

## الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات (الانفوجرافيك) في الصحف المصرية وعلاقتها بتذكر المعلومات لدى الشباب دراسة تجريبية

الباحثة/ أميرة مصطفى عبد الله  
باحثة دكتوراه- قسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة المنصورة

### ملخص البحث بالعربية :

سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في التعرف على الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات (الانفوجرافيك) في الصحف المصرية وعلاقتها بتذكر المعلومات لدى الشباب المصري. وقد اعتمدت الدراسة على نظرية تمثيل المعلومات، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من الشباب المصري البالغ عددهم (٤٠٠) مفردة عبر استمارة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتي من بينها:  
أن نسبة (٥٨,٧٥%) من إجمالي العينة تستخدم الصحف الإلكترونية المصرية "أحياناً"، تليها فئة المبحوثين الذين يستخدمون الصحف الإلكترونية المصرية بصفة "دائماً" فبلغت نسبتهم (٢٢%). وأن أكبر نسبة من أفراد العينة (٥٩,٢٥%) يستخدمون فيها الصحف المصرية الإلكترونية أسبوعياً (على حسب الظروف)، ثم جاء الخيار من (٢-٣) أيام في الأسبوع في المرتبة الثانية بنسبة (١٧,٧٥%)، بينما اتضح أن (٥٧,٥٠%) من إجمالي العينة تفضل قراءة الموضوعات التي تتضمن (أشكال توضيحية ورسوم بيانية وجداول أكثر من النصوص فقط) أحياناً، تليها فئة المبحوثين الذين يفضلون قراءة الموضوعات التي تتضمن (أشكال توضيحية ورسوم بيانية وجداول أكثر من النصوص فقط) بصفة "دائماً" فبلغت نسبتهم (٣١,٠٠%)، ثم نسبة (١١,٥٠%) يفضلون قراءة الموضوعات التي تتضمن (أشكال توضيحية ورسوم بيانية وجداول أكثر من النصوص فقط) بصفة نادرة.

وقد أوصت الدراسة بأهمية الاعتماد على الإنفوجراف كوسيط اخراجي مناسب للصحف الإلكترونية وحتى الورقية؛ خاصة وأنه يسهم في تلخيص المعلومات بصورة تسهم في تذكرها.

### الكلمات المفتاحية:

الإنفوجراف- صحافة البيانات- تذكر المعلومات الشباب المصري

### المقدمة

شهدت مختلف وسائل الإعلام نقلة كبيرة على المستوى التكنولوجي والتي تسارعت بصورة كبيرة خلال العقدین الماضیین، وكان من أبرز ملامحها ظهور شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال تفاعلية أتاحت الفرصة أمام الأفراد والجماعات والمؤسسات للوصول إلى المعلومات بحجم هائل وبسرعة فائقة، كما مكنتهم من إرسالها ونشرها على نطاق واسع لم يسبق له مثيل في التاريخ. ونظرا للفرص المتنوعة ومتعددة الأبعاد التي أتاحتها شبكة الإنترنت في مجال الاتصال، تسابقت المؤسسات الإعلامية لاستغلال هذا المورد الاتصالي الهام في نشر وتبادل المعلومات بأشكال متعددة، مما أدى إلى ظهور الصحافة الإلكترونية أو صحافة الإنترنت.

ويمكن القول بأن ظهور الصحف الإلكترونية لعب دوراً مؤثراً في استقطاب القراء مرة أخرى، خاصة بعد أن أشار الباحثين والخبراء إلى تراجع نسب قراءة وشراء الصحف التقليدية. وقد جذب هذا النوع من الصحافة الشباب بصورة كبيرة، فالיום نجد الشباب يقبلون على تصفح الأخبار، ومتابعة المستجدات على الساحة العربية والعالمية من خلال ما تقدمه الصحف الإلكترونية، والتي طورت منصاتها وخدماتها لكي يتم قراءتها من خلال مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة بداية من أجهزة الحاسب التقليدية وصولاً إلى الهواتف الذكية، والتي زادت بصورة كبيرة من حرية تصفح هذه الصحف، وزيادة متابعتها؛ فهي تقوم بإرسال إشعارات للمستخدم عن آخر الأخبار، كما تقدم له نبذة عن موضوعات مختلفة لكي يختار من بينها ما يشاء عبر الخصائص التفاعلية المتنوعة التي وفرتها.

وبناء على هذه الإمكانيات سابقة الذكر ظهرت الحاجة إلى التحرر من القوالب النمطية في التحرير والإخراج، وبدأت أعين الشباب تبحث عن أنماط مختلفة من الأخبار التي يمكن تصفحها وتذكر معلوماتها بسهولة، ومن دون الحاجة لإضاعة الكثير من الوقت للتعرف على مختلف التفاصيل التي تتناثر بين ثنايا الأخبار. ومن هنا بدأ يظهر نمط إخراجي جديد وهو صحافة البيانات أو الإنفوجراف، والذي يمتاز بكونه يلخص كم كبير من المعلومات من خلال رسمة توضيحية أو رسم بياني أو علامات بصرية والتي يمكن من خلالها فهم أدق التفاصيل بصورة بسيطة.

ونظراً لاعتماد الإنفوجراف على العناصر المختلفة لجذب من المستخدمين من ألوان وصور وأرقام ومعلومات اتجهت الكثير من الصحف الإلكترونية إلى الاعتماد عليه، خاصة عندما يتم تقديم معلومات مترابطة أو مقارنة أو تتضمن الكثير من الإحصائيات، بما يسهل على المستخدمين فهم وبالتالي تذكر المعلومات.

ومن ثم فإن دراسة الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات (الإنفوجرافيك) في الصحف المصرية يحتل أهمية كبيرة اليوم؛ فالتعرف على طرق الإخراج الصحفي التي تجذب انتباه الشباب، والتعرف على مدى قدرتها في تثبيت المعلومات لديهم يعد ضرورة في الوقت الحالي. خاصة مع تعالي الأصوات حول أهمية الاهتمام بتنمية وعي وثقافة الشباب.

### الدراسات السابقة:

من خلال إجراء عملية مسح التراث العلمي والاطلاع على الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة، تم تقسيم الدراسة إلى محورين، وهما: محور يتعلق باستخدامات صحافة البيانات (الإنفوجرافيك) بالصحافة، ومحور حول الدراسات المرتبطة بتمثيل المعلومات وتذكر المعلومات بالصحف الإلكترونية.

### المحور الأول: استخدامات صحافة البيانات (الإنفوجرافيك) بالصحافة

١. دراسة (سامي عبدالله، ٢٠٢٢)<sup>(١)</sup> استهدفت الدراسة إظهار التغيير الذي طرأ على أعداد مجلة النصر خلال الفترة من (٢٠١٠ حتى ٢٠١٥)، حيث سعت الباحثة

للتعرف على مدى تأثير عملية الإخراج الصحفي بالسياسة التحريرية للمجلة، ونمط ملكية المجلة، ودورية صدورها، والمنافسة وغيرها، باستخدام استمارة تحليل المضمون ل (٧٢) عدد من أعداد المجلة. وخلصت النتائج الى: استخدمت مجلة النصر عدة أساليب جديدة ومتطورة لإخراج صفحاتها وخاصة بأعداد المرحلة الثالثة، وكان أهمها أسلوب الإخراج الكتلي، والإخراج المختلط لإخراج الصفحات الداخلية، كما وظفت أسلوب التراكم الكلي أو الجزئي للصور، واستخدام الانفوجراف.

٢. دراسة (رحاب محمد أنور، ٢٠٢١)<sup>(٢)</sup> استهدفت الدراسة إلى تحليل الانفوجراف الذي ينشره المركز الإعلامي على الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء لدحض وتصحيح الشائعات للتعرف على الاستراتيجيات المستخدمة في نفيه للشائعات وأطر دحضه لها، خلال الأشهر الستة الأولى من عام ٢٠١٩ للوقوف على الدور الذي يقوم به المركز الإعلامي في هذا الصدد، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، باستخدام صحيفة تحليل المضمون على عينة مكونة من (٢٩١) إنفوجراف تابع للمركز الإعلامي على صفحة رئاسة مجلس الوزراء على "فيس بوك" من ١ يناير وحتى ٣٠ يونيو ٢٠١٩، وتوصلت الدراسة إلى: أن أكثر القطاعات التي استهدفت بالشائعات هي التعليم ثم الصحة ثم الاقتصاد ثم التموين. وأظهرت الدراسة اعتماد غالبية الإنفوجراف في دحض الشائعات على النفي الكامل لها، وكانت أبرز الإستراتيجيات المستخدمة في نفي الشائعات النفي مع تصحيح المعلومة المغلوطة.

٣. دراسة (سرى محمد خالد شطناوي، ٢٠١٩)<sup>(٣)</sup>: استهدفت الدراسة التعرف على درجة اهتمام المواقع الإلكترونية الأردنية بتوظيف الإنفوجرافيك، واعتمدت الدراسة على المنهج، وأداة تحليل المضمون، وذلك بواقع ٧٩ نموذج إنفوجرافيك، وتوصلت الدراسة إلى تركيز المواقع الإلكترونية محل الدراسة على الموضوعات السياسية في المقام الأول وذلك بنسبة حوالي ٢٤% يليها الموضوعات الاقتصادية بنسبة حوالي ١٩%، ويليهما الموضوعات الاجتماعية بنسبة حوالي ١٨%. وأوضحت الدراسة

اهتمام المواقع الإلكترونية عينة الدراسة بالعناصر المرئية باعتبارها أحد مكونات الانفوجرافيك وذلك بنسبة حوالي ٥١%، وركزت على الألوان بنسبة حوالي ٨١% وعلى الرموز التصويرية بنسبة حوالي ٥٨%.

٤. دراسة (هاني إبراهيم أحمد البطل، ٢٠١٩)<sup>(٤)</sup>. استهدفت الدراسة التعرف على مدى انقراطية الشباب الجامعي الجرافيكية والبيوغرافية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية الإلكترونية، واعتمدت عينة الدراسة على اختيار ثلاثة مواقع صحفية من أجل تصميم مقياس الانقراطية من النماذج الخاصة بالانفوجرافيك، واستخدمت الدراسة أسلوب العينة العمدية من الشباب الجامعي الذين يتعرضون للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية، وبلغ قوام العينة ٢٠٠ مفردة، باستخدام أداة المقابلة المقننة، وأشارت نتائج الدراسة إلى: وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات انقراطية الشباب الجامعي الجرافيكية والتبيوغرافية للانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية المصرية محل الدراسة، وذلك تبعا لنوع الانفوجرافيك.

٥. دراسة (سامح مصطفى حسان، ٢٠١٨)<sup>(٥)</sup>. استهدفت الدراسة التعرف على مدى فاعلية عناصر التصميم مثل الانفوجرافيك في المواقع الرياضية على الإنترنت، ومدى استعادة تلك المواقع من طريقة استعراض المعلومات وتحليل الصور، وتم استخدام المنهج التحليلي للمضمون الجرافيك، من غير التعرض للمضمون الإعلامي بها، وأشارت نتائج الدراسة إلى: عدم حرص المواقع الرياضية على استغلال كافة الإمكانيات المتوفرة للمواقع الإلكترونية. كما أكدت الدراسة على أن المواقع المصرية تستخدم الفيديو جراف بشكل غير مدروس، حيث تستخدم تلك المواقع الفيديو كليب والذي لا يعبر بصورة معلوماتية عن الحدث، بل يعد مجرد فيديو تسجيلي بغير وجود أي تعليقات مكتوبة.

٦. دراسة (Nur Cemelelioglu Altin, 2017)<sup>(٦)</sup>. استهدفت الدراسة التعرف على مدى فاعلية استخدام الانفوجرافيك في مواقع الأخبار، وخلصت نتائج الدراسة إلى: أن الانفوجرافيك يعد من أفضل السبل وأكثرها فاعلية لوصف المعلومات والأفكار، حيث تعمل المكونات البصرية على إدراك العقل البشري لها بشكل سهل

من أجل نقل المعلومات المرئية بشكل مبسط وفي وقت أقل من الشكل التقليدي. وأن عرض المعلومات والأفكار المعقدة عن طريق التمثيل البصري يساعد على الجمع بين المعرفة والتصميم الجيد، والذي يمكن الجمهور من التعلم البصري، حيث يعمل الإنفوجرافيك في توصيل الأخبار والمعلومات بشكل يسير إلى المستخدم، ويساعد على تحقيق المزيد من التفاعل مع تلك الصحف المستخدمة للإنفوجرافيك في إخراج مواقعها.

٧. دراسة (Julio Costa Pinto, 2017)<sup>(٧)</sup>. استهدفت الدراسة التعرف على مدى أهمية الاعتماد على الإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية، واعتمدت الدراسة الحالية على أداة تحليل المضمون، وخلصت الدراسة الحالية لعدد من النتائج تتمثل في الأهمية الكبيرة للإنفوجرافيك في إخراج الصحف الإلكترونية، وذلك بسبب دمج التقنيات الجديدة مع الاتجاهات البصرية المختلفة، حيث أكدت نتائج الدراسة على: أهمية استخدام الرسوم البيانية وغيرها من الرسومات والعناصر التي تفيد في إيصال المعلومة بشكل أكثر جاذبية، الأمر الذي جعل ذلك الاتجاه الحديث في الإخراج لاهتمام المجتمعات الأكثر تطورا باستخدامه في إخراج صحفها الإلكترونية.

٨. دراسة (Sandra Zwinger & Michael Zeiller, 2016)<sup>(٨)</sup>. استهدفت الدراسة التعرف على الاتجاه الحديث في استخدام الإنفوجرافيك في إخراج الصحف الإلكترونية في الصحف الألمانية، وتنتمي الدراسة الحالية للدراسات التحليلية، واعتمدت الدراسة الحالية على أداة تحليل المضمون لخمس صحف إلكترونية ألمانية، واعتمدت كذلك على منهج المسح، وخلصت الدراسة الحالية إلى: أن الإنفوجرافيك يتم استخدامه في الفترة الأخيرة بشكل متزايد وتصاعدي في الصحافة الإلكترونية الألمانية، خاصة وأنها تمثل أداة قوية في توصيل المعلومات وتذكرها. كما أكدت نتائج الدراسة على مدى تفاعل المستخدمين مع الإنفوجرافيك المعروض على الصحف الإلكترونية محل الدراسة. وأن استخدام الإنفوجرافيك لا يزال غير مألوف لدى القراء لكن نتيجته في التفاعل وتوصيل المعلومات كانت جيدة.

## المحور الثاني: الدراسات المرتبطة بتمثيل المعلومات وتذكر المعلومات بالصحف الإلكترونية.

١. دراسة (زينب عبد الوهاب صالح، ٢٠١٨)<sup>(٩)</sup>. استهدفت اختبار مدى تأثير أساليب إخراج العناصر التيبوغرافية التي تتمثل في النصوص والعناوين، وكذلك الجرافيكية التي تتمثل في الألوان والصور، وأثرها في تذكر الطلاب للمضمون الديني الذي يتم تقديمه على الصفحة الأولى بالصحف الدينية الإسلامية المصرية، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وتم تعريض أفراد العينة المقسمة لست مجموعات بواقع " ٣٠ مفردة في كل مجموعة للنماذج التجريبية بهدف قياس مدى تذكرهم للمضمون الديني، وأكدت الدراسة في نتائجها على: وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المجموعات التجريبية في مستوى التذكر، حيث أشارت نتائج الدراسة أن الخبر المنشور في الصحيفة مكتمل العناصر التي تتمثل في الألوان والنص والصورة، والذي كان من أكثر التصميمات تذكرا عند القراء.

٢. دراسة (محمد متولي عفيفي، ٢٠١٦)<sup>(١٠)</sup>. استهدفت الدراسة التعرف على أسلوب تصميم المعلومات في الصحف الرياضية الإلكترونية الأمريكية والعربية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال المنهج المقارن والأسلوب المسحي، باستخدام أداة الملاحظة والمقابلة الشخصية وتحليل المضمون للوصول لأهداف الدراسة، وخلصت الدراسة لعدد من النتائج كما يلي: توفر الصحف الرياضية الإلكترونية الأمريكية والعربية خدماتها الإخبارية عن طريق الوسائط المتعددة، وأشارت النتائج إلى استخدام الصحف الرياضية الإلكترونية الأمريكية والعربية تقنية الوسائط الفائقة. وتستخدم الصحف الرياضية الأمريكية النص الفائق الداخلي والخارجي، في حين تقدم الصحف الرياضية الإلكترونية العربية النص الفائق الداخلي فقط.

٣. دراسة (طه محمد طه بركات، ٢٠١٥)<sup>(١١)</sup>. استهدفت الكشف عن "تأثير متغيرات الصورة الصحفية على تذكر المضمون الصحفي، واعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي والمنهج المسحي، وتألفت عينة البحث من ٤٠٠ مفردة من سكان محافظة المنيا من فئة قراء الصحف، واعتمدت الدراسة الحالية في أدواتها على استمارة

الاستقصاء من أجل قياس الاعتقادات والاتجاهات والمعلومات لدي عينة الدراسة، وأكدت نتائج الدراسة على: أهمية الصور والرسوم في المساعدة على تذكر المضمون. وأكدت الدراسة على الدور المهم الذي تلعبه الصفحة الأولى في تدعيم التذكر للمضمون الصحفي.

### مشكلة الدراسة

تزداد كل يوم المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت ومع تلك الزيادة الكبيرة بات ضرورياً وضع منهجية وآلية لتمييز المواقع الجيدة عن تلك التي تعاني مشاكل تؤثر سلباً على رضا المستخدم عنها وبالتالي الانصراف عنها نظراً لأنها لم تحقق له يسر الاستخدام فلا يخفى علينا تضاعف أعداد مستخدمي مواقع الإنترنت في السنوات القليلة الماضية مما تحتم علينا وبقوة تناول مواقع الويب بالبحث والدراسة، وفي إطار ذلك فإن جميع محاولتنا لتطوير أدائنا الإعلامي لا بد أن تنطلق من تطوير الجانب التقني أولاً وهو الأمر الذي لا يتأتى إلا بالتحكم في التكنولوجيا خاصة ما تقدمه الإنترنت اليوم من خدمات وهو الأمر الذي يستلزم الاهتمام بالبحث الاعلامي ليس فقط بالتركيز على الأبحاث التقنية بل بالتركيز أيضاً على البحوث الإعلامية التي تتناول المواضيع التقنية ذات الصلة بالإعلام

فلقد أثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على العمل الصحفي إجمالاً وعلى عملية الإخراج خاصة، لما أفرزته من تقنيات وسائل مستحدثة في مجال التصميم والإخراج، وعلى مدار الأعوام الماضية حظيت دراسة تأثير تكنولوجيا الاتصال على العملية الصحفية باهتمام العديد من الباحثين من عدة جوانب ومداخل، وعلى صعيد الإخراج اهتم البعض بدراسة العناصر البنائية للصحف الإلكترونية، والبعض درس إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت ، وآخرون درسوا القائم بالاتصال "المصممون" على تلك الصحف.

تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في التعرف على الاتجاهات الحديثة التي يتم اتباعها لإخراج صحافة البيانات (الانفوجرافيك) في الصحف المصرية، وذلك من أجل التعرف على علاقتها بتذكر المعلومات لدي الشباب. خاصة وأن هناك اتجاه اليوم نحو الاعتماد



على القوالب والأشكال الإخراجية الحديثة من أجل زيادة قرائية الصحف من جهة، وزيادة تذكر المعلومات من جهة أخرى. ومن هنا تنطلق الدراسة الحالية من تساؤل رئيسي وهو:

ما مدى تأثير الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات (الانفوجرافيك) في الصحف المصرية على تذكر المعلومات لدى الشباب؟

### أهمية الدراسة

يمكن تحديد أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

1. تظهر أهمية الدراسة في ظل الاهتمام المتزايد باستخدام وتوظيف العناصر الحديثة في زيادة فاعلية وجذب المواد التي يتم عرضها على صفحات الصحف الإلكترونية، من أجل جذب المزيد من القراء من جهة، ولزيادة فاعلية توصيل المعلومات وتبسيطها من جهة أخرى.
2. وتتناول هذه الدراسة جانباً بحثياً يمثل إضافة إلى الدراسات التي تم إعدادها حول صحافة البيانات، وهو استخدامها لتذكر المعلومات؛ خاصة وأن غالبية الدراسات التي تم تطبيقها على صحافة البيانات ركزت بصورة كبيرة على دورها في زيادة قرائية الصحف سواء الإلكترونية أو الورقية، ولكن لم يتم قياس قدرتها على تثبيت المعلومات في أذهان القراء.
3. كذلك تتمثل أهمية الدراسة في التعرف على الخصائص التي تزيد من فاعلية صحافة البيانات في توظيف المعلومات بما يسهل تذكرها وفهمها، خاصة بين جيل الشباب الذي يلقي عناية خاصة من الباحثين في مختلف المجالات.
4. كما تتمثل أهمية الدراسة في التعرف على الأساليب الإخراجية الجديدة التي وظفتها الصحف الإلكترونية في عرض البيانات والمعلومات.

### أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في التعرف على الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات (الانفوجرافيك) في الصحف المصرية وعلاقتها بتذكر المعلومات لدى الشباب المصري.

### الإطار النظري للدراسة (نظرية تمثيل المعلومات):

تعد نظرية تمثيل المعلومات من أحداث النظريات الإعلامية والمعلوماتية والمعرفية، والتي تتصل بمجال علم النفس أكثر من ارتباطها بالدراسات الإعلامية<sup>(١٢)</sup>. حيث تم تطوير نظرية عامة من أجل معالجة المعلومات الاجتماعية منذ ٢٥ عامًا في محاولة لإظهار الظواهر المتنوعة التي حددتها أنا وآخرون في بحثها عن الإدراك الاجتماعي بعد عدة محاولات، ويستمر النموذج في توفير إطار نظري مفيد لصور عملية دمج المعلومات التي تحدث في مراحل مختلفة من الأداء المعرفي، بما في ذلك الفهم وتخزين الذاكرة واسترجاعها، والاستدلال، والحكم، وصنع القرار، وتوليد الانتاج. كما عملت الأبحاث الحديثة على تطوير صيغ أكثر تحديداً للتنظيم والتغيير العقائدي، وتشكيل انطباع الشخص، والمعالجة المزدوجة، وتفاعل المعالجة الموجهة مع الهدف واللاوعي من حيث العمليات المعرفية التي يحكمها النموذج العام لتمثيل المعلومات<sup>(١٣)</sup>.

#### وتتمثل فروض نظرية تمثيل المعلومات فيما يلي:

- تفترض نظرية تمثيل المعلومات أن الأفراد محصورون في البحث على قدر المعلومات التي يستطيعون معالجتها، ويهدف زيادة استخدام المعلومات.
- كما تفترض بأن الأفراد يقومون بتجميع معلومات صغيرة ليصبح عندهم كيان معلومات أكبر، كما يقومون بوضع أسس صناعة القرار، وذلك من خلال الاستعانة بما يعرفونه عن طريق الممارسة والتجربة، مما يجعل اتخاذ القرار أكثر سهولة وسرعة<sup>(١٤)</sup>.
- تفترض نظرية تمثيل المعلومات أن الذاكرة البشرية Memory، وأنظمتها التي تتسم بالتعقيد يرتبط فيها كل نظام للذاكرة بطريقة ترميز مختلفة عن غيره.
- كما تفترض نظرية تمثيل المعلومات أن الإنسان ممثل نشط للمعلومات Active Proccsors، وليسوا متلقين سلبيين فقط<sup>(١٥)</sup>.

وقد ظهرت نظرية تمثيل المعلومات نتيجة للكثير من الدراسات التي سعت إلى حل مشاكل الإنسان ومعالجة المعلومات، فعلى الرغم من أن نموذج CIP لم يتم تطويره بهدف دراسة السلوك السليم، لكن هنا تطبيقات مفيدة وواسعة في هذا الحقل، حيث إن المعلومات أداة شائعة للتعليم الصحيح، وعادة ما تكون أحد الأسس الرئيسية في اتخاذ

القرارات الصحيحة، وإن كان ذلك لا يقصد به أنها كافية بمفردها على إحداث تغيير في السلوك<sup>(١٦)</sup>.

ووفقا لنظرية تمثيل المعلومات فيقوم مستهلك المعلومات بمعالجتها من خلال الطرق التالية:

- تمثيل المعلومات كما تم إدراكها بصريا، أي كما وردت من حواس الانسان.
- تمثيل المعلومات وفقا للمعنى، وفيها يتم تمثيل معاني المثيرات المتعددة سواء كانت معلومات سمعية أو بصرية أو غيرها، وقد اندرجت من تمثيل المعاني طريقتها كما يلي:
  - تمثيل المعلومات تبعا لنماذج شبكات الترابطات، والذي يعبر عن شكل آخر لتمثيل المعاني والذي يتم عن طريق تخزين المعلومات تبعا لشبكة ترابطة من المعلومات، وذلك وفقا لمفاهيمها الرئيسية والعمل على تحديد العلاقة بين تلك المفاهيم.
  - تمثيل المعلومات عن طريق نماذج المخططات العقلية التي تسمى بالسكيما، ويمثل نموذج آخر لتمثيل المعاني تبعا لمخطط عقلي افتراضي، تنظم عن طريق معاني المعلومات بشكل مجرد<sup>(١٧)</sup>.

ويتم استخدام الصور البصرية والذهنية وفقا لنظرية تمثيل المعلومات من أجل تحقيق فوائد متنوعة كما يلي:

- يتم استخدام الصور الذهنية من أجل حل المشكلات والإجابة على الأسئلة التي تتسم بالتعقيد، والتي تطرح علينا مثل السؤال عن أيهم أكثر احمرارية حبة الكرز أم التفاح، أو عدد الشبابيك الموجودة في المنزل، ولحل تلك المشكلة فيتم تخيل صورة ذهنية لتلك الأشياء ومعاينتها من أجل الإجابة.

- يتم استخدام الصورة الذهنية من أجل التغلب على المشكلات غير المعرفية مثل التغلب على المشكلات النفسية مثل القلق والمخاوف المرضية، وذلك عن طريق ما يعرف بالرحلات العقلية والتمارين والاسترخاء.

- يتم استخدام الصورة الذهنية من قبل علماء الطب والهندسة والعلوم الرئيسية من أجل تصور التراكيب الممكنة العلمية للمخططات والمواد والتعرف على إيجابياتها

وسلبياتها قبل البدء في المشاريع التطبيقية والبحثية، أي إن بناء الصور الذهنية المركبة والتحكم بها وتوجيهها يكون أكثر صعوبة من الصورة العقلية البسيطة<sup>(١٨)</sup>. وتتشابه العديد من المبادئ التي تقف وراء حكم المستخدم واتخاذ القرارات مع تلك التي تم تحديدها في البحوث المتعلقة بمعالجة المعلومات الاجتماعية. ومع ذلك، تنشأ اعتبارات فريدة في تطبيقها. حيث تم تحديد ثمانية مبادئ عامة تشمل كلا المجالين تتمثل في ارتباطها بالكفاءة المعرفية، وإمكانية الوصول إلى المعرفة، والمثابرة، والوعي، ودور النظريات الضمنية، ومعايير الاتصال، وردود الفعل الذاتية، وتكامل المعلومات. ويتم مناقشة سلوك المستخدمين في مجموعة متنوعة من المجالات في إطار تلك المبادئ، مع التركيز على الفهم والتصنيف والتأثير المعرفي والتحفيزي لردود الفعل الذاتية وعمليات الاستدلال واتخاذ القرار<sup>(١٩)</sup>.

### تساؤلات الدراسة:

١. ما كثافة استخدام الشباب المصري للصحف الإلكترونية؟
٢. ما الموضوعات التي تحظى باهتمام الشباب المصري؟
٣. ما مدى اتجاهات الشباب المصري نحو توظيف الانفوجراف في الصحف الإلكترونية؟ وما تأثيره على تذكر المعلومات لديهم؟

### الإطار المنهجي للدراسة:

#### أولاً: نوع الدراسة:

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقفاً أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها.

#### ثانياً: منهج الدراسة

سوف تتبع الدراسة الحالية المنهج شبه التجريبي من أجل التطبيق على عينة من الشباب المصري للتعرف على العلاقة بين استخدام صحافة البيانات (الانفوجرافيك) على تذكر المعلومات.

## أداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة الحالية على استمارة الاستبيان التي تم اعدادها بما يتناسب مع موضوع الدراسة، ومراحل تطبيقها.

## مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يشتمل مجتمع الدراسة بوجهة عام على الشباب المصريين، فيما تمثلت عينة الدراسة في (٤٠٠) مفردة من الشباب المصري.

## مفاهيم الدراسة:

### الصحافة الإلكترونية:

تشير إلى العملية التي يتم خلالها نقل المادة الورقية المطبوعة على صفحات الجرائد والمجلات لأخرى إلكترونية يتم عرضها على مواقع الإنترنت<sup>(٢٠)</sup>.

والصحافة الإلكترونية تعبر عن إحدى أشكال النشر الإلكتروني " Electronic Publishing or E-Publishing" ويقصد بها استخدام وسائل التقنية الحديثة في بث أو إرسال أو استقبال أو نقل المعلومات المكتوبة، والمرئية، والمسموعة؛ سواء كانت نصوصاً، أو مشهد أو أصوات، أو صوراً ثابتة أو متحركة؛ لغرض التداول. فالصحافة الإلكترونية لها موقع إلكتروني ثابت، يقوم بتقديم خدمات النشر الصحفي على الشبكة، كما تصدر في مواعيد منتظمة أو غير منتظمة<sup>(٢١)</sup>.

### مفهوم الإنفوجرافيك:

فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق، وهو أسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة للقارئ<sup>(٢٢)</sup>. وهو أداة تعمل على توفر أداة قوية لتمثيل وتوصيل المعلومات المعقدة<sup>(٢٣)</sup>.

## نتائج الدراسة:

### ١- الخصائص الديموغرافية للشباب عينة الدراسة:

جدول (١) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

النوع	خصائص عينة الدراسة	ك	%
النوع	ذكر	٣٦	%٩
	أنثى	٣٦٤	%٩١
العمر	أقل من ٢٠ سنة	٣٥	%٨.٧٥
	من ٢٠ إلى أقل من ٢٥ سنة	١١٢	%٢٨.٠٠
	من ٢٥ إلى أقل من ٣٠ سنة	١٤٦	%٣٦.٥٠
	من ٣٠ إلى أقل من ٣٥ سنة	٤٧	%١١.٧٥
	35 سنة فيما أكثر	٦٠	%١٥.٠٠
المستوى التعليمي	متوسط	١١	%٢.٧٥
	جامعي	٢٦٠	%٦٥.٠٠
	دراسات عليا	١٢٩	%٣٢.٢٥
محل الإقامة	ريف	٦١	%١٥.٢٥
	حضر	٣٣٩	%٨٤.٧٥
مستوى منطقة السكن	راقية	١٣٩	%٣٤.٧٥
	متوسطة	٢٣٠	%٥٧.٥٠
	شعبية	٣١	%٧.٧٥
مستوى الدخل	أقل من ٢٠٠٠ جنية	١٣٢	%٣٣
	من ٢٠٠٠ - ٥٠٠٠ جنية	١١٩	%٢٩.٧٥
	أكثر من ٥٠٠٠ جنية	١٤٩	%٣٧.٢٥
السفر للخارج	نعم	١٣٦	%٣٤.٠٠
	لا	٢٦٤	%٦٦.٠٠
امتلاك سيارة	نعم	١٤٢	%٣٥.٥٠
	لا	٢٥٨	%٦٤.٥٠

يتضح أنه من حيث النوع جاءت أكبر نسبة من أفراد العينة (٩١%) إناث، بينما الأصغر نسبة هم الذكور بنسبة (٩%)، وأن العمر جاء متنوع بين الشباب عينة الدراسة غير أن أكبر نسبة من أفراد العينة أعمارهم تتراوح من ٢٥ إلى أقل من ٣٠ سنة بنسبة (٣٦.٥٠%)، يليهم من هم أعمارهم من ٢٠ إلى أقل من ٢٥ سنة بنسبة (٢٨%)، ويليهم من هم أعمارهم ٣٥ سنة فيما أكثر بنسبة (١٥%)، ويليهم من هم أعمارهم من ٣٠ إلى أقل من ٣٥ سنة بنسبة (١١.٧٥%)، بينما نجد أن الأصغر نسبة من هم أعمارهم أقل من ٢٠ سنة بنسبة (٨.٧٥%). أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي لعينة الدراسة فقد اتضح أن أكبر نسبة من أفراد العينة هم جامعي بنسبة (٦٥.٠٠%)، يليهم من هم دراسات عليا بنسبة (٣٢.٢٥%)، بينما نجد أن الأصغر نسبة هم متوسط بنسبة (٢.٧٥%). وعن محل الإقامة تبين أن أكبر نسبة من أفراد العينة هم حضر بنسبة (٨٤.٧٥%)، بينما نجد أن الأصغر نسبة هم ريف بنسبة (١٥.٢٥%). ومن حيث مستوى منطقة السكن فقد اتضح أن أكبر نسبة من أفراد العينة هم متوسطة بنسبة (٥٧.٥٠%)، يليهم راقية بنسبة (٣٤.٧٥%)، بينما نجد أن الأصغر نسبة هم شعبية بنسبة (٧.٧٥%). وعن مستوى الدخل تبين أن أكبر نسبة من أفراد العينة من هم دخلهم أكثر من ٥٠٠٠ جنية بنسبة (٣٧.٢٥%)، يليهم من هم دخلهم من ٢٠٠٠ - ٥٠٠٠ جنية بنسبة (٢٩.٧٥%)، يليهم من هم دخلهم أقل من ٢٠٠٠ جنية بنسبة (٢٧.٧٥%)، بينما نجد أن الأصغر نسبة من هم دخلهم بنسبة (٥.٢٥%)، بينما فيما يتعلق بالسفر للخارج تبين أن أكبر نسبة من أفراد العينة لم يسبق لها السفر للخارج بنسبة (٦٦%)، بينما نجد أن (٣٤%) سبق لهم السفر بالخارج، وعن امتلاك سيارة اتضح أن (٦٤.٥%) من عينة الدراسة ليس لديهم سيارات، بينما نجد أن (٣٥.٥%) يمتلكون سيارة. ومن خلال هذه النتائج نتبين أن هناك تنوع واضح في خصائص عينة الدراسة.

## ٢- مدى استخدام الصحف الإلكترونية المصرية:

جدول (٢) مدى استخدام الصحف الإلكترونية المصرية وفقاً لعينة الدراسة

ك	%	مدى استخدام الصحف الإلكترونية المصرية
٢٣٥	٥٨.٧٥%	أحياناً
٨٨	٢٢%	دائماً
٧٧	١٩.٢٥%	نادراً
٤٠٠	١٠٠%	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (٥٨,٧٥%) من إجمالي العينة تستخدم الصحف الإلكترونية المصرية "أحياناً"، تليها فئة المبحوثين الذين يستخدمون الصحف الإلكترونية المصرية بصفة "دائماً" فبلغت نسبتهم (٢٢%)، ثم نسبة (١٩,٢٥%) يستخدمون الصحف الإلكترونية المصرية بصفة نادرة.

ومن ذلك نلاحظ أن نسبة الذين يستخدمون الصحف الإلكترونية المصرية أحياناً تفوق كثيراً عن نسبة الذين يستخدمون باستمرار، وهذا يعنى أن الوسائل الأخرى تجذب المبحوثين (الموبيل - الإنترنت) كوسائل متاحة في أي وقت.

## ٣- معدل استخدام الصحف المصرية الإلكترونية أسبوعياً:

جدول (٣) عدد أيام استخدام الصحف المصرية الإلكترونية أسبوعياً وفقاً لعينة الدراسة

ك	%	عدد أيام الاستخدام
٦٢	١٥.٥٠%	يوم واحد في الأسبوع
٧١	١٧.٧٥%	من (2-3) أيام في الأسبوع
١٠	٢.٥٠%	من (4-6) أيام في الأسبوع
٢٠	٥%	جميع أيام الأسبوع
٢٣٧	٥٩.٢٥%	على حسب الظروف
٤٠٠	١٠٠%	الإجمالي



يتضح من بيانات جدول السابق: أن أكبر نسبة من أفراد العينة (٥٩,٢٥%) يستخدمون فيها الصحف المصرية الإلكترونية أسبوعياً (على حسب الظروف)، ثم جاء الخيار من (٣-٢) أيام في الأسبوع في المرتبة الثانية بنسبة (١٧,٧٥%)، وجاءت (يوم واحد في الأسبوع) في المرتبة الثالثة بنسبة (١٥,٥٠%)، وجاءت (جميع أيام الأسبوع) في المرتبة الرابعة بنسبة (٥,٠٠%)، وأخيراً جاءت من (٤-٦) أيام في الأسبوع في المرتبة الخامسة بنسبة (٢,٥٠%).

ومن هنا نلاحظ أن نسبة من يستخدمون الصحف المصرية الإلكترونية أسبوعياً (على حسب الظروف) أخذت المركز الأول وذلك بسبب أن عينة الدراسة غالبيتها من الشباب، كما أن غالبية الشباب أكدوا على أنهم يستخدمون الصحف المصرية الإلكترونية بواسطة الإنترنت والهاتف المحمول (الموبيل)، ويستخدمونها في الغالب في فترات فراغهم.

#### ٤- عدد الساعات التي يقضيها الشباب في استخدام الصحف الإلكترونية يومياً:

جدول (٤) عدد ساعات استخدام الصحف الإلكترونية يومياً

عدد ساعات الاستخدام	ك	%
من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات	٣١	٧.٧٥%
من ٣ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات	٥	١.٢٥%
أكثر من ٥ ساعات	٥	١.٢٥%
على حسب الظروف	١٨٤	٤٦%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

يقصد بعدد عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الصحف الإلكترونية يومياً، كما تم تقسيمها إلى خمس فئات تبدأ بأقل من ساعة وتنتهي بالخيار على حسب الظروف، وجاءت أكبر نسبة لأفراد العينة (٤٦%) ممن يستخدمون الصحف الإلكترونية يومياً (على حسب الظروف)، وجاءت (أقل من ساعة) في المرتبة الثانية بنسبة (٤٣,٧٥%)، وجاءت (من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات) في المرتبة الثالثة بنسبة (٧,٧٥%)،

وجاءت كل من (من ٣ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات - أكثر من ٥ ساعات) في المرتبة الرابعة متساويين في نسبتها بنسبة (١,٢٥%).

ويجدر الإشارة إلى أن مستخدمي الصحف الإلكترونية يومياً في هذه الدراسة هم الشباب أي أنهم يستخدمون الصحف المصرية الإلكترونية بواسطة الإنترنت والهاتف المحمول (الموبيل)، ويستخدمونها في الغالب في فترات فراغهم (إن أتيح لهم وقت فراغ).

#### ٥- ما القضايا التي تهتم بمتابعة أخبارها بكثرة؟

جدول (٤) القضايا التي تهتم بمتابعة أخبارها بكثرة

الترتيب	%	ك	القضايا
٩	%١٩	٧٦	القضايا التي تتعلق بالشؤون الخارجية
٤	%٣٤.٢٥	١٣٧	القضايا التي تتعلق بالشؤون الداخلية
١١	%١١.٥	٤٦	القضايا السياسية
١٠	%١٥.٢٥	٦١	القضايا الاقتصادية
٢	%٥٢	٢٠٨	القضايا الصحية
١	%٥٢.٥	٢١٠	القضايا الاجتماعية
٧	%٢٢	٨٨	القضايا الرياضية
١٠	%١٥.٢٥	٦١	القضايا البيئية
٨	%٢٠.٧٥	٨٣	القضايا الثقافية
٥	%٢٨	١١٢	القضايا التكنولوجية
٦	%٢٤.٧٥	٩٩	القضايا الفنية
٣	%٣٦.٥	١٤٦	القضايا الدينية

يتضح من الجدول السابق: أسفرت نتائج الاستبيان عن كون القضايا الاجتماعية جاءت في المرتبة الأولى التي يهتم الشباب بمتابعتها، تليها القضايا الصحية في المرتبة الثانية، بينما القضايا الدينية جاءت في المرتبة الثالثة، في حين جاءت القضايا التي تتعلق بالشؤون الداخلية في المرتبة الرابعة، تليها القضايا التكنولوجية في المرتبة

الخامسة، تليها القضايا الفنية في المرتبة السادسة، تليها القضايا الرياضية في المرتبة السابعة، تليها القضايا الثقافية في المرتبة الثامنة، تليها القضايا التي تتعلق بالشؤون الخارجية في المرتبة التاسعة، تليها القضايا الاقتصادية والبيئية في المرتبة العاشرة، وأخيراً القضايا السياسية في المرتبة الحادية عشر.

#### ٦- مواقع الصحف المصرية الإلكترونية التي يعتمد عليها الشباب في متابعة القضايا

جدول (٥) أكثر مواقع الصحف المصرية الإلكترونية استخداماً لدى عينة الدراسة

ك	%	أكثر مواقع الصحف المصرية الإلكترونية التي يتم الاعتماد عليها لمتابعة القضايا
27	6.75%	الأخبار
35	8.75%	الأهرام
5	1.25%	الجمهورية
41	10.25%	المصري اليوم
292	73.00%	اليوم السابع
400	100.00%	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أكبر نسبة من أفراد العينة (٧٣,٠٠%) أكثر مواقع الصحف المصرية الإلكترونية التي تعتمد عليها لمتابعة هذه القضايا (اليوم السابع)، ثم جاءت (المصري اليوم) في المرتبة الثانية بنسبة (١٠,٢٥%) ، وجاءت (الأهرام) في المرتبة الثالثة بنسبة (٨,٧٥%) ، وجاءت (الأخبار) في المرتبة الرابعة بنسبة (٦,٧٥%) ، وأخيراً جاءت (الجمهورية) في المرتبة الخامسة بنسبة (١,٢٥%).  
ومن هنا نلاحظ أن نسبة أكثر مواقع الصحف المصرية الإلكترونية التي تعتمد عليها لمتابعة هذه القضايا (اليوم السابع) أخذت المركز الأول وذلك بسبب أن عينة

الدراسة غالبيتها من الشباب، كما أن غالبية الشباب أكدوا علي أنهم يستخدمون مواقع الصحف المصرية الإلكترونية التي تعتمد عليها لمتابعة هذه القضايا (اليوم السابع)، ويستخدمونها في الغالب في فترات فراغهم.

٧- مدى تفضيل عينة الدراسة لقراءة الموضوعات التي تتضمن (أشكال توضيحية ورسوم بيانية وجداول أكثر من النصوص فقط):

جدول (٦) مدى تفضيل عينة الدراسة قراءة الموضوعات التي تتضمن (أشكال

توضيحية ورسوم بيانية وجداول أكثر من النصوص فقط

العبارات	ك	%
أحياناً	230	57.50%
دائماً	124	31.00%
نادراً	46	11.50%
الاجمالي	400	100.00%

يتضح من بيانات جدول رقم (٦) يتضح أن: (٥٧,٥٠%) من إجمالي العينة تفضل قراءة الموضوعات التي تتضمن (أشكال توضيحية ورسوم بيانية وجداول أكثر من النصوص فقط) أحياناً، تليها فئة المبحوثين الذين يفضلون قراءة الموضوعات التي تتضمن (أشكال توضيحية ورسوم بيانية وجداول أكثر من النصوص فقط) بصفة "دائماً" فبلغت نسبتهم (٣١,٠٠%)، ثم نسبة (١١,٥٠%) يفضلون قراءة الموضوعات التي تتضمن (أشكال توضيحية ورسوم بيانية وجداول أكثر من النصوص فقط) بصفة نادرة.

٨- أسباب تفضيل قراءة الموضوعات التي تتضمن (أشكال توضيحية ورسوم بيانية وجداول أكثر من النصوص فقط):

جدول (٧) أسباب تفضيل قراءة الموضوعات وفقاً للمستخدمين عينة الدراسة  
(ن = ٤٠٠)

ن	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	موافق		معارض		محايد		أسباب تفضيلك لقراءة الإنفوجرافيك
				%	ك	%	ك	%	ك	
٢	44.10	0.593	1.35	٧١.٧%	٢٨٧	٦.٣%	٢٥	٢٢%	٨٨	لأنها سهلة الفهم
٣	44.52	0.582	1.31	٧٥.٤%	٣٠٢	٦.٣%	٢٥	١٨.٣%	٧٣	لأنها أكثر جاذبية
٢	42.47	0.572	1.35	٧٠.٢%	٢٨١	٥%	٢٠	٢٧.٨%	٩٩	لأنها تسهل عملية تذكر المعلومات
٤	41.13	0.533	1.30	٧٤.٣%	٢٩٧	٣.٨%	١٥	٢٢%	٨٨	لأنها تبسط المعلومات
١	44.90	0.689	1.54	٥٧.٧%	٢٣١	١١.٣%	٤٥	٣١%	١٢٤	لأن بها ألوان أو عناصر تفاعلية

يتضح من خلال الجدول السابق أن: نسبة (٧١.٧٥%) من عينة الدراسة جاءت موافقة علي أسباب تفضيلك لقراءة الإنفوجرافيك " لأنها سهلة الفهم " ونسبة (٢٢.٠٠%) من المبحوثين قد جاءت محايدة ، بينما نسبة (٦.٢٥%) من الشباب جاءت معارضة علي تلك العبارة بمتوسط حسابي (١.٣٥) وانحراف معياري (٠.٥٩٣) ومعامل اختلاف (٤٤.١٠) وتقع العبارة " لأنها سهلة الفهم " في المرتبة الثالثة ، بينما نسبة (٧٥.٥٠%)

من الشباب عينة الدراسة قد أجابت "بالموافقة" علي عبارة " لأنها أكثر جاذبية " بينما نسبة (١٨.٢٥%) من المبحوثين عينة الدراسة قد جاءت محايدة ، بينما نسبة (٦.٢٥%) من الشباب جاءت معارضة علي تلك العبارة بمتوسط حسابي (١.٣١) وانحراف معياري (٠.٥٨٢) ومعامل اختلاف (٤٤.٥٢) وتقع العبارة " لأنها أكثر جاذبية " في المرتبة الرابعة، كما أن نسبة (٧٠.٢٥%) من الشباب عينة الدراسة قد جاءت موافقة علي عبارة " لأنها تسهل عملية تذكر المعلومات " وجاءت نسبة (٢٤.٧٥%) من عينة الدراسة محايدة علي تلك العبارة ، بينما أجابت نسبة (٥.٠٠%) من المبحوثين عينة الدراسة ب "معارضة" بمتوسط حسابي (١.٣٥) وانحراف معياري (٠.٥٧٢) ومعامل اختلاف (٤٢.٤٧) وتقع العبارة " لأنها تسهل عملية تذكر المعلومات " في المرتبة الثانية، كما أن نسبة (٧٤.٢٥%) من الشباب عينة الدراسة قد جاءت موافقة علي عبارة " لأنها تبسط المعلومات " وجاءت نسبة (٢٢.٠٠%) من عينة الدراسة محايدة علي تلك العبارة ، بينما أجابت نسبة (٣.٧٥%) من المبحوثين عينة الدراسة ب "معارضة" بمتوسط حسابي (١.٣٠) وانحراف معياري (٠.٥٣٣) ومعامل اختلاف (٤١.١٣) وتقع العبارة " لأنها تبسط المعلومات " في المرتبة الأولى، كما أن نسبة (٥٧.٧٥%) من الشباب عينة الدراسة قد جاءت موافقة علي عبارة " لأن بها ألوان أو عناصر تفاعلية " وجاءت نسبة (٣١.٠٠%) من عينة الدراسة محايدة علي تلك العبارة ، بينما أجابت نسبة (١١.٢٥%) من المبحوثين عينة الدراسة ب "معارضة" بمتوسط حسابي (١.٥٤) وانحراف معياري (٠.٦٨٩) ومعامل اختلاف (٤٤.٩٠) وتقع العبارة " لأن بها ألوان أو عناصر تفاعلية " في المرتبة الخامسة.

٩- الأسباب التي تجعل تصميم الإنفوجرافيك (الأشكال البيانية والخرائط .. الخ) أكثر جذباً:

جدول (١٠) الأسباب التي تجعل تصميم الإنفوجرافيك أكثر جذباً لدى عينة الدراسة

ن	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		بدرجة ضعيفة		الأسباب التي تجعل تصميم الإنفوجرافيك أكثر جذباً
				%	ك	%	ك	%	ك	
2	37.35	0.487	1.31	28.00%	112	70.75%	283	1.25%	5	جودة الكتابة وحيويتها
3	39.26	0.505	1.29	23.75%	95	73.75%	295	2.50%	10	سهولة المحتوى
1	36.09	0.436	1.21	18.25%	73	80.50%	322	1.25%	5	مرتبطة بالموضوع
5	41.00	0.648	1.58	40.50%	162	50.75%	203	8.75%	35	تضيف جوانب جديدة للموضوع
8	43.11	0.710	1.65	37.25%	149	49.00%	196	13.75%	55	لا توجد بها معلومات كثيرة
7	42.90	0.633	1.48	32.50%	130	60.00%	240	7.50%	30	بها ألوان جذابة
9	44.55	0.672	1.51	30.75%	123	59.25%	237	10.00%	40	اعتمادها على اللغة العربية
6	42.76	0.608	1.42	29.75%	119	64.00%	256	6.25%	25	أن تكون تفاعلية) بها فيديو - عناصر متحركة
4	40.69	0.553	1.36	28.50%	114	67.75%	271	3.75%	15	موضعه بالنسبة للخبر

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة (٧٠.٧٥%) من عينة الدراسة جاءت بدرجة

كبيرة علي الأسباب التي تجعل تصميم الإنفوجرافيك أكثر جذباً "جودة الكتابة وحيويتها"

ونسبة (٢٨.٠٠%) من المبحوثين قد جاءت بدرجة متوسطة، بينما نسبة (١.٢٥%) من الشباب جاءت بدرجة ضعيفة علي تلك العبارة بمتوسط حسابي (١.٣١) وانحراف معياري (٠.٤٨٧) ومعامل اختلاف (٣٧.٣٥) وتقع العبارة " جودة الكتابة وحيويتها " في المرتبة الثانية ، بينما نسبة (٧٣.٧٥%) من الشباب عينة الدراسة قد أجابت "بدرجة كبيرة " علي عبارة " سهولة المحتوى " بينما نسبة (٢٣.٧٥%) من المبحوثين عينة الدراسة قد جاءت بدرجة متوسطة ، بينما نسبة (٢.٥٠%) من الشباب جاءت بدرجة ضعيفة علي تلك العبارة بمتوسط حسابي (١.٢٩) وانحراف معياري (٠.٥٠٥) ومعامل اختلاف (٣٩.٢٦) وتقع العبارة " سهولة المحتوى " في المرتبة الثالثة، كما أن نسبة (٨٠.٥٠%) من الشباب عينة الدراسة قد جاءت بدرجة كبيرة علي عبارة "مرتبطة بالموضوع " وجاءت نسبة (١٨.٢٥%) من عينة الدراسة بدرجة متوسطة علي تلك العبارة ، بينما أجابت نسبة (١.٢٥%) من المبحوثين عينة الدراسة ب "درجة ضعيفة " بمتوسط حسابي (١.٢١) وانحراف معياري (٠.٤٣٦) ومعامل اختلاف (٣٦.٠٩) وتقع العبارة " مرتبطة بالموضوع " في المرتبة الأولى، كما أن نسبة (٥٠.٧٥%) من الشباب عينة الدراسة قد جاءت بدرجة كبيرة علي عبارة " تضيف جوانب جديدة للموضوع " وجاءت نسبة (٤٠.٥٠%) من عينة الدراسة بدرجة متوسطة علي تلك العبارة ، بينما أجابت نسبة (٨.٧٥%) من المبحوثين عينة الدراسة ب "درجة ضعيفة " بمتوسط حسابي (١.٥٨) وانحراف معياري (٠.٦٤٨) ومعامل اختلاف (٤١.٠٠) وتقع العبارة " تضيف جوانب جديدة للموضوع " في المرتبة الخامسة.

كما أن نسبة (٦٠.٠٠%) من الشباب عينة الدراسة قد جاءت بدرجة كبيرة علي عبارة " بها ألوان جذابة " وجاءت نسبة (٣٢.٥٠%) من عينة الدراسة بدرجة متوسطة علي تلك العبارة ، بينما أجابت نسبة (٧.٥٠%) من المبحوثين عينة الدراسة ب "درجة ضعيفة " بمتوسط حسابي (١.٤٨) وانحراف معياري (٠.٦٣٣) ومعامل اختلاف (٤٢.٩٠) وتقع العبارة " بها ألوان جذابة " في المرتبة السابعة، كما أن نسبة (٥٩.٢٥%) من الشباب عينة الدراسة قد جاءت بدرجة كبيرة علي عبارة " اعتمادها على اللغة العربية " وجاءت نسبة (٣٠.٧٥%) من عينة الدراسة بدرجة متوسطة علي



تلك العبارة ، بينما أجابت نسبة (١٠.٠٠%) من المبحوثين عينة الدراسة ب "درجة ضعيفة " بمتوسط حسابي (١.٥١) وانحراف معياري (٠.٦٧٢) ومعامل اختلاف (٤٤.٥٥) وتقع العبارة " اعتمادها على اللغة العربية " في المرتبة التاسعة، كما أن نسبة (٦٤.٠٠%) من الشباب عينة الدراسة قد جاءت بدرجة كبيرة علي عبارة " أن تكون تفاعلية (بها فيديو- عناصر متحركة)" وجاءت نسبة (٢٩.٧٥% ) من عينة الدراسة بدرجة متوسطة علي تلك العبارة ، بينما أجابت نسبة (٦.٢٥%) من المبحوثين عينة الدراسة ب "درجة ضعيفة " بمتوسط حسابي (١.٤٢) وانحراف معياري (٠.٦٠٨) ومعامل اختلاف (٤٢.٧٦) وتقع العبارة " أن تكون تفاعلية (بها فيديو- عناصر متحركة)" في المرتبة السادسة، كما أن نسبة (٦٧.٧٥%) من الشباب عينة الدراسة قد جاءت بدرجة كبيرة علي عبارة " موضعه بالنسبة للخبر " وجاءت نسبة (٢٨.٥٠% ) من عينة الدراسة بدرجة متوسطة علي تلك العبارة ، بينما أجابت نسبة (٣.٧٥%) من المبحوثين عينة الدراسة ب "درجة ضعيفة " بمتوسط حسابي (١.٣٦) وانحراف معياري (٠.٥٥٣) ومعامل اختلاف (٤٠.٦٩) وتقع العبارة " موضعه بالنسبة للخبر " في المرتبة الرابعة.

١٠- مدى مساهمة توظيف الصحف المصرية الإلكترونية للإنفوجرافيك في تذكر المعلومات:

جدول (١٢) مدى مساهمة توظيف الصحف المصرية الإلكترونية للإنفوجرافيك في تذكر المعلومات

%	ك		
44.25%	177	بدرجة قوية	مدى مساهمة توظيف الصحف المصرية الإلكترونية للإنفوجرافيك في تذكر المعلومات؟
50.75%	203	بدرجة متوسطة	
5.00%	20	بدرجة ضعيفة	
100.00%	400	الاجمالي	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أكبر نسبة من أفراد العينة (٥٠,٧٥%) مساهمة توظيف الصحف المصرية الإلكترونية للإنفوجرافيك في تذكر المعلومات (بدرجة متوسطة)، ثم جاءت (بدرجة قوية) في المرتبة الثانية بنسبة (٤٤,٢٥%)، وجاءت (بدرجة ضعيفة) في المرتبة الثالثة بنسبة (٥,٠٠%).

#### ١١ - اتجاهات عينة الدراسة نحو الإنفوجراف

جدول (١٣) اتجاهات عينة الدراسة نحو الإنفوجراف

ت	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الخبر		الإنفوجراف		
				%	ك	%	ك	
5.5	35.24	0.455	1.29	29.25%	117	70.75%	283	سهل الفهم
1.5	34.93	0.442	1.27	26.50%	106	73.50%	294	جذاب
1.5	34.93	0.442	1.27	26.50%	106	73.50%	294	يمكن تذكره بسهولة
7	35.40	0.471	1.33	33.00%	132	67.00%	268	يمكن أن أقرأه مره أخرى
3.5	35.09	0.448	1.28	27.75%	111	72.25%	289	مريح للعين
5.5	35.24	0.455	1.29	29.25%	117	70.75%	283	يمكن أن استرجع أي معلومة به من ذاكرتي
3.5	35.09	0.448	1.28	27.75%	111	72.25%	289	تمكنت من الوصول للمعلومة بسهولة أكثر

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة (٧٠.٧٥%) من عينة الدراسة جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورة الإنفوجراف لانه " سهل الفهم " ونسبة (٢٩.٢٥%) من

المبجوثين قد جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورته المقروءة بمتوسط حسابي (١.٢٩) وانحراف معياري (٠.٤٥٥) ومعامل اختلاف (٣٥.٢٤) وتقع العبارة " سهل الفهم " في المرتبة الخامسة. ونسبة (٧٣.٥٠%) من عينة الدراسة جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورة الانفوجراف لأنه " جذاب " ونسبة (٢٦.٥٠%) من المبجوثين قد جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورته المقروءة بمتوسط حسابي (١.٢٧) وانحراف معياري (٠.٤٤٢) ومعامل اختلاف (٣٤.٩٣) وتقع العبارة " جذاب " في المرتبة الثانية، وأن نسبة (٧٣.٥٠%) من عينة الدراسة جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورة الانفوجراف لأنه " يمكن تذكره بسهولة " ونسبة (٢٦.٥٠%) من المبجوثين قد جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورته المقروءة بمتوسط حسابي (١.٢٧) وانحراف معياري (٠.٤٤٢) ومعامل اختلاف (٣٤.٩٣) وتقع العبارة " يمكن تذكره بسهولة " في المرتبة الثانية أيضاً. كذلك اتضح أن نسبة (٦٧%) من عينة الدراسة جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورة الانفوجراف لأنه " يمكن أن أقرأه مره أخرى " ونسبة (٣٣%) من المبجوثين قد جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورته المقروءة بمتوسط حسابي (١.٣٣) وانحراف معياري (٠.٤٧١) ومعامل اختلاف (٣٥.٤٠) وتقع العبارة " يمكن أن أقرأه مره أخرى " في المرتبة السابعة، وأن نسبة (٧٢.٢٥%) من عينة الدراسة جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورة الانفوجراف لأنه " مريح للعين " ونسبة (٢٧.٧٥%) من المبجوثين قد جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورته المقروءة بمتوسط حسابي (١.٢٨) وانحراف معياري (٠.٤٤٨) ومعامل اختلاف (٣٥.٠٩) وتقع العبارة " مريح للعين " في المرتبة الثالثة.

بينما نسبة (٧٠.٧٥%) من عينة الدراسة جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورة الانفوجراف لأنه " يمكن أن استرجع أي معلومة به من ذاكرتي " ونسبة (٢٩.٢٥%) من المبجوثين قد جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورته المقروءة بمتوسط حسابي (١.٢٩) وانحراف معياري (٠.٤٥٥) ومعامل اختلاف (٣٥.٢٤) وتقع العبارة " يمكن أن استرجع أي معلومة به من ذاكرتي " في المرتبة الخامسة أيضاً. وأن نسبة (٧٢.٢٥%) من عينة الدراسة جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورة الانفوجراف لأنه " تمكنت من الوصول للمعلومة بسهولة أكثر " ونسبة (٢٧.٧٥%) من المبجوثين قد جاءت موافقة على قراءة الخبر بصورته المقروءة بمتوسط حسابي (١.٢٨)

وانحراف معياري (٠.٤٤٨) ومعامل اختلاف (٣٥.٠٩) وتقع العبارة " تمكنت من الوصول للمعلومة بسهولة أكثر " في المرتبة الثالثة ايضاً.

### التوصيات:

١. من خلال النتائج السابقة توصي الدراسة بأهمية الاعتماد على الإنفوجراف كوسيط اخراجي مناسب للصحف الإلكترونية وحتى الورقية؛ خاصة وأنه يسهم في تلخيص المعلومات بصورة تسهم في تذكرها.
٢. كذلك توصي الدراسة بالاعتماد على أنماط مختلفة من الانفوجراف بما يسهم في زيادة جذب الشباب لمتابعة القضايا المختلفة؛ خاصة وأن الدراسات أوضحت تأثير الجانب البصري على قارئيه الصحف وتذكر المعلومات.
٣. كذلك من الضروري أن يتم توظيف الإنفوجراف في القضايا التي يجد الأفراد معاناة في فهم محتواها وتذكر المعلومات الخاصة بها، خاصة الموضوعات التي تتضمن تسلسل زمني في الأحداث أو الكثير من المعلومات حيس يسهم الانفوجراف في تذكر المعلومات بسهولة وتيسير عملية الفهم لدى الأفراد خاصة المراهقين والشباب.

### قائمة المراجع

- ١ سامي عبدالله، التطور الإخراجي للصحف العسكرية المصرية دراسة حالة على "مجلة النصر" في الفترة من "٢٠١٠:٢٠١٥" مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، ٢٠٢٢، ع٣٤٤.
- ٢ رحاب محمد أنور، توظيف الإنفوجراف الرسمي على مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة الشائعات، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، ٢٠٢١، ع٢١٤.
- ٣ سرى محمد خالد شطناوي، توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية للصحف الأردنية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة للمواقع الإلكترونية للرأي والغد والسبيل، رسالة ماجستير منشورة، (جامعة اليرموك: كلية الإعلام، ٢٠١٩).

- ٤ هاني إبراهيم أحمد البطل، انقراضية الانفوجرافيك في المواقع الصحفية لدى الشباب الجامعي، *مجلة البحوث الإعلامية*، ٢٠١٩، ٥١٤، ج ١.
- ٥ سامح مصطفى حسان، تصميم المواقع الإلكترونية الرياضية المصرية، *مجلة العمارة والفنون*، جامعة حلوان، ٢٠١٨، ع ١٠.
- 6 Nur Cemelelioglu Altin, Use of Interactive Infographics in News Sites, **Scholars Journal of Arts, Humanities and Social Sciences**, 2017, Vol.5.
- 7 Julio Costa Pinto, The Relevance of Digital Infographics in Online Newspapers, *European Scientific Journal*, 2017, p. 1857- 7431.
- 8 Sandra Zwinger and Michael Zeiller, Interactive Infographics in German Online Newspapers, 2016, Vol. 17.
- ٩ زينب عبد الوهاب صالح، تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الدينية الإسلامية المصرية على تذكر المعلومات الدينية في إطار نظرية تمثيل المعلومات، رسالة ماجستير (جامعة المنيا: منشورة، كلية الآداب، ٢٠١٨).
- ١٠ محمد متولي عفيفي، تصميم المعلومات وتصنيف المواد الإخبارية في الصحف الرياضية الإلكترونية: دراسة مقارنة، بحث منشور بالمجلة العلمية للبحوث والدراسات في التربية الرياضية، جامعة بورسعيد، ٢٠١٦، ع ٣٢.
- ١١ طه محمد طه بركات، تأثير متغيرات الصورة الصحفية على تذكر المضمون الصحفي، بحث منشور بالمجلة المصرية للدراسات المتخصصة، ٢٠١٥، ع ١١.
- ١٢ إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، مصطلحات عصر العولمة، (الإمارات: دار كتاب للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧)، ص ١٩٥.
- 13 Jr. Robert S. Wyer, A theory of social information processing, 2012, p. 156. Available at:  
[https://www.researchgate.net/publication/292221854\\_A\\_theory\\_of\\_social\\_information\\_processing](https://www.researchgate.net/publication/292221854_A_theory_of_social_information_processing)

- ١٤ سامي السيد عبد العزيز مصطفى، التسويق الاجتماعي والسياسي. منطلقات نظرية وتطبيقات محلية وعالمية، (القاهرة: دار نهضة مصر للنشر والتوزيع، ٢٠١٣)، ص١٠٨
- ١٥ إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، مصطلحات عصر العولمة، مرجع سابق، ص١٩٥.
- ١٦ سامي السيد عبد العزيز مصطفى، التسويق الاجتماعي والسياسي. منطلقات نظرية وتطبيقات محلية وعالمية، مرجع سابق، ص ١٠٨.
- ١٧ فرحان الياصجين، الاتجاه المعرفي بين النظرية والتطبيق، (عمان: دار المنهل للنشر والتوزيع، ٢٠١٧)، ص٣١.
- ١٨ فرحان الياصجين، الاتجاه المعرفي بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص٣١.
- 19 Frank R. Kardes and Robert S. Wyer Jr. Consumer Information Processing, The Oxford Handbook of Social Cognition, 2013, available at: <https://psycnet.apa.org/record/2013-34444-039>
- ٢٠ عبد الباسط أحمد هاشم شاهين، "التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية"، (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص٨٥-٨٦.
- ٢١ محمد يونس، "الصحافة الورقية والإلكترونية في دول الخليج العربي: النشأة والتطور"، ط١، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٤)، ص٢٦٧-٢٦٨.
- ٢٢ عمرو العراقي، صحافة البيانات: خطوات جمع وتحليل البيانات وتصميم الإنفوجرافيك، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦)، ص١٥.
- 23 Sandra Zwinger and Michael Zeiller, Interactive Infographics in German Online Newspapers, [opc.it](http://opc.it), p.54.