

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة: أ د / محمد المحرصاوي

رئيس التحرير: أ د / غانم السعيد

أ د / محمود الصاوي

أ د / عرفه عامر

د / عبد العظيم خضر

نواب رئيس التحرير:

د / محمد عبد الحميد

مدير التحرير:

د / رمضان إبراهيم

سكرتير التحرير:

توجه المراسلات باسم سكرتير التحرير على العنوان الآتي:

القاهرة: مدينة نصر - كلية الإعلام - جامعة الأزهر

المراسلات:

<https://jsb.journals.ekb.eg>

أو على الموقع الإلكتروني للمجلة:

المراجعة والتدقيق اللغوي: م م / مصطفى عبد الحي - م م / سامح البدي

العدد الحادي والخمسون (الجزء الأول): جمادى الأولى ١٤٤٠ هـ - يناير ٢٠١٩ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية : ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ١١١٠-٩٢٩٧

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفق القواعد الآتية:

- تقبل البحوث للنشر باللغتين العربية والانجليزية.
- تنشر المجلة بحوث معاوني هيئة التدريس كمتطلب للحصول على درجتي الماجستير والدكتوراه.
- تنشر المجلة المقالات العلمية لأعضاء هيئة التدريس بدرجة أستاذ.
- يعتمد النشر على تحكيم اثنين من أساتذة الإعلام في التخصص الدقيق الذي يندرج تحته البحث لتحديد مدى صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مكان آخر.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر ونسخة على C D ، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر .
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية

-
-
-
- أد/ علي عجوة
- أد/ حمدي حسن
- أد/ محمد معوض
- أد/ محمود يوسف
- أد/ نجوى كامل
- أد/ مرعي مذكور
- أد/ جمال النجار
- أد/ حسن على
- أد/ سامي الشريف
- أد/ شريف اللبان
- أد/ عبد الصبور فاضل
- أد/ خالد صلاح الدين
- أد/ عرفة عامر
- أد/ حنان جنيد
- أد/ سلوى العوادلي
- أد/ عبد الرحيم درويش
- أد/ رزق سعد عبد المعطي
- أد/ محمود عبد العاطي
-

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

الإعلام والإرهاب .. جدلية العلاقة وضوابط المعالجة
أ.د. محمود الصاوي د. محمد الحداد

فاعلية بنية محتوى البوابات الإلكترونية في المؤسسات
الأكاديمية ومدى تطبيقها لمعايير الجودة العالمية
د. علي حمودة د. محمد حسنى

أطر معالجة المواقع الإخبارية لأداء مجلس النواب المصري
د. إبراهيم التوام

انقرائية الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب
الجامعى د. هاني البطل

التفاعل الاجتماعي في الفضاء السيبراني وانعكاسه على القيم
والعلاقات الأسرية د/ اسعيداني سلامي .. وآخرون

واقع دراسات استخدامات الإعلام التربوي وتأثيراته في العملية التعليمية
د/ سماح الزمزمى

بحوث تطبيقات الشبكات الاجتماعية في الصين .. دراسة نوعية
لدراسات تطبيق wechat د. سعد بن عبدالله الراشد

اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو تطبيق المنصات التعليمية
الإلكترونية في التدريس (منصة إدمودو Edmodo نموذجاً)
د/ شيرين البحيري

▪ الاتصال التفاعلي لممارسي العلاقات العامة عبر الإنترنت

٢٨٩

أ/ رضا فولى عثمان

▪ اتجاهات النخب السعودية نحو التغطية الإعلامية في قناة الإخبارية
أ/ فيحان البقمي

٣٢٧

▪ استخدامات الإعلام الجديد في توعية الطلاب بمخاطر

٣٥٩

التطرف الفكري
أسعيد القحطاني

انقرائية الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى

الشباب الجامعي

إعداد

د. هاني إبراهيم أحمد البطل

أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية

جامعة بورسعيد

ملخص

تهدف الدراسة الى التعرف على مدى انقرائية الشباب الجامعي البيوغرافية والجغرافية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية الالكترونية المصرية، تسعى الدراسة الى محاولة الإجابة على عدد من التساؤلات والفروض منها توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي البيوغرافية والجغرافية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة. كما اختار الباحث ثلاثة مواقع صحفية مصرية لتصميم مقياس الانقرائية من نماذج الانفوجرافيك التي تستخدمها وهي : موقع البوابة نيوز ، موقع مبتدا ، موقع اليوم السابع .واعتمدت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي يتعرضون للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية ،وبلغ حجم العينة ٢٠٠ مفردة هذا وقد استخدم الباحث أداة المقابلة المقننة وذلك لجمع البيانات الخاصة بالدراسة ، وقد توصلت الدراسة الى العديد من النتائج منها وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات انقرائية الشباب الجامعي التبيوغرافية والجغرافية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقا لنوع الانفوجرافيك.

Summary

Hany Ibrahim Ahmed El-Batal

Assistant Professor of journalism- Educational media department -Faculty of Specific Education - Port Said University

The study aims at identifying the extent of the topographic and graphic readability of the infographic in the Egyptian electronic newspapers websites among university students. Moreover, the study aims to answer a number of questions and hypotheses such as there is statistical significant differences between students' topographic and graphic readability of the infographic. The researcher chose three Egyptian newspapers websites namely; Al-Bawaba News, Al-Mabtada, and the seventh day, in order to design the extruding scale of the readability through the infographic models used by them. The study relied on a purposive sample of university youth (N= ٢٠٠ students) who exposed to the infographic in these newspapers websites in which data collected through structured questionnaire. The study reflects several significant differences between the means of university students' topographic and graphic readability of the infographic according to its type

تأثرت الصحافة على مدار تاريخها بالكثير من الظواهر والتطورات التي غيرت كثيرًا من شكل ومضمون الممارسات الصحفية، ومع ظهور الصحافة الإلكترونية بدأ عصر جديد في مجال التحرير والإخراج الصحفي للعناصر التيبوغرافية والجغرافية المختلفة، أيضًا صاحب هذا التطور اختلاف طبيعة القارئ ونمط تعرضه للصحف فاصبح يريد ان يتلقى المعلومة بشكل موجز ومختصر، فأصبحت الرسوم والاشكال والصور واستخدام نصًا أقل أكثرًا جذبًا للقارئ نظرًا لقدرتها على تبسيط المعلومات خاصة انها تتطلب وقتًا اقل لاستيعابها وربما تحليلها واستنتاج علاقات ودلائل لا يمكن للنص بمفرده توضيحها، وهنا ظهرت فاعلية ما يسمى بصحافة الانفوجرافيك والتي انتشرت في الآونة الأخيرة بالمواقع الصحفية كمحاولة لجذب القارئ عن طريق تقديم المعلومات باستخدام الرسوم البيانية والاشكال البصرية لتسهيل الفهم والاستيعاب لدى القارئ، وأشارت الدراسات إلى أنه من أسباب لجوء المواقع الإخبارية إلى الانفوجرافيك هو عزوف البعض عنها نظرًا لما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من تغطية سريعة وسهلة لما يرغبون فيه من الأخبار فبدأت هذه المواقع في استخدام الانفوجرافيك كمحاولة منها لجذب الجمهور إليها.⁽¹⁾

وفي ظل ثورة المعلومات نجد أن النص لم يعد كفيلا وحده بإيصال المعلومة للجمهور، فأصبحت الرسوم والأشكال هي الأكثر جذبًا نظرًا لقدرتها على تبسيط المعلومة وعلى الرغم من استخدام الصحف الورقية للانفوجرافيك قبل انتشارها في المواقع الإلكترونية إلا أن تأثيرها ظهر بشكل اكبر مع لجوء أغلب المواقع الصحفية إلى الانفوجرافيك في محاولة لجذب القارئ، وخاصة في التغطيات الصحفية للأحداث الكبرى كتغطية الانتخابات على سبيل المثال، أو في المقارنة بين زمنين مختلفين، أو في تغطية حدث رياضي وغيرها.⁽²⁾ وبما أن إمكانيات المواقع الصحفية في تصميم الانفوجرافيك بأشكال مختلفة وتقنيات متعددة لا توفرها الصحف المطبوعة، أتاحت للقارئ متابعة الانفوجرافيك من خلالها، وبالتالي ضمنت المواقع الصحفية نسب متابعة عالية وخاصة في الأحداث الكبرى. ومن هنا نجد أنفسنا أمام شكل جديد من الصحافة بدأ ينتشر بشكل ملحوظ في المواقع الصحفية وان اختلفت درجة الاهتمام به من موقع إلى آخر، ولكن تبقى صحافة الانفوجرافيك نوع من الصحافة يتميز بقدرته على جذب عدد كبير من القراء من خلال تبسيط المعلومات والأرقام والاحصائيات وتقديمها في أشكال بصرية كما أكدت الدراسات زيادة اقبال الجمهور على صحافة الانفوجرافيك كنمط مستحدث وتفضيلهم لها عن المادة المكتوبة لادراكهم لطبيعة الدور الذي تقوم به صحافة الانفوجرافيك مما يعنى زيادة أعداد القراء والمتابعين للانفوجراف في الصحف الإلكترونية وخاصة أن صحافة الانفوجرافيك تلائم جمهور الشباب من

حيث سرعة استيعاب وفهم المعلومة دون الحاجة إلى قراءة متعمقه للموضوعات. (٣) وبدأت تستخدم مجموعة من البرامج في تصميم الانفوجرافيك مثل الفوتوشوب photoshop، برنامج الاليستراتور illustrator وذلك للانفوجرافيك الثابت، وبرنامج الافتراكت aftereffect، الموشن Apple motion، للانفوجرافيك المتحرك.

ولم يعد الامر ان يكون الانفوجرافيك جزء من الموقع الصحفي بل ظهرت مواقع متخصصة فقط في الانفوجرافيك مثل موقع تجسيد، موقع بياناتي، موقع انفوجرافيك عربي لذا سعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على انقرائية الشباب الجامعي لهذا النمط من خلال رصد تفضيلاته الاخراجية سواء للعناصر التيبوغرافية أو الجرافيكية المستخدمة في صحافة الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.

الدراسات السابقة

أولا الدراسات العربية

١. دراسة عبير محمد سليم (٢٠١٨) (٤) حول "استخدام المواقع الالكترونية الفلسطينية للانفوجرافيك " هدفت إلى التعرف على درجة اهتمام المواقع الفلسطينية الالكترونية بفن الانفوجرافيك وأهم مجالات استخدامه اضافة إلى أهم العناصر المكونة لفن الانفوجرافيك هذا بجانب التعرف على أهم القضايا التي يطرحها الانفوجرافيك، اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة مستخدمه اداة تحليل المضمون في جمع المعلومات من عينة بلغ قوامها (٩٣) مفردة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أبرزها اهتمام مواقع الدراسة باستخدام الانفوجرافيك بدرجات متفاوتة، كما تنوعت القضايا التي يطرحها الانفوجرافيك، كما اعتمدت المواقع على الانفوجرافيك الثابت أكثر من المتحرك.

٢. دراسة محمد جمال عبد المقصود (٢٠١٨) (٥) حول " دور التصميم الانفوجرافيكية لتبسيط الرسالة الاعلامية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفه للجمهور "سعت الدراسة إلى دراسة متعمقة لعلم الانفوجرافيك بالصورة التي توضح اهميته ومدى اسهامه في تسهيل قراءة المعلومة لبعض فئات الجمهور، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وقد توصلت الدراسة إلى وضع تأطير نظري للانفوجرافيك وفي جزء اخر من الدراسة قام بتحليل بعض نماذج الانفوجرافيك لتحديد اهم الايجابيات والسلبيات بها.وقد حددت الدراسة مجموعة من الاعتبارات الاساسية الخاصة بنجاح الانفوجرافيك منها الاهتمام بالعناصر التيبوغرافية والجرافيكية، الايقونات ودلالاتها، الفراغات والمساحات.

٣. دراسة دينا طارق محمود (٢٠١٨) (٦) بعنوان "محددات توظيف صحافة البيانات في المواقع الاخبارية المصرية والعالمية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال" تسعى الدراسة إلى رسم الملامح العامة لتوظيف صحافة البيانات في المواقع الاخبارية المصرية

والعالمية والدور الذي يلعبه الانفوجراف في تسهيل فهم القصة الصحفية وماتحتويه من أرقام، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية مستخدمه منهج المسح الاعلامي، المنهج المقارن واعتمدت على أداتي تحليل المضمون والمقابلة المفتوحة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة كما اعتمدت الباحثة على اسلوب الحصر الشامل لجميع موضوعات صحافة البيانات في أربعة مواقع اخبارية وهم (الوطن، المصري اليوم، الجارديان، نيويورك تايمز) خلال عام ٢٠١٥. كما طبقت الدراسة الميدانية على عينة من العاملين والخبراء بمجال صحافة البيانات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها اهتمام المواقع الاخبارية المصرية باستخدام الانفوجراف بنسبة ٧١,٩%، ايضا عدم وجود صحافة بيانات بالمعنى الحقيقي في مصر ولكن يقتصر الامر على مجموعة من الارقام والمؤشرات التي يتم تقديمها في انفوجراف.

٤. دراسة جواد راغب الدلو (٢٠١٨) ^(٧) حول " الانفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة " تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام صحيفة الرسالة بالانفوجرافيك والقضايا التي يتناولها، تعد من الدراسات الوصفية وفي اطارها استخدم الباحث منهج المسح والعلاقات المتبادلة، وقد اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون حيث طبقت على عينة حجمها (١٠٤) من أعداد صحيفة الرسالة عام ٢٠١٦ وتوصلت الدراسة إلى اهتمام الانفوجرافيك بقضايا الشأن المحلي وأكثر انواع الانفوجرافيك استخدامك هو تحليل البيانات، التسلسل الزمني، عرض الأفكار.

٥. دراسة لجين محمد باقاسي (٢٠١٨) ^(٨) بعنوان " الاتجاهات الحديثة لاجراء صحافة البيانات الانفوجرافيك في الصحف السعودية " تهدف إلى معرفة أهم التصميمات البصرية المستخدمة في تصميمات الانفوجرافيك وذلك من خلال دراسة تحليلية على صحيفتي مكة وعكاظ لعام ٢٠١٦ ومنتصف ٢٠١٧ عينة قوامها ٣٦ عدد، وميدانية على عينة من مصممي الانفوجرافيك، واستخدمت الباحثة أداة تحليل الشكل، استمارة المقابلة، وقد أكدت الدراسة على ان الانفوجرافيك يعد أحد الأساليب الاجراجية الحديثة، كما ان اهم الاشكال البصرية المستخدمة في التصميمات الانفوجرافية هي السلاسل الزمنية.

٦. دراسة راللا عبد الوهاب، هبه عبد الرازق (٢٠١٧) ^(٩) بعنوان " مستقبل صحافة البيانات في مصر خلال العقدين ٢٠١٧-٢٠١٨ " تهدف الدراسة إلى رصد الوضع الحالي لصحافة البيانات في مصر والتعرف على مستقبلها وتأثيرها على مستقبل الصحافة في مصر وتعد الدراسة مستقبلية معتمده على النمط المعياري عبر مجموعة من السيناريوهات البديلة وقد استخدمت الدراسة في التحليل اسلوب دلفي، اسلوب كتابة السيناريوهات، كما استخدمت الدراسة أداة الاستبيان للخبراء بجانب أداة المقابلة على عينة قوامها (٢٣) من الخبراء وتوصلت الدراسة إلى مجموعة رؤى مستقبلية منها زيادة

- دوافع استخدام الانفوجراف في الصحف لمواجهة انخفاض القارئية ومحاولة الوصول إلى الشباب الذي يمثل النسبة الأكبر لمستخدمي الانترنت في مصر.
٧. دراسة على حمودة جمعة (٢٠١٧) (١٠) حول " معالجة انفوجرافيك الصحف الالكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها " استهدفت الدراسة معالجة انفوجرافيك الصحف المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها، التعرف على وسائل الابرار في انفوجرافيك هذه الصحف، اعتمدت الدراسة في هذا الاطار على منهج المسح وطبقت الدراسة على عينة من الصحف محل الدراسة اضافة إلى (١٠٠) مفردة من مستخدمي الصحف، هذا واعتد الباحث على أداتي تحليل المضمون والاستبيان كأداتي جمع للبيانات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها جاءت الصورة الشخصية والموضوعية في الترتيب الأول كأهم وسائل للابرار في الانفوجرافيك يليها الخرائط التوضيحية.
٨. دراسة محمد صديق حسين (٢٠١٦) (١١) بعنوان "وضع المعايير والقواعد الحاكمة في تصميمات صحافة الانفوجرافيك المستحدثة ومدى تطبيقها من خلال مواقع الصحف العربية والمصرية الالكترونية" هدفت الدراسة إلى وضع القواعد الفنية والتصميمية لصناعة الانفوجرافيك من خلال دراسة أمثلة لنماذج فعلية من أشكال الانفوجرافيك الصحفي بالمواقع الصحفية العربية والوقوف على ايجابياتها وسلبياتها، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي والتحليلي كما توصل إلى عدد من النتائج منها ان صحافة الانفوجرافيك تتطلب فريق عمل منفصل عن فريق التحرير للموقع لمزيد من التركيز والتخصص لهذا النوع من الصحافة.
٩. دراسة نايف العلياني (٢٠١٦) (١٢) حول " القيم البصرية والفنية للانفوجرافيكس وتوظيفه في المواقع الالكترونية تهدف إلى معرفة الانفوجرافيك كوسيلة حديثة تستخدم وتوظف في المواقع الالكترونية واعتمد الباحث على منهج المسح معتمدا على أداة تحليل المضمون لجمع البيانات الخاصة بالدراسة وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها زيادة استخدام المواقع الصحفية السعودية للانفوجرافيك وتوظيفها.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

- ١-دراسة Azam Majooni, Mona Masood & Amir Akhavan (٢٠١٨) (١٣) حول دراسة حركة العين لبيان تأثيرها على فهم و استيعاب قراء الانفوجرافيك. حيث هدفت الدراسة إلى بيان مدي تأثير تصميم الانفوجرافيك على فهم واستيعاب القراء الفرضية الأساسية لهذا البحث هي دراسة تأثير التصميم على الفهم والاستيعاب للقراء في الانفوجرافيك، تم تصميم التجربة التي أجريت في هذه الدراسة على أساس قصتين، ويتم

تقديم كل واحدة من هذه القصص مع اثنين من تصميمين مختلفين للانفوجرافيك. وأثناء التجربة تم دراسة تتبع حركة العين أثناء قراءة بيانات الانفوجرافيك. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها أن تصميم القصص الاخبارية في الانفوجرافيك يحقق استيعاب وفهم أكثر من سردها بدون تصميم للانفوجرافيك.

١١-دراسة Julio Costa Pinto (٢٠١٧) ^(١٤) حول مدى ملاءمة الانفوجرافيك الرقمي في الصحف الالكترونية. هدفت الدراسة من خلال تأطير نظري إلى بيان مدي ملاءمة الانفوجرافيك في الصحف الالكترونية في الوقت الحالي من خلال التطرق إلى محاور أساسية تمثلت في ماهية الانفوجرافيك، الانفوجرافيك في الصحافة الالكترونية، الانفوجرافيك الرقمي، والتكنولوجيا والانفوجرافيك. وخلصت الدراسة إلى أنه بالرغم من أهمية استخدام الانفوجرافيك في الصحافة الالكترونية إلى أنه مازال هناك حاجة ملحة إلى وضع معايير لتصميم وتنفيذ أشكال من الانفوجرافيك في الصحافة الالكترونية تحقق درجة عالية من المواءمة مع الجمهور.

٢-دراسة Sandra Zwinger & Michael Zeiller (٢٠١٦) ^(١٥) حول الانفوجرافيك التفاعلي في الصحف الالكترونية الألمانية قام الباحثان بتحليل مضمون عينة من الانفوجرافيك التفاعلي بالصحف الالكترونية الألمانية قوامها (٢٧٦) بهدف تقييم استخدام هذه الصحف للانفوجراف التفاعلي ومدى التزامها بالمعايير الخاصة بتصميم الانفوجراف كما تم تطبيق دراسة ميدانية على عينة قوامها (٢٥٩) من مستخدمي الانفوجرافيك التفاعلي بهذه الصحف للتعرف على تفضيلاتهم المختلفة لها. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن أكثر موضوعات الانفوجرافيك التفاعلي هي الموضوعات الاجتماعية ويليها الموضوعات السياسية، أيضاً توصلت الدراسة إلى أن اهم اسباب تفضيل الجمهور للانفوجرافيك التفاعلي تبسيط المعلومة في أشكال بسيطة سهلة الفهم والاستيعاب والحفظ.

٣-دراسة waralk Siricharoen & Nattanun Siricharoen (٢٠١٥) ^(١٦) حول كيفية جعل الانفوجرافيك مؤثرا وذلك من خلال دراسة الجوانب والأساليب التي تميزه أيضا طرحت الدراسة تأطير نظري لماهية الانفوجرافيك وانواعه أهم استخداماته وأهم الوسائط المتعددة التفاعلية فيه أيضا قام الباحث بتحليل عينة من الانفوجرافيك وتوصل إلى ضرورة الاهتمام بالعناصر المكونة للانفوجرافيك واستخدام الصور والألوان حيث ان عملية تقييم الانفوجرافيك تبنى على المعلومات التي يقدمها والعناصر المكونة له.

٤-دراسة Murray Dick (٢٠١٤) ^(١٧) حول دراسة القيم الإخبارية وممارسات العمل في انشاء الانفوجرافيك التفاعلي في المواقع الإخبارية على الانترنت في المملكة المتحدة، من خلال الاعتماد على المقابلات المتعمقة مع الصحفيين العاملين في وسائل الاعلام إلى جانب الملاحظة لفترة قصيرة للانفوجرافيك، وتوصلت الدراسة إلى سيطرت القواعد التنظيمية على

المعايير الصحفية التقليدية وتأثيرها في معالجة الانفورجريك التفاعلي كما أن الأرقام والاحصائيات هي الأكثر استخداما وتفضيل الجمهور للأخبار المحلية أكثر.

٥-دراسة (Banu Inanc ,Uyan Dur (٢٠١٤) ^{١٨} حول دراسة اهم نقاط التحول في تاريخ الانفورجريك واستخداماته في الصحافة إضافة إلى أنواعها وأساليب عرض المحتوى والاختلافات بين التصاميم الثابتة والمتحركة، وتوصلت إلى أن الانفورجريك أصبح حاجة ضرورية في هذا العصر في ظل الاهتمام بالاتصال المرئي حيث يعمل على تقديم معلومات معقدة وغير منظمة في تصميمات مفهومة وواضحة.

٦-دراسة Marvin Mmilatz (٢٠١٣) ^(١٩) حول أثر الانفورجريك التفاعلي على عملية التذكر لدى المستخدم حيث اعتمد الباحث على المنهج التجريبي في التعرف على تأثير الانفورجريك الثابت والتفاعلي في تذكر المعلومات وذلك من خلال تصميم لخريطة أوروبا توضح الهجرة الألمانية، وطبقت الدراسة على عينة بلغت ١٢٢ فردا من الناطقين بالألمانية، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين الانفورجريك التفاعلي واستعادة المعلومات.

٧-دراسة Murray Dick & Pablo Medina (٢٠١٢) ^(٢٠) حول دراسة تأثير انتاج الانفورجريك ونشره على سير العمل بالصحف وذلك بالاعتماد على تحليل عينة من الانفورجريك والرسوم البيانية المنشورة في صحيفة نيويورك تايمز المطبوعة (٥٠) نموذجا كما استخدمت الدراسة أداة المقابلة مع مصممي الانفورجريك في الصحيفة. وأظهرت الدراسة أن هناك تزايدا كبيرا في نشر الانفورجريك بالصحيفة في السنوات الاخيرة.

التعليق على الدراسات السابقة

- ١- على الرغم من وجود دراسات تناولت الانفورجريك كمنظومة جديدة في الصحافة الالكترونية بشكل عام الا ان هناك نقص في الدراسات التي تناولت تأثيره على انقرانية الجمهور وخاصة الشباب له..
- ٢- اعتمدت الدراسات السابقة في هذا المجال على تحليل مضمون نماذج من الانفورجريك في المواقع الالكترونية مثل دراسة عبير محمد سليم (٢٠١٨)، دراسة محمد جمال عبد المقصود (٢٠١٨)، دراسة جواد راغب الدلو (٢٠١٨)، Julio Costa Pinto (٢٠١٧) في حين اعتمدت دراسات أخرى على أداة الاستبيان بالتطبيق على جمهور القراء مثل دراسة رالملا عبد الوهاب، هبه عبد الرازق (٢٠١٧)، دراسة على حمودة جمعة (٢٠١٧)، Sandra Zwinger & Michael Zeiller (٢٠١٦).
- ٣- عدد من الدراسات السابقة تناول الفرق بين استخدامات الانفورجريك في الصحافة الورقية والصحافة الالكترونية، مثل دراسة لجين محمد باقاسي (٢٠١٨)، Murray Dick & Pablo Medina (٢٠١٢).

- ٤- اعتمدت الدراسات السابقة على الجانب التحليلي في دراسة الانفوجرافيك للتعرف على أهم القضايا التي يتناولها وأشكال استخدامه.
- ٥- اتجهت بعض الدراسات إلى دراسة تأثير الانفوجرافيك على الجمهور من حيث معدل التعرض له والدوافع اضافة إلى تفضيلات استخدامه في الصحافة الالكترونية أكثر من الورقية مثل دراسة (Azam Majooni (٢٠١٨)، Mona Masood & Amir .

مدخل نظري للدراسة (الإطار النظري)

مفهوم الإنفوجرافيك:

كلمة إنفوجرافيك تعني الأداة الفعالة ذات التصميم الجرافيكي المشتمل على الصور والرسومات المصورة، المدعمة بالنصوص والشروحات والتعليقات في شكل واحد، لعرض القصص، والمواضيع عديدة الاتجاهات^(٢١) ويطلق على الإنفوجرافيك أيضاً "تصميم المعلومات information design"، أو "تصميم الاتصال communication" أو "تحويل البيانات لصورة مرئية Data visualization"، لإيصال المعلومة بالصور والرموز عوضاً عن الفيديو أو الكتابة، وتعد اختصار للمعلومات المصورة short for information graphic يتم فيها خلط البيانات بالتصميم، لمساعدة الأفراد والمؤسسات على التواصل بوضوح وسهولة لتلبية احتياجاتهم الإستيعابية.^(٢٢)

والانفوجرافيك كمصطلح يطلق على فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق، ويتميز هذا الأسلوب بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة.^(٢٣) ويرى الباحث ان الانفوجرافيك بمفهومه الحديث ارتبط بنطور برامج التصميم وساعدت مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الصحفية على انتشاره، وقد ساعد الانفوجرافيك في زيادة قيمة التواصل المرئي وفاعليته في المواقع الصحفية واخير عرف محمد شلتوت الانفوجرافيك بانه فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق وهذا الأسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة^(٢٤)

تاريخ الإنفوجرافيك:

انتشر الإنفوجرافيك انتشاراً واسعاً واستخدم كثيراً في وقتنا الحالي فقد رأى البعض أنه نوع مستحدث من الرسوم ولكنه في الحقيقة يرجع تاريخ هذا الفن إلى ما قبل الميلاد بآلاف السنين عندما كان الإنسان ينقش الصور والرموز للبيئة المحيطة به كوسيلة لنقل المعلومات، وبذلك تعد شكلاً من أشكال الإنفوجرافيك وقد ظهرت بعد ذلك كتابات الفراعنة المصريين بحوالي ٣٠٠٠ سنة قبل الميلاد التي كانت تستخدم الكتابة مع النقش.

في عام ١٣٠٠م استخدم علماء المسلمين الرسوم في شرح اختراعاتهم وتوضيح نظريتهم العلمية وفي عام ١٣٥٠م قام الفيلسوف الفرنسي "أورزميه" بوضع نماذج تصويرية أولية توضح طريقة قياس الأجسام المتحركة وفي عام ١٥١٠م قام "ليوناردو دافنشي" ببيان الأشكال التوضيحية والتعليمات المكتوبة عند وضع دليل متكامل للتشريح البشري وفي عام ١٧٨٦م استخدم العالم وليام بليفيير (William Playfair) الرسوم البيانية العمودية والخطية وأطلق كتابه الأول الأطلس التجاري والسياسي. (٢٥)

في عام ١٩٣٠-١٩٤٠م في بداية العصر الحديث قام "أوتو نيوراث" باستخدام الإنفوجرافيك من خلال النموذج الذي وضعه لشرح الأفكار والمفاهيم من خلال استخدام الأيقونات والصور وفي عام ١٩٧٠م-١٩٩٠م اهتمت المطبوعات الأخبار العالمية بالإنفوجرافيك فأصبح الإنفوجرافيك من أهم الركائز التي تعتمد عليها هذه المطبوعات مثل صحيفة صن داي تايمز الانجليزية ومجلة تايمز الامريكية ويات الآن مستخدمًا في تبسيط المعلومات وتعزيز الترابط بين القضايا المتداخلة وتوضيح القصص الإخبارية على غرار ذلك في عام ١٩٧٢م قام المصمم الألماني OTL AICHER بعمل إنفوجرافيك به مجموعة من صور الألعاب الأولمبية لتعلم المسافرين اليها بمجريات وأماكن الألعاب في ميونخ. (٢٦)

استمر استخدام الإنفوجرافيك بشكل محدود وعند دخول الألفية الثالثة أصبح الإنفوجرافيك أكثر انتشارًا وتجاوز استخدامه الأوساط الأكاديمية ووسائل الإعلام التقليدية، ففي عام ٢٠١١م بدء استخدام هذه الرسوم خاصة في وسائل التواصل الاجتماعي وقد حقق الإنفوجرافيك معدلات استخدام عالية وشهد اقبالاً هائلاً من القراء والمصممين.

في العصر الحديث استخدام الإنفوجرافيك برنامج الفلاش من شركة أدوبي وبعد ذلك تم استخدام العديد من البرامج المختلفة في عمل الإنفوجرافيك ثم تم إنشاء العديد من المواقع المجانية التي تستخدم في إنشاء الإنفوجرافيك بكل سهولة وبعض البرامج الغير مجانية التي تعطي لمستخدميها خدمة إنشاء الإنفوجرافيك بمقابل مادي يتم الاتفاق عليه بصفة شهرية.

أنواع الإنفوجرافيك:

هناك العديد من أنواع الإنفوجرافيك والتي يتم استعراضها بأكثر من شكل وفي هذا البحث استخدام الباحث تصنيف أنواع الإنفوجرافيك على حسب الشكل والمقصود به طريقة استعراض وتنظيم مكونات الإنفوجرافيك، من حيث الهدف والمقصود به هو ما يسعى الإنفوجرافيك إلى توصيله إلى مستخدميه الإنفوجرافيك وأيضًا من حيث التخطيط وفيه أنواع الإنفوجرافيك وفقًا لاتجاه تصميم مكوناته وذلك على النحو الآتي:

أولاً: أنواع الإنفوجرافيك من حيث الشكل ينقسم إلى:

١- **الإنفوجرافيك الثابت:** يتكون من مجموعة من الصور والرسومات والأسهم والنصوص الرئيسية والفرعية والروابط والأشكال التي تعرض جميعها في شكل واحد ثابت وينقسم إلى نوعين:

أ- الإنفوجرافيك الثابت الأفقي:

وهو الأكثر مناسبة لاستعراض الأحداث والوقائع التاريخية في مقابل الإنفوجرافيك الرأسي، وعند مشاركته تقل درجة وضوح مكوناته خارج المواقع أو البرامج الخاصة التي استخدمت لإنتاجه **الإنفوجرافيك الثابت الرأسي:**

تشكل الأغلبية الكبرى من تصميمات الإنفوجرافيك عبر الويب، كما أنه صالح للعرض على أجهزة الكمبيوتر المحمول والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية، لسهولة التفاعل معه عبر شريط التنقل الرأسي الذي يتيح حرية التنقل بين محتوياته بسهولة، ويعيبه عدم وضوح مكوناته في المنطقة السفلية منه أثناء استخدامه في العروض التقديمية، أو الطباعة الورقية نتيجة لعدم ملائمة الجوانب السفلية لعمليات إعادة التحجيم.

٢- الإنفوجرافيك المتحرك:

ويتكون من مجموعة من الصور والرسومات والأسهم والنصوص الرئيسية والفرعية والروابط والأشكال الثابتة والمتحركة، وجميعها تعرض في شكل واحد متحرك، وينقسم إلى قسمين:

أ- فيديو مصور عادي يوضع عليه البيانات والتوضيحات بشكل جرافيك متحرك لإظهار بعض الحقائق والمفاهيم على الفيديو نفسه.

ب- تصميم البيانات والإرشادات والمعلومات بشكل متحرك متكامل وهذا النوع يتطلب الكثير من الإبداع واختيار الحركات المعبرة لتساعده في إخراجه بطريقة ممتعة وشيقة ويكون له أيضًا سيناريو للإخراج كامل للشكل النهائي لهذا النوع وهو أكثر الأنواع رواجًا

يتميز هذا النوع بعرض تفسير للعناوين الرئيسية مع مساعدة بعض الرموز المصورة في أحجام متنوعة ما بين الكبير والصغير والأصغر ثم يتدرج في عرض المعلومات من العام إلى الخاص باستخدام التوضيحات النصية والمصورة وينتهي غالبًا هذا النوع بإعطاء معلومة بسيطة وواضحة أو تلخيص للمعلومات ويغلب على هذا النوع الاستخدام الكثيف للألوان المختلفة، وأيضًا الرسومات البيانية والخطوط المستخدمة في الرسم البسيطة وبشكل هذا النوع من الإنفوجرافيك مصدر للمعلومات للمستخدمين الذين لا يملكونها ويترتب على إمكانية استخدامه في المجال التجاري أو الاستثماري ؛ بهدف زيادة القوة الشرائية لدى فئة معينة من الناس. (٢٧)

ثانيًا: أنواع الإنفوجرافيك من حيث الهدف من استخدامه:

١- الإنفوجرافيك الإقناعي:

يتميز هذا النوع بإعطاء فكرة عامة عن الموضوع المراد توصيله، ثم يبدأ في عرض وشرح الاتجاهات الخاصة به بطريقة بسيطة وسريعة ومفهومة وغالبًا ينتهي بنصيحة لمستخدم

الإنفوجرافيك، قد تكون هذه النصيحة حول أفضل كتاب يمكن اقتنائه، أو أفضل مرشح يمكن انتخابه، لكن يعيب هذا النوع من الإنفوجرافيك تشكيك مستخدميه حوله، لأنه يعتبر أكثر توجيه عن بقية الأنواع الأخرى

٢- الإنفوجرافيك الإعلاني:

يعتبر أشهر أنواع الإنفوجرافيك على بصفه عامة وأكثرها انتشارًا من خلال القنوات التليفزيونية العالمية منها والمحلية، وعبر وسائل التواصل الاجتماعي ويستخدم للإعلان عن المنتجات المتنوعة عن طريق الإعلانات، ويعتمد على إظهار المميزات والعيوب للمنتجات والسلع التي يتم الإعلان عنها مع مقارنتها مع غيرها من الماركات التجارية المختلفة، عن طريق عرض يتميز بالتشويق لشراء واقتناء هذه المنتجات أو البضائع، وغالبًا ما يستخدم لهذا النوع من الإنفوجرافيك التصميم الأفقى

٣- إنفوجرافيك العلاقات العامة:

يعمل هذا النوع على تنمية ثقافة الانتماء، وتحديد الاتجاهات، وتوجيه الاهتمامات تجاه القضايا المحورية والهامة، أو تجاه المؤسسات والحملات الإنسانية أكثر من الدعائية، للناس ذوى الكلمة المسموعة والسمعة الطيبة، والذين يقومون بدور هام في توجيه الراي العام، وهذا النوع مصمم على استخدام الصور والألوان أكثر من النصوص لكي يحفظ به داخل الذاكرة أكثر فترة ممكنه، ويعتمد على عمليات استطلاع الرأي المسبقة الغير مقصودة لمعرفة توجيهات واهتمامات الناس، وبعد ذلك يتم تصميمه لضمان نجاحه ومشاركته على مستوى أكبر بين الناس.

٤- الإنفوجرافيك التفسيري:

يوجد تشابه بين الإنفوجرافيك التفسيري أو التعليقي مع الإنفوجرافيك الاستقصائي بشكل كبير، فحين يركز الثاني حول جدولة البيانات وعرض الإحصاءات والحقائق فإن الإنفوجرافيك التفسيري يعمل على عرض تفسيرات أعمق للموضوع بالصور أكثر من النصوص.

الإنفوجرافيك التعليمي:

يعمل هذا النوع من الإنفوجرافيك على تلخيص المعلومات الكبيرة المعقدة وتحولها إلى مجموعة من الصور والرموز والنصوص البصرية المتحركة منها أو الثابتة لتبسيط هذه المعلومات والعمل عليها لجعلها أسرع في الفهم وأبقي في الذاكرة ومحبية للمتعلم.

ثالثًا: أنواع الإنفوجرافيك من حيث التخطيط الشكلي:

ينقسم إلى عدة أنواع:

(شعاعي-جداول-رسوم توضيحية-مخطط بياني-خرائط-علاقات-قوائم-تدرج عمليات)

الانفوجرافيك المطبوع والالكتروني

يستخدم الانفوجرافيك في الصحف الورقية المطبوعة وايضا في المواقع الصحفية ولكنه أكثر انتشارا في المواقع الصحفية لما تتميز من امكانية استخدام وسائل مختلفة للتعبير عن المعلومات في

انفوجرافيك واحد اضافة إلى سهولة التصميم كما أنه يتيح على الموقع الاستفادة من تعليقات القراء يضاف إلى ذلك سهولة تداوله عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما يمكن للمصمم تعديل أو حذف اجزاء منه بسهولة أما الانفوجراف المطبوع يعد من التصميمات الصعبة التي تحتاج إلى الحذر في استخدامه لأنه يكون صورة مصمته دائما وبها عناصر طبقا لمساحة النشر المتاحة حيث يصعب فيها التعديل أو التغيير وخاصة بعد طباعة الصحيفة، كما أنه لا يوجد به حرية في استخدام الألوان والتصميمات حيث يجب الالتزام بالوان الجريدة وعناصرها التيبوغرافية والجرافيكية. ولتصميم انفوجرافيك جيد لابد من مراعاة الاعتبارات الآتية

- الحرص على ان تكون العناصر التيبوغرافية سهلة الانقرائية وواضحة.
 - ان تكون العناصر الجرافيكية تعزز المحتوى وتحقق سهولة الانقرائية.
- باعتبار أن الانفوجرافيك هو تجسيد بصري للمعلومات والافكار سعياً لتوصيل معلومة معقدة للجمهور بطريقة تمكنهم من فهمها واستيعابها بسرعة وسهولة، إذا فان الانفوجرافيك يساعد فيما يسمى بالادراك البصري للمعلومات من خلال مزجه بين البيانات والرسوم والصور هذه العملية تساعد في توصيل المعلومات بطريقة يمكن فهمها بصورة أيسر وأسرع.

مشكلة الدراسة:

بنظره عامة لما يحدث على المستوى العملي والاكاديمي نجد أن هناك زيادة في استخدام الانفوجرافيك في المواقع الصحفية مع انتشار الدورات التدريبية في مجال تصميم الانفوجرافيك اضافة إلى استحداث مقررات في أقسام الاعلام المختلفة تدور حول هذا المجال. ومن خلال متابعة الباحث الأولية لاستخدامات الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية وبعد مراجعة الدراسات السابقة والإطار النظري في هذا المجال نجد أن هناك حاجة لدراسة مدى التوافق بين القارئ لهذا النمط الجديد في الصحافة وما يقدم له من تصميمات مختلفة لصحافة الانفوجرافيك وذلك بدراسة انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية لصحافة الانفوجرافيك في المواقع الصحفية

لذا يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي ما مدى انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية من حيث الاستخدامات المختلفة للمتن والصور والرسوم والألوان؟

أهمية الدراسة: -

١. سرعة انتشار استخدامات المواقع الالكترونية للانفوجرافيك بأشكاله المختلفة مما يتطلب تناول هذه الظاهرة بالدراسة.
٢. تأتي أهمية هذه الدراسة لكونها تسلط الضوء على انقرائية الانفوجرافيك التيبوغرافية

والجرافيكية وخاصة نظرا لأهمية عنصر التصميم والإخراج للانفوجرافيك في جذب انتباه القراء وخاصة الشباب له.

٣. تستمد الدراسة أهميتها من أهمية تطبيقها على فئة الشباب التي تتعامل بشكل مباشر وكبير مع كل نمط اعلامي جديد وخاصة هذا النمط حيث ان الانفوجرافيك ينتشر بسرعة كبيرة في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية المختلفة التي تحقق معدلات استخدام أكبر لدى فئة الشباب.

أهداف الدراسة:

- ١- تهدف الدراسة إلى التعرف تفضيلات الشباب الجامعي الإخراجية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية الالكترونية المصرية.
- ٢- التعرف انقراءة الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية الالكترونية المصرية.
- ٣- الكشف عن العلاقة بين نوع الشباب (ذكر - أنثى) والتفضيلات الإخراجية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية الالكترونية المصرية.
- ٤- التعرف على العلاقة بين نوعية الانفوجرافيك وتفضيلات الشباب الجامعي الإخراجية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية الالكترونية المصرية.

مصطلحات الدراسة: -

١ - الانفوجرافيك

يعرف الباحث الانفوجرافيك على أنه فن يجمع بين العناصر التيبوغرافية والجرافيكية بطريقة جذابة وبسيطة لتوضيح المعلومات والبيانات والاحصائيات والأحداث وتبسيطها للجمهور مستفيدا من الإمكانيات التي توفرها مواقع تساعد على تصميم الانفوجرافيك، أو برامج خاصة بتصميم الانفوجرافيك

٢- الانقراءة التيبوغرافية:

هي عبارة عن يسر القراءة الذي يتيح ترتيب العناصر التيبوغرافية من حروف المتن سواء شكل الحرف، حجم الحرف، اتساع الجمع، البياض بين الكلمات والسطور وتنسيقها وطباعتها بشكل معين.

٣- الانقراءة الجرافيكية:

هي الخاصية التي تتمتع بها الصور والرسوم وما يرتبط بها من وضوح وقدرة على توصيل الرسالة الإعلامية إلى القارئ من خلال اختيار الصورة والرسم الصالح للنشر وكذلك القطع والشكل المناسب.

- نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية والتي تسعى إلى وصف وتحليل ظاهرة الانفوجرافيك في مواقع الصحف الالكترونية وعلاقتها بانقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية لها من خلال رصد تفضيلاتهم الاخراجية المختلفة للانفوجرافيك، كما اعتمد الباحث في هذا الإطار على منهجين، هما منهج المسح والمنهج المقارن وذلك للمقارنة بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية عينة الدراسة.

- تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى محاولة الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ١- ما مدى تعرض الشباب الجامعي للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية.
- ٢- ما دوافع تعرض الشباب الجامعي للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية.
- ٣- ما أهم القضايا التي يفضلها الشباب الجامعي بالانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية
- ٤- ما تفضيلات الشباب الجامعي لأنواع وأشكال الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية
- ٥- ما مدى انقرائية الشباب الجامعي لكل من (أشكال حروف المتن - حجم الحرف كثافة الحرف - اتساع الجمع) في الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.
- ٦- ما مدى انقرائية الشباب الجامعي لكل من (أشكال حروف العناوين - إجماع حروف العناوين - اتساع جمع حرف العنوان - طرز العناوين) الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.
- ٧- ما مدى انقرائية الشباب الجامعي للصور والرسوم من حيث (القطع - الشكل - الإطار - الوضوح) في الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.
- ٨- ما مدى انقرائية الشباب الجامعي للاستخدامات المختلفة للألوان في الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.

فروض الدراسة:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة.
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقا لنوع الانفوجرافيك.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقا لشكل الانفوجرافيك.

٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي الذكور والاناث التيبوغرافية والجغرافية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في:

- أ- مجتمع وثائقي ويشمل الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية.
- ب- مجتمع بشري ويشمل الشباب في المرحلة الجامعية.

عينة الدراسة:

أ- عينة الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية:

لتحديد عينة الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها ٢٠ مفردة من الشباب الجامعي، وجاءت نتائجها كالآتي:

- ارتفاع نسبة الشباب الجامعي الذين يتعرضون للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية فبلغت نسبتهم ٩٤% في مقابل ٦% لا يتعرضون له.
- جاء ترتيب المواقع الصحفية التي تستخدم الانفوجرافيك الأكثر تعرضاً من قبل الشباب الجامعي كالآتي: -
- ١- موقع البوابة نيوز، ٢- موقع مبتدأ، ٣- موقع اليوم السابع، موقع المصري اليوم، ٥- موقع الأخبار، ٥- موقع الوفد، ٦- موقع الأهرام.
- وبناءً على ما سبق ومع مراعاة التنوع في المواقع الصحفية الالكترونية المصرية، أن يكون الموقع الصحفي مهتم بشكل منظم بعرض الانفوجرافيك، يستخدم أشكالاً وأنواعاً متنوعة من الانفوجرافيك، اختار الباحث ثلاثة مواقع صحفية مصرية لتصميم مقياس الانقرائية من نماذج الانفوجرافيك التي تستخدمها وهي: موقع البوابة نيوز، موقع مبتدأ، موقع اليوم السابع.

ب- عينة الشباب الجامعي:

اعتمدت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي يتعرضون للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية، ويدرسون الاعلام بالجامعة، لما لديهم من خلفية اعلامية تمكنهم من فهم المصطلحات الاخراجية في استمارة المقابلة ومقياس الانقرائية، وبلغ حجم العينة ٢٠٠ مفردة مقسمه (١٠٠) ذكور، (١٠٠) اناث.

أدوات جمع البيانات:

المقابلة المقننة:

استخدم الباحث أداة المقابلة المقننة وذلك لجمع البيانات الخاصة بالدراسة لعينة الدراسة من الشباب الجامعي، وقد قام الباحث بإعداد مقياس للانقرائية التيبوغرافية والجغرافية، وقد اعتمد

الباحث على مجموعة من النماذج لتصميمات الانفوجرافيك من المواقع الصحفية المصرية عينة الدراسة.

أسلوب القياس

قام الباحث باعداد مقياس للانقرائية مر بالمراحل الآتية:

- تحديد الهدف من المقياس وهو قياس مدى انقرائية الشباب الجامعي للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية عينة الدراسة.
- تصميم المقياس من خلال اختيار عدد من نماذج للعناصر التيبوغرافية والجرافيكية الموجودة بالانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية عينة الدراسة.
- عرض المقياس على عدد من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام ثم إجراء التعديلات المطلوبة.
- تطبيق المقياس على عينة الدراسة داخل معامل كلية التربية النوعية جامعة بورسعيد على أجهزة الكمبيوتر من خلال جلوس كل شاب امام جهاز كمبيوتر للتعرض للمقياس وتحديد مدى انقرائية النماذج المعروضة أمامه الكترونيا.
- تم تحويل استجابات المبحوثين على النماذج الخاصة بالمقياس إلى أوزان تقديرية وتحسب الدرجة على كل نموذج بناءً على مقياس ليكرت الثلاثي كالاتي (مرتفعة - متوسطة - منخفضة) مقابلها بالدرجات على الترتيب (٣ - ٢ - ١).

اختبار الصدق والثبات:

قام الباحث بعد اعداد استمارة المقابلة المقننة بعرضها على عدد من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام، ثم اجري التعديلات في ضوء ملاحظاتهم، ثم قام باختبار صدق المقياس وجاءت القيم بين ٠,٩٣-٠,٩٦ وهي قيم مرتفعة تدل على صدق المقياس. أيضا قام الباحث بحساب ثبات الأداة حيث أعاد باحثون آخرون تطبيق ٤% من الاستمارات بعد مرور أسبوع من التطبيق وتراوح نسبة الثبات بين ٩١%-٩٤% وهي نسب مرتفعة تدل على ثبات المقياس.

أسلوب تحليل البيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS" (Statistical Package for the Social Science). مستخدما المعاملات الإحصائية الآتية الجداول التكرارية، مقياس كاي^٢ مقياس فروق t-test، اختبار تحليل التباين. ANOVA.

نتائج الدراسة وتفسيرها:

أولاً: النتائج العامة: -

جدول رقم (١)

مدى تعرض الشباب الجامعي للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية

النسبة	التكرار	مدى التعرض
٦١,٥%	١٢٣	بانتظام
٣٢,٥%	٦٥	أحيانا
٦%	١٢	نادرًا
١٠٠%	٢٠٠	المجموع

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (١) إلى ارتفاع درجة انتظام الشباب الجامعي في التعرض للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية وذلك بنسبة ٦١,٥% وتكرارات ١٢٣، في حين أن نسبة ٣٥,٥% من حجم العينة يتعرضون له أحيانا بتكرارات ٦٥، في حين أن نسبة من يتعرضون بشكل نادر ٦% بتكرارات ١٢، ويتضح من ذلك زيادة ارتباط الشباب بهذا النمط الجديد في المواقع الإلكترونية.

جدول رقم (٢)

دوافع تعرض الشباب الجامعي للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية

النسبة	التكرار	دوافع التعرض
١٧	٣٤	طريقة جذابة في تقديم المعلومة
١١	٢٢	شكل إخراجي أسهل في القراءة
٧	١٤	سهولة مشاركته مع الآخرين أو عبر مواقع التواصل
٦,٥	١٣	يجعل شكل الموقع الإلكتروني أفضل
٥,٥	١١	تزيد من حرصي على متابعة الأحداث الجارية
٣	٦	تساعدني في تصفح باقي ليقونات الموقع
١٠٠	٢٠٠	المجموع

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (٢) إلى اختلاف دوافع الشباب الجامعي في التعرض للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية حيث جاء دافع لأنه يعد طريقة جذابة في تقديم المعلومة في الترتيب الأول بنسبة ١٧% وتكرار ٣٤، وهذا يتفق مع أهم ما يميز الانفوجرافيك من جذب انتباه القارئ، في حين جاء ثانيًا دافع شكل إخراجي أسهل في القراءة بنسبة ١١% وتكرارات ٢٢، ثم سهولة مشاركته مع الآخرين أو عبر مواقع التواصل بنسبة ٧% وتكرارات ١٤، وجاء دافع يجعل شكل الموقع الإلكتروني أفضل بنسبة ٦,٥% وتكرار ١٣، ثم أنها تزيد

من حرصي على متابعة الاحداث الجارية بنسبة ٥,٥% وتكرار ١١، وأخيرا دافع تساعدني في تصفح بقية ليقونات الموقع بنسبة ٣% وتكرار ٦، وهذا يدل على ان الشباب حاليا ليس لديه الوقت لتصفح الايقونات المختلفة للموقع ويريد ان يتعرف على المعلومة دون عناء وهذا ما يوفره الانفوجرافيك.

جدول رقم (٣)

أهم القضايا التي يفضلها الشباب الجامعي بالانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية

النسبة	التكرار	نوع القضية
٢٣%	٤٦	رياضية
١٧%	٣٤	شبابية
١٦,٥%	٣٣	صحية
١٤%	٢٨	اجتماعية
١٠%	٢٠	دينية
٧,٥%	١٥	الثقافية
٦,٥%	١٣	سياسية
٥,٥%	١١	اقتصادية
١٠٠%	٢٠٠	المجموع

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (٣) إلى اختلاف ترتيب القضايا التي يفضلها الشباب الجامعي في الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية، حيث جاءت القضايا الرياضية في الترتيب الأول بنسبة ٢٣% وتكرار ٤٦، ثم جاءت الشبابية في الترتيب الثاني بنسبة ١٧% وتكرار ٣٤ وجاءت الصحية في الترتيب الثالث بنسبة ١٦,٥% وتكرار ٣٣، وجاءت القضايا الاجتماعية بنسبة ١٤% وتكرار ٢٨، ثم الدينية بنسبة ١٠% وتكرار ٢٠، وجاءت الثقافية في الترتيب السادس بنسبة ٧,٥% وتكرار ١٥ ثم السياسية بنسبة ٦,٥% وتكرار ١٣، وجاءت الاقتصادية في الترتيب الأخير بنسبة ٥,٥% وتكرار ١١. ويمكن استخلاص نتيجة هامة مما سبق عزوف الشباب الجامعي عن متابعة الشأن السياسي والاقتصادي واهتمامه أكثر بالجانب الترفيهي الرياضي.

جدول رقم (٤)

تفضيلات الشباب الجامعي لأنواع الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية

تفاعلي	متحرك		ثابت			
	ك	%	ك	%		
٧١,٢	٥٢	٢٥	٦	٥٨,٣	٦٠	دائما
١٦,٤	١٢	٢٩,٢	٧	٣١,١	٣٢	احيانا
١٢,٤	٩	٤٥,٨	١١	١٠,٦	١١	نادرا
١٠٠	٧٣	١٠٠	٢٤	١٠٠	١٠٣	المجموع

تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى تفضيل الشباب الجامعي للانفوجرافيك الثابت في المواقع الصحفية المصرية بتكرار ١٠٣ ثم الانفوجرافيك التفاعلي بتكرار ٧٣ وأخيرا الانفوجرافيك المتحرك بتكرار ٢٤، ويرى الباحث أنه على الرغم من توافر عوامل الجذب في الانفوجرافيك المتحرك الا ان الشباب الجامعي يفضل الانفوجرافيك الثابت حيث إنه لا يتطلب سرعة للانترنت أكبر من المتحرك لتحميله ومشاركته أيضا على صفحاتهم الشخصية أو الغير، نظرا لان الشباب في هذه المرحلة يشتركون في باقات انترنت على هواتفهم النقالة سرعتها في الغالب محدودة.

جدول رقم (٥)

تفضيلات الشباب الجامعي لأشكال الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية

النسبة	التكرار	شكل الانفوجرافيك
١٧	٣٤	مقارنات
١٥	٣٠	صور
١٣,٥	٢٧	تسلسل زمني
١٢	٢٤	جداول
٩,٥	١٩	قوائم
٨,٥	١٧	تسلسل هرمي
٧,٥	١٥	شعاعي
٦,٥	١٣	رسوم بيانية
٥,٥	١١	تدرج عمليات
٥	١٠	خرائط
١٠٠	١٠٠	المجموع

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (٥) إلى تنوع تفضيلات الشباب الجامعي لأشكال الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية ويرى الباحث أن مع هذا الاختلاف الا ان هناك تقارب في نسب التفضيلات بين الاشكال المختلفة للانفوجرافيك ويرجع هذا إلى أن مع احتواء الانفوجراف على عناصر متعددة (نص، صورة، رسم) إلا أن النظر له على أنه وحدة واحدة يمكن أن تلفت انتباه القارئ وتحوز على تفضيله لها، ويشير الجدول إلى ان الأشكال التي تحتوى على مقارنات أو صور وجداول وقوائم جاءت في مقدمة التفضيلات بينما الأشكال التي تعتمد على الخرائط والرسوم البيانية والشعاعي تأتي في مؤخرة تفضيلات الشباب لأشكال الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.

جدول رقم (٦)

انقرائية الشباب الجامعي لكل من (أشكال حروف المتن – حجم الحرف كثافة الحرف – اتساع الجمع) في الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.

المجموع	انفوجرافيك موقع مبتدأ		انفوجرافيك موقع اليوم السابع		انفوجرافيك موقع البوابة نيوز		الانفوجرافيك المتن
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
شكل الحرف	٢٠٠	٣٢	٦٤	٢٠	٤٠	٤٨	٩٦
حجم الحرف	٢٠٠	٢٩	٥٨	١٧,٥	٣٥	٥٣,٥	١٠٧
كثافة الحرف	٢٠٠	٣٣,٥	٦٧	٣٢,٥	٦٥	٣٤	٦٨
اتساع الجمع	٢٠٠	٢٣	٤٦	٢١	٤٢	٥٦	١١٢

تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى انقرائية الشباب الجامعي لكل من اشكال واحجام وكثافة واتساع الجمع للمتن المستخدم في الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية الثلاثة محل الدراسة، حيث جاء انفوجرافيك موقع البوابة نيوز في الترتيب الأول بالنسبة لانقرائية الشباب الجامعي لمنتها، وذلك فيما يتعلق بشكل وحجم واتساع الجمع، حيث هناك فروق واضحة في تكرارات هذه العناصر بين انفوجرافيك موقع البوابة نيوز وكل من انفوجرافيك موقع مبتدأ وانفوجرافيك موقع اليوم السابع، ثم يأتي انفوجرافيك موقع مبتدأ في الترتيب الثاني وأخيرا انفوجرافيك اليوم السابع، ويرى الباحث أن السبب وراء ذلك هو أن استخدامات المتن أو النص في تصميم الانفوجرافيك يختلف عن استخداماته في تصميم بقية الأشكال الصحفية، حيث يحتوى في أغلب الاحيان الانفوجرافيك على عدد أقل من كلمات المتن لمحدودية مساحة الانفوجرافيك مما يجعل الاهتمام بانقرائية المتن في الانفوجرافيك أكثر ، في حين أن هناك تقارب في درجة الكثافة بالنسبة للانفوجرافيك في المواقع الثلاث.

جدول رقم (٧)

انقرائية الشباب الجامعي لكل من (أشكال حروف العناوين – إجمام حروف العناوين – اتساع جمع حرف العنوان – طرز العناوين) الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.

المجموع	انفوجرافيك موقع مبتدأ		انفوجرافيك موقع اليوم السابع		انفوجرافيك موقع البوابة نيوز		الانفوجرافيك العنوان
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
شكل الحرف	٢٠٠	٣٣	٦٦	٣٣	٦٦	٣٤	٦٨
حجم الحرف	٢٠٠	٣٣,٥	٦٧	٣٣	٦٦	٣٣,٥	٦٧
اتساع الجمع	٢٠٠	٣٢,٥	٦٥	٣٢,٥	٦٥	٣٥	٧٠
طرز العناوين	٢٠٠	٣٣	٦٦	٣٤	٦٨	٣٣	٦٦

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (٧) إلى تقارب انقرائية الشباب الجامعي للعناوين المستخدمة في الانفوجرافيك بمواقع عينة الدراسة، ويمكن تفسير ذلك إلى أن مساحة الانفوجرافيك

محدودة الأمر الذي يجعل التنوع في أحجام العناوين واختلاف أنواعها محدود للغاية مما لا يجعل هناك فروق ملحوظة بين انقرائية هذه العناوين بانفوجرافيك المواقع الصحفية الثلاثة.

جدول رقم (٨)

انقرائية الشباب الجامعي للصور من حيث (القطع - الشكل - الإطار - الوضوح) في الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.

المجموع	انفوجرافيك موقع مبتدأ		انفوجرافيك موقع اليوم السابع		انفوجرافيك موقع البوابة نيوز		انفوجرافيك الصور	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
١٠٠	٢٠٠	٣٢,٥	٦٥	٣٢,٥	٦٥	٣٥	٧٠	قطع الصور
١٠٠	٢٠٠	٣٣	٦٦	٣٤	٦٨	٣٣	٦٦	شكل الصور
١٠٠	٢٠٠	٣٢,٥	٦٥	٣٢,٥	٦٥	٣٥	٧٠	إطار الصور
١٠٠	٢٠٠	٣٣	٦٦	٣٤	٦٨	٣٣	٦٦	وضوح الصور

أيضا تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (٨) إلى تقارب انقرائية الشباب الجامعي للصور بالانفوجرافيك في المواقع الصحفية محل الدراسة، ويرى الباحث أن هذا التقارب يرجع إلى سببين رئيسيين، الأول يتعلق بطبيعة تقنية النشر عبر صفحات الانترنت التي تحتاج إلى مواصفات محددة للصور ومعالجة خاصة لدرجة وضوحها، الأمر الذي لا يجعل هناك فروقا ملحوظة بين المواقع المختلفة، والسبب الثاني يرجع إلى المساحة المحدودة للصور داخل تصميم الانفوجرافيك مقارنة بالمساحة الخاصة بالصور بالموضوعات الأخرى، الأمر الذي يجعل هناك قيودا على مساحات الصور وشكلها التي تستخدم داخل تصميمات الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية.

جدول رقم (٩)

انقرائية الشباب الجامعي للرسوم من حيث (القطع - الشكل - الإطار - الوضوح) في الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.

المجموع	انفوجرافيك موقع مبتدأ		انفوجرافيك موقع اليوم السابع		انفوجرافيك موقع البوابة نيوز		انفوجرافيك الرسوم	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
١٠٠	٢٠٠	٣٥	٧٠	٢٠	٤٠	٤٥	٩٠	قطع الرسوم
١٠٠	٢٠٠	٢٨	٥٦	١٩,٥	٣٩	٥٢,٥	١٠٥	شكل الرسوم
١٠٠	٢٠٠	٣٥	٧٠	٢٢,٥	٤٥	٤٢,٥	٨٥	إطار الرسوم
١٠٠	٢٠٠	٢٧,٥	٥٥	٢٥	٥٠	٤٧,٥	٩٥	وضوح الرسوم

تشير البيانات الواردة بالجدول السابق إلى انقرائية الشباب الجامعي للرسوم من حيث (القطع - الشكل - الإطار - الوضوح) في الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية حيث جاء انفوجرافيك موقع البوابة نيوز في الترتيب الأول بالنسبة لانقرائية الشباب الجامعي للرسوم، حيث هناك فروق واضحة في تكرارات عناصر الرسوم بانفوجرافيك موقع البوابة نيوز وكل من انفوجرافيك موقع مبتدأ وانفوجرافيك موقع اليوم السابع، ثم يأتي انفوجرافيك موقع مبتدأ في

الترتيب الثاني وأخيرا انفوجرافيك اليوم السابع، ويرى الباحث أن السبب وراء ذلك هو نوع الرسوم المستخدمة حيث يستخدم انفوجرافيك موقع البوابة نيوز الرسوم مثل الجداول والقوائم وغيرها من الرسوم، في حين يكثر استخدام الرسوم البيانية والخرائط.

جدول رقم (٩)

انقرائية الشباب الجامعي للاستخدامات المختلفة للألوان في الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.

النسبة	التكرار	تفضيل الألوان في الانفوجرافيك
٦١,٥	٦٨	انفوجرافيك موقع البوابة نيوز
٣٢,٥	٦٧	انفوجرافيك موقع مبتدا
٦	٦٥	انفوجرافيك موقع اليوم السابع
١٠٠	٢٠٠	المجموع

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (٩) إلى انقرائية الشباب الجامعي للاستخدامات المختلفة للألوان في الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية. حيث نجد ان هناك تقارب في التكرارات بين انقرائية استخدامات الألوان المختلفة في انفوجرافيك المواقع الصحفية محل الدراسة ويرجع هذا إلى عوامل عديدة أهمها التطور في تكنولوجيا النشر الالكتروني وما يصاحبه من تطور في اصدارات برامج معالجة الصور والرسوم وتصميمات الانفوجرافيك وما يصاحب ذلك من ارتفاع جودة المعالجات اللونية للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.

ثانيا: اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية
لاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار T-TEST للتعرف على الفروق بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة. ويوضح الجدول (١٠)، (١١) نتائج اختبار صحة هذا الفرض.

جدول رقم (١٠)

الفروق بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية

البيان	انفوجرافيك موقع البوابة نيوز		انفوجرافيك موقع اليوم السابع		انفوجرافيك موقع مبتدا		قيمة ت	مستوى الدلالة
	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف		
لانقرائية التيبوغرافية	٨٩,٤	٨,٨	٧٥,٤	٤,٧	٦٣,٥	٣,٩	٢٣,٥-	* * ,٠٠٠
لانقرائية الجرافية	٢٤,٣	٣,٢	٤٣,٦	٢,٦	٣٢,٦	٤,٧	٤٢,٦	,٠٣٤٢

تشير البيانات الواردة بالجدول (١٠) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية للانفورجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وذلك لصالح انفورجرافيك موقع البوابة نيوز حيث كانت قيمة $t = -23,5$ وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١، بينما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي الجرافيكية للانفورجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة، حيث كانت قيمة $t = 42,6$ غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١.

كما جاءت نتائج الجدول (١١) متوافقة مع ما سبق حيث كانت قيم t لمتغيرات الانقرائية التيبوغرافية ذات دلالة إحصائية في حين جاءت قيم t لمتغيرات الانقرائية الجرافيكية غير دالة إحصائياً.

جدول رقم (١١)

الفروق بين متغيرات انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفورجرافيك في المواقع الصحفية

مستوى الدلالة	قيمة ت	انفورجرافيك موقع مبتدأ		انفورجرافيك موقع اليوم السابع		انفورجرافيك موقع البوابة نيوز		البيان
		متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	
٠,٠٠٠	٢١,٣-	٠,٧	٢,٧	٠,٥	٩,٢	٠,٤	٢,٤	شكل حروف المتن
٠,٠٠٠	٤٥,٨-	١,٦	٧,١	٧,٢	١,٦	١,١	٤,١	حجم حروف المتن
٠,٠١٢	٣٦,٩-	٠,٥	١,٦	٠,٣	١,٣	٢,٦	١,٢	كثافة حروف المتن
٠,٠٠٠	٧٦,٦	٢,٣	٤,٣	٠,١	٨,٢	٠,٢	٦,٣	اتساعات الجمع
٠,٠٠٠	٣١,٥-	١,٥	٣,٥	٠,٢	٦,٤	٠,٩	٣,٢	المسافة بين الكلمات
٠,٠٢١	٧,٩	١,٣	٤,٩	٢,٣	٨,١	٢,٧	١,٩	المسافة بين الأعمدة
٠,٠٤١	١١,٦	٠,٣	٢,٨	٠,٨	٤,٧	٢,٣	٤,٨	المسافة بين السطور
٠,٠٣١	٦١,٨	٠,٦	٨,٦	٠,٥	٥,٩	٠,٤	٢,٦	أرضيات المتن
٠,٠٤٣	٢١,٥	٠,٢	٥,٣	١,٦	٤,١	٠,٥	٥,٨	لون المتن
٠,٠٤٢	١٢,٨-	١,٧	١,١	٥,١	٣,٦	١,٣	٨,١	شكل حروف العنوان
٠,٠٣٣	٣١,٧-	٣,٦	٢,٩	٠,٣	٢,١	١,٥	٤,٩	حجم حروف العنوان
٠,٠٤٣	٧١,٥-	٢,٩	٢,٦	٠,١	٩,٣	٢,٦	٢,١	طرز العنوان
٠,٠٢١	٣٣,٤-	٠,٤	١,٣	٠,٨	٣,٨	١,٩	٩,٣	أرضيات العنوان
٠,٠١١	١٤,٥-	٠,١	١,٩	٠,٤	٣,٥	٣,٨	٦,٩	لون العنوان
٠,٣٢٢	١١,٩-	٤,٩	٥,٤	٣,٢	٧,٦	٠,٦	١,٤	قطع الصور
٠,٤١٢	٥١,٦	٢,١	٣,٦	١,٤	٣,٧	٠,٥	١,٦	شكل الصور
٠,٢٦٧	٨١,٢-	٠,٦	٦,٢	٣,٩	١,١	٨,١	٤,٨	إطار الصور
٠,٢٩٩	٤١,٦	٠,٧	١,٨	١,٣	٢,٢	٠,٤	٩,٢	وضوح الصور
٠,٢٣٦	٣١,٦-	٤,٣	٣,١	٠,٦	١,٨	١,٤	١,١	قطع الرسم
٠,٤١٢	١٢,٧-	٢,٩	٩,١	٠,٧	٥,٤	٠,٦	٥,٣	شكل الرسم وضوح الرسم

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفورجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقاً لنوع الانفورجرافيك

لاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه One way analysis of variances لاختبار معنوية الفروق بين متوسطات انقراطية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقا لنوع الانفوجرافيك. ويوضح الجدول رقم (١٢) نتائج اختبار صحة هذا الفرض.

جدول رقم (١٢)

الفروق بين انقراطية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقا لنوع الانفوجرافيك

البيان	مصدر التباين نوع الانفوجرافيك	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
انقراطية الشباب الجامعي	بين المجموعات	٣٢,٤٢	٣	٣٦,٧٣	٠,٧٨	*٠,٢١
	داخل المجموعات	٤٧٣١,٤	١٩٧	١٢,٥١		
	الإجمالي	٤٧٦٣,٦	٢٠٠			

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (١٢) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات انقراطية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقا لنوع الانفوجرافيك، حيث كانت قيمة ف = ٠,٧٨، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

ويرى الباحث أن ذلك متوافق مع ما جاء سابقا في نتائج الدراسة من اختلاف تفضيلات الشباب الجامعي للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية (جدول رقم ٤).

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين انقراطية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقا لشكل الانفوجرافيك لاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه One way analysis of variances لاختبار معنوية الفروق بين متوسطات انقراطية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقا لشكل الانفوجرافيك. ويوضح الجدول رقم (١٣) نتائج اختبار صحة هذا الفرض.

جدول رقم (١٣)

الفروق بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقا لشكل الانفوجرافيك

البيان	مصدر التباين شكل الانفوجرافيك	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
انقرائية الشباب الجامعي	بين المجموعات	٤٧,١٢	٣	٣١,٦٤	٠,٩	٠,٩٤
	داخل المجموعات	٤١٢١,٦	١٩٧	٢٤,٢٥	٢	
	الإجمالي	٤٩٢٣,٢	٢٠٠			

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (١٣) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقا لشكل الانفوجرافيك، حيث كانت قيمة $F = ٠,٩٢$ ، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

ويرى الباحث أنه على الرغم من وجود فروق بين تفضيلات الشباب الجامعي لأشكال الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية (جدول رقم ٥) إلا أن ذلك لم يكون بالقدر الذي يحقق دلالة إحصائية.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي الذكور والاناث التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة.

لاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار T-TEST للتعرف على انقرائية الشباب الجامعي الذكور والاناث التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة، ويوضح الجدول (١٤) نتائج اختبار صحة هذا الفرض

جدول رقم (١٤)

الفروق بين انقرائية الشباب الجامعي الذكور والاناث التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة

البيان	ذكر		أنثى		قيمة ت	مستوى الدلالة
	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف		
انقرائية الانفوجرافيك بموقع البوابة نيوز	٨٩,٤	٣,٦	٧٤,٤	٣,٢	٧,٨	٠,٠٠٠
انقرائية الانفوجرافيك بموقع اليوم السابع	٧٢,٣	٢,٢	٦٣,٣	١,٣	٤,٩-	٠,٠٠٠
انقرائية الانفوجرافيك بموقع مبتداً	٦٩,٧	١,٨	٥٨,٥	٢,٨	٣,١-	٠,٠٠٠

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (١٤) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي الذكور والاناث التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية

المصرية محل الدراسة وذلك لصالح الذكور، حيث جاءت قيم ت ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١، وجاءت متوسطات انقراطية الذكور للانفوجرافيك بموقع البوابة نيوز ٨٩,٤ في حين جاءت متوسطات الإناث ٧٤,٤، بينما جاءت متوسطات انقراطية الذكور للانفوجرافيك بموقع اليوم السابع ٧٢,٣ بينما الإناث ٦٣,٣، وأخيرا جاءت متوسطات انقراطية الذكور للانفوجرافيك بموقع مبتداً ٦٩,٧ بينما الإناث ٥٨,٥.

ويرى الباحث أن وجود هذه الفروق بين الذكور والإناث يرجع إلى تأثير العوامل الديموغرافية على ما يتم قراءته شكلا ومضمونا، وعامل النوع من هذه العوامل، كما أن للذكور بعض التفضيلات التي تختلف عن الإناث والتي يجب مراعاتها عند تصميم الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية.

ملخص النتائج والتوصيات

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج يمكن بلورتها في النقاط الآتية

- أشارت النتائج إلى ارتفاع درجة انتظام الشباب الجامعي في التعرض للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية مما يؤكد زيادة ارتباط الشباب بهذا النمط الجديد في المواقع الالكترونية.
- توصلت الدراسة إلى وجود اختلاف دوافع الشباب الجامعي في التعرض للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية حيث جاء دافع لانه يعد طريقة جذابة في تقديم المعلومة في الترتيب الأول، وهذا يتفق مع اهم ما يميز الانفوجرافيك من جذب انتباه القارئ، في حين جاء ثانيا دافع شكل إخراجي اسهل في القراءة، ثم سهولة مشاركته مع الآخرين أو عبر مواقع التواصل، وجاء دافع يجعل شكل الموقع الالكتروني أفضل في الترتيب الرابع بنسبة، ثم أنها تزيد من حرصه على متابعة الاحداث الجارية وأخيرا دافع تساعدني في تصفح بقية ليقونات الموقع وهذا يدل على ان الشباب حاليا ليس لديه الوقت لتصفح الايقونات المختلفة للموقع ويريد ان يتعرف على المعلومة دون عناء وهذا ما يوفره الانفوجرافيك..
- كما أشارت الدراسة إلى اختلاف ترتيب القضايا التي يفضلها الشباب الجامعي في الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية، حيث جاءت القضايا الرياضية في الترتيب الأول، ثم جاءت الشبابية في الترتيب الثاني وجاءت الصحية في الترتيب الثالث، وجاءت القضايا الاجتماعية، ثم الدينية، وجاءت الثقافية في الترتيب السادس ثم السياسية، وجاءت الاقتصادية في الترتيب الأخير. ويمكن استخلاص نتيجة هامة مما سبق عزوف الشباب الجامعي عن متابعة الشأن السياسي والاقتصادي واهتمامه أكثر بالجانب الترفيهي الرياضي.

- أشارت الدراسة إلى تفضيل الشباب الجامعي للانفوجرافيك الثابت في المواقع الصحفية المصرية في الترتيب الأول ثم الانفوجرافيك التفاعلي وأخيرا الانفوجرافيك المتحرك ويرى الباحث أنه على الرغم من توافر عوامل الجذب في الانفوجرافيك المتحرك الا ان الشباب الجامعي يفضل الانفوجرافيك الثابت حيث أنه لا يتطلب سرعة للانترنت أكبر من المتحرك لتحميله ومشاركته ايضا على صفحاتهم الشخصية أو الغير، نظرا لان الشباب في هذه المرحلة يشتركون في باقات انترنت على هواتفهم النقاله سرعتها في الغالب محدودة.
- تنوعت تفضيلات الشباب الجامعي لأشكال الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية ويرى الباحث أن مع هذا الاختلاف الا ان هناك تقارب في نسب التفضيلات بين الاشكال المختلفة للانفوجرافيك ويرجع هذا إلى أن مع احتواء الانفوجراف على عناصر متعددة (نص، صورة، رسم) الا ان النظر له على أنه وحدة واحدة يمكن أن تلفت انتباه القارئ وتحوز على تفضيله لها، ويشير الجدول إلى ان الأشكال التي تحتوى على مقارنات أو صور وجداول وقوائم جاءت في مقدمة التفضيلات بينما الأشكال التي تعتمد على الخرائط والرسوم البيانية والشعاعي تأتي في مؤخرة تفضيلات الشباب لأشكال الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.
- جاء انفوجرافيك موقع البوابة نيوز في الترتيب الأول بالنسبة لانقرائية الشباب الجامعي لمنتها، وذلك فيما يتعلق بشكل وحجم واتساع الجمع، حيث هناك فروق واضحة في تكرارات هذه العناصر بين انفوجرافيك موقع البوابة نيوز وكل من انفوجرافيك موقع مبتداً وانفوجرافيك موقع اليوم السابع، ثم يأتي انفوجرافيك موقع مبتداً في الترتيب الثاني وأخيرا انفوجرافيك اليوم السابع، ويرى الباحث أن السبب وراء ذلك هو أن استخدامات المتن أو النص في تصميم الانفوجرافيك يختلف عن استخداماته في تصميم بقية الأشكال الصحفية، حيث يحتوى في أغلب الاحيان الانفوجرافيك على عدد أقل من كلمات المتن لمحدودية مساحة الانفوجرافيك مما يجعل الاهتمام بانقرائية المتن في الانفوجرافيك أكثر ، في حين أن هناك تقارب في درجة الكثافة بالنسبة للانفوجرافيك في المواقع الثلاث.
- تقارب انقرائية الشباب الجامعي للعناوين المستخدمة في الانفوجرافيك بمواقع عينة الدراسة، ويمكن تفسير ذلك إلى أن مساحة الانفوجرافيك محدودة الأمر الذي يجعل التنوع في أحجام العناوين واختلاف أنواعها محدود للغاية مما لا يجعل هناك فروق ملحوظة بين انقرائية هذه العناوين بانفوجرافيك المواقع الصحفية الثلاثة.
- تقارب انقرائية الشباب الجامعي للصور بالانفوجرافيك في المواقع الصحفية محل الدراسة، ويرى الباحث أن هذا التقارب يرجع إلى سببين رئيسيين، الأول يتعلق بطبيعة تقنية النشر عبر صفحات الانترنت التي تحتاج إلى مواصفات محددة للصور ومعالجة خاصة لدرجة وضوحها، الأمر الذي لا يجعل هناك فروقاً ملحوظة بين المواقع المختلفة،

والسبب الثاني يرجع إلى المساحة المحدودة للصور داخل تصميم الانفوجرافيك مقارنة بالمساحة الخاصة بالصور بالموضوعات الاخرى، الأمر الذي يجعل هناك قيوداً على مساحات الصور وشكلها التي تستخدم داخل تصميمات الانفوجرافيك بالمواقع الصحفية.

- جاء انفوجرافيك موقع البوابة نيوز في الترتيب الأول بالنسبة لانقرائية الشباب الجامعي للرسوم، حيث هناك فروق واضحة في تكرارات عناصر الرسوم بانفوجرافيك موقع البوابة نيوز وكل من انفوجرافيك موقع مبتداً وانفوجرافيك موقع اليوم السابع، ثم يأتي انفوجرافيك موقع مبتداً في الترتيب الثاني وأخيراً انفوجرافيك اليوم السابع، ويرى الباحث أن السبب وراء ذلك هو نوع الرسوم المستخدمة حيث يستخدم انفوجرافيك موقع البوابة نيوز الرسوم مثل الجداول والقوائم وغيرها من الرسوم، في حين يكثر استخدام الرسوم البيانية والخرائط.

- هناك تقارب في التكرارات بين انقرائية استخدامات الألوان المختلفة في انفوجرافيك المواقع الصحفية محل الدراسة ويرجع هذا إلى عوامل عديدة أهمها التطور في تكنولوجيا النشر الالكتروني وما يصاحبه من تطور في اصدارات برامج معالجة الصور والرسوم وتصميمات الانفوجرافيك وما يصاحب ذلك من ارتفاع جودة المعالجات اللونية للانفوجرافيك بالمواقع الصحفية المصرية.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وذلك لصالح انفوجرافيك موقع البوابة نيوز بينما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي الجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقاً لنوع الانفوجرافيك.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقاً لشكل الانفوجرافيك.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين انقرائية الشباب الجامعي الذكور والاناث التيبوغرافية والجرافيكية للانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وذلك لصالح الذكور

التوصيات

- ضرورة التوسع في الدراسات الإعلامية التي تتناول وتهتم بالانفوجرافيك وعلاقته بالعديد من المتغيرات التي مازالت لم يتم التطرق لها بالبحث والدراسة مثل ارجنومية الانفوجرافيك، معايير تصميمه، الأطر الاخبارية به وغيرها من المتغيرات الهامة.

- العمل على اعداد كوادر مؤهلة لتنفيذ الانفورجريك بالمواقع الصحفية وزيادة مستوى تأهيلهم مهنيا وعمليا وتدريبهم على البرامج المتخصصة في تصميم الانفورجريك.
- الاهتمام بمفهوم الانقرائية سواء التيبوغرافية أو الجرافيكية لما لها من تأثير على سهولة القراءة
- العمل على وضع اطر للتوقعات المستقبلية لمدى وتأثير انتشار الانفورجريك بالمواقع الصحفية وتأثيرها على الاشكال الصحفية بالمواقع وانقرائية الجمهور لها.
- ضرورة التنوع في استخدام المواقع الصحفية للانفورجريك بأنواعه وأشكاله المختلفة مع تقنين هذا الاستخدام بما لا يطغى على الفنون الصحفية الأخرى.
- مواكبة الخطط الدراسية بأقسام الاعلام المختلفة للتطورات المتلاحقة في مجال الاعلام وخاصة على المستوى العملي بشكل عام وفن الانفورجريك بشكل خاص.

هوامش الدراسة:

- ١ - محمد جمال عبد المقصود، دور التصاميم الانفورجريكية لتبسيط الرسالة الإعلامية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، ال عدد ١٠ ابريل ٢٠١٨.
- ٢ - دينا طارق محمود، محددات توظيف صحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والعالمية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨.
- ٣ - ربال أحمد عبد والوهاب، هبه محمد عبد الرازق، مستقبل صحافة البيانات في مصر خلال العقدين القادمين ٢٠١٧-٢٠٣٧، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، كلية الاعلام، جامعة الأهرام الكندية، العدد ٢٠١٧، ١٩.
- ٤ - عبير محمد سليم، استخدام المواقع الفلسطينية للانفورجريك: دراسة تحليلية مقارنة، المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعليم الالكتروني، جامعة القدس المفتوحة، مج ٦، ع ١٢، ٢٠١٨.
- ٥- محمد جمال عبد المقصود، دور التصاميم الانفورجريكية لتبسيط الرسالة الإعلامية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور، مرجع سابق ٢٠١٨.
- ٦- دينا طارق محمود، محددات توظيف صحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والعالمية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، مرجع سابق، ٢٠١٨.
- ٧ - جواد راغب الدلو، الانفورجريك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة، مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات الانسانية، كلية الآداب، الجامعة الاسلامية، فلسطين، العدد ٢٠١٨، ٢٦.
- ٨ - لجين محمد باقاسى، الاتجاهات الحديثة لاجراء صحافة البيانات الانفورجريك في الصحف السعودية دراسة تطبيقية على صحيفة مكة - عكاظ، المجلة العربية للاعلام والاتصال، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال، العدد ٢٠، نوفمبر ٢٠١٨.

- ٩ - راللا أحمد عبد الوهاب، هبه محمد عبد الرازق، مستقبل صحافة البيانات في مصر خلال العقدين القادمين ٢٠١٧-٢٠٣٧، مرجع سابق، ٢٠١٧.
- ١٠ - على حمودة جمعة، معالجة انفوجرافيك الصحف الالكترونية المصرية والأجنبية للموضوعات المطروحة به وعلاقته بمستوى تعرض المستخدمين لها دراسة تطبيقية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الاعلام، جامعة الازهر، العدد ٤٨، أكتوبر ٢٠١٧.
- ١١ - محمد صديق حسين، وضع المعايير الفنية والقواعد الحاكمة في تصميمات صحافة الانفوجرافيك المستحدثة ومدى تطبيقها من خلال مواقع الصحف العربية والمصرية الالكترونية، مؤتمر القيم الجمالية والفنية في توزيع عناصر العمل الفني، كلية الفنون والتصميم، جامعة الزرقاء، الأردن، مايو ٢٠١٦.
- ١٢ - نايف العلياني، القيم البصرية والفنية للانفوجرافيكس وتوظيفه في المواقع الالكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الامام محمد بن سعود، الرياض، ٢٠١٦.
- ١٣ Azam Majooni, Mona Masood & Amir Akhavan. An eye-tracking study on the effect of infographic structures on viewer's comprehension and cognitive load. ٢٠١٨, Information Visualization, ١٧(٣), ٢٥٧-٢٦٦. <https://doi.org/10.1177/1473871617701971>
- ١٤ Julio Costa Pinto. The Relevance of Digital Infographics in Online Newspapers. European Scientific Journal August ٢٠١٧ /SPECIAL/ edition ISSN: ١٨٥٧ - ٧٨٨١ (Print) e - ISSN ١٨٥٧- ٧٤٣١
- ١٥ Sandra Zwinger & Michael Zeiller. Interactive Infographics in German Online Newspapers. Proceedings of the ٩th Forum Media Technology ٢٠١٦, St. Pölten, Austria, ٢٠١٦, published at <http://ceur-ws.org>.
- ١٦ - Siricharoen ،Waralk &Nattanun Siricharoen ،How Infographic shoud be evaluated ? The ٧th international conference of Information, Jordan, ISSN ٢٣٠٦-٦١٠٥, ٢٠١٥.
- ١٧- Dick Murray, Interactive Infographic and news values, Digital Journalism, Valuem ٢, issue a, ٢٠١٤.
- ١٨- Dur, Banu Inanc Uyan , Interative Infographic on the internet , online journal of art and design, valume ٢ , issue ٤, ٢٠١٤.
- ١٩ - Marvin Milatz, Moving Graphics: The effects of interactive infographics on media users, recall accuracy, master thesis, journalism: media and globalization, ٢٠١٣.
- ٢٠ - Murray Dick & Pablo Medina, Information Graphics Design challenges and workflow management , International Conference on Communication Media Technology and Design , Turkey ,٩-١١ MAY ٢٠١٢.

Randy (٢٠١٣): Effective Communication Cool Infographics: with Data ، Krum- ٢١
Visualization and Design (Kindle Locations ١٣٧-١٣٦). Wiley. Kindle Edition

Smiciklas (٢٠١٢): The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and - ٢٢
Connect with Your Audiences. ٦٣٣ East ٩٦th Street, Indianapolis, Indiana ٤٦٢٤٣ USA.

The Avengers. IMDb. Web. January ٢٣٠٢٣١٤. <http://www.imdb.com/title/tt٣٦٤٦٢٢٦>
٢٣ - محمد شلتوت (٢٠١٤). مقال " فن الإنفوجرافيك بيت التشويق والتحفيز على التعلم "مجلة التعليم الإلكتروني،
العدد ٢٣ ١ مارس ٢٠١٤.

٢٤ - محمد شلتوت، الانفوجرافيك من التخطيط الى الانتاج، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ٢٠١٦.

D. J. (٢٠٠١). Milestones in the History of Thematic ، M. & Denis،Friendly - ٢٥
Cartography, Statistical Graphics, and Data Visualization. Web. January ٢٢, ٢٠١٤

Markus (٢٠٠٦). Otl Aicher. Phaidon. ISBN ٩٧٨-٠-٧١٤٨-٤٣٩٦.p٤٤.، Rathgeb- ٢٦

Faculty of ، Siting (٢٠١٤): Why Should PR Professionals Embrace Infographics?.Dai - ٢٧
Uniferisty Of Southern California،the usc Graduate School

Rules of Publishing



Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.

Mass Communication Research

A Scientific Journal Issued by Al-Azhar University

Chairman of Board of Directors

Prof. Dr. Mohamed El mahrasawy

Editor- in - chief

Prof. Dr. Ghanem El Saeed

Deputy Editor-in-Chief

Prof. Dr. Mahmoud El Sawey

Prof. Dr. Arafa Amer

Dr. Abd El Azeem Khedr

Managing Editors:

Dr. Mohamed Abd El Hameed

Editorial Secretary:

Dr. Ramadan Ibraheem

Correspondences

should be sent to the editorial secretary on the following address:

Azhar University - Faculty of Mass Communication – Telephone

Number 0225108256

Our Website : <https://jsb.journals.ekb.eg>

○ Issue 51 January 2019

○ **International Standard Book Number ISBN 6555**