

جمهورية العراق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

الانفوجرافيك في وسائل الاعلام و دوره في ادراك الجمهور للمعلومات

دراسة مسحية لآراء عينة من اساتذة وطلبة كلية الفنون الجميلة

بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الدولي الأول الذي تعقده كلية الفنون الجميلة

جامعة ديالى

اعداد الباحثان

المدرس الدكتور

احمد عبد الستار حسين / كلية الفنون الجميلة / جامعة ديالى

المدرس

رباب كريم كيطان / كلية الفنون الجميلة / جامعة ديالى

للتواصل مع الباحثان

هاتف / 07722056469

اميل / theeditor79@gmail.com

ملخص

لا شك ان هلميه التطور التقني المتسارعة التي لا تحدها حدود والتنافس بين وسائل الاعلام من اجل تقديم المعلومة للجمهور بأسهل الطرق واكثرها تشويقاً دفعت الاخيرة الى البحث عن اساليب جديدة في تقديم مضامينها ورسائلها للمتلقين ، الامر الذي وفره ذلك النهج الابداعي او ما يصطلح تسميته (تصميم الانفو جرافيك) الذي يشير إلى عدد من التخصصات الفنية والمهنية التي تركز على الاتصالات المرئية وطرق عرضها، وتستخدم أساليب متنوعة من اجل انشاء مضامين تجمع بين الرموز والصور أو الكلمات لخلق تمثيل مرئي للأفكار والرسائل .

مما سبق يأتي هذا البحث ليعالج اشكالية حددها الباحثان بتساؤل رئيس وهو ما دور الانفو جرافيك الذي توظفه وسائل الاعلام في ادراك الجمهور للمعلومات ؟ بهدف الوقوف على الانواع والاشكال والمكونات البصرية التي تستخدمها وسائل الاعلام بتصميم الانفو جرافيك في ادراك الجمهور للمعلومات .

ويعد البحث من البحوث الوصفية الذي استخدم فيه الباحثان المنهج المسحي لمسح آراء عينة تم اختيارها بطريقة العينة القصدية من مجتمع البحث المتمثل بجميع اساتذة وطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة ديالى .

ولغرض تحقيق اهداف البحث استخدم الباحثان عدد من الادوات تتمثل في استمارة الاستبانة و مقياس ليكرت الثلاثي وهو المقياس الاكثر شيوعاً في البحوث الاعلامية اذ يتيح صياغة عدد من العبارات المتصلة بالموضوع ، ويمكن للمبحوثين ان يختاروا من بين بدائل الاجابة ما يتوافق مع آرائهم ، بعدها لجئ الباحثان الى استخراج النتائج وتحليلها وتفسيرها عبر استخدام عدداً من الاساليب والمعامل الاحصائية.

وقد توصل الباحثان الى عدد من النتائج اهمها :

- 1- اكدت النتائج فاعلية الانفو جرافيك كوسيلة لإيصال المعلومات الى الجمهور.
- 2 - كشفت النتائج عن مدى تأثير الصور على ادراك المعلومات اكثر من باقي المكونات البصرية للانفو جرافيك
- 3- اظهرت النتائج وجود دور كبير للانفو جرافيك في ادراك الجمهور للمعلومات ، اذ تراوحت الاوساط الحسابية لإجابات المبحوثين عن اغلب فقرات المقياس بين (2.0) و(2.6) وهي اكبر من قيمة الوسط الفرضي للمقياس البالغ (2) وهو ما يعطي دلالة على الدور .

مقدمة

تتميز وسائل الإعلام بما تتضمن من وسائل اتصال بصري مختلفة ، بمقدرتها على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات ، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، مع مقدرتها على خلق رأي عام وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً، فضلاً عن المقدرة على نقل المعارف والمعلومات والترفيه، حيث نجد أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري ، أكثر تقدماً وأكثر تعبيراً عن مصالح الناس وآرائهم، مما يوفر لهذه الوسائل شعبية ذات مصداقية ، تعمل على نشر المعلومات في المجتمعات.

وقد أدى التدفق الكبير للمعلومات يرافقه تقدم هائل في التكنولوجيا وعلوم الحاسوب الى ظهور ما يعرف في اليوم وسائل اعلام البيانات أو الانفوجرافك وهي احدى وسائل الاتصال البصرية الذي تمزج بين البيانات و المعلومات والأرقام ليتم تبسيطها واختزالها ، وعرضها في شكل صور و رسوم بيانية و خرائط ومعلومات للقارئ تحوي بيانات مفصلة بالأرقام عن موضوع ما، مثال ذلك ظاهرة ارتفاع أسعار السلع أو الإعلان عن منتج معين او ارشادات وتوصيات في مجالات صحية او بيئة او تعليمية وغيرها من الموضوعات التي ترتبط ببعضها ، و تسهل على الجمهور المتلقي استيعاب تلك المعلومات و البيانات الكثيرة في وقت قصير، الامر الذي يساعد على تغيير استجاباتهم وتفاعليهم مع المعلومات عند رؤيتها ، ويزيد من قدرتهم على استيعابها وفهمها بشكل اسهل واسرع .

انطلاقاً مما سبق وجد الباحثان ظاهرة بحثية ملائماً للوقوف على الدور الذي يلعبه الانفوجرافيك في وسائل الاعلام في ادراك الجمهور للمعلومات .

وجرى توزيع البحث الى ثلاث مباحث تناول الاول منها الاطار المنهجي للبحث ، في حين خصص المبحث الثاني للاطار النظري و جاء المبحث الثالث لعرض نتائج الدراسة الميدانية ، كما تضمن البحث النتائج العامة والاستنتاجات التي توصل اليها الباحثان .

المبحث الاول الاطار المنهجي

اولاً : مشكلة البحث

ان مسألة إحاطت الباحثين بالمشكلة من جوانبها جميعها يقودهم إلى التمكن من صياغة المشكلة وتوافر إمكانية بحثها ، أي ان تحديد المشكلة يرتبط بمدى فهم الباحثون لها، وقدرتهم على صياغتها بدقة إلى حد ما ، وعليه فقد حرص الباحثان على تحديد مشكلة البحث بتساؤل رئيس وهو ما دور الانفو جرافيك الذي توظفه وسائل الاعلام في ادراك الجمهور للمعلومات ؟ وانبثق عن هذا التساؤل عدد من التساؤلات الفرعية وهي :

- 1- هل تعد عملية معالجة المعلومات عن طريق الانفو جرافيك وسيلة فعالة لإيصالها الى الجمهور ؟
- 2- في اي الوسائل الاعلامية يفضل الجمهور اللجوء الى الانفو جرافيك للحصول على المعلومات ؟
- 3- ما انواع واشكال الانفو جرافيك التي تعد اكثر جذباً وتفضيلاً بالنسبة للجمهور ؟
- 4- ما المكونات البصرية للإنفو جرافيك الأكثر تأثيراً على ادراك الجمهور للمعلومات ؟
- 5- ما الذي يفضل الجمهور التركيز عليه من محتويات الانفو جرافيك وما نوع المعلومات التي يفضلها ؟
- 6- ما الاسباب التي تجعل الجمهور يحصل على المعلومات عن طريق الانفو جرافيك ؟

ثانياً : اهمية البحث

يرى المختصون في مجال البحث العلمي ان بمجرد اختيار موضوع البحث تصبح الخطوة التالية تحديد الجدوى او الفائدة العلمية من دراسته ، ومن المهم ان يعي الباحث الى ما ستضيفه نتائج البحث الى المعرفة على ما هو متاح بالفعل في مجال التخصص سيما على المستوى الاكاديمي او على المستوى الميداني . وعليه فأن اهمية هذا البحث يجسدها الباحثان بما يأتي :

- 1- يعطي البحث مؤشرات لوسائل الاعلام عن تفضيل الجمهور لأنواع واشكال الانفو جرافيك الذي يمكن ان يسهم في ادراك المعلومات .
- 2- تزويد الباحثين الاعلاميين بتراث نظري يبحث في العلاقة بين الانفو جرافيك في وسائل الاعلام ومستويات تأثيره على ادراك الجمهور للمعلومات ، لاسيما وان المكتبات العراقية فقيرة المصادر في هذا المجال .

ثالثاً : اهداف البحث

الوصف هو احد اهداف البحث العلمي حيث يقوم الباحثين بجمع المعلومات كي يتمكنوا من وصف الظاهرة البحثية بدقة عن طريق واقع الاحصائيات التي تعكس الواقع الفعلي ، لذلك حرص الباحثان على وصف الظاهرة من خلال تحديد اهداف البحث على شكل نقاط رئيسية وهي :

- 1- معرفة مدى فاعلية الانفو جرافيك كوسيلة في إيصالها المعلومات الى الجمهور ؟
- 2- بيان الوسيلة الاعلامية التي يفضلها الجمهور ويلجئ للإنفو جرافيك فيها كي يحصل على المعلومات ؟
- 3- تحديد انواع واشكال الانفو جرافيك التي تعد اكثر جذباً وتفضيلاً بالنسبة للجمهور ؟
- 4- رصد مكونات الإنفو جرافيك البصرية الاكثر تأثيراً على ادراك الجمهور للمعلومات ؟
- 5- ايضاح محتويات الانفو جرافيك التي يركز الجمهور عليها ونوع المعلومات التي يفضلها ؟
- 6- كشف الاسباب التي تجعل الجمهور يحصل على المعلومات عن طريق الانفو جرافيك ؟

رابعاً : نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي يمكن اللجوء إليها لدراسة المواقف الاجتماعية ومظاهر السلوك الإنساني ، وقد فرضت طبيعة البحث واهدافه استخدام المنهج المسحي الذي يعد الأسلوب الامثل للوصول الى المعلومات بطريقة علمية وموضوعية .

خامساً : مجتمع البحث وعينته

تمثل مجتمع البحث بجميع اساتذة وطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة ديالى ، ونظرا لاتساع مجتمع البحث، لجأ الباحثان إلى طريقة العينات ، إذ تم اختيار عينة البحث بطريقة العينة (القصدية) والتي تعني " ان يعتمد الباحث او يقصد اجراء البحث على فئة معينة لاعتبارات علمية او منطقية تؤكد ان هذه العينة تمثل المجتمع " (عبد العزيز ، 2011، ص155) حيث تعمد الباحثان بتوزيع (40) استمارة على مبحوثين من التدريسيين والطلبة (ذكوراً واناث) تم اختيارهم لاعتبار علمي وهو اهتمامهم بتصميم الانفو جرافيك ومتابعته عبر وسائل الاعلام .

سادساً: ادوات جمع البيانات

تتحدد ادوات جمع البيانات على وفق المنهج المستخدم والجمهور المستهدف ، فضلاً عن الهدف من اجراء البحث ، وبناءً على الاجراءات المذكورة انفاً لجأ الباحثان الى استخدام اداتين للحصول على البيانات المطلوبة وهما :

استمارة الاستبيان والمقياس اللتان تم توزيعهما على (40) مبحوث من تدريسي وطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة ديالى بعد ان جرى تحكيمها والتأكد من صلاحيتها لقياس ما وضعنا من اجله .

سابعاً : الصدق والثبات

بعد أن قام الباحثان بإعداد استمارة الاستبيان والمقياس الخاص بالبحث، عملا على تطبيق اختباري الصدق والثبات عليهما ، وفيما يأتي أهم الخطوات التي اجراها الباحثان وهي:

1- الصدق

اعتمد الباحثان على اختبار صدق الاستبانة والمقياس على الصدق الظاهري او ما يسمى صدق المحكمين الذي يعد من اكثر الاختبارات استخداماً للتحقق من مدى صلاحية الاداة لقياس ما وضعت لأجله ، اذ قام الباحثان بعرض فقرات الاستبانة والمقياس على مجموعة من الخبراء المحكمين المتخصصين في مجال التخصص (*) للتعرف على مدى صدق ودقة الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق على البحث الحالي.

وقد اجرى الباحثان بعض التعديلات الطفيفة على الاداتين سواء بالحذف أو بالإضافة بناء على توجيهات وأراء المحكمين وموافقتهن على الفقرات ، وكانت نسبة اتفاق الخبراء على فقرات الاداتين (82.5%) وهي نسبة جيدة ومقبولة.

وتم احتساب الصدق الظاهري على وفق المعادلة الآتية:

$$\text{الصدق} = 100 \times \frac{\text{مجموع الفقرات المتفق عليها بين المحكمين}}{\text{مجموع الفقرات}} = 100 \times \frac{33}{40} = 82.5$$

2- الثبات

يمكن حساب الثبات بطرق عدة وذهب الباحثان الى احتساب الثبات بطريقة معامل ألفا - كرونباخ للاتساق الداخلي (Alpha Kronbachs) وتعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة الى أخرى ، ولاستخراج الثبات وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات البحث البالغ عددها (40) استمارة، ثم استخدمت معادلة (ألفا) وقد بلغ معامل الثبات (0.81) وهو معامل ثبات يشير الى التجانس والاتساق الداخلي .

ثامناً : المعامل والإساليب الإحصائية المستخدمة في البحث

1- التكرارات البسيطة والنسبة المئوية : استخدمت لاستخراج التكرارات والنسب المئوية للنتائج.

2- الوسط الحسابي : استخدم لاستخراج الوسط الحسابي لكل فقرة من فقرات المقياس

3- معامل ألفا - كرونباخ للاتساق الداخلي (Alpha Kronbachs) : استخدم في التعرف على نسبة الثبات .

تاسعاً : دراسات سابقة

في اطار مراجعة التراث العلمي لموضوع البحث وتتبع الباحثان لما تيسر من الدراسات السابقة عن الانفوجرافيك لتحديد موقع البحث الحالي مقارنة بالبحوث الأخرى ، وجد الباحثين عدداً من الدراسات العراقية ، والعربية ، والاجنبية ، التي يمكن عدها مقاربة بحثية لموضوع بحثنا ، دون تناولها موضوع توظيف القائم بالاتصال في القنوات الفضائية للاعلام الجديد . وفيما يلي الدراسات السابقة التي حصل عليها الباحثان والتي اعتمدا في عرضها على التسلسل الزمني لأجرائها من الاقدم الى الاحدث :

1. دراسة (Giardina&Medina) (2012)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير انتاج الانفوجرافيك ونشره على إدارة سير عمل شركات الاعلام بالاعتماد على نماذج من الانفوجرافيك المنشورة في صحيفة نيويورك تايمز المطبوعة والنسخة الالكترونية والوقوف على كيفية استخدامه وتأثيره على أنشطة المؤسسات الإعلامية ، وتوصلت الدراسة الى ان تطور الانفوجرافيك التفاعلي يتطلب إدارات خاصة تعمل بشكل مستقل ، وان العناصر التفاعلية تشكل اساساً في تصور البيانات ، وان الانفوجرافيك التفاعلي يساعد على تطوير قدرات قراءة الصحف .

2. دراسة (Milatz) (2013)

هدفت الدراسة الى استكشاف اثر الانفوجرافيك التفاعلي على عملية التذكر لدى المستخدم ، حيث استخدم الباحث أسلوب التجربة كأداة للتعرف على تأثير أنواع الانفوجرافيك (الثابت ، والتفاعلي ، والجدول) في عملية تذكر المعلومات، وقد طبق ذلك على عينة من 122 فرداً من الناطقين بالالمانية ، او لديهم مهارات لغوية المانية ، وتوصلت الدراسة الى عدم وجود علاقة بين الانفوجرافيك التفاعلي والاستعادة الشاملة للمعلومات ، حيث أوضحت النتائج ان استخدام الجداول يظهر قدرات اقل في استعادة المعلومات لدى المشاركين .

3. دراسة Dur (2014)

هدفت هذه الدراسة التعرف على استخدامات الانفوجرافيك في الصحافة وأنواعه وأساليب عرضه للمحتوى ، والاختلاف بين التصاميم الثابتة والتفاعلية ، وقد توصلت الى مجموعة من النتائج من بينها ان الانفوجرافيك اصبح ضرورة في هذا العصر في ظل الاهتمام بالاتصال المرئي ، فهو يجعل المعلومات الصعبة اكثر قابلية للفهم وجذب الانتباه ، كونه يقدم المعلومات المعقدة وغير المنظمة في شكل واضح ومفهوم .

4. دراسة Siricharoen & Siricharoen (2015)

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ، وتهدف التعرف على مفهوم الانفوجرافيك وأهم استخداماته وأنواعه ، والوسائط المتعددة والتفاعلية المستخدمة معه ، وتوصلت الى عدد من النتائج منها ضرورة الاهتمام بالعناصر المكونة له ، وخاصة الصور والألوان ، فضلا عن ضرورة عرضه للمعلومات الصحيحة بأسلوب جذاب ، وان تقييم شكل ومضمون الانفوجرافيك يعتمد على ما يقدمه من معلومات وما يشتمل عليه من عناصر مكونة له ومنها أنواع الرسوم التي يستخدمها.

5. دراسة وضع المعايير الفنية والقواعد الحاكمة في تصميمات صحافة الانفوجرافيك المستحدثة ومدى تطبيقها من خلال مواقع الصحف العربية والمصرية الالكترونية (2016)

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية ، التي هدفت الى التعرف على فن صحافة الانفوجرافيك كفن صحفي ولید في عالم الصحافة الالكترونية ، ومن نتائج الدراسة: صحافة الانفوجرافيك صحافة تفرض تواجدها في عالم الاتصال المعلوماتي عبر المواقع الالكترونية وبرامج التواصل الاجتماعي وتزداد مساحتها يوم بعد يوم ، وان هناك مشكلة فعلية لدى القائمين بصناعة هذا الفن الصحفي بعدم المالمهم بقواعد التصميم الجرافيكي او فنون التفكير البصري مما ينتج نماذج عشوائية مشوهة من هذا الفن الصحفي المستحدث .

6. دراسة الانفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة (2016)

تهدف هذه الدراسة التعرف على مدى اهتمام صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها وأنواعه ومكوناته ومصادره ومواقع نشره، ومدى ارتباطه بالواقع المحلي للصحيفة موضوع الدراسة، وهي تعد من البحوث الوصفية، وفي إطار هذا النوع من البحوث تم استخدام منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، أما أداة الدراسة: فهي استمارة تحليل المضمون، وعينتها عام 2016، بواقع 104 أعداد من الصحيفة المذكورة.

وكشفت الدراسة عن مجموعة من النتائج أهمها: اهتمام صحيفة الرسالة بفن الإنفوجرافيك دون غيرها من الصحف الفلسطينية، وتركيز الإنفوجرافيك على أربع قضايا ،هي: السياسية، والمجتمعية، والفصائل الفلسطينية،

والانتخابات المحلية، وأن معظم قضايا الإنفوجرافيك ترتبط بالواقع المحلي، وتنتشر على الصفحة الأخيرة، ولم يذكر مصدر معلوماتها، إضافة إلى استخدامها بشكل أساسي لثلاثة أنواع من الإنفوجرافيك، وهي: تحليل البيانات، والتسلسل الزمني والتاريخي، وعرض الأفكار، واهتمامها بالعناصر المقروءة والمرئية المختلفة بنسب متباينة، وأوضحت الدراسة أيضاً وجود علاقة بين أنواع الإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها.

7. دراسة المعايير الفنية للإنفوجرافيك وتوظيفها في المواقع الإلكترونية (دراسة تحليلية وميدانية لمواقع إلكترونية سعودية) (2016)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية تأثير العناصر البصرية للإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية، وقياس الدراسة المعايير البصرية السليمة في تصميم وإنشاء الإنفوجرافيك المستخدم في المواقع الإلكترونية الإخبارية، التي أجريت عليها، وهي عشرة مواقع إلكترونية.

* تشابه واختلاف البحث مع الدراسات السابقة ومدى الافادة منها

اختلفت الدراسات السابقة مع البحث في الاشكاليات التي درستها ، اذ لم تبحث جلها في اشكالية دور الانفو جرافيك في ادراك الجمهور للمعلومات ، وقد تشابهت بعض من الدراسات المذكورة انفاً مع البحث في المنهج المستخدم وادوات جمع البيانات .

اما عن درجة افادة الباحث من الاطلاع على الدراسات السابقة فقد تجسدت في التعرف على الاطار النظري لمتغيرات البحث وتكوين رؤية عن الاجراءات المنهجية ، فضلاً عن مساعدة الباحث في اعداد استمارة الاستبيان والمقياس .

عاشراً : التعريفات الاجرائية لمتغيرات للبحث

1- **الانفو جرافيك** : تقنية تسمح بتحويل كمية من البيانات والمعلومات النصية المعقدة الى مزيج من الصور والرسوم والنصوص ، مما يسمح للمتلقي ادراك الفكرة الأساسية للموضوع بصورة اسهل واسرع .

2- **المعلومات** : هي كم البيانات التي عولجت عن طريق الانفو جرافيك لتصبح ذات معنى ومغزى .

لمبحث الثاني

الاطار النظري

انفو جرافيك المعلومات في وسائل الاعلام

اولاً : مفهوم الانفو جرافيك

كثير من الافراد والمؤسسات الاعلامية اليوم تستخدم الانفو جرافيك لتعزيز الاتصال وتقديم ما لديهم من معلومات ومعرفة بصورة اكثر تشويقاً وقدرة على الوصول الى جماهيرهم وبطرق بسيطة وسهلة لمشاهديها او قراءها ومستخدميها ، والانفو جرافيك هو أسلوب يتميز بعرض هذه المعلومات والاحصائيات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وواضحة وسريعة ، وأصبحت الكثير من الاختصاصات تلجأ لهذا الأسلوب الذي يستخدم النماذج البصرية لتحفيز قدرة الفرد على الفهم والادراك وبالتالي تؤدي الى السهولة في الاطلاع على كميات هائلة من البيانات والمعلومات.

ومن الملاحظ ان مفهوم الانفو جرافيك لا يبتعد كثيراً عن مفهوم الاتصال ، فكما ان الاتصال " هو عبارة عن عملية تبادل للمعلومات بين فردين ، يهدفان إلى فهم مشترك للموضوع " (عابد، 2008 ، ص9) ، فان مصطلح الانفو جرافيك يطلق على الرسوم والتصاميم التي تتضمن معلومات او احصائيات في موضوع معين ، بشكل يجعل هذه المعلومات سهلة الاستيعاب لدى المتلقي ، وهذا يعني ان أي شكل يأخذ عملية وضع المعلومات على هيئة رسوم وتصاميم يمكن ان تصنف ضمن الانفو جرافيك.

ومن خلال مراجعة المصادر الخاصة بموضوع الانفو جرافيك ، وجد الباحثان عدد من التعاريف لهذا المصطلح منها : ان كلمة (انفو جرافيك INFOGRAPHIC) هي اختصار لمصطلح (المعلومات التصويرية INFORMATION GRAPHIC) والتي تعني نوعاً من الصور التي تمزج بين البيانات والتصميم وتساعد الأشخاص والمؤسسات في توصيل رسائلهم الى جماهيرهم .

لذا تم تعريف الانفو جرافيك على انه " تحويل لكمية من البيانات والمعلومات النصية المعقدة الى مزيج من الصور والرسوم والنصوص ، مما يسمح للمتلقي استيعاب الفكرة الأساسية للموضوع بصورة اسهل واسرع . (حسين ، 2016 : ص460)

فالإنفو جرافيك فن يرتكز على تحويل البيانات والمعلومات الصعبة او المعقدة او الضخمة الى رسوم او تصاميم بصرية او مقروءة ، تعطي الجمهور المعلومات الكافية بطريقة واضحة وجذابة ، تساعد على فهمها واستيعابها بسهولة ويسر ، مستفيداً من الإمكانيات التي توفرها برامج الحاسوب في هذا المجال .

اما مجالات استخدام الانفو جرافيك ، فانه يمكن استخدامه في جميع مجالات الحياة الإنسانية عامة ، والاعلام المقروء والالكتروني والاعلان والتسويق على وجه الخصوص .

عموماً وحسب رأي (ماكمان McMahon) أن الوسيلة التي نحصل عن طريقها المعلومات قد تؤثر في تفكير الأفراد وسلوكهم أكثر من بعض محتويات الرسالة نفسها، وأن لها دوراً أساسياً في عملية الاتصال

(Lazor,1992:p29) . و الانفو جرافيك هو تقنية او وسيلة تعمل بحكم سعة وسرعة انتشارها على توفير رصيد مشترك من المعلومات يزيد من فاعلية تواصل جمهورها للحصول على المعلومة . (فضيل، 2003 : ص36-37).

ثانياً : أنواع الانفو جرافيك

يمكن تقسيم الانفو جرافيك الى عدة أنواع وفقاً لتصميمه ومحتواه ، علماً ان لكل نوع منهما خصائصه التي تميزه عن الآخر ، لذا امكن تقسيم الانفو جرافيك الى ثلاثة أنواع هي : . (حسين، 2016 : ص462-463) .

1- **الانفو جرافيك الثابت** : هو عبارة عن رسم تصويري يشرح شيئاً محدداً ويأخذ شكلاً ثابتاً ولا يحتاج الى تفاعل المتلقي ، وغالباً ما يستخدم هذا النوع مع الإعلانات والدعايات الثابتة المطبوعة او المنشورة على صفحات الانترنت والصحف .

2- **الانفو جرافيك المتحرك** : وهو رسم تصويري متحرك يتفاعل معه الجمهور : وهو نوعان :
أ- **تصوير فيديو عادي (بداخله انفو جرافيك)** : وهو يعتمد على الرسوم في تمثيل المعلومات على شريط فيديو بشكل متحرك .

ب- **تصميم متحرك (موشن جرافيك)** : هو تصميم البيانات والتوضيحات والمعلومات تصميمياً متحركاً كاملاً ، وهو يتطلب اختيار الحركات المعبرة التي تساعد على إخراجها بشكل جذاب ، وهذا يتطلب جزء من تقنية الروم المتحركة ، والتي يكون لها سيناريو كامل للإخراج النهائي لهذا النوع وهذا اكثر الأنواع استخداماً وانتشاراً الان
ج- **الانفو جرافيك التفاعلي** : انفو جرافيك تفاعلي حيث يتحكم فيه المتلقي عن طريق بعض الأدوات التحكم من ازرار وبرمجة (CODE) معينة تكون موضوعة ولكي يتحكم المشاهد في الانفو جرافيك وتصميم هذا النوع يتطلب ان يكون به تصميم وبرمجة بعض الأجزاء التي تحتوي على التحكم المطلوبة

ثالثاً : تصميم الانفو جرافيك

يؤدي التصميم دوراً كبيراً في ابراز الانفو جرافيك وتقديمها بشكل بسيط يجذب النظر ويثير الانتباه ، وذلك من خلال استخدام البرامج والنماذج الخاصة به ، وفهم كيفية التعامل معها ، والاستفادة من توزيع المساحات والألوان ، والاحجام والاشكال وتحويلها الى اشكال فنية جذابة تعمل على شد انتباه الجمهور وتوفير الراحة والمتعة له من حيث بساطة التصميم ويسر الاستخدام الى جانب وجود العديد من العوامل التي يجب ان تؤخذ بعين الاعتبار عند تصميم وإخراج الانفو جرافيك ومنها أماكن وضع المعلومات وطرق عرضها والاهتمام بعناصر التصميم واسسه ، ويتكون الانفو جرافيك من ثلاثة أجزاء وهي:

1- **العناصر البصرية (Visual elements)** : وتشمل الألوان والرسوم والرموز والاشارات والخرائط .

اذ يمكن تقسيم هذه العناصر الى فئات فرعية منها :

أ- الصور : وهي الصور الملتقطة بالكاميرا سواء اكانت شخصية ام أماكن ام غيرها .

ب- الرسوم والخرائط ، وهي الرسوم اليدوية والالكترونية والاشكال الهندسية والخرائط والأسهم .

ج- صور ورسوم : وهي الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية والالكترونية .

2- **عناصر المحتوى (Content element)** والتي تتضمن النصوص والحقائق والإحصاءات والاطر

الزمنية والمراجع . ويمكن تقسيمها الى فئات فرعية منها :

أ- المعلومات والحقائق : هي معلومات عامة وحقائق مؤكدة للموضوع .

ب- الأرقام والاحصائيات

3- **المعرفة (Knowledge)** : تتمثل في نقل رسالة شاملة للمعلومات والوقائع ، من خلال الحقائق

والاستنتاجات لنقل القصة بصورة كاملة .

إن أي بناء تصميمي لا بد أن يتكون من عناصر ومن اجتماعها تنتج علاقات يعتمد عليها نجاح ذلك

البناء أو فشله، وهذه العناصر هي :

أولاً: الشكل (Shape) : تتخذ الأشكال في الفن عدداً من التصنيفات (أشكال هندسية – أشكال عضوية – أشكال

طبيعية – أشكال مجردة – أشكال تمثيلية – أشكال غير تمثيلية – أشكال موضوعية – أشكال غير

موضوعية). (اسماعيل، 1999: ص164).

ثانياً: الخط (Line) : يعد الخط عنصر من عناصر التصميم ذات الدور الهام والرئيسي في بناء العمل الفني

المصمم، إذ لا يكاد أي عمل تصميمي يخلو من عنصر الخط وان كان ذلك بدرجات متفاوتة . يحيط الخط بمساحة

معينة أو شكلاً ما، فيكون أداة تحديد، ويحدد الحركة والاتجاه وامتداد الفراغ، فطبيعة الخط هو نقل الحركة مباشرة

وتتبعها. (اسماعيل، 1999: ص144).

ثالثاً: اللون (Color) : يعد اللون مكون بنائي أساسي تتجلى عن طريقه صفات مظهرية ذات فعاليات مؤثرة في

البناء التصميمي، متمثلة في أصله وقيمه الضوئية وكثافته أو شفافيته، وهي صفات شديدة التلازم مع كل ما يمكن

أن يراه راءٍ بغض النظر عما إذا كان ما يراه يمكن إن يهدي إلى معنى أم غير ذلك. (طارق ، 2002، ص 77-

78) .

رابعاً: الفضاء (Space) : مما لا شك فيه إن (الخطوط – المسطحات – الكتل) حين تتجمع كلها أو بعضها تخلف

فضاء، والفضاء يمثل عنصراً هاماً في الفنون المعمارية، نظراً لوجود فضاء نشأ عن تجميع كتل أو مسطحات.

(اسماعيل، 1999: ص202).

خامساً: المساحة : هي بيان حركة الخط (في اتجاه مخالف للاتجاه الذاتي) ويشكل مساحة – والمساحة لها طول

وعرض وليس لها عمق، وهي محاطة بخطوط وتحدد الحدود الخارجية لأي حجم، فالمساحة تعني عنصر مسطح

أولي أكثر تركيباً من النقطة والخط .

والمساحة قد تكون مربع أو دائرة أو مثلث أو أي شكل هندسي آخر مفرداً وقد تكون نتيجة لدمج أكثر من

شكل مع أجزاء بعض التجريب من حذف أو إضافة وغيرها – لإنتاج مساحة ذات طابع خاص .

وقد تكون المساحة ذات شكل عضوي، أو قد تجمع بين العضوي والهندسي، وللمصمم حق اختيار وتكوين مفرداته الخاصة به، كما إن المساحة بشكل عام هي الفراغ المحصور والمحدد بين الخطوط، وهي وحدة البناء للعمل الفني وهي أكثر تعقيداً من النقطة والخط . . (اسماعيل، 1999: ص164-166).

ان التصميم في المحصلة هو مجموعة من العلاقات التي تربط عناصر التصميم مع بعضها، فهي الاصول وقوانين (العلاقة الانشائية) ، في بناء العمل الفني ، و خطة التنظيم التي تقرر الطريقة التي يجب جمع العناصر بها لإنتاج تأثير معين . (غزوان، 2010، ص 43).

المبحث الثالث

الاطار الميداني

المحور الاول البيانات العامة للمبحوثين

1- النوع

اظهرت النتائج ما عكسته عملية اختيار العينة (القصدية) اذ تم توزيع الاستبيان على (40) مبحوثاً مقسمين بين طلبة واساتذة كلية الفنون الجميلة من الذكور (25) ومن الاناث (15) ، وبذلك بلغت نسبة الذكور 62% والاناث 38% انظر الى الجدول رقم (1) .

جدول (1) يبين عدد المبحوثين حسب متغير النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية %
ذكر	25	62%
أنثى	15	38%
المجموع	40	100%

2- التخصص

كشفت عملية توزيع استمارات الاستبيان البالغة (40) عن واقع توزيع (15) مبحوثاً من تخصص الفنون التشكيلية و بنسبة مئوية بلغت (37,5) و (15) مبحوثاً من تخصص الفنون السينمائية والتلفزيونية بنسبة مئوية (37,5) و (10) مبحوثاً من تخصص التربية الفنية وبنسبة مئوية وصلت نظر (25%) انظر الى الجدول رقم (2) .

جدول (2) يبين عدد المبحوثين حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية %
فنون تشكيلية	15	37,5%
فنون سينمائية وتلفزيونية	15	37,5%
تربية فنية	10	25%
المجموع	40	100%

المحور الثاني : اسئلة الحقائق

س1/ هل تعتقد ان معالجة المعلومات عن طريق الانفو جرافيك وسيلة فعالة لإيصالها الى الجمهور؟

اظهرت نتائج اجابات المبحوثين ان النسبة الاكبر منهم يعتقد بفاعلية الانفو جرافيك كوسيلة لاىصال المعلومات للجمهور اذ اشر على خيار نعم (30) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (75%) وبذلك حل هذا الخيار بالمرتبة الاولى ، بينما اكد (10) مبحوثين بنسبة مئوية وصلت (25%) انهم لا يعتقدون بذلك وبذلك جاء هذا الخيار بالمرتبة الثانية ، انظر الى الجدول رقم (3) .

جدول (3) يبين ترتيب اجابات المبحوثين حول فاعلية الانفو جرافيك في ايصال المعلومات للجمهور

المدى	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	30	% 75
لا	10	% 25
المجموع	40	%100

س2/ في اي الوسائل الاعلامية تفضل الاستجابة الى الانفو جرافيك كي تحصل على المعلومات ؟

بينت النتائج ان (18) مبحوثاً يفضلون انفو جرافيك التلفزيون للحصول على المعلومات ، وبذلك جاء التلفزيون بالمرتبة الاولى من بين خيارات المبحوثين بنسبة مئوية بلغت (45%) ، في حين بلغت نسبة الذين يفضلون انفو جرافيك الوسائل الالكترونية (32,5%) بواقع (13) تكرار لتقع هذه الفئة بالمرتبة الثانية ، ثم جاءت بالمرتبة الثالثة الفئة التي تفضل انفو جرافيك المجالات بواقع (5) تكرارات وبنسبة مئوية وصلت (12,5%) وحل انفو جرافيك الصحف في المرتبة الرابعة (الاخيرة) اذ اشار اليه (4) مبحوثين وهم يشكلون نسبة مئوية بلغت (10%) . انظر الى الجدول رقم (4) .

جدول (4) يبين ترتيب تفضيلات الجمهور لأنفو جرافيك الوسائل الاعلامية

انفو جرافيك الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية %
انفو جرافيك التلفزيون	18	%45
انفو جرافيك الوسائل الالكترونية (شبكات التواصل الاجتماعي)	13	%32,5
انفو جرافيك المجالات	5	%12,5
انفو جرافيك الصحف	4	%10

المجموع	40	%100
---------	----	------

س3/ اي انواع الانفو جرافيك تفضل ان تستقي منها المعلومات ؟

اظهرت نتائج اجابات المبحوثين عن هذا السؤال ان الغالبية اكد على ان الانفو جرافيك التفاعلي هو الخيار الافضل لاستقاء المعلومات اذ اشار الى ذلك (20) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (50%) وبذلك جاء هذا النوع بالخيار الاول في حين اجابة (12) منهم على تفضيل الانفو جرافيك المتحرك وهم ما شكلوا نسبة (30%) ليحل هذا الخيار بالمرتبة الثانية ، اما الانفو جرافيك الثابت فقد جاء بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) بواقع (8) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (20%) . انظر الى الجدول رقم (5) .

جدول (5) يبين ترتيب خيارات المبحوثين حول تفضيلهم لأنواع الانفو جرافيك

نوع الانفو جرافيك	التكرار	النسبة المئوية %
التفاعلي	20	% 50
المتحرك	12	% 30
الثابت	8	%20
المجموع	40	%100

س4/ ما شكل الانفو جرافيك الاكثر جذباً وتشويقاً بالنسبة اليك ؟

كشفت اجابات المبحوثين ان الرسوم التوضيحية هو شكل الانفو جرافيك الاكثر جذباً وتشويقاً اذ اكد ما نسبتهم (55%) وعددهم (22) عليه وبذلك جاء بالمرتبة الاولى ، في حين اشار (7) منهم على الشكل الشعاعي وبذلك بلغت نسبتهم (17,5%) وحلو بالمرتبة الثانية ، بينما احتلت مناصفةً المرتبة الثالثة (الجدول) و(الاشكال) اذ اختارهما (5) مبحوثين ونسبتهم (12,5%) وجاء بالمرتبة الرابعة (الاخيرة) المخطط البياني بواقع (3) تكرارات ونسبة مئوية وصلت (7,5%) . انظر الى الجدول رقم (6) .

جدول رقم (6) يبين ترتيب اشكال الانفو جرافيك الاكثر جذباً وتشويقاً بالنسبة للجمهور

شكل الانفو جرافيك	التكرار	النسبة المئوية %
الرسوم التوضيحية	22	% 55
الشعاعي	7	%17,5
الجدول	5	% 12,5
الخرائط	5	% 12,5
المخطط البياني	4	%7,5

المجموع	40	%100
---------	----	------

س5/ اي من المكونات البصرية للانفو جرافيك اكثر تأثيراً على ادراكك للمعلومات؟

الصور اولى المكونات البصرية للانفو جرافيك الاكثر تأثيراً على ادراك المعلومات بالنسبة للجمهور اذ اكد ما نسبتهم (37,5%) و عددهم (15) عليها ، في حين اشار (11) منهم على الرموز وبذلك بلغت نسبتهم (27,5%) وحلو بالمرتبة الثانية ، بينما احتلت الالوان المرتبة الثالثة اذ اختارها (8) مبحوثين ونسبتهم (20%) وجاءت بالمرتبة الرابعة (الاخيرة) الرسوم بواقع (6) تكرارات ونسبة مئوية وصلت (15%) انظر الى الجدول رقم (7) .

جدول رقم (7) يبين ترتيب المكونات البصرية للانفو جرافيك الاكثر تأثيراً على ادراك الجمهور للمعلومات

النسبة المئوية %	التكرار	المكونات البصرية
% 37,5	15	الصور
% 27,5	11	الرموز
% 20	8	الالوان
% 15	6	الرسوم
%100	40	المجموع

س6/ عند اطلاعك على الانفو جرافيك ما المحتوى الذي تفضل الاطلاع عليه ؟

اكد ما نسبتهم (52,5%) و عددهم (21) مبحوثاً انهم يفضلون الاطلاع على الارقام والاحصائيات من محتويات الانفو جرافيك لذلك احتلوا المرتبة الاولى ، في حين اشار (19) منهم على النصوص المكتوبة كمحتوى يفضلون الاطلاع عليه من محتويات الانفو جرافيك وبذلك بلغت نسبتهم (47,5%) وجاءوا بالمرتبة الثانية انظر الى الجدول رقم (8) .

جدول رقم (8) يبين ترتيب تفضيلات اطلاع الجمهور على محتوى الانفو جرافيك

النسبة المئوية %	التكرار	المحتويات
% 52,5	21	الارقام والاحصائيات
% 47,5	19	النصوص المكتوبة

المجموع	40	%100
---------	----	------

س7/ اي نوع من المعلومات تفضل الحصول عليها عن طريق الانفو جرافيك ؟

كشفت نتائج اجابات المبحوثين عن هذا السؤال ان (16) مبحوث وما نسبتهم (40 %) يفضلون الحصول على المعلومات العلمية عن طريق الانفو جرافيك وبذلك جاء هذا النوع بالمرتبة الاولى ، في حين اكد على المعلومات الاقتصادية (11) مبحوث بنسبة مئوية بلغت (27,5%) وحلو بالمرتبة الثانية ، و اشار (7) منهم على المعلومات الصحية وبذلك بلغت نسبتهم (17,5%) واحتلت هذه الفئة المرتبة الثالثة ، بينما احتلت المعلومات الرياضية المرتبة الرابعة اذ اختارها (4) مبحوثين ونسبتهم (10%) وجاءت بالمرتبة الخامسة (الاخيرة) المعلومات السياسية بواقع (2) تكرار ونسبة مئوية وصلت (5%) انظر الى الجدول رقم (9) .

جدول رقم (9) يبين ترتيب نوع المعلومات التي يفضل الجمهور الحصول عليها عن طريق الانفو جرافيك

نوع المعلومات	التكرار	النسبة المئوية %
العلمية	16	%40
الاقتصادية	11	% 27,5
الصحية	7	% 17,5
الرياضية	4	% 10
السياسية	2	%5
المجموع	40	%100

س8/ ما الاسباب التي تجعلك تحصل على المعلومات عن طريق الانفو جرافيك ؟ (يمكن اختيار اكثر من بديل)

اظهرت نتائج اجابات المبحوثين عن هذا السؤال ان الحصول على معلومات اكثر بوقت اقل هو السبب الاول الذي يجعل غالبيتهم يحصلون على المعلومات عن طريق الانفو جرافيك اذ اشار الى ذلك (30) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (38%) ، في حين يرى (19) منهم وهم ما شكلوا نسبة (24%) ان مساعدتهم على ادراك المعلومات بسهولة ويسر هو السبب الذي يأتي بالمرتبة الثانية ، اما ان الانفو جرافيك يمكنهم من تذكر المعلومات فكان السبب الذي حل بالمرتبة الثالثة اذ كان خيار (18) مبحوث وبنسبة مئوية وصلت (23%) ، ويعتقد اخرون وهم (12) مبحوث بواقع نسبة مئوية بلغت (15%) ان السبب الذي يحل بالمرتبة الخامسة من بين الاسباب التي

تجعلهم يحصلون على المعلومات عن طريق الانفو جرافيك هو اغنائهم عن الاطلاع على تفاصيل الخبر . انظر الى الجدول رقم (10) .

جدول رقم (10) يبين ترتيب الاسباب التي تجعل الجمهور يحصل على المعلومات عن طريق الانفو جرافيك

النسبة المئوية %	التكرار	السبب
38%	30	الحصول على معلومات اكثر بوقت اقل
24%	19	يساعدني على ادراك المعلومات بسهولة ويسر
23%	18	يمكنني من تذكر المعلومات
15%	12	يغنيني عن الاطلاع على تفاصيل الخبر
100%	79 ** زاد عدد التكرارات لإمكانية اختيار اكثر من بديل	المجموع

المحور الثالث : مقياس دور الانفو جرافيك في ادراك الجمهور للمعلومات

بهدف الوقوف على دور انفو جرافيك وسائل الاعلام في ادراك الجمهور للمعلومات جرى قياس ذلك عن طريق تسع فقرات ، وجاءت اجابات المبحوثين بحسب موقفهم من كل فقرة على وفق ما يأتي :-

1- يتيح لي الانفو جرافيك استقبال المعلومات بسهولة ويسر

أ- اتفق : يتفق (29) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (72,5%) على ان الانفو جرافيك يتيح لهم استقبال المعلومات بسهولة ويسر وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ب- محايد : لم يحدد (7) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (17,5%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان الانفو جرافيك يتيح لهم استقبال المعلومات بسهولة ويسر وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ت- لا اتفق : لم يتفق (4) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (10%) على ان الانفو جرافيك يتيح لهم استقبال المعلومات بسهولة ويسر وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة . وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.6) .

2- يمكنني الانفو جرافيك من حفظ الارقام والاحصائيات

أ- **اتفق** : يتفق (22) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (55%) على ان الانفو جرافيك يمكنهم من حفظ الارقام والاحصائيات وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ب- **محايد** : لم يحدد (12) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (30%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان الانفو جرافيك يمكنهم من حفظ الارقام والاحصائيات وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ت- **لا اتفق** : لم يتفق (6) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (15%) على ان الانفو جرافيك يمكنهم من حفظ الارقام والاحصائيات ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .
وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.4) .

3- يزيد الانفو جرافيك من قدرتي على تذكر المعلومات واسترجاعها

أ- **اتفق** : يتفق (30) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (75%) على ان الانفو جرافيك يزيد من قدرتهم على تذكر المعلومات واسترجاعها وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ب- **محايد** : لم يحدد (7) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (17,5%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان الانفو جرافيك يزيد من قدرتهم على تذكر المعلومات واسترجاعها وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ت- **لا اتفق** : لم يتفق (3) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (7,5%) على ان الانفو جرافيك يزيد من قدرتهم على تذكر المعلومات واسترجاعها وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.6) .

4- يغنيني الانفو جرافيك عن الاطلاع على كامل الخبر

أ- **اتفق** : يتفق (20) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (50%) على ان الانفو جرافيك يغنيهم عن الاطلاع على كامل الخبر وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ب- محايد : لم يحدد (13) مبحثاً وبنسبة مئوية بلغت (32%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان الانفو جرافيك يغنيهم عن الاطلاع على كامل الخبر وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .

ت- لا اتفق : لم يتفق (7) مبحثاً وبنسبة مئوية وصلت (18%) على ان الانفو جرافيك يغنيهم عن الاطلاع على كامل الخبر وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .
وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.3) .

5- يجعلني الانفو جرافيك قادر على تحليل المعلومات

أ- اتفق : يتفق (24) مبحثاً وبنسبة مئوية وصلت (60%) على ان الانفو جرافيك يجعلهم قادرين على تحليل المعلومات وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .

ب- محايد : لم يحدد (13) مبحثاً وبنسبة مئوية بلغت (32%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان الانفو جرافيك يجعلهم قادرين على تحليل المعلومات وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .

ت- لا اتفق : لم يتفق (3) مبحثاً وبنسبة مئوية وصلت (8%) على ان الانفو جرافيك يجعلهم قادرين على تحليل المعلومات وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .
وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.5) .

6- يجذب الانفو جرافيك انتباهي لمعلومات دون غيرها

أ- محايد : لم يحدد (16) مبحثاً وبنسبة مئوية بلغت (40%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان الانفو جرافيك يجذب انتباههم لمعلومات دون غيرها وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .

ب- لا اتفق : لم يتفق (13) مبحثاً وبنسبة مئوية وصلت (32,5%) على ان الانفو جرافيك يجذب انتباههم لمعلومات دون غيرها وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .

ت- اتفق : يتفق (11) مبحثاً وبنسبة مئوية وصلت (27,5%) على ان الانفو جرافيك يجذب انتباههم لمعلومات دون غيرها وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .
وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (1,95) .

7- يسهل الانفو جرافيك تبادلي للمعلومات مع الاخرين

أ- **اتفق** : يتفق (17) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (42,5%) على ان الانفو جرافيك يسهل تبادلهم للمعلومات مع الاخرين وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ب- **لا اتفق** : لم يتفق (13) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (32,5%) على ان الانفو جرافيك يسهل تبادلهم للمعلومات مع الاخرين وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ت- **محايد** : لم يحدد (10) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (25%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان الانفو جرافيك يسهل تبادلهم للمعلومات مع الاخرين وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.1) .

8- يعزز الانفو جرافيك امكانية حصولي على المعلومات وفق تسلسلها بانسيابية عالية

أ- **اتفق** : يتفق (20) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (50%) على ان الانفو جرافيك يعزز امكانية حصولهم على المعلومات وفق تسلسلها بانسيابية عالية وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ب- **محايد** : لم يحدد (14) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (35%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان الانفو جرافيك يعزز امكانية حصولهم على المعلومات وفق تسلسلها بانسيابية عالية وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ت- **لا اتفق** : لم يتفق (6) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (15%) على ان الانفو جرافيك يعزز امكانية حصولهم على المعلومات وفق تسلسلها بانسيابية عالية وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.3) .

9- ينمي الانفو جرافيك مهارتي بالاستنتاج والتحليل المنطقي للمعلومات

أ- **محايد** : لم يحدد (19) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (47,5%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان الانفو جرافيك ينمي مهارتهم بالاستنتاج والتحليل المنطقي للمعلومات وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ب- **اتفق** : يتفق (11) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (27,5%) على ان الانفو جرافيك ينمي مهارتهم بالاستنتاج والتحليل المنطقي للمعلومات وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة .

ت- **لا اتفق** : لم يتفق (10) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (25%) على ان الانفو جرافيك ينمي مهارتهم بالاستنتاج والتحليل المنطقي للمعلومات وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثيين تجاه هذه الفقرة. انظر الى الجدول رقم (11) .

وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.0) .

جدول (11) يبين موقف المبحوثين تجاه كل فقرة من فقرات دور الانفو جرافيك في ادراك الجمهور للمعلومات

الوسط الحسابي	المجموع		لا اتفق		محايد		اتفق		الفقرة الموقف
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
2.6	100%	40	10%	4	17,5%	7	72,5%	29	يتيح لي الانفو جرافيك استقبال المعلومات بسهولة ويسر
2.4	100%	40	15%	6	30%	12	55%	22	يمكنني الانفو جرافيك من حفظ الارقام والاحصائيات
2.6	100%	40	7,5%	3	17,5%	7	75%	30	يزيد الانفو جرافيك من قدرتي على تذكر المعلومات واسترجاعها
2.3	100%	40	18%	7	32%	13	50%	20	يعنيني الانفو جرافيك من الاطلاع على كامل الخبر
2.5	100%	40	8%	3	32%	13	60%	24	يجعلني الانفو جرافيك قادر على تحليل المعلومات
1.95	100%	40	32,5%	13	40%	16	27,5%	11	يجذب الانفو جرافيك انتباهي لمعلومات دون غيرها

2.1	100 %	40	% 25	10	%32,5	13	42,5 %	17	يسهل الانفو جرافيك تبادلي للمعلومات مع الاخرين
2.3	100 %	40	% 15	6	% 35	14	50 %	20	يعزز الانفو جرافيك امكانية حصولي على المعلومات وفق تسلسلها بانسيابية عالية
2.0	100 %	40	% 25	10	47,5 %	19	27,5 %	11	ينمي الانفو جرافيك مهارتي بالاستنتاج والتحليل المنطقي للمعلومات

• النتائج العامة والاستنتاجات

في ضوء المنهج والادوات المستخدمة توصل الباحثين الى عدد من النتائج والاستنتاجات وهي :

- 1- اكدت النتائج فاعلية الانفو جرافيك كوسيلة لإيصال المعلومات الى الجمهور، ويرى الباحثان انها نتيجة طبيعية اذ ما اخذنا بنظر الاعتبار عوامل الجذب والتشويق التي يحتويها الانفو جرافيك .
- 2- تصدر التلفزيون الوسائل الاعلامية التي يفضل المبحوثين الاستجابة فيه الى الانفو جرافيك كي يحصلون على المعلومات ، والسبب في ذلك مرده لقوة تأثير التلفزيون كوسيلة متاحة للتعرض .
- 3- اظهرت النتائج ان الانفو جرافيك التفاعلي هو النوع الاكثر تفضيلاً بالنسبة للمبحوثين على مستوى استقاء المعلومات ، ويستنتج الباحثان من هذه النتيجة ميل الجمهور الى تفعيل دوره في التحكم سيما فيما يخص حفظ المعلومات ومراجعتها وتبادلها مع الاخرين .
- 4- تأكيد غالبية المبحوثين على ان الرسوم التوضيحية هي اكثر اشكال الانفو جرافيك جذباً وتشويقاً .
- 5- كشفت النتائج عن مدى تأثير الصور على ادراك المعلومات اكثر من باقي المكونات البصرية للإنفو جرافيك ، ويرى الباحثان ان هذا ناتج الوظيفة التعبيرية التي يمكن ان تؤديها الصورة على حساب النصوص المكتوبة .
- 6- تبين ان غالبية المبحوثين يفضلون الاطلاع على الارقام والاحصائيات عن باقي المحتويات الاخرى للانفو جرافيك ، نستنتج من ذلك اهتمام المبحوثين بالحصيلة النهائية للموضوع دون الاهتمام الى التفاصيل الاخرى للموضوع .
- 7- يرغب معظم المبحوثين الحصول على المعلومات العلمية على حساب باقي المعلومات التي يعالجها الانفو جرافيك .
- 8- اسفرت النتائج عن تبيان في اجابات المبحوثين حول الاسباب التي تجعلهم يحصلون على المعلومات عن طريق الانفو جرافيك ، غير ان معظمهم اكد ان الدافع الرئيسي الذي يقف وراء ذلك هو حصولهم على معلومات اكثر بوقت اقل .
- 9- اظهرت النتائج وجود دور كبير للإنفو جرافيك في ادراك الجمهور للمعلومات ، اذ تراوحت الاوساط الحسابية لإجابات المبحوثين عن اغلب فقرات المقياس بين (2.0) و(2.6) باستثناء الفقرة التي تخص جذب الانتباه فأن المبحوثين لم يتفوقوا عليها حيث بلغ الوسط الحسابي لها (1،95) وبالتالي فإن معظم الفقرات اوساطها اكبر من الوسط الفرضي للمقياس البالغ (2) وهو ما يعطي دلالة على وجود الدور ، ويرى الباحثان ان هذه النتيجة انعكاس لما يمتاز به الانفو جرافيك من خصائص تيسر الحصول على المعلومة بطريقة سريعة وسهلة .

• المصادر والهوامش

- اسماعيل، شوقي: الفن والتصميم، كلية التربية جامعة حلوان، مطبعة العمرانية، القاهرة، 1999.
- البزاز، عزام؛ محمد، نصيف جاسم " أسس التصميم الفني " ، جامعة بغداد ، بغداد، 2001م.
- البياتي، نجم عبدالله عسكر ، " تصميم برنامج تعليمي لمادة الأنشاء التصويري في كليات الفنون الجميلة " ، (اطروحة دكتوراه غير منشورة) ، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 1996م.
- حسين ، محمد صديق، " دراسة وضع المعايير الفنية والقواعد الحاكمة في تصميمات صحافة الانفوجرافيك المستحدثة ومدى تطبيقها من خلال مواقع الصحف العربية والمصرية الالكترونية " ، وقائع اعمال المؤتمر الأول لكلية الفنون والتصميم 25-26 تشرين اول \ أكتوبر ، الاردن، 2016 .
- سكوت ، روبرت جيلام، " اسس التصميم " ، ترجمة عبد الباقي محمد ابراهيم ، ومحمد محمود يوسف ، دار النهضة ، مصر ، القاهرة ، 1968 م.
- اسماعيل، شوقي: مصدر سابق .
- طارق، مصطفى أبو بكر عثمان، العلاقات البنائية ودلالات الرموز في تصاميم العملات الورقية السودانية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، بغداد، 2002
- عابد ، زهير . أبو السعيد ، احمد ، " وظيفة وسائل الإعلام في نشر ثقافة الحب والكرهية في المجتمع الفلسطيني " ، المؤتمر الدولي ، المؤتمر الدولي – جامعة فلاديفيا بعنوان : ثقافة الحب والكرهية في الفترة 26 – 30 أكتوبر 2008.
- علي، نورا عبدالله، " برنامج تعليمي لتنشيط الذاكرة البصرية لطالبات قسم التربية الفنية معهد اعداد المعلمات في مادة عناصر واسس التصميم " ، (رسالة ماجستير غير منشورة) ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد، 2011 م.
- عيسى ، معتز، " ماهو الانفوجرافيك – تعريف ونصائح وأدوات مجانية "، 2014.
- غزوان ، معتز ، " الحضارة والتصميم " ، ط1 ، دار دجلة، عمان ، الاردن ، 2010م.
- فضيل دليو ، " الاتصال، مفاهيمه- نظرياته- وسائله " ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2003
- Lazor J. "Science of communication", Paries. PUF,1992.

* المحكمين حسب قدم اللقب العلمي :

- أ.د. مهند محمد عبد الستار / قياس وتقويم / كلية التربية الاساسية / جامعة ديالى

- أ.د. علي جبار الشمري / علاقات عامة / كلية الاعلام / جامعة بغداد

- أ.م.د. نمير قاسم خلف / تشكيلي / كلية الفنون الجميلة / جامعة ديالى