

"اتجاهات طلبة الجامعات نحو الانفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الإخبارية"

University Students' Attitudes Towards massive growth in News Websites

Dr. Akhmed Khamis Kaleel
University Students' Attitudes towards

Associate Professor
College of Media and Mass Communication
American University in the Emirates

د. أحمد خميس خليل

أستاذ مشارك

كلية الإعلام والاتصال الجماهيري

الجامعة الأمريكية في الإمارات

akhmed.khamis@ae.ae

ملخص الدراسة باللغة العربية

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات نحو الانفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث لاحظ الباحث من خلال تصفح عدد من المواقع الإلكترونية اعتمادها على هذا الفن في عرض الموضوعات المختلفة في كافة المجالات سواء كانت الموضوعات السياسية أو الإجتماعية أو الرياضية. بالإضافة إلى وجود مواقع متخصصة في صناعة الانفوجراف من قبل أى متصفح عادى ، واستخدم منهج المسح الاعلامى الميدانى على عينة قوامها 400 مبحوث من طلاب جامعتي عين شمس و6 أكتوبر بأداة الاستبيان في الفترة من 2019/12/1 إلى 2019/12/29.

أهم النتائج:

- جاءت تفضيلات الشباب الجامعى لأفضل موقع يعرض الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية، إلى حصول موقع (اليوم السابع) على المرتبة الأولى تلاه موقع (الوطن) ، بينما جاءت تفضيلات الشباب الجامعى لموضوعات الانفوجرافيك المفضلة في المواقع الإلكترونية الإخبارية، (رياضي) في المرتبة الأولى وتلاه اختيار (سياسي) في المرتبة الثانية.
- تفضيلات الشباب الجامعى لأنواع الانفوجرافيك جاء في المرتبة الأولى الانفوجرافيك المتحرك ثم جاء الانفوجرافيك الثابت في المرتبة الثانية.
- جاءت اتجاه الشباب الجامعى عينة الدراسة نحو الانفوجرافيك (سهل الاستخدام ويذكرني بالمعلومات) في المرتبة الأولى ، تلتها عبارة (يختصر الوقت فى عرض المعلومات) في المرتبة الثانية ، ثم عبارة (يتماشى مع التكنولوجيا المتطورة) في المرتبة الثالثة .

الكلمات المفتاحية: الانفوجرافيك- الشباب الجامعى-المواقع الإلكترونية الإخبارية- الاتجاهات

Summary

The aim of the study was to identify the trends of university students towards infographics on news websites, as the researcher noticed by browsing a number of the website, its reliance on this art in presenting various topics in all fields, whether political, social or sports issues, in addition to the presence of specialized sites in Industry of infograph by any regular browser, and used the field media survey method on a sample of 400 researchers from Ain Shams University students and 6 October with the questionnaire tool from 1/12/2019 to 29/12/2019.

The most important results:

- The university youth's preferences for the best infographic display site on news websites came to the (seventh day) website obtaining the first rank followed by the "homeland" site, and for the topics (sportsman) came first and the choice of (politician) ranked second.
- University youth preferences for types of infographics came first, moving infographics, then fixed infographics came second.
- The direction of the university youth came in the study sample towards infographics (easy to use and reminds me of information) in the first place, followed by the phrase (the time is shortened in displaying information) in the second place, then the phrase (in line with advanced technology) in the third place

Key words: info-graphics, university youth, news websites, trends

اتجاهات طلبه الجامعات نحو الانفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الإخبارية

مقدمة الدراسة:

على مدار العقود الماضية، ساهمت التكنولوجيا في تطور الصحافة بشكل كبير وملحوس واستطاعت الصحافة بشكل دائم الاستفادة من التطورات التكنولوجية المتلاحقة والمتزايدة على عدة مستويات فبدأت الاستفادة من تطور الطباعة، ثم إدخال التكنولوجيا في مجال تصميم وإخراج الصحف، ثم ظهور الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت ومع تلاحق تلك التطورات بات التساؤل عن الجديد الذي يمكن أن تحققه التكنولوجيا في عالم الصحافة.

وتعتبر الصورة من أبرز الأدوات المستخدمة في عالم الصحافة، إذ لا يمكن من خلالها توصيل العديد من الكلمات وهي تعني من مصداقية المادة الصحفية، وتوسع استخدامها كعنصر مستقل تقوم عليها المادة الصحفية مثل التقرير المصور والتحقيق المصور وغيرها من الأشكال الصحفية، علاوة على قيمتها كعنصر إخراجي جاذب للانتباه بالنسبة للقارئ أو المتصفح على حد سواء، كما ظهر مصطلح الثقافة البصرية والذي يعتمد على فكرة التعلم البصري وأهمية الرسوم في توضيح وشرح المعلومات المختلفة.

ونتيجة لهذا التطور ظهر فن الانفوجراف، وهو فن قائم على تقديم المعلومات بشكل مختصر وسريع مع شكل ورسومات جذابة تقدم للجمهور، وتتعدد أنواع أشكال الانفوجراف لنجد منها الانفوجراف الثابت والمتحرك وتبارت المواقع الإلكترونية في تقديم هذا الفن بشكل جذاب وامتطور لجذب الجمهور الساعي لمعرفة المعلومات بشكل سريع وبشكل مشوق وجذاب في نفس الوقت.

ولذلك لجأت أغلب المواقع الإلكترونية إلى الانفوجراف في محاولة لجذب القارئ وخاصة في التغطيات الصحفية للأحداث الكبرى كتغطية الانتخابات على سبيل المثال، أو في تغطية حدث رياضي وغيرها واستفادت المواقع الإلكترونية بشكل عام من شبكات التواصل الاجتماعي في نشر هذا الفن، إذ أصبح وسيلة سهلة وجذابة بالنسبة للجمهور وخاصة فئة الشباب والشباب الجامعي الذين يسعون للحصول على المعلومة بشكل مختصر.

وفي مصر ظهر الانفوجراف في العديد من المواقع الإلكترونية ذات التخصص المختلف سواء المواقع الإخبارية أو الرياضية أو الاقتصادية ومن أول المبادرات لإنتشار صحافة الانفوجراف أو كما يطلق عليها صحافة البيانات (المجلة) التي أطلقها طلاب أكاديمية

أخبار اليوم كمشروع تخرج لهم وحرصوا على استمرارها بعد التخرج في إشارة لتفاعل فئة الشباب الجامعي مع هذا الفن الجديد لتصبح أول مجلة متخصصة في صحافة البيانات الإنفوجراف في مصر والوطن العربي.

لذا تبحث الدراسة في التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات نحو الانفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الإخبارية.

أولاً- مشكلة الدراسة وتساولاتها:

يعرف الإنفوجراف بأنه فن تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى صور ورسوم يسهل على من يراها استيعابها دون الحاجة إلى قراءة الكثير من النصوص فهو يمثل قصة صحفية بصرية لها بداية ووسط ونهاية تتكون من عدة عناصر تبيوغرافية من عناوين رئيسية وفرعية ومتمن (نصوص وأرقام وإحصائيات وغيرها جغرافية (صور ورسوم وألوان) تخضع لعناصر التصميم المختلفة ومنها: الوحدة والتباين والتناسب وغيرها, ولا بد أن يتميز الإنفوجراف بالبساطة والوضوح والتنظيم وسهولة الفن وجاذبية الشكل.

ولاحظ الباحث من خلال تصفح عدد من المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت من اعتمادها على هذا الفن في عرض الموضوعات المختلفة في كافة المجالات سواء كانت الموضوعات السياسية أو الإجتماعية أو الرياضية, بالإضافة إلى وجود مواقع متخصصة في صناعة الإنفوجراف من قبل أي متصفح عادي.

وبات متصفحى شبكة الإنترنت بصفة عامة وفئة الشباب الجامعى على وجه الخصوص فى حاجة للحصول على المعلومات بأسرع طريقة ويشكل جذاب، ومن هنا جاء انتشار فن الإنفوجراف على المواقع الإلكترونية المختلفة.

من هنا تتحدد مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيسى التالى : ما اتجاهات طلبة الجامعات نحو الانفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الإخبارية، وينبثق من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- 1- ما أكثر المواقع الإلكترونية الإخبارية تصفحاً لدى الشباب الجامعى عينة الدراسة؟
- 2- ما تفضيلات الشباب الجامعى لأفضل موقع يعرض الانفوجرافيك فى المواقع الإلكترونية الإخبارية؟
- 3- ما تفضيلات الشباب الجامعى عينة الدراسة لموضوعات الانفوجرافيك فى المواقع الإلكترونية الإخبارية؟
- 4- ما تفضيلات الشباب الجامعى للعناصر الشكلية بالانفوجرافيك فى المواقع الإلكترونية الإخبارية؟
- 5- ما تفضيلات الشباب الجامعى عينة الدراسة للوسائط المتعددة المستخدمة فى الانفوجرافيك؟
- 6- ما اتجاه الشباب الجامعى نحو تسهيل الانفوجرافيك للمعلومات وتذكرها فى المواقع الإلكترونية الإخبارية؟
- 7- ما اتجاهات الشباب الجامعى نحو الانفوجرافيك فى المواقع الإلكترونية الإخبارية؟

ثانياً- أهمية الدراسة:

- ظهور فن الإنفوجراف كأحد الأدوات الحديثة فى مجال الصحافة الإلكترونية، وصار نتاج للتكنولوجيا الحديثة مما يستدعى إلقاء الضوء عليه بالدراسة للتعرف على آراء الشباب فى هذه التكنولوجيا واتجاهه نحوها ومدى الاستفادة منه.
- ندرة الدراسات العربية التى تناولت بالدراسة فى الإنفوجراف وبالتالي يحتاج هذا الفن الى المزيد من الدراسات للتعرف على جوانبه من ناحية ، بالإضافة إلى سعى الدراسة لربط الإنفوجراف بنظرية الجشطات لتحليل الإنفوجراف فى ضوء قوانين النظرية.
- أصبح فن الانفوجرافيك فى السنوات الأخيرة مكوناً أساسياً فى عمل المواقع الإلكترونية المصرية .

ثالثاً- أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسى فى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات نحو الانفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الإخبارية، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الاهداف الفرعية فى:

- 1- التعرف على أكثر المواقع الإلكترونية الإخبارية تصفحاً لدى الشباب الجامعى عينة الدراسة.
- 2- التعرف على تفضيلات الشباب الجامعى لأفضل موقع يعرض الانفوجرافيك فى المواقع الإلكترونية الإخبارية.
- 3- الكشف عن تفضيلات الشباب الجامعى عينة الدراسة لموضوعات الانفوجرافيك فى المواقع الإلكترونية الإخبارية.
- 4- التوصل إلى تفضيلات الشباب الجامعى للعناصر الشكلية بالانفوجرافيك فى المواقع الإلكترونية الإخبارية.

5- التعرف على تفضيلات الشباب الجامعي عينة الدراسة للوسائط المتعددة المستخدمة في الانفوجرافيك.

6- التوصل إلى اتجاه الشباب الجامعي نحو تسهيل الانفوجرافيك للمعلومات وتذكرها في المواقع الإلكترونية الإخبارية.

7- التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية.

رابعاً- حدود الدراسة:

1- الحدود الموضوعية: وتتمثل في اتجاهات طلبة الجامعات نحو الانفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الإخبارية.

2- الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة في كل من (جامعة عين شمس) ممثلة للجامعات الحكومية، و(جامعة 6 أكتوبر) ممثلة للجامعات الخاصة.

3- الحدود الزمنية: انحسرت في الفترة من 2019/12/1 إلى 2019/12/29.

خامساً- الدراسات السابقة:

1- دراسة أمل منير كامل (2018م)¹ بعنوان: معالجة الانفوجراف للقضايا المجتمعية في الصحف المصرية والأجنبية:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير الانفوجراف المختلف في الصحف المصرية والأجنبية والمواقع الإلكترونية للصحف، والتعرف أيضاً على كيفية استخدام الانفوجراف في الصحف المصرية والأجنبية ومعرفة حجم استخدام الانفوجراف في الصحف المصرية مقارنة بالصحف الأجنبية.

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بينما استخدمت أداة تحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات على عينة من الصحف المصرية متمثلة في المصري اليوم وموقعها الإلكتروني والصحف الأجنبية متمثلة في نيويورك تايمز الأمريكية والجارديان البريطانية وموقعها الإلكتروني.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- احتل الانفوجراف التفاعلي المعتمد على شرح البيانات والإحصائيات المختلفة المرتبة الأولى بين الصحف بنسبة بلغت 50% ويرجع ذلك إلى ما يوفره الانفوجراف التفاعلي من سهولة في عرض الأرقام وتوضيحها للقارئ من خلال العناصر الجرافيكية المناسبة وربطها بأساليب التفاعلية المختلفة، وفي المرتبة الثانية جاء الانفوجراف التفاعلي الذي يعمل على شرح عملية محددة أو توضيح ما وراء قصة ما وتوابعها وذلك بنسبة بلغت 47.1%، ويرجع ذلك إلى أن بعض الانفوجراف التفاعلي جاء مستقلاً بذاته ليوضح قصة ما بطريقة سهلة ومبتكرة، وأهتمت الجارديان ونيويورك تايمز بهذا التصنيف بنسبة مقارنة وصلت إلى 54.2% في الجارديان و 46.5% في نيويورك تايمز في حين انعدمت النسبة في المصري اليوم.

¹- أمل منير كامل. معالجة الانفوجراف للقضايا المجتمعية بالصحف المصرية والأجنبية، دراسة تحليلية مقارنة بين الصحف المصرية والأمريكية والبريطانية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2018م.

- جاء نسبة الوضوح والسهولة في الصحف عينة الدراسة في المرتبة الأولى حيث بلغت 81.5% واحتلت الجارديان المرتبة الأولى بين الصحف بنسبة 100% من حيث السهولة والوضوح في حين قلت النسبة في نيويورك تايمز حيث بلغت 74.4% ووصلت في المصري اليوم إلى 33.3%.

- جاء وضوح بعض الإنفوجراف التفاعلي بنسبة متوسطة بلغت 7.1% وكانت نسبة الوضوح معتدلة في المصري اليوم بنسبة 66.7% ويرجع ذلك إلى بساطة الإنفوجراف التفاعلي بشكل كبير مما لا يدل على وجود تفاعلية في الرسم مما يضلل القارئ أحيانا وكانت النسبة في نيويورك تايمز 7% وانعدمت في الجارديان.

2- دراسة Won (2018م)² بعنوان: الإنفوجراف التفاعلي وعلاقته بتوصيل المعلومات واستجابات القراء:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى تفاعل القارئ مع الإنفوجراف ودرجة استجاباته ودرجة سهولة وصوله إلى المعلومة عن طريق الرسم.

وقد تم إجراء تحليل حالة عن طريق اختيار عينة من الإنفوجراف المنشور في كل من صحيفة يو إس توداي، نيويورك تايمز، ووكالة أنباء يوهداب، وتم تصميم 60 استمارة لتحليل عينة من الإنفوجراف واختيار عينة التحليل المكونة من (206) من طلاب الجامعات في سيول. وقسمت عملية التحليل على محورين أساسيين المحور الأول يتمثل في التعامل مع التعبيرات الوظيفية للإنفوجراف التفاعلي والتي تتيح القدرة على تحسين وظيفة الإنفوجراف بينما يتمثل المحور الثاني في الاهتمام بالتعبيرات الإنفاعلية التي تساعد على جذب انتباه الجمهور.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- وجود بعض العناصر الأساسية المتمثلة في المصادقية والإعلام والترفيه والتي تقوم بالتأثير على القارئ واستجاباته مع اعتبار عنصر الترفيه الأكثر تأثيراً.
- تأثير الإنفوجراف التفاعلي إيجابياً على الجمهور من ناحية الترفيه والمصادقية والإعلام.
- وجود علاقة بين عنصر الترفيه والمصادقية والعملية الإدراكية للفرد، في حين قلت العلاقة بين الإدراك والإعلام.

3- دراسة سماح الشهاوى (2017)³ بعنوان: تأثير الإنفوجرافيك التفاعلي على إدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى:

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير الإنفوجراف على فهم القارئ وإدراكه وتذكره للمحتوى واختبار الفروق بين كل من الإنفوجراف التفاعلي والنص في درجة الإدراك والتذكر.

ولقياس تلك استخدمت الدراسة على نموذج التفاعلية ونظرية تمثيل المعلومات كما تم استخدام مقاييس مختلفة يسجل فيها الاستجابات المختلفة المرتبطة بمتغيرات الدراسة.

²- Jongyoun Won, Interactive Infographics and Delivery of Information, The Value Assessment of Infographics and their relation to user response, Archives of Design research, vol 31, no. 1, 57-69, 2018

³- سماح الشهاوى. تأثير الإنفوجراف التفاعلي على إدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى. المجلة العربية لبحوث الإعلام، ع 56، 2016م.

وتكونت عينة الدراسة من مجموعة من طلاب الفرقة الثانية بكلية الإعلام جامعة القاهرة وتم تقسيمهم إلى ثلاث مجموعات مختلفة تعرضوا لنفس الموضوع الصحفي ولكن في سياق مختلف إما إنفوجراف تفاعلي أو ثابت.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- تبين أن للإنفوجراف التفاعلي تأثير إيجابي على العملية المعرفية كما أوضحت النتائج ارتفاع مستوى تذكر الطلاب الذين تعرضوا للنص أكثر من المجموعة التي تعرضت للإنفوجراف الثابت.
- تبين التأثير الإيجابي للمهارات الحسابية للفرد ومدى انتباهه على عملية التذكر والإدراك مع عدم وجود علاقة بين مدى استخدام الإنترنت والمواقع الإخبارية والتذكر والإدراك.

4- دراسة سماح عبد الرازق الشهاوي (2015) ⁴ بعنوان: " العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الإلكترونية في مصر في الفترة من 2015 حتى 2030 ":

تسعى الدراسة لرصد وتوصيف الملامح المستقبلية لظاهرة الصحافة الإلكترونية في مصر خلال الفترة من 2015 إلى 2030، وذلك في ضوء علاقتها بكل العوامل والمتغيرات المجتمعية الحالية والمستقبلية التي ستؤثر فيها، وذلك من أجل وضع مجموعة من السيناريوهات الممكنة المتوقعة أو المحتملة لظاهرة الصحافة الإلكترونية في مصر، وذلك من خلال رصد أهم العوامل والمتغيرات المؤثرة في ظاهرة الصحافة الإلكترونية وكذلك المشكلات التي تواجهها في الوقت الراهن، واعتمدت الدراسة على منهجي المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، واستخدمت 4 أدوات لجمع البيانات، هي (التحليل المورفولوجي)، (أسلوب دلفي)، (المقابلة المفتوحة)، (كتابة السيناريو)، بينما تمثلت عينة الدراسة في (100) مفردة من الخبراء في مجال الصحافة، بواقع (30) من الأكاديميين من أساتذة الصحافة والإعلام، و(70) من المهنيين في الصحف الإلكترونية والمطبوعة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

1- أشارت نتائج الدراسة بالنسبة لمستخدمي الصحف الإلكترونية فقد أشار الخبراء لمجموعة من الطرق التي يمكن من خلالها زيادة أعداد مستخدميها جاء في مقدمتها: الاهتمام بتواجد الصحيفة على شبكات التواصل الاجتماعي، الاهتمام بالمحتوى والخدمات التي تهم الجمهور حتى لو كان فرداً واحداً، زيادة المساحة المخصصة لإسهامات الجمهور أو المحتوى المنتج من قبل الجمهور.

2- توقع الخبراء أن يزيد استخدام الفيديوهات والمقاطع الصوتية في عرض الموضوعات بالصحف الإلكترونية، خاصة وأن القراء وفقاً لرأي الخبراء يفضلون الموضوعات التي تحتوي على فيديوهات، سيزيد توظيف الصحف الإلكترونية للإنفوجراف والأشكال التفاعلية في المستقبل.

4 - سماح عبد الرازق الشهاوي. " العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الإلكترونية في مصر في الفترة من 2015 حتى 2030"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2015).

5- دراسة رانده ماضى فكرى (2014) ⁵ بعنوان: " العوامل المؤثرة فى الأداء المهني للقائمين بالاتصال فى المواقع الإخبارية الإلكترونية ":

هدفت الدراسة إلى التعرف على السمات المهنية القائمين بالاتصال فى المواقع الإلكترونية الإخبارية، و مستوى التفاعلية بين الجمهور والقائمين بالاتصال فى المواقع الإلكترونية الإخبارية.

استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامى بشقيه الوصفي والتحليلي، واعتمدت على أداة استمارة الاستبيان لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في (143) مفردة من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية التالية: (البديل الإلكتروني، البوابة نيوز، اليوم السابع، المصري اليوم، الوفد الإلكترونية، مصراوي الإلكتروني).

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

1- وجود حرص شديد من جانب القائمين بالاتصال فى المواقع الإلكترونية الإخبارية محل الدراسة على التواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف عبر وسائل متعددة ، لعل أبرزها : زيادة مساحة الحوار ، طلب التصويت على الموضوعات المنشورة ، كما أوضحت النتائج حرص القائم بالاتصال على استخدام التقنيات الحديثة فى التفاعل مع الجمهور ، ومن أهمها ، استخدام المجموعات الإخبارية ، البريد الإلكتروني و المنتديات وساحات الحوار المكتوبة، وقد تفوق موقع " مصراوي " فى استخدام هذه التقنيات حيث بلغت نسبة استخدام هذه التقنيات داخل الموقع إلى (80%) للتقنية الأولى و (73.3%) لكل من التقنية الثانية.

2- تعدد وتنوع التقنيات التى يستخدمها القائمون بالاتصال فى المواقع الإلكترونية الإخبارية ، وكان من أبرزها تقديم صور فيديو للحدث وتطوراته ، استخدام الفقرات القصيرة وقوائم التوجيه، التحديث الفوري ، إتاحة الفرصة للعودة لأرشيف الموقع ، توظيف الوصلات بين أجزاء الموضوع واستخدام برامج تصميم ، فى حين كان هناك استخدام محدود للمؤثرات الصوتية داخل الموقع ، حيث أهتمت هذه المواقع بالجانب البصرى أكثر من الجانب السمعي ، ربما لمحاولة معايشة الجمهور المستهدف لوسائل الاتصال القديمة .

6- دراسة Chow, Anthony S.; Bridges, Michelle; Commander, Patricia (2014) ⁶ بعنوان: "The Website

:Design and Usability of US Academic and Public Libraries: Findings from a Nationwide Study"

تهدف الدراسة إلى التعرف على سمات التصميم في مواقع المكتبات بالولايات المتحدة الأمريكية، وتم مسح محتوى مواقع المكتبات الأكاديمية والعامية في الولايات المتحدة، والتعرف على الأسس والمبادئ التي يجب مراعاتها في تلك المواقع، بالإضافة إلى دراستها لعينة عشوائية من

⁵ - رانده ماضى فكرى. " العوامل المؤثرة فى الأداء المهني للقائمين بالاتصال فى المواقع الإخبارية الإلكترونية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2014).

⁶ - Chow, Anthony S; Bridges, Michelle; Commander, Patricia, "The website Design and Usability of US Academic and Public Libraries: Findings from a Nationwide Study", (United States, Chicago, Reference & User Services Quarterly, 2014).

مواقع المكتبات الأمريكية من الولايات الخمسين، وذلك من أجل التعرف على مميزات التصميم فيها، ومدى الالتزام بمعايير قابلية الاستخدام والمقارنة بين نتائج تلك المواقع.

وأشارت الدراسة إلى مفهوم يسر الاستخدام (Usability) بأنه الدرجة التي يجد عندها المتصفحون الموقع الإلكتروني له صلة بالمعلومات التي يرغب فيها المتصفح، وفي نفس الوقت سهل الاستخدام، وبالتالي هذا ما يعكس مدى قابلية الموقع للاستخدام، وفرض هذا المفهوم على تصميم الموقع ضرورة التعامل معها على أنها مشروع تطوير للبرمجيات وليس مجرد "أداة لنيل استحسان المستخدم".

وتمثلت عينة الدراسة في تحليل (1469) موقعاً إلكترونياً خاصاً بالمكتبات، وجاء الاختيار بناء استطلاع رأي عبر شبكة الانترنت، ومقياس تم إعداده خاص بالدراسة، يضم المواقع الأفضل وفقاً لمجموعة من المبادئ والشروط الواجب توافرها.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- 1- أظهرت النتائج وجود درجة اتفاق كبير في عناصر التصميم في المواقع عينة الدراسة، وذلك بين ردود المكتبة وتقييمات الباحثين.
- 2- أوضحت النتائج أن شريط الإبحار في أعلى الصفحة جاء في المرتبة الأولى بنسبة (38.4%)، تلاه وجود شريط الإبحار في الجانب الأيسر من الصفحة في المرتبة الثانية بنسبة (36.3%).
- 3- أظهرت النتائج عن غياب خدمة (البحث) في الصفحة الرئيسية للمواقع بنسبة مئوية بلغت (37.8%)، بينما توجد (30%) من أدوات البحث في أعلى يمين الصفحة.

سادساً- مصطلحات الدراسة:

1- الإنفوجراف:

التعريف الإصطلاحى:

هو مصطلح تقني يشير إلى تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى رسوم مصورة يسهل على من يراها استيعابها دون الحاجة إلى قراءة الكثير من النصوص، أو أنه اختصار للمعلومات المصورة يتم فيه خلط البيانات بالتصميم، يساعد الأفراد والمؤسسات على التواصل بوضوح بذوى الصلة.⁷

وأيضاً يمكن تعريفه على أنه تمثيلات بصرية لتقديم البيانات أو المعلومات أو المعرفة وتهدف إلى تقديم المعلومات المعقدة بطريقة سريعة وبكشل واضح ولديها القدرة على تحسين الإدراك من خلال توظيف الرسومات فى تعزيز قدرة الجهاز البصرى لدى الفرد فى معرفة الأنماط والاتجاهات.⁸

⁷ معتر عيسى. ماهو الإنفوجرافيك, تعريف ونصائح وأدوات إنتاج الإنفوجرافيك, 2014م

⁸ محمد شلتوت. الإنفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج, الرياض, مكتبة الملك فهد الوطنية, 2016م.

التعريف الإجرائي:

هو رسم تصويرى يستخدم لتحويل المعلومات والبيانات لرسم يسهل على من يراها استيعابها بوضوح وتشويق ويقوم بعرض المعلومات المعقدة بطريقة موجزة ومبسطة للقارئ دون الحاجة للاعتماد على مزيد من النصوص.

2- المواقع الإلكترونية الإخبارية:

التعريف الاصطلاحي:

يُعرف الموقع الإلكتروني بأنه العمليات الصحيحة التي تتم على مواقع محددة التعريف على الشبكات لإتاحة المحتوى في روابط متعددة بعدد من الوسائل، وفق آليات وأدوات معينة تساعد القارئ في الوصول إلى هذا المحتوى، فتوفر له حرية التجوال والاختيار والتفاعل مع عناصر هذه العملية بما يتفق مع حاجات هذا القارئ واهتماماته وتفضيله، بالإضافة إلى أنها عملية يتوفر لها ناشر إما أن يكون فرد أو شركة أو مؤسسة، يستهدف الوصول بالمحتوى إلى كل مستخدم شبكة الانترنت والويب⁽⁹⁾.

التعريف الاجرائي:

هي مجموعة من الصفحات تقدم تغطية خبرية بشكل متواصل ومحدث على مدار الساعة، معتمدة في عرضها على العناصر البنائية والجغرافية والتفاعلية ومنها الانفوجرافيك الثابت والمتحرك، مع الأخذ في الاعتبار أن يتوفر بالموقع بسهولة الوصول إلى العناصر والأدوات التفاعلية، والتي من شأنها إحداث تفاعل ثنائي الاتجاه بين المتصفح والقائم بالاتصال في الموقع.

سابعاً- نوع ومنهج الدراسة:

تتنمي تلك الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميدانى.

ثامناً- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الشباب الجامعي (من 18-21) عاماً، بينما تمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة عمدية من متصفحى المواقع الإلكترونية الإخبارية ويعرفون جيداً الانفوجرافيك قوامها (200) مفردة من الذكور والإناث.

جدول (1): تكرارات ونسب العينة وفقاً لمتغير (النوع)

| المتغيرات الديموجرافية | ك | % |
|------------------------|---|---|
|------------------------|---|---|

⁹ - محمد عبد الحميد: "الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت"، (القاهرة: عالم الكتب، 2007) ط1 ص

| | | | | |
|----|------|-----|-----|--------|
| تم | ذكور | 100 | 100 | تقسيم |
| | إناث | 100 | 100 | العينة |

وفقاً لمتغير النوع (ذكور - إناث)، وذلك بواقع (100) مفردة من الذكور بنسبة مئوية (50%) من إجمالي العينة، و(100) مفردة من الإناث بنسبة مئوية (50%) من إجمالي العينة

نتائج للدراسة

1- المواقع الإلكترونية الإخبارية التي يتصفحها الشباب الجامعي عينة الدراسة:

جدول (2): المواقع الإلكترونية الإخبارية التي يتصفحها الشباب الجامعي عينة الدراسة

| الموقع | النسبة | ك | % |
|--------------|--------|-----|------|
| اليوم السابع | | 197 | 98.5 |
| الوطن | | 187 | 93.5 |
| المصري اليوم | | 168 | 84 |
| مصر اوي | | 62 | 31 |
| الأهرام | | 54 | 27 |
| الوفد | | 41 | 20.5 |
| أخرى تذكر | | 13 | 6.5 |
| الإجمالي | | 200 | |

تشير نتائج الجدول إلى مجيء موقع "اليوم السابع" المرتبة الأولى في تفضيل الشباب الجامعي لتصفح المواقع الإلكترونية الإخبارية، وذلك بنسبة (98.5%)، بينما احتل موقع "الوطن" المرتبة الثانية في معدل التصفح بنسبة (93.5%)، تلاه موقع "المصري اليوم" في المرتبة الثالثة بنسبة (84%)، بينما جاء موقع "الوفد" في المرتبة السادسة بنسبة (6.5%).
فيما جاءت نسبة أخرى تذكر بنسبة (6.5%) موزعة على 13 مفردة، وذلك بواقع (3) تكرارات لكل من موقعي (الأخبار)، و(رصد)، و(2) تكرارين لموقع (مصر العربية)، وتكرار (1) لمواقع (أخبار مصر)، (أخبارك)، (فيتو)، (سي بي سي)، و(الصباح).

2- أكثر المواقع الإلكترونية الإخبارية تصفحاً لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة:

جدول (3): أكثر المواقع الإلكترونية الإخبارية تصفحاً لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة

| الترتيب المرجح | | الترتيب السادس | الترتيب الخامس | الترتيب الرابع | الترتيب الثالث | الترتيب الثاني | الترتيب الأول | الترتيب الموقع |
|----------------|------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
| الترتيب | عدد النقاط | | | | | | | |
| 1 | 887 | 1 | 3 | 7 | 34 | 45 | 83 | اليوم السابع |
| 3 | 664 | 1 | 4 | 26 | 26 | 43 | 43 | الوطن |
| 2 | 842 | 2 | 6 | 13 | 45 | 57 | 45 | المصري اليوم |
| 5 | 216 | 15 | 5 | 18 | 24 | 7 | 1 | مصر اوي |
| 4 | 351 | 7 | 7 | 16 | 24 | 24 | 11 | الأهرام |
| 6 | 169 | 10 | 17 | 7 | 10 | 8 | 4 | الوفد |
| 9 | 10 | صفر | صفر | صفر | 1 | صفر | 1 | محيط |
| 10 | 9 | صفر | صفر | 1 | صفر | صفر | 1 | فراس |
| 7 | 17 | صفر | صفر | 2 | صفر | 1 | 1 | الأخبار |
| 11 | 6 | صفر | صفر | صفر | صفر | صفر | 1 | سي بي سي |
| 11 | 6 | صفر | صفر | صفر | صفر | صفر | 1 | مصر العربية |
| 11 | 6 | صفر | صفر | صفر | صفر | صفر | 1 | التحرير |
| 8 | 14 | صفر | صفر | 1 | صفر | 1 | 1 | رصد |

تشير نتائج الجدول السابق، إلى احتلال موقع (اليوم السابع) المرتبة الأولى في معدل استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث حصل الموقع على (887) نقطة، تلاه موقع (المصري اليوم) في المرتبة الثانية بـ (842) نقطة، ثم موقع (الوطن) في المرتبة الثالثة بـ (664) نقطة.

3- أسباب تفضيل الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (4): أسباب تفضيل الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية الإخبارية:

| الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | معارض | | محايد | | موافق | | درجة الموافقة السبب |
|-------------------|---------------|-------|----|-------|----|-------|-----|---|
| | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 0.573 | 2.56 | 4 | 8 | 36.5 | 73 | 59.5 | 119 | لامتلاكها تصميماً وشكل جذاباً |
| 0.495 | 2.72 | 2 | 4 | 24.5 | 49 | 73.5 | 147 | لاحتوائها على أدوات وعناصر تفاعلية |
| 0.634 | 2.48 | 7.5 | 15 | 37.5 | 75 | 55 | 110 | استخدام ألوان مميزة في التصميم |
| 0.622 | 2.38 | 7.5 | 15 | 47.5 | 95 | 45 | 90 | سرعة تحميل الموقع |
| 0.528 | 2.61 | 2 | 4 | 35 | 70 | 63 | 126 | سهولة التعامل والوصول لأي موضوع تريده |
| 0.476 | 2.71 | 1 | 2 | 27 | 54 | 72 | 144 | توافر الوسائط المتعددة Multimedia (الصور والفيديوهات) |
| 0.518 | 2.73 | 3.5 | 7 | 20 | 40 | 76.5 | 153 | لامتلاكها لصفحات نشيطة على شبكات التواصل الاجتماعي |
| 0.712 | 2.04 | 23.5 | 47 | 49.5 | 99 | 27 | 54 | وجود منتديات تابعة لتلك المواقع |
| 0.752 | 1.80 | 40.5 | 81 | 39.5 | 79 | 20 | 40 | توافر مضمون الموقع بأكثر من لغة غير اللغة العربية |
| 0.618 | 2.48 | 6.5 | 13 | 39 | 78 | 54.5 | 109 | تمتع تلك المواقع بشهرة كبيرة |
| 0.601 | 2.40 | 6 | 12 | 48.5 | 97 | 45.5 | 91 | اعتدت تصفح تلك المواقع والصحف |
| 0.654 | 2.29 | 11 | 22 | 49 | 98 | 40 | 80 | لأنها تقدم أخباراً تتسم بالمصداقية |

تشير نتائج الجدول السابق الخاص بأسباب تفضيل الشباب الجامعي عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الإخبارية، إلى احتلال سبب (امتلاك المواقع لصفحات نشيطة على شبكات التواصل الاجتماعي) التفضيل الأول لتصفح الشباب الجامعي للمواقع، حيث بلغت نسبة المتوسط الحسابي (2.73)، بينما جاء سبب (احتواء المواقع على أدوات وعناصر تفاعلية) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.72)، ثم سبب

توافر الوسائط المتعددة Multimedia الصور والفيديوهات) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.71)، ثم سبب (سهولة التعامل والوصول لأي موضوع تريده) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2.61)، وسبب (امتلاك المواقع تصميماً وشكل جذاباً) المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2.56)، بينما تقاسم سببي (استخدام ألوان مميزة في التصميم)، و(تمتع تلك المواقع بشهرة كبيرة) المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (2.48).

وجاء سبب (اعتدت تصفح تلك المواقع والصحف) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ (2.40)، ثم سبب (لأنها تقدم أخباراً تتسم بالمصداقية) في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي بلغ (2.29).

ويتضح من خلال تلك النتيجة تفوق الأسباب الخاصة بالتفاعلية، والأسباب الخاصة بالشكل مسألة تفضيل الشباب الجامعي عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث احتلت أعلى 6 أسباب بالنسبة لهم من جملة 12 سبب، تلاه في أسباب التفضيل (الأسباب الطوقسية).

4- تفضيلات الشباب الجامعي لأفضل موقع يعرض الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (5): تفضيلات الشباب الجامعي لأفضل موقع يعرض الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية

| الترتيب الموقع | الترتيب الأول | الترتيب الثاني | الترتيب الثالث | الترتيب المرجح | |
|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|----------------|---------|
| | | | | عدد النقاط | الترتيب |
| اليوم السابع | 98 | 64 | 32 | 454 | 1 |
| المصري اليوم | 52 | 43 | 103 | 345 | 3 |
| الوطن | 51 | 88 | 58 | 387 | 2 |

تشير نتائج الجدول السابق الخاص بتفضيلات الشباب الجامعي لأفضل موقع يعرض الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية، إلى حصول موقع (اليوم السابع) على المرتبة الأولى، حيث حصل على (454) نقطة، تلاه موقع (الوطن) في المرتبة الثانية، حيث حصل على (387) نقطة، ثم موقع (المصري اليوم) في المرتبة الثالثة بعد حصوله على (345) نقطة.

5- تفضيلات الشباب الجامعي عينة الدراسة لموضوعات الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (6): تفضيلات الشباب الجامعي عينة الدراسة لموضوعات الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية:

| التفضيل | النسبة | ك | % |
|----------|--------|-----|-------|
| اقتصادي | | 18 | 9% |
| رياضي | | 109 | 54.5% |
| سياسي | | 70 | 35% |
| اجتماعي | | 3 | 1.5% |
| الإجمالي | | 200 | 100% |

تشير نتائج الجدول السابق الخاص بتفضيلات الشباب الجامعي لموضوعات الانفوجرافيك المفضلة في المواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث جاء (رياضي) في المرتبة الأولى بالنسبة لعينة الدراسة، وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ (54.5%)، وتلاه اختيار (سياسي) في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ (35%)، ثم اختيار (اقتصادي) في المرتبة الثالثة وذلك بعد حصوله على نسبة مئوية تقدر بـ (9%)، وأخيراً اختيار (اجتماعي) في المرتبة الرابعة، وذلك بنسبة مئوية (1.5%).

6- تفضيلات الشباب الجامعي للعناصر الشكلية بالانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (7): تفضيلات الشباب الجامعي للعناصر الشكلية بالانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية

| العنصر | النسبة | ك | % |
|-----------------------------------|--------|---|-------|
| الاختصار للموضوعات | 162 | | 81% |
| الصور الثابتة والمتحركة | 147 | | 73.5% |
| الألوان المستخدمة في الانفوجرافيك | 90 | | 45% |
| الخطوط المستخدمة في الانفوجرافيك | 49 | | 24.5% |
| التفاعلية النشطة بالانفوجرافيك | 104 | | 52% |
| ملفات الصوت والفيديو | 141 | | 70.5% |
| الإجمالي | 200 | | 100% |

تشير نتائج الجدول السابق الخاص بتفضيلات الشباب الجامعي للعناصر الشكلية بالانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية، إلى تفضيل الشباب الجامعي إلى عنصر (الاختصار للموضوعات) بنسبة مئوية تقدر بـ (81%) في المرتبة الأولى، تلاه (الصور الثابتة والمتحركة) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية بلغت (73.5%)، ثم (ملفات الصوت والفيديو) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تقدر بـ (70.5%)، ثم (التفاعلية النشطة بالانفوجرافيك) في المرتبة الرابعة بنسبة مئوية تقدر بـ (52%)، ثم (الألوان المستخدمة في الانفوجرافيك) في المرتبة الخامسة بنسبة مئوية تقدر بـ (45%)، ثم (الخطوط المستخدمة في الانفوجرافيك) في المرتبة السادسة بنسبة مئوية تقدر بـ (24.5%).

7- أفضل تصميم لشكل الانفوجرافيك لدى الشباب الجامعي في المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (8): أفضل تصميم لشكل الانفوجرافيك لدى الشباب الجامعي في المواقع الإلكترونية الإخبارية

| الموقع | الترتيب الأول | الترتيب الثاني | الترتيب الثالث | الترتيب المرجح | |
|--------------|---------------|----------------|----------------|----------------|---------|
| | | | | عدد النقاط | الترتيب |
| الوطن | 58 | 57 | 78 | 366 | 2 |
| اليوم السابع | 33 | 87 | 71 | 344 | 3 |
| المصري اليوم | 103 | 46 | 42 | 443 | 1 |

تشير نتائج الجدول السابق الخاص بتفضيلات الشباب الجامعي لأفضل تصميم للانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية، والتي أظهرت تفضيل الشباب الجامعي لتصميم الانفوجرافيك في موقع (المصري اليوم)، وذلك بعد حصوله على (443) نقطة في المرتبة

الأولى، تلاه موقع (الوطن) في المرتبة الثانية بعد حصوله على (366) نقطة، ثم موقع (اليوم السابع) في المرتبة الثالثة برصيد (344) نقطة.

وقد جاءت تلك الاختيارات من خلال (186) مفردة من إجمالي (200) مفردة، بنسبة مئوية تقدر بـ (93.5%)، بينما بلغت نسبة (لا أعرف) (5.5%)، وغير مهتم (1.5%).

8- تفضيلات الشباب الجامعي لأنواع الانفوجرافيك على صفحات المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (9): تفضيلات الشباب الجامعي لأنواع الانفوجرافيك على صفحات المواقع الإلكترونية الإخبارية

| النسبة | ك | % |
|---|-----|-------|
| التفضيل | | |
| الانفوجرافيك المتحرك (صوت- صورة- فيديو) | 195 | 97.5% |
| الانفوجرافيك الثابت | 5 | 2.5% |
| الإجمالي | 200 | 100% |

يشير نتائج الجدول السابق الخاص بتفضيلات الشباب الجامعي لأنواع الانفوجرافيك على صفحات المواقع الإلكترونية الإخبارية حيث جاء في المرتبة الأولى الانفوجرافيك المتحرك وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ (97.5%)، ثم جاء الانفوجرافيك الثابت في المرتبة الثانية، بنسبة مئوية تقدر بـ (2.5%).

9- تفضيلات الشباب الجامعي للون الانفوجرافيك على الصفحة في المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (10): تفضيلات الشباب الجامعي للون الانفوجرافيك على الصفحة في المواقع الإلكترونية الإخبارية

| النسبة | ك | % |
|------------------|-----|-------|
| الموقع في الصفحة | | |
| ملون | 157 | 78.5% |
| غير ملون | 43 | 21.5% |
| الإجمالي | 200 | 100% |

تشير نتائج الجدول السابق الخاص بتفضيلات الشباب الجامعي للون الانفوجرافيك على الصفحة، حيث جاء (ملون) في المرتبة الأولى، وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ (78.5%)، تلاه (غير ملون) في المرتبة الثانية، بنسبة مئوية تقدر بـ (21.5%).

10- تفضيلات الشباب الجامعي لشكل الانفوجرافيك:

جدول (11): تفضيلات الشباب الجامعي لشكل الانفوجرافيك

| الإجمالي | | أنثى | | ذكر | | العينة سبب التفضيل |
|----------|-----|------|----|-----|----|-----------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| 43 | 86 | 36 | 36 | 50 | 50 | رسوم بيانية |
| 51 | 102 | 58 | 58 | 44 | 44 | رسوم تخطيطية |
| 4 | 8 | 3 | 3 | 5 | 5 | معلومات نصية |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | رسوم زمنية |
| 200 | | 100 | | 100 | | الإجمالي |

كا² = 5.70 مستوى المعنوية = 0.127 درجة الحرية = 3

أظهرت نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة (51%) من عينة الدراسة (الذكور والإناث) يفضلون (الرسوم التخطيطية)، وذلك بواقع (44) من الذكور، و(58) من الإناث، تلاه (رسوم بيانية) بنسبة مئوية بلغت (43%)، وذلك بواقع (50) من الذكور، و(36) من الإناث.

كما أنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين النوع (الذكور والإناث) وتفضيلهم لمبدأ الإيقاع، حيث بلغت قيمة كا² (5.70)، عند مستوى معنوية (0.127).

11- تفضيلات الشباب الجامعي عينة الدراسة للوسائط المتعددة المستخدمة في الانفوجرافيك:

جدول (12): تفضيلات الشباب الجامعي عينة الدراسة للوسائط المتعددة المستخدمة في الانفوجرافيك

| الترتيب المرجح | | الترتيب الخامس | الترتيب الرابع | الترتيب الثالث | الترتيب الثاني | الترتيب الأول | الترتيب |
|----------------|------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|-------------------------|
| الترتيب | عدد النقاط | | | | | | |
| 1 | 915 | 2 | 5 | 16 | 30 | 147 | الفيديو |
| 4 | 472 | 26 | 83 | 64 | 12 | 8 | مقاطع الصوت |
| 2 | 626 | 37 | 24 | 23 | 93 | 20 | الصور الثابتة |
| 5 | 456 | 81 | 27 | 42 | 35 | 11 | الصور المتحركة (الفلاش) |

| | | | | | | | |
|---|-----|----|----|----|----|----|--------------------------|
| 3 | 504 | 50 | 53 | 48 | 26 | 20 | الملفات التفاعلية النشطة |
|---|-----|----|----|----|----|----|--------------------------|

تشير نتائج الجدول السابق الخاص بتفضيلات الشباب الجامعي للوسائط المتعددة المستخدمة في المواقع الإلكترونية الإخبارية، إلى حصول (الفيديو) على المرتبة الأولى، وذلك بعد حصوله على (915) نقطة، تلتها (الصور الثابتة) في المرتبة الثانية بـ (626) نقطة، وجاءت (الملفات التفاعلية النشطة) في المرتبة الثالثة بـ (504) نقطة، ثم (مقاطع الصوت) في المرتبة الرابعة بـ (472) نقطة، وجاءت (الصور المتحركة "الFLASH") في المرتبة الخامسة والأخيرة بـ (456) نقطة.

12- اتجاهات الشباب الجامعي نحو الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (13): اتجاه الشباب الجامعي نحو الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية

| الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | معارض | | محايد | | موافق | | درجة الموافقة العبارة |
|-------------------|---------------|-------|----|-------|-----|-------|-----|----------------------------------|
| | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 0.509 | 2.75 | 3.5 | 7 | 18 | 36 | 78.5 | 157 | سهل الاستخدام ويذكرني بالمعلومات |
| 0.509 | 2.71 | 2.5 | 5 | 24.5 | 49 | 73 | 146 | يختصر الوقت في عرض المعلومات |
| 0.681 | 2.17 | 16 | 32 | 51 | 102 | 33 | 66 | يتماشى مع التكنولوجيا المتطورة |

تشير نتائج الجدول السابق الخاص باتجاه الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو الأدوات التفاعلية إلى حصول العبارة الخاصة بـ (سهل الاستخدام ويذكرني بالمعلومات) على المرتبة الأولى لدى عينة الدراسة، حيث حصلت على متوسط حسابي بلغ (2.75)، تلتها عبارة (يختصر الوقت في عرض المعلومات) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (2.71)، ثم عبارة (يتماشى مع التكنولوجيا المتطورة) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.17).

مراجع الدراسة

أولاً- المراجع العربية:

1. أمل منير كامل. معالجة الإنفوجراف للقضايا المجتمعية بالصحف المصرية والأجنبية. دراسة تحليلية مقارنة بين الصحف المصرية والأمريكية والبريطانية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2018م.
2. رانده ماضى فكرى. " العوامل المؤثرة فى الأداء المهني للقائمين بالاتصال فى المواقع الإخبارية الإلكترونية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2014).
3. سماح عبد الرازق الشهاوى. تأثير الإنفوجراف التفاعلى على إدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى. *المجلة العربية لبحوث الإعلام*، ع 56، 2016م.
4. سماح عبد الرازق الشهاوى. " العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الإلكترونية في مصر في الفترة من 2015 حتى 2030"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2015).
5. محمد شلتوت. *الإنفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج*. الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2016م.
6. محمد عبد الحميد: "الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت"، (القاهرة: عالم الكتب، 2007) ط1.
7. معتز عيسى. ماهو الإنفوجرافيك، تعريف ونصائح وأدوات إنتاج الإنفوجرافيك، 2014م.

ثانياً – المراجع الأجنبية:

8. Chow, Anthony S; Bridges, Michelle; Commander, Patricia, "**The website Design and Usability of US Academic and Public Libraries: Findings from a Nationwide Study**", (United States, Chicago, Reference & User Services Quarterly, 2014).
9. Jongyoun Won, Interactive Infographics and Delivery of Information, The Value Assessment of Infographics and their relation to user response, Archives of Design research, vol 31, no. 1, 57-69, 2018