدارة كأكثر الأزمات الاقتصادية تناوياً على صفحات الصحف الإلكترونية، وباعتبارها هي الأزمة الأكثر ضجة ورواجاً في الآونة الأخيرة، كان من الطبيعي أن تقوم الصحف الإلكترونية بالتركيز عليها من خلال عرض إنفوجرافات مُصاحبة للموضوعات الصحفية، وبالتالي تسببت تلك الأزمة في تغيير مسار التغطية الصحفية للصحف الإلكترونية هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى تسببت تلك الأزمة في التأثير على الاقتصاد المحلي والعالمي من حيث ارتفاع سعر الدولار والوقود وأسعار السلع والمواد الغذائية والذهب وحركة الاستيراد والتصدير بين الدول والتجارة الخارجية والطاقة، وبناءً عليه اهتم الإنفوجرافيك المنشور في الصحف الإلكترونية بتغطية الأزمات الاقتصادية المختلفة، وفي السياق ذاته نجد أن ارتفاع الأسعار كأهم الأزمات الاقتصادية احتلت الترتيب الثاني في كلا الدراستين، بالإضافة إلى أزمات اقتصادية أخرى تم تناولها مثل التضخم والبطالة والديون.

#### ثانياً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

يحتوي هذا الجزء علي خلاصة ما توصلت إليه الدراسة الراهنة من نتائج تطبيق الاستبيان، وسوف تتناول الباحثة في هذا الجزء من نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة والإجابة عن بعض تساؤلاتها البحثية، ثم تقدم ملخصاً عن هذه النتائج، والتي في ضوءها يمكن طرح عدد من المقترحات والتوصيات. وفي ضوء أهداف الدراسة وفروضها سوف يتم عرض نتائج التحقق من صحة الفروض فيما يلي:-

#### الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى التعرض للصحف الإلكترونية.

جدول رقم (٣٢) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى التعرض للصحف الإلكترونية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٢٠,٧٥٩	٢	١٠,٣٧٩	٢٠,٠٨٧	دالة عند ٠,٠٠١
داخل المجموعات	٣٢١,٤٠١	٦٢٢	٠,٥١٧		
المجموع	٣٤٢,١٦٠	٦٢٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات التعرض المختلفة للصحف الإلكترونية، وذلك علي مقياس



التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة  $F_{20,087}$  وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة  $= 0,001$ ، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى التعرض للصحف الإلكترونية، أي أنه كلما ارتفعت درجة تعرض المبحوثين للصحف الإلكترونية ترتفع بالتالي درجة التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

### جدول رقم (٣٣) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى التعرض للصحف الإلكترونية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-	-	-	٢,١٨
متوسط	٠,٠٠٤٥	-	-	٢,١٧
منخفض	***٠,٥٤٦٠	***٠,٥٥٠٤	-	١,٦٣

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أنه كلما ارتفعت درجة تعرض المبحوثين للصحف الإلكترونية ترتفع بالتالي درجة التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى التعرض للصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي درجة التعرض للصحف الإلكترونية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته  $0,5460$  لصالح المبحوثين مرتفعي درجة التعرض للصحف الإلكترونية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0,001$ ، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي درجة التعرض للصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضي درجة التعرض للصحف الإلكترونية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته  $0,5504$  لصالح المبحوثين متوسطي درجة التعرض للصحف الإلكترونية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0,001$ ، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي درجة التعرض للصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي درجة التعرض للصحف الإلكترونية، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين  $0,0045$ ، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0,05$ .

**الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية.

جدول رقم (٣٤) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدالة
بين المجموعات	٣,٢٥٢	٢	١,٦٢٦	٢,٩٨٥	دالة عند ٠,٠٥
داخل المجموعات	٣٣٨,٩٠٨	٦٢٢	٠,٥٤٥		
المجموع	٣٤٢,١٦٠	٦٢٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية، وذلك على مقياس التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الأزمات الاقتصادية، حيث بلغت قيمة ف ٢,٩٨٥ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية، أي أنه كلما ارتفعت درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية ترتفع بالتالي درجة التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الأزمات الاقتصادية.

جدول رقم (٣٥) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,١٦
متوسط	٠,٠٧٥٢	-		٢,٠٠٨
منخفض	*٠,٢٥٧٠	٠,١٨١٨	-	١,٩٠

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أنه كلما ارتفعت درجة ثقة

المبوهين بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية ترتفع بالتالي درجة التعرض للإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الأزمات الاقتصادية.

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبوهين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية والمبوهين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠,٢٥٧٠ لصالح المبوهين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية, وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥, بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبوهين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية والمبوهين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية, حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠,١٨١٨, وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥, كما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبوهين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية والمبوهين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الإنفوجرافيك كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمات الاقتصادية, حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠,٠٧٥٢, وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

**الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبوهين على مقياس مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.**

جدول رقم (٣٦) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبوهين على مقياس مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٦,٣٥٨	٢	٣,١٧٩	٥,٨٨٨	دالة عند ٠,٠١
داخل المجموعات	٣٣٥,٨٠٢	٦٢٢	٠,٥٤٠		
المجموع	٣٤٢,١٦٠	٦٢٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبوهين الذين يمثلون درجات الاهتمام المختلفة بمتابعة الأزمات الاقتصادية على مواقع الصحف الإلكترونية, وذلك على مقياس مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية, حيث بلغت قيمة ف ٥,٨٨٨ وهذه القيمة دالة عند مستوى

دلالة = 0,001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، أي أنه كلما ارتفعت درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية على مواقع الصحف الإلكترونية تزداد بالتالي درجة تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

**جدول رقم (٣٧) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية**

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,١٧
متوسط	*٠,١٧٣٧	-		١,٩٩
منخفض	**٠,٣٩٧١	٠,٢٢٣٤	-	١,٧٧

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أنه كلما ارتفعت درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية على مواقع الصحف الإلكترونية تزداد بالتالي درجة تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية على مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية على مواقع الصحف الإلكترونية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠,٣٩٧١ لصالح المبحوثين مرتفعي درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية على مواقع الصحف الإلكترونية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية على مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية على مواقع الصحف الإلكترونية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠,١٧٣٧ لصالح المبحوثين مرتفعي درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية على مواقع الصحف الإلكترونية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية على مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضي درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية على مواقع الصحف الإلكترونية، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠,٢٢٣٤، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

**الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى اهتمام الصحف بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية.**

جدول رقم (٣٨) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى اهتمام الصحف بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدالة
بين المجموعات	٧,١٨٠	٢	٣,٥٩٠	٦,٦٦٦	دالة عند ٠,٠٠١
داخل المجموعات	٣٣٤,٩٨٠	٦٢٢	٠,٥٣٩		
المجموع	٣٤٢,١٦٠	٦٢٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون درجات اهتمام الصحف المختلفة بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية، وذلك علي مقياس مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة ف ٦,٦٦٦ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى اهتمام الصحف بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية، أي أنه كلما ارتفعت درجة اهتمام الصحف بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية تزداد بالتالي درجة تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

**جدول رقم (٣٩) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى اهتمام الصحف بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية**

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,١٧
متوسط	*٠,١٥٠٧	-		٢,٠٢
منخفض	**٠,٤٤٥٩	*٠,٢٩٥٢	-	١,٧٢

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أنه كلما ارتفعت درجة اهتمام الصحف بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية تزداد بالتالي درجة تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي درجة الاهتمام بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي درجة الاهتمام بنشر الإنفوجرافيك عبر

مواقع الصحف الإلكترونية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠,٤٤٥٩ لصالح المبحوثين مرتفعي درجة الاهتمام بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية, وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١, كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي درجة الاهتمام بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي درجة الاهتمام بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠,١٥٠٧ لصالح المبحوثين مرتفعي درجة الاهتمام بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية, وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥, كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي درجة الاهتمام بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضي درجة الاهتمام بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية, بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠,٢٩٥٢ لصالح المبحوثين متوسطي درجة الاهتمام بنشر الإنفوجرافيك عبر مواقع الصحف الإلكترونية, وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

**الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لديهم.**

**جدول رقم (٤٠) معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لديهم (ن=٦٢٥)**

مستوى الخوف الاجتماعي		مستوى قلق المستقبل		المتغير
الدالة	قيمة بيرسون	الدالة	قيمة بيرسون	
دالة عند ٠,٠٠١	٠,٦٥٤	دالة عند ٠,٠٠١	٠,٥٨٦	مستوى تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٥٨٦ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =٠,٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى قلق المستقبل لديهم، أي أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تزداد بالتالي درجة قلق المستقبل الناتجة عن هذا التعرض.

كما تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى الخوف الاجتماعي لدى

المبوحين، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0,654$  وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $=0,001$ ، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى الخوف الاجتماعي لديهم، أي أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تزداد بالتالي درجة الخوف الاجتماعي الناتجة عن هذا التعرض. **الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى رضا المبحوثين عن شكل الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى الاهتمام بمتابعة الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية.**

جدول رقم (٤١) معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى رضا المبحوثين عن شكل الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى الاهتمام بمتابعة الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية

مستوى الاهتمام بمتابعة الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية			المتغير
العدد	قيمة بيرسون	الدلالة	
٦٢٥	٠,٦٧٤	٠,٠٠١	مستوى رضا المبحوثين عن شكل الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات رضا المبحوثين عن شكل الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى الاهتمام بمتابعة الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0,674$  وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $=0,001$ ، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى رضا المبحوثين عن شكل الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى الاهتمام بمتابعة الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية، أي أنه كلما زادت درجة رضا المبحوثين عن شكل الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تزداد بالتالي درجة الاهتمام بمتابعة الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية.

**الفرض السابع: تختلف درجة اتجاه المبحوثين نحو الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى الرضا عن شكل الإنفوجرافيك المستخدم عبر مواقع الصحف الإلكترونية.**

جدول رقم (٤٢) معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى الرضا عن شكل الإنفوجرافيك المستخدم عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى اتجاه المبحوثين نحو الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

اتجاه المبحوثين نحو الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية			المتغير
العدد	قيمة بيرسون	الدلالة	
٦٢٥	٠,٣٣٢	٠,٠٠١	مستوى الرضا عن شكل الإنفوجرافيك المستخدم عبر مواقع الصحف الإلكترونية



تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات رضاء المبحوثين عن شكل الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى اتجاه المبحوثين نحو الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0,632، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,001، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى رضاء المبحوثين عن شكل الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى الاتجاه نحو الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، أى أنه كلما زادت درجة رضاء المبحوثين عن شكل الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تزداد بالتالي درجة الاتجاه نحو الإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

#### الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى ثراء مواقع الصحف الإلكترونية بالإنفوجرافيك والمعلومات والوسائط المتعددة ومستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية.

جدول رقم (٤٣) معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى ثراء مواقع الصحف الإلكترونية بالإنفوجرافيك والمعلومات والوسائط المتعددة ومستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية.

مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية			المتغير
الدالة	قيمة بيرسون	العدد	
0.001	0.598	625	مستوى ثراء مواقع الصحف الإلكترونية بالإنفوجرافيك والمعلومات والوسائط المتعددة

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات ثراء مواقع الصحف الإلكترونية بالإنفوجرافيك والمعلومات والوسائط المتعددة ومستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.598، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، وبالتالي فقد تحقق صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى ثراء مواقع الصحف الإلكترونية بالإنفوجرافيك والمعلومات والوسائط المتعددة ومستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية.

**الفرض التاسع: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع – الإقامة – السن – المؤهل).**

ويقسم هذا الفرض إلى أربعة فروض فرعية هي:

أ- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وفقاً للنوع (ذكور- إناث).

جدول رقم (٤٤) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	٢٩٥	٢,٢٤	٠,٦٨	٠,٨١٥	٦٢٣	غير دالة
إناث	٢٣٠	٢,٢٩	٠,٦٦			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة "ت" ٠,٨١٥، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وفقاً للنوع (ذكور- إناث).

ب- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وفقاً للإقامة (ريف- حضر).

جدول رقم (٤٥) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وفقاً للإقامة

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ريف	٣٠٧	٢,٢١	٠,٦٥	٢,٢٧	٦٢٣	دالة عند ٠,٠٥
حضر	٢١٨	٢,٢٣	٠,٦٨			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على مقياس التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية لصالح مبحوثي الحضر، حيث بلغت قيمة "ت" ٢,٢٧، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات

استخدام الصحف الإلكترونية للإنفورماتيك في معالجة الأزمات الاقتصادية وعلاقته بمستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية

دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفورماتيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وفقاً للإقامة (ريف- حضر).

ج- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفورماتيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وفقاً للسنة.

جدول رقم (٤٦) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفورماتيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف السنة

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
غير دالة	٢,٤٢٥	١,٠٨٧	٢	١,٠٨٧	بين المجموعات
		٠,٤٤٨	٦٢٢	٢٧٩,٢٩٠	داخل المجموعات
			٦٢٤	٢٨٠,٣٧٨	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك على مقياس التعرض للإنفورماتيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة ف ٢,٤٢٥ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفورماتيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف السنة.

د- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفورماتيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وفقاً لاختلاف المؤهل.

جدول رقم (٤٧) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفورماتيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف المؤهل

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
غير دالة	٢,٥٠٨	١,١٢١	٢	٢,٢٤٣	بين المجموعات
		٠,٤٤٧	٦٢٢	٢٧٨,١٣٥	داخل المجموعات
			٦٢٤	٢٨٠,٣٧٨	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة، وذلك على مقياس التعرض للإنفورماتيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة ف ٢,٥٠٨

وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0,05، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف المؤهل.

**الفرض العاشر: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس قلق المستقبل والخوف الاجتماعي تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع – الإقامة – السن – المؤهل).**

ويقسم هذا الفرض إلى أربعة فروض فرعية هي:

أ- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس قلق المستقبل والخوف الاجتماعي وفقاً للنوع (ذكور- إناث).

جدول رقم (٤٨) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي وفقاً للنوع

المقياس	المجموعات	الحد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
قلق المستقبل	ذكور	٢٩٥	٢,٤٨	٠,٦٥	٢,٤١	٦٢٣	دالة عند ٠,٠٥
	إناث	٣٣٠	٢,٦١	٠,٥٦			
الخوف الاجتماعي	ذكور	٢٩٥	٢,٣٣	٠,٦٨	١,١٩	٦٢٣	غير دالة
	إناث	٣٣٠	٢,٣٩	٠,٦٦			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس قلق المستقبل، حيث بلغت قيمة "ت" ٢,٤١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0,05، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس قلق المستقبل وفقاً للنوع (ذكور- إناث). بينما تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الخوف الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" ١,١٩ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الخوف الاجتماعي وفقاً للنوع (ذكور- إناث).

ب- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس قلق المستقبل والخوف الاجتماعي وفقاً لمكان الإقامة (ريف- حضر).

جدول رقم (٤٩) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى قلق المستقبل والخوف الاجتماعي وفقاً لمكان الإقامة

المقياس	المجموعات	الحد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
قلق المستقبل	ريف	٣٠٧	٢,٥٦	٠,٦١	٠,٦٥٦	٦٢٣	غير دالة
	حضر	٣١٨	٢,٥٣	٠,٦٢			
الخوف الاجتماعي	ريف	٣٠٧	٢,٣٩	٠,٦٥	١,٠٠٤	٦٢٣	غير دالة
	حضر	٣١٨	٢,٣٣	٠,٧٠			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على مقياس قلق

المستقبل ومقياس الخوف الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" ٠,٦٥٦، ١,٠٠٤ على الترتيب، وهي قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس قلق المستقبل والخوف الاجتماعي وفقاً للإقامة (ريف- حضر).  
ج- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس قلق المستقبل والخوف الاجتماعي وفقاً للسنة.

جدول رقم (٥٠) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس قلق المستقبل والخوف الاجتماعي تبعاً لاختلاف السن

المقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
قلق المستقبل	بين المجموعات	٠,٠٤	٢	٠,٠٤	٠,١٠٨	غير دالة
	داخل المجموعات	٢٣٤,٦٢	٦٢٢	٠,٣٨		
	المجموع	٢٣٤,٦٦	٦٢٤			
الخوف الاجتماعي	بين المجموعات	٠,٢٧	٢	٠,٢٧	٠,٥٩٠	غير دالة
	داخل المجموعات	٢٨٦,٨٢	٦٢٢	٠,٤٦		
	المجموع	٢٨٧,٠٩	٦٢٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك علي مقياس قلق المستقبل ومقياس الخوف الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف ٠,١٠٨، ٠,٥٩٠ على الترتيب، وهي قيم غير دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس قلق المستقبل ومقياس الخوف الاجتماعي تبعاً لاختلاف السن.

د- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس قلق المستقبل والخوف الاجتماعي وفقاً لاختلاف المؤهل.

جدول رقم (٥١) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس قلق المستقبل والخوف الاجتماعي تبعاً لاختلاف المؤهل

المقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
قلق المستقبل	بين المجموعات	١,٣٩	٢	٠,٦٩	١,٨٥٢	غير دالة
	داخل المجموعات	٢٣٣,٢٧	٦٢٢	٠,٣٨		
	المجموع	٢٣٤,٦٦	٦٢٤			
الخوف الاجتماعي	بين المجموعات	١,٢٢	٢	٠,٦٦	١,٤٤٠	غير دالة
	داخل المجموعات	٢٨٥,٧٧	٦٢٢	٠,٤٦		
	المجموع	٢٨٧,٠٩	٦٢٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة، وذلك علي مقياس قلق المستقبل ومقياس الخوف الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف ١,٨٥٢، ١,٤٤٠ على الترتيب، وهي قيم غير دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس قلق المستقبل ومقياس الخوف الاجتماعي تبعاً لاختلاف المؤهل.

#### النتائج العامة للدراسة:

- أسفرت نتائج الدراسة التحليلية عن الفن الصحفي المصاحب للإنفوجرافيك المنشور بالصحف الإلكترونية محل الدراسة، حيث جاء في المقدمة نشر أنفوجراف في تقرير صحفي، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن التقرير يقدم تفسيرات وإحصائيات وبيانات متعمقة عن الخبر الصحفي.
- كما أوضحت نتائج الدراسة التحليلية عن اهتمام مواقع الدراسة بالعناصر المرئية كأحد مكونات الإنفوجرافيك، حيث استخدمت عناصر وأشكال جرافيكية مختلفة، وبذلك تمكنت الصحف الإلكترونية الاستفادة من التطورات التي أفرزتها البيئة التكنولوجية.
- كذلك أكدت نتائج الدراسة التحليلية عن طبيعة نوع الإنفوجرافيك المنشور بالمواقع الإلكترونية لصفحة اليوم السابع والأهرام، حيث كانت كافة الإنفوجرافيك في كلا الموقعين ثابتاً، وهنا يمكن القول أن تلك الصحف تجاهلت الإنفوجراف التفاعلي والمتحرك، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن الصحف الإلكترونية لم توظف الإمكانيات التكنولوجية بشكل كافٍ، وربما أن بقية الأنواع تستغرق وقتاً أطول في الإعداد والتنفيذ بل ومصممين محترفين.
- أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن جاء في المقدمة هدف الإنفوجرافات عند تقديم الأزمات الاقتصادية متمثلاً في تقديم معلومات عن الأزمة، وبالتالي كان من الطبيعي أن يحتل هذا الهدف الصدارة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن الصحف الإلكترونية بدورها أن تزود الجمهور بالأخبار والمعلومات عن الأحداث فور وقوعها.
- أظهرت نتائج الدراسة التحليلية والميدانية أن أزمة روسيا وأوكرانيا على الاقتصاد المحلي والعالمي احتلت الصدارة كأكثر الأزمات الاقتصادية تناولاً على صفحات الصحف الإلكترونية، حيث أثرت تلك الأزمة التي تُعرف بالحرب الباردة على المجتمع المصري والمجتمعات بأكملها.
- وعن أهم نتائج الدراسة الميدانية تشير النتائج إلى أن نسبة كبيرة من الباحثين يرون أن درجة معالجة الصحيفة الإلكترونية للأزمات الاقتصادية باستخدام الإنفوجرافيك كافية بدرجة كبيرة، وهذا إن دل فإنما يدل على أن الصحف الإلكترونية كانت حريصة في تلك الأونة أن تسلط الضوء على تلك الأزمات وتتناولها بالشكل الكافي لتحقيق الرضا لدى الجمهور وإمداده بكل ما يحتاجون إليه من معلومات.
- بينت نتائج الفروض إثبات صحة الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس مستوى التعرض للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى

- الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، أى أنه كلما ارتفعت درجة الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية على مواقع الصحف الإلكترونية تزداد بالتالي درجة تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
- أثبتت الفروض أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى قلق المستقبل لديهم، أى أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تزداد بالتالي درجة قلق المستقبل الناتجة عن هذا التعرض.
- أثبتت الفروض أيضاً أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى الخوف الاجتماعي لديهم، أى أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للإنفوجرافيك لمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تزداد بالتالي درجة الخوف الاجتماعي الناتجة عن هذا التعرض.
- وعن الثراء بمواقع الصحف الإلكترونية أثبتت نتائج الفروض توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى ثراء مواقع الصحف الإلكترونية بالإنفوجرافيك والمعلومات والوسائط المتعددة ومستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية.

#### توصيات الدراسة:

#### في ضوء هذه الدراسة وما أسفرت عنه منه نتائج توصي الباحثة:

- ضرورة تسليط الضوء على أهمية الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات التي تتعرض لها الدول ودور ذلك في تهدئة التوترات التي قد تحدث لدى الجمهور أثناء الأزمة.
- الاتجاه نحو تنويع أشكال الإنفوجراف مثل الإنفوجراف التفاعلي والمتحرك وذلك أثناء عرض الموضوعات والقضايا على الصحف الإلكترونية بما يسمح باستخدام حقائق ومعلومات وإحصائيات، وهذا من منطلق أن الباحثة لاحظت اقتصار الصحف الإلكترونية عينة الدراسة أثناء فترة التحليل على استخدام نوع واحد فقط وهو الإنفوجراف الثابت.
- ضرورة تبويب الإنفوجرافيك على الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية باعتباره فن حديث له أهمية بالغة في سهولة توصيل الرسالة الإعلامية وفهمها وتذكرها من قبل الجمهور بفضل الألوان والصور والإحصائيات والبساطة في عرض وتناول الموضوعات.
- ضرورة الاهتمام بموضوعات الأزمات الاقتصادية ودراسة الانعكاسات النفسية والاجتماعية نتيجة التعرض لتلك الموضوعات في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.
- العمل على عقد مؤتمرات علمية وورش عمل وندوات حول أهمية الاعتماد على الإنفوجرافيك - باعتباره أبرز ما أفرزه التطور التكنولوجي الهائل- ودوره وأهميته في تقديم معلومات بسيطة ومختصرة وبخاصة أثناء تقديم موضوعات عن الأزمات.



## المراجع:

- (١) إبراهيم بعزیز: *الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة*، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ٢٠٢٠، ص ١٤.
- (٢) عربي عبدالعزيز الطوخي، محمد عبدالفتاح عوض: استخدام الشباب الجامعي للإنفوجراف الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية في المواقع الإلكترونية، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد الرابع والستون، ج ١، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، القاهرة، يناير، ٢٠٢٣، ص ١١.
- (٣) هاني إبراهيم السمان: أثر الإنفوجرافيك المتعلق بمبادرات التحول الرقمي بالمواقع الإخبارية في فهم وتذكر المضمون – دراسة شبة تجريبية، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع ١١، ج ٤، إبريل، كلية الإعلام بالقاهرة، جامعة الأزهر، ٢٠٢٢، ص ٢٣٠٨.
- (٤) إيناس منصور كامل شرف: متابعة الشباب الجامعي للأخبار والفعاليات الرياضية في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالقيم الأخلاقية لديهم، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، ع ٣٤، سبتمبر، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ٢٠٢١، ص ٥٤٤.
- (٥) رجعت الباحثة إلى:  
<https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D9%8A%D8%A9>
- (6) AL Hwayan , o. predictive ability of future anxiety in professional decision making skill among a Syrian refugee adolescent in Jordan. *Occup Ther Int*, Mar, p 2, 2020.
- (٧) سوسن شاكر مجيد: *اضطرابات الشخصية أنماطها وقياسها*، ط٢، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١٥، ص ٢٢٩.
- (٨) علي حموده جمعه سليمان: معالجة انفوجرافيك الصحف الإلكترونية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقتها بمستوى تعرض المستخدمين لها – دراسة تطبيقية، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع ٤٨، أكتوبر، كلية الإعلام بالقاهرة، جامعة الأزهر، ٢٠١٧، ص ص ٥٩-١٠٤.
- (٩) هشام رشدي خيرالله: اعتماد الجمهور المصري على مواقع الصحف الإلكترونية للحصول على المعلومات أوقات الأزمات- دراسة ميدانية، *المجلة المصرية لبحوث الصحافة*، العدد العاشر، إبريل – يونيو، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٧، ص ص ٢٨٧-٣٦١.
- (١٠) محمد سامي صبري سالم: تعرض المراهقين لفبديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ببناء تصوراتهم للواقع، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ع ١٣، ديسمبر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨، ص ص ٢٦٧: ٣٢٨.
- (11) Alyt Damstra, Mark Boukes, Rens Vliegthart (2018). The economy. How do the media cover it and what are the effects? A literature review. *Sociology Compass*. Available at <https://doi.org/10.1111/soc4.12579>.
- (12) Alyt Damstra and Mark Boukes (2021). The Economy, the News, and the Public: A Longitudinal Study of the Impact of Economic News on Economic Evaluations and Expectations. **SAGE Journals, Communication Research**, Vol 48, Issue 1, feb, pp 26-50.
- (13) Chineme Carl Okafor (2019). *Infographics, New Media and Media Consumption Habits in Nigeria*. Wincott Foundation London, Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford. Available at : [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-08/Infographics New Media and Media Consumption Habits in Nigeria.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-08/Infographics%20New%20Media%20and%20Media%20Consumption%20Habits%20in%20Nigeria.pdf)

- (14) Gandasari, D., & Dwidienawati, D. (2020). Content analysis of social and economic issues in Indonesia during the COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 6(11), e05599. Available at : <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05599>
- (15) Ahmed Adel Abd El Fattah Mohamed (2020). A website based on Infographic for Developing Students' Reading Comprehension of Economic Issues. **International Journal of Engineering Research & Technology**. Vol. 9 Issue 02, Feb. pp 434-442, Published by: [www.ijert.org](http://www.ijert.org)
- (١٦) سحر عبدالمنعم محمود الخولي: دور الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية الجمهور للمحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية - دراسة تحليلية وميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع ٥٤، ج ٣، يوليو، كلية الإعلام بالقاهرة، جامعة الأزهر، ٢٠٢٠، ص ص ١٤٤٩ : ١٥٣٤.
- (١٧) شيماء جمال الشناوي: توظيف الصحف الإلكترونية للإنفوجرافيك في معالجة الأحداث الجارية وعلاقته بمستوى الانقرائية لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، ٢٠٢١.
- (١٨) راللا أحمد عبدالوهاب منصور: استخدام الإنفوجراف في المواقع الإلكترونية المصرية في أوقات الأزمات- دراسة في المحتوى والجمهور والقائم بالاتصال، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ع ١٨، ديسمبر، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ٢٠٢١، ص ص ٣٠٩ - ٤٠٥.
- (١٩) مها طارق محمد زكي: معالجة الصحافة الإلكترونية للقضايا الاقتصادية في المجتمع المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو أداء الحكومة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، ٢٠٢٢.
- (٢٠) خمائل زيدان خلف: اعتماد الصحفيين العراقيين على صحافة البيانات كمصدر للأخبار والمعلومات أثناء الأزمات أزمة جائحة كورونا (Covid 19) أنموذجاً، *المجلة الدولية للإعلام والاتصال*، مج ٤، ع ١، يناير، الجامعة الخليجية، ٢٠٢٢، ص ص ٧٩ : ١٠٢.
- (٢١) فرح زايد أبو نواس: قلق المستقبل وعلاقته بالتفكير الفوضوي لدى طلاب جامعة مؤته، رسالة ماجستير، عمادة الدراسات العليا، جامعة مؤته، ٢٠١٨، ص ص ١ : ٩٦.
- (22) I A Ralnikova, & et al (2019). Attitudes to the Personal Future of Boys and Girls with Different Degrees of Social Anxiety and Social Fears. **Advances in Social Science, Education and Humanities Research**, volume 396, International Scientific and Practical Conference on Education, Health and Human Wellbeing. pp 227-231.
- (٢٣) محمد حسن على الأبيض: إدمان الإنترنت وعلاقته بقلق المستقبل لدى عينة من طلاب جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز، *مجلة الإرشاد النفسي*، ع ٦١، جامعة عين شمس، يناير ٢٠٢٠، ص ص ٣٢٧ : ٣٦٦.
- (24) Ola Al Hwayan, "Predictive Ability of Future Anxiety in Professional Decision-Making Skill among a Syrian Refugee Adolescent in Jordan", **Occupational Therapy International**, vol. 2020, Article ID 4959785, pp1-6.
- (25) Alotaibi NM (2021) Future Anxiety Among Young People Affected by War and Armed Conflict: Indicators for Social Work Practice. **Frontiers in Sociology**. Nov, Vol 6, article 729811, pp 1-10.

(26) Nasser Ali Al-Baddai and Mohammed Hasan Ali Al-Abyadh (2021). Future Anxiety among University Students in Light of the Corona Pandemic and War in Yemen. **Clinical Schizophrenia & Related Psychoses**. Vol 15, Issue 9, pp 1-10.

(27) إيمان محمد أحمد رشوان: فاعلية برنامج تدريبي قائم على التعلم المرن في تنمية مهارات إدارة الأزمات الأسرية وخفض القلق المستقبلي لدى الأزواج ذوي الإعاقة البصرية، العدد التاسع، مجلة جامعة جنوب الوادي الدولية للعلوم التربوية، ديسمبر، ٢٠٢٢، ص ص ٤٣٧-٥٠٦.

(28) خديجة محمد بدر الدين أحمد: فاعلية برنامج لتنمية مهارات الدعم النفسي الاجتماعي الأولى خلال الأزمات وخفض مستوى قلق المستقبل لدى أمهات أطفال الروضة، **المجلة العلمية الأولى لكلية التربية للطفولة المبكرة**، كلية التربية للطفولة المبكرة، جامعة بورسعيد، ع ٢٢، يناير - مارس، ٢٠٢٢، ص ص ٣١١-٣٨٤.

(29) ريم عطيه ربيع الفايد: قلق المستقبل وعلاقته بجودة الحياة لدى عينة من الأفراد المتضررين مادياً أثناء جائحة كورونا COVID 19 في المملكة العربية السعودية، **مجلة الخدمة النفسية**، ع ١٥، كلية الآداب، جامعة عين شمس ٢٠٢٢، ص ص ٢٩٥-٢٦٤.

(30) David Altheide, "Fear in the News: A Discourse of Control, " **Sociological Quarterly**, vol.40, no.3 (1999), pp.475-503.

(31) حلمى سارى: دور المؤسسة الإعلامية في صناعة ثقافة الخوف دراسة اجتماعية، **المناصرة للبحوث والدراسات**، مج. ١٤، ع. ٢، جامعة آل البيت عمادة البحث العلمي، الأردن، ص ص ١٧١-١٩٢.

(32) عبدالوهاب مستور السلمي: أثر شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات على طلاب المرحلة الجامعية دراسة تحليلية للعلاقة بين استخدام منصة تويتر وانتشار الارتباك والخوف من الإصابة خلال أزمة كوفيد ١٩، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**، مؤسسة كنور الحكمة للنشر والتوزيع، ع ١٠، المجلد ١٠، ٢٠٢٢، ص ص ١٠: ٣٦.

(33) إيناس عبدالحميد الخريبي: دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الخوف أثناء المخاطر وتمثلاتها لدى عينة من الجمهور المصري، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، ع ٣، مج ١٩، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، سبتمبر، ٢٠٢٠، ص ص ٤٢٥: ٤٨٣.

(34) Girum Nakie, Mamaru Melkam, Getachew Tesfaw Desalegn and Tadele Amare Zeleke (2022). "Prevalence and associated factors of social phobia among high school adolescents in Northwest Ethiopia, 2021". **Sec. Anxiety and Stress Disorders** Volume 13 - 2022 | <https://doi.org/10.3389/fpsy.2022.949124>

(35) Kefale Boka, Lemi Bacha, Defaru Desalegn. "Prevalence of Social Phobia and Associated Factors among Wollega University Undergraduate Students, Ethiopia, 2014. An Institutional Based Cross-Sectional Study". **Clinical Psychology and Mental Health Care**, 3(1); DOI: <http://doi.org/03.2021/1.10036>

(36) Daft, R.L. & Lengel, R.H.: **Information richness. a new approach to managerial behavior and organizational design**, Research in organizational behavior, Homewood, IL: JAI Press 191-233

(37) O Hair, Dan, Friedrich, Gustav W, Shaver: **Strategic Communication on Business and the professions**, Boston, Houghton Mifflin, 1998, p.60.

(38) Daft, R.L. & Lengel, R.H.: **Organizational information Requirements, media Richness and structural design**, Management Science, VOL(32), No(5), 1986, P 554-571.

(39) Lengel, Robert; Richard L. Daft: **The Selection of Communication Media as an Executive Skill**, The Academy of Management Executive, August 1989, PP 225-232

- (٤٠) السيد بخيت: نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي، ورقة عمل مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال- الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية، جامعة الملك سعود، الرياض، ١٥-١٦ إبريل، ٢٠١٢.
- (٤١) إيناس محمد مسعد: أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٦، ص ٩٧.
- (٤٢) هشام رشدي خير الله، مرجع سابق، ص ٢٦٨.
- (٤٣) إبراهيم عبد الله المسلمي، **مناهج البحث في الدراسات الإعلامية**، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٨) ص ١٦٠.
- (٤٤) سلوى إمام، الصدق والثبات في استمارة الاستقصاء وتحليل المضمون، **المجلة العلمية لكلية الإعلام**، العدد الأول (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٨٩) ص ٤٢.
- (٤٥) **أسماء الأساتذة المحكمين طبقاً للترتيب الأبجدي والدرجة الجامعية:**
- ❖ أ.د/ وائل اسماعيل عبد الباري: أستاذ الإعلام ورئيس قسم الاجتماع بكلية البنات للآداب والعلوم والتربية - جامعة عين شمس.
  - ❖ أ.م.د/سكرة حسن البريدي: أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.
  - ❖ أ.م.د/ عبدالخالق زقروق: أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.
  - ❖ أ.م.د/ هشام رشدي خير الله: أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.
  - ❖ د/ منى جمال بيوضه: مدرس بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.
  - (٤٦) بركات عبد العزيز، **مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق** (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١١) ص ٢٧٥.
  - (٤٧) **أسماء الأساتذة المحكمين :**
  - ❖ نفس أسماء السادة المحكمين في مرجع (٤٥)
- (٤٨) السيد محمد خيرى: **الإحصاء النفسي والتربوي**، الرياض، مطبعة جامعة الرياض، ١٩٧٥، ص ٤٣ .
- (٤٩) فؤاد أبو حطب، سيد عثمان : **التقويم النفسي**، القاهرة، الأنجلو المصرية، ١٩٧٣، ص ٧٧٠.
- (٥٠) السيد محمد خيرى : **الإحصاء النفسي والتربوي**، الرياض، مطبعة جامعة الرياض، ١٩٧٥، ص ٤١.
- (٥١) عربي عبد العزيز الطوخي. محمد عبد الفتاح عوض. **مرجع سابق**.
- (٥٢) سعيد محمد الغريب. استخدام فن الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية المصرية: دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون، **مجلة بحوث الرأي العام**. مج ١٦، ع ٢، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٧.
- (٥٣) عربي عبد العزيز الطوخي. محمد عبد الفتاح عوض. **مرجع سابق**.
- (٥٤) سري محمد خالد شطناوي. توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية للصحف الأردنية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة للمواقع الإلكترونية للرأي والغد والسبيل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن، ٢٠١٩.
- (٥٥) روان مرسي محمود. استخدام المواقع الإلكترونية الإفريقية للإنفوجرافيك: دراسة تحليلية للإنفوجراف على القضايا الاقتصادية الإفريقية. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب، جامعة المنصورة، ٢٠٢٢.

- (٥٦) إيمان طارق إمام. توظيف رسوم الإنفوجراف في معالجة القضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف المصرية: دراسة تحليلية ميدانية. *مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية. كلية الآداب. الجزء الرابع. العدد ١٢٦. ٢٠٢١.*
- (٥٧) منار حسن محمد إبراهيم. تعرض المراهقين للإنفوجراف في التغطية الإخبارية للمواقع الإلكترونية وعلاقته بمستوى المعرفة لديهم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٢٢.
- (٥٨) أيمن محمد إبراهيم بريك. توظيف الإنفوجراف في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية مقارنة، *مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٥٧. العدد ٢. إبريل، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ٢٠٢١.*
- (٥٩) أميرة مصطفى عبد الله عطية. الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات (الإنفوجرافيك) في الصحف المصرية وعلاقتها بتذكر المعلومات لدى الشباب: دراسة تجريبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة، ٢٠٢٢.
- (٦٠) هاني إبراهيم السمان. أثر الإنفوجرافيك المتعلق بمبادرات التحول الرقمي بالمواقع الإخبارية في فهم وتذكر القراء للمضمون: دراسة شبه تجريبية. *مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٦١. العدد ٤، إبريل، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ٢٠٢٢.*
- (٦١) أحمد العميري. فاعلية استخدام الإنفوجرافيك عبر منصات التعليم الإلكتروني في التدريس لطلاب قسم الإعلام التربوي خلال جائحة كورونا، *مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٥٩، العدد ٤، أكتوبر، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ٢٠٢١.*
- (٦٢) سلوى أحمد محمد أبو العلاء. استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات: المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجًا، *مجلة البحوث الإعلامية، الجزء الأول، العدد ٥٤، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ٢٠٢٠.*