

توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر القائمين عليه

Employing infographics in TV news bulletins from the point of view of those in charge of it

أ.م.د. مدين عمران محمود التميمي

قسم الاعلام – كلية الآداب – الجامعة المستنصرية

Asst.prof. Median Umran Mahmood Altimeemi

Media Department/College of Arts / AL-Mustansiriyah university

Dr.median1976@uomustansiriyah.edu.iq

المستخلص :

تستخدم الفضائيات العراقية الانفوغرافيك بصورة متزايد في النشرات الإخبارية لنقل المعلومات بطريقة سهلة ومرئية، توفير معلومات مفيدة ومفهومة بصورة أفضل، إذ تهدف تقنية الانفوغرافيك إلى تحليل البيانات والمعلومات وتحويلها إلى مخططات ورسوم بيانية ورسوم متحركة وصور وارقام لتوضيح المفاهيم والبيانات المعقدة بطريقة مبسطة وسهلة الفهم فضلاً عن توضيح الأحداث الجارية بصورة أفضل، ويمكن استخدام الانفوغرافيك في النشرات الإخبارية لتوضيح الأخبار المعقدة والمتشابكة التي يصعب فهمها بصورة جيد عند عرضها بصورة تقليدية، مما تسهم في الحصول على فهم أفضل وأكثر دقة للأحداث الجارية، ومن الجوانب الأخرى الهامة لاستخدام الانفوغرافيك في النشرات الإخبارية أنه يمكن استخدامها لتسليط الضوء على القضايا الهامة التي لا تحظى بالاهتمام الكافي من وسائل الإعلام الأخرى لذلك يتم استخدام الانفوغرافيك بهدف زيادة المعرفة عن الأحداث الجارية وتسهيل فهمها بطريقة أكثر سهولة فضلاً عن تعزيز الوعي العام بالقضايا الهامة والملحة التي تحتاج إلى اهتمام المجتمع بشكل عام.

الكلمات المفتاحية: الانفوغرافيك ، نشرات الأخبار ، التلفزيون، الصحافة والاعلام. القنوات الفضائية العراقية.

Abstract:

Iraqi satellite channels are increasingly using infographics in news bulletins to convey information in an easy and visual way, providing useful and better understandable information, as the infographic technology aims to analyze data and information and convert them into charts, graphs, animations, pictures and numbers to clarify concepts and complex data in a simplified and easy-to-understand manner, as well as clarifying current events better. Infographics can be used in newsletters to clarify complex and intertwined news that is difficult to understand well when presented in a traditional manner, which contributes to obtaining a better and more accurate understanding of current events, and another important aspect of using infographics in newsletters is that it can Use it to highlight important issues that do not receive sufficient attention from the public or other media. Therefore, infographics are used with the aim of increasing public knowledge about current events and facilitating their understanding in a more accessible way, as well as enhancing awareness of important and urgent issues that need the attention of the society in general.

Keywords: infographics, news bulletins, television, Press and media, Iraqi satellite channels.

أولاً: مشكلة البحث:

يمثل الانفوغرافيك أحد أهم التقنيات الحديثة التي تستخدم في تقديم كم كبير من المعلومات والأفكار بصورة أكثر تنظيماً وسهولة وعرضها على شكل نص مرئي، فضلاً عن إثارة وال جذب بما يقدم من موضوعات مختلفة وبشكل بصري ورسوم بيانية مختلفة تمنح القدرة على المقارنة وتحليل المعلومات، وفي ضوء نقص الدراسات والمعلومات التي تتناول توظيف الفضائيات العراقية لتقنية الانفوغرافيك في النشرات الإخبارية ، لاسيما في اطار التنافس بين القنوات الفضائية العراقية في نقل الاحداث بصورة تتسم بالسرعة والسعي الى اشباع حاجات ورغبات واهتمامات الجمهور، وإزاء ما تقدم فإن مشكلة البحث الحالي تتمثل بالغموض بشأن العلاقة بين توظيف القنوات الفضائية تقنية الانفوغرافيك وتوقع القائمين على التوظيف بدورها في تعزيز المعلومات والمعارف حول الأحداث الجارية ، وإزاء ما تقدم فإن مشكلة البحث الحالي تتحدد في سؤال رئيس هو كيف يتم " توظيف تقنية الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر القائمين عليه"، كما تضمنت مشكلة البحث مجموعة من التساؤلات الفرعية، التي يمكن تحديدها على النحو الاتي:

١- ما الهدف من استخدام الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية؟

٢- هل أسهم استخدام الانفوغرافيك بتصميماته المتنوعة اضافة شكل مرئي جديد لتجميع وعرض المعلومات؟

٣- هل استخدام الانفوغرافيك ساهم في تطوير الجوانب الفنية وعناصر الاثارة والتشويق لنشرات الاخبار؟

٤- ما مدى أهمية استخدام الانفوغرافيك في المساعدة على معرفة الأحداث والقضايا والأزمات الجارية؟

٥- هل أسهم توظيف الانفوغرافيك في الاستجابة والتفاعل مع المعلومات البصرية المقدمة؟

٦- هل أسهم الانفوغرافيك في عرض المعلومات والأفكار بطريقة أكثر سهولة وبساطة بعيدا عن التعقيد؟

ثانياً: أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من حاجة المجتمع الى تقصي الحقائق وتقديم صورة واضحة للعلاقة ومعرفة ماذا تقدم تقنية الانفوغرافيك من معارف للجمهور حول الاحداث الجارية من وجهة نظر القائمين عليها، لاسيما مع الاستخدام الواضح للقنوات لهذه التقنية لإيصال المعلومات بطريقة اكثر سهولة ووضوح لذا فان هذا البحث وما توصل اليه من نتائج يشكل أهمية للمجتمع بتقديم صورة دقيقة لأسباب استخدام الفضائيات تقنية الانفوغرافيك في النشرات الإخبارية والهدف من ذلك الاستخدام، كما ان الأهمية العلمية للبحث تكمن عبر المساهمة في تقديم مؤشرات ودلائل يمكن الاستفادة منها في التعرف على دور تقنية الانفوغرافيك فضلاً عن اثرها الادبيات في لقاء الضوء على تقنية الانفوغرافيك في القنوات الفضائية لاسيما النشرات الإخبارية، كما ان الأهمية التطبيقية للبحث في معرفة أهمية ودور هذه التقنية في رقد النشرات الإخبارية في معلومات بصرية قادرة على جذب المتلقي ومساعدته في تكوين رؤية واضحة عن الاحداث الجارية عن طريق عرض تمثيلات بصرية جاذبه تحتوي على كم كبير من المعلومات تقدم بصورة واضح ومفهوم.

ثالثاً: أهداف البحث: يحاول هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي على النحو الآتي:

١- التعرف على الهدف من استخدام الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية.

٢- الكشف عن مدى إسهام استخدام الانفوغرافيك بتصميماته المتنوعة اضافة شكل مرئي جديد لتجميع وعرض المعلومات.

٢- التعرف على مدى استخدام الانفوغرافيك يساهم في تطوير الجوانب الفنية وعناصر الاثارة والتشويق لنشرات الأخبار.

٤- الكشف عن مدى أهمية استخدام الانفوغرافيك في المساعدة على معرفة الأحداث والقضايا والأزمات الجارية.

- ٥- التعرف على مدى استخدام الانفوغرافيك في تغير الاستجابة والتفاعل مع المعلومات عند رؤيتها.
- ٦- الكشف عن مدى إسهام الانفوغرافيك في عرض المعلومات والأفكار بطريقة أكثر سهولة وبساطة بعيدا عن التعقيد.
- رابعاً: فروض البحث:** بناءً على مشكلة البحث والأهداف يمكن صياغة مجموعة من الفروض وهي:
- الفرض الأول: توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار ينعكس على معارف الجمهور من وجهة نظر القائمين عليها إزاء الأحداث الجارية.
- الفرض الثاني: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية والعوامل الديمغرافية للقائمين على إنتاجها (النوع الاجتماعي، التحصيل الدراسي، مدة العمل في الانفوغرافيك)
- الفرض الثالث: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الاخبار التلفزيونية وأسباب استخدام الانفوغرافيك في النشرات الإخبارية.
- الفرض الرابع: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الاخبار التلفزيونية والهدف من استخدام الانفوغرافيك.
- الفرض الخامس: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الاخبار التلفزيونية وتطوير الجوانب الفنية وعناصر الاثارة والتشويق لنشرات الاخبار.
- الفرض السادس: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الاخبار التلفزيونية وأهمية استخدام الانفوغرافيك في المساعدة على معرفة الأحداث والقضايا والأزمات الجارية.
- الفرض السابع: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الاخبار التلفزيونية وإسهام الانفوغرافيك في عرض المعلومات والأفكار بطريقة أكثر سهولة وبساطة بعيدا عن التعقيد.
- الفرض الثامن: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الاخبار التلفزيونية وبين أضاء شكل مرئي جديد لتجميع وعرض البيانات المقدمة.

خامساً: نوع البحث ومنهجه: يعد هذا البحث من بحوث العلاقات السببية (الارتباطية) التي تحاول دراسة العلاقة الممكنة بين المتغيرات دون محاولة التأثير على تلك المتغيرات واكتشاف ووصف قوة الارتباط بين المتغيرات المختلفة أو توضيحها عن طريق استخدام معاملات الارتباط، وقياس قدرة توظيف تقنية الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية التلفزيون من وجهة نظر القائمين عليه، وقد اعتمد البحث على المنهج المسحي لجمع المعلومات والبيانات من عينة البحث وتحليلها لتوفير فهم أعمق والتوصل الى إجابات علمية دقيقة لتساؤلات البحث واختبار فروضه ومعرفة التأثير المعرفي للانفوغرافيك.

سادساً: طرائق وأدوات البحث: استخدم البحث مجموعة من الطرائق والأدوات العلمية وعلى النحو الآتي:

أ- الاستبانة: استخدم الباحث استمارة الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات الميدانية التي تقيس متغيرات البحث المختلفة، وقام الباحث بصياغتها وتعديلها للحصول على البيانات والمعلومات التي تحقق اهداف البحث، إذ اشتملت الاستبانة على محور البيانات العامة للعاملين في الفضائيات، والية توظيف الفضائيات العراقية تقنية الانفوغرافيك، وتم إجراء اختبار اولي على عينة من العاملين في الفضائيات العراقية للتعرف على مدى كفاءة الاستمارة في الحصول على المعلومات المطلوبة والوقوف على مدى فهمهم للأسئلة الموجودة في الاستبانة.

ب- المقياس: قام الباحث بخطوات علمية في بناء وصياغة فقرات المقياس بعد ان تم تحديد الهدف من الدراسة وتحديد العينة التي سيتم دراستها وتحديد المفاهيم والمتغيرات المطلوب قياسها لضمان جمع البيانات بشكل صحيح وموثوق، وتحليلها لفهم الآراء والمواقف والاتجاهات للقائمين على تصميم الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية، ولتحقيق تحقيق الأهداف التي حددها الباحث وتقديم نتائج دقيقة وشاملة تم بناء مقياس يتضمن (١٥) فقرة وتم اختيار ثلاثة بدائل للإجابة ثلاثة هي (اتفق، محايد، اعارض) وأعطى الدرجات (١,٢,٣) للبدائل على التوالي.

سابعاً: مجتمع البحث وعينته: حدد الباحث مجتمع البحث بالعاملين في القنوات الفضائية العراقية من الذكور والإناث ممن يقومون بتصميم الانفوغرافيك واختيار الأشكال والرموز والألوان المناسبة والمتناسقة للنشرات الإخبارية، وتم اختيار عينة عمدية من مصممي الانفوغرافيك وقد بلغ حجم عينة البحث (٩٠) مفردة وتم استرجاع (٧٦) استمارة مستوفية للإجابات، واهملت (١٤) استمارة بسبب الأخطاء في عملية الإجابة على الاسئلة وعدم ملء بعضهم بصورة كامل، وفيما يأتي أهم خصائص المبحوثين وسماتهم. (انظر جدول ١).

جدول (١) يوضح البيانات الديموغرافية للمبحوثين

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	74	97,37%
	انثى	2	2,63%
التحصيل الدراسي	يقرأ ويكتب (يكمل الدراسة الابتدائية)	١	1,32%
	شهادة الابتدائية	١	1,32%
	شهادة المتوسطة	٦	7,89%
	شهادة الثانوية	٦	7,89%
	شهادة البكالوريوس	٥٤	71,05%
	شهادة عليا (دبلوم عالي, ماجستير, دكتوراه)	٨	10,53%
مدة العمل	أقل من سنة	١٥	19,74%
	من ١-٢ سنة	٢٨	36,84%
	من ٣-٥ سنة	٢١	27,63%
	من ٦-٨ سنة	٤	5,26%
	٩ سنوات فأكثر	٨	10,53%

ثامناً: الصدق والثبات: للتأكد من صدق أداة القياس ومدى صلاحية استمارة الاستبانة والمقياس وملائمتها لقياس متغيرات البحث، قام الباحث باستخراج الصدق والثبات لهما، واعتمد على الصدق الظاهري للاستبانة والمقياس وتم عرضها على مجموعة من الخبراء المحكمين(*) وكانت نسبة اتفاق الخبراء (٠,٨٩)، وقد استخرج

الصدق البنائي للمقياس عبر استخدام القوة التمييزية للفقرات لغرض استبعاد الفقرات التي لا تميز بين افراد عينة البحث والإبقاء على الفقرات التي تميز بين افراد عينة البحث وذلك باستخدام أسلوب المجموعتين المتطرفتين، إذ حددت (٢٧%) من الاستثمارات الحاصلة على اعلى الدرجات وتم تسميتها بالمجموعة العليا وكان عددها ٢١ استمارة و(٢٧%) من الاستثمارات الحاصلة على ادنى الدرجات على المقياس نفسه وتم تسميتها بالمجموعة الدنيا وكان عددها ٢١ استمارة ، ثم تم تطبيق معادلة الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين لاختبار دلالة الفرق بين متوسطي درجات المجموعة العليا الذي تراوحت بين (38- 42) ، ودرجات المجموعة الدنيا التي تراوحت بين (28-

(*) المحكمون حسب درجاتهم العلمية وتخصصاتهم.

١. أ.د. وسام فاضل راضي، قسم الصحافة الإذاعية والتلفازية، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
٢. أ.د. عبد النبي خزعل جاسم، قسم الاعلام، كلية الفارابي الجامعة.
٣. أ.د. عمار طاهر، قسم الصحافة الإذاعية والتلفازية، كلية الإعلام، جامعة بغداد.

34) ولكل فقرة من فقرات المقياس وعدت القيمة التائية مؤشرا لتمييز كل فقرة بمقارنتها بالقيمة الجدولية البالغة (١,٩٦). وقد كانت الفقرات جميعها دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٠٥) وبدرجة حرية (٤٠)، انظر جدول ٢ أدناه.

جدول (٢) الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لتمييز فقرات المقياس

القيمة التائية المحسوبة	21 المجموعة الدنيا =		21 المجموعة العليا =		رقم الفقرة	الفرض
	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي		
2,320	0,212	1,00	0,658	1,33	١	فقرات المقياس
2,751	0,402	1,19	0,590	1,62	٢	
4,945	0,218	1,05	0,625	1,76	٣	
2,919	0,402	1,19	0,717	1,71	٤	
4,917	0,218	1,05	0,768	1,90	٥	
3,242	0,436	1,24	0,680	1,81	٦	
3,017	0,436	1,24	0,483	1,67	٧	
3,847	0,577	1,33	0,702	2,10	٨	
4,945	0,218	1,05	0,625	1,76	٩	
3,560	0,463	1,29	0,865	2,05	١٠	
4,472	0,717	1,71	0,507	2,57	١١	
2,648	0,845	1,71	0,658	2,33	١٢	
2,320	0,814	1,81	0,784	2,29	١٣	
2,432	0,310	1,10	0,750	1,52	١٤	
3,919	0,680	1,52	0,811	2,43	١٥	

ولمعرفة علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية (الاتساق الداخلي) وإيجاد العلاقة الارتباطية بدرجة كل فقرة مع المقياس، استعمل الباحث معامل الارتباط بيرسون لاستخراج العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة من فقرات المقياس. وقد كانت معاملات الارتباط جميعها دالة إحصائياً عند مقارنتها بالقيمة الجدولية لمعامل الارتباط البالغة (٠,٠٩٨) عند مستوى دلالة (٠.٠٠٥) وبدرجة حرية (٧٤) كما يظهر في جدول ٣ أدناه.

جدول (٣) يوضح معاملات الارتباط بين درجة الفقرة والدرجة الكلية لمقياس

رقم الفقرة	معامل الارتباط	الدالة	رقم الفقرة	معامل الارتباط	الدالة
١	0,621	دال	٩	0,517	دال
٢	0,533	دال	١٠	0,488	دال
٣	0,452	دال	١١	0,517	دال
٤	0,317	دال	١٢	0,487	دال
٥	0,588	دال	١٣	0,402	دال
٦	0,631	دال	١٤	0,480	دال
٧	0,373	دال	١٥	0,516	دال
٨	0,493	دال			

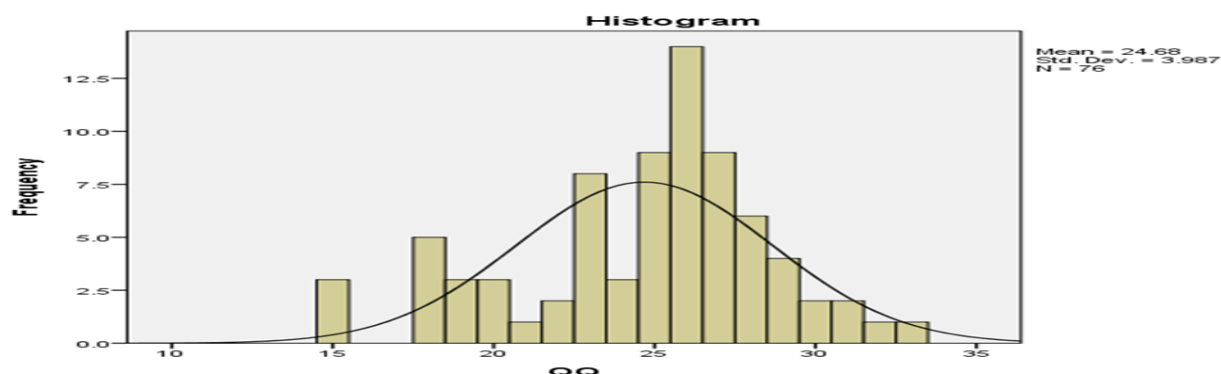
أما لمعرفة ثبات الاستبانة فقد اعتمد الباحث على طريقة إعادة الاختبار إذ تم تطبيق الاستبيان على (٣٨) مبحوث وهي تمثل نسبة (٥٠٪) وبعد فترة من إجراء التطبيق الأول تم إعادة التطبيق الثاني بعد أسبوعين ثم تم استعمال معامل ارتباط بيرسون بين التطبيقين تبين أن قيمة معامل الثبات بلغت (٠,٩٠) وهو معامل ثبات عال مما يشير إلى صلاحية الاستبيان للتطبيق، أما لاستخراج الثبات للمقياس فقد اعتمد الباحث على فكرة التجزئة النصفية على أساس قسمة فقرات المقياس إلى نصفين ولغرض حساب الثبات على وفق هذه

الطريقة تم استخدام جميع استمارات افراد العينة والبالغ عددها (٧٦) استمارة وتم تقسيم فقرات المقياس إلى نصفين يضم الأول: الفقرات الفردية ويضم الثاني: الفقرات الزوجية وتم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات النصفين فبلغ (0.847) وباستخدام معادلة سبيرمان براون التصحيحية بلغ معامل الثبات بهذه الطريقة (٠.٩٠) وهو معامل ثبات عال، وبعد استخراج الصدق والثبات للمقياس اعتمد الباحث للحصول على المؤشرات الإحصائية للمقياس وتبين أن العينة كانت خصائصها كما في الجدول ٤ أدناه.

جدول (٤) يوضح المؤشرات الإحصائية لمقياس التأثيرات المعرفية

ت	المؤشرات الإحصائية	القيم	ت	المؤشرات الإحصائية	القيم
١	n عدد أفراد العينة	76	٧	Skewness الالتواء	-0,594
٢	Mean الوسط الحسابي	24,68	٨	Kurtosis التفلطح	109,084
٣	Median الوسيط	26,00	٩	Range المدى	18
٤	Mode المنوال	26	١٠	Minimum اقل درجة	15
٥	Standard Deviation الانحراف المعياري	3,987	١١	Maximum اعلى درجة	33
٦	Variance التباين	15,899			

من خلال ملاحظة المؤشر البياني الذي ينسجم مع المؤشرات الإحصائية للتوزيع الاعتدالي يوضح أن أفراد العينة يقتربون من التوزيع الاعتدالي مما سمح للباحث باستعمال الإحصاء البارومتري ويوضح تمثيل العينة للمجتمع المدروس، وكما موضح بالشكل (١).



شكل (١) منحنى التوزيع البياني لدرجات المقياس

تاسعاً: حدود البحث ومجالاته: يتخذ البحث ثلاثة مجالات هي المجال المكاني للبحث الذي يتمثل بالقنوات الفضائية العراقية مجالاً جغرافياً، والمجال الزمني للبحث المتمثل بالفترة من (٢٠٢٢/٧/١ إلى ٢٠٢٢/١٢/١) وهي الفترة التي قام فيها الباحث ببناء استمارة الاستبانة والمقياس وتوزيعها على عينة البحث واسترجاعها، ويتمثل المجال البشري للبحث باختيار العاملين في تصميم الانفوغرافيك القنوات الفضائية العراقية.

الإطار النظري للبحث:

١- **مفهوم الإنفوغرافيك:** الإنفوغرافيك هو التعريب للمصطلح الانكليزي (Infographic) والمكون للمصطلحين الاول (Information) والذي يختصر بكلمة (Info) والتي تعني معلومات ،

والثاني (Graphic) وتعني تصويري ، ومن ثم فإن الإنفوغرافيك يعني البيانات أو المعلومات المصورة أو التصويرية (Longley T, 2013, p. 64)، وللإنفوغرافيك تسميات عدة يتم استخدامها في الكتب والمواقع الالكترونية الاجنبية منها: التجسيد البصري للمعلومات، أو تصميم المعلومات أو العمارة المعلوماتية (Smiciklas, 2012, p. 10)، ويعرف الإنفوغرافيك أيضاً بأنه "فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة الى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق ، وهذا الأسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة " (شلتوت، الانفوغرافيك من التخطيط الى الانتاج، ٢٠١٦، صفحة ١١١)، ويمثل الإنفوغرافيك في الأساس تمثيلات بصرية للمعلومات تستخدم لرواية القصص أو نقل الأفكار وعرضها من خلال مجموعة من الرسومات المختلفة

والمترابطة بصورة قصصي يهدف إلى إيصال أفكار ومحددة إلى المتلقي بأسلوب يثير اهتمامه باستخدام الصور والرسومات التي تقتن بالنصوص (Krum, 2014, p. 10)، كما يمكن تعريف الإنفوغرافيك على أنه تمثيل مرئي للمعلومات أو البيانات

باستخدام مزاججة الرسوم والصور بالنصوص لتقديم كم هائل من المعلومات بطريقة سهلة ومفهومة وواضحة من دون ان تربك المتلقي (Ross, 2009)، ويعرف الإنفوغرافيك بأنه اختصار للمعلومات المصورة يتم فيها خلط البيانات والمعلومات بالتصميم لمساعدة الافراد والمؤسسات على تقديم المعارف والافكار والتواصل بذي صلة وهو يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة (Smiciklas, 2012, p. 3)، ويختلف مفهوم الإنفوغرافيك عن مفهوم البيانات الصورية كالجداول والبيانات الرقمية والرسوم البيانية والملصقات والخرائط والتي تمثل تمثيلات بصرية من القيم العددية ، إذ يمثل كل منها أمثلة للاتصال المرئي ولكنها لا تتدرج ضمن مفهوم الإنفوغرافيك، وفي هذه التمثيلات البصرية يمكننا معرفة ما تشير اليه مجموعة كبيرة من الارقام في مساحة صغيرة مخصصة من خلال تصميم صوري يعرض كل البيانات ضمن مجال رؤية القراء من دون الحاجة إلى مزيد من العناية بالبحث عنها (Krum, 2014, p. 10)، وللتأثير في المتلقي يتم استخدام الاشكال الرسومية والصورية اكثر من تقديمها سمعياً أو كتابياً باستخدام الإنفوغرافيك الذي يسهم بنسبة كبيرة على زيادة فهم القراء للمواد المطروحة عبر وسائل الإعلام التقليدية والصحف والمجلات الرقمية وقنوات النشر الالكتروني كذلك فإن معظم المؤسسات الإعلامية تسعى لاستخدام الإنفوغرافيك لتعزيز المعرفة إزاء موضوع أو قضية معينة

(Smiciklas, 2012, p. 12) ، ويعد الإنفوغرافيك " من الوسائل المهمة والفعالة هذه الأيام وأكثرها جاذبية لعرض المعلومات خصوصاً عبر الشبكات الاجتماعية فهي تدمج بين السهولة والسرعة والتسلية في عرض المعلومة وتوصيلها الى المتلقي " (الشجيري، ٢٠١٩، صفحة ١٥٦)، ويعرف الباحث تقنية الانفوغرافيك بأنها عبارة عن تصميم جرافيكي يستخدم لعرض المعلومات والبيانات بطريقة بصرية وجذابة وهي تعد أداة قوية للتواصل والتعليم، إذ تستخدم لتبسيط وتوضيح المفاهيم الصعبة والمعلومات الكثيرة وتعتمد الانفوغرافيك على الصور والرسوم البيانية والخرائط الذهنية والأيقونات والألوان والنصوص القصيرة لتقديم المعلومات بصورة مبسطة وسهلة الفهم، يساعد على تحسين الذاكرة البصرية وتسهيل عملية التذكر والاستيعاب، وجذب انتباه المشاهدين واثارة اهتمامهم بالموضوع المعروض مما يؤدي إلى زيادة الانتشار والتفاعل مع المحتوى المعروض.

٢- نشأة وتطور الإنفوغرافيك: يرجع تاريخ نشأة وتطور الإنفوغرافيك الى العصور القديمة ويذهب الباحثون في الاعتقاد ان أهل الكهوف هو أول من رسم الرسوم التصويرية أو الإنفوغرافيك ، إذ إنهم أول من حول الأحداث اليومية الى صور ورسوم عن الاحداث المهمة المختلفة مثل المعارك والاحتفالات، وتعود الحقبة الأولى لاستخدام

الإنفوغرافيك إلى استخدام العصر الحجري إذ كانت الرسوم على جدران الكهوف ، وتم رسم أول اشكال رسومية على جدران الكهوف في اسبانيا بحدود عام ٤٠٠٠٠ قبل الميلاد ، وبعد ذلك تم اكتشاف مواقع رسم أثرية على الكهوف في فرنسا يقدر عمر اللوحات الى ١٧٣٠٠ سنة قبل الميلاد

(Krystian, 2016)، ثم استخدم المصريون القدماء نظام الكتابة الهيروغليفية إذ استخدمت فيه الرموز لتوضيح الكلمات والمفاهيم والحروف ، وكان شكلا فريدا من نوعه ولكنه كان واسع الاستخدام في تلك الحقبة الزمنية التي تعود الى عام ٧٥٠٠ قبل الميلاد ، ومن أمثلة تلك الرسوم تلك التي تم نقشها لسرد قصص العمل والحياة والدين والتاريخ على الجدران باللغة هيروغليفية على الكهوف والمعابد في الحضارة المصرية القديمة وفي المدة ما بين (٣٠٠٠ - ٤٠٠٠) ق.م ظهرت اللغة الرمزية في آسيا وأوروبا والشرق الأوسط تمثل الحقبة الزمنية الأولى للإنفوغرافيك (Krystian, 2016)، تعود الأمثلة الأولى للإنفوغرافيك كما نعرفه اليوم الى أواخر القرن الثامن عشر ويعد وليام بليفي ، هو أول من استخدم الرسوم البيانية في كتابة "اطلس التجارة والسياسة" لعرض الاقتصاد الانكليزي في اثناء القرن الثامن عشر وظهر في كتابة " بليفير "العديد من المخططات الاحصائية وأشرطة الرسوم البيانية وبذلك يكون هو اول من قدم المخططات الدائرية في عرض الإنفوغرافيك (Latasha , 2017)، وبعد ذلك في عام م ١٨٥٧م استخدمت الممرضة البريطانية "فلورنس نايتنجل" مفهوم الإنفوغرافيك لإقناع الملكة فيكتوريا بتحسين أحوال المشافي العسكرية، إذ استخدمت مخطط " Coxcomb كوكسكومب ، الذي يضم مزيجاً من الأعمدة المتراسة والمخططات الدائرية ليوضح عدد وأسباب الوفيات كل شهر خلال حرب القرم (aitnews, 2020) ، ومن ثم ظهرت في عام ١٨٦١م مخططات ومعلومات بيانية عن حملة نابليون على موسكو إذ عمد مصمم المخطط

ماينارد "الى عرض التفاصيل الخاصة بالحملة باستخدام صورة ثنائية الابعاد تتضمن العديد من المتغيرات والعوامل التي اسهمت في نجاح الحملة ، وأستمر الإنفوغرافيك في التطور ومع بداية القرن العشرين استخدام الإنفوغرافيك على نطاق أوسع وأكثر تأثيرا باستخدام علوم الحاسوب ليتم استخدام العرض البصري للمعلومات الكمية تجمع الترابط بين مكوناته البصرية (Krystian, 2016) .

٣- **سمات ومميزات الإنفوغرافيك :** ومن أهم السمات ومميزات التصميم هي القدرة على الاختصار ، وترميز المعلومات عن طريق التصميم الجذابة والمشوقة باستخدام اللون وصور ورسوم متنوعة ، والقدرة على مخاطبة مختلف المستخدمين على تنوع ثقافتهم ومستوى ادراكهم ولجميع فئاتهم العمرية ، في تحقيق الاتصال البصري ، فهي وسيلة ادراك معرفي تتسم بالقدرة الاثرائية من خلال اضافة الروابط والعناوين النشطة للرجوع

إليها في تغذية المعلومات بصورة وافي وكذلك تعد التصاميم الإنفوغرافية أساليب جيدة لسرد الاخبار بالاعتماد على الرسوم والصور التوضيحية ، وتصفية تدفق البيانات والمعلومات ومعالجتها بأسلوب بسيط ومفيد يصل إلى القارئ ،وتوفير الوقت والجهد في الحصول على المعلومات من خلال الترميز والاختصار باستعمال نماذج واشكال متنوعة كالرسوم البيانية والخرائط التفاعلية والدوائر وأشكال فنية أخرى تقوم مقام التعبير عن البيانات الضخمة) جوثان غراي (جوثان غراي وآخرون ،٢٠١٥ص١٢)، ويعتمد تصميم الإنفوغرافيك على جوانب فنية وتقنية يقوم بها المصمم لإظهار الانموذج النهائي الذي يقدمه الى المتلقي بطريقة مؤثرة وبأسلوب يثير اهتمامه ويلبي رغباته (Baianat, 2020)، ويمتاز الانفوغرافيك بالعديد من الإمكانيات المتاحة تتمثل في سهولة عرض المعلومات والأفكار والمعلومات التي يطرحها (Krauss, 2012) ، تعزيز الاستجابة للمعلومات المقدمة الية وتعزيز الجانب المعرفي، إذ يوفر سبلا متنوعة ومبتكرة في عرض المعلومات ويسهم في دعم البيانات والمعلومات في المجالات والصحف التقليدية والإلكترونية بطريقة جذابة وممتعة (Krum, 2014, p. 34).

٤- **التصميم الإنفوغرافيكية:** التصميم الغرافيكي للإنفوغرافيك يعتمد على إثارة العنصر البصري للمستخدم يقدم فيه المصمم كل إمكاناته للوصول الى التأثير المطلوب لدى المستخدم وأثارة حاسة البصر لديه هو إشباع لحاجة الانسان نفعيا وجماليا ، وهو ايضا عملية اختيار وترتيب لمجموعة من العناصر والمفردات بهدف تطوير فاعلية الاتصال المرئي " (شلتوت، ٢٠١٦، صفحة ٣٦)، ويتكون التصميم بصورة عام وتصميم الإنفوغرافيك من ثلاثة عناصر هي لرؤيا البصرية للإنفوغرافيك وتتمثل بجميع مكونات التصميم من الأشكال، والايقونات، والصور، والرسوم والألوان (Sneh, 2009). ومحتوى الإنفوغرافيك: ويشمل الإحصائيات والمعلومات والجدول الزمنية والمراجع التي يعتمد عليها التصميم (Sneh, 2009)، و المعرفة: وهي تعني الحقائق والاستنتاجات التي توصل لها نموذج الإنفوغرافيك على وفق الأغراض التي اعد لها، إذ تقوم العناصر البصرية بإعادة صياغة المحتوى ونقل المعارف عن طريق استخدام المهارات المعرفية في التفسير والتحليل والتقييم والاستنتاج لتحقيق أكبر قدر من التصور عن المواد المعرفية المقدمة. (Damyanov & Nikolay , 2018) .

٥- **أنواع الإنفوغرافيك:** يقسم الإنفوغرافيك إلى أنواع عدة تبعا لتصنيفات مختلفة منها تبعا للشكل أو طبيعة التصميم أو الغرض أو تبعا لمكونات الإنفوغرافيك وهي على النحو الاتي:

أ-طبعا للطريقة العرض يقسم على ثلاثة أنواع الإنفوغرافيك الثابت (العامودي أو الافقي- أو الصمت والقابل للنقر) والإنفوغرافيك المتحرك (فيديو- ورسوم متحركة) والإنفوغرافيك التفاعلي (Lychee, 2014, p. 11)

ب- يقسم الانفوغرافيك تبعاً للأسلوب الشكلي أو التخطيطي الذي يتخذه المصمم في توزيع البيانات النصية والعناصر المرئية التي يحتويها التصميم، ويمكن أن تكون أشكال التصميم على شكل جداول، وتدرج عمليات، وشعاعي. وقوائم، وخرائط، وعلاقات، والمخططات البيانية، والرسوم التوضيحية وغيرها ويمكن أن يستخدم

نوعاً واحداً أو أكثر من الأشكال المذكورة في التصميم الواحد (شلتوت، الانفوغرافيك من التخطيط الى الانتاج، ٢٠١٦، صفحة ١١٥)

ج- ويقسم الانفوغرافيك تبعاً للغرض من التصميم الانفوغرافيكي إلى الانفوغرافيك الاستقصائي والانفوغرافيك الإعلاني وانفوغرافيك العلاقات العامة والانفوغرافيك التفسيري (شعيب، ٢٠١٦، الصفحات ١٠٧-١١٠).

د- أنواع الانفوغرافيك من إذ الغرض: يمكن أن يصنف الانفوغرافيك طبقاً لأهدافه وغاياته، إذ ينبغي للمصمم أن يحدد الغاية والهدف من التصميم، ومجال التصميم، سواء كان ديني: تعليمي وتربوي، توعوي، تجاري، تسويقي، تقني، ثقافي، رياضي، سفر وسياحة، وسياسي، صحي وطبي، أزياء وجمال، تاريخي وإلى ما ذلك (شلتوت، الانفوغرافيك من التخطيط الى الانتاج، ٢٠١٦، صفحة ١١٥)

٦- أهمية الانفوغرافيك : لا يقتصر على دعم البيانات النصية المكتوبة والمقروءة بل يعد طريقة لابديل عنها لتقديم المعلومات لإضفاء مزيد من الفهم والوضوح للمواد الإعلامية المقدمة كالمقارنات الاحصائية والقيود الرقمية التي تتضمن كما كبيرا من البيانات التي يصعب تقديمها على شكل نصوص مجردة ، ولذلك تقوم المواقع الإلكترونية بتقديمها عبر الأشكال الرسومية باستخدام الفن البصري " الانفوغرافيك " ، الذي يساعد الجمهور على حفظها واستيعابها (ponta, 2017)

٧- مجالات استخدام الانفوغرافيك : يدخل استخدام الانفوغرافيك في مجالات متعددة فهو وسيلة فعالة لتوصيل الرسائل والرؤى التسويقية الى المستهلكين في مجال الاعلانات والتسويق، وكذلك مجال التوعية والتثقيف في المجالات الصحية وحماية البيئة والجغرافيا وكذلك دوره المهم في مجال التعليم ونشر المعارف والعلوم وتتخذ البيانات التي يتم عرضها باستخدام الانفوغرافيك أشكالا عدة منها كإحصائيات: مثل أعداد السكان، والمواليد، والوفيات، والصادرات، والواردات، والاجراءات والعمليات: مثل التصنيع، وخدمة العملاء، وعمليات البيع، والتخزين، والاستيراد، والأفكار والمفاهيم: ويقصد بها المعلومات، والتعميمات في جوانب الحياة المتعددة كالاقتصاد، والسياسة، والصحة، والتعليم، والسياحة وغيرها والتسلسل الزمني والتاريخي: مثل

ترتيب الاحداث، والجدول، والخرائط الزمنية، والجغرافيا: إذ يتم عرض البيانات في الإنفوغرافيك في مجال الطقس، والمناخ وتحديد المواقع، ووصف التضاريس، وطبقات الأرض والتسلسل الهرمي مثل الهيكل التنظيمي للمؤسسات، وتقييم وتحديد الاحتياجات وعلم التشريح مثل المكونات، والعناصر المتعلقة بهذا العلم (Smiciklas, 2012, p. 15). تسهم التقنية الحديثة التي تقدمها التكنولوجيا الحديثة بما فيها الإنفوغرافيك في التأثير المعرفي لوسائل الاعلام، إذ إن المعرفة لا يمكن تكوينها إلا عن طريق معالجة البيانات و من ثم المعلومات التي بدورها تسهم في تكوين المعرفة، فعملية إنتاج النماذج الإنفوغرافية التي يتم من خلالها معالجة البيانات التي تولد المعلومات، و من ثم تكوين المعرفة، إذ أن تقنية المعلومات التي تستخدم في الإنفوغرافيك بالتعامل مع كم كبير من البيانات وتحليلها وتفسيرها وتصنيفها وتؤدي الى معلومات ذات أهمية وفائدة للمتلقي وتشكل المعارف لديه وتزوده بالنقص الحاصل منها ومن ثم فإن المعرفة هي مزيج من البيانات والمعلومات والأفكار والأحكام والمواهب والقدرات والتحليلات والمهارات مضافاً اليها الحكمة التي تتوفر لدى الفرد بطريقة علمية أو عملية عن طريق الممارسات والتجارب والخبرات العملية (ثابت و شاكر، ٢٠١٩، صفحة ٧).

الإطار العملي للبحث

١- **تعلم استخدام تقنية الإنفوغرافيك:** يبين جدول (٢) إجابات المبحوثين على التساؤل الذي يخص كيفية تعلم استخدام تقنية الإنفوغرافيك، اذ جاء (التعلم بالممارسة والخطأ) بالمرتبة الأولى وبنسبة بلغت (٢٧,٥٩٪) ان تعلم استخدام الإنفوغرافيك في الفضائيات بوصفها مهارة أخرى يتطلب الممارسة والتجربة والخطأ اذ يمكن البدء بتعلم الأساسيات مثل قواعد التصميم وتصميم الجرافيكس عن طريق دراسة الدروس والمواد التعليمية المتاحة على الإنترنت أو الاستعانة بالكتب التعليمية، ومن الممكن بعد ذلك البدء بتطبيق المعلومات المكتسبة في تصميم انفوجرافيك حقيقية، ويمكن استخدام أدوات التصميم المختلفة المتاحة لتحويل البيانات الإحصائية والمعلومات الأخرى إلى تصاميم جذابة وسهلة الفهم وبالتأكيد من المهم أيضاً التعلم من الأخطاء التي ترتكب في التصميم فتحليل التصميمات السابقة والبحث عن النقد البناء لتحسين التصميم في المستقبل يمكن أن يكون مفيداً ويمكن الاستفادة من الندوات وورش العمل التي تنظمها الفضائيات لتبادل الخبرات وتعلم المهارات الجديدة في هذا المجال، ثم جاءت (الاستعانة بالأصدقاء) بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت (٢٥٪) ثم حلت (الدخول في دورات تعليمية) بالمرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (١٣,٧٩٪) ثم احتل التعلم (عبر الكراسات التعليمية) المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (٤,٣١٪) ثم (الاستعانة بالبرامج التعليمية عبر اليوتيوب) بالمرتبة الخامسة وبنسبة مئوية بلغت (٢٧,٥٩٪) ثم جاءت بالمرتبة السادسة (بحكم العمل في برامج التصميم الجرافيكي) و (من خلال قنوات عالمية واجنبية) وبنسبة مئوية بلغت (٠,٨٦٪) لكليهما، ينظر جدول ٢ في أدناه.

جدول (٢) يبين كيفية تعلم المبحوثين استخدام تقنية الإنفو غرافيك

النسبة المئوية %	التكرار	تعلم استخدام تقنية الانفوغرافيك
٢٧,٥٩%	٣٢	التعلم بالممارسة والخطأ
٢٥%	٢٩	الاستعانة بالأصدقاء
١٣,٧٩%	١٦	الدخول في دورت تعليمية
٤,٣١%	٥	عبر الكراسات التعليمية
٢٧,٥٩%	٣٢	الاستعانة بالبرامج التعليمية عبر اليوتيوب
٠,٨٦%	١	بحكم العمل في برامج التصميم الجرافيكي
٠,٨٦%	١	من خلال قنوات عالمية واجنبية
100%	١١٦	المجموع

٢- القناة الفضائية التي يعمل بها المبحوثون : يبين جدول (٣) توزع المبحوثون بحسب القناة الفضائية التي يعملون فيها، إذ جاءت قناة (العراقية الإخبارية) بالمرتبة الاولى وبنسبة بلغت (١٩,٧٤٪)، ثم جاءت قناة (السومرية) بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت (١٧,١١٪) ثم حلت قناة (I news) بالمرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (١٣,٧٩٪) ثم احتلت قناة(اسيا) المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (١٠,٥٣٪) ثم قناة (الاتجاه) بالمرتبة الخامسة وبنسبة مئوية بلغت (٧,٨٩٪) ثم جاءت بالمرتبة السادسة قناة(الفرات) وقناة (بلادي) وقناة (النجباء) وبنسبة بلغت (٥,٢٦٪) لكل واحدة من تلك القنوات كما احتلت قناة (العراقية) وقناة (آفاق) المرتبة السابعة وبنسبة بلغت (٣,٩٥٪) لكليتهما، أما بالمرتبة الثامنة جاءت قناة (دجلة) وقناة (العهد) وقناة (الرابعة) بنسبة بلغت (٢,٦٣٪)، وفي المرتبة التاسعة جاءت قناة (الرشيدي) وبنسبة بلغت (١,٣٢٪) ينظر جدول ٣ في ادناه.

جدول (٣) يبين القناة الفضائية التي يعمل بها المبحوثين

القناة	التكرار	النسبة المئوية %
العراقية الإخبارية	١٥	١٩,٧٤%
السومرية	١٣	١٧,١١%
I news	9	١١,٨٤%
اسيا	٨	١٠,٥٣%
الاتجاه	٦	٧,٨٩%
الفرات	٤	٥,٢٦%
بلادي	٤	٥,٢٦%
قناة النجباء	٤	٥,٢٦%
العراقية	٣	٣,٩٥%
آفاق	٣	٣,٩٥%
دجلة	2	٢,٦٣%
العهد	٢	٢,٦٣%
الرابعة	2	٢,٦٣%

الرشيد	١	١,٣٢ %
المجموع	76	١٠٠ %

٣- نوع الإنفوغرافيك الذي يتم تصميمه: تناول جدول (٤) إجابات المبحوثين على من يقرر نوع الإنفوغرافيك الذي يتم تصميمه، اذ جاء بالمرتبة الأولى (مدير الاخبار في القناة) وبنسبة بلغت (٤٨,٦٨ %) يعتمد ذلك على سياسة القناة الفضائية وتوجهاتها الإعلامية، ومن الممكن أن يتولى مدير الأخبار في القناة مهمة تنظيم الأخبار وتغطيتها وتوفير المعلومات بأسلوب مهني ومنهجي ويشمل هذا العمل استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات أو التقنية لإيصال المعلومات بصورة فعال ومناسب للجمهور، ويعد الإنفوغرافيك من الأدوات الفعالة لتوضيح المعلومات والإحصائيات بطريقة سهلة وواضحة، لذلك يعتمد مدير الأخبار في القناة على فريق عمل متخصص في إنتاج الإنفوغرافيك لتوفير الدعم اللازم لتحسين جودة المحتوى المعروض للجمهور، إذ يقوم مدير الأخبار بتحديد الأخبار بالتنسيق مع فريق الإنتاج والتحرير التي تحتاج إلى الإنفوغرافيك ونوعية المعلومات المراد عرضها ثم يتم تحديد أفضل تصميم وشكل للإنفوغرافيك بناءً على نوع القصة والجمهور المستهدف بالإضافة إلى ذلك، يمكن لمدير الأخبار أن يعمل مع فريق الإنفوغرافيك لضمان الدقة والموضوعية للمعلومات المستخدمة في الإنفوغرافيك. ويمكن للمدير أيضاً تحرير النصوص والصور المستخدمة في الإنفوغرافيك لضمان أن تتوافق مع معايير المحتوى الإعلامي وتلبي الاحتياجات، وفي المرتبة الثانية جاء (انا اقترح والمدير يوافق) بنسبة بلغت (٣٤,٢١ %)، ثم احتل (طبيعة الحدث نفسه) المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (٩,٢١ %)، كما جاءت (حادثة المعلومات المراد تحويلها) على المرتبة الرابعة وبنسبة بلغت (٦,٥٨ %)، يلي ذلك في المرتبة الخامسة (توفر بيانات مهمة حول موضوع معين ذا أهمية) بنسبة بلغت (١,٣٢ %)، ينظر جدول ٤ في ادناه.

جدول (٤) يبين من يحدد نوع الإنفوغرافيك الذي يتم تصميمه

النسبة المئوية %	التكرار	من يحدد نوع الإنفوغرافيك الذي يتم تصميمه
٤٨,٦٨ %	37	مدير الاخبار في القناة
٣٤,٢١ %	26	انا اقترح والمدير يوافق
٩,٢١ %	٧	طبيعة الحدث نفسه
٦,٥٨ %	5	حادثة المعلومات المراد تحويلها
١,٣٢ %	1	توفر بيانات مهمة حول موضوع معين ذا أهمية
١٠٠ %	76	المجموع

٤ - أسباب استخدام الفضائيات الإنفوغرافيك في النشرات الإخبارية: يشير جدول (٥) الى أسباب استخدام القنوات الفضائية العراقية لتقنية الإنفوغرافيك في النشرات الإخبارية، فكان (ينظم الأفكار بطريقة سهلة بعيداً

عن التعقيد) بالمرتبة الأولى وبنسبة بلغت (47,37 %) وذلك بسبب استخدام الألوان الزاهية والخطوط البسيطة لجذب الانتباه وتبسيط الأفكار ويجب أن تكون الألوان والخطوط متناسقة ومناسبة للموضوع المطروح

في الإنفوغرافيك لتنظيم المعلومات بطريقة منطقية وترتيبها بصورة يسهل فهم الموضوع بصورة مبسطة وواضح وخاليًا من التعقيدات والمصطلحات الصعبة ، فضلا عن استخدام الرسومات والأيقونات الملائمة لمدة الإنفوغرافيك وذات صلة مباشرة بالموضوع المعروض لتوضيح الأفكار والتحليلات بطريقة بسيطة، ثم جاء (يعزز الاحتفاظ بالمعلومات) بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت (23,67 %)، وفي المرتبة الثانية جاء (زيادة الوعي حول قضية معينة) بنسبة بلغت (13,16 %) ، ثم احتل (يضيف الاثارة للحدث) المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (6,58 %)، كما جاءت (يضيف مصداقية اكبر) و (تكون الأخبار أكثر متعة) على المرتبة الرابعة وبنسبة بلغت (3,95 %) لكليهما، وفي المرتبة الخامسة جاء (التشويق) بنسبة بلغت (١,٣٢ %)، ينظر جدول ٥ في ادناه.

جدول (٥) يبين أسباب استخدام القنوات الفضائية تقنية الإنفوغرافيك في النشرات الإخبارية

أسباب استخدام الفضائيات الإنفوغرافيك في النشرات الإخبارية	التكرار	النسبة المئوية %
ينظم الأفكار بطريقة سهلة بعيدا عن التعقيد	36	47,37%
يعزز الاحتفاظ بالمعلومات	18	23,67%
زيادة الوعي حول قضية معينة	10	13,16 %
يضيف الاثارة للحدث	5	6,58 %
يضيف مصداقية أكبر	3	3,95 %
تكون الاخبار اكثر متعة	3	3,95 %
التشويق	1	1,32 %
المجموع	76	١٠٠ %

٥- الإنفوغرافيك الذي تستخدمه القنوات الفضائية بصورة أساس: يوضح جدول (٦) نوع الإنفوغرافيك الذي تستخدمه القنوات الفضائية بصورة أساس إذا جاء بالمرتبة الأولى (المتحرك) وبنسبة بلغت (٥٣,٩٥ %) إذ يتم استخدام الإنفوغرافيك المتحرك لأنه يوفر طريقة فعالة وجذابة لتوضيح المعلومات المعقدة والإحصائيات الكبيرة والمعلومات المرئية بطريقة سهلة ومرئية للمشاهدين، ويمكن استخدام التحريك لتوضيح تحركات البيانات أو العمليات التي تحدث في الخلفية بصورة أسهل للفهم من الشرح الكتابي أو الإيضاح الثابت، كما يتيح استخدام الإنفوغرافيك المتحرك للمصممين والمنتجين إمكانية تخصيص تصميمات متحركة معقدة بصورة أفضل لتناسب الأهداف والموضوعات المختلفة، وتحقيق تأثيرات بصرية أكثر جاذبية وتفاعلية، وهذا يساعد على جذب الانتباه وزيادة مستوى التفاعل مع المحتوى المعروض، ويعد الإنفوغرافيك المتحرك أيضًا أحد الأساليب الإبداعية التي تساعد في تحويل المعلومات

الجافة إلى محتوى جذاب يمكن للمشاهدين الاستمتاع به. وبهذا يمكن للمنتجين والمصممين إضافة قيمة للمحتوى المعروض وجعله يستحق المشاهدة، بالإضافة إلى توفير تجربة مشاهدة مريحة وشيقة للمشاهدين، ثم احتل النوع (المختلط) المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (٢٦,٣٢٪)، وفي المرتبة الثانية جاء النوع (الثابت) بنسبة بلغت (١٣,١٦٪)، كما جاء النوع (التفاعلي) بالمرتبة الرابعة وبنسبة بلغت (٦,٥٧٪)، ينظر جدول ٦ ادناه.

جدول (٦) يبين نوع الانفوغرافيك الذي تستخدمه القنوات الفضائية بصورة اساس

النسبة المئوية %	التكرار	الانفوغرافيك الذي تستخدمه القنوات الفضائية بصورة أساس
٥٣,٩٥ %	٤١	المتحرك
٢٦,٣٢ %	٢٠	المختلط
١٣,١٦ %	١٠	الثابت
٦,٥٧ %	٥	التفاعلي
١٠٠ %	76	المجموع

٦- الهدف من استخدام الانفوغرافيك في القنوات الفضائية : يبين جدول (٧) الهدف من استخدام الانفوغرافيك في القنوات الفضائية، إذ جاء (تحويل المعلومات والبيانات من أرقام وحروف إلى صور ورسوم شيقة) بالمرتبة الأولى وبنسبة بلغت (١٧,٣٧٪) يعمل الانفوغرافيك على تحويل المعلومات والبيانات المعقدة والمجردة إلى صور ورسوم بيانية مبتكرة وجذابة، وذلك بهدف تبسيط البيانات وتسهيل فهمها للجمهور بصورة أفضل ويستخدم المصممون والمحررون في صناعة الانفوغرافيك مجموعة متنوعة من العناصر الرسومية والإحصائية والنصية مثل الخرائط والمخططات والرسوم البيانية والصور والنصوص ويتم ترتيبها وتصميمها بصورة جذاب ومبتكر لتوصيل المعلومات بصورة سهل وسلس للقارئ أو المشاهد، ثم احتل الهدف من الاستخدام (تعزيز النقاط الأساسية التي تثير الاهتمام بالأدوات البصرية من دون الحاجة إلى قراءة النصوص) المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (١٦,١٠٪)، ثم جاء (إمكانية وصف الموضوعات التي لا يمكن شرحها بالنصوص والكلمات) بالمرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (١٢,٢٩٪) ثم احتل (عرض الفكرة بطريقة تختصر الوقت) المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (٩,٣٢٪) ثم (عرض الحقائق بطريقة موضوعية وسهلة وممتعة) بالمرتبة الخامسة وبنسبة مئوية بلغت (٨,٩٠٪) ثم جاء بالمرتبة السادسة أن الانفوغرافيك (أكثر اقناعاً من النصوص اللفظية) وبنسبة بلغت (٧,٢٠٪) في حين احتل الهدف من الانفوغرافيك (إمكانية إجراء المقارنات والإحصائيات) و(إثراء الموضوع المطروح من خلال الاقناع البصري للجمهور) و(إمكانية الاحتفاظ بالمعلومات وقت أطول) المرتبة السادسة وبنسبة بلغت (٦,٧٨٪) لكل هدف، كما جاء الهدف (تعزيز قدرتهم علي التفكير لربط المعلومات) بالمرتبة السابعة وبنسبة بلغت (٥,٠٨٪) اما بالمرتبة الثامنة جاء الهدف (يعطي فرصة لتحليل الرسومات من تلقاء أنفسهم) بنسبة بلغت (٣,٣٩٪)، ينظر جدول ٧ ادناه.

جدول (٧) يبين الهدف من استخدام الانفوغرافيك في القنوات الفضائية

النسبة المئوية %	التكرار	الهدف من استخدام الإنفوغرافيك
37,17 %	41	تحويل المعلومات والبيانات من ارقام وحروف الى صور ورسوم شيقة
١٦,١٠ %	38	تعزيز النقاط الأساسية التي تثير الاهتمام بالأدوات البصرية من دون الحاجة الي قراءة النصوص
29,12 %	29	إمكانية وصف الموضوعات التي لا يمكن شرحها بالنصوص والكلمات
9,32 %	22	عرض الفكرة بطريقة تختصر الوقت
8,90 %	21	عرض الحقائق بطريقة موضوعية وسهلة وممتعة
7,20 %	17	أكثر اقناعاً من النصوص اللفظية
6,78 %	16	إمكانية اجراء المقارنات والاحصائيات
6,78 %	16	اثراء الموضوع المطروح من خلال الاقناع البصري للجمهور
6,78 %	16	امكانية الاحتفاظ بالمعلومات وقت أطول
5,08 %	12	تعزيز قدرتهم علي التفكير لربط المعلومات
3,39 %	8	يعطي فرصة لتحليل الرسومات من تلقاء أنفسهم
١٠٠%	236	المجموع

٧- إسهام الإنفوغرافيك بتصميماته المتنوعة اضعاء شكل مرئي جديد في عرض المعلومات: يوضح جدول (٨) مدى إسهام الإنفوغرافيك بتصميماته المتنوعة على اضعاء شكل مرئي جديد في عرض المعلومات، إذا جاء بالمرتبة الأولى (أسهم الى حد كبير) وبنسبة بلغت (٧٣,٦٨٪) يعد الانفوغرافيك أداة قوية لعرض المعلومات بطريقة مرئية وجذابة فهي تستخدم الرسومات والرسوم البيانية والصور والألوان والنصوص لتقديم

المعلومات بصورة سهل الفهم والتفسير وتبسيط المعلومات المعقدة والصعبة لجذب انتباه المتلقي بصورة سريع وفعال باستخدام أساليب تصميم جذابة وملفتة للنظر لتعزيز الذاكرة البصرية التي تساعد المتلقي في تذكر

المعلومات بصورة أفضل، فضلاً عن زيادة المشاركة بتشجيع المستخدمين على المشاركة والتفاعل مع المحتوى إذ يتم تبادلها بسهولة ومشاركتها والتفاعل معها، ثم احتل (أسهم بصورة متوسط) المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (٢٣,٦٨٪)، وفي المرتبة الثانية جاء (أسهم الى حد قليل) بنسبة بلغت (٢,٦٤٪)، ينظر جدول ٨ ادناه.

جدول (٨) يبين مدى اسهام الإنفوغرافيك في إضفاء شكل مرئي جديد لعرض المعلومات

اسهام الانفوغرافيك في إضفاء شكل مرئي جديد لعرض المعلومات	التكرار	النسبة المئوية %
أسهم الى حد كبير	٥٦	٧٣,٦٨%
أسهم بصورة متوسط	١٨	٢٣,٦٨%
أسهم الى حد قليل	٢	٢,٦٤%
لم تسهم	٠	٠%
المجموع	٧٦	100%

٨- استخدام القنوات الفضائية الإنفوغرافيك لتطوير الجوانب الفنية وإضافة عناصر الإثارة والتشويق لنشرات الاخبار: يوضح جدول (٩) مدى إسهام الإنفوغرافيك في تطوير الجوانب الفنية وإضافة عنصر التشويق لنشرات الاخبار، إذا جاء بالمرتبة الأولى (أسهم الى حد كبير) وبنسبة بلغت (٦٧,١١%) يمكن أن يساعد الإنفوغرافيك بصورة كبير في تحسين جودة نشرات الأخبار من خلال تقديم المعلومات بصورة مرئي وجذاب من خلال عرض الأرقام والإحصائيات المختلفة بصورة سهل الفهم والقابل للتخزين مما يجعلها أكثر جاذبية وفعالية لتبسيط المعلومات المعقدة والمتعددة وتقديمها بطريقة مبتكرة ومختلفة مما يجعلها أكثر وضوحاً وفهماً للجمهور بالإضافة الى استخدام الإنفوغرافيك في عمل استطلاعات للرأي أو الاستفسارات وهذا يزيد من شعبية النشرة ويساعد على جذب المزيد من المشاهدين، ثم احتل (أسهم بصورة متوسط) المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (٣٠,٢٦%)، وفي المرتبة الثالثة جاء (أسهم الى حد قليل) بنسبة بلغت (٢,٦٣%)، ينظر جدول ٩ ادناه.

جدول (٩) يبين مدى إسهام تقنية الإنفوغرافيك في تطوير الجوانب الفنية وإضافة عنصر التشويق لنشرات الاخبار

اسهام الانفوغرافيك في تطوير الجوانب الفنية وإضافة التشويق للنشرات	التكرار	النسبة المئوية %
أسهم الى حد كبير	٥١	٦٧,١١%
أسهم بصورة متوسط	٢٣	٣٠,٢٦%
أسهم الى حد قليل	٢	٢,٦٣%
لم تسهم	٠	٠%
المجموع	٧٦	100%

٩- استخدام القنوات الفضائية الإنفوغرافيك غير في الطريقة الروتينية في عرض المعلومات: يوضح جدول (١٠) مدى أسهام الإنفوغرافيك في تغير الطريقة الروتينية لعرض المعلومات، إذا جاء بالمرتبة الأولى (أسهم الى حد كبير) وبنسبة بلغت (٥٧,٨٩%)، يعتبر الانفوغرافيك وسيلة ممتازة لعرض المعلومات بطريقة مختلفة ومبتكرة عن الروتين التقليدي إذ يقوم بتوضيح الأفكار والمعلومات بصورة بصري وجذاب ويساعد في جذب انتباه المشاهدين

وتسهيل فهم المعلومات المعروضة عليهم، علاوة على ذلك يمكن استخدام الإنفوغرافيك لتوضيح الإحصائيات والمعلومات الكمية بصورة أكثر فعالية وسهولة مما يساعد في تقديم الأفكار والمعلومات وتحسين جودة العرض وزيادة مستوى فهم المشاهدين للمعلومات المقدمة بطريقة مبسطة مما يجعلها طريقة ممتازة لعرض المعلومات بصورة غير روتيني، ثم احتل (أسهم بصورة متوسط) المرتبة الثانية ونسبة بلغت (٤٠,٧٩٪)، وفي المرتبة الثالثة جاء (أسهم الى حد قليل) بنسبة بلغت (١,٣٢٪)، ينظر جدول ١٠ ادناه.

جدول (١٠) يبين مدى أسهام الإنفوغرافيك في تغير الطريقة الروتينية لعرض المعلومات

النسبة المئوية %	التكرار	أسهام الإنفوغرافيك في تغير الطريقة الروتينية لعرض المعلومات
٥٧,٨٩٪	٤٤	أسهم الى حد كبير
٤٠,٧٩٪	٣١	أسهم بصورة متوسط
١,٣٢٪	١	أسهم الى حد قليل
٠٪	٠	لم تسهم
100%	٧٦	المجموع

١٠-العناصر التي تعطي فهماً واضحاً أكثر من غيرها عند استخدام الإنفوغرافيك: يوضح جدول (١١) العناصر التي تعطي فهماً واضحاً أكثر من غيرها عند استخدام الانفوغرافيك، إذا جاء بالمرتبة الأولى (كل العناصر التي ذكرت) ونسبة بلغت (٤٠,٧٩٪) يجعل البيانات أكثر وضوحاً وأسهل فهماً من خلال العرض البصري وتوضيح الأفكار والمفاهيم المعقدة بطريقة سهلة ومباشرة وإظهار الاتجاهات والانحرافات والاتجاهات في البيانات بطريقة واضحة وبسيطة، وهذا ما يوضح شكل الإنفوغرافيك مرتب ومنظم ويكون الشكل العام سهل الاستخدام وسهل التصفح إذ يمكن توزيع المعلومات والبيانات بصورة منطقي وجذاب للعين، ثم احتلت (صور فيديوية) المرتبة الثانية ونسبة بلغت (٣٥,٥٣٪)، وفي المرتبة الثالثة جاءت (رسوم حاسوبية) بنسبة بلغت (٢٣,٦٨٪)، ينظر جدول ١١ ادناه.

جدول (١١) يبين العناصر التي تعطي فهماً واضحاً أكثر من غيرها عند استخدام الانفوغرافيك،

النسبة المئوية %	التكرار	العناصر التي تعطي فهماً واضحاً أكثر من غيره في استخدام الإنفوغرافيك
٤٠,٧٩٪	31	جميع ما ذكر
٣٥,٥٣٪	27	صور فيديوية
٢٣,٦٨٪	18	رسوم حاسوبية
٠٪	0	الصور الصامتة
٠٪	0	الخرائط
١٠٠٪	٧٦	المجموع

١١- مدى أهمية استخدام الإنفوغرافيك في المساعدة على معرفة الأحداث والقضايا والأزمات الجارية: يوضح جدول (١٢) مدى أهمية استخدام الإنفوغرافيك في المساعدة على معرفة الأحداث والقضايا والأزمات الجارية، إذا جاء بالمرتبة الأولى (أهمية كبيرة) ونسبة بلغت (٧٧,٦٣٪)، يساعد الإنفوغرافيك على المعرفة بالأحداث والقضايا والأزمات الجارية بطريقة أكثر فعالية ووضوحًا، إذ يبسط المعلومات وتقديمها بصورة واضحة ومرئية، مما يساعد على فهم الأحداث والقضايا بصورة أفضل، على سبيل المثال، يمكن استخدام الإنفوغرافيك لتوضيح الإحصائيات والأرقام المتعلقة بفيروس كورونا المستجد، مثل عدد الإصابات والوفيات والتطورات الحالية في العلاج واللقاحات كما يمكن استخدام الإنفوغرافيك لتوضيح الأحداث السياسية والاجتماعية، مثل نتائج الانتخابات والقضايا المثيرة للجدل، ويمكن القول أن استخدام الإنفوغرافيك يساعد على فهم الأحداث والقضايا والأزمات الجارية بطريقة سهلة ومرئية، مما يزيد من مستوى الوعي والتفاعل مع هذه القضايا، ومن ثم يمكن أن يساهم في إحداث التغيير الاجتماعي والسياسي والاقتصادي، ثم احتلت (أهمية متوسطة) المرتبة الثانية ونسبة بلغت (١٩,٧٤٪)، وفي المرتبة الثالثة جاءت (أهمية قليلة) بنسبة بلغت (٢,٦٣٪)، ينظر جدول ١٢ ادناه.

جدول (١٢) يبين مدى أهمية استخدام الإنفوغرافيك في المساعدة على معرفة الأحداث والقضايا والأزمات الجارية

النسبة المئوية %	التكرار	مساعدة الإنفوغرافيك على معرفة الأحداث والقضايا والأزمات الجارية
٧٧,٦٣٪	٥٩	أهمية كبيرة
١٩,٧٤٪	١٥	أهمية متوسطة
٢,٦٣٪	٢	أهمية قليلة
٠٪	٠	ليست مهمة
100%	٧٦	المجموع

١٢- استخدام الإنفوغرافيك غير من الاستجابة والتفاعل مع المعلومات عند رؤيتها: يوضح جدول (١٣) أن استخدام الإنفوغرافيك غير من الاستجابة والتفاعل مع المعلومات عند رؤيتها، إذا جاء بالمرتبة الأولى (نعم بدرجة كبيرة) ونسبة بلغت (٤٨,٦٨٪) أن استخدام الإنفوغرافيك يزيد من الاستجابة والتفاعل مع المعلومات عند رؤيتها، إذ يعد الإنفوغرافيك شكلاً مرئياً جذاباً وسهل التناول للمعلومات المعقدة ويمكن أن يشجع على المشاركة والتفاعل مع المحتوى المقدم، إذ يتميز بسهولة القراءة والاستيعاب باستخدام نصوصاً قصيرة ومختصرة ويجمع المعلومات في مكان واحد وهذا يساعد في الحصول على المعلومات بصورة سريعة ودقيق بالإضافة إلى ذلك يمكن للإنفوغرافيك أن يحفز على المشاركة والتفاعل إذ يمكن استخدامه في الحملات التوعوية والتحديات الاجتماعية وهذا يساهم في زيادة الوعي والتفاعل مع المواضيع المختلفة، ثم احتلت (بدرجة متوسطة) المرتبة الثانية ونسبة بلغت (٤٣,٤٢٪)، وفي المرتبة الثالثة جاءت (بدرجة قليلة) بنسبة بلغت (٧,٩٠٪)، ينظر جدول ١٣ ادناه.

جدول (١٣) يبين ان استخدام الإنفوغرافيك غير من الاستجابة والتفاعل مع المعلومات عند رؤيتها

النسبة المئوية %	التكرار	الإنفوغرافيك غير من الاستجابة والتفاعل مع المعلومات
٤٨,٦٨ %	٣٧	نعم بدرجة كبيرة
٤٣,٤٢ %	٣٣	بدرجة متوسطة
٧,٩٠ %	٦	بدرجة قليل
٠ %	٠	لم يسهم
100%	٧٦	المجموع

١٣- إسهام الإنفوغرافيك في عرض المعلومات والأفكار بطريقة أكثر سهولة وبساطة بعيدا عن التعقيد: يوضح جدول (١٤) مدى إسهام الإنفوغرافيك في عرض المعلومات والأفكار بطريقة أكثر سهولة وبساطة بعيدا عن التعقيد ، إذا جاء بالمرتبة الأولى (الى حد كبير) وبنسبة بلغت (٦٤,٤٧ %) إذ يعد الانفوغرافيك شكل من أشكال العرض التي تستخدم الرسومات والنصوص والرموز التوضيحية لتقديم المعلومات والأفكار بطريقة سهلة ومباشرة ويستخدم الانفوغرافيك عادة لتوضيح وتبسيط المعلومات التي يصعب فهمها بسهولة عن طريق النص الكتابي أو التقرير التقليدي كما يساعد على تحسين تجربة المستخدم وزيادة مدى تفاعله مع المحتوى المعروض ويمكن أن يتضمن الانفوغرافيك العديد من العناصر مثل الرسومات والمخططات والنصوص والألوان والخطوط والأشكال ويجب أن يكون التصميم متناسقا وجذابا لتحقيق أقصى قدر من الفائدة والاستفادة منه، ثم احتلت (الى حد متوسط) المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (٣٤,٢١ %)، وفي المرتبة الثالثة جاءت (الى حد قليل) بنسبة بلغت (١,٣٢ %)، ينظر جدول ١٤ ادناه.

جدول (١٤) يبين مدى إسهام الإنفوغرافيك في عرض المعلومات والأفكار بطريقة أكثر سهولة وبساطة بعيدا عن التعقيد

النسبة المئوية %	التكرار	إسهام الإنفوغرافيك في عرض المعلومات والأفكار بعيدا عن التعقيد
٦٤,٤٧ %	٤٩	الى حد كبير
٣٤,٢١ %	٢٦	الى حد متوسط
١,٣٢ %	١	الى حد قليل
٠ %	٠	لم يسهم
100%	٧٦	المجموع

١٤- مدى إسهام تقنية الإنفوغرافيك على إعطاء القدرة على المقارنة وتحليل المعلومات: يوضح جدول (١٥) مدى إسهام الإنفوغرافيك على إعطاء القدرة على المقارنة وتحليل المعلومات، إذا جاء بالمرتبة الأولى (غالباً) وبنسبة بلغت (٤٦,٠٥ %)، إذ يستخدم الانفوغرافيك التصميم الجرافيكي لعرض البيانات والمعلومات بصورة بصري سهل

الفهم والتحليل وبفضل هذا النوع من التصاميم يمكن من تحليل ومقارنة المعلومات المتاحة بسهولة وفهمها بصورة أسرع، ويعد الإنفوغرافيك أيضًا وسيلة فعالة لنشر المعلومات بطريقة مبتكرة وجذابة إذ يمكن استخدام الألوان والصور والرسوم البيانية والنصوص لتسهيل الوصول إلى المعلومات المراد توصيلها وزيادة الإقبال على قراءتها ومشاركتها، ثم احتلت (أحياناً) المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (٤٤,٧٤٪)، وفي المرتبة الثالثة جاءت (نادراً) بنسبة بلغت (٦,٥٨٪) في حين احتلت (أبداً) المرتبة الرابعة وبنسبة بلغت (٢,٦٣)، ينظر جدول ١٥ ادناه.

جدول (١٥) يبين مدى إسهام الإنفوغرافيك على إعطاء القدرة على المقارنة وتحليل المعلومات

النسبة المئوية %	التكرار	مساهمة الإنفوغرافيك على إعطاء القدرة على المقارنة وتحليل المعلومات
٤٦,٠٥ %	٣٥	غالباً
٤٤,٧٤ %	٣٤	أحياناً
٦,٥٨ %	٥	نادراً
٢,٦٣ %	٢	أبداً
100%	٧٦	المجموع

١٥- قدرة الإنفوغرافيك على إثراء ثقافة الجمهور: يوضح جدول (١٤) مدى قدرة الإنفوغرافيك على إثراء ثقافة الجمهور، إذا جاء بالمرتبة الأولى (نعم الى حد كبير) وبنسبة بلغت (٥٩,٢١٪) اذ يعتبر الإنفوغرافيك من الوسائل الهامة التي تساعد في إثراء ثقافة الجمهور وتوعيته بمختلف المواضيع فالإنفوغرافيك يستخدم عادة لتوضيح المعلومات والبيانات الصعبة والمعقدة بطريقة سهلة وبمبسطة، مما يساعد على فهم المفاهيم بسهولة ويجعلها أكثر إدراكاً وتفاعلاً مع الخبرات المختلفة، كما يمكن استخدام الإنفوغرافيك لنشر المعلومات والأفكار الجديدة والمتعلقة بمختلف المجالات مثل العلوم، والثقافة، والتكنولوجيا، والبيئة، والصحة، والاقتصاد، وغيرها. ومن ثم يمكن للإنفوغرافيك أن يساعد في توسيع أفق المعرفة والتثقيف بطريقة شيقة وممتعة، إضافةً إلى ذلك يمكن أن يساعد الإنفوغرافيك في نشر الوعي بقضايا اجتماعية وبيئية وصحية مهمة مثل التحديات التي يواجهها العالم مثل تغير المناخ والتلوث والأمراض، ومن ثم يمكنه تعزيز المشاركة المجتمعية في هذه القضايا، ثم احتلت (الى حد متوسط) المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (٣٢,٨٩٪)،

وفي المرتبة الثالثة جاءت (الى حد قليل) بنسبة بلغت (٦,٥٨٪) اما بالمرتبة الرابعة جاء (لا تمتلك القدرة) وبنسبة بلغت (١,٣٢٪) ينظر جدول ١٤ ادناه.

جدول (١٤) يبين قدرة الإنفوغرافيك على إثراء ثقافة الجمهور

قدرة الإنفوغرافيك على إثراء ثقافة الجمهور	التكرار	النسبة المئوية %
نعم الى حد كبير	٤٥	٥٩,٢١ %
الى حد متوسط	٢٥	٣٢,٨٩ %
الى حد قليل	٥	٦,٥٨ %
لا تمتلك القدرة	١	١,٣٢ %
المجموع	٧٦	100%

المحور الثاني: نتائج اختبارات فروض البحث: يتضمن هذا المحور عرض نتائج فروض البحث والتحقق منها بإثبات أو نفي تلك الفروض.

الفرض الأول : توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار ينعكس على معارف الجمهور من وجهة نظر القائمين عليها إزاء الاحداث الجارية: للتحقق من صحة هذا الفرض تم استعمال الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة وتمت مقارنة القيمة التائية المحسوبة مع القيمة التائية الجدولية عند عينة المبحوثين والبالغ عددهم (٧٦) مبحثاً، وقد أظهرت النتائج أن متوسط درجات العينة على المقياس بلغت (٣٥,٧٣٦)، وبانحراف معياري مقداره (٣,٣٣٦) درجة ، في حين المتوسط الفرضي للمقياس (30) درجة، وقد بلغت القيمة التائية المحسوبة (١٤,٩٩١) درجة، وعند مقارنتها بالقيمة التائية الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) وبدرجة حرية (75) ، والبالغة (١,٩٩٤) مما يعني أنها دالة إحصائياً ، ويعني ذلك أنه توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار ينعكس على معارف الجمهور من وجهة نظر القائمين عليها إزاء الاحداث الجارية، وبهذا قد تم قبول الفرض الأول، (انظر جدول ١٥ ادناه).

جدول (١٥) يوضح توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار ينعكس على معارف الجمهور من وجهة نظر القائمين عليها إزاء الاحداث الجارية

حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة (٠.٠٥)
					المحسوبة	الجدولية	
٧٦	٣٥,٧٣٦	٣,٣٣٦	٣٠	٧٥	١٤,٩٩١	١,٩٩٦	دال *

٢-الفرض الثاني: لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية والعوامل الديمغرافية للقائمين على انتاجها (النوع الاجتماعي، التحصيل الدراسي، مدة العمل في الانفوغرافيك)

أ- لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية والعوامل الديمغرافية للقائمين على انتاجها (ذكور، إناث): للتحقق من هذا الفرض تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لدرجات كل من الذكور والإناث لكل منهما بمعزل عن الآخر، وباستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين اظهرت النتائج قبول الفرضية الصفرية أعلاه بأنه لا يوجد فرق بين الذكور والإناث عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٧٤) ، إذ بلغت القيمة التائية المحسوبة (٠,٥٤٠) وعند مقارنتها بالقيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٩٤) تبين أنها غير دالة إحصائياً ، مما يعني قبول الفرض الفرعي بعدم وجود فروق بين الذكور والإناث، انظر (جدول ١٦ ادناه).

جدول (١٦) يوضح توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية والعوامل الديمغرافية للقائمين على انتاجها (ذكور، إناث)

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة حرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة (٠.٠٥)
					المحسوبة	الجدولية	
الذكور	74	٣٥,٧٠٢	٣,٣٧٠,٨٢	74	٠,٥٤٠	١,٩٩٤	غير دال *
الإناث	2	٣٧,٠٠	١,٤١٤,٢١				

*القيمة التائية الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (74) تساوي (1,994).

ب- لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية والعوامل الديمغرافية للقائمين على انتاجها والتحصيل الدراسي.

للتحقق من هذا الفرضية تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لدرجات المبحوثين تبعاً التحصيل الدراسي كما موضحة في الجدول (١٧- أ).

جدول (١٧- أ) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري تبعاً التحصيل الدراسي.

التحصيل الدراسي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يقرأ ويكتب	1	٣٥,٠٠٠	-
الابتدائية	1	٣٥,٠٠٠	-
المتوسطة	6	37,1667	1,72240
الإعدادية	6	34,6667	3,82971
البكالوريوس	54	35,8148	3,42617
شهادة عليا	8	35,1250	3,79614

المجموع	76	35,7368	3,33614
---------	----	---------	---------

وللتحقق استعمل الباحث تحليل التباين الاحادي One – way، وكما موضح في الجدول (١٧-ب) اذ تبين أن النسبة الفائية المحسوبة والبالغة (٠,٤٠٦) اقل من النسبة الفائية الجدولية والبالغة (٢,٣٦) عند مستوى (٠,٠٥) وبدرجاتي حرية (٧٠,٥) أي تحقق الفرض لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توزيع الانفورغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية والعوامل الديمغرافية للقائمين على إنتاجها والتحصيل الدراسي ويرى الجميع أن استخدام الانفورغرافيك في نشرات الأخبار له أهمية في المساعدة على تفسير الأحداث وفهمها بشكا ابسط، وبهذا قد تم قبول الفرض الفرعي (أ).

جدول (١٧-ب) يوضح الفروق بين توزيع الانفورغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية والعوامل الديمغرافية للقائمين على إنتاجها والتحصيل الدراسي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	القيمة الفائية المحسوبة	الدالة عند ٠,٠٥
بين المجموعات	23,547	٥	4,709	0,406	غير دال *
داخل المجموعات	811,190	70	11,588		
الكل	834,737	75		Sig= 0,843 غير دال	

هـ - مدة العمل: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توزيع الانفورغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية والعوامل الديمغرافية للقائمين على إنتاجها ومدة العمل: للتحقق من هذا الفرضية تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لدرجات المبحوثين تبعاً لمدة العمل

جدول (١٨-أ) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري تبعاً لمدة العمل.

المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من سنة	١٥	35,4000	3,06594
من ١-٢ سنة	٢٨	35,6071	3,24710
من ٣-٥ سنة	٢١	35,9524	3,49966
من ٦-٨ سنة	٤	36,0000	3,46410
٩ سنوات فأكثر	٨	36,1250	4,35685
المجموع	٧٦	35,7368	3,33614

وللتحقق استعمل الباحث تحليل التباين الاحادي One – way ANOVA للتعرف على الفروق في التأثير المعرفي للانفوغرافيك تبعاً لمتغير المستوى التعليمي وكما موضح في الجدول (١٨-ب) اذ تبين أن النسبة الفئوية المحسوبة والبالغة (٠,٠٩٩) اقل من النسبة الفئوية الجدولية والبالغة (٢,٥٢) عند مستوى (٠,٠٥) وبدرجتي حرية (٧١,٤) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية والعوامل الديمغرافية للقائمين على انتاجها تبعاً لمدة العمل وبهذا قد تم قبول الفرض الفرعي (ب).

جدول (١٨ - ب) يوضح الفروق بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية والعوامل الديمغرافية للقائمين على انتاجها ومدة العمل

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	القيمة الفائية المحسوبة	الدالة عند ٠,٠٥
بين المجموعات	4,631	٤	1,158	0,099	غير دالة*
داخل المجموعات	830,106	71	11,692		
الكلي	834,737	75	غير دال Sig = 0,982		

الفرض الثالث: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وأسباب استخدام الانفوغرافيك في النشرات الإخبارية: للتحقق من هذا الفرضية تم استعمال اختبار مربع كاي، أذ بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة (٢١٥,١١٢) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (84) وهي أعلى قيمة (كا^٢) الجدولية البالغة (١٠٦,٤٠)، مما يدل على وجود فروق دالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وأسباب استخدام الانفوغرافيك في النشرات الإخبارية لصالح (ينظم الأفكار بطريقة سهلة بعيداً عن التعقيد)، إذ يوضح ذلك ان العاملين على تقنية الانفوغرافيك في القنوات الفضائية يسعون الى تصميم المعلومات بطريقة تساعد على فهم المضامين وإدراكها.

جدول (١٩) يوضح توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وأسباب استخدام الانفوغرافيك في النشرات الإخبارية.

أسباب استخدام الفضائيات الانفوغرافية	التكرار	النسبة %
يعزز الاحتفاظ بالمعلومات	18	23,70 %
ينظم الأفكار بطريقة سهلة بعيداً عن التعقيد	36	47,40 %
زيادة الوعي حول قضية معينة	10	13,20 %
يضيف الاثارة للحدث	5	6,60%
يضيف مصداقية اكبر	3	3,90 %
تكون الاخبار أكثر متعة	3	3,90 %

التشويق	1	1,30 %
المجموع	76	100%
قيمة كا ^٢ المحسوبة	قيمة كا ^٢ الجدولية	درجة الحرية
٢١٥,١١٢	106,40	84
		الدالة
		دال *

الفرض الرابع: لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية والهدف من استخدام الانفوغرافيك: للتحقق من هذا الفرضية تم استعمال اختبار مربع كاي، إذ بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة (543,600) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٤٠) وهي أعلى قيمة (كا^٢) الجدولية البالغة (١٦٨,٦١)، مما يدل على وجود فروق دالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية والهدف من استخدام الانفوغرافيك لصالح (تحويل المعلومات والبيانات من ارقام وحروف الى صور ورسوم شيقة)، إذ يوضح ذلك أن العاملين على تقنية الانفوغرافيك في الفضائيات هدفهم هو طريقة تقديم المعلومة بصورة جذابة ومشوقة مما يسهل ترجمة المعلومات بصورة اسرع.

جدول (٢٠) يوضح توظيف الفضائيات العراقية تقنية الانفوغرافيك لزيادة المعارف عن الاحداث الجارية والهدف من استخدام الانفوغرافيك

النسبة المئوية %	التكرار	الهدف من استخدام الإنفوغرافيك
١٧,٣٧ %	41	تحويل المعلومات والبيانات من ارقام وحروف الى صور ورسوم شيقة
١٦,١٠ %	38	تعزيز النقاط الأساسية التي تثير الاهتمام بالأدوات البصرية من دون الحاجة الي قراءة النصوص
١٢,٢٩ %	29	إمكانية وصف الموضوعات التي لا يمكن شرحها بالنصوص والكلمات
9,32 %	22	عرض الفكرة بطريقة تختصر الوقت
8,90 %	21	عرض الحقائق بطريقة موضوعية وسهلة وممتعه
7,20 %	17	أكثر اقناعاً من النصوص اللفظية
6,78 %	16	إمكانية اجراء المقارنات والاحصائيات
6,78 %	16	اثراء الموضوع المطروح من خلال الاقناع البصري للجمهور
6,78 %	16	امكانية الاحتفاظ بالمعلومات وقت أطول
5,08 %	12	تعزيز قدرتهم علي التفكير لربط المعلومات
٣,٣٩ %	8	يعطي فرصة لتحليل الرسومات من تلقاء أنفسهم
١٠٠ %	236	المجموع
قيمة كا ^٢ المحسوبة	قيمة كا ^٢ الجدولية	درجة الحرية
543,600	168,61	140
		الدالة
		دال *

الفرض الخامس: لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وتطوير الجوانب الفنية وعناصر الاثارة والتشويق لنشرات الاخبار: للتحقق من هذا الفرضية تم استعمال اختبار مربع كاي، أذ بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة (130,143) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٢) وهي أعلى قيمة (كا^٢) الجدولية البالغة (٥٨,١٢)، مما يدل على وجود فروق دالة إحصائية بين لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وتطوير الجوانب الفنية وعناصر الاثارة والتشويق لنشرات الاخبار لصالح (أسهم الى حد كبير)، وهذا يوضح أهمية الانفوغرافيك بما يقدمه من صورة مرئية تحتوي على كم من المعلومات تسهم في الجذب والاثارة والتشويق للمضامين المقدمة بوساطة هذه التقنية.

جدول (٢١) يوضح توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وتطوير الجوانب الفنية وعناصر الاثارة والتشويق لنشرات الاخبار .

إسهام تقنية الإنفوغرافيك في تطوير الجوانب الفنية وإضافة عنصر التشويق لنشرات الاخبار	التكرار	النسبة المئوية %
أسهم الى حد كبير	٥١	٦٧,١١%
أسهم بصورة متوسط	٢٣	٣٠,٢٦%
أسهم الى حد قليل	٢	٢,٦٣%
لم تسهم	٠	٠%
المجموع	٧٦	100%
قيمة كا ^٢ المحسوبة	قيمة كا ^٢ الجدولية	درجة الحرية
30,1431	58,12	42
		الدالة
		دال*

الفرض السادس: لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وأهمية استخدام الانفوغرافيك في المساعدة على معرفة الأحداث والقضايا والأزمات الجارية: للتحقق من هذا الفرضية تم استعمال اختبار مربع كاي، أذ بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة (١٢٣,٩٧٤) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٢) وهي أعلى قيمة (كا^٢) الجدولية البالغة (٥٨,١٢)، مما يدل على وجود فروق دالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وأهمية استخدام الانفوغرافيك في المساعدة على معرفة الأحداث والقضايا والأزمات الجارية لصالح (أهمية كبيرة)، وهذا يوضح دور الانفوغرافيك في تشكيل صورة عن الاحداث الجارية بصورة اكثر بساطة وبدون تعقيد لاسيما وانه يجذب أكثر من النصوص والصور العادية التي تقدم بها المعلومات فهو يجمع بين الصور والألوان والمحتوى.

جدول (٢٢) يوضح توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وأهمية استخدام الانفوغرافيك في المساعدة على معرفة الأحداث والقضايا والأزمات الجارية.

النسبة المئوية %	التكرار	مدى مساعدة الإنفوغرافيك للجمهور على معرفة الأحداث والقضايا والأزمات الجارية
٧٧,٦٣%	٥٩	أهمية كبيرة
١٩,٧٤%	١٥	أهمية متوسطة
٢,٦٣%	٢	أهمية قليلة
٠%	٠	ليست مهمة
100%	٧٦	المجموع
الدالة	درجة الحرية	قيمة كا ^٢ المحسوبة
دال *	42	٥٨,١٢
		١٢٣,٩٧٤

الفرض السابع: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وإسهام الانفوغرافيك في عرض المعلومات والأفكار بطريقة أكثر سهولة وبساطة بعيدا عن التعقيد: للتحقق من هذا الفرضية تم استعمال اختبار مربع كاي، أذ بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة (٩٧,٠٤١) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٢) وهي أعلى قيمة (كا^٢) الجدولية البالغة (٥٨,١٢)، مما يدل على وجود فروق بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وإسهام الانفوغرافيك في عرض المعلومات والأفكار بطريقة أكثر سهولة وبساطة بعيدا عن التعقيد، في النشرات الإخبارية لصالح (نعم الى حد كبير)، وهذا يوضح دور الانفوغرافيك في تقديم المعلومات بطريقة سهلة وبدون تعقيد.

جدول (٢٣) يوضح توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وإسهام الانفوغرافيك في عرض المعلومات والأفكار بطريقة أكثر سهولة وبساطة بعيدا عن التعقيد

النسبة المئوية %	التكرار	إسهام الإنفوغرافيك في عرض المعلومات والأفكار بطريقة أكثر سهولة وبساطة بعيدا عن التعقيد
٦٤,٤٧%	٤٩	نعم الى حد كبير
٣٤,٢١%	٢٦	الى حد متوسط
١,٣٢%	١	الى حد قليل
٠%	٠	لم يسهم
100%	٧٦	المجموع
الدالة	درجة الحرية	قيمة كا ^٢ الجدولية
		قيمة كا ^٢ المحسوبة

٩٧,٠٤١	٥٨,١٢	42	دال *
--------	-------	----	-------

٨- الفرض الثامن: لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وبين أصدقاء شكل مرئي جديد لتجميع وعرض البيانات المقدمة: للتحقق من هذا الفرضية تم استعمال اختبار مربع كاي، إذ بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة (٨٣,١٢) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٢) وهي أعلى قيمة (كا^٢) الجدولية البالغة (٥٨,١٢)، مما يدل على وجود فروق دالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وبين أصدقاء شكل مرئي جديد لتجميع وعرض البيانات المقدمة لصالح (نعم الى حد كبير)، وهذا يوضح دور الانفوغرافيك في إضفاء شكل مرئي جديد.

جدول (٢٤) يوضح توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وبين أصدقاء شكل مرئي جديد لتجميع وعرض البيانات المقدمة

أصدقاء شكل مرئي جديد لتجميع وعرض البيانات المقدمة		التكرار	النسبة المئوية %
نعم الى حد كبير		53	69,73%
الى حد متوسط		20	٢٦,٣٢%
الى حد قليل		3	٣,٩٥%
لم يسهم		٠	٠%
المجموع		٧٦	100%
قيمة كا ^٢ المحسوبة	قيمة كا ^٢ الجدولية	درجة الحرية	الدالة
٨٣,١٢	٥٨,١٢	42	دال *

قراءة في اهم النتائج: توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

- ١- أظهرت النتائج ان من يحدد نوع الانفوغرافيك الذي يتم تصميمه بنسبة أكبر هو مدير القناة ويمكننا الاستنتاج من ذلك ان سياسة المؤسسة الإعلامية هي من تحدد طبيعة الانفوغرافيك المقدم في القناة التلفازية بصورة أكبر.
- ٢- أظهرت النتائج أن الانفوغرافيك المتحرك هو أكثر أنواع الانفوغرافيك استخداما في التلفاز ولا يتم استخدام الانفوغرافيك الثابت إلا نادرا بسبب طبيعة الوسيلة الإعلامية وان الانفوغرافيك المقدم في التلفاز لأنه ينظم الأفكار التي يتم تقديمها بطريقة سهلة بعيدا عن التعقيد.
- ٣- تبين من خلال الدراسة أن الانفوغرافيك المقدم في القنوات التلفازية يهدف الى تحويل البيانات الى اشكال مرئية تثير الاهتمام من دون الحاجة الى قراءة النصوص وان هذه التصميمات البصرية تساعد على تكوين أفكار واضحة

والحصول على معلومات بصورة أسرع وأبسط ولأنه لا يمكن للنصوص التي يتم تقديمها في النشرات الإخبارية ان تسهم في تحقيق نفس الأثر على المتلقي.

٤- أظهرت نتائج الدراسة ان استخدام الانفوغرافيك في القنوات الفضائية يستخدم بصورة أكبر في تقديم المعلومات وإعطاء تفاصيل ومعلومات باستخدام العنصر البصري لجذب الاهتمام وزيادة المعارف حول القضايا التي يتم تناولها في حين ضعف استخدام الانفوغرافيك في مجال التعليم والترفيه والاعلان.

٥- تبين من الدراسة ان القناة العراقية الإخبارية وقناة السومرية أكثر القنوات الفضائية الملحية التي تستخدم الانفوغرافيك وقد أسهمت هذه النماذج البصرية على تعزيز النشرات الإخبارية بمعلومات بصرية ساهمت في جذب المتلقي بصورة كبير.

٦- يسهم توظيف تقنية الانفوغرافيك من زيادة المعارف عن الأحداث الجارية بالاعتماد على الاشكال الرسومية والتصاميم البصرية التي يعتمد عليها الانفوغرافيك عن طريق التأثير في التفكير البصري للمستخدم وتوليد معارف جديدة بالنسبة له.

٧- أظهرت الدراسة فعالية استخدام الانفوغرافيك في نشرات الأخبار في القنوات التلفازية وبينت الدراسة على أهمية الانفوغرافيك في تعزيز نشرات الاخبار واستخدام تلك التصميمات البصرية على نقل معارف جديدة.

٨- اثبتت النتائج صحة الفرض "إن توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار ينعكس على معارف الجمهور من وجهة نظر القائمين عليها إزاء الأحداث الجارية" وبذلك يتحول الفرض حقيقة وحكم مفاده ان توظيف القائمين على تصميم الانفوغرافيك بسبب إمكانية هذه التقنية في عرض المعلومات بطريقة سهلة ومبسطة، مما يساعد على فهم الأخبار بشكل أسرع وأكثر فعالية كما أنه يساعد على جعل الأخبار أكثر جاذبية وإثارة للاهتمام ويزيد من تفاعل الجمهور معها ويجعلهم يتابعون الأحداث الجارية بشكل أكثر انتباهاً، ومن خلال توظيف القائمين الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية لتوفير معلومات شاملة ودقيقة حول الأحداث مما يجعل الجمهور يثق في المعلومات التي يتلقاها ويتفهمها بشكل أفضل.

٩- اثبتت النتائج عدم صحة الفرض "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وأسباب استخدام الانفوغرافيك في النشرات الإخبارية" وبذلك يتحول الفرض الى حقيقة مفادها وجود فروق ذات دلالة إحصائية إذ إن استخدام الانفوغرافيك يساهم في توضيح الأحداث والموضوعات التي تم تغطيتها في النشرة الإخبارية ويساعد على تبسيط الأفكار وتقديمها بطريقة بصرية وسهلة الفهم وأكثر متعة وإثارة للاهتمام، إضافة الى

تحليل الأرقام والإحصائيات بشكل أكثر فعالية ودقة وتنسيق المعلومات وتقديمها بشكل موحد ومنسق، مما يجعل النشرة الإخبارية أكثر احترافية وسهلة الاستيعاب.

١٠- أثبتت النتائج عدم صحة الفرض "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وتطوير الجوانب الفنية وعناصر الإثارة والتشويق لنشرات الاخبار" وبذلك يتحول الفرض الى مفاده وجود فروق ذات دلالة إحصائية بإسهام تقنية الانفوغرافيك في تطوير الجوانب الفنية وعناصر الإثارة والتشويق لنشرات الاخبار التلفزيونية ، اذ تساعد هذه التقنية على توفير عرض بصري مبهر للمعلومات المعقدة، وتوفير طريقة فعالة لنقل المعلومات الرسومية بطريقة سهلة وسريعة للفهم، اذ يمكن للقائمين على تصميم الانفوغرافيك من تحويل البيانات الإحصائية والمعلومات المعقدة إلى محتوى سهل الفهم وتقديمه بشكل جذاب ومشوق، اذ يمكن استخدام ألوان مختلفة وأنماط تصميم جذابة لتسليط الضوء على المعلومات الهامة، كما يمكن استخدام الصور والرسومات والرسوم المتحركة لإظهار المعلومات بطريقة مثيرة للاهتمام ، بالإضافة الى إمكانية استخدام تقنية الانفوغرافيك لتعزيز جوانب الإثارة والتشويق في نشرات الأخبار من خلال استخدام التأثيرات الصوتية والبصرية والرسوم المتحركة والصور المتحركة.

١١- أثبتت النتائج عدم صحة الفرض " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية وأهمية استخدام الانفوغرافيك في المساعدة على معرفة الأحداث والقضايا والأزمات الجارية، بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بسبب دور الانفوغرافيك في توضيح وتبسيط المعلومات المعقدة والضخمة حيث تجمع بين النصوص والرسومات والأشكال الهندسية والألوان والخطوط وتقديم المعلومات الصعبة بسهولة وتجاوز الصعوبات التي يمكن أن تواجهها المعلومات الكتابية أو اللفظية، وهذا يشجع على الاهتمام بالموضوعات التي يتم تناولها وزيادة فهمهم لها ويساعدهم في تفسير المعلومات المتعلقة بالأحداث والقضايا والأزمات بطريقة سهلة ومباشرة مما يساهم في تحقيق الوعي والمعرفة والتفهم الأفضل للأمور المتعلقة بالحدث أو الأزمة.

• مصادر البحث:

- 1) Krauss, J. (2012).. from Infographics: More than Words Can Say. Learning & Leading with Technology ERIC - EJ982831 - Infographics: More than Words Can Say, Learning & Leading with Technology, 2012-Feb (ed.gov) Retrieved 12 11, 2022,
- 2) J. Krauss . (٢٠١٢). <https://eric.ed.gov/?id=EJ982831K> ., Infographics: More than Words Can Say. Learning & Leading with Technology, Retrieved 13 11, 2022.
- 3) Krauss, J. (2012). <https://eric.ed.gov/?id=EJ982831K>., from Infographics: More than Words Can Say. Learning & Leading with Technology ,: <https://eric.ed.gov/?id=EJ982831> Retrieved 11 11, 2022

- 4) Krum, R. (2014). Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design. Indianapolis, Indiana: John Wiley & Sons, Inc.,.
- 5) Krystian, M. (2016). History of Infographics. from <https://infogram.com/blog/a-brief-look-at-the-fascinating-history-of-infographics/> Retrieved 10 11, 2022
- 6) Lychee, d. (2014). Why Should PR Professionals Embrace Infographics. California: Uniferisty of Southern California.
- 7) Oxford Dictionary .(٢٠٢٠) .Oxford.com .Infographic | Definition of Infographic by on Lexico.com also meaning of Infographic., Retrieved 10, 11, 2022
- 8) A Ross .(٢٠٠٩) .ographic-designs-overview-examples-and-best-practices <http://www.instantshift.com/2009/06/07/infographic-designs-overview-examples-and-best-practices>, Retrieved 12 11, 2022
- 9) Hankey S, Tuszynski, M., Ganesh Longley T .(٢٠١٣) .Visualizing Information for Advocacy .Bangalore: The Tactical Technolog Collective.
- 10) Baianat. (2020)./graphic-design. from <https://www.baianat.com/ar/books/graphic-design/graphic-design>, Retrieved 8-11, 202٢,
- 11) Smiciklas, M. (2012). The Power of Infographics. Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences. New Jersey: Pearson Education Inc.
- 12) Delgada ponta .(٢٠١٧) .The Importance of Infographics and graphic <https://repositorio.ipbeja.pt/handle/20.500.12207/5034> from pdf Retrieved 10 11, 2022
- 13) Doyle Latasha .(٢٠١٧) . History of Infographics . www.business2community.com Retrieved 8-11, 202٢,
- 14) Huda AlMashta من الاسترداد تم التصميم الجرافيكي. (٢٠١٥) . <https://academy.hsoub.com/design/graphic/٢٠٢٢-١١-٨> تاريخ المشاهدة
- 15) ivo Damyanov و sankov T Nikolay .(٢٠١٨) . The Role of Infographics for the Development of Skills.
- 16) R Sneh .(٢٠٠٩) .The anatomy of an infograpic 5 steps to create -powerful-visual . <https://spyrestudios.com/the-anatomy-of-an-infographic-5-steps-tocreate-a-powerful-visual/> Retrieved 12 11, 2022
- 17) Smiciklas, M. (2012). The Power of Infographics. Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences. New Jersey: Pearson Education Inc.
- ١٨) إيمان محمد شعيب. (٢٠١٦). أثر التفاعل بين نمطي الانفوغرافيك (الثابت / المتحرك) والاسلوب المعرفي (المعتمد/ المستقل) على تنمية الادراك البصري وكفاءة التعلم لدنتلاميذ المرحلة الابتدائية ذوي صعوبات التعلم. تكنولوجيا التعليم.
- ١٩) ثابت حسان ثابت، و انس احسان شاكر. (٢٠١٩). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على توليد المعرفة وتعزيز الابداع الوظيفي . https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3619467. تاريخ المشاهدة ٨-١١-٢٠٢٢

(٢٠) سهام الشجيري. (٢٠١٩). صحافة الانفوغرافيك - دراسة تحليلية في المضامين الفنية والبصرية جريدة القدس العربي انموذجا . المجلة المصرية لبحوث الاعلام، صفحة ١٥٦ .
 (٢١) محمد شلتوت. (٢٠١٦). الانفوغرافيك من التخطيط الى الانتاج. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية .

aitnews . (٢٠٢٠). الانفوغرافيك نظرة تاريخية فاحصة وتحليل فني . <http://www.aitnews.com> , تاريخ المشاهدة ١٧ ١١ , ٢٠٢١ ,

(٢٢) غراي , ج ., بونيغرو ل , & , نشيمبرز ل . (2015). صحافة البيانات كيف تستخرج الاخبار من أكوام الارقام والملعلومات في الانترنت . الدوحة - قطر :الدار العربي للعلوم ناشرون