

أدب الطفل الحريدى من خلال المجموعة القصصية
اتجاهات النخبة المصرية نحو الإنفوجرافيك المقدم في المواقع الإخبارية كوسيلة للحصول
على المعلومات

الباحثة/مي سامي سعيد محمود

لدرجة الماجستير في الصحافة قسم الإعلام كلية الآداب - جامعة المنوفية

مقدمة:

لجأت أغلب المواقع الإلكترونية الإخبارية إلى الإنفوجرافيك فى محاولة لجذب القارئ، وخاصة فى التغطيات الصحفية للأحداث الكبرى كتغطية الانتخابات على سبيل المثال، أو فى المقارنة بين زمنين مختلفين، أو فى تغطية حدث رياضى وغيرها. وبما أن إمكانيات المواقع الإخبارية فى تصميم الإنفوجرافيك بأشكال مختلفة وتقنيات متعددة لا توفرها مواقع التواصل الاجتماعى، أُجبر القارئ على متابعة الإنفوجرافيك من خلالها، وبالتالي ضمنت المواقع الإخبارية الإلكترونية نسب مشاهدة عالية وخاصةً فى الأحداث الكبرى. وقد أوضحت نتائج دراسة أجريت مؤخرًا على صحيفة المصري اليوم باعتبارها من الصحف التي استطاعت مواكبة الصحف الأجنبية فى استخدامها للإنفوجرافيك، الأهمية البالغة لهذه الوسيلة فى عرض الموضوعات المختلفة سواء بصورة مستقلة أو لتوضيح وتلخيص ما جاء فى المواضيع الأخرى، ففي كلا الحالتين تبين أهمية الرسوم المعلوماتية كنوع إعلامي جديد يساعد فى زيادة قارئية الصحف ويستطيع تقديم كل ما هو جديد بأبسط وأسرع شكل ممكن للقارئ.

مشكلة البحث:

تبنت اغلب الصحف والمواقع الإلكترونية الإخبارية توظيف واستخدام الإنفوجرافيك كوسيلة لتبسيط واختصار كم كبير من المعلومات ونظرا لأهمية الجمهور فى العملية الإتصالية، لذلك كان لا بد من رصد اتجاهات النخبة المصرية للإنفوجرافيك المقدم بالمواقع الإلكترونية وتقييمهم للإنفوجرافيك كوسيلة للحصول منها على المعلومات فى شتى القضايا والموضوعات المختلفة، ودوافع وأهداف اعتمادهم على الإنفوجرافيك كوسيلة للحصول على المعلومات، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للإنفوجرافيك عند المبحوثين.

أهداف البحث:

- ١- رصد معدلات تعرض النخبة المصرية للإنفوجرافيك المقدم على المواقع الإخبارية.
- ٢- رصد معدلات اعتماد النخبة المصرية على الإنفوجرافيك المقدم على المواقع الإخبارية لتقييم الإنفوجرافيك كوسيلة للحصول منه على معلومات.
- ٣- الكشف عن أسباب اعتماد عينة الدراسة على الإنفوجرافيك كوسيلة للحصول على المعلومات.
- ٤- قياس التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية لإتجاهات النخبة المصرية نحو الإنفوجرافيك المقدم على المواقع الإخبارية كوسيلة للحصول على معلومات.

تساؤلات:

- ١ - ما معدلات تعرض النخبة المصرية للإنفوجرافيك المقدم على المواقع الإخبارية؟
- ٢ - ما معدلات اعتماد النخبة المصرية على الإنفوجرافيك المقدم على المواقع الإخبارية لتقييم الإنفوجرافيك كوسيلة للحصول منه على معلومات؟
- ٣ - ما أسباب اعتماد عينة الدراسة على الإنفوجرافيك كوسيلة للحصول على المعلومات؟
- ٤ - ما التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية للإنفوجرافيك المقدم على المواقع الإخبارية كوسيلة للحصول على معلومات لدى النخبة المصرية عينة الدراسة؟

الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات استخدامات الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية، وقد توصلت دراسة أمل كامل (٢٠١٨) ^(١) إلى الأهمية البالغة للإنفوجرافيك في عرض الموضوعات المختلفة سواء بصورة مستقلة أو لتوضيح وتلخيص ما جاء في المواضيع أخرى، ففي كلا الحالتين تبين أهمية الرسوم المعلوماتية كنوع إعلامي جديد يساعد في زيادة قارئية الصحف ويستطيع تقديم كل ما هو جديد بأبسط وأسرع شكل ممكن للقارئ.

١- أمل منير كامل، مرجع سابق، ص ٥، ٢٤٠.

أدب الطفل الحريدي من خلال المجموعة القصصية

في حين توصلت دراسة عبير سليم (٢٠١٨)^(٢) إلى اهتمام المواقع الإلكترونية الفلسطينية عينة الدراسة بالإنفوجرافيك كفن صحفي مستحدث، مع اختلاف درجة وشكل الاهتمام في كل صحيفة.

وتوصلت دراسة راللا عبد الوهاب وهبة عبد الرازق (٢٠١٧)^(٣) إلى أنه سيزيد استخدام الانفوجراف والأشكال التفاعلية في عرض الموضوعات بنسبة ٨٣٪، فيما اتفق جميع الخبراء على أنه سيتم استخدام النص والصورة والرسوم المتحركة ومقاطع الفيديو جنباً إلى جنب في تغطية الموضوعات وأنه سيظهر وعى الجمهور بقيمة صحافة البيانات كوسيلة تساعده على فهم واستيعاب أعلى للمواد الخبرية والتفسيرية، وذلك بعد نجاح المؤسسات الصحفية في تطوير مضامينها والتوسع في استخدام الانفوجراف وستتنافس الصحف المختلفة في تطوير صحافة البيانات بها، مما سينعكس على زيادة ولاء القارئ للصحف بتقديم بيانات دقيقة وأرقام يصعب التلاعب بها نظراً لكونها صوراً وإحصاءات صادرة عن جهات ويتم توثيق مصادر المعلومات.

فيما أظهرت دراسة: **Yael وآخرون (٢٠١٦)**^(٤) أن المبحوثين خلال دراسة العين قرأوا بالفعل الأخبار التي تتضمن رسوم فقد تمت ملاحظة الرسوم سواء الرسم البياني الخطي أو رسم الأعمدة، ولكن كان وقت توقف المبحوثين عند هذه الرسوم أقل من النص، كما أن نصف المبحوثين هم فقط من نظروا إلى العناصر التي تم إلقاء الضوء عليها في هذه الرسوم مثل النسب والأرقام التي تم نشرها بخط أكبر وبلون مختلف، وفي الوقت نفسه لم تثبت

^٢ - عبير محمد سليم، استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك، دراسة تحليلية مقارنة، *المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعلم الإلكتروني*، مجلد ٦، العدد ١٢، كانون الثاني ٢٠١٨.

^٣ - راللا أحمد عبد الوهاب و هبة محمد عبد الرازق، مستقبل صحافة البيانات في مصر خلال العقدين القادمين ٢٠١٧-٢٠٣٧، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، مصر، العدد ١٩ أكتوبر-ديسمبر ٢٠١٧.

^٤ - E Haan, Yeal., et al., When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words? Audience Evaluations of Information Visualizations in the News, **Paper presented at the annual meeting of the ICA's 66th Annual Conference**, Fukuoka, Japan, Jun 09,2016, Available at: <http://citation.allacademic.com/meta/p1107542-index.html>J

د / أبو العزائم فرج الله راشد

النتائج وجود فروق بين الوسائط المختلفة وهو ما يعني أن منصات عرض المحتوى لا تؤثر على استخدام كل من النص والعناصر المرئية، وقد أشار المشاركون في مجموعات النقاش المركزة أن وجود عنوانا منفصلا ومقدمة صغيرة للرسوم المعلوماتية تساعد القارئ على معرفة كيفية قراءة الموضوع.

وتوصلت دراسة Knight (٢٠١٥)^(٥) إلى تنوع أشكال الإنفوجرافيك الذي تم استخدامه في تقديم هذه الموضوعات ما بين الخرائط و الرسوم البيانية التي توضح العلاقة بين مجموعة من الأرقام والجداول وغيره من الرسوم وكانت الموضوعات الأكثر استخداما للإنفوجراف هي الموضوعات الاجتماعية، وفيما يتعلق بذكر مصادر المعلومات باعتبارها عاملا أساسيا في صحافة البيانات فقد أشارت النتائج إلى أن نسبة ٤٠٪ من هذه الموضوعات كانت بدون مصدر و عدم اهتمام الصحف البريطانية بصحافة البيانات باستثناء صحيفة الجارديان والتي أظهرت اهتماما كبيرا بصحافة البيانات على عكس الصحف الشعبية التي أظهرت أقل اهتماما بها.

نوع الدراسة ومنهجيتها:

تتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية وتستهدف دراسة اتجاهات النخبة المصرية نحو الإنفوجرافيك بالمواقع الإخبارية كوسيلة للمعلومات والتعرف على مدى ميولهم ورضاهم نحو الإنفوجرافيك المستخدم بمواقع الدراسة وأهدافها وتقييم أدائها، وذلك باستخدام منهج المسح الإعلامي، وتعتمد الدراسة بشكل رئيس على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي للتعرف على خصائص النخبة المصرية (عينة الدراسة) وشرح وتفسير اتجاهاتها نحو الإنفوجرافيك المستخدم في المواقع الإخبارية وذلك بتطبيق استمارة الإستبيان على عينة من النخبة في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

¹- Megan Knight, Data Journalism in the UK: a preliminary analysis of form and content, *Journal of Media Practice*, Vol. 16, No.1, 2015, PP. 55-72.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تم استخدام أسلوب العينة العمدية الحصصية، وقد تم وضع شرط أساسي لاختيار مفردات عينة الدراسة، وهو أن يكون المبحوث من ما يتعرضون للإنفوجرافيك المقدم في المواقع الإخبارية، وتم أخذ حصة تمثل القيادات والنواب والأساتذة الأكاديميين و النقابات المهنية.

وقد تم الاسترشاد في تحديد نوع وحجم العينة من الدراسات السابقة وقوامها ٣٠٠ مبحوث من النخبة المستخدمة، وتم تطبيق الدراسة على النخبة المصرية في مدينتي القاهرة والمنوفية حتى تمثل النخبة المصرية في الريف والحضر.

أدوات جمع البيانات:

في إطار مشكلتها البحثية وأهدافها الأساسية، تعتمد الدراسة على أداة الاستبيان وتم استخدام هذه الأداة أساسية في جمع البيانات

التعريفات الإجرائية:

الإنفوجرافيك: هو فن تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق، وهو أسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة للقارئ من خلال المثيرات البصرية بطريقة قصصية أو روائية دون الحاجة إلى قراءة الكثير من النصوص.^(٦)

الاتجاه: بأنه توجه ثابت أو تنظيم مستقر للعمليات المعرفية والانفعالية والسلوكية، وتتداخل مكونات هذا الاتجاه وتؤثر في بعضها البعض أو تغيير فيها يفضي إلى تغيير من المكونات الأخرى.^(٧)

^٦- Tolisano, S. Grating Infographics. Silvia Rosenthal Tolisano blog. (2012) .

Available at: <http://langwitches.org/blog/>

^(٧) أمل دراز، اتجاهات النخبة نحو أنماط المعالجة الصحفية للأزمات الاقتصادية في الصفحات المتخصصة بالصحف اليومية بالتطبيق على أزمة الدولار في مصر عام ٢٠١٦، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة – كلية الإعلام،* عدد ٦٤، ٢٠١٨، ص-١٣.

تعدُّ شبكة الإنترنت من أهم نتائج التطور التكنولوجي الهائل، التي أحدثت تغييرات بنيوية مهمة في خريطة الإعلام العربي، كما أفسحت المجال لقيام التعددية الإعلامية الافتراضية أمام الجماعات والفئات الأخرى من خارج النخب الحاكمة، للتعبير عن آراءها، مما دعا البعض إلى القول بأنه يمكن اعتبارها وسيلة اتصالية بحد ذاتها، بل يمكن أن تحل محل وسائل الإعلام التقليدية جميعها، وأنها أصبحت سلاحًا للهيمنة الثقافية والاقتصادية والسياسية والأمنية أيضًا، وذلك نتيجة التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال - بما لديها قدرات فائقة على تخزين المعلومات وسهولة استرجاعها في ثوان قليلة - وتكنولوجيا المعلومات، وهو ما أضاف بعدًا جديدًا لقدرة الإنسان على زيادة معارفه وتخزين وترتيب وإنتاج المعلومات وبحثها، والتعامل معها في الحال.

ومع الاستخدام المتزايد لشبكة الإنترنت وكافة أشكال الإعلام الجديد، فقد شجع ذلك العديد من وسائل الإعلام على أن تضيف لأدواتها التقليدية استخدام الشبكة العنكبوتية، بالإضافة إلى لجوء العديد من الجهات والمؤسسات لأن يؤسسوا منابر إعلامية جديدة تعتمد بشكل كلي على الإنترنت؛ حيث تأسس العديد من المواقع الإعلامية التي بدأت تحوز على ثقة واهتمام مستخدمي شبكة الإنترنت بدرجة كبيرة، بل إن بعضها بات يستقطب زوارًا وقراءً قد يفوق عددهم إجمالي قراء الصحف الورقية مجتمعة في دولة كاملة، وكان قيام العديد من المحطات الفضائية والوكالات الإعلامية بإنشاء مواقعها على شبكة الإنترنت لتواكب التطورات وتصل للجمهور؛ مؤشرًا ودليلاً واضحًا على قدرة هذه الوسيلة الجديدة على المنافسة والانتشار^(٨).

(٨) غادة البطريق، المواقع الإخبارية والحراك السياسي العربي، الطبعة الأولى، (القاهرة: الجيزة، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠١٧)، ص ص ١٣-١٧.

جدول رقم (١):

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات النوع والعمر والمستوى التعليمي

| إناث | | ذكور | | الفئات العمرية | مستوى التعليم |
|---------|-----|------|-----|-----------------------|---------------|
| % | ك | % | ك | | |
| 31.7 | 32 | 27.6 | 55 | من ٣٠ : أقل من ٤٠ سنة | جامعي |
| 6.9 | 7 | 16.1 | 32 | من ٤٠ : أقل من ٥٠ سنة | |
| 3 | 3 | 15.1 | 30 | من ٥٠ : أقل من ٦٠ سنة | |
| 0 | 0 | 4 | 8 | من ٦٠ فأكثر | |
| 32.7 | 33 | 13.6 | 27 | من ٣٠ : أقل من ٤٠ سنة | فوق جامعي |
| 14.9 | 15 | 11.6 | 23 | من ٤٠ : أقل من ٥٠ سنة | |
| 8.9 | 9 | 6 | 12 | من ٥٠ : أقل من ٦٠ سنة | |
| 2 | 2 | 6 | 12 | من ٦٠ فأكثر | |
| 100 | 101 | 100 | 199 | المجموع | |
| ن = ٣٠٠ | | | | | |

جدول رقم (٢):

معدل استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الإخبارية

| معدل استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية | ك | % |
|--------------------------------------------|-----|-----|
| مرتفع | 108 | 36 |
| متوسط | 144 | 48 |
| منخفض | 48 | 16 |
| المجموع | 300 | 100 |

تشير بيانات نتائج الجدول السابق إلى أن ما يقرب من نصف عينة الدراسة بنسبة ٤٨% يميلون إلى الاستخدام المتوسط للمواقع الإلكترونية الإخبارية، بينما كان ٣٦% من المبحوثين من مرتفعي الاستخدام، بينما نجد أن ١٦% من المبحوثين كانوا من منخفضي الاستخدام للمواقع الإلكترونية الإخبارية.

جدول رقم (٣):

معدل استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية أسبوعياً

| معدل الاستخدام أسبوعياً | ك | % |
|-------------------------------|-----|-------|
| مرة كل أسبوع | 37 | 12.3 |
| مرتين في الأسبوع | 47 | 15.7 |
| ثلاث إلى أربع مرات في الأسبوع | 62 | 20.7 |
| أستخدمه يومياً | 154 | 51.3 |
| المجموع | 300 | 100.0 |

أدب الطفل الحريدي من خلال المجموعة القصصية
يتبين من الجدول السابق أن أكثر من نصف عينة الدراسة جاء معدل استخدامهم
يوميًا للمواقع الإخبارية بنسبة ٥١.٣٪، ثم جاء معدل استخدامهم من ثلاث إلى أربع مرات
في الأسبوع بنسبة ٢٠.٧٪، بينما نجد أن استخدامهم للمواقع الإخبارية جاء بمعدل مرتين
في الأسبوع وكان ذلك بنسبة ١٥.٧٪، في حين جاء معدل استخدام ١٢.٣٪ من المبحوثين
مرة كل أسبوع.

جدول رقم (٤):

عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين على المواقع الإخبارية في الجلسة الواحدة

| معدل الاستخدام في الجلسة الواحدة | ك | % |
|-------------------------------------|------------|--------------|
| أقل من ساعة | 130 | 43.3 |
| من ساعة : ساعتين | 67 | 22.3 |
| من ساعتين : ثلاث ساعات | 4 | 1.3 |
| من ثلاث : أربع ساعات | 4 | 1.3 |
| أكثر من أربع ساعات | 15 | 5.0 |
| حسب الظروف | 80 | 26.7 |
| المجموع | 300 | 100.0 |

يتضح من الجدول السابق إلى أنه يغلب على المبحوثين عينة الدراسة الاستخدام
للمواقع الإخبارية في الجلسة الواحدة يكون أقل من ساعة وجاء ذلك بنسبة ٤٣.٣٪، يليه
٢٦.٧٪ من المبحوثين كانوا يستخدمون المواقع الإلكترونية الإخبارية حسب الظروف، بينما
كان استخدام المبحوثين من ساعة: ساعتين وجاء ذلك بنسبة ٢٢.٣٪، وتساوى كل من
الاستخدام في عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين على المواقع الإخبارية في الجلسة
الواحدة من ساعتين: ثلاث ساعات، ومن ثلاث ساعات : أربع ساعات بنسبة ١.٣٪، وفي

المرتبة الأخيرة جاء استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية في الجلسة الواحدة أكثر من أربع ساعات بنسبة ٠.٥٪.

جدول رقم (٥):

درجة اعتماد المبحوثين على الإنفوجرافيك المقدم في المواقع الإخبارية للحصول على المعلومات

| درجة الاعتماد | ك | % |
|---------------|-----|-------|
| كبيرة | 86 | 28.7 |
| متوسطة | 146 | 48.7 |
| ضعيفة | 68 | 22.7 |
| المجموع | 300 | 100.0 |

فيما يتعلق بدرجة اعتماد المبحوثين على الإنفوجرافيك المقدم على المواقع الإلكترونية الإخبارية كمنط صحفي جديد في معالجة الأحداث والقضايا المهتمين بها، فقد أشارت بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر من نصف المبحوثين يعتمدون بدرجة متوسطة على الإنفوجرافيك للحصول منه على المعلومات حول القضايا والموضوعات المهتمين بها وجاء ذلك بنسبة ٤٨.٧٪، بينما كانت استجاباتهم بدرجة كبيرة وذلك بنسبة ٢٨.٧٪، وفي مقابل جاء استجاباتهم ضعيفة بنسبة ٢٢.٧٪. وهذه النتيجة تؤكد نتيجة الجدول السابق (٨)؛ حيث كان درجة اهتمام المبحوثين عينة الدراسة بمتابعة الإنفوجرافيك متوسطة بنسبة ٥٢.٧٪.

أدب الطفل الحریدی من خلال المجموعة القصصية

جدول رقم (٦):

أسباب استخدام المبحوثین للإنفوجرافیک المقدم في المواقع الإخبارية

| أسباب الاستخدام | ك | % |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|------|
| ١. لأنه يزيل غموض الموضوعات المعقدة ويزيد من فهمها ووضوحها | 172 | 57.3 |
| ٢. لأنه يقدم إحصائيات ورسوم بيانية خلال فترات زمنية يوضح من خلالها النتائج | 140 | 46.7 |
| ٣. لأنه يهتم بالتحليل المتعمق للموضوعات التي تهمني. | 99 | 33.0 |
| ٤. لأنه يهتم بالحدث في تقديم المعلومات | 104 | 34.7 |
| ٥. لأنه يبسط كم هائل من المعلومات المعقدة حول الموضوع | 174 | 58.0 |
| ٦. لأنه يوفر الوقت والجهد من خلال اختصار كم هائل من المعلومات | 169 | 56.3 |
| ٧. لأنه يشبع احتياجاتي المعرفية | 87 | 29.0 |
| ٨. يجذبني محتواه الجرافيكي المصمم بشكل جمالي بجانب مضمونه الثري | 120 | 40.0 |
| ٩. لمصادقته في نقل المعلومات من خلال توفير مصادر تلك المعلومات | 78 | 26.0 |
| ١٠. لأنه يوظف عناصر الحركة والتفاعلية في تقديم الموضوعات | 113 | 37.7 |
| ١١. لأنه يعرض المعلومات بصورة ممتعة ومشوقة | 135 | 45.0 |
| ١٢. لأنه يساعدني في تصفح باقي أيقونات الموقع | 105 | 35.0 |
| ن ٣٠٠ = | | |

أكدت نتائج العديد من الدراسات التي تناولت دراسة الإنفوجرافيك وعلاقته بالفهم والاستيعاب وإدراك المستخدمين للمحتوى - أن رسوم الإنفوجرافيك تعزز من قدرات الجمهور على فهم المحتوى مقارنة بالأسلوب التقليدي في عرض القصة الإخبارية المنشورة على شبكة

الإنترنت، كما أظهرت قدرتهم على تحديد النتائج المترتبة على الحدث واستخلاص المفاهيم الأساسية المرتبطة به^(٩)، بالإضافة أن للإنفوجرافيك التفاعلي تأثير إيجابي على العمليات المعرفية المتمثلة في الإدراك؛ فتفاعل المستخدم مع المحتوى وعدم اقتصار دوره على الرؤية فقط؛ يجعله يتفاعل بنشاط من أجل الحصول على المعلومات التالية والتعرف على تسلسل المعلومات يجعله وفقاً لنتائج دراستها أكثر تركيزاً ومن ثم أكثر إدراكاً وتذكراً للمحتوى^(١٠).

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن أهم أسباب استخدام المبحوثين عينة الدراسة للإنفوجرافيك المقدم في المواقع الإخبارية للحصول على المعلومات بشأن القضايا والموضوعات التي يهتم بها كانت مرتبطة بأسباب تخص تقديم كم كبير من المعلومات المعقدة وتبسيطها واختصاره؛ حيث أشار ٥٨٪ من المبحوثين أن سبب متابعتهم للموضوعات والأحداث المهمتين بها من خلال الإنفوجرافيك المقدم في المواقع الإخبارية جاء بسبب تبسيط المعلومات المعقدة والهائلة التي يقدمها حول الموضوع في مساحة قليلة، بينما ٥٧.٣٪ من عينة الدراسة أشاروا إلى أن الإنفوجرافيك يعرض كم كبير من المعلومات استطاع من خلاله أن يزيل غموض الموضوعات المعقدة ويزيد من فهمها ووضوحها.

فيما أرجع ٥٦.٣٪ من المبحوثين السبب في استخدامهم للإنفوجرافيك، هو أنه يوفر الوقت والجهد من خلال اختصار كم هائل من المعلومات المعقدة في مساحة قليلة، ثم تنوعت أسباب الاستخدام ما بين أنه يقدم إحصائيات ورسوم بيانية خلال فترات زمنية يوضح من خلالها النتائج وجاء ذلك بنسبة ٤٦.٧٪، ثم لأنه يعرض المعلومات بصورة ممتعة ومشوقة بنسبة ٤٥٪، تلاه أن من أسباب متابعة المبحوثين للموضوعات والقضايا التي يقدمها الإنفوجرافيك هو أنه أسلوب جذاب وذلك لمحتواه الجرافيكي المصمم بشكل جمالي بالإضافة لمضمونه الثري وحاز ذلك على نسبة ٤٠٪، ثم لأن الإنفوجرافيك يقدم الموضوعات بطريقة مختلفة ويوظف فيها عناصر الحركة والتفاعلية مما يساعد على

^(٩)مرورة عطية، تأثير استخدام رسوم الإنفوجرافيك في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت: دراسة شبة تجريبية، ع ٢٢٤، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، سبتمبر

أدب الطفل الحريدي من خلال المجموعة القصصية
الحصول على أهم وأكبر قدر من المعلومات بسرعة، وجاء ذلك بنسبة ٣٧.٧٪. ثم جاءت
استجابات ٣٥٪ من المبحوثين أن الإنفوجرافيك يدفعهم لتصفح باقي الموضوعات المقدمة
على الموقع.
فيما أرجع ٣٤.٧٪ من المبحوثين سبب استخدامهم للإنفوجرافيك في متابعة الأحداث
والقضايا أنه يهتم بحدثة المعلومات المقدمة بصفة مستمرة، بينما أشار ٣٣٪ من المبحوثين
أنه يتعمق في تحليله للموضوعات المهمة بها، تلاه أن الإنفوجرافيك يشجع الاحتياجات
المعرفية لدى المبحوثين عينة الدراسة وحاز ذلك على ٢٩٪، كما جاءت ٢٦٪ من
استجابات المبحوثين نحو مصداقية المعلومات التي يقدمها من خلال توفير مصادر مختلفة
بشأن الموضوع المهمين بها.

جدول رقم (٧):

تأثير اعتماد المبحوثين على الإنفوجرافيك المقدم في المواقع الإلكترونية الإخبارية على معلوماتهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم المختلفة

| الوزن المئوي | المتوسط الحسابي | منخفض | | متوسط | | مرتفع | | العبارة |
|-----------------|--------------------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 84.56 | 2.54 | 6.7 | 20 | 33.0 | 99 | 60.3 | 181 | ١- يكون الإنفوجرافيك لدي فكرة شاملة عن الموضوعات الشائكة |
| 90.67 | 2.72 | 1.3 | 4 | 25.3 | 76 | 73.3 | 220 | ٢- يسهم الإنفوجرافيك في استيعابي لكم هائل من المعلومات المختصرة في مساحة قليلة |
| 88.11 | 2.64 | 3.3 | 10 | 28.0 | 84 | 68.3 | 205 | ٣- يوضح العلاقات بين العناصر المختلفة للحدث خاصة في عرض تسلسل زمني أو مقارنات |
| 58.78 | 1.76 | 39.7 | 119 | 43.3 | 130 | 16.7 | 50 | ٤- يزيد من صعوبة إدراك الموضوعات |

أدب الطفل الحريدي من خلال المجموعة القصصية

| | | | | | | | | |
|-------|------|------|-----|------|-----|------|-----|----------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | | | | | بسبب فقر المعلومات المقدمة حول الموضوع |
| 78.56 | 2.36 | 13.7 | 41 | 37.0 | 111 | 49.3 | 148 | ١-يسهم الإنفوجرافيك في تكريس مشاعر الاهتمام لدي بمتابعة الأحداث الجارية من خلاله |
| 79 | 2.37 | 9.3 | 28 | 43.3 | 130 | 47.0 | 141 | ٢-تكوين اتجاه بالتأييد لهذا النمط في الحصول منه على المعلومات حول القضايا |
| 81.11 | 2.43 | 13.3 | 40 | 30.0 | 90 | 56.7 | 170 | ٣-يزيل لدي الإحساس بغموض الموضوعات وتعتها |
| 50.67 | 1.52 | 57.7 | 173 | 31.7 | 95 | 10.3 | 31 | ٤-يشتت انتباهي وغير معبر عن الموضوعات |
| 78.56 | 2.36 | 9.7 | 29 | 44.0 | 132 | 46.0 | 138 | ١-يدفعني للمشاركة برأيي والتعبير عن وجهة نظري في |

د / أبو العزائم فرج الله راشد

| الموضوعات والقضايا المهتم بها | | | | | | | | |
|----------------------------------|------|------|-----|------|-----|------|-----|--------------------------------------------------------------------------------|
| 81.56 | 2.45 | 10.3 | 31 | 34.7 | 104 | 55.0 | 165 | ٢- يدفعني لمزيد من البحث عن الموضوع من خلال المصادر المختلفة |
| 76.33 | 2.29 | 16.7 | 50 | 36.7 | 110 | 46.3 | 139 | ٣- يدفعني لعمل مشاركة له عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبريد وغيره |
| 56.67 | 1.7 | 46.7 | 140 | 36.7 | 110 | 16.7 | 50 | ٤- عزز من موقفي السلبى تجاه القضايا التي تابعتها من خلال الإنفوجرافيك |
| ن = ٣٠٠ | | | | | | | | |

تشير نتائج بيانات الجدول السابق إلى أن المبحوثين بشكل عام يميلون إلى تبني اتجاه إيجابي نحو الإنفوجرافيك المقدم على المواقع الإلكترونية الإخبارية للحصول منه على معلومات، فقد كان الوزن المنوي للعبارة التي تحمل اتجاهاً إيجابياً هي الأكبر وجاء ذلك واضحاً في حصول التأثيرات المعرفية على المرتبة الأولى وتساوى تقريباً كلاً من التأثيرات الوجدانية والسلوكية ولم تطغَ واحدة على الأخرى إلا بفارق بسيط وهو ٢.٢٢٪ لصالح التأثيرات الوجدانية، وهو ما يتفق مع نتيجة الجدول الخاص بأسباب الاعتماد على الإنفوجرافيك في الحصول على المعلومات؛ حيث كانت العبارات التي تحمل في مجملها

أدب الطفل الحریدی من خلال المجموعة القصصية

تبسيط المعلومات وإزالة الغموض والفهم والوضوح في المرتبة الأولى، وأيضًا تتوافق ذلك مع نتيجة جدول الخاص بأهداف الاعتماد حيث غلبت عليها أيضًا هدف الفهم أولًا ثم التوجيه وأخيرًا التسلية وربما ذلك يؤكد أن النخبة المصرية عينة الدراسة تعتمد على العديد من المصادر لإزالة الغموض والتخفيف من القلق.

وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن عمليات الفهم والإدراك والاستيعاب كانت لها التأثير الأكبر على النخبة المصرية عينة الدراسة؛ حيث إن الإنفوجرافيك يسهم في اختصار وتبسيط كم كبير من المعلومات في أقل مساحة ممكنة، وقد جاء المؤيدين لهذا الطرح بمتوسط حسابي ٢.٧٢ وبوزن مئوي ٩٠.٧٪، كما جاء اتجاهات عينة الدراسة نحو تأييدهم بأن الإنفوجرافيك يوضح العلاقات بين العناصر المختلفة للحدث وخاصة في عرض تسلسل زمني أو مقارنات بمتوسط حسابي ٢.٦٤ وبوزن مئوي ٨٨.١١٪، كما جاءت اتجاهات الباحثين نحو أن الإنفوجرافيك يكون لديهم فكرة شاملة عن الموضوعات الشائكة بمتوسط حسابي ٢.٥٤ وبوزن مئوي ٨٤.٥٦٪، وفي المقابل نجد اتجاه الباحثين بأنه يزيد من صعوبة إدراك الموضوعات بسبب فقر المعلومات المقدمة حول الموضوع، وأحيانًا يكون غير معبر عن الموضوعات بشكل صحيح وجاء ذلك بمتوسط حسابي ١.٧٦ وبوزن مئوي ٥٨.٧٨٪.

أما فيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية المتكونة لدى النخبة المصرية عينة الدراسة، فقد اتجه الباحثون بشكل كبير إلى أن الإنفوجرافيك يزيل لديهم الإحساس بغموض الموضوعات وتعقدها وذلك جاء بمتوسط حسابي ٢.٤٣ وبوزن مئوي ٨١.١١٪، ثم جاء الاتجاه نحو تأييدهم لهذا النمط في الاعتماد عليه للحصول منه على المعلومات حول القضايا بمتوسط حسابي ٢.٣٧ وبوزن مئوي ٧٩٪، بينما كان تأثير البعض بأن الإنفوجرافيك يسهم في تكريس مشاعر الاهتمام لديهم بمتابعة الأحداث الجارية من خلاله بمتوسط حسابي ٢.٣٦ وبوزن مئوي ٧٨.٥٦٪، بينما يرون آخرون من عينة الدراسة أنه يشتت انتباههم وكان غير معبر عن الموضوعات في بعض الأحيان وجاء ذلك بمتوسط حسابي ١.٥٢ وبوزن مئوي ٥٠.٦٧٪.

وفيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية، فقد أظهر الجدول ضعف التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد؛ فقد لاحظ المبحوثون عينة الدراسة أن الإنفوجرافيك يحثهم أو يدفعهم للبحث عن المعلومات حول الموضوعات المهتمين بها من خلال توفيره لمصادر المختلفة وجاء ذلك بمتوسط حسابي ٢.٤٥ وبوزن مئوي ٨١.٥٦٪، بينما يرى البعض أنه يحثهم على المشاركة برأيهم والتعبير عن وجهة نظرهم في الموضوعات والقضايا المهتمين بها وجاء ذلك بمتوسط حسابي ٢.٣٦ وبوزن مئوي ٧٨.٥٦٪، بينما اتجه البعض من عينة الدراسة إلى أنه يدفعهم لعمل مشاركات للموضوعات التي يقدمها الإنفوجرافيك عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبريد وغيره وجاء ذلك بمتوسط حسابي ٢.٢٩ وبوزن مئوي ٧٦.٣٣٪، بينما جاء تأثير تعزيزه من موقفهم السلبي تجاه القضايا التي تابعونها من خلال الإنفوجرافيك بمتوسط حسابي ١.٧ وبوزن مئوي ٥٦.٦٧٪.

- ١- تظهر نتائج الدراسة ارتفاع متوسط اعتماد النخبة المصرية عينة الدراسة على الإنفوجرافيك المقدم في صفحات المواقع الإخبارية للحصول على المعلومات حول القضايا والأحداث الشائكة وذلك بنسبة ٧٧.٤٪.
- ٢- يُرجع المبحوثون أهم أسباب استخدامهم للإنفوجرافيك المقدم في المواقع الإخبارية كمصدر للحصول على المعلومات إلى كونه يبسط كم كبير من المعلومات في أقل مساحة ويعزز من فهم واستيعاب المعلومات.
- ٣- تظهر نتائج الدراسة أن الإنفوجرافيك المقدم في المواقع الإخبارية يسهم في إحداث تأثيرات معرفية لدى المبحوثين عينة الدراسة بشكل أكبر مما يمكن أن يحدثه من تأثيرات وجدانية وسلوكية.