
**فاعلية تصميم موقع إلكتروني قائم على صحافة الإنفوجرافيك وأثرها في تنمية الوعي
بالأحداث الجارية لدى الشباب الجامعي
”دراسة شبه تجريبية“***

إعداد

رحاب أحمد الشحات محمد

باحثة ماجستير

تحت إشراف

أ.م.د/ إبراهيم محمد أبوالمجد فرج

أ.د/ شريف درويش اللبان

**أستاذ ورئيس قسم الصحافة وتكنولوجيا الاتصال أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي
كلية الإعلام - جامعة القاهرة كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة**

**مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة
عدد (٦٨) - يوليو ٢٠٢٢**

* بحث مستل من رسالة ماجستير

فاعلية تصميم موقع إلكتروني قائم على صحافة الإنفوجرافيك وأثرها في تنمية الوعي بالأحداث الجارية لدى الشباب الجامعي "دراسة شبه تجريبية"

إعداد

أ.د/ شريف درويش اللبان* أ.م.د/ إبراهيم محمد أبوالمجد فرج** رحاب أحمد الشحات محمد***

تمهيد:

يشهد عصرنا الحالي طفرة كبيرة في مجال تكنولوجيا المعلومات؛ ونتيجة لتلك الطفرة بدأ الاتجاه إلى محاولة تبسيط المعلومات المعقدة ووضعها في أبسط صورة لمستخدميها، وأحد هذه الاتجاهات هو مجال الإنفوجرافيك.

والإنفوجرافيك مصطلح تقني يشير إلى تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى رسوم مصورة يسهل على من يراها استيعابها دون الحاجة إلى قراءة الكثير من النصوص، ومن ثم يمكن استخدام الإنفوجرافيك كوسيلة لتبسيط المعلومات الصحفية المعقدة أو العددية؛ حيث تكون أسهل للفهم بين الجمهور، إلى جانب أنه يستمد فعاليته بالتركيز على الحاسة البصرية أكثر من الحواس الأخرى.

وفي ضوء هذا يقوم تصميم الإنفوجرافيك بدور فعال في إبراز المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت وتقديمها بشكل بسيط يجذب النظر ويثير الانتباه، وذلك من خلال استخدام البرامج والنماذج الخاصة به، وفهم كيفية التعامل معها، والاستفادة من توزيع المساحات، والألوان، والأحجام، والأشكال، وتحويلها إلى أشكال فنية جذابة تعمل على لفت انتباه المستخدم وتوفير الراحة لما يتمتع به من بساطة التصميم ويسر الاستخدام.

هناك العديد من العوامل التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية، ومنها: استخدام الوصلات، وطرق الإبحار، وأماكن وضع المعلومات، والاهتمام بتأثير الألوان، والخداع البصري، وطرق عرض المعلومات، وحجم المادة، والإضاءة، والتباين، وغيرها...، إذ تؤثر تلك العوامل في تحقيق وضوح الرؤية، وسرعة الاستعراض، وطول الوقت اللازم للانتقال من صفحة لأخرى داخل الموقع الإخباري، لاسيما وأن المستخدمين يفضلون المواقع الأقل تعقيداً وفقاً للعديد من الدراسات^(١).

* أستاذ ورئيس قسم الصحافة وتكنولوجيا الاتصال كلية الإعلام - جامعة القاهرة
** أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة
*** باجثة ماجستير

وقد اهتمت البحوث والدراسات الإعلامية التي تنتمي لمجال الصحافة الإلكترونية بالإمكانات غير المحدودة لشبكة الإنترنت في تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية، والمعايير التي يجب الالتزام بها في التصميم الجيد لمواقع (الويب)، وتحميل التيبوغرافيا الرقمية، وخاصة العناوين، وكيف أن تصميم مواقع (الويب) يؤثر على استرجاع الإخبار وإدراكها لدى الجمهور، وخاصة الشباب. وتأتي المواقع الإخبارية ضمن المواقع الإلكترونية التي تهتم بنشر الوعي بالأحداث الجارية بين الشباب؛ وبذلك تتنافس على إبراز كل إمكانياتها في التصميم لتقديم الأخبار الفورية، والمعلومات المتنوعة، والخدمات التفاعلية في سبيل جذب انتباه المستخدمين وإثارة اهتماماتهم، الأمر الذي يجعل مصممي هذه المواقع أمام ضغوط متزايدة لتعزيز مصداقية مواقعهم، كون تصميم وإخراج المواقع أصبح فناً أكثر منه علماً قائماً بذاته؛ ومن هذا المنطلق تهتم هذه الدراسة بتنمية الوعي بالأحداث الجارية من خلال صحافة الإنفوجرافيك، وذلك لأن فهم ما يحدث في المجتمع من أحداث وأخبار يجعل الفرد عنصراً فعالاً ومشاركاً في مجتمعه، ويكون له دور في صنع القرار، وخاصة الشباب، وبالتالي يمارس كافة حقوقه الديمقراطية.

مشكلة الدراسة:

لاحظت الباحثة أن المواقع الإلكترونية التي تهتم بنشر المحتوى الإخباري بين الشباب تتنافس على إبراز كل إمكانياتها في التصميم لتقديم الأخبار الفورية، والمعلومات المتنوعة، وتنوع الخدمات التفاعلية، وبناءً على ما قامت به من دراسة استطلاعية لمعرفة مدى إدراك الشباب لعلم الإنفوجرافيك ونوعية الأخبار والأحداث التي يفضلون الاطلاع عليها جاءت النتيجة قلة وعي الشباب الجامعي بمفهوم الإنفوجرافيك بدرجة كبيرة بنسبة (٨٥٪). ومن هذا المنطلق؛ استهدفت هذه الدراسة تصميم موقع إلكتروني يعرض الأخبار والأحداث الجارية بطريقة رسم جرافيكي سهل وصول المعلومة للقارئ، ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي:

- ما مدى فعالية تصميم موقع إلكتروني قائم على صحافة الإنفوجرافيك في تنمية الوعي بالأحداث الجارية لدى الشباب الجامعي؟

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في عدة اعتبارات، هي:

أولاً: الأهمية العلمية:

- 1- تنمية الوعي بصحافة الإنفوجرافيك من خلال عرض مجموعة من الأحداث الجارية في شكل رسوم جرافيكية.
- 2- قيام التصميم المرئي والمقروء بدوره الوظيفي في العملية الاتصالية.
- 3- تقديم إطار معرفي لفن الإنفوجرافيك باعتباره فناً تحريريًا وإخراجيًا جديدًا على الصحافة العربية عامة والمصرية خاصة، وهذا يتطلب دراسة واقعية له.

ثانياً: الأهمية التطبيقية:

- ١- الخروج بمؤشرات يمكن تطبيقها عملياً عند الشروع في استخدام الإنفوجرافيك في تقديم الأخبار والأحداث الجارية لدى الجمهور.
- ٢- الاستفادة من قدرة الإنفوجرافيك في تبسيط المعلومات والإحصاءات وتقديمها للجمهور بأسلوب سهل وبسيط، وبسرعة أكبر من النصوص المكتوبة، وهذا يقتضي الاستفادة منه في جميع القضايا المتعلقة بالأحداث الجارية.
- ٣- إفادة الصحفيين القائمين على هذا النوع من صحافة الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية العربية عامة والمصرية خاصة.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في قياس فاعلية تصميم موقع إلكتروني قائم على صحافة الإنفوجرافيك في تنمية الوعي بالأحداث الجارية لدى الشباب الجامعي، ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف أخرى، منها:

- تصميم موقع إخباري على شبكة الإنترنت لعرض الأحداث الجارية بطريقة جرافيكية.
- قياس فعالية الموقع في تنمية وعي الشباب الجامعي بالأحداث الجارية من خلال صحافة الإنفوجرافيك.
- الكشف عن درجة اهتمام الشباب الجامعي بالإنفوجرافيك وإدراكهم للمضمون المقدم لهم.
- العمل على تنمية الثقافة البصرية من خلال صحافة الإنفوجرافيك لدى الشباب الجامعي في الأحداث الجارية.
- التعرف على درجة اهتمام الشباب الجامعي بالإنفوجرافيك المنشور في موقع الدراسة.
- الكشف عن أساليب عرض البيانات في الإنفوجرافيك وتوظيفها في موقع الدراسة.
- قياس درجة تفضيلات الشباب الجامعي لاستخدام الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية.

الدراسات السابقة:

أُتيح للباحثة الاطلاع على عدد من الدراسات والبحوث ذات الصلة بموضوع الدراسة، وأمكن تقسيمها إلى محورين من حيث طبيعة مجالات الاهتمام التي تطرحها من الأحدث إلى الأقدم على النحو التالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت تصميم المواقع الإلكترونية:

سعت دراسة إيمان متولي عرفات ٢٠٢١^(١) إلى تقييم جودة مواقع الصحف الخليجية من حيث: التصميم، والإخراج، فعملت - من حيث التصميم- على التعرف على مدى سهولة الدخول، والاستخدام، والتصفح لمواقع صحف الدراسة، كما اختبرت الدراسة - من حيث الإخراج - سهولة قراءة النصوص وانقراية العناوين، وأنواع وحجم الخطوط، واستخدام الصور، إلخ. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الاستكشافية، وقد اعتمدت على منهجي

المسح العلمي، والمقارن، وعمدت الدراسة إلى تصميم مقياس لتقييم جودة مواقع صحف الدراسة، وكان من أبرز النتائج: كلا الموقعين يسهل الوصول إليهما، ومرتبطان بحسابهما على الفيسبوك وتويتر، لم تظهر المواقع تنوعاً في تصميم الصفحات مع الحفاظ على الاتساق في جميع أنحاء الموقع، وأيضاً جاذبية العناوين غير متوفرة في كلتا الصحفيتين، وأن كلتا الصحفيتين لم تستفيدا من الإمكانيات التي أتاحتها تكنولوجيا الويب، وعليهما العمل على الاستفادة القصوى من تلك التكنولوجيات؛ للحصول على الجودة الشاملة لموقعهما. كما استهدفت دراسة محمد كامل عبد الرحمن ٢٠٢١^(٣) التعرف على تصميم المواقع الإلكترونية للفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية وعلاقته بتفضيلات مستخدميها، بالإضافة لتقديم مقترح نموذج «التصميم الجيد» للمواقع الإلكترونية للفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية في ضوء تفضيلات مستخدميها. وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهجي المسح والمقارن، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في أربعة مواقع إلكترونية (موقع الـBBC، موقع الـCNN، موقع صدى البلد، وموقع العربية نت)، بينما تمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور العربي والأجنبي. وتوصلت الدراسة إلى: سرعة تبني المواقع الأجنبية للمستحدثات التكنولوجية مقارنة بالمواقع العربية، والتباين في تفضيلات الباحثين (العرب والأجانب) لأصناف تصميم موضوعات الصفحات الرئيسية "الواجهة" والصفحات الرئيسية لأقسام الموقع. في حين هدفت دراسة ماجد دياب الزبير ٢٠١٩^(٤) لتأطير المعايير الجمالية التي تساعد مصممي صفحات الويب لاختيار اللون أثناء عملية التصميم اعتماداً على أسس علمية واضحة، متبعة المنهج الوصفي- التحليلي، وقد خلصت الدراسة إلى قائمة بالمعايير في صورتها النهائية، والتي ضمت في مجملها (٣٤) معياراً ومؤشراً ركزت على عدد من المحاور، مثل المؤثرات السيكولوجية التي تؤثر على إدراك المتلقين للألوان بالصفحة، وفعالية دور اللون في التصميم، ومبادئ توظيف اللون بالصفحة، وتوظيف المؤثرات الموضوعية للون، واختيار الألوان الملائمة من دائرة الألوان في التصميم، وكيفية التوظيف العلمي للون. أما دراسة سامح مصطفى حسان ٢٠١٨^(٥) فقد استهدفت التعرف على مدى فاعلية عناصر التصميم في المواقع الرياضية المصرية على شبكة الإنترنت، وأيضاً إلى تحليل الصور واستعراض المعلومات للتعرف على مدى استفادة هذه المواقع من الوسائل والخيارات الحديثة التي يتيحها الإنترنت من أجل زيادة التفاعلية، وهي دراسة وصفية على عينة من المواقع الرياضية، استخدمت المنهج التحليلي للمضمون الجرافيكي دون التعرض للمضمون الإعلامي. وتوصلت الدراسة إلى أنه لا يوجد حرص واضح لدى المواقع الرياضية المصرية على استغلال كامل للإمكانات المتاحة للمواقع الإلكترونية، وعدم وجود سياسة واضحة نحو التفاعلية، كما أوضح حرص المواقع الإلكترونية على وجود ربط بمواقع التواصل الاجتماعي في مواقعها، وبالرغم من وجود آلية لمشاركة الجمهور في المشاركة والتعليق، إلا أنها غير مفعلة؛ نظراً لعدم اهتمام المحررين بالرد على استفسارات القراء، وتبين استخدام مواقع الدراسة لبعض الأدوات التفاعلية بصورة غير مدروسة، مثل استخدام الفيديو جراف، حيث إن المواقع المصرية تستخدم الفيديو كليب، والذي لا يعبر بصورة معلوماتية عن الحدث، بل هو مجرد فيديو تسجيلي لمجريات الأحداث. وفي السياق ذاته استهدفت دراسة ماجد سالم

٢٠١٧^(١) وصف واقع إخراج وتصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، من خلال التعرف على تصميم صفحاتها الرئيسية، والعناصر البنائية المكونة لها، وأساليب إخراجها، وطريقة وضع المضامين الإعلامية على صفحاتها، وهي دراسة وصفية تعتمد على منهج المسح، وفي إطاره استُخدمت أداة تحليل المضمون، والمقارنة المنهجية لمعرفة أوجه التشابه والاختلاف بين مواقع الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: أن موقع وكالة (معاً) هو الأطول بين مواقع الدراسة، تلاه موقع المركز الفلسطيني للإعلام، واتفقت المواقع في استخدام القوائم الفرعية، ومنها استخدام القوائم المنسدلة، واعتمدت أسلوباً واحداً في إخراج قوائم التجوال، باعتباره نموذجاً أعلى الصفحة الرئيسية فقط، وفي إخراج موضوعاتها على الصفحة الرئيسية اعتمدت على أسلوب البوابة، وفيما يتعلق باتجاه عرض المعلومات استخدمت أسلوب العرض الأفقي. وفي نفس السياق اهتمت دراسة **بسمة أحمد عبود ٢٠١٦**^(٧) بالتعرف على تصميم الصفحات الرئيسية للبوابات الإخبارية الإلكترونية المصرية، ومدى تحقيق تصميم واجهات تلك البوابات للخطوط الإرشادية بيسر استخدام، ومعرفة تفضيلات المستخدمين ومدى رضائهم عن البوابات، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية باستخدام منهج المسح، وفي إطاره تم استخدام استمارة الاستبيان واستمارة تحليل الشكل، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: تفوق بوابة (أخبارك دوت نت) على (الموجز) في وضوح التفاصيل والعناصر المختلفة، كالصفحة الرئيسية ووضوح الخط المستخدم وتناسق ألوان النصوص والصور والعناوين والخلفية، كما تتسم بوابتي (أخبارك. نت) و(الموجز) بالتنظيم، على عكس (الجورنال) الذي يتسم بالفوضى وتداخل الإعلانات والموضوعات، وقد وفرت (أخبارك. نت) و(الموجز) و(الجورنال) القائمة الرئيسية في أعلى الصفحة الرئيسية، وتوفرت في (أخبارك. نت) و(الموجز) قائمة ثابتة مع تحريك الشاشة لأعلى وأسفل في الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية، مما يمكن المستخدم من التنقل والتحرك بسهولة داخل البوابة. أما دراسة **عائشة محمود عاطف ٢٠١٦**^(٨) فقد استهدفت التعرف على دور العناصر البنائية الإلكترونية في تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية وعلاقتها بيسر الاستخدام، وكذلك التعرف على استخدامات الصحفيين الذين يتعرضون لمواقع وكالات الأنباء للحصول على الأخبار، واجتمعت كل من نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بشكل الصفحة الرئيسية لمواقع وكالات الأنباء العالمية ونتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بالصحفيين الذين يتعرضون لتلك المواقع على استخدام العناوين والصور والرسوم والأيقونات لإبراز الشكل الجمالي للموقع وراحته لعين القارئ، وأيضاً تنوع الوكالات في استخدام الفيديو الرقمي على صفحات المواقع، وأن أسباب تفضيل الصحفيين للمواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية تتمثل في التمتع بالصور، ولكن ما يعيب تلك المواقع هو بطء التحميل. كذلك سعت دراسة **ناصر محمد علي عبد المطلب (٢٠١٥)**^(٩) إلى التعرف على أسس التصميم المستخدمة في بناء الشكل الإخراجي للمواقع الإلكترونية الإخبارية عينة الدراسة، والتعرف على العناصر والأدوات التفاعلية المتوافرة في المواقع الإلكترونية الإخبارية عينة الدراسة، واعتمدت على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني بالإضافة إلى المنهج المقارن، وتمثل مجتمع الدراسة في المواقع الإلكترونية الإخبارية المصرية

على شبكة الإنترنت، بينما تمثلت عينة الدراسة التحليلية في ثلاثة مواقع، هي (اليوم السابع المصري اليوم- الوطن) على الترتيب، ومن أهم نتائج الدراسة: اعتمدت المواقع الإلكترونية الإخبارية محل الدراسة على خطي (Arial) (Driod Arabic Naskh). في كتابة متن الموضوعات، حيث احتل خط (Arial) المرتبة الأولى، بينما جاء خط (Driod Arabic Naskh) في المرتبة الثانية، وجاء موقع اليوم السابع في المرتبة الأولى وفقاً لمقياس تفاعلية المواقع الإلكترونية.

المحور الثاني: دراسات تناولت صحافة الإنفوجرافيك وعلاقتها بالأحداث الجارية لدى الشباب الجامعي:

سعت دراسة إبراهيم محمد أبو المجد فرج (٢٠٢٢) ^(١٠) إلى التعرف على تعرض الشباب لإنفوجرافيك المواقع الإخبارية التي تناولت المبادرات الرئاسية وعلاقته باتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي، واعتمدت على نظرية ثراء وسائل الإعلام، مستخدمة منهج المسح وأداة الاستقصاء لجمع البيانات من عينة عشوائية طبقية بأسلوب التوزيع المتساوي من الشباب المصري في محافظة الدقهلية قوامها (٤٠٠) مبحوث، كما استخدمت مجموعات النقاش المركزة مع (٢٤) مبحوثاً من الشباب المصري، ووزعوا على ثلاث مجموعات، وذلك للخروج بنتائج كيفية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بن المكون (المعرفي، والوجداني، والسلوكي) لاتجاهات الشباب المصري نحو الأداء الحكومي والمتغيرات التالية (معدل التعرض، ومعدل الاعتماد، وإدراك مستوى ثراء المواقع الإخبارية لاستخدام الإنفوجرافيك، ومستوى التفاعلية)، وكشفت الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بن دوافع تعرض الشباب للإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية التي تناولت المبادرات الرئاسية ومعدل اعتمادهم على استخدام المواقع الإخبارية، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بن إدراك الشباب لمستوى ثراء المواقع الإخبارية باستخدام الإنفوجرافيك في تناولها للمبادرات الرئاسية وتفاعلهم مع الإنفوجرافيك عند استخدامه في تلك المواقع، وأثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بن متوسطات درجات المبحوثين من الشباب وفقاً للانتماء السياسي لصالح الذين ينتمون لحزب سياسي، والمشاركة في المبادرات الرئاسية لصالح الذين يشاركون فيها، واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي. هدفت دراسة Shannon M. Rotolo, et al., (2022) ^(١١) إلى وصف نهج تحالف المهنيين الصحيين لتطوير الرسوم البيانية حول لقاحات COVID-19 ومدى وصول هذه الرسوم البيانية ومشاركتها عند مشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وتم إنشاء الرسوم البيانية من قبل فريق أساسي داخل التحالف باتباع نهج تدريجي، خضع كل منها لعملية مراجعة متعددة الخطوات، وتقييم قابلية القراءة، وترجمة إلى اللغة الإسبانية، ثم تمت مشاركة الرسوم البيانية عبر منصات وسائل اجتماعية متعددة. وتم تجميعهم في فئة واحدة من ثلاث فئات لهذا التحليل: سلسلة لقاح COVID-19، أو مفضح الأسطورة، أو غير ذلك. وأشارت النتائج إلى أن جميع الرسوم البيانية لديها قدر أكبر من التواصل والانطباعات والمشاركة على تويتر بشكل أكبر مما كانت عليه على المنصات الأخرى، وأنه عند مقارنة المجموعات الثلاث لم يكن هناك نوع واحد من الرسوم البيانية يؤدي باستمرار أعلى من الأنواع الأخرى، كما وصل كل رسم بياني من آلاف إلى عشرات الآلاف من الأشخاص. في حين سعت دراسة محمود محمد عبد الحليم (٢٠٢٠) ^(١٢) إلى الكشف عن أثر استخدام نمط تقديم القصة الإخبارية باستخدام

الإنفوجرافيك بأنماطه الثلاثة (الثابت والمتحرك والتفاعلي) على تنمية التفكير البصري للأطفال ضعاف السمع، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، وبلغت عينة الدراسة ٤٥ طفلاً من المرحلة العمرية (٦- ٩ سنوات) تشمل الذكور والإناث. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: نمط تقديم القصص الإخبارية باستخدام الإنفوجرافيك كان له أثر إيجابي واضح على تنمية مهارات التفكير البصري، استخدام الإنفوجرافيك في القصة الإخبارية ساعد الأطفال في الفهم والتعلم الفعال من خلال وصول الأفكار والمعلومات أسرع من الطريقة التقليدية. واهتمت دراسة **سلوى أحمد أبو العلا** (٢٠٢٠)^(١٣) برصد وتحليل استخدام الإنفوجرافيك بالموقع الإلكتروني للمركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء وصفحته الرسمية بالفيس بوك، والوقوف على الدور الذي يؤديه كوسيلة اتصال متطورة وكآلية لمواجهة الشائعات، وذلك من خلال تحديد خصائص الإنفوجرافيك المختلفة من حيث الشكل والمضمون من خلال التحليل بشكل كمي وكيفي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي اعتمدت على منهج المسح وأسلوب المقارنة لرصد أوجه الشبه والاختلاف، واستخدمت تحليل الشكل والمضمون. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: عدم الاهتمام بوضوح سياق الإنفوجرافيك عينة الدراسة، وذلك لعدم توضيح عناصر أو إحصائيات أو دلائل أو وسائل إقناع أو مسار منطقي لعرض المعلومات بين الأسباب والنتائج، الاهتمام بذكر مصادر المعلومات، الاعتماد على الإنفوجرافيك كفن مستقل بذاته بدرجة أكبر كثيراً من الاعتماد عليه مصاحباً للموضوعات. كذلك سعت دراسة **علي محمد عصفرة** (٢٠١٩)^(١٤) إلى التعرف على واقع فن الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية والمصرية، وذلك من خلال معرفة مدى اهتمام هذه المواقع بفن الإنفوجرافيك، والتعرف على موضوعاته، والنطاق الجغرافي لها، وأغراض التصميم، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح، وفي إطاره استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون، ومنهج العلاقات المتبادلة، وأسلوب المقارنة المنهجية، وتمثلت العينة في صحيفتي الرسالة واليوم السابع، خلال عامي ٢٠١٨/٢٠١٧، وبلغت العينة ٩٧ تصميمًا. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: جاءت الموضوعات الرياضية في المرتبة الأولى لموضوعات فن الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية والمصرية، ثم الموضوعات الاقتصادية، ثم السياسية، وقل الاهتمام بباقي الموضوعات. تصدر الاتجاه العرضي للإنفوجرافيك موقعي الدراسة، وجاء نوع الرسم ثنائي الأبعاد في صدارة الأساليب الفنية لرسم الإنفوجرافيك في موقعي الدراسة. وتصدر أسلوب الإحصائيات في فرز المعلومات موقعي الدراسة، ثم التسلسل، ثم أسلوب الشخصيات، ثم الأفكار، ثم التسلسل الزمني والتاريخي وأسلوب التسلسل الهرمي، ثم العلاقات والإجراءات والوصف الجغرافي. وفي السياق ذاته استهدفت دراسة **سري محمد شطناوي** (٢٠١٩)^(١٥) التعرف على درجة اهتمام الصحف الأردنية بالإنفوجرافيك، والموضوعات التي يتناولها، والنطاق الجغرافي، وعناصر الإنفوجرافيك المستخدم، ومصادره، وأنواعه، وطريقة عرضه المعلومات، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وأداة تحليل المضمون، وأسلوب الحصر الشامل، وتمثلت عينة الدراسة في المواقع الإلكترونية لثلاث صحف أردنية، هي: (الرأي، والغد، والسبيل)، ممثلة لمجتمع البحث المتمثل في المواقع الإلكترونية للصحف الأردنية المطبوعة، وذلك في الفترة من ٢٠١٤ وحتى

٢٠١٩، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: ركز الإنفوجرافيك في مواقع الدراسة على الموضوعات السياسية، ثم الاقتصادية، ثم الموضوعات الاجتماعية والتعليمية، وجاءت الموضوعات الدينية والأمنية في مؤخرة اهتماماتها، كما اهتمت مواقع الدراسة بالعناصر المقروءة داخل نماذج الإنفوجرافيك، معتمدة على العناوين الرئيسية والإحصائيات، كما اعتمدت على الأسلوب التحليلي في عرض بيانات الإنفوجرافيك، وأهملت مواقع الدراسة ذكر مصادر بيانات الإنفوجرافيك. في حين سعت دراسة سهام حسن الشجيري (٢٠١٩)^(١٦) إلى التعرف على المضامين والمعايير البصرية المستخدمة في الإنفوجرافيك، والكشف عن طبيعة القضايا والموضوعات التي ركز عليها، ومراحل إنجازها، وكذلك الكشف عن الطرق المستخدمة في تمثيل البيانات وتحليلها وتحديد وسائل الجذب الفنية والبصرية، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وأداة تحليل المضمون، وتمثلت عينة الدراسة في عدد (٢٤٧) إنفوجرافيك من جريدة "القدس العربي الإلكترونية"، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: استحوذت صحافة الإنفوجرافيك على اهتمام الصحيفة عينة البحث من خلال تقديمها يومياً، اختصر الإنفوجرافيك الكتابة المكثفة ببعض الكلمات التي تجيب عن الأسئلة الستة في الصحافة التقليدية لسهولة إيصالها للمتلقي، وشاع استخدام الألوان المختلفة لجذب القراء، كما جسدت مضامين الإنفوجرافيك الموضوعات الإنسانية والسياسية والأمنية بطريقة جذابة للقارئ باستخدام تقنية فنية وبصرية، واستخدمت صحافة الإنفوجرافيك أكثر من طريقة للتعبير عن الحدث والقضية المتناولة؛ فاستخدم التصميم الألوان والخطوط والرسومات والصور الفوتوغرافية والجغرافية التي تتلاءم مع الموضوعات التي تقدمها. وهو أيضاً ما تناولته دراسة بـيـرـق حـسـين الرـبـيعي، وعبد الأمير الفيصل (٢٠١٩)^(١٧)، والتي تناولت أساليب توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية، وأبرز موضوعاته وعناصره البنائية وأشكاله وأساليبه الفنية والمصادر المعتمدة في جمع معلومات موضوع الإنفوجرافيك، وتنتمي إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح، وأداة تحليل المضمون، وتمثلت عينة البحث في ثلاثة مواقع إخبارية (السومرية نيوز، وسكاي نيوز عربية، والجزيرة نت)، لعدد ١٥١ تصميماً بأسلوب الحصر الشامل لمدة ثلاثة أشهر من ٢٠١٧ / ٢ / ١ حتى ٢٠١٧ / ٤ / ٣١م، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: تلجأ المواقع الإخبارية إلى توظيف الإنفوجرافيك في الموضوعات ذات التفاصيل الكبيرة، وذلك لسهولة إيصال الفكرة للمتلقي، كما جاءت الموضوعات الأمنية والعسكرية في صدارة الاهتمام، ثم موضوعات المعلومات العامة، ثم الموضوعات الاقتصادية، ثم الموضوعات الإنسانية والرياضية بنسب متساوية، ثم الموضوعات السياسية، وتصدر الإنفوجرافيك الثابت أنواع الإنفوجرافيك، ثم المتحرك، بينما لم تهتم بالإنفوجرافيك التفاعلي، كما تصدر البناء العمودي طريقة عرض الإنفوجرافيك. كما اهتمت دراسة هاني البطل (٢٠١٩)^(١٨) بالتحرف على تفضيلات الشباب الجامعي الإخراجية للإنفوجرافيك، وانقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجغرافية في المواقع الصحفية الإلكترونية المصرية، واستخدمت الدراسة منهج المسح والمنهج المقارن والمقابلة المقننة مع الشباب لجمع البيانات، وجاءت عينة الإنفوجرافيك في ثلاثة مواقع هي: "البوابة نيوز"، و"مبتدأ"، و"اليوم السابع"، وعينة عمدية من الشباب الجامعي قوامها ٢٠٠ مفردة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج

أبرزها: ارتفاع درجة انتظام الشباب الجامعي في التعرض للإنفوجرافيك، مع اختلاف دوافع التعرض لدى الشباب، وتفضيلات القضايا التي يتعرضون لها؛ حيث جاء في مقدمتها القضايا الرياضية، تليها القضايا الشبابية، وجاءت القضايا السياسية والاقتصادية في مؤخرة الاهتمامات، كما يفضل الشباب الجامعي الإنفوجرافيك الثابت، ثم الإنفوجرافيك التفاعلي، وأخيراً الإنفوجرافيك المتحرك، وذلك لأن الثابت لا يتطلب سرعة في الإنترنت ويسهل تحميله ومشاركته الأشكال التي تحتوي على مقارنات أو صور أو جداول وقوائم جاءت في مقدمة التفضيلات، بينما الأشكال التي تعتمد على الخرائط والرسوم البيانية والشعاعي أتت في مؤخرة تفضيلات الشباب الأشكال الإنفوجرافيك بالمواقع المصرية. وفي ذات السياق حاولت دراسة **مروة عطية محمد (٢٠١٨)**^(١٩) الكشف عن العلاقة بين أسلوب عرض مضامين القصص الإخبارية وتقديمها عبر رسوم الإنفوجرافيك، وتذكر هذه المضامين وفهمها مقارنة بأساليب العرض التقليدية عبر قوالب التحرير الكلاسيكية على شبكة الإنترنت، واستخدمت الدراسة المنهج شبه التجريبي، وتمثلت أداة الاختبار وقياس متغيرات الدراسة في مقياس يتضمن ١٥ سؤالاً يستهدف الكشف عن التذكر والفهم لدى المجموعات التجريبية، وتم تحديد عينة دراسة مكونة من ١٢٠ مفردة من دارسي الإعلام في الفرقة الأولى. وتوصلت الدراسة إلى أن رسوم الإنفوجرافيك تعزز قدرات المتلقي لفهم المحتوى وتذكره مقارنة بالأسلوب التقليدي في عرض القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت، كما أكدت نتائج الدراسة أيضاً على أن رسوم الإنفوجرافيك تعزز أيضاً من قدرات المتلقين على فهم المحتوى مقارنة بالأسلوب التقليدي في عرض القصة الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت. واستهدفت دراسة **محمد جمال عبد المقصود (٢٠١٨)**^(٢٠) أيضاً التعمق في علم الإنفوجرافيك بالصورة التي توضح أهمية هذا العلم ومدى إسهامه في تسهيل قراءة المعلومة لبعض فئات الجمهور، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تناولت الدراسة بعض النماذج المصممة لتوضيح نقاط الضعف والقوة، وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة أن هناك نسبة عالية من الجمهور تتلقى المعلومة من خلال الإنفوجرافيك وتفضله على النصوص المكتوبة، وأن الإنفوجرافيك أثر على الجمهور وجعلهم أكثر إفادة ومشاركة وانتباهاً، كما أن التصميم الجيد والمتقن يوضح المعلومة بسهولة ويسر، ويوصل الرسالة الإعلامية في أسرع وقت.

التعليق على الدراسات السابقة:

من حيث الأهداف والموضوع: ركزت دراسات المحور الأول على الدراسات التي تهتم بدراسة تقييم جودة تصميم المواقع الإلكترونية، ومعرفة أسس التصميم والشكل البنائي والإخراجي لها، بينما اهتمت دراسات أخرى بالتعرف على تصميم المواقع الإلكترونية وتفضيلات مستخدميها وفاعلية عناصر التصميم داخل الموقع مثل باقي دراسات هذا المحور، في حين ركزت دراسات المحور الثاني على الدراسات التي اهتمت برصد وتحليل الإنفوجراف المنشور في الصحف وما مدى توظيف تلك الصحف لهذا الفن ونوعية القضايا التي يتناولها الإنفوجراف، كما أن هناك دراسة واحدة اهتمت بدراسة العناصر الأساسية للإنفوجراف وطرق تصميمه، وهي دراسة Pinto 2017، في حين اهتمت بعض الدراسات بمعرفة طرق استدعاء وتذكر المعلومات من خلال الإنفوجراف، وقد قلّ التطرق إلى معرفة

تفضيلات الجمهور نحو استخدام الإنفوجرافيك من حيث الأنواع والأشكال ومقارنته بالأساليب الصحفية الأخرى.

من حيث المناهج والعينة وأدوات الدراسة: استخدمت جميع دراسات المحور الأول المنهج الوصفي، واعتمدت على المقارنة بين عينة من المواقع الإلكترونية، في حين استخدمت دراسات المحور الثاني منهج المسح، واعتمدت على عينات الإنفوجراف المنشور في مواقع الصحف محل الدراسة وعينة من الشباب الجامعي للمقابلة أو استبيانات، فيما عدا دراسة محمود محمد عبد الحليم ٢٠٢٠، مروة عطية محمد ٢٠١٨، والتي استخدمت المنهج التجريبي.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة: استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة، وإضافة العديد من التعديلات وفقاً للنتائج التي توصل إليها الباحثون والأساليب التي انتهجوها في إجراء دراساتهم، وتعميق إحساس الباحثة بأهمية موضوع الدراسة، كما استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية وتحديد الإجراءات المنهجية المناسبة لطبيعة الدراسة وبناء المادة التجريبية.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

التصميم: عملية يتم من خلالها توزيع العناصر البنائية على الصفحة لتقديم المادة التحريرية في شكل مناسب يعمل على جذب المتصفحين من الشباب للتفاعل مع المحتوى^(٢١).

المفهوم الإجرائي: "العملية التي يتم من خلالها إنشاء وتخطيط الموقع وبنائه الأساسية، وعرض العناصر الجرافيكية والمواد التبيوغرافية البنائية، وتنظيم الأدوات التفاعلية بطريقة تستفيد من التكنولوجيا الحديثة التي أتاحتها شبكة الويب بشكل يسهل الوصول للمعلومات المطلوبة من قبل المستخدمين في أقصر وقت ممكن؛ بما يحقق الفائدة الاتصالية ويتيح فرص رجع الصدى للمضمون الاتصالي".

المواقع الإخبارية الإلكترونية: مواقع تحتوي على أوجه مختلفة من النشاط الصحفي (رسائل إخبارية وقصص ومقالات وتطبيقات وصور وفيديوهات وخدمات إعلامية وإعلانية). ويتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت، سواء كانت بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة، أو كجرائد ومجلات إلكترونية ليس لها نظير ورقي مطبوع، أو تابعة لإحدى القنوات أو الشبكات الإخبارية، أو وكالات الأنباء^(٢٢).

المفهوم الإجرائي: مواقع إخبارية على الإنترنت، تظهر كمشروع إعلامي متكامل، وتضم هيئة متكاملة من محررين ومراسلين، ولديها سياسية تحريرية واستراتيجية واضحة.

صحافة الإنفوجرافيك: يعرفها محمد شلتوت بأنها "فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق، وهذا أسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة للقارئ"^(٢٣).

المفهوم الإجرائي: فن تحويل الأخبار والبيانات والمعلومات التقليدية إلى رسوم ثابتة أو متحركة، من خلال الاستفادة من الخبرات الصحفية والتقنيات الحديثة في التصميم لتقديم محتوى يجذب القارئ ويقنعه بالرسالة الإعلامية التي يقدمها.

الأحداث الجارية: تعرف بأنها "مجموعة من الأخبار، ترتبط بموضوع واحد أو عدة موضوعات تربطها علاقة ما تستمر لفترة زمنية معينة، ولها معدل تكرار معين، ويتم تناولها في أكثر من وسيلة إعلامية، ويهم هذا الحدث بعض أفراد المجتمع^(٢٤)

المفهوم الإجرائي: هي مجموعة القضايا والمشكلات التي وقعت بالأمس القريب، أو تلك التي تقع في الحاضر، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو علمية أو بيئية، أو في مجالات الحياة المختلفة، ويتم تداولها عبر وسائل الإعلام المختلفة، وتجذب انتباه فئة كبيرة من المجتمع.

تساؤلات الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما مدى فعالية تصميم موقع إلكتروني قائم على صحافة الإنفوجرافيك وأثرها على تنمية الوعي بالأحداث الجارية لدى الشباب الجامعي؟
- ما مقياس وعي الشباب الجامعي نحو صحافة الإنفوجرافيك المرتبطة بالأحداث الجارية؟
- ما العناصر المكونة لفن الإنفوجرافيك في موقع الدراسة؟
- ما أنواع فن الإنفوجرافيك المستخدم في موقع الدراسة؟
- ما أثر فعالية الموقع في تنمية وعي الشباب الجامعي بالأحداث الجارية من خلال صحافة الإنفوجرافيك؟
- ما درجة اهتمام الشباب الجامعي بالإنفوجرافيك وإدراكهم للمضمون المقدم لهم؟
- ما درجة اهتمام الشباب الجامعي بالإنفوجرافيك المنشور في موقع الدراسة؟
- ما أساليب عرض البيانات في الإنفوجرافيك وتوظيفها في موقع الدراسة؟
- ما درجة تفضيلات الشباب الجامعي لاستخدام الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية؟
- ما تأثير المضمون المقدم في موقع الدراسة؟

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory:

تستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية، وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال تتوقف على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، طبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراء، 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^(٢٥).

الفرضيات الأساسية لثراء الوسيلة:

تقوم نظرية ثراء الوسيلة على فرضية أساسية مفادها:

الفرض الأول: أنه كلما زادت درجة غموض والتباس المهمة الاتصالية كان من الأفضل استخدام وسيلة أكثر ثراء، وقد افترض دافت ولينجل Daft & Lenger أن وسائل الاتصال تمتلك العديد من القدرات والإمكانيات لتوصيل المعلومات والمعارف لمستخدميها؛ وبالتالي تساعد في حل مشكلات الغموض وتمكين مستخدميها من الوصول لحلول للخدمات في الرأي وتسهيل التفاهم بين الناس، وقدم الباحثان ما عرف بالتدرج الهرمي الخاص بثراء الوسائل الاتصالية، وتم ترتيبه من الوسائل الأعلى ثراء إلى الأقل ثراء؛ وذلك لتوضيح قدرات الوسائل الاتصالية المختلفة في حل ومعالجة المشكلات من خلال الاتصال^(٢٦).

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي، وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، التركيز الشخصي على الوسيلة واستخدام اللغة الطبيعية^(٢٧).

معايير ثراء الوسيلة:

يعتمد ثراء أية وسيلة اتصالية على أربعة معايير، والتي مثلت أساساً للنظرية:

١. **رجع الصدى الفوري: Immediate Feed back:** ويعني المدى الذي تستطيع فيه الوسيلة تمكين المستخدمين من إعطاء ملاحظات سريعة على الاتصالات التي يتلقونها^(٢٨). ويوجد نوعان أساسين لرجع الصدى، هما:

• **رجع الصدى المتزامن:** يعني وجود رد فعل للمتلقي في نفس الوقت الذي تقدم فيه الرسالة، وهو غالباً ما يأخذ شكل الإيحاءات والتعبيرات أو وسائل مختصرة جداً، كما في الإنترنت، موضوع التعليقات أثناء رجع الصدى.

• **رجع الصدى المتتالي (المتعاقب):** يحدث عندما يتوقف المرسل أو يقاطعه المستقبل كي يؤكد فهمه للرسالة، فالمستقبل هنا يأخذ دوره في الحديث، ولكن سرعان ما يعيده بدوره للمرسل^(٢٩).

□ **تعدد الرموز multiple cues:** وتتحدد الرموز في: الكلمات Words، الرموز الصوتية (مثل نبرة الصوت والتنهيد)، الاتصال غير اللفظي communication nonverbal (مثل الإيماء - اللمس)، الاتصال المكتوب (الورق - اللوحات)، وهي الأنماط التي يتم استخدامها لنقل المعلومات^(٣٠).

٣. **استخدام لغة مألوفة أو طبيعية natural language:** اللغة الثرية هي اللغة الطبيعية السائدة بين أفراد المجتمع، والتي تيسر عملية التواصل بين المرسل والمستقبل، كما أن اللغة الطبيعية

Natural language تعني قدرة الوسيلة على السماح للمشاركين على التواصل بأسلوب نقاشي Conversational way^(٣١).

٤. التركيز الشخصي: **Personal focus** : يعني قدرة الوسيلة على فهم الأبعاد الشخصية الطرف الآخر في العملية الاتصالية، ويرتبط التركيز الشخصي بخبرة المرسل بشريكه الاتصالي Communication Partner، إذ ينبغي أن يمتلك بعض المعلومات حول المتلقي من أجل صياغة رسالة ملائمة له^(٣٢).

المتغيرات التي استحدثها الباحثون في مجال ثراء الوسيلة: وهي المتغيرات التي أضافها الباحثون الذين سعوا إلى تطبيق نظرية ثراء الوسيلة في مجالات مختلفة، من بينها علم الاتصال وعلم المكتبات، والإعلان والسياسة وغيرها، حيث رأوا أن هذه المتغيرات تؤثر هي الأخرى في استخدام وسائل الاتصال، وقد استحدثوا تلك المتغيرات بناءً على دراسات سابقة أو دلائل إمبريقية من دراسات سابقة، أو بناء على تأملات فكرية تم اختبارها وثبوت صحتها، وهذه المتغيرات هي: (سهولة الوصول للوسيلة Availability - سرعة الوصول للوسيلة Accessibility - الثقة في الوسيلة الاتصالية Confidence - الخبرة السابقة بالوسيط - التكلفة المالية).

استفادة الدراسة من النظرية الحالية: جاءت هذه الدراسة مستخدمة هذه النظرية للتعرف على العوامل المؤثرة على تصميم المواقع الإخبارية، والتي تساعد على ثراء الموقع الإخباري، وتساعد على زيادة أعداد المستخدمين للموقع الإخباري، وجعل الموقع أكثر فاعلية ونجاحاً، ومعرفة أثر (صحافة الإنفوجرافيك) على الشباب الجامعي عينة الدراسة، ومدى تقبله لموقع إخباري لا يحتوي إلا على الإنفوجرافيك بأشكاله المختلفة.

ثانياً: مدخل تنمية الوعي الإعلامي في إطار التربية الإعلامية:

ظهر مفهوم التربية الإعلامية في أواخر الستينيات، حيث ركز الخبراء حينها على إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام لتحقيق أهداف تربوية، وبحلول السبعينيات بدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها "مشروع دفاع يتمثل هدفه في حماية الأطفال والمراهقين من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام"^(٣٣).

وكان التركيز منصباً في البداية على تمكين الطلاب من آليات كشف المضامين والرسائل المزيفة والقيم غير المناسبة، ودفعهم إلى اتخاذ موقف منها ورفضها وعدم التعاطي معها، وقد تطور مفهوم التربية الإعلامية فيما بعد، لينتقل من مشروع دفاع فحسب إلى مشروع تمكين يلم بكل الجوانب وحيثيات العملية الإعلامية ويقدم للطلاب أدوات التحليل والنقد، ويدفع في اتجاه إعدادهم لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم عبر اتخاذ قرارات مدروسة بأنفسهم، وكان الأسلوب الحمائي يرمي إلى إكساب الطلبة مناعة ضد الأخطار المتصورة لوسائل الإعلام.

أهداف التربية الإعلامية:

- ١) حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة، خاصة لما نعيشه في زمن العولمة وعصر السماوات المفتوحة.
- ٢) تنمية مهارات التفكير الناقد والمشاهدة الواعية.
- ٣) إكساب طلاب الجامعات المبادئ الأساسية لتحليل وتفسير ونقد كل ما يُقدم من مضامين إعلامية ذات أهداف مقصودة وغير مقصودة.
- ٤) مساعدة الطلاب على التعبير عن آرائهم بحرية.
- ٥) دعم الهوية الثقافية والمحافظه عليها.
- ٦) إمداد طلاب الجامعات بالمعلومات والمعارف لفهم الأيدولوجيات الخاصة بوسائل الإعلام التي تسعى لتحقيقها.
- ٧) تزويدهم بالثقافة الإعلامية الهادفة لحصر ونقد ما يُشاهدون ويتلقون.

أهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي:

- أولاً: تأكيد التربية الإعلامية على أهمية معرفة طلاب الجامعات للمحتوى الإعلامي والرسائل الإعلامية وتقييمها بأساليب علمية.
- ثانياً: تركيز التربية الإعلامية على مبدأ التعاون بين الطلاب في المجتمع، للمشاركة فيما بينهم لإبداء آرائهم فيما يُقدم.
- ثالثاً: تعتمد عملية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات على التفكير الناقد والتأمل فيما يُبث من مواد إعلامية إيجابية وسلبية لفهمها.

فروض الدراسة:

الفرض الأول: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (05.0) بين متوسطي درجات المجموعة الضابطة والتجريبية في التطبيق البعدي لمقياس نظرية ثراء الوسيلة لصالح المجموعة التجريبية".

الفرض الثاني: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لمقياس الإنفوجرافيك لصالح المجموعة التجريبية".

الفرض الثالث: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لمقياس الوعي بالأحداث الجارية لصالح المجموعة التجريبية".

الفرض الرابع: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لمقياس نظرية ثراء الوسيلة لصالح التطبيق البعدي".

الفرض الخامس: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لمقياس الإنفوجرافيك لصالح التطبيق البعدي".

الفرض السادس: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لمقياس الوعي بالأحداث الجارية لصالح التطبيق البعدي".

الفرض السابع: "توجد علاقة ارتباطية بين وعي الشباب الجامعي بالأحداث الجارية المختلفة ومستوى أدائهم لفض الإنفوجرافيك".

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- **عينة الدراسة:** تتمثل عينة الدراسة في عينة عمدية قوامها (٦٠) طالباً من طلاب الفرقة الثالثة كلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

أهم أسباب اختيار عينة الدراسة:

١- توفر على الباحثة الكثير من المجهود، فهي تتعامل مع جزء (عينة الدراسة) يمثل الكل (مجتمع الدراسة).

٢- تخفيف التكاليف أو الموارد التي يحتاجها البحث العلمي، فالتعامل مع جزء بدلاً من الكل يخفف الموارد والتكاليف التي يحتاجها الباحث العلمي ليحقق أهدافه البحثية.

٣- إن التعامل مع عينة الدراسة بدلاً من مجتمع الدراسة يساعد الباحث العلمي على أن يدرس الفروض، في ظل وجود عدة متغيرات للبحث.

٤- ما توفره الكلية من إمكانيات مادية (معمل وأجهزة كمبيوتر) تساعد على إجراء التجربة.

نوع ومنهج الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية (Experimental Study - Quasi) التي تهتم بالتوصل إلى الاستنتاجات العلمية والبراهين التجريبية، والتي تسهم في درجة عالية من الدقة، خاصة في صياغة النتائج، كما يساعد على التعميم والتنبؤ في دراسة الظاهرة التجريبية، خاصة في حالة نجاح الباحثة في ضبط المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة ونجاحها في تحديد العلاقات السببية بين متغيرات الدراسة.

منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على المنهج التجريبي، وقد اختارت الباحثة من التصميمات المنهجية نظام القياس (القبلي- البعدي) للمجموعتين التجريبية والضابطة، بحيث يتم التحقق من تكافؤ المجموعتين قبل الدراسة لدراسة أثر المتغير المستقل على المتغير التابع.

أدوات الدراسة:

البرنامج التجريبي: استهدف البرنامج التدريبي المقترح قياس فعالية تصميم موقع إلكتروني قائم على صحافة الإنفوجرافيك وأثره في تنمية الوعي بالأحداث الجارية لدى الشباب الجامعي، وفيما يلي عرض تفصيلي لإعداد البرنامج وتنفيذه.

خطوات تصميم البرنامج التجريبي: البرنامج التجريبي القائم على الإنفوجرافيك في تنمية وعي الشباب الجامعي بالأحداث الجارية، ولإعداد البرنامج قامت الباحثة بمجموعة من الخطوات، وهي:

- **فكرة البرنامج:** تقوم فكرة البرنامج على تنمية وعي طلاب الإعلام التربوي بمفهوم الإنفوجرافيك الصحفي من خلال مجموعة من الأحداث الجارية، وذلك من خلال موقع الدراسة.

- **أهداف البرنامج:** يتمثل الهدف الإجرائي الرئيسي في تنفيذ البرنامج التجريبي القائم على الإنفوجرافيك في تنمية وعي الشباب الجامعي فئة الدراسة بالأحداث الجارية من خلال صحافة الإنفوجرافيك.

ويتم تحقيق هذا الهدف من خلال تحقيق الأهداف الفرعية الإجرائية التالية:

١) التعريف بظن الإنفوجرافيك ونشأته.

٢) التعرف على أنواعه وطريقته تنفيذها.

٣) مكوناته ومجالات استخدامه ومراحل.

ثم تعريضهم لمجموعة من الأحداث الجارية التي تم تصميمها بطريقة جرافيكية، وتم عرضها على الموقع الإلكتروني أداة الدراسة، وبعد ذلك قياس قدراتهم على مدى فهم وتذكر تلك الأحداث.

محتويات البرنامج: تضمن البرنامج خمس مراحل، تضم كل مرحلة عدداً من الجلسات التي تعمل على تحقيق أهدافاً معينة تتجمع مع بعضها لتحقيق الهدف النهائي للبرنامج، لذلك تكون البرنامج من (١٣) جلسة بواقع جلستين أسبوعياً، وزمن الجلسة ساعة. وقدمت الباحثة بإيجاز الجلسات في البرنامج التدريبي، متضمنة المراحل، والأهداف، وعناوين هذه الجلسات، والفنيات والأساليب والمهارات المستخدمة في البرنامج، وزمن كل جلسة.

مقياس وعي الشباب الجامعي نحو صحافة الإنفوجرافيك ووعي الشباب الجامعي بالأحداث الجارية:

١. تم مسح الدراسات السابقة على موضوع البحث، والأدوات البحثية بها.
٢. حددت الباحثة أبعاد المقياس في ستة أبعاد رئيسية، ووضعت مجموعة من العبارات لكل بعد من هذه الأبعاد لتكون كالتالي:
٣. المحور الأول: بيانات شخصية للمبحوثين.
٤. المحور الثاني: أهم ما يميز موقع الدراسة.
٥. المحور الثالث: صحافة الإنفوجرافيك.

□. المحور الرابع: التربية الإعلامية.

أداة الملاحظة: لقياس فعالية أداة برنامج لتصميم موقع إلكتروني قائم على صحافة الإنفوجرافيك وفقاً لأبعاد المقياس: تم إعداد قائمة مقسمة لعدد من المحاور لمعرفة مدى اكتساب الطالب لمفهوم صحافة الإنفوجرافيك، وإلى أي مدى تم تنمية وعيهم بالأحداث الجارية.

(ب) مجتمع الدراسة ومجموعته:

- **مجتمع الدراسة:** كل الشباب الجامعي في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة، مع مراعاة الذكور والإناث والبيئة الاجتماعية لهم.

حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** فعالية برنامج لتصميم موقع إلكتروني قائم على صحافة الإنفوجرافيك وأثرها على الوعي بالأحداث الجارية لدى الشباب الجامعي.

- **الحدود البشرية:** تطبق الدراسة على عينة عمدية قوامها (٦٠) مفردة من طلاب كلية التربية النوعية جامعة المنصورة في الأقسام المختلفة.

- **الحدود الزمنية:** سعت الدراسة إلى تنفيذ البرنامج وفقاً لخطة زمنية أثناء العام الجامعي ٢٠٢٠ - ٢٠٢١.

- **الحدود المكانية:** كلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم استخدام بعض الأساليب الإحصائية التالية لمعالجة بيانات هذه الدراسة، (معامل ألفا ل كرونباخ Cronbach's Alpha)، ومعادلة (سبيرمان / براون Spearman - Brown) (التجزئة النصفية)، (اختبار T test) (طريقة إعادة الاختبار)، وذلك لحساب ثبات اختبار التذكر باستخدام برنامج (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية)، والمعروف باسم (SPSS) اختصاراً:

Statistical package for the social sciences

الصدق والثبات لأدوات الدراسة:

١- **الصدق الظاهري (صدق المحكمين):**

قامت الباحثة بعرض المقياس على عدد من المحكمين من أساتذة الإعلام^(*)؛ للحكم على المقياس، وللحكم على مدى انتماء كل عبارة إلى بعدها الخاص بها، وعلى دقة الصياغة.

وتم تطبيق مقياس الوعي على (٢٠ طالباً) من خارج عينة الدراسة بهدف حساب صدق وثبات هذه الأدوات، وجاءت النتائج كالتالي:

أولاً: صدق المقياس:

١- **صدق الاتساق الداخلي:** يقصد به مدى ارتباط درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد

المنتمية إليه كما بالجدول التالي:

جدول (١)

قيم معاملات ارتباط عبارات مقياس الوعي بالأحداث الجارية بالدرجة الكلية للأبعاد المنتمة إليها

معامل الارتباط	المفردات	الأبعاد	معامل الارتباط	المفردات	الأبعاد	معامل الارتباط	المفردات	الأبعاد
٠,٩٨	٧	سمات الإنفوجرافيك	٠,٥٦٣	٨	تابع مدى	٠,٦٤٥	١	أهم ما يميز الموقع
٠,٨٣٨	٨		٠,٧٣٢	٩	الاهتمام	٠,٧٦٢	٢	
٠,٨٥٧	٩		٠,٩٠٣	١	الاتجاه نحو استخدام الإنفوجرافيك	٠,٦٥٨	٣	
٠,٤٥	١٠		٠,٨٣٦	٢		٠,٥٦٢	٤	
٠,٩٤٨	١	٠,٧٨٦	٣	٠,٦٥٨		٥		
٠,٨٧٥	٢	٠,٨٠٣	٤	٠,٧٦		٦		
٠,٨٦٢	٣	٠,٤٥٥	٥	٠,٦٥٨		٧		
٠,٥٩٨	٤	٠,٦٤٢	٦	٠,٦٦		٨		
٠,٨٦٥	١	٠,٥٧٧	٧	٠,٦٢١		٩		
٠,٩	٢	٠,٧٨	٨	٠,٧٧١		١٠		
٠,٩٦٨	٣	٠,٧٩٨	٩	٠,٧٢		١١		
٠,٦١٢	٤	٠,٧٢٩	١٠	٠,٩١٥		١٢		
٠,٨٦٥	٥	٠,٧٧	١	٠,٧١	١٣			
٠,٨٨١	٦	٠,٧٢٤	٢	٠,٨٩	١٤			
٠,٨٦٧	٧	٠,٧٦٧	٣	٠,٥٥٢	١	دوافع التعرض للإنفوجرافيك في الموقع		
٠,٨٣٢	٨	٠,٨٩٢	٤	٠,٥٧٩	٢			
٠,٧٩٩	١	٠,٩١٩	٥	٠,٥٥٢	٣			
٠,٨٥٨	٢	٠,٩	٦	٠,٥٧٩	٤			
٠,٩١	٣	٠,٧١١	٧	٠,٥٥٢	٥			
٠,٩	٤	٠,٧٢٤	٨	٠,٨٩	٦	مدى الاهتمام بنوعية الأحداث الجارية		
٠,٩٢	٥	٠,٧٥٤	٩	٠,٩٥٣	١			
		٠,٦٧٣	١	٠,٩٠٦	٢			
		٠,٩٢٧	٢	٠,٥٢	٣			
		٠,٨٧٣	٣	٠,٥٦٧	٤			
		٠,٨٠٧	٤	٠,٨٣٩	٥			
		٠,٨	٥	٠,٧٩٤	٦			
		٠,٨٥٥	٦	٠,٧٧٦	٧			

❖ تعنى أن الارتباط دال عند ٠,٠١، ❖ تعنى أن الارتباط دال عند ٠,٠٥.

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ما بين متوسطة وقوية دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، ٠,٠٥، حيث كانت معاملات الارتباط قوية بين درجات كل عبارة ودرجة المهارة التي تنتمي إليها، الأمر الذي يشير إلى صدق المقياس.

جدول (٢)

معاملات ارتباط بعدي مقياس الوعي بالدرجة الكلية للمقياس

الأبعاد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الوعي في إطار التربية الإعلامية	٠,٩٦	٠,٠١
تنمية الوعي بالأحداث الجارية لدى الشباب	٠,٩١	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، بين بعدي المقياس والدرجة الكلية للمقياس، مما يشير إلى صدق المقياس.

٢- صدق المقارنة الطرفية (الصدق التمايزي):

تمت المقارنة بين الطلاب ذوي الدرجات المنخفضة والطلاب ذوي الدرجات المرتفعة. هذه الخطوة تعطينا مؤشراً لصدق المقياس؛ حيث طبق المقياس على عينة قوامها (٣٠) الطلاب، ثم تمت مقارنة الإرباعي الأعلى (٥) فرداً، والإرباعي الأدنى (٥) فرداً إحصائياً باستخدام اختبارات لدلالة الفروق بين متوسطات المجموعات المستقلة، ويمكن وتوضيح ذلك في الجدول الآتي:

جدول (٣)

يوضح قيمة ت لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الإرباعي الأعلى والأدنى في مقياس الوعي بالأحداث الجارية وأبعاده

الدلالة	ت	الإرباعي الأدنى			الإرباعي الأعلى			الأبعاد
		الانحراف المعياري	المتوسط	ن	الانحراف المعياري	المتوسط	ن	
***٠,٠	١٠,٨٢	٢,٦٠٨	١٨,٤	٥	٠,٤٤٧	٣١,٢	٥	أهم ما يميز الموقع
***٠,٠	٨,٧٨	٠,٣٤٢	٩,٣	٥	١,٣٤٢	١٤,٤	٥	دوافع التعرض للإنفوجرافيك في الموقع
**٠,٠٤	٢,٣٣	٢,٩٦٢	١٢,٢	٥	٣,٠٥	١٧,٤	٥	مدى الاهتمام بنوعية الأحداث الجارية
***٠,٠	٦,٣٦٨	٣,٠٣٣	١٢,٢	٥	٣,٣١٧	٢٥	٥	الاتجاه نحو استخدام الإنفوجرافيك
***٠,٠	٥,٤٧٨	١,٧٨٩	٩,٨	٥	٣,٥٧٨	١٩,٦	٥	معالجة الإنفوجرافيك لمضمون الأحداث الجارية
***٠,٠	٦,٦٢٥	٠,٢٣٤	١١,٤٥	٥	٣,٥٧٨	٢١,٦٠	٥	سمات الإنفوجرافيك
***٠,٠	٨,١٠٢	٠,٥٤٨	٤,٦	٥	٠,٨٩٤	٨,٤	٥	مدى التفاعل مع الإنفوجرافيك
***٠,٠	٣,١٩٣	٠,٨٩٤	٩,٦	٥	٣,٧٨٢	١٦,٤	٥	الوعي في إطار التربية الإعلامية
**٠,٠٣	٢,٤٩٦	٠,٨٣٧	٦,٢	٥	٣,١١٤	٩,٨	٥	تنمية الوعي بالأحداث الجارية لدى الشباب

فاعلية تصميم موقع الكتروني قائم على صحافة الإنفوجرافيك واثرها في تنمية الوعي بالأحداث الجارية

يتضح من الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الإرباعي الأعلى والإرباعي الأدنى، أي بين مرتفعي الوعي بالأحداث الجارية ومنخفضي الوعي بالأحداث الجارية، مما يدل على قدرة المقياس على التمييز بين الأفراد، وهو ما ينم عن تمتع المقياس بالصدق.

٢- حساب ثبات مقياس الوعي بالأحداث الجارية بطريقة ألفا كرونباخ:

استخدم الباحث طريقة لحساب الثبات، وذلك لإيجاد معامل ثبات المقياس، حيث حصل على قيمة معامل ألفا للمقياس ككل، ويتضح ذلك بالجدول الآتي:

جدول (٤)

يوضح حساب ثبات مقياس الوعي بالأحداث الجارية من خلال معاملات ألفا كرونباخ

الأبعاد	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
أهم ما يميز الموقع	١٤	٠,٨٩٥
دوافع التعرض للإنفوجرافيك في الموقع	٦	٠,٦٧٥
مدى الاهتمام بنوعية الأحداث الجارية	٩	٠,٨٩٧
الاتجاه نحو استخدام الإنفوجرافيك	١٠	٠,٨٧٢
معالجة الإنفوجرافيك لمضمون الأحداث الجارية	٩	٠,٩٢٦
سمات الإنفوجرافيك	١٠	٠,٩٤١
مدى التفاعل مع الإنفوجرافيك	٤	٠,٨٥
مقياس الإنفوجرافيك ككل	٦٢	٠,٨٧٤
الوعي في إطار التربية الإعلامية	٨	٠,٩٤٦
تنمية الوعي بالأحداث الجارية لدى الشباب	٥	٠,٩٢٥
مقياس الوعي ككل	١٣	٠,٩٧

يتضح من الجدول السابق أن قيم معاملات ألفا كرونباخ مرتفعة، وهذا يدل على أن مقياس الوعي بالأحداث الجارية يتمتع بدرجة عالية من الثبات.

- بطاقة ملاحظة الأداء للوعي بالأحداث الجارية:
أولاً: صدق بطاقة ملاحظة:

١- صدق الاتساق الداخلي: الاتساق الداخلي يقصد به مدى ارتباط درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد المنتمية إليه كما بالجدول التالي:

جدول (٥)

قيم معاملات ارتباط عبارات بطاقة ملاحظة الأداء للوعي بالأحداث الجارية بالدرجة الكلية للأبعاد المنتمية إليها

معامل الارتباط	المفردات	الأبعاد	معامل الارتباط	المفردات	الأبعاد	معامل الارتباط	المفردات	الأبعاد
٠,٩٤٥	٢٠	تنمية الوعي بالأحداث الجارية	٠,٥٧٨	١٠	الأحداث الجارية	٠,٦٩	١	ما يميز موقع الدراسة
٠,٩٤٤	٢١		٠,٩٤	١١		٠,٧٣٣	٢	
٠,٨٩٤	٢٢		٠,٨٠١	١٢		٠,٨٠٨	٣	
٠,٨٠٣	٢٣		٠,٩٠٨	١٣		٠,٨٨٥	٤	
٠,٩١١	٢٤		٠,٧٥٦	١٤		٠,٦٧٨	٥	
٠,٥٦٥	٢٥		٠,٨٢٦	١٥	٠,٦٧٧	٦	صحافة الإنفوجرافيك	
٠,٧٧٣	٢٦		٠,٦٦٣	١٦	٠,٧٢٥	٧		
			٠,٧٦٥	١٧	٠,٦٤٣	٨		
			٠,٦٩٦	١٨	٠,٦٦٢	٩		
			١٩					

❖ تعنى أن الارتباط دال عند ٠,٠١، ❖ تعنى أن الارتباط دال عند ٠,٠٥.

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، ٠,٠٥، بين درجات كل عبارة ودرجة المهارة الذي تنتمي إليها، الأمر الذي يشير إلى صدق البطاقة ملاحظة.

جدول (٦)

معاملات ارتباط أبعاد بطاقة ملاحظة الأداء للوعي بالأحداث الجارية بالدرجة الكلية للبطاقة ملاحظة

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الأبعاد
٠,٠١	٠,٩٥٥	ما يميز موقع الدراسة
٠,٠١	٠,٩٤٨	صحافة الإنفوجرافيك
٠,٠١	٠,٩٧٤	الأحداث الجارية
٠,٠١	٠,٨٦٣	الوعي بالتربية الإعلامية
٠,٠١	٠,٩٥٩	تنمية الوعي بالأحداث الجارية

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، ٠,٠٥، بين أبعاد بطاقة الملاحظة والدرجة الكلية لبطاقة الملاحظة، مما يشير إلى صدق بطاقة الملاحظة.

٢- صدق المقارنة الطرفية (الصدق التمايزي):

تمت المقارنة بين الطلاب ذوي الدرجات المنخفضة في بطاقة ملاحظة الأداء للوعي بالأحداث الجارية والطلاب ذوي الدرجات المرتفعة.

هءه الءءوءة ءعطفنا مؤشراً لصدق البءاقفة ملاءظة: ءفء طبق البءاقفة ملاءظة على عفةة قوامها (٢٠) الطءاب؁ ءم ءمء مقارنة الإرباعف الأعلى (٥) فرداً؁ والإرباعف الأدنى (٥) فرداً إءصائياً باءءءءام اءءبارء لءءالة الفروق بفن مءوسءاء المجموعاء المسءقلة؁ وبمكف وءوضفء ذلك فف ءءءول الآءف:

ءءول (٧)

بوضء قفمة ء لءءالة الفروق بفن مءوسءف ءرءاء الإرباعف الأعلى والأءنى فف بءاقفة ملاءظة الأداء للوعمف بالأءءاء ءءرفة وأبعاءها

الأبعاء	الإرباعف الأعلى			الإرباعف الأدنى			ء	ءءالة
	ن١	المءوسء	الانءرف المعفارف	ن٢	المءوسء	الانءرف المعفارف		
ما فمفم موقء ءءرءة	٥	١٢	٢	٥	٥.٤	٠.٨٩٤	٦.٧٢٦	٣
صءافة الإنفوءرففك	٥	٩.٦	٠.٨٩٤	٥	٥	١.٤١٤	٦.١٤٧	٣
الأءءاء ءءرفة	٥	١٥.٨	١.٧٨٩	٥	٧.٨	١.٠٩٥	٨.٥٢٨	٣
الوعمف بالءربفة الإءلامفة	٥	١٠	١.٤١٤	٥	٥.٦	١.٦٧٣	٤.٤٩١	٣
ءنمفة الوعمف بالأءءاء ءءرفة	٥	١٨.٤	٣.١٣	٥	٩.٢	٣.٣٤٧	٤.٤٨٩	٣
بءاقفة ملاءظة ككل	٥	٦٥.٨	٨.١١	٥	٢٣	٥.١٥	٧.٦٢٨	٣

فءءء من ءءءول السابء أنه ءوءء فروق ذاء ءءالة إءصائفة بفن الإرباعف الأعلى والإرباعف الأدنى؁ أف بفن مرءفعف الأداء للوعمف بالأءءاء ءءرفة ومنءفضف الأداء للوعمف بالأءءاء ءءرفة؁ مما فءل على قءرة بءاقفة الملاءظة على ءءمفمف بفن الأفراء؁ وهو ما فئم عن ءمءع بءاقفة الملاءظة بالصدق.

٢- ءساب ءءاب بءاقفة ملاءظة الأداء للوعمف بالأءءاء ءءرفة بءرفة ألفا كرونباء:

اسءءءم الباءء برفة لءساب ءءاب؁ وذلء لإفءاء معامل ءءاب بءاقفة الملاءظة؁ ءفء ءصل على قفمة معامل ألفا للبءاقفة ملاءظة ككل؁ فءءء ذلك بالءءول الآءف:

ءءول (٨)

بوضء ءساب ءءاب بءاقفة ملاءظة الأداء للوعمف بالأءءاء ءءرفة من ءءال معاملاء ألفا كرونباء

الأبعاء	عءء العبارةء	ألفا كرونباء
ما فمفم موقء ءءرءة	٥	٠.٨١٧
صءافة الإنفوءرففك	٤	٠.٦٠٣
الأءءاء ءءرفة	٦	٠.٨٨٥
الوعمف بالءربفة الإءلامفة	٤	٠.٦٦١
ءنمفة الوعمف بالأءءاء ءءرفة	٧	٠.٩٢٧
بءاقفة ملاءظة ككل	٢٦	٠.٩٦٤

يتضح من الجدول السابق أن قيم معاملات ألفا كرونباخ مرتفعة، وهذا يدل على أن بطاقة ملاحظة الأداء للوعي بالأحداث الجارية تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

٣- حساب ثبات بطاقة ملاحظة الأداء للوعي بالأحداث الجارية عن طريق تعدد الملاحظين:

تم حساب معامل ثبات البطاقة بأسلوب تعدد الملاحظين على أداء الفرد الواحد، تم حساب معامل الاتفاق بين تقديراتهم باستخدام معادلة كوبر "Cooper".

$$\text{نسبة الاتفاق} = (\text{عدد مرات الاتفاق} / (\text{عدد مرات الاختلاف} + \text{عدد مرات الاتفاق})) \times 100$$

استعانت الباحثة بأحد الزملاء بعد عرض بطاقة الملاحظة عليه ومعرفة محتواها وتعليمات استخدامها في تطبيق البطاقة، وذلك بملاحظة أداء ثلاثة من الطلاب، تم حساب معامل الاتفاق لكل طالب، ويوضح الجدول التالي معامل الاتفاق على أداء الطلاب الثلاثة:

جدول (٩)

معامل الاتفاق على أداء الطلاب الثلاثة

معامل الاتفاق على أداء الطالب الثالث	معامل الاتفاق على أداء الطالب الثاني	معامل الاتفاق على أداء الطالب الأول
٩٢,٣١%	٩٦,٢%	٩٢,٣١%

يتضح من الجدول السابق: أن متوسط معامل اتفاق الملاحظين في حالة الطلاب الثلاثة يساوي (٩٣,٦١)، وهذا يعنى أن بطاقة الملاحظة على درجة عالية من الثبات، وأنها صالحة كأداة للقياس.

نتائج فروض الدراسة

أولاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحقق من صحة الفروض:

- اختبار "ت" للمجموعات المستقلة: في المقارنة بين المجموعتين الضابطة والتجريبية في التطبيق البعدي لمقياس نظرية ثراء الوسيلة ومقياس الإنفوجرافيك ومقياس الوعي، وكذلك التطبيق القبلي.
- اختبار "ت" للمجموعات المرتبطة: في المقارنة بين التطبيق القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية في مقياس نظرية ثراء الوسيلة ومقياس الإنفوجرافيك ومقياس الوعي، وبطاقة الملاحظة.
- اختبار كا^٢، وذلك للكشف عن الفروق بين المجموعة التجريبية والضابطة، وذلك بتطبيق المعادلة الآتية:

$$\text{كا}^2 = \frac{(ت - م)^2}{ت م}$$

حيث إن "ت" = التكرار الملاحظ، ت م = التكرار المتوقع.

- معامل الارتباط الخطي البسيط بيرسون في حساب ارتباط درجات مقياس الوعي ودرجات بطاقة الملاحظة لدى طلاب المجموعة التجريبية.
- حجم التأثير: تم حساب حجم تأثير الموقع الإلكتروني القائم على صحافة الإنفوجرافيك في تنمية الوعي بالأحداث الجارية لدى الشباب الجامعي، باستخدام مربع إيتا (η^2) المعادلة التالية:

$$\frac{t^2}{t^2 + df} = (\eta^2)$$

حيث t = قيمة (ت) المحسوبة في اختبار (ت)
df = درجات الحرية

- ويكون حجم التأثير كبيراً إذا كانت $14.0 \leq \eta^2$
- ويكون حجم التأثير متوسطاً إذا كانت $14.0 > \eta^2 \geq 01.0$
- ويكون حجم التأثير صغيراً إذا كانت $0.1 > \eta^2$

ثانياً: اختبار الفروض:

الفرض الأول: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة الضابطة والتجريبية في التطبيق البعدي لمقياس نظرية ثراء الوسيلة لصالح المجموعة التجريبية".

لاختبار هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "ت" للمجموعات المستقلة لتحديد دلالة الفروق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية، والمجموعة الضابطة في مقياس نظرية ثراء الوسيلة بعدياً، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (١٠)

قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في مقياس نظرية ثراء الوسيلة بعدياً

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط	ن	المجموعة	مقياس نظرية ثراء الوسيلة
(٠.٠٠١)	٥٨	١٣,٧٦١	٤,٥٨٩	٣٤,٩	٣٠	التجريبية	
دالة عند ٠,٠١			٢,١٥١	٢٢,١٧	٣٠	الضابطة	

من الجدول السابق يتضح أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة التجريبية والضابطة في مقياس نظرية ثراء الوسيلة بعدياً، حيث جاءت قيمة "ت" تساوي (١٣,٧٦١)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١. وتعد هذه النتيجة منطقية، حيث يوفر الموقع الإلكتروني (طبقاً لثراء الوسيلة) العديد من المميزات، مثل التحديث المستمر، والقدرة على التفاعل والمشاركة،

وسهولة التصفح، والثقة، وغيرها من المميزات، والتي تجعله - بطبيعة الحال- مفضلاً للمستخدمين. وبالتالي يحدث تأثيراً لدى المجموعة التجريبية.

ومن ثم نقبل الفرض الأول "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة الضابطة والتجريبية في التطبيق البعدي لمقياس نظرية ثراء الوسيلة لصالح المجموعة التجريبية".

الفرض الثاني: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لمقياس الإنفوجرافيك لصالح المجموعة التجريبية".

لاختبار هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "ت" للمجموعات المستقلة لتحديد دلالة الفروق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية، والمجموعة الضابطة في أبعاد مقياس الإنفوجرافيك والدرجة الكلية له بعدياً، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (١١)

قيم "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في أبعاد مقياس الإنفوجرافيك والدرجة الكلية له بعدياً

أبعاد مقياس الإنفوجرافيك	المجموعة	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجات الحرية	مستوى الدلالة
دوافع التعرض للإنفوجرافيك	التجريبية	٣٠	١٥,٣٣	١,٤٤٦	٦,١٩	٥٨	دالة (٠,٠٠٠) عند ٠,٠١
	الضابطة	٣٠	١٢,٥٣	٢,٠١٣			
الاهتمام بنوعية الأحداث الجارية التي يقدمها الإنفوجرافيك	التجريبية	٣٠	٢١,٢٧	٣,٠٦٢	٥,٤٦	٥٨	دالة (٠,٠٠٠) عند ٠,٠١
	الضابطة	٣٠	١٥	٥,٤٩٦			
اتجاهات المبحوثين نحو استخدام الإنفوجرافيك	التجريبية	٣٠	٢٢,٩٣	٥,٠٩٩	٣,٨٢٤	٥٨	دالة (٠,٠٠٠) عند ٠,٠١
	الضابطة	٣٠	١٧,٥٧	٥,٧٥٢			
معالجة الإنفوجرافيك لمضمون الأحداث الجارية	التجريبية	٣٠	٢٢,٦٣	٣,٥٠٨	١٠,١٨	٥٨	دالة (٠,٠٠٠) عند ٠,٠١
	الضابطة	٣٠	١٣,٢٣	٣,٦٤٥			
سمات الإنفوجرافيك	التجريبية	٣٠	٢٤,٤٧	٣,٩٥٤	٩,٣٩	٥٨	دالة (٠,٠٠٠) عند ٠,٠١
	الضابطة	٣٠	١٤,٥	٤,٢٦٥			
مدي التفاعل مع الإنفوجرافيك	التجريبية	٣٠	٩,٤٧	١,٥٠٢	٩,٢٨	٥٨	دالة (٠,٠٠٠) عند ٠,٠١
	الضابطة	٣٠	٥,٦٣	١,٦٩١			
الدرجة الكلية لمقياس الإنفوجرافيك	التجريبية	٣٠	١١٦,١	١١,٣٦	١٣,٧٦	٥٨	دالة (٠,٠٠٠) عند ٠,٠١
	الضابطة	٣٠	٧٨,٤٧	١١,٢			

من الجدول السابق يتضح أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة التجريبية والضابطة في أبعاد مقياس الإنفوجرافيك والدرجة الكلية له بعدياً، حيث جاءت قيم "ت" تساوي (٦,١٩ - ٥,٤٦ - ٣,٨٢٤ - ١٠,١٨ - ٩,٣٩ - ٩,٢٨ - ١٣,٧٦)، وهي قيم دالة إحصائية عند مستوى

دلالة ٠.٠١. وتعد هذه النتيجة منطوقية، إذ إن الإنفوجرافيك - بما يتميز به من سمات- يمكنه أن يؤثر على المستخدمين، فمن ناحية دوافع التعرض للإنفوجرافيك فإن ذلك يرجع لسهولة استخدامه وجاذبيته وإتاحته، كما يمكن للإنفوجرافيك تغطية وتقديم شتى الموضوعات، كالسياسية والاقتصادية والرياضية وغيرها، ويساعد الإنفوجرافيك فهم الأحداث وربط القضايا وتوضيح مغزى الموضوعات، ويساعد الإنفوجرافيك أيضاً في معالجة الموضوعات بعمق وموضوعية واستمرارية في المتابعة، كما يعتمد على لغة سهلة وأسلوب جذاب، كما يساعد الإنفوجرافيك في توضيح مضمون الخبر، ويضيف أبعاداً جديدة في فهم الحدث، ويساعد المستخدم في إدراكه ووعيه بالموضوعات.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Pinto (2017^(٣٤))، والتي أكدت أن توظيف الوسائط المتعددة في الإنفوجراف التفاعلي من صورة وصوت وحركة وغيرها يساعد في تعزيز الفرق بين الصحافة الورقية والإلكترونية ويعطي ثقل للصحافة الإلكترونية.

كما استخدمت الباحثة اختبار كا^٢ لتحديد الفروق بين المجموعة التجريبية والضابطة في أنواع الإنفوجرافيك المفضلة وتفوقه عن الأنواع التقليدية والأكثر مصداقية، ويتضح ذلك من خلال الجداول التالية:

جدول (١٢)

الفروق بين المجموعة التجريبية والضابطة في أنواع الإنفوجرافيك المفضلة بعدياً

أنواع الإنفوجرافيك المفضلة	المجموعة	الثابت		المتحرك		التفاعلي	
		ت	%	ت	%	ت	%
التجريبية	٢٥	٨٢,٢٣	١٨	٦٠	٢٠	١٠٠	
الضابطة	١٣	٤٣,٣٣	٩	٣٠	١٠	٣٣,٣٣	
قيمة كا ^٢	١٠,٢٤	٥,٤٦	٣٠				
مستوى الدلالة	٠,٠٠١ دالة	٠,٠٠٢ دالة	٠,٠٠ دالة				

من الجدول السابق: يتضح أن قيم كا^٢ تساوي (١٠,٣٤ - ٥,٤٦ - ٣٠)، وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، مما يشير لوجود فروق بين المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في أنواع الإنفوجرافيك المفضلة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة هاني البطل (٢٠١٩)^(٣٥)، والتي أشارت إلى تفضيل الشباب الجامعي للإنفوجرافيك الثابت، ثم الإنفوجرافيك التفاعلي، وأخيراً الإنفوجرافيك المتحرك، وذلك لأن الثابت لا يتطلب سرعة في الإنترنت ويسهل تحميله ومشاركته الأشكال التي تحتوي على مقارنات أو صور أو جداول وقوائم جاءت في مقدمة التفضيلات، بينما الأشكال التي تعتمد على الخرائط والرسوم البيانية والشعاعي أتت في مؤخرة تفضيلات الشباب الأشكال الإنفوجرافيك بالمواقع المصرية.

جدول (١٣)

الفروق بين المجموعة التجريبية والضابطة في تفوق الإنفوجرافيك عن الأنواع التقليدية بعدياً

قيمة كا	بشكل قليل		إلى حد ما		بشكل كبير		المجموعة	تفوق الإنفوجرافيك عن الأنواع التقليدية
	ت	%	ت	%	ت	%		
٤٦,٠٦ دالة (٠,٠٠١)	٢	٦,٦٧	٢	٦,٦٧	٢٦	٨٦,٦٧	التجريبية	
	٢٠	٦٦,٦٧	١٠	٣٣,٣	٠	٠	الضابطة	

من الجدول السابق: يتضح أنه قيمة كا ٢ تساوي (٤٦,٠٦)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، مما يشير لوجود فروق بين المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في تفوق الإنفوجرافيك عن الأنواع التقليدية بعدياً لصالح المجموعة التجريبية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة محمد جمال عبد المقصود (٢٠١٨) (٣٧)، والتي أكدت أن هناك نسبة عالية من الجمهور تتلقى المعلومة من خلال الإنفوجرافيك وتفضله على النصوص المكتوبة، وأن الإنفوجرافيك أثر على الجمهور وجعلهم أكثر إفادة ومشاركة وانتباهاً، كما أن التصميم الجيد والمتقن يوضح المعلومة بسهولة ويسر، ويوصل الرسالة الإعلامية في أسرع وقت.

وهو ما أكدته أيضاً دراسة Siricharoen (2015) (٣٨)، حيث أكدت الدراسة على أهمية الإنفوجراف بتفضيله لدى الجمهور، وإلى ضرورة الاهتمام بالعناصر المكونة له، خاصة الصور والألوان، بالإضافة إلى ضرورة عرضه للمعلومات الصحيحة بأسلوب شيق وجذاب.

جدول (١٤)

الفروق بين المجموعة التجريبية والضابطة في أي شكل من الإنفوجرافيك أكثر مصداقية بعدياً

قيمة كا	التفاعلي		المتحرك		الثابت		المجموعة	تفوق الإنفوجرافيك عن الأنواع التقليدية
	ت	%	ت	%	ت	%		
١٣,٦٢ دالة (٠,٠٠١)	٢٤	٨٠	٢	١٠	٣	١٠	التجريبية	
	١٠	٣٣,٣٣	٧	٢٣,٣٣	١٣	٤٣,٣٣	الضابطة	

من الجدول السابق: يتضح أنه قيمة كا ٢ تساوي (١٣,٦٢)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، مما يشير لوجود فروق بين المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في أي شكل من الإنفوجرافيك أكثر مصداقية لصالح المجموعة التجريبية.

ومن ثم نقبل الفرض الثاني "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لمقياس الإنفوجرافيك". واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مروعة عطية محمد (٢٠١٨) (٣٩)، والتي أكدت أن رسوم الإنفوجرافيك تعزز قدرات المتلقي لفهم المحتوى وتذكره مقارنة بالأسلوب التقليدي في عرض القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت، كما أكدت نتائج الدراسة

أيضاً أن رسوم الإنفوجرافيك تعزز أيضاً من قدرات المتلقين على فهم المحتوى مقارنة بالأسلوب التقليدي في عرض القصة الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت.

الفرض الثالث: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لمقياس الوعي بالأحداث الجارية لصالح المجموعة التجريبية".

لاختبار هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "ت" للمجموعات المستقلة لتحديد دلالة الفروق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية، والمجموعة الضابطة في أبعاد مقياس الوعي بالأحداث الجارية والدرجة الكلية له بعدياً، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (١٥)

قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في أبعاد مقياس الوعي بالأحداث الجارية والدرجة الكلية له بعدياً

أبعاد مقياس الوعي بالأحداث الجارية	المجموعة	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجات الحرية	مستوى الدلالة
الوعي في إطار التربية الإعلامية	التجريبية	٣٠	٢٠	٢,٢١٢	١١,١٥٦	٥٨	دالة عند ٠,٠١ (٠,٠٥)
	الضابطة	٣٠	١١,٦	٣,٤٨			
تنمية الوعي بالأحداث الجارية	التجريبية	٣٠	١٢,٦٣	٢,٠٧٦	١٠,١٧	٥٨	دالة عند ٠,٠١ (٠,٠٥)
	الضابطة	٣٠	٧,٣	١,٩٨٥			
الدرجة الكلية لمقياس الوعي بالأحداث الجارية	التجريبية	٣٠	٣٢,٦٣	٣,٨٢	١١,٧	٥٨	دالة عند ٠,٠١ (٠,٠٥)
	الضابطة	٣٠	١٨,٩	٥,١٨			

من الجدول السابق يتضح أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة التجريبية والضابطة في أبعاد مقياس الإنفوجرافيك والدرجة الكلية له بعدياً، حيث جاءت قيم "ت" تساوي (١١,١٥٦ - ١٠,١٧ - ١١,٧) وهي قيم غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

وتعد هذه النتيجة منطقية، حيث يزيد استخدام الإنفوجرافيك في الموقع الإلكتروني في عرض الموضوعات من درجة الوعي بها وفهم جوانبها، كما يرفع من درجة التعامل الواعي والرشيد مع ما يقدم من أحداث جارية من خلال الموقع الإلكتروني، ويمكن من مواجهة الغزو الثقافى بتنمية التفكير النقدي لدى الشباب، ويعمل على تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشار الأخبار الزائفة، ويساعد على تنمية القدرة لدى الشباب في اختيار المصادر التي تتمتع بالنزاهة والشفافية ذات العلاقة بالموضوع وتوثيقها، وتنمية وعي الشباب بالمشكلات على المستوى المحلي والإقليمي.

ومن ثم نقبل الفرض الثالث توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لمقياس الوعي بالأحداث الجارية لصالح المجموعة التجريبية".

الفرض الرابع: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لمقياس نظرية ثراء الوسيلة لصالح التطبيق البعدي".

لاختبار هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "ت" للمجموعات المرتبطة لتحديد دلالة الفروق بين متوسطي درجات التطبيق القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية في مقياس نظرية ثراء الوسيلة، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (١٦)

قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات التطبيق القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية في مقياس نظرية ثراء الوسيلة

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري		ن	التطبيق	مقياس نظرية ثراء الوسيلة
			المتوسط	التطبيق			
٠,٠١	٢٩	١٨,٥٦	٢,٧٦	قبلي	٣٠		
			٤,٥٨٩	بعدي			

من الجدول السابق يتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التطبيق القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية في مقياس نظرية ثراء الوسيلة لصالح التطبيق البعدي (المتوسط الأكبر=٣٤,٩)، حيث جاءت قيمة "ت" تساوي (١٨,٥٦)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١. وتعد هذه النتيجة منطوقية وتؤكد ما توصلت إليه النتائج السابقة، حيث يؤثر ثراء الوسيلة بشكل كبير على المستخدمين، بما يوفره لهم من مميزات وإمكانيات تساعدهم على استخدام الموقع الإلكتروني بشكل أكثر جاذبية وإفادة.

ومن ثم نقبل الفرض الرابع "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لمقياس نظرية ثراء الوسيلة لصالح البعدي".

الفرض الخامس: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لمقياس الإنفوجرافيك لصالح التطبيق البعدي".

ولاختبار هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "ت" للمجموعات المرتبطة لتحديد دلالة الفروق بين متوسطي درجات التطبيق القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية في مقياس الإنفوجرافيك، ويتضح ذلك من خلال الجدول:

جدول (١٧)

قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات التطبيق القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية في مقياس الإنفوجرافيك

أبعاد مقياس الإنفوجرافيك	التطبيق	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجات الحرية	مستوى الدلالة
دوافع التعرض للإنفوجرافيك	قبلي	٣٠	١١,٢	٢,٢١٩	١٢,٣٥	٢٩	٠,٠١
	بعدي		١٥,٣٣	١,٤٤٦			
الاهتمام بنوعية الأحداث الجارية التي يقدمها الإنفوجرافيك	قبلي	٣٠	١٥,٣	٤,٥٥٧	١١,٤٨	٢٩	٠,٠١
	بعدي		٢١,٢٧	٣,٠٦٢			
اتجاهات الباحثين نحو استخدام الإنفوجرافيك	قبلي	٣٠	١٨,٥٣	٥,٥٧٥	٦,٤	٢٩	٠,٠١
	بعدي		٢٢,٩٣	٥,٠٩٩			
معالجة الإنفوجرافيك لمضمون الأحداث الجارية	قبلي	٣٠	١٣,٦٧	٤,١٥٥	١٠,٥	٢٩	٠,٠١
	بعدي		٢٢,٦٣	٣,٥٠٨			
سمات الإنفوجرافيك	قبلي	٣٠	١٣,٣	٣,٨٣٤	١١,٩٨	٢٩	٠,٠١
	بعدي		٢٤,٤٧	٣,٩٥٤			
مدي التفاعل مع الإنفوجرافيك	قبلي	٣٠	٥,٨٧	١,٩٤٣	٩,٨٩	٢٩	٠,٠١
	بعدي		٩,٤٧	١,٥٠٢			
الدرجة الكلية لمقياس الإنفوجرافيك	قبلي	٣٠	٧٧,٨٧	١١,٢١	١٦,٧٥	٢٩	٠,٠١
	بعدي		١١٦,١	١١,٣٦			

من الجدول السابق يتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التطبيق القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية في مقياس الإنفوجرافيك الوسيلة لصالح التطبيق البعدي (المتوسط الأكبر= ١٥,٣٣ - ٢١,٢٧ - ٢٢,٩٣ - ٢٢,٦٣ - ٢٤,٤٧ - ٩,٤٧ - ١١٦,١)، حيث جاءت قيم "ت" تساوي (١٢,٣٥ - ١١,٤٨ - ٦,٤ - ١٠,٥ - ١١,٩٨ - ٩,٨٩ - ١٦,٧٥)، وهي قيم ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١.

وتؤكد هذه النتيجة ما توصلت إليه النتائج التي سبقتها، من أن رسوم الإنفوجرافيك تعزز قدرات المتلقي لفهم المحتوى وتذكره مقارنة بالأسلوب التقليدي في عرض المضامين عبر الموقع الإلكتروني، كما أن رسوم الإنفوجرافيك تعزز أيضاً من قدرات المتلقين على فهم المحتوى مقارنة بالأسلوب التقليدي في عرض المضامين عبر الموقع الإلكتروني.

ومن ثم نقبل الفرض الخامس "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لمقياس الإنفوجرافيك لصالح التطبيق البعدي".

الفرض السادس: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لمقياس الوعي بالأحداث الجارية لصالح التطبيق البعدي".

لاختبار هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "ت" للمجموعات المرتبطة لتحديد دلالة الفروق بين متوسطي درجات التطبيق القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية في مقياس الوعي بالأحداث الجارية، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (١٨)

قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات التطبيق القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية في مقياس الوعي بالأحداث الجارية

أبعاد مقياس الوعي بالأحداث الجارية	التطبيق	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجات الحرية	مستوى الدلالة
الوعي في إطار التربية الإعلامية	قبلي	٣٠	١١,٨٧	٣,٨٤٨	١٣,٥١	٢٩	دالة عند ٠,٠١
	بعدي		٢٠	٢,٢١٢			
تنمية الوعي بالأحداث الجارية	قبلي	٣٠	٧,١٧	٢,٢٩٤	١٠,٦٩	٢٩	دالة عند ٠,٠١
	بعدي		١٢,٦٣	٢,٠٧٦			
الدرجة الكلية لمقياس الوعي بالأحداث الجارية	قبلي	٣٠	١٩,٠٣	٦,٢	١٣,١	٢٩	دالة عند ٠,٠١
	بعدي		٣٢,٦٣	٣,٨٢			

من الجدول السابق يتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التطبيق القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية في مقياس الوعي بالأحداث الجارية لصالح التطبيق البعدي (المتوسط الأكبر = ٢٠ - ١٢,٦٣ - ٣٢,٦٣)، حيث جاءت قيم "ت" تساوي (١٣,٥١ - ١٠,٦٩ - ١٣,١)، وهي قيم ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١.

ومن ثم نقبل الفرض السادس "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لمقياس الوعي بالأحداث الجارية لصالح التطبيق البعدي".

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Murray Dick & Pablo Medina (2012)^(٣٨)، والتي أشارت إلى أن الإنفوجرافيك التفاعلية ساعدت قراء الصحف للعمل على تطوير ثقافتهم من خلال الروايات البصرية الإعلامية المرئية.

الفرض السابع: "توجد علاقة ارتباطية بين وعي الشباب الجامعي بالأحداث الجارية المختلفة ومستوى أدائهم لفن الإنفوجرافيك".

لاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة معامل الارتباط البسيط لبيرسون، وذلك لحساب معامل الارتباط بين وعي الشباب الجامعي بالأحداث الجارية المختلفة ومستوى أدائهم لفن الإنفوجرافيك، ويبين الجدول التالي قيمة معامل الارتباط ومستوى دلالاته.

جدول (١٩)

معامل ارتباط وعي الشباب الجامعي بالأحداث الجارية المختلفة ومستوى أداءهم لفن الإنفوجرافيك

مستوى الدلالة	المقياس	معاملات الارتباط
٠,٠١	٠,٥٧٨	بطاقة الملاحظة

من الجدول السابق يتضح أنه يوجد ارتباط بين وعي الشباب الجامعي بالأحداث الجارية المختلفة ومستوى أداءهم لفن الإنفوجرافيك، حيث جاءت قيمة "ر" تساوي (٠,٥٧٨) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١.

ومن ثم نقبل الفرض السابع "توجد علاقة ارتباطية بين وعي الشباب الجامعي بالأحداث الجارية المختلفة ومستوى أداءهم لفن الإنفوجرافيك".

النتائج العامة للدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى قياس فاعلية تصميم موقع إلكتروني قائم على صحافة الإنفوجرافيك وأثره في تنمية الوعي بالأحداث الجارية لدى الشباب الجامعي، وفي سبيل ذلك قامت الباحثة بتصميم برنامج تدريبي تم تطبيقه على عينة عمدية قوامها (٦٠) مفردة من طلاب كلية التربية النوعية جامعة المنصورة في الأقسام المختلفة أثناء العام الجامعي ٢٠٢٠ - ٢٠٢١.

ووفقاً لفروض الدراسة التي تم اختبارها يمكن استخلاص النتائج التالية:

- أكدت الدراسة على أهمية اكتساب الموقع الإلكتروني للعديد من المميزات، مثل التحديث المستمر، والقدرة على التفاعل والمشاركة، وسهولة التصفح، والثقة، وغيرها من المميزات، والتي تجعله - بطبيعة الحال - مفضلاً للمستخدمين، وبالتالي يحدث تأثيراً لدى المستخدمين.
- أكدت نتائج الدراسة أن الإنفوجرافيك - بما يتميز به من سمات- يمكنه أن يؤثر على المستخدمين، وذلك يرجع لسهولة استخدامه وجاذبيته وإتاحته، كما يمكن للإنفوجرافيك تغطية وتقديم شتى الموضوعات، كالسياسية والاقتصادية والرياضية وغيرها، ويساعد الإنفوجرافيك فهم الأحداث وربط القضايا وتوضيح مغزى الموضوعات، ويساعد الإنفوجرافيك أيضاً في معالجة الموضوعات بعمق وموضوعية واستمرارية في المتابعة، كما يعتمد على لغة سهلة وأسلوب جذاب، كما يساعد الإنفوجرافيك في توضيح مضمون الخبر، ويضيف أبعاداً جديدة في فهم الحدث، ويساعد المستخدم في إدراكه ووعيه بالموضوعات.
- أشارت الدراسة إلى أن المبحوثين يفضلون تلقي المعلومة من خلال الإنفوجرافيك على تلقيها من خلال النصوص المكتوبة، وأن التصميم الجيد والمتقن للإنفوجرافيك يوضح المعلومة بسهولة ويسر وفي أقل وقت ممكن.
- ضرورة التصميم الجيد للإنفوجرافيك والاهتمام بالعناصر المكونة له، خاصة الصور والألوان، وكذلك المضمون ذاته.

- يساعد الإنفوجرافيك في دعم مهارات الفهم والتذكر والانتباه لدى المستخدمين مقارنة بالطرق التقليدية، يزيد استخدام الإنفوجرافيك في الموقع الإلكتروني في عرض الموضوعات من درجة الوعي بها وفهم جوانبها، كما يرفع من درجة التعامل الواعي والرشيد مع ما يقدم من أحداث جارية من خلال الموقع الإلكتروني، ويمكن من مواجهة الأفكار الشاذة والهدامة بتنمية التفكير النقدي لدى الشباب، ويعمل على تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشار الأخبار الزائفة، ويدعم قدرتهم في التفرقة بين الأخبار الصحيحة والزائفة.
- يمكن للإنفوجرافيك تقديم المضامين الصحفية في أشكال متنوعة، ويمكن الصحف من التكيف مع المتغيرات في بيئة المعلومات، والتعامل مع التدفق الكثيف للبيانات.

مراجع الدراسة

- ¹ - يوسف صالح الجبري، **تصميم المواقع الإلكترونية**، متاح على موقع: <https://www.kutub.info/library/book/14383>
- ² - إيمان متولي عرفات، معايير تقييم جودة مواقع الصحف الإلكترونية: دراسة تطبيقية على الصحف الخليجية، **مجلة البحوث الإعلامية**، (كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مج ٥٦، ع ٥، ٢٠٢١).
- ³ - محمد كامل عبد الرحمن، تصميم المواقع الإلكترونية للفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية وعلاقته بتفضيلات مستخدميها، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ٢٠٢١).
- ⁴ - دراسة ماجد دياب الزبير، الأبعاد الجمالية والوظيفية للألوان في تصميم المواقع التعليمية الإلكترونية، **مجلة العلوم الإنسانية**، (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مج ٢٠، ٢٠١٩)، متاح على: <https://search.mandumah.com/Record/1019694>
- ⁵ - سامح مصطفى حسان، تصميم المواقع الإلكترونية الرياضية المصرية، **مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية**، (ع ١٠، ٢٠١٨)، متاح على: https://journals.ekb.eg/article_20801
- ⁶ - ماجد سالم، "تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة"، **مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية بغزة**، (فلسطين: مج ٢٥، ع ٢، ٢٠١٦)، البحث متاح على <https://journals.iugaza.edu>
- ⁷ - بسمة أحمد عبود، تصميم البوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بيسر استخدام الشباب المصري لها، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة ٢٠١٦).
- ⁸ - عائشة محمود عاطف، تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية وعلاقتها بيسر استخدام هذه المواقع للحصول على الأخبار، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة النهضة، كلية الإعلام، ٢٠١٦).
- ^٩ - نادر محمد علي عبد المطلب، أسس تصميم المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقتها بالتفاعلية لدى المراهقين، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٥).

- ¹⁰ إبراهيم محمد أبو المجد فرج، تعرض الشباب المصري للإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية حول المبادرات الرئاسية وعلاقته باتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع ٦١، ج ٢، إبريل ٢٠٢٢ م.**
- ¹¹ Shannon M. Rotolo, et al., “A Coordinated Strategy to Develop and Distribute Infographics Addressing COVID-19 Vaccine Hesitancy and Misinformation”, **Journal of the American Pharmacists Association**, No. 62, (2022), PP. 224- 231.
- ¹² محمود محمد عبد الحليم، أثر نمط تقديم القصص الإخبارية باستخدام الإنفوجرافيك على تنمية التفكير البصري للأطفال ضعاف السمع، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع ٥٤، ج ١، يولي و ٢٠٢٠ م.**
- ¹³ سلوى أحمد أبو العلا، استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات، **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، عدد ٥٤، ج ١، يولي و ٢٠٢٠ م.**
- ¹⁴ على محمد عصفارة، واقع الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية الفلسطينية والمصرية: دراسة تحليلية مقارنة، **رسالة ماجستير غير منشورة، (فلسطين: الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، ٢٠١٩ م) متاح على:**
https://library.iugaza.edu.ps/book_details.aspx?edition_no=139910
- ¹⁵ سري محمد شطناوي، توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية للصحف الأردنية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة للمواقع الإلكترونية الرأي والغد والسبيل، **رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، ٢٠١٩).** متاح على: <https://search.mandumah.com/Record/977969>
- ¹⁶ سهام حسن الشجيري، صحافة الإنفوجرافيك: دراسة تحليلية في المضامين الفنية والبصرية: جريدة القدس العربي أنموذجاً، **المجلة العربية للعلوم الإنسانية، الكويت: جامعة الكويت، مج ٣٧، ع ١٤٦، ٢٠١٩ م.**
- ¹⁷ بيارق حسين الربيعي، وعبد الأمير الفيصل، التوظيف الصحفي للإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية، **مجلة الباحث الإعلامي، العراق، مج ١١، ع ٤٣، يناير ٢٠١٩.**
- ¹⁸ هاني البطل، انقراطية الإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي، **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج ١، ع ٥١، يناير ٢٠١٩.**
- ¹⁹ مروة عطية محمد، تأثير استخدام رسوم الإنفوجرافيك في تذکر وفهم القراء لمضمون القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت: دراسة شبه تجريبية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ع ٢٢، سبتمبر ٢٠١٨ م.**
- ²⁰ محمد جمال عبد المقصود، دراسة دور التصاميم الجرافيكية لتبسيط الرسالة الإعلامية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور، **مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، ع ١٠، أبريل ٢٠١٨ م.** متاح على <http://search.mandumah.com/Record/924670>
- ²¹ حمدي أحمد علي، علاقة تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية بتشكيل الواقع الافتراضي لدى المراهقين، **مجلة معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مج ١٩، ع ٧٣، ٢٠١٦، ص ١٧٢.**

- 22- المرجع السابق، ص ١٤.
- 23- محمد شلتوت، **الإنفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج**، ط١ (الرياض: شركة مطابع هلا، ٢٠١٦)، ص ١١١.
- 24- فادي جرجس، "دور الصحافة في اكتساب المراهقين المعرفة بالأحداث الجارية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٤)، ص ١٤.
- 25- حسنين شفيق، **نظريات الإعلام وتطبيقها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي** (القاهرة: دار فكر و فن للطباعة والنشر، ٢٠١٤)، ص ١١٢ - ١١٤.
- 26- إيناس محمد مسعد فهمي سرج، أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٩)، ص ٩٧.
- 27- حسنين شفيق، **نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي**، مرجع سابق، ص ١١٣.
- 28- سهير عثمان عبد الحليم، علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٩) ص ١٣٥.
- 29- سماح عبد الرازق الشهاوي، مرجع سابق، ص ٦٣.
- 30- Alan R. Dennis, Susan T. Kinney, "Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues, Feedback, and Task Equivocality", **Information Systems Research**, Vol. 9, No. 3, September 1998, P. 257.
- 31- Stuart C. Gliman, Jeaning Turner, "Media Richness and Social Information Processing: Rationale for Multifocal Contenting Medical Education Activities", **The Journal of Continuing Education in the Health Professions**, Vol. 21, 2001, P.135.
- 32- C. Erik Timmeman, S. Naga Madhavapeddi, "Perceptions of Organizational Media Richness: Channel Expansion Effects For Electronic And Traditional Media Across Richness Dimensions", **IEEE Transactions On Professional Communication**, Vol. 51, No. 1, March 2008, P.22.
- 33- وليد اتياتو، دور التربية الإعلامية في تنمية الكفايات الإعلامية لدى المراهق المتمدرس، **المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية**، ع ٨، ٢٠١٩، متاح على:
<https://search.mandumah.com/Record/1004068/Details>
- * أسماء الأساتذة المحكمين:
أولاً: الأساتذة:
١.د/ إبراهيم أحمد أستاذ علم النفس التربوي ووكيل الكلية لشئون التعليم والطلاب - كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة
٢.د/ أحمد حسين أستاذ الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة
٣.د/ أسامة عبد الرحيم أستاذ الصحافة بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة

- أ.د/ حازم أنور البنا أستاذ الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة
- أ.د/ عبد الهادي النجار أستاذ الصحافة بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة المنصورة
- أ.د/ عايدة السخاوي أستاذ الإعلام- كلية الآداب- جامعة المنصورة
- أ.د/ وليد النجار أستاذ الصحافة بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة
- ثانياً: الأساتذة المساعدون:
- أ.م.د/ أحمد عادل أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة
- أ.م.د/ جيهان سعد أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة
- أ.م.د/ نهلة الحوراني أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة المنصورة
- 34 - Pinto, "The relevance of Digital infographics in online Newspapers", **European Scientific Journal**, (2017). available at:
<https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/9748>
- 35 - هاني البطل، انقراض الإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج 1، ع 51، يناير 2019.
- 36 - محمد جمال عبد المقصود، دراسة دور التصاميم الجرافيكية لتبسيط الرسالة الإعلامية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور، **مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية**، ع 10، أبريل 2018 م. متاح على: <http://search.mandumah.com/Record/924670>
- 37 - Siricharoen, "How Infographics Should Be Evaluated?" Paper Presented to **International Conference Technology**, (2015).
- 38 - مروة عطية محمد، تأثير استخدام رسوم الإنفوجرافيك في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت: دراسة شبه تجريبية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، ع 22، سبتمبر 2018 م.
- 39 - Murray Dick, "Interactive Infographics and News Values", **Digital Journalism**, vol. 2 (4), PP. 490-506, (2012).