

توظيف المضمون السياسي في اللغويات وتأثيره في تذكرو وإدراكه

التعبير الجامعي (دراسة تجريبية)

إعداد

سارة محمد منصور محمد

ملخص البحث:

سعت الدراسة إلى معرفة تأثير الإنفوجرافيك على العمليات الإدراكية، ومدى قدرته علي تحسين إدراك وتذكر المحتوي المعلوماتي السياسي المعروض في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك وتويتر)، وذلك من خلال معرفة تأثير خمسة متغيرات على الإنفوجرافيك، واستخدمت الباحثة المنهج التجريبي والدراسة شبه التجريبية لتحقيق أهداف الدراسة حيث انها طبقت علي عينة عمدية متاحة من (٦٠) طالب من طلاب الفرقين الثالثة والرابعة ، بكلية الآداب قسم الإعلام بجامعة أسوان ، وتم توزيعهم عشوائيا علي المجموعتين ، بواقع (٣٠) طالب في كل مجموعة ، وذلك علي مجموعتين (المجموعة الأولى (٣٠) مفردة مقسمة علي (١٥) مبحوث علي موقع الفيس بوك، و (١٥) مبحوث علي موقع تويتر) ، وكذلك المجموعة الثانية، وتم تفسير نتائج الدراسة في ضوء فروض نظرية تمثيل المعلومات وغيرها من النماذج والنظريات المفسرة لعملية تمثيل الصور والنصوص، وتشير نتائج الدراسات إلي وجود تأثير إيجابي للإنفوجرافيك علي إمكانية اكتساب المعلومات من الأخبار السياسية علي مستوى الإدراك والتذكر الحر والمغلق .

الكلمات المفتاحية: الإنفوجرافيك - العمليات الإدراكية (إدراك وتذكر) - مواقع التواصل الاجتماعي - المضمون السياسي.

Abstract Research:

The study sought to know the effect of infographics on cognitive processes, and its ability to improve the perception and remembering of the political informational content displayed on social media (Facebook and Twitter), by knowing the effect of five variables on the infographics. The researcher used the experimental approach and the semi-experimental study to achieve the objectives of the study. As it was applied to an intentional sample available from (60) students from the third and fourth year students, at the Faculty of Arts, Mass Communication Department, Aswan University, They were distributed randomly into the two groups, with (30) students in each group, into two groups (the first group (30) individuals divided into (15) respondents on Facebook, and (15) respondents on Twitter), as well as the second group. The results of the study were interpreted in the light of the hypotheses of information representation theory and other models and theories that explain the process of representing images and texts. The results of the studies indicate that there is a positive effect of infographics on the possibility of acquiring information from political news at the level of perception and free and closed memory.

Keywords: Infographics - cognitive processes (perception and remembering) - social networking sites - political content.

مقدمة:

علي الرغم من ارتباط نظرية تمثيل المعلومات بعلم النفس أكثر من الإعلام إلا أن الاتجاه الجديد في الدراسات الإعلامية اهتم بالتركيز علي نموذج معالجة المعلومات لفهم الظواهر التكنولوجية الحديثة في وسائل الإعلام ، ومن ثم أصبح هو المسيطر علي الدراسات والبحوث الأجنبية ، ويرجع السبب في ذلك اهتمام تلك البحوث بالمنهج التجريبي الذي يتناول العلاقة بين التصميم والأساليب الإخراجية في تلك الوسيلة والعمليات الإدراكية، وكيفية معالجة المستخدمين للمعلومات التي يتلقونها من الصحف والمواقع الالكترونية ومدى الانتباه والإدراك للعناصر الإخراجية والتقنية المرتبطة بقوالب التصميم والإخراج لها^١.

ترتبط عمليه تمثيل المعلومات ارتباطا وثيقا بالعمليات المعرفية من انتباه وإدراك وتذكر، فالانتباه يلعب دورا محوريا في اختيار المثيرات الحسية التي تنتقل الى الذاكرة قصيرة المدى، فلا نستطيع ان نركز انتباهنا طوال الوقت كما لا يمكننا ان نقوم بمعالجه كل المعلومات التي نتلقاها. وقد اجتهد العلماء في مجال علم النفس لوضع نماذج لتفسير عمليه تمثّل المعلومات و طريقة عمل الذاكرة واسترجاع المعلومات و نجد انهم اتفقوا جميعا ان عملية معالجة لتلك المعلومات تمر بثلاث مراحل رئيسية وهي الترميز التخزين الاسترجاع حيث يتم تنفيذ هذه العمليات عبر أجهزة الذاكرة وهي : (الذاكرة الحسية، الذاكرة قصيرة المدى، الذاكرة العاملة، الذاكرة طويلة المدى). وهذه العمليات لا تسير بنفس الطريقة والأسلوب لدى جميع الافراد في التخزين والترميز والاسترجاع بل إنها تختلف من شخص إلى آخر ومن مثير الى آخر فهناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في الانتباه والادراك والتذكر

^١ هيثم جودة محمد مؤيد، تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الالكترونية على العمليات الإدراكية لدي عينة من طلاب الجامعة، في إطار نظرية تمثيل المعلومات "دراسة شبه تجريبية"، رسالة دكتوراه، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، ٢٠١٠، ص ٢٢٩.

لذلك المعلومات، منها ما هو مرتبط بالمتبر ومنها ما هو مرتبط بالشخص نفسه، وقد بدأ ذلك واضحا في النماذج المفسرة لعملية الانتباه والتذكر^١.

وانتشرت في الآونة الأخيرة بين صفحات الجرائد وبين وسائل التواصل الاجتماعي نماذج من المعلومات التصويرية تحت مسمى الانفوجرافيك وهي نماذج تصويرية تعبر عن جوهر قصه أو مفهوم بصوره سريعة لمجموعة من المعلومات التي رغم كثرة تفاصيلها نستوعبها أسرع وأفضل، ويتم إدراجها في التقارير الإخبارية والتقارير السنوية والنشرات الصحفية ومع ذلك فإن الكثير منها انتشر في مواقع التواصل الاجتماعي فهناك ما يقرب من مائة ألف رسمة تنشر على هذه المواقع^٢.

أولا: مشكلة الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلي التحقق من تأثير الانفوجرافيك علي العمليات الإدراكية للقارئ علي مواقع التواصل الاجتماعي من (ادراك وتذكر) للمضامين الإخبارية السياسية، وسعت إلي تعرف ما إذا كان إدخال الانفوجرافيك من شأنه أن يحسن من الادراك والتذكر للمحتوي الإخباري علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) ، بل لم تتوقف حدود المشكلة البحثية عند تأثير وجود الانفوجرافيك أو عدم وجوده بل امتد إلي استكشاف الانفوجرافيك في ضوء تأثير المتغيرات المختلفة مثل (الحركة في التصميم ، ومستوي التعقيد البصري للتصميم ، والقيمة الجمالية للألوان بالتصميم).

^١ هاني إبراهيم محمد السمان، العوامل التقنية المؤثرة في اساليب تصميم الصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية على شبكة الانترنت وعلاقتها انتباه الجمهور وتذكره للأخبار "دراسة تحليلية وشبه تجريبية"، رسالة دكتوراه، جامعه سوهاج، كلية الآداب، قسم الاعلام، ٢٠١٩، ص ٩٣

^٢ علي حمودة جمعة، معالجة انفوجرافيك الصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوي تعرض المستخدمين لها دراسة تطبيقية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الثامن والأربعون، المحرم ١٤٣٩هـ، أكتوبر ٢٠١٧م، ص ٦١.

ثانيا: أهمية الدراسة:

وتأتي أهمية هذه الدراسة في أنها تسعى لتغيير الطريقة الروتينية لعرض المعلومات والبيانات للمستخدمين وبالتالي هذا يساعد على تغيير استجاباتهم وتفاعلهم مع هذه المعلومات عند رؤيتها وعرض المعلومات والأفكار بشكل سهل يساعد على توصيل الأفكار المعقدة بكل بساطة، وعلي الرغم من أن هناك العديد من الدراسات العربية قامت بقياس الإدراك والتذكر بمستوياته المختلفة للمعلومات المتضمنة في الأخبار المقدمة ، إلا أن هذه الدراسة قد تناولت هذه المتغيرات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك - تويتر) للوقوف علي أكثر أنواع وأشكال تقديم وعرض الأخبار جذبا للانتباه والإدراك وأكثرها بقاء في الذاكرة.

ثالثا: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام الشباب الجامعي للإنفوجرافيك على إدراك وتذكر المضمون الإخباري السياسي بمواقع التواصل الاجتماعي.

وينبع من الهدف الرئيسي مجموعة أهداف فرعية:

التعرف على تأثير استخدام الرسوم الجرافيكية (الثابتة - المتحركة - التفاعلية) في إدراك الطلاب والطالبات للمضامين الإخبارية السياسية للإنفوجرافيك على مواقع التواصل الاجتماعي.

التعرف على مدي إدراك وتذكر الطلاب والطالبات لمحتوي المضمون الإخباري السياسي على صفحات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك - تويتر).

رابعا: فروض الدراسة:

تقوم الدراسة على فرض رئيسي وهو " انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل التقنية المؤثرة على الانفوجرافيك على مواقع التواصل الاجتماعي

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير (المجلد الثاني) ٢٠٢٥

وإدراك وتذكر طلاب الشباب الجامعي للمضامين الإخبارية السياسية" ويتفرع من هذا الفرض عدة فروض فرعية وهي:

الفرض الأول: يظهر فرق معنوي بين متوسط إدراك وتذكر المبحوثين للمعلومات عند التعرض للخبر المعروض بإنفوجرافيك ثابت ومتوسط الادراك والتذكر عند التعرض للخبر نفسه بإنفوجرافيك متحرك.

الفرض الثاني: يظهر فرق معنوي بين متوسط تذكر المبحوثين للمعلومات عند اصطحاب التقرير الخبري المعروض بإنفوجرافيك بسيط ومتوسط التذكر عند اصطحاب التقرير الخبري نفسه بإنفوجرافيك معقد.

الفرض الثالث: يظهر فرق معنوي بين متوسط تذكر المبحوثين للمعلومات عند وجود الألوان في تصميم الانفوجرافيك المصاحب لنص التقرير الخبري المعروض ومتوسط التذكر عند وجود الأبيض والأسود في تصميم الانفوجرافيك المصاحب لنص التقرير الخبري نفسه.

خامسا: الدراسات السابقة:

يتم عرض الدراسات السابقة العربية والأجنبية بهدف الإفادة من هذه الدراسات للوقوف على أبعاد المشكلة البحثية وتحديد إجراءاتها واختيار العينة وتم ترتيب الدراسات ترتيبا زمنيا من الأحدث للأقدم داخل كل محور.

المحور الأول: الدراسات التي اهتمت بتمثيل المعلومات والعمليات الإدراكية:

دراسة هاني إبراهيم السمان، العوامل التقنية المؤثرة في اساليب تصميم الصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية على شبكه الانترنت وعلاقتها انتباه الجمهور وتذكره للأخبار "دراسة تحليليه وشبه تجريبية" (٢٠١٩)

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير (المجلد الثاني) ٢٠٢٥

سعت دراسة هاني السمان للتعرف علي العوامل التقنية المؤثرة في أساليب تصميم الصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية والكشف عن طريقة استخدام تلك الأساليب للعناصر التصميمية بالصفحة ، وطبيعة استخدامها للعناصر التقنية الإلكترونية والتفاعلية كالروابط والوسائط المتعددة والخيارات التفاعلية ومدى تأثير تلك التقنيات بالصفحة الرئيسية للبوابة علي انتباه الجمهور وتذكرة للأخبار المعروضة وذلك من خلال اجراء دراسة تحليلية قدرها ٧ بوابات إخبارية ودراسة شبه تجريبية لثلاث مجموعات مختلفة بتعرضهم لبوابة إخبارية تم تصميمها بثلاث أنماط مختلفة في استخدامها للعوامل التقنية ، وذلك من خلال عينة عمدية قدرها (٩٠) مبحوثا من طلاب قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة سوهاج . وتوصلت الدراسة الي ان نسبة الأفراد الذين يتصفحون المواقع الإخبارية حوالي ٧١% في المجموعتين وأن الفيس بوك واليوتيوب جاء من بين المواقع التي يفضل تصفحها افراد العينة ١.

ساره عبد العزيز كامل محمد، العوامل المؤثرة على تبني الصحف المصرية للأساليب الإخراجية الحديثة (٢٠١٩)

استهدفت الدراسة اختبار تأثير عدد من العوامل على تبني الصحف المصرية للأساليب الإخراجية وذلك من خلال تحليل البناء الشكلي للصحيفة، وتحليل آراء القائمين بالاتصال بالصحف عينة الدراسة، لرصد تأثير كل عامل من عوامل الدراسة (السياسة التحريرية بالجريدة، نمط الملكية، تكنولوجيا الإنتاج الصحفي، المنافسة، المخرج الصحفي (القائم بالاتصال))، فالدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح واستمارة تحليل الشكل واستمارة الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة الي ان أثرت السياسة التحريرية لصحف الدراسة بدرجة كبيرة علي السياسة الإخراجية كما أجمع المديرون الفنيون بصحف الدراسة علي أن نمط الملكية يؤثر علي إخراج الصحيفة^٢.

^١ هاني إبراهيم محمد السمان، العوامل التقنية المؤثرة في اساليب تصميم الصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية على شبكه الانترنت وعلاقتها انتباه الجمهور وتذكره للأخبار "دراسة تحليليه وشبه تجريبية"، مرجع سابق، ٢٠١٩.

^٢ ساره عبد العزيز كامل محمد، العوامل المؤثرة على تبني الصحف المصرية للأساليب الإخراجية الحديثة، رسالة دكتوراه، جامعه القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١٩.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت بدراسة الإنفوجرافيك:

دراسة أسماء عبد الحميد، توظيف الإنفوجرافيك في معالجة الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي واتجاهات الرأي العام نحوها (٢٠٢٢):

ففي دراسة أسماء تمثلت أهداف الدراسة في التعرف على أنواع وأشكال الإنفوجرافيك المستخدم في مواجهة الشائعات، كذلك التعرف على أهم العناصر المقروءة والمرئية المكونة له، وتحديد أساليب وأشكال التفاعلية الموظفة في الإنفوجرافيك، وتنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي اعتمدت علي منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، واستخدام أداتي تحليل المضمون والاستبانة، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن أسلوب نفي الشائعات من خلال تصاميم الإنفوجرافيك " يجذب الانتباه وأسهل في القراءة" بنسبة ٨٨% ، و زيادة نشر وعرض الإنفوجرافيك في مختلف وسائل الإعلام المرئية والمطبوعة بنسبة ٧٧,٣%^١.

دراسة عيده كمال رشيد، تأثير الانفوجرافيك على فهم وتذكر الشباب للمحتوى الإخباري من الصحف الإلكترونية "دراسة شبه تجريبية" (٢٠٢٠):

سعت هذه الدراسة الي اختبار تأثير الإنفوجرافيك علي اكتساب القراء للمعلومات من الأخبار علي مستويين (الفهم والتذكر) واكتشاف دورة في ضوء خمسة متغيرات تمثلت في (الحركة في التصميم ، مستوي التعقيد البصري بالتصميم ، القيمة الجمالية للألوان في التصميم ، اتجاه التصميم ، وطريقة عرض التصميم) ، وركزت علي اختبار تأثير كل منها علي مستوي اكتساب المعرفة ممثلة في قدرتهم علي التذكر والفهم ، فتتنمي هذه الدراسة الي نمط الدراسات شبه التجريبية وذلك من

^١ أسماء عبد الحميد، توظيف الإنفوجرافيك في معالجة الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي واتجاهات الرأي العام نحوها رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٢.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير (المجلد الثاني) ٢٠٢٥

خلال تصميم موقع تجريبي بعدي من ثلاثة مجموعات تجريبية ، وذلك بعينة عمدية ضمت (٩٠) طالبا بكلية التربية النوعية جامعة المنيا ، باستخدام التوزيع العشوائي المنظم (١٥ ذكر و ١٥ انثي) في كل مجموعة وذلك بتعرضهم لخمس تقارير خبرية اختلفت ظروفها التجريبية في كل مجموعة عن الأخرى لاختبار تأثير المتغيرات المستقلة الخمسة. وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن إدخال الإنفوجرافيك في عرض الأخبار أسهم في زيادة معدل فهم وتذكر المحتوى الإخباري مقارنة بوجود النص فقط ، وذلك بغض النظر عن اختلاف شكل الإنفوجرافيك المصاحب لنص التقرير من حيث غياب ووجود الحركة في التصميم ، كما أظهرت النتائج تفوق تأثير الإنفوجرافيك المتحرك مقارنة بالإنفوجرافيك الثابت^١.

دراسة هان يائيل وآخرون، عندما يقال إنفوجرافيك فهو أكثر من ألف كلمة..
تقييمات الجمهور للمعلومات المرئية في الأخبار (٢٠١٦)

تتسائل دراسة هان يائيل وآخرون عن كيفية تقييم المستهلكين للأخبار بأشكال جديدة للقصص الإخبارية حيث يتوقف أي نقاش حول قيمة التصورات في السياق الصحفي باستخدام نهج شامل متعدد الأسلوب عن كيفية استخدام المستهلكين للأخبار، باستخدام بحث تتبع العين وتحليل كيفية استخدام المستهلك للأخبار أو قراءة التصورات على ثلاثة منصات مختلفة (صحيفة، صحيفة إلكترونية على الكمبيوتر اللوحي، وعلى موقع إخباري). ومن خلال مجموعات التركيز والمسح بين القراء من ثلاث وسائل إعلام، فقامت الدراسة بتحليل كيفية استخدام المستهلكين للأخبار. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن التصورات لا ينظر إليها على أنها رواية القصص المستقلة، ولكنها جزء لا يتجزأ من قصة الخبر، في حين أن اهتمام القارئ في موضوع القصة أمر بالغ الأهمية في اتخاذ قرار القراءة، وعلم الجمال يؤثر في القراءة البصرية، فينبغي أن يكون الشكل له أهميته في التصميم للأخبار القصصية،

^١ عيده كمال رشيد أبو زيدان، تأثير الإنفوجرافيك على فهم وتذكر الشباب للمحتوى الإخباري من الصحف الإلكترونية "دراسة شبه تجريبية"، رسالة ماجستير، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٢٠.

وعندما لا تخدم الجماليات أو الأشكال المرئية غرضاً ضمن التصور، فإنها لا تضيف أي قيمة^١.

دراسة اليسون لزارد، لكي اتكينوس، تصدر الإنفوجرافيك ودور التصورات المرئية في الإقناع (٢٠١٥):

تتناول الدراسة دور المرئيات في مرحلة الإقناع الحاسمة بنموذج احتمالية الوضع حيث تستخدم مفهوم الصور المرئية لتحديد درجة الوعي الذاتي وذلك دور المرئيات في اكتشاف درجة قدرة الشخص على قراءة الرموز المرئية والمعاني المرتبطة بها مما يؤثر على قدرتهم واختيارهم لتقييم الرسائل الإقناعية بشكل نقدي، وتفترض هذه الدراسة أن الأشخاص المعرضون لرسالة إنفوجرافية مناصرة للبيئة سوف يشهدون استجابة أعظم من الأشخاص المعرضون لرسالة مناصرة لبيئة قائمة على النص. والأشخاص المعرضون لرسالة إنفوجرافية مؤيدة للبيئة سوف يشهدون مستويات مختلفة من الاستجابة أكثر من الأشخاص المعرضون لرسالة قائمة على النص أو رسالة قائمة على صورة مرئية. وتوصلت الدراسة إلى أن المرئيات والصور وأشكال الرسوم الإنفوجرافية يكونوا أكثر جذبا من الرسائل التي تعتمد فقط على النص أو على الرسم التوضيحي، وتعد الطبيعة الإقناعية لهذه الرسوم الإنفوجرافية صحيحة ومنتشرة ما بين الجماهير المختلفة بغض النظر عن تفاصيل التعلم أو المعرفة المرئية. ويقوم الأشخاص الذين يسجلون مستوى أقل على مقاييس المعرفة المرئية، وكذلك الأشخاص الذين يبدون تفضيلهم لأساليب التعلم اللفظي بالاستجابة بشكل أفضل بعد التعرض للرسائل الإنفوجرافية أكثر مما يفعلونه مع الرسائل القائمة على النص. وتؤكد الدراسة على أن العرض المرئي للرسائل الإنفوجرافية يوفر فرص أكثر لنشر القضايا الإقناعية^٢

¹ De Haan, Yael, Kruike-meier, Sanne, Lecheler, Sophie, Smit, Gerard, and Van der Nat, Renee. "When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words? Audience Evaluations of Information, 2016.

²Allison lazard, Lucy Atkinson Puing. Environmental infographic, center stage, role of visual at the elaboration likelihood crucial point of persuasion. Vol. 37(1),6-33(2015).

المحور الثالث: الدراسات التي تناولت محور الشباب الجامعي وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي والمضامين السياسية:

هبه مصطفى الصغير اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة السياسية وعلاقته بالتسامح لديهم (٢٠١٩)

تسعي هذه الدراسة إلي معرفة إلي أي مدي يستخدم الجمهور مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) كوسيلة لمتابعة الأخبار وبناء المعرفة السياسية ، فهي دراسة وصفية اعتمدت علي منهج المسح للجمهور من فئة الشباب وكبار السن وأسلوب المقارنة المنهجية بين وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية وذلك علي عينة من ٢٠٤ مفردة من سن (١٩ الي ٧٦ سنه) ، وتوصلت الدراسة الي أن التعرض الانتقائي للأراء السياسية المتشابهة يزيد من وحدة الاستقطاب السياسي الذي يؤدي منطقيا إلي حالة من اللاتسامح السياسي كما توصلت الي ان تنوع الوسائل الاتصالية المستخدمة للحصول علي المعلومات السياسية ارتبط عكسيا بالتسامح ، ويرجع ذلك الي التعرض الانتقائي الذي لا يهتم بتنوع الوسيلة او كثافة التعرض لمختلف الوسائل الإعلامية بقدر ما يهتم شكل التعرض لها اهو انتقائي ام غير انتقائي ، كما أن جيل الشباب لديه قدرة أكبر علي استيعاب معارف جديدة وان حركات مساندة حقوق الإنسان وحقوق الأقليات التي شهدها العالم وعاصرها الشباب جعلته أكثر قابلية للتعددية والاختلاف أكثر من جيل كبار السن^١.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

لقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة فيما يلي:

- في بلورة المشكلة البحثية الخاصة بالدراسة والمساعدة في صياغتها.

^١ هبه مصطفى الصغير اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة السياسية وعلاقته بالتسامح لديهم رسالة ماجستير غير منشورة، جامعه القاهرة، كلية الإعلام،

- المساهمة في تحديد الإطار النظري للدراسة.
- يتضح أن الدراسة الحالية تشترك مع الكثير من تلك الدراسات في استخدامها للمنهج التجريبي في قياس العمليات المعرفية (الإدراك والتذكر).
- ركزت معظم الدراسات السابقة على الصحف الإلكترونية بينما تركز دراستنا على مواقع التواصل الاجتماعي (الفايس بوك وتويتر).

سادسا: مفاهيم الدراسة:

فهو فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق وهذا الأسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسله وسهله وواضحة، ويأتي مصطلح الإنفوجرافيك كاختصار لكلمتي (information) و (graphic) ، اي الرسم والمعلومات ويعتبر وسيله تهدف إلى تسهيل نقل البيانات والمعلومات بين المرسل والمستقبل وذلك يتم عن طريق تحويل الأفكار إلى تصميمات مرئية تسهل عمليه الاستيعاب والإدراج لدى المستخدم^١.

ويمكن تعريفه إجرائيا على أنه فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق وهذا الأسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسله وسهله وواضحة، ويعتبر وسيله تهدف إلى تسهيل نقل البيانات والمعلومات بين المرسل والمستقبل وذلك يتم عن طريق تحويل الأفكار إلى تصميمات مرئية تسهل عمليه الاستيعاب والإدراج لدى المستخدم وتيسير المعلومة المراد نشرها^٢.

^١ امل منير كامل، معالجة الانفوجرافيك للقضايا المجتمعية في الصحف المصرية والأجنبية دراسة تحليلية مقارنة بين الصحف المصرية، ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١٨، ص ٥٤.

^٢ محمد شوقي عبد الفتاح شلتوت، الإنفوجرافيك من التخطيط الى الإنتاج، ط١، القاهرة، شركة مطابع هلا للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص ١١٠.

سابعاً: منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات شبه التجريبية التي تهتم بالتوصل إلى الاستنتاجات العلمية والبراهين التجريبية والتي تسهم بدرجة عالية من الدقة خاصة في صياغة الناتج مما يساعد على التصميم والتنبؤ في دراسة الانفوجراف، وكذلك في ضبط متغيرات الدراسة، وتعتمد على المنهج التجريبي الذي يعتبر من أكثر المناهج العلمية ملائمة لرصد الحقائق وصياغة التفسيرات على أساس متكامل من الضبط والصدق المنهجي.

ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة:

تعتمد الدراسة على الأسلوب المقارن للوقوف على درجة الاختلاف والاتفاق بين مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك - تويتر)، واختيار عينة عمدية من الصفحات الخاصة بالانفوجرافيك على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) لإجراء دراسة تحليلية للصفحات عينة الدراسة، وتم اختيار عينة عمدية متاحة قوامها (٦٠) مفردة (إناثا وذكورا) من طلبة الفرقتين الثالثة والرابعة بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة أسوان، في مايو ٢٠٢٢ ، وتم توزيعها عشوائيا بالأسلوب العشوائي المنتظم على مجموعتين بواقع (١٥ مفردة لموقع الفيس بوك، و ١٥ مفردة لتويتر في كل مجموعة) والتوزيع العشوائي للعينة من شأنه تحييد تأثير الاختلاف في مستويات الذكاء والقدرة على التحصيل المعرفي.

تاسعاً: أداة جمع البيانات:

يتم الاعتماد على الاستبيان في جمع البيانات اللازمة للدراسة نظراً لكونه من أكثر الأدوات ملائمة لجمع البيانات مع إمكانية توحيد توقيت إجراءاتها بالنسبة لجميع المفردات وبنفس الصيغة مما يوفر الوقت والجهد وتوفير إمكانية الحصول على المعلومات المطلوبة لخدمة أهداف الدراسة بالإضافة لسهولة مراجعتها وتحليلها

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير (المجلد الثاني) ٢٠٢٥

ومعالجتها إحصائياً سيتم تصميم صحيفة استبيان لجمع البيانات والأبعاد المختلفة للدراسة بحيث تتضمن المحاور الآتية:

الأول: إجراء استمارة للدراسة التحليلية وذلك لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) الخاصة بالانفوجرافيك ذات المضامين السياسية عينة الدراسة.

الثاني: إجراء التطبيق على المنهج شبه التجريبي: سيتم تصميم استمارة استبيان خاصة بالتعرف على أهم الأشكال والأنواع المستخدمة في الانفوجرافيك ومدى إدراك وتذكر الشباب الجامعي عينة الدراسة للمضامين الإخبارية السياسية المعروضة بصفحات الانفوجرافيك التي صممت لذلك. وتصميم صفحة فيسبوك وتويتر تعرض بعض أشكال الانفوجرافيك لعرضها على عينة مكونة من (٦٠) مبحوث من طلاب قسم الإعلام بجامعة أسوان، لاعتبارات التخصص، الاهتمام والدراسة وذلك لرصد مدى إدراكهم وتذكرهم لمضامين الانفوجرافيك التي تعرضوا لها من خلال الصفحة التي قامت الباحثة بتصميمها وفقاً لأهداف وفروض الدراسة.

عاشراً: إجراءات الثبات والصدق:

(أ) إجراءات الثبات:

يقصد بالثبات مدى اتساق نتائج القياس عند تكرار عملية القياس على نفس الموضوع وبحث نفس الظروف فهو شرط لا بد منه لتوافر عنصر الصدق، فلا يمكن أن يكون القياس صادق وغير صادق، ولتحقيق ذلك تضمنت الاستمارة العديد من المقاييس التي تختبر متغيرات الدراسة بعد اختيارها والتأكد من ثباتها ومنها:

- توجيه أسئلة لمراجعة أسئلة أخرى. - توجيه نفس الأسئلة بصيغ أخرى.

(ب) إجراءات الصدق:

وللتحقق من الصدق في الاستمارة سيتم إتباع ما يلي: وذلك بتحكيم الاستمارة على مجموعة من المحكمين الأكاديميين لتحديد مدى سلامتها وتوافقها مع أهداف وفروض الدراسة.

المعالجة الإحصائية:

سيتم معالجة البيانات إحصائياً بالاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ومعروف باسم SPSS وذلك لملائمته لطبيعة الدراسة وإمكانية تقديمه لجدول تكرارية بسيطة ومركبة لاختبار العلاقات الارتباطية المختلفة بين متغيرات الدراسة.

الحادي عشر: الإطار النظري:

ويمكن وصف صحافة الإنفوجرافيك بأنها صحافة المستقبل وأنها نتاج ثورة المعلومات والإعلام الإلكتروني ، وظهرت صحافة الإنفوجرافيك التي تعد من الأشكال الصحفية التي انتشرت في المواقع الإلكترونية كمحاولة لجذب القارئ من فيض صحافة المواطن والفييس بوك وتويتر، فهو يقوم علي تقديم المعلومات باستخدام الرسوم البيانية لتسهيل الفهم والاستيعاب لدي القارئ، ولجأت أغلب المواقع الإلكترونية إلي الإنفوجرافيك في محاولة لجذب القارئ، وخاصة في التغطيات الصحفية للأحداث الكبرى كتغطية الانتخابات علي سبيل المثال ، أو في المقارنة بين زمنين مختلفين ، أو في تغطية حدث رياضي^١.

الأشكال الرئيسية لعرض الإنفوجرافيك:

الرسوم التوضيحية:

هي أحد أشكال الفن اليدوي الذي يساعد الكلمات في نقل الرسالة الإعلامية للقارئ بشكل بسيط يسهل فهمه حيث تقدم للقارئ مضامين معينه في صوره مرئية بشكل مبسط. وتذهب الاتجاهات الحديثة إلى التوسع في نشر الرسوم التوضيحية سواء من حيث العدد أو المساحة أو طرق المعالجة الجرافيكية لها بالنظليل العادي ابيض واسود حيناً أو بالتلوين حيناً آخر. ويمكن تحديد مجالات رسومات توضيحية فيما يلي ٢:

^١ علي حمودة جمعة، معالجة انفوجرافيك الصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوي تعرض المستخدمين لها دراسة تطبيقية، مرجع سابق، ص ٦٢.

^٢ ساره عبد العزيز كامل محمد العوامل المؤثرة على تبني الصحف المصرية للأساليب الإخراجية الحديثة، مرجع سابق، ص ١٤٧.

التداخل في صور الفوتوغرافية:

ويعد ذلك من أبسط أساليب الرسوم التوضيحية حيث تتدخل ريشة الرسام مع بعض الصور للإضافة كأن يقوم الفنان بعمل بعض الأسهم التي تشرح الحدث.

التضافر مع الصور الفوتوغرافية واليدوية:

ويحدث ذلك عندما يتعذر على الرسام التدخل في الصورة لكنه يقوم بإرفاق رسم منفصل مع صورته خاصة فيه حاله احتوائها على عدد كبير من الأشخاص ويكون الرسم هنا ممثل لهؤلاء الأشخاص في الصورة الفوتوغرافية مع وضع رقم على كل شخص بحيث يذكر كلام الصور أسماء هؤلاء الأشخاص مثلا وفقا لهذه الأرقام.

التحديات التي تواجه الإنفوجرافيك:

هناك مجموعة من التحديات التي قد تواجه تصميم الإنفوجرافيك وتعيقه من الوصول إلى هدفه الأساسي ومنها^١:

- احتمالية تشويش البيانات أو وجود بعض الأخطاء، فالإحصائيات والأرقام تتغير بصورة يومية ويكون من الصعب التحكم فيها ولذا يجب مراجعتها بشكل مكثف ومستمر، كما أن استخدام كم كبير من المعلومات في الإنفوجراف أو عند التعبير عن تلك المعلومات بالأشكال الجرافيكية الغير مناسبة يؤدي إلى الإخفاق في تحقيق الهدف، ولأن الرسم ينتشر بشكل سريع يجب التدقيق في المحتوي والحرص علي نقل المعلومة الصحيحة للقارئ، ذلك بالإضافة إلى احتمالية حدوث أخطاء في عملية التصميم أثناء نقل البيانات أو حدوث لغط في الرسم ذاته، كما أن البيانات المقدمة تكون دائمة التطور مما يجعل التصميم غير مفيد في وقت قصير.

^١ امل منير كامل، معالجة الانفوجرافيك للقضايا المجتمعية في الصحف المصرية والأجنبية دراسة تحليلية مقارنة بين الصحف المصرية، مرجع سابق، ص ١١٣.

- يحتاج المصمم إلي كمية كبيرة من الوقت وبحث متعمق وشرح للبيانات وعادة ما يكون صاحب قرار إنتاج الإنفوجراف هو الصحفي وليس المصمم، وأحيانا يقلل الصحفي من شأن الرسم ووجد أن المصمم استخدم أشكال بسيطة وغير مناسبة، ولايزال يري الصحفيون الإنفوجراف على أنه عنصر مساند للخبر لا يقدر على تمثيل الخبر بمفرده.

الثاني عشر: إعداد المادة الإخبارية المستخدمة في التجربة:

اعتمدت الباحثة في انتقاء الأخبار الخاصة بتجربة هذه الدراسة علي استخدام الأخبار الواقعية التي نشرت عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث تم متابعة هذه المواقع وتحليل عدد كبير من الأخبار المنشورة بها للوصول إلي اربعة أخبار تلائم طبيعة كل منها الشروط الواجب توافرها في نسختين من متغيرات الدراسة، بحيث يمكن تصميم نسختين من الخبر الواحد لاختبار تأثير اختلاف الظروف التجريبية لمتغير واحد من متغيرات الدراسة، مع عرض نسختين مختلفتين علي مجموعتين تجريبيتين مقسمة إلي (فيس بوك - وتويتر) ، وكذلك مراعاة توافر كل العناصر اللازم توافرها لقياس المتغير التابع بمستوييه (الإدراك - والتذكر) في كل خبر واختيرت الأخبار الخاصة بالتجربة من موقعي فيس بوك وتويتر كمواقع تواصل اجتماعي، وروعي في اختيارها مجموعة من المواصفات والاعتبارات الضرورية.

إعداد الصفحات التجريبية:

بعد اختيار الأخبار الخمسة للدراسة وتصميمها بأشكال إنفوجرافيك مختلفة، وقامت الباحثة بتصميم صفحتين للتواصل الاجتماعي (فيس بوك)، وصفحتين للتواصل الاجتماعي (تويتر) لإجراء التجربة عليها باسم: (Infographic 1) للمجموعة الأولى فيس بوك وتويتر ... وبأسم (Infographic2) للمجموعة الثانية فيس بوك وتويتر.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير (المجلد الثاني) ٢٠٢٥

تم إعداد مجموعتين تجريبيتين على كل مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك وكذلك تويتر) حيث تعكس كل نسخة ظروفًا تجريبية مختلفة ثلاثم غرض الدراسة.

المجموعة الأولى (فيس بوك وتويتر): تعرض الصفحة محل التجربة (خمسة تصاميم جرافيكية للأخبار الخاصة بتجربة الدراسة).

المجموعة الثانية (فيس بوك _ تويتر): تحتوي على نفس محتويات المجموعة الأولى مع اختلاف التصميمات المعلوماتية المصاحبة للأخبار الخمسة عن التصميمات الموجودة بالنسخة الأولى حيث تحتوي على إنفوجرافيك.

الجزء الأول من الاستمارة:

يتضمن سؤالًا مفتوحًا لاختيار الإدراك والتذكر الحر، يتطلب من المبحوثين سرد كل ما يمكن تذكره من معلومات وتفاصيل وردت في الأخبار الخمسة بهدف قياس قدرة المبحوثين على استرجاع المعلومات الواردة في سياق كل خبر. ولحساب درجات الإدراك والتذكر الحر لمضمون كل خبر، تم تصميم مقياس يتكون من ست درجات تبدأ من (صفر: ٥) درجات حسب نوع الإجابة.

الثالث عشر: عرض نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: يظهر فرق معنوي بين متوسط إدراك وتذكر المبحوثين للمعلومات عند التعرض للخبر المعروض بأنفوجرافيك ثابت ومتوسط الإدراك والتذكر عند التعرض للخبر نفسه بأنفوجرافيك متحرك.

جدول رقم (١)

الفروق بين المجموعتين الأولى والثانية من حيث إدراكهم وتذكرهم لخبر الدول الرئيسية المضيفة للاجئين السوريين في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

مستوي المعنوية sig	درجه الحرية df	قيمه T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	المجموعة	
0.361	28	1.4	0.082	3.7	30	الأولي	الإدراك والتذكر الحر
			1.01	3.2	30	الثانية	
0.754	28	0.311	1.2	5.3	30	الأولي	الإدراك المغلق
			1.2	5.3	30	الثانية	
0.754	28	0.311	1.2	5.1	30	الأولي	التذكر المغلق
			1.2	5.1	30	الثانية	

يتضح من بيانات جدول (١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة الأولى من المبحوث الذين تعرضوا (الدول الرئيسية المضيفة للاجئين السوريين في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا) ذات الإنفوجرافيك الثابت في مقاييس (الإدراك المغلق ، التذكر المغلق ، والإدراك والتذكر الحر) ، فبالنسبة للإدراك والتذكر المغلق و التذكر الحر بلغت قيمة ت (١,٤) عند مستوي معنوية (٠,٣٦١) وهي دالة احصائيا، وقد جاءت الفروق لصالح المجموعة الأولى التي تعرضت للإنفوجراف الثابت ، أي أن المبحوثين الذين تعرضوا للخبر مصحوب بإنفوجراف ثابت، وكان معدل إدراكهم المغلق وتذكرهم المغلق أعلى من المبحوثين الذين تعرضوا للخبر ذاته مصحوب بإنفوجرافيك حر. وبناء على ذلك نقبل الفرض الذي ينص على: ظهور فرق معنوي بين متوسط إدراك وتذكر المبحوثين للمعلومات عند استخدام الإنفوجرافيك الثابت في الخبر المعروض ومتوسط الإدراك والتذكر عند استخدام الإنفوجرافيك المتحرك في الخبر نفسه، وجاءت نتيجة التجربة لصالح المجموعة الثانية لخبر الإنفوجرافيك المتحرك.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير (المجلد الثاني) ٢٠٢٥

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء حرص الباحثة على التكافؤ المعلوماتي بين الإنفوجرافيك الثابت والمتحرك، مما أدى إلى ازدحام الثابت بالمعلومات لمحدودية مساحته على عكس الإنفوجرافيك المتحرك الذي يمكن من خلاله عرض الكثير من المعلومات مقارنة بالإنفوجرافيك الثابت.

الفرض الثاني: يظهر فرق معنوي بين متوسط تذكر المبحوثين للمعلومات عند وجود الألوان في تصميم الإنفوجرافيك المصاحب لنص التقرير الخبري المعروض ومتوسط التذكر عند وجود الأبيض والأسود في تصميم الإنفوجرافيك المصاحب لنص التقرير الخبري نفسه.

جدول رقم (٢)

الفروق بين المجموعتين الأولى والثانية من حيث مقاييس إدراك وتذكرهم لخبر (نسب تمثيل المرأة في البرلمان المصري ٢٠٢٠)

مستوي المعنوية sig	درجه الحرية df	قيمه T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	المجموعة	
0.449	28	0.407	1.03	3.3	30	الأولي	الإدراك والتذكر الحر
			0.74	3.4	30	الثانية	
0.018	28	1.2	0.99	5.5	30	الأولي	الإدراك المغلق
			0.99	5.5	30	الثانية	
0.018	28	1.2	0.52	5.9	30	الأولي	التذكر المغلق
			0.52	5.9	30	الثانية	

يتضح من بيانات جدول (٢) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة الأولى من المبحوثين الذين تعرضوا لخبر (نسب تمثيل المرأة في البرلمان المصري ٢٠٢٠) ذات الإنفوجرافيك الأبيض والأسود، والمجموعة الثانية التي تعرضت لنفس ذات الخبر بإنفوجرافيك ملون في مقاييس (الإدراك والتذكر الحر، والإدراك والتذكر المغلق، والتذكر المغلق)، فبالنسبة للإدراك والتذكر الحر بلغت قيمة ت (٠,٤٠٧) وهي دالة عند مستوي معنوية (٠,٤٤٩). وقد جاءت الفروق لصالح المجموعة الثانية التي تعرضت لنسخة الخبر ذات الإنفوجرافيك الملون، أي أن المبحوثين الذين تعرضوا لخبر نسب تمثيل المرأة في البرلمان المصري ٢٠٢٠ المصحوبة بإنفوجرافيك الملون كان معدل إدراكهم وتذكرهم الحر، وإدراكهم المغلق وتذكرهم المغلق أعلى من المبحوثين الذين تعرضوا لنص التقرير الخبري ذاته مصحوبة بإنفوجرافيك أبيض وأسود. وبناء عليه نقبل الفرض الثاني الذي ينص على ظهور فرق معنوي بين متوسط إدراك وتذكر المبحوثين للمعلومات عند اصطحاب التقرير الخبري المعروض بإنفوجرافيك ملون، ومتوسط الإدراك والتذكر عند اصطحاب التقرير الخبري نفسه لإنفوجرافيك أبيض وأسود.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بإرجائها لتأثير محتمل للألوان، فالألوان تعمل على جذب الانتباه أو ربما لوجود عناوين فرعية لكل فقرة مما دفع المشاركين في الدراسة إلى تركيز انتباههم وقراءة معلوماته بمزيد من الاهتمام، فبحسب باحثين الانفوجرافيك فهو يهدف إلى الإعلام والإقناع والترفيه ويتحقق هذا من خلال طريقة تنفيذه.

الفرض الثالث: يظهر فرق معنوي بين متوسط تذكر المبحوثين للمعلومات عند اصطحاب التقرير الخبري المعروض بأنفوجرافيك بسيط ومتوسط التذكر عند اصطحاب التقرير الخبري نفسه بأنفوجرافيك معقد.

جدول رقم (٣)

الفروق بين المجموعتين الأولى والثانية من حيث مقاييس إدراك وتذكرهم لخبر (سوريا في الصدارة.. تعرف على أكثر الدول تصديرا للاجئين)

المجموعة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمه T	درجه الحرية df	مستوي المعنوية sig	
الاولي	30	3.7	0.48	1.6	28	0.095	الادراك والتذكر الحر
	30	3.2	1.01				
الاولي	30	5.7	0.82	0.603	28	0.255	الادراك المغلق
	30	5.7	0.82				
الاولي	30	5.5	0.99	0.603	28	0.255	التذكر المغلق
	30	5.5	0.99				

يتضح من بيانات جدول (٣) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة الأولى من المبحوثين الذين تعرضوا لخبر (سوريا في الصدارة.. تعرف على أكثر الدول تصديرا للاجئين) ذات الإنفوجرافيك البسيط، والمجموعة الثانية التي تعرضت للخبر نفسه ذات الإنفوجرافيك المعقد في مقاييس الإدراك والتذكر الحر، والإدراك المغلق، والتذكر المغلق)، اما بالنسبة للإدراك والتذكر الحر بلغت قيمة ت (١,٦) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٩٥). وقد جاءت الفروق لصالح المجموعة الأولى التي تعرضت لنسخة الخبر ذات الإنفوجرافيك البسيط، فهؤلاء المبحوثين الذين تعرضوا للخبر المصحوب بإنفوجرافيك بسيط كان معدل إدراكهم وتذكرهم الحر وإدراكهم وتذكرهم المغلق أعلى من المبحوثين الذين تعرضوا لنص الخبر ذاته مصحوب بإنفوجرافيك معقد. لذلك نقبل الفرض الثالث الذي ينص على ظهور فرق معنوي بين متوسط إدراك وتذكر المبحوثين للمعلومات عند ارتفاع مستوى التعقيد البصري في تصميم الإنفوجرافيك المصاحب لنص الخبر المعروض ومتوسط الإدراك والتذكر عند انخفاض مستوى التعقيد البصري في تصميم الإنفوجرافيك المصاحب لنص الخبر نفسه.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بإرجائها لتأثير محتمل لوجود عدد زائد من المحفزات الواردة (كما في تصميم الإنفوجرافيك المعقد والمزدحم بالعناصر الجرافيكية) والأخبار والمعلومات المكتسبة مما يحدث نوع من الضغط والحمل على الذاكرة العاملة ونظرا لسعتها المحدودة، يصعب نقل المعلومات إلى الذاكرة طويلة المدى، ومن ثم يؤثر ذلك على اكتساب المعلومات وهذا يؤكد نتيجة الدراسة بأن معدل إدراك وتذكر الإنفوجرافيك البسيط أعلى من معدل إدراك وتذكر الإنفوجرافيك ذات مستوي التعقيد البصري.

الرابع عشر: مناقشة النتائج:

وبتفسير أهم نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة، وفروض نظرية تمثيل المعلومات وغيرها من النماذج والنظريات المفسرة لعملية تمثيل الصور والنصوص، وذلك في إطار مجموعة من العناصر المتعلقة بتصميم الإنفوجرافيك وتأثيرها على عمليتي الإدراك والتذكر وذلك من خلال معرفة تأثير المتغيرات الأتية (تأثير الحركة في التصميم، وتأثير الألوان، وتأثير التعقيد البصري من حيث كونه انفوجرافيك (بسيط أو معقد)).

أولا: الفرض الأول (تأثير الحركة):

اختبرت الدراسة تأثير الحركة في الفرض الأول علي تصميم الأنفوجرافيك من خلال (الإنفوجرافيك الثابت ، والإنفوجرافيك المتحرك) علي عملية اكتساب المعلومات من الأخبار من خلال ثلاثة مستويات (إدراك وتذكر حر ، إدراك مغلق ، وتذكر مغلق) مع الحرص علي التكافؤ بين المعلومات بين التصميمين ، وتوصلت نتائج الدراسة إلي تفوق تأثير الإنفوجرافيك المتحرك، حيث تبين وجود فروق ذات دالة إحصائية بين المجموعة الأولى من المبحوثين الذين تعرضوا للخبر المصحوب بإنفوجرافيك ثابت، والمجموعة الثانية التي تعرضت للخبر نفسة بإنفوجرافيك متحرك من حيث إدراكهم وتذكرهم لمحتوي الخبر وجاءت الفروق لصالح المجموعة الثانية التي تعرضت للإنفوجرافيك المتحرك. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء حرص

الباحثة على التكافؤ المعلوماتي بين الإنفوجرافيك الثابت والمتحرك، مما أدى إلى ازدياد الثابت بالمعلومات لمحدودية مساحته على عكس الإنفوجرافيك المتحرك الذي يمكن من خلاله عرض الكثير من المعلومات مقارنة بالإنفوجرافيك الثابت.

اختلف الباحثين حول ما إذا كانت الرسوم المتحركة توفر المزيد من المزايا من الرسومات الثابتة، ولقد نوقشت هذه المسألة منذ سنوات، وحتى الآن لاتزال النتائج غير حاسمة وغير متناسقة، وقد جاءت نتائج بعض الدراسات البحثية لصالح الرسوم المتحركة، في حين وجدت دراسات أخرى عدم وجود مزايا للرسوم المتحركة على الرسوم الثابتة، ويرى بعض أن الأثر الإيجابي للرسوم المتحركة الذي وجد في بعض الدراسات ويرجع ذلك إلى عدم التكافؤ المعلوماتي بين ظروف الرسوم المتحركة والثابتة^١.

ثانيا: الفرض الثاني (تأثير القيمة الجمالية الألوان):

اختلفت الدراسة تأثير القيمة الجمالية للألوان في الفرض الثاني علي تصميم الإنفوجرافيك من خلال مستويين (الإنفوجرافيك الأبيض والأسود فقط في التصميم ، ووجود الألوان الجذابة في التصميم) علي اكتساب المعلومات من الأخبار السياسية من خلال ثلاثة مستويات (إدراك وتذكر حر ، وإدراك مغلق ، وتذكر مغلق) ، وجاءت الفروق ذات الدلالة الإحصائية لصالح المجموعة الثانية الإنفوجرافيك الملون علي حساب الإنفوجرافيك الأبيض والأسود، مما يؤكد علي أهمية القيمة الجمالية للألوان لتصميم الإنفوجرافيك لما لها من تأثير قوي في عملية الإدراك والتذكر للأخبار حسب نتائج هذه الدراسة.

¹ Soon Fook fong,"Effect of Segmented Animatide Graphics among Students of Different Spatial Apatial Ability Levels: a Cognitive Load Perspective", TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology, April 2013, volume 12 Issue2, p89.

فهذه الدراسة تؤيد فرض نظرية تمثيل المعلومات ونموذج مستويات المعالجة القائل بأن إثارة الانتباه والإدراك تؤدي إلى مستويات معالجة أعمق، والألوان تجذب انتباه وإدراك القارئ فتؤدي إلى مستويات معالجة أعمق، وهذا يتفق مع دراسة مروة محمد شبل التي أثبتت أن استخدام الألوان يؤدي دورا أساسيا في نجاح عملية تذكر الإعلان، نظرا للتأثير الكبير الذي تمارسه الألوان على جذب انتباه المستهلك تجاه الإعلان^١.

ثالثا: الفرض الثالث (تأثير التعقيد البصري):

اختبرت الدراسة تأثير التعقيد البصري في الفرض الثالث علي تصميم الأنفوجرافيك من خلال (الإنفوجرافيك البسيط، والإنفوجرافيك المعقد) على اكتساب المعلومات من الأخبار السياسية من خلال ثلاثة مستويات (إدراك وتذكر حر، وإدراك مغلق، وتذكر مغلق)، وجاءت النتيجة لصالح الإنفوجرافيك البسيط لخبر (سوريا في الصدارة.. تعرف أكثر على الدول تصديرا للاجئين) الذين تفقوا على المبحوثين الذي تعرضوا للإنفوجرافيك بشكل معقد. ووفقا لنظرية الحمل المعرفي عندما يكون هناك عدد زائد من المحفزات الواردة (كما في تصميم الإنفوجرافيك المعقد والمزدحم بالعناصر الجرافيكية) يحدث نوع من الضغط والحمل الزائد في الذاكرة العاملة، نظرا لسعتها المحدودة، وبالتالي يصعب نقل المعلومات إلى الذاكرة طويلة المدى، ومن ثم يؤثر هذا على اكتساب المعلومات^٢.

^١ مروة محمد شبل، تصميم الإعلان الإلكتروني على شبكة الإنترنت وأثره في تذكر مضمون الإعلان في إطار نظرية تمثيل المعلومات: دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٣٢٣.

^٢ عيده كمال رشيد ابو زيدان، تأثير الأنفوجرافيك على فهم وتذكر الشباب للمحتوى الاختياري من الصحف الإلكترونية دارسه شبه تجريبية، مرجع سابق، ص ٢٢٢.

الخامس عشر: الاستنتاجات والتوصيات:

استنتجت الدراسة قوة تأثير الانفوجرافيك على العمليات الإدراكية (الإدراك والتذكر) من حيث كونه أسلوب سهل وشيق ووسيلة مساعدة للقارئ على التفكير وفهم المعني من المحتوي والإنفوجراف الجيد هو الذي يتمكن من إثارة مشاعر المتلقي وإضافة معلومات جديدة له، لذلك توصي الدراسة بضرورة إجراء دراسات مستفيضة عن الإنفوجرافيك لأهمية هذا الفن في وسائل الإعلام ولقلة الدراسات العربية وخاصة في التلفزيون، وضرورة استغلال إمكانيات الإنترنت من خلال التوسع في تقديم الإنفوجرافيك المتحرك والتفاعلي، وضرورة نشر ثقافة الإنفوجرافيك عن طريق عقد العديد من الدورات التدريبية حتي يستفيد منها الطلاب والصحفيون بالصحف الإقليمية بالمحافظات المختلفة.

مراجع

١. أسماء عبد الحميد، توظيف الإنفوجرافيك في معالجة الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي واتجاهات الرأي العام نحوها رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٢.
٢. أمل منير كامل، معالجة الانفوجرافيك للقضايا المجتمعية في الصحف المصرية والأجنبية دراسة تحليلية مقارنة بين الصحف المصرية، ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١٨م.
٣. ساره عبد العزيز كامل محمد، العوامل المؤثرة على تبني الصحف المصرية للأساليب الإخراجية الحديثة، رسالة دكتوراه، جامعه القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١٩.
٤. علي حمودة جمعة، معالجة انفوجرافيك الصحف الإلكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوي تعرض المستخدمين لها دراسة تطبيقية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الثامن والأربعون، المحرم ١٤٣٩هـ، أكتوبر ٢٠١٧م.
٥. عيده كمال رشيد أبو زيدان، تأثير الانفوجرافيك على فهم وتذكر الشباب للمحتوى الإخباري من الصحف الإلكترونية "دراسة شبه تجريبية"، رسالة ماجستير، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٢٠.
٦. محمد شوقي عبد الفتاح شلتوت، الانفوجرافيك من التخطيط الى الإنتاج، ط١، القاهرة، شركة مطابع هلا للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص ١١٠.
٧. مروة محمد شبل، تصميم الإعلان الإلكتروني على شبكة الإنترنت وأثره في تذكر مضمون الإعلان في إطار نظرية تمثيل المعلومات: دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩.
٨. هاني إبراهيم محمد السمان، العوامل التقنية المؤثرة في اساليب تصميم الصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية على شبكه الانترنت وعلاقتها انتباه الجمهور وتذكره

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير (المجلد الثاني) ٢٠٢٥

للأخبار "دراسة تحليلية وشبه تجريبية"، رسالة دكتوراه، جامعه سوهاج، كلية الآداب، قسم الاعلام، ٢٠١٩.

٩. هبه مصطفى الصغير اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة السياسية وعلاقته بالتسامح لديهم رسالة ماجستير غير منشورة، جامعه القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٩.

١٠. هيثم جودة محمد مؤيد، تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الالكترونية على العمليات الإدراكية لدي عينة من طلاب الجامعة، في إطار نظرية تمثيل المعلومات "دراسة شبه تجريبية"، رسالة دكتوراه، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، ٢٠١٠، ص ٢٢٩.

- 11.Allison lazard, lucy Atkinson Puing. Environmental infographic, center stage, role of visual at the elaboration likelihood crucial point of persuasion. Vol. 37(1), 6-33(2015).
- 12.De Haan, Yael, Kruikemeier, Sanne, Lecheler, Sophie, Smit, Gerard, and Van der Nat, Renee. "When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words? Audience Evaluations of Information, 2016.
- 13.Soon Fook fong,"Effect of Segmented Animatide Graphics among Students of Different Spatial Apatial Ability Levels: a Cognitive Load Perspective", TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology, April 2013, volume 12 Issue2, p89.