دور الكرافك في برامج الأطفال التلفزيونية بتعزيز المعرفة لدى الطفل العراقي

The Role of Graphic in Children's Television Programs on Enhancing Cognitive Development in Iraqi Children

ساره قصي خيري أ.د. علي عباس فاضل

Sarah Qusai Khairi Prof.Dr.Ali Abass Fadel

كلية الإعلام، جامعة بغداد - الإذاعة والتلفزيون

sara.yahia2302m@comc.uobaghdad.edu.iq

draliabass@comc.uobaghdad.edu

يهدف هذا البحث إلى فهم الدور الذي يلعبه الكرافك في برامج الأطفال التلفزيونية، ومدى إسهامه في تعزيز المعرفة لدى الطفل، عبر تبسيط المحتوى وتمكين الأطفال من مختلف الخلفيات التعليمية من استيعابه. يُظهر الكرافك قدرة على تحفيز الإبداع والتفكير النقدي من خلال عوالم خيالية وشخصيات كرتونية، كما تُساهم البرامج التفاعلية التي تعتمد عليه في تنمية مهارات حل المشكلات واتخاذ القرارات. وقد بينت الدراسة أن البرامج التي تستخدم الكرافك تعزز التعلم النشط، مما يساعد الأطفال على الاحتفاظ بالمعلومات لفترة أطول وتطبيقها عمليًا. أظهرت النتائج أن قناة"MBC3" هي الأكثر مشاهدة، تليها قناة "سبيستون"، وأن برنامج "كارتون منصور" هو الأكثر متابعة لما يقدمه من معلومات مفيدة. ويفضل غالبية المشاركين مشاهدة برامج الأطفال التي تستخدم الكرافك خلال يومين في الأسبوع، وخصوصًا في فترة العصر، مع اهتمام خاص بالمحتوى الترفيهي الممتع الذي تقدمه هذه البرامج.

الكلمات المفتاحية: الدور، الكرافك، برامج الأطفال، الطفل، التعزيز، المعرفة

Abstract:

This study aims to examine the role of graphics in children's television programs and the extent of their contribution to the enhancement of knowledge among the child audience. It seeks to identify how graphics facilitate the simplification of information, enabling children from various educational backgrounds to comprehend televised content. Graphics function as a medium that stimulates creativity and critical thinking, encouraging children to imagine

within a realistic framework. Exposure to imaginative worlds and animated characters aids in idea generation and scenario development. Moreover, interactive programs utilizing graphics promote problem-solving and decision-making skills, thereby fostering analytical capabilities. The findings indicate that graphic-based programs support active learning, enabling better retention and practical application of knowledge. The study revealed that MBC3 is the most-watched channel among participants, followed by Spacetoon. The animated program “Mansour” emerged as the most viewed due to its informative content. A considerable portion of participants prefer watching children's programs incorporating graphics twice a week, primarily in the afternoon. Additionally, respondents expressed a preference for the entertaining and enjoyable nature of such content.

Keywords: The Role, Graphics, Children's Programs, Child, Enhancement, Knowledge

الإطار المنهجي

أولًا: مشكلة البحث

مشكلة البحث تُعرف على أنها “موضوع يحيط به الغموض، أو ظاهرة تحتاج إلى تفسير، أو قضية تثير جدلًا”(حجاب، ٢٠٠٦، صفحة ٣٧). كما يُمكن تعريفها بأنها “سؤال يحتاج إلى إجابة، أو فكرة تتطلب البحث العلمي لفهم أبعادها”. تتطلب الدراسة العلمية تحليل العلاقات بين عناصر المشكلة، وتفسير نتائجها الحالية، وإعادة صياغتها في إطار علمي سليم (عبدالحميد، ٢٠٠٠، صفحة ٧٠).

تعرض الباحثة مشكلة البحث عن طريق إبرازها لمجموعة من التساؤلات التي تسعى للإجابة عنها في بحثها الحالي، ويمكن التعبير عن مشكلة البحث تساؤل رئيسي وهو:

"ما هو دور الكرافك في برامج الأطفال التلفزيونية بتعزيز المعرفة لدى الطفل العراقي؟"، ويتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية وهي:

١- ما أبرز القنوات الفضائية لمشاهدة برامج الأطفال التي تستخدم الكرافك؟
٢- ما هي أبرز برامج الأطفال التي تستخدم الكرافك؟

٣- ما هي أنماط مشاهدة برامج الأطفال التي تستخدم الكرافك؟

٤- ما هي أسباب مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية التي تستخدم الكرافك؟

٥- ما هي أبرز أنواع الكرافك المستخدمة في برامج الأطفال؟

ثانيًا: أهداف البحث

إنّ الأهداف في البحوث العلمية هي مقاييس أساسية يدركها الباحث للوصول إلى نتائج توفر حلولًا للتساؤلات التي تم طرحها في مشكلة البحث، ولهذا يجب على الباحث أن يرسم الأهداف التي يريد تحقيقها عن طريق بحثه العلمي (العوالمة، ١٩٩٥، صفحة ١٥)، وهذا البحث يحاول تحقيق مجموعة من الأهداف وهي:

١- التعرف على أبرز القنوات الفضائية لمشاهدة برامج الأطفال التي تستخدم الكرافك.
٢- التعرف أبرز برامج الأطفال التي تستخدم الكرافك.

٣- التعرف على أنماط مشاهدة برامج الأطفال التي تستخدم الكرافك.
٤- معرفة أسباب مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية التي تستخدم الكرافك.

٥- معرفة أبرز أنواع الكرافك المستخدمة في برامج الأطفال.

ثالثًا: أهمية البحث

- الأهمية للمجتمع: إن أهمية الكرافك للمجتمع يكمن في معرفة الدور الذي يقدمه إلى أفراد المجتمع ولاسيما الصغار منهم ومدى إمكانيته في نشر المعلومات والأفكار وتوعية الأطفال وتوسيع مدركاتهم في مختلف المجالات،وبالتالي حث الأطفال على متابعة البرامج التلفزيونية التي تستخدم الكرافك في القنوات الفضائية.

رابعًا: نوع البحث ومنهجه

هذا البحث يُصنَّف ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى "دراسة الحقائق الراهنة المرتبطة بظاهرة معينة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بغرض الحصول على معلومات دقيقة وكافية"، كما يعتمد البحث على المنهج المسحي، وهو "جهد علمي منظم يستهدف جمع بيانات كافية عن الموضوع أو الظاهرة في مدة زمنية محددة وسياق مكاني معين، ثم تنظيم تلك البيانات ومعالجتها والوصول لإجابة حاسمة عن تساؤلات وإلقاء الأضواء على موضوع البحث" (العامري، ٢٠١٥، صفحة ٣٠).واعتمدت الباحثة على المنهج المسحي لرصد تفاعل الأفراد مع البيانات خلال مدة زمنية محددة، مما يساعد في تحديد مدى تأثير الكرافك في برامج الأطفال والدور الذي يؤديه في تعزيز المعرفة لدى الأطفال.

خامسًا: مجتمع البحث وعينته

مجتمع البحث: تمثل مجتمع البحث في الأطفال من الجنسين الذين تتراوح أعمارهم بين ١٢ إلى ١٧ سنة، باعتبارهم الفئة العمرية الأكثر تعرضًا لبرامج الأطفال التلفزيونية والأكثر تأثرًا بها.

عينة البحث:تم استخدام أسلوب العينة العشوائية متعددة المراحل لاختيار أفراد العينة من مجتمع الأطفال، حيث بلغ حجم العينة (٥٠٠ مبحوثًا)، موزعين على مختلف المستويات التعليمية والاجتماعية لضمان تمثيل متوازن للعينة.واختارت الباحثة أطفال محافظة بغداد وقامت بتوزيع الاستبيان على طلاب المدارس (الابتدائية، المتوسطة، الإعدادية، الثانوية) التابعة لجميع مديريات التربية (الرصافة الأولى والثانية والثالثة) من ضمنها مدينة الصدر و(الكرخ الأولى والثانية والثالثة) وسبب اختيارها لطلاب المدارس هو سهولة الوصول أليهم.

سادسًا: أدوات البحث

وهي الوسائل التي يميل الباحث إلى استخدامها لبحثه العلمي، من أجل أن يتوصل من خلالها إلى حل لموضوع

أو قضية معينة، وتتنوع أدوات البحث تبعًا للطرق والمتطلبات المحددة في الوصول لحل المشكلة، ومن تلك الأدوات (المقابلة، الملاحظة، الاستبانة....ألخ) وقد تتحكم الفرضية في اختيار الأدوات التي سيستخدمها الباحث في بحثه (جمال، ١٩٨٤، صفحة ٢٩٩).

- وقد استخدمت الباحثة الأدوات الآتية:

١- الملاحظة العلمية

تعرف الملاحظة بأنها "عملية مراقبة أو مشاهدة سلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية، والبيئية، ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف بقصد تفسيرها وتحديد العلاقة بين متغيراتها، والتنبؤ بها" (العواملة، ١٩٨٤، صفحة ١٠٥).استخدمت الباحثة طريقة الملاحظة المنتظمة في مراحل الدراسة لمتابعة التصاميم الكرافكية.

٢- الاستبانة

تعد الاستبانة من الأساليب الأساسية التي تقوم على جمع البيانات من مجموعة من الأفراد داخل مجتمع البحث عن طريق طرح مجموعة من الأسئلة المحددة والتي تم إعدادها مسبقًا بهدف الوصول إلى حقائق علمية معينة أو لمعرفة وجهات نظر المبحوثين وميولهم ورأيهم نحو موضوع معين (حسين س.، ١٩٩٩، صفحة ٢٠٦).

قامت الباحثة ببناء استمارة استبانة تتضمن مجموعة من الأسئلة تبعًا لأهداف الدراسة ومشكلتها ومن أجل الوصول إلى الاستمارة النهائية.

٣- الصدق والثبات

أ- الصدق: إن الصدق هو من الشروط الأساسية والمهمة في بناء الاستبانة وهو دلالة على مدى فعالية التساؤلات في أداة الاستبانة لموضوع البحث العلمي، ومن أفضل طرق قياس الصدق هو الصدق الظاهري

وقد قامت الباحثة بعرض أسئلة الاستبانة على مجموعة من الخبراء والمحكمين* المتخصصين في مجال الإعلام ومختصين في مجال الفنون الجميلة للحكم على مدى صلاحيتها.

---

* (الخبراء والمحكمين حسب الدرجة العلمية)
- أ.د وسام فاضل، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
- أ.د رعد جاسم الكعبي، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
- أ.د حسين دبي حسان، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
- أ.د بشرى داود السنجري، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
- أ.م.د نهاد حامد ماجد، قسم الفنون السينمائية والتلفزيونية، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد.
- أ.م.د حيدر أحمد القطبي، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
- أ.م.د فاضل جتي، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
- أ.م.دسينهات محمد عز الدين، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
- أ.م.د أحمد عبد العال حسين، قسم الفنون السينمائية والتلفزيونية، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد.

ت	الأساتذة المحكمين	الجامعة/الكلية	عدد الفقرات	الفقرات المتفق عليها	الفقرات الغير موافق عليها	النسبة المئوية
١	أ.د وسام فاضل	جامعة بغداد/كلية الإعلام/قسم الإذاعة والتلفزيون	72	64	8	٪٩٢
٢	أ.د رعد حاسم الكعبي	جامعة بغداد/كلية الإعلام/قسم الإذاعة والتلفزيون	72	71	١	٪٩٩
٣	أ.د حسين دبي حسان	جامعة بغداد/كلية الإعلام/قسم الإذاعة والتلفزيون	72	67	5	٪٩٣
٤	أ.د بشرى داود السنجري	جامعة بغداد/كلية الإعلام/قسم الإذاعة والتلفزيون	72	69	3	٪٩٧
٥	أ.م.د نهاد حامد ماجد	جامعة بغداد/كلية الفنون الجميلة/قسم الفنون السينمائية والتلفزيونية	72	71	١	٪٩٩
٦	أ.م.د حيدر أحمد القطبي	جامعة بغداد/كلية الإعلام/قسم الإذاعة والتلفزيون	72	71	١	٪٩٩
٧	أ.م.د فاضل جتي	جامعة بغداد/كلية الفنون الجميلة/قسم السينما والمسرح	72	71	١	٪٩٩
٨	أ.م.دسينهات محمد عز الدين	جامعة بغداد/كلية الإعلام/قسم الإذاعة والتلفزيون	72	60	12	٪٩٠
٩	أ.م.د أحمد عبد العال حسين	جامعة بغداد/كلية الفنون الجميلة/قسم الفنون السينمائية والتلفزيونية	72	71	١	٪٩٩
	نسبة اتفاق الخبراء					٪٩٦

جدول رقم (١) الصدق الظاهري للمحكمين وفقًا لآراء المحكمين

الإطار المفاهيمي

أولًا:

أ- المصطلحات

- الدور: "مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص او لمجموعة" (السحاتي، ٢٠١٧، صفحة ٦).

- **الكرافك:** "هو تواصل بصري يقوم به المصمم حسب رغبة العميل بهدف إيصال رسالة إلى الجمهور المستهدف، وهو عباره الرموز والاشكالوالايقونات والرسومات والصور والكلمات".

- **برامج الأطفال:** "هي تلك المواد الإعلامية التي تعد خصيصًا للأطفال وتلبي احتياجاتهم العقلية والنفسية والاجتماعية عبر تقديم محتوى ترفيهي او تعليمي او تثقيفي مناسب لكافة المراحل العمرية" (عبد العزيز، ٢٠٠٥، صفحة ٤٥).

- **الطفل:** "الطفل في اللغة ليس له سن معين، او بعبارة أدق ليس لديه طور نمو محدد في المعاجم" (العلوي، ١٩٩٧، صفحة ١٧٦).

- **التعزيز:** "هو ما يعقب الاستجابة أو السلوك من آثار، منها ما هو مرض، مربح، مقنع، مشبع، إيجابي، فيقال أثر طيب أو مكافأة أو تعزيز مُوجّه ومنها ما هو غير مُرضاو مؤلم، او مُنَفّر أو سالب فيُقال له أثر غير طيب أو عقاب أو تعزيز سالب والمكافأة مُيسرة للتعليم بينما يكفي العقاب في بعض الأحيان لما يُراد إبطاله وتعديله من سلوك" (القبلي، ٢٠١٤، صفحة ١٠).

ب- إجرائيًا

-**الدور:** ممارسة سلوكية تعكس مستلزمات وشروط خاصة به، مصاغة ومفروضة من قبل المجتمع" (العمر، ١٩٩١، صفحة ٢٢٦).

الكرافك:طريقة للتعامل مع الأفكار والمفاهيم والنصوص والصور، وعرضها بشكل بصري متوازن وذلك من خلال التقنيات الالكترونية أو أي وسائل حديثة اخرى. ويعمل التصميم الكرافكي على فرض نظام وبنية للمحتوى بهدف تسهيل مراحل التواصل وتبسيطها" (Gavin Ambrose, The Fundamentals of Graphic Design, 2009, p. 10).

برامج الأطفال:"هي تلك البرامج التي تسعى إلى إثراء حياة الأطفال ثقافيًا، ويتم اختيارها مع مراعاة جوانب منها المستوى العقلي والانفعالات وشخصية الطفل وخبراته وقدراته" (بو معال، ١٩٩٧، صفحة ٤٥).

- **الطفل:**"المولود منذ لحظة خروجه من بطن أمه حتى يصل إلى مرحلة البلوغ" (العنزي، ٢٠١٩، صفحة ٥).

- **التعزيز:**"عملية تثبيت السلوك المناسب، او زيادة احتمالات تكراره في المستقبل بسبب وجود مثيرات إيجابية او التخلص من المثيرات السلبية، وهو يجود مفهوم الذات ويقدم تغذية راجعة بناءة" (القبلي، ٢٠١٤، صفحة ١١).

أو هو "إدراك الشيء على ما هو عليه، وهي تشمل فهم الحقائق والمفاهيم من خلال العقل أو التجربة أو التأمل" (ويكيبيديا، ٢٠٢٥).

ثانيًا: النظرية المستخدمة في البحث

اعتمدت هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وهي نظرية تمتد جذورها إلى عشرينيات القرن الماضي، وتعد هذه النظرية من أبرز الإطارات التي استخدمت في دراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي، حيث أكد العديد من الباحثين على وجود اختلاف في المستوى المعرفي بين الأفراد وفقًا لطبيعة التفاعل بينهم وبين وسائل الإعلام، إضافة إلى السمات المختلفة التي تميز الجمهور، ومن الجدير بالذكر أن بدايات نظرية

الاعتماد على وسائل الإعلام تعود إلى عام ١٩٧٤، حيث طرحها كل من الباحثين "ملفندولفير" و"ساندرا بول روكيتش" بوصفها نموذجًا يفسر العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، مع التركيز على الفراغ الذي تركه نموذج (الاستخدامات والإشباعات) في تأثير وسائل الإعلام المعرفية والاستخدامات المختلفة لها (الدليمي، ٢٠١٦، صفحة ٢٣١).

ثالثًا: الدراسات السابقة

١- (الباوي، ٢٠٢٤) (توظيف التقرير الصحفي بتقنية الفيديو موشن غرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية العراقية دراسة تحليلية لمواقع (السومرية نيوز، الغد برس، العهد)

حرص هذا البحث على الإجابة عن تساؤل رئيسي وهو "ما حجم توظيف التقرير الصحفي بتقنية الموشن غرافيك في المواقع الإخبارية الإلكترونية المحلية؟". ومن أهداف هذا البحث هو معرفة الموضوعات المستخدمة في التقارير الصحفية التي يتم تقديمها بتقنية الفيديو الموشن غرافيك، وأنواع هذه التقارير والعناصر البصرية التي يتم استخدامها لإعدادها وتجهيزها على المواقع الالكترونية، والتعرف على أنواعها كالألوان والخطوط والرسوميات البصرية بالإضافة إلى المؤثرات الصوتية والتحولات البصرية.

ويعتبر هذا البحث من البحوث الوصفية للتعرف على تقنية الموشن غرافيك، واعتمد الباحث على المنهج المسحي، وحصر مقاطع الفيديو التي تستخدم التقنية في المواقع الإلكترونية الإخبارية المحلية المختارة كعينة للدراسة، حيث هدف لتحليل واقع توظيف التقرير الصحفي بتقنية الفيديو موشن في هذه المواقع، وتمكن من الوصول إلى عدة نتائج أهمها: إن أبرز المواضيع التي تم استخدامها في تقارير تقنية الموشن غرافيك هي المواضيع السياسية، ومن ثم بعدها المواضيع الاقتصادية، وأن فئة الصورة في المواقع الإخبارية تصدرت المرتبة الأولى بين أنواع العناصر البصرية المستخدمة مع التقرير الصحفي بتقنية الموشن غرافيك.

٢-(شاور، ٢٠٢١) (التصميم الجرافيكي وسيلة اتصال للتأثير على المجتمعات منذ القرن الثامن عشر وحتى القرن العشرين)

استهدفت هذه الدراسة تعريف الجانب الوظيفي الأساسي للتصميم الكرافكي وتعريف الإدراك ومدى تأثير الكرافك

على المجتمعات في الفترة من القرن الثامن عشر وحتى القرن العشرين، ويساعد البحث في معرفة مدى أهمية التصميم الكرافكي وقوته وكيف يمكن أن يكون أداة قوية لها القابلية في التأثير على فكر وسلوك المجتمعات ورفع وعيهم، وكيف يخدم مختلف الاختصاصات مثل التسويق وعلم النفس ودراسة سلوك الافراد وربطه بما يتعرضون له من مؤثرات بصرية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج وهي أن وظيفة التصميم الكرافكي الرئيسية هي الاتصال، ويتأثر الإنسان بما يتعرض له من مؤثرات بصرية من حوله ويدركها عن طريق إعطاء معنى لها والتصميم الكرافكي يعتبر أداة مؤثرة بشكل كبير في المجتمعات، حيث لديها القابلية على تغيير فكر وسلوك الأفراد، والذي قد يغير مصيرها على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والسياسي.

٣- (Aytaj, 2019) Manipulating Consumers through Graphic Design: A Project about The Effects of Graphic Design on Branding and Consumer Perceptions)

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيف يمكن اعتبار التصميم الكرافكي أداة ترويجية فعالة بحد ذاتها. فعلى الرغم من أن المؤثرات البصرية أصبحت تستخدم بشكل كبير على نطاق واسع في مجالات متعددة، إلا أن البعض غالبًا ما

ينظرون إلى التصميم الكرافكي كأداة للتواصل لا كاستراتيجية للتسويق. وتهدف هذه الدراسة إلى تحليل المعلومات المتداولة ضمن عملية التصميم الكرافكي، وإعادة تعرفيه، واعتمدت الدراسة في منهجيتها على تحليل المضمون، كما تم إجراء دراسة ميدانية عبر استبيان إلكتروني. وتكمن أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على ضرورة الاعتماد على التصاميم الكرافكية في مختلف جوانب تسويق المشروبات غير الكحولية في أذربيجان، ودورها الفاعل، إضافة إلى الأسس المنطقية والأدلة التي تؤكد فعاليته في تشكيل الصورة الذهنية للشركات لدى الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى نتائج تبيّن أن التصميم الكرافكي يلعب دورًا محوريًا في تشكيل الصورة الذهنية للعلامة التجارية والتأثير في إدراك وتشير النتائج إلى أن التصميم لا يقتصر فقط على الجوانب الجمالية بل يتعداها ليؤثر في المشاعر والانطباعات المرتبطة بالمنتج.

الإطار النظري: الكرافك (النشأة والتطور، المفهوم، الأنواع، الأهمية، البرامج) ومفهوم برامج الأطفال التلفزيونية

أولًا: النشأة والتطور

شهد مجال التصميم الكرافكي نموًا سريعًا بفضل التقدم التكنولوجي والإمكانيات الفنية المتاحة، وتوسعت مهنة

التصميم الكرافكي بشكل كبير، حيث أصبح المصممون ينتجون تصاميم لمجموعة واسعة من المنتجات مثل صفحات المجلات، أغلفة الكتب، الملصقات، التغليف، العلامات التجارية الإعلانات، وتصاميم مواقع الإنترنت، ومع بداية القرن الحادي والعشرين انتشر التصميم الكرافكي على نطاق عالمي بفضل التكنولوجيا الحديثة والصناعات المتقدمة(موقع بريتانيكا (Britannica)، ٢٠٢٥).

إن ما وفرته تقنيات الطباعة الكرافكية التقليدية كان له أثره في صياغة النظم الشكلية لعناصر العمل الكرافكي، بالإضافة إلى تكلفتها الزهيدة(محمد، ٢٠٠٩، الصفحات ٣٩-٤٤).وعلى الرغم من أن مشروع النشر المكتبي بدأ في عام ١٩٨٣ بواسطة برنامج أنشأه جيمس بيسين (James Bessen) لصالح صحيفة فيلادلفيا، وكان يعمل على حواسيب IBM، إلا أن الحدث الفعلي الذي دفع هذا المجال نحو التطور الكبير كان في عام ١٩٨٥ حينها، قدمت شركة Apple طابعتها الليزرية Laser Writer، واعتمدت برنامج PageMaker الذي طورته شركة Aldus بقيادة بول برينيرد (Paul Brainerd)، وهو الذي أدخل مصطلح "النشر المكتبي". وسرعان ما أصبح هذا البرنامج المعيار القياسي في صناعة النشر المكتبي والتصميم الكرافكي(موقع ويكيبيديا (Wikipedia)، ٢٠٢٤).وساهم هذا التطور في إحداث تغيير جذري في مفاهيم الفن الكرافكي(محمد، ٢٠٠٩، صفحة ٣٩).

ثانيًا: مفهوم الكرافك

اشتقت كلمة الكرافك من جراف وتعني "الرسم البياني"، أما كرافك فهي تعني "تصويري، مرسوم، مطبوع..."، وهي كلمة ذات اصلًا لاتيني مشتقة من جرافوس – Graphus وتعني "الخط المكتوب، المرسوم المنسوخ"(العربي، ٢٠٠٨، صفحة ٥٩).كان أول من تمت تسميته بمصمم كرافكي أو (Graphic Designer) هو وليام أديسوندويغنز عام ١٩٢٢، وقام بدوره بتعريف المصمم الكرافكي بأنه "ذلك الشخص الذي يجمع بين عناصر (الكلمة، الصورة، الألوان) في صفحة واحده ويقدمها بطريقة تجذب النظر"(قلبين، ٢٠١١، صفحة ١١). ويمكن تعريف التصميم الكرافكي بأنه "مجموعة التقنيات المستخدمة لتحليل وتفسير

الحقائق من خلال الخطوط، الرسومات، الأشكال، والرموز"(عبدالرحمن، ٢٠١٧، صفحة ٩). ويتم تعريفه أيضًا "الأفكار والمفاهيم والنصوص والصور التي يأخذها المصمم ويقدمها بطريقة بصرية جذابة من خلال الطباعة أو الوسائط الإلكترونية" (Gavin Ambrose، ٢٠٠٩، صفحة ١٠).ويعرف بأنه "تطبيق لمجموعة من المبادئ والتي تعمل مع مجموعة من العناصر المختلفة لصنع عمل فني تواصلي مرئي مرتكزًا على الصورة الثابتة ويتخذ شكلًا مطبوعًا او معروضًا على سطح ثنائي الأبعاد" (سيف الدين، ٢٠٢٠، صفحة ١).

ثالثًا: أنواع الكرافك

١- الكرافك الطباعي (Printed Graphic)

وهو النوع الأكثر طلبًا في عالم التصميم، كونه يدخل ضمن احتياجات الناس والشركات، وخاصة فيما يتعلق بالمطبوعات الإعلانية، والتطور الذي حصل في مجال إعلانات الشاشات في السنوات السابقة جعل هذا النوع من الضروريات للتسويق وبيع وانتشار أي منتج (شلار، ٢٠٢١، صفحة ١٩٩).

٢- كرافك الهوية البصرية (Visual Identity)

هو العنصر الذي يميز العلامة التجارية عن غيرها، ويشمل مجموعة من العناصر البصرية مثل الشعار، الألوان، الخطوط، الرموز، الأيقونات، والتصاميم الفريدة(عيد، ٢٠١٤، الصفحات ١١٦-١١٧).

3- تايبوكرافي (Typography)

التايبوكرافي هو علم استخدام أشكال الحروف في التواصل، ونستخدم أشكال الحروف على نطاق واسع في حياتنا اليومية، في وسائل الإعلام المختلفة مثل الصحف واللافتات ونماذج الطلبات والرسائل، عندما ننظر إلى صفحة من صحيفة أو كتاب، تساعدنا بعض الميزات في التعرف على المنشور، وهي عبارة عن مجموعة من عناصر الطباعة والتي نسميها ميزات الخط (NCERT, 2011, pp. 69-72).

٤- الموشن كرافك (Motion Graphic)

ويعتمد الموشن كرافك على تجميع مجموعة من الصور مع بعضها والتعديل عليها باستخدام أحد برامج

المونتاج من أجل إضافة التأثيرات الصورية والصوتية، وأي تحريك يتم للكلمات والصور يعتبر موشن كرافك.(العزيز، ٢٠٠٨، صفحة ٧)

٥- الأنفوكرافك (Infographic)

وهو عرض مرئي للبيانات والمعلومات يمزج ما بين الكلمة والصورة ويضعها بطريقة متسلسلة ومختصرة لتسهيل فهم المعلومات المعقدة والمملة والتي تحتاج إلى أكثر من مجرد نص مكتوب للتعبير عنها. وتم تعريفه بأنه "تمثيل بصري للبيانات والمعلومات يتم تصميمه بحيث يسمح للقارئ استيعاب وفهم المعلومات والمعرفة بشكل واضح وسريع " (السيد، ٢٠١٧، صفحة ٦٠).

رابعًا: أهمية الكرافك:

١- يساعد استخدام الكرافك في تعزيز عملية الاتصال البصري الفعّال، حيث يمكن من خلاله تبسيط نقل

الأفكار والمفاهيم عبر استخدام أشكال وعناصر بصرية تدمج بين الكلمات والرموز(الشعراوي، ٢٠٢٠، الصفحات ٩-١٠).

٢- يساهم الكرافك في ابتكار الهوية البصرية للشركات والمؤسسات حيث يعمل على استغلال الخصائص التي

تميز هذه الشركة لبناء صورتها التي ستقدمها للجمهور المستهدف وتعبر الهوية البصرية عن الشركة وتجعل من السهل التعرف عليها(Gavin Ambrose، ٢٠٠٩، صفحة ٧).

٣- يدخل الكرافك في مجال الإعلان والدعاية حيث إن أكثر ما يجذب الانتباه في الإعلان هو الصورة المستخدمة ومدى أعجاب المتلقي بها وتؤثر في ذاكرة المتلقي وتساعد على تذكرها بالنسبة لجمهور التلفاز(سليمان، ٢٠٠٤، الصفحات ١١٤-١١٥).

وتعد الصورة من أكثر عناصر الرسالة الإعلانية تأثيرًا وجذبًا فضلًا عن مساعدته على ترسيخ الإعلان في ذاكرة المتلقي والإعجاب (العادلي، ٢٠٠٣، صفحة ٣١١).

خامسًا: البرامج المستخدمة في الكرافك

١- أدوبي الفوتوشوب: يعد برنامج الفوتوشوب من أقوى وأهم برامج تحرير وتصميم الصور بجميع أشكالها ويعتمد عليه المحترفون وكبار المصممين في العالم وتأتي فعالية هذا البرنامج في قدرته العالية على التعامل مع احتياجات المصممين المختلفة ومعالجة تنسيقات الصور المتعددة إضافة إلى توفره على جميع الأنظمة مما يسهل الوصول أليه عكس بعض البرامج الأخرى(سعد الدين، ٢٠٠٢، صفحة ١).

٢- أدوبي الستوريتر: هو برنامج لإنشاء الصور والرسوم التوضيحية والأعمال الفنية ويعمل على أنظمة الحاسوب المختلفة سواء كان نظام ويندوز (Windows) أو ماك أو أس (MacOS)(موقع American Graphics Institute، ٢٠٢٢).

٣- أدوبي بريمير: وهو برنامج لتحرير الفيديوهات بشكل احترافي ويستخدم من قبل منتجي الأفلام والبرامج(موقع CoATechnical، ٢٠٢٠).

سادسًا: مفهوم برامج الأطفال التلفزيونية

يؤدي الإعلام بما يمتلكه من وسائل وتقنيات مختلفة دورًا كبيرًا في بناء شخصية الإنسان وتغيير أفكاره وتقويم اتجاهاته نحو مختلف القضايا، فقد يكون للإعلام دور إيجابي في بناء الشخصية إذا ما تم استخدامه بشكل صحيح والعكس كذلك إذا تمت إساءة استخدامه.(الحسناوي و الحسناوي، ٢٠١٦، صفحة ١٤١)، وهنا يأتي دور برامج الأطفال.
ويتم تعريفها بأنها "تلك البرامج التي يتم إذاعتها عن طريق أجهزة التلفزيون بحيث يستطيع الطفل أن يتعلم منها مادة علمية ".(حسين غ.، ٢٠١٢، صفحة ٣٤)

وتعرف أيضًا بأنها "البرامج التي تستهدف الطفل لغرض المساهمة في عملية تكوينه النفسي والاجتماعي لكي يكون عضوًا قائدًا ومؤثرًا في المجتمع وهي البرامج التي تحتوي على التسلية والترفيه وتقديم المعلومات والمعارف في آن واحد".(الدباغ، ١٩٨٨، صفحة ١١)

وفي ظل التطورات التي يشهدها العالم ولاسيما مجتمع المعلومات في مجال العلم والمعرفة أصبح على عاتق المحطات التلفزيونية العربية عدة مهام منها تطوير المنظومة القيمية التي تمتلكها، وتكييف الوافدة إليها وحسب ما يتوافق مع احتياجاتها ولا يمكن الاعتماد على القيم المحافظة بل يجب الاعتماد على التفاعل الذي أصبح اختياريًا دون سواه في العمل الإعلامي.

ولتجاوز التعارض الذي يحدث بين نموذجين إعلاميين أحدهما يعتمد على استعارة قيم الغرب دون الأخذ بنظر الاعتبار السياقات الثقافية والتاريخية التي نشأ الطفل فيها، والثاني منغلق على ذاته وغير قادر على التفاعل مع الآخر كل هذا من اجل تأسيس إعلام حضاري يهدف إلى تنشئة طفل عربي متوازن الشخصية متمسكًا بهويته قادر على مواجهة كافة التحديات أمامه في عصر المعلومة والمعرفة. (عز الدين، ٢٠٢٠، صفحة ٦٢)

وبدأ هذا النوع من البث في القنوات التلفزيونية العامة وكان يطلق على المدة التي يظهر بها البرنامج بـ (فترة برامج الأطفال)، ولكن بفضل التطورات التكنولوجية وانتشار البث الفضائي وازدياد أعداد القنوات الفضائية وظهور قنوات متخصصة في مجالات محددة كل هذا جعل الجمهور الصغير يحصل على قنوات خاصة به وتقدم محتوى موجه له خصيصًا وبدأت تتنافس تلك القنوات فيما بينها لتقديم مادة ومضمون إعلامي خاص إلى الأطفال.(نغيمش، ٢٠١٠، الصفحات ١٩٢-١٩٣)

الإطار العملي:

١- القنوات الفضائية المفضلة لدى المبحوثين:

كان يحق للمبحوثين الإجابة على أكثر من خيار.

جدول رقم (2): أبرز القنوات الفضائية لمشاهدة برامج الأطفال التي تستخدم الكرافك

ت	البدائل	العدد	النسبة	الرتبة
1	قناة ماجد	١٥٩	14.87	٤
2	قناة MBC3	٢٧٢	25.44	١
3	كارتون نتورك بالعربية	٢٦٨	25.07	٣
٤	سبيستون	٢٧١	25.35	٢
٥	قناة شهاب	٩	.840	٦
٦	قناة براعم	٩٠	8.42	٥

	المجموع	١٠٦٩	100%	

قناة (MBC 3):حصلت قناة (MBC 3) الفضائية على المرتبة الأولى من بين القنوات الفضائية الأخرى التي تعرض برامج للأطفال تستخدم الكرافك كونها أكثر متابعة بعد أن أكد (٢٧٢) مبحوثًا على ذلك وبنسبة (٢٥,٤٤٪). أما المرتبة الثانية فقد كانت لقناة (سبيستون) الفضائية إذ أشار (٢٧١) مبحوثًا على ذلك وبنسبة بلغت (٢٥,٣٥٪). فيما احتلت قناة (كارتون نتورك بالعربية) الفضائية المرتبة الثالثة وأشار (٢٦٨) مبحوثًا على ذلك وبنسبة بلغت (٢٥,٠٧٪). أما المرتبة الرابعة فقد حصلت عليها قناة (ماجد) الفضائية وأشار على ذلك (١٥٩) مبحوثًا وبنسبة شكلت (١٤,٨٧٪). وكانت المرتبة الخامسة من نصيب قناة (براعم) الفضائية وأشار (٩٠) مبحوثًا على ذلك وبنسبة بلغت (٨,٤٢٪). وجاءت في المرتبة السادسة والأخيرة قناة (شهاب) الفضائية أشار على ذلك (٩) مبحوثين وبنسبة.(0.84%)

ويتبين لنا ان القنوات التي حصلت على المراتب الأولى تمتلك إمكانيات تقنية وفنية وبشرية متقدمة مما أهلها للحصول على هذه النسب المتقدمة من المتابعة فضلًا عن منهاجها البرامجي الشامل لكثير من الموضوعات. ينظر الجدول رقم (٢).

٢- البرامج التلفزيونية التي يتابعها المبحوثين وتستخدم الكرافك لتعزيز المعرفة:

كان يحق للمبحوثين الإجابة على أكثر من خيار.

جدول رقم (3): أبرز برامج الأطفال مشاهدة والتي تستخدم الكرافك

ت	البدائل	العدد	النسبة	الرتبة
1	كارتون منصور	٣٥٤	40.55	١
2	كارتون أمونة المزيونة	١٦٤	18.79	٢
3	برنامج تسالي أحلى عالم	١٦٢	18.56	٣
٤	كارتون النقيب خلفان	١٠١	11.57	٤
٥	كارتون فطين	٣١	3.55	٥
٦	برنامج حلمك	٢٤	2.75	٦
٧	الاستدامة مع جاسم ونورة	٢٠	2.29	٧

٨	برنامج الراوي	١٧	1.95	٨
	المجموع	٨٧٣	100%	

البرامج التلفزيونية التي تستخدم الكرافك لتعزيز المعرفة: حصل برنامج (كارتون منصور) على المرتبة الأولى حيث أكد (٣٤٥) مبحوثًا على ذلك وبنسبة (٤٠,٥٥٪). أما المرتبة الثانية فكانت لبرنامج (كارتون امونةالمزيونة) إذ أشار لذلك (١٦٤) مبحوثًا وبنسبة (١٨,٧٩٪). بينما حصل برنامج (تسالي أحلى عالم) على المرتبة الثالثة إذ أكد (١٦٢) مبحوثًا على ذلك وبنسبة بلغت (١٨,٥٦٪). وحصل على المرتبة الرابعة برنامج (كارتون النقيب خلفان) وأشار لذلك (١٠١) مبحوثًا وبنسبة (١١,٥٧٪). فيما جاء في المرتبة الخامسة برنامج (كارتون فطين) وأشار لذلك (٣١) مبحوثًا وبنسبة (٣,٥٥٪). اما المراتب اللاحقة فكان موقعها وفق هذا الجدول وصولًا إلى المرتبة الأخيرة التي كانت من نصيب برنامج (الراوي) إذ أكد هذا (١٧) مبحوثًا بنسبة .(1.95%)

ويتضح من هذه النتائج ان كثير من البرامج التي تعتمد على الكرافك والتي يفضل المبحوثين متابعتها تتناول مواضيع متعددة علمية، ثقافية، تربوية وغيرها بأسلوب مرح وممتع. ينظر الجدول رقم (٣).

٣- نمط مشاهدة برامج الأطفال التلفزيونية:

جدول رقم (4): ما هو نمط مشاهدتك لبرامج الأطفال

البدائل	التكرار	النسبة %	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
يوميًا (بشكل منتظم)	91	18.2	١٥٤,٢٠	2	5.99	دال
من ٣- ٥ أيام بالأسبوع (بشكل غير منتظم)	112	22.4				
٢ يوم فأقل بالأسبوع (بالصدفة)	297	59.4				
المجموع						500

جاء في المرتبة الأولى (٢ يوم فأقل بالصدفة) بالمرتبة الأولى وبلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى أنهم يشاهدون التلفاز ليومان في الأسبوع (٢٩٧) مبحوثًا وبنسبة شكلت (٥٩,٤٪)، بينما جاءت فئة المبحوثين الذين يتعرضون للتلفاز (من ٣-٥ أيام بالأسبوع بشكل غير منتظم) في المرتبة الثانية وأشار إلى ذلك (١١٢) مبحوثًا وبنسبة بلغت (٢٢,٤٪)، فما احتل المبحوثين الذين يشاهدون التلفاز (يوميًا بشكل منتظم) المرتبة الثالثة وأشار لذلك (٩١) مبحوثًا وبنسبة.(18.2%)

من الجدول (4) يتبين أن هناك فرق دال إحصائيًا في ما هو نمط مشاهدتك لبرامج الأطفال وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية ولصالح ٢ يوم فأقل بالأسبوع (بالصدفة). ينظر الجدول رقم (4).

٤- أسباب متابعة برامج الأطفال التلفزيونية التي تستخدم الكرافك:

كان يحق للمبحوثين الإجابة على اكثر من خيار.

جدول رقم (5): أسباب متابعة برامج الأطفال التلفزيونية التي تستخدم الكرافك

ت	البدائل	العدد	النسبة	الرتبة
1	الاستفادة من المعارف والمعلومات المفيدة التي تقدمها	١٦٤	23	٢
2	الاستمتاع وقضاء بعض الوقت في مشاهدتها	٣٧٩	53.16	١
3	إيجاد رابط مشترك مع زملائي وأصدقائي للحديث عنه معهم	٦٨	9.54	٤
٤	تساعدني على تطوير مواهبي ومهاراتي	١٠٢	14.31	٣
	المجموع	٧١٣	100%	

حصلت فئة(الاستمتاع وقضاء بعض الوقت في مشاهدتها) حصلت على اكبر عدد إذ أشار المبحوثين إلى أن برامج الأطفال التي تستخدم الكرافك تقدم مواضيع ممتعه وتساعد في قضاء الوقت أثناء مشاهدتها وأكد هذا (٣٧٩) مبحوثًا وبنسبة بلغت (٥٣,١٦٪)، أما (الاستفادة من المعارف والمعلومات المفيدة التي تقدمها) فقد جاءت بالمرتبة الثانية إذ يرى المبحوثين البالغ عددهم (١٦٤) مبحوثًا وبنسبة (٢٣٪) أن الكرافك المستخدم في هذه البرامج له أهمية في إيصال هذه المعلومات أليهم بطريقة واضحة ومفهومة، أما المركز الثالث فقد حصلت عليه فئة (تساعدني على تطوير مواهبي ومهاراتي) حيث بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا لها (١٠٢) وشكلت نسبة (١٤,٣١٪).

من الجدول (٥) يتبين أن هناك فرق دال إحصائيًا في ما الذي يجعلك تتابع برامج الأطفال التلفزيونية التي تستخدم الكرافك؟ وذلك لأن قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية ولصالح الاستمتاع وقضاء بعض الوقت في مشاهدتها. ينظر إلى الجدول رقم(٥).

٥- أبرز أنواع الكرافك المستخدم في برامج الأطفال

كان يحق للمبحوثين الإجابة على أكثر من خيار.

جدول رقم (٦): أبرز أنواع الكرافك المستخدم في برامج الأطفال

ت	البدائل	العدد	النسبة	الرتبة
1	الانفوكرافك	٧٠	9.55	٤
2	كرافك الرسوم المتحركة	٣٠٨	42.02	١
3	الموشن كرافك	٨٦	11.73	٣
٤	كرافك ثلاثي الابعاد3D	٢٦٩	36.70	٢
	المجموع	٧٣٣	100%	

حصل نوع (كرافك الرسوم المتحركة) على المرتبة الأولى بعدد مبحوثين بلغ (٣٠٨) وبنسبة (٤٢,٠٢٪) وكانت الأعلى بين باقي الأنواع. أما نوع) كرافك ثلاثي الأبعاد ٣ (Dفقد حصل على المرتبة الثانية وأشار لذلك (٢٦٩) مبحوثًا وبلغت النسبة (٣٦,٧٠٪)، وجاء في المرتبة الثالثة نوع (الموشن كرافك) إذ بلغ عدد المبحوثين (٨٦) وشكلت النسبة (١١,٧٣٪)، اماالانفوكرافك فقد أشار له (٧٠) مبحوثًا وبنسبة بلغت (٩,٥٥) وبهذا حصل على المرتبة الرابعة كونه الأقل مقارنة مع باقي الأنواع .

من الجدول (٦) يتبين أن هناك فرق دال إحصائيًا في ما هي أبرز أنواع الكرافك التي شاهدتها في برامج الأطفال؟ وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية ولصالح كرافك الرسوم المتحركة. ينظر الجدول رقم (٦).

النتائج

١- تصدرت قناة MBC3 المرتبة الأولى في سلم القنوات التي يتابعها المبحوثين وبنسبة (٢٥,٤٤٪)، ثم تلتها قناة سبيستون الفضائية وبنسبة (٢٥,٣٥٪)، وبالمرتبة الثالثة كانت قناة كارتون نتورك بالعربية وبنسبة بلغت (٢٥,٠٧٪).

٢- حصل برنامج كارتون منصور على المرتبة الأولى في سلم البرامج التي يتابعها المبحوثين كونه يتضمنحلقات تساعد على تعزيز المعرفة لديهم وبنسبة بلغت (٤٠,٥٥٪)، ثم جاء برنامج كارتون أمونة المزيونة في المرتبة الثانية وبنسبة (١٨,٧٩٪)، وفي المرتبة الثالثة برنامج تسالي أحلى عالم وبنسبة (١٨,٥٦٪).
٣- عدد كبير من المبحوثين يفضلون مشاهدة برامج الأطفال التي تستخدم الكرافك ليومين في الأسبوع فقط حيث حصلت على المرتبة الأولى وبنسبة (٥٩,٤٪)، ثم يليهم الذين يشاهدونها من ٣-٥ أيام بالأسبوع بشكل غير منتظم وجاءت في المرتبة الثانية بنسبة (٢٢,٤٪).

٤- إن أكثر ما يفضل المبحوثون التحدث عنه عند متابعتهم لبرامج الأطفال التي تستخدم الكرافك هو المحتوى الترفيهي والممتع الذي تقدمه حيث حصل على المرتبة الأولى وبنسبة (٥٨,٨٪)، وجاء بعدها الذين يحبون الكلام عن الهدف من البرنامج حيث بلغت نسبتهم (٢١,٤).

٥- أشار عدد كبير من المبحوثين إلى تفضيلهم لنوع كرافك الرسوم المتحركة كونه يمكن أن يقدم لهم محتوى ممتعًا وجذابًا وبطابع تعليمي مفيد حيث حصلت هذه الفئة على المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (٤٢,٠٢٪).

الاستنتاجات

بالنظر إلى ما أفرزته نتائج الدراسة التي تناولت (دور الكرافك في برامج الأطفال التلفزيونية بتعزيز المعرفة لدى الطفل العراقي)، توصلت الباحثة إلى عدد من الاستنتاجات التي تمثل:

١- أكثر قناة يتابعها المبحوثين هي MBC3 مما يوضح أهميتها وجماهيريتها كوسيلة تعليمية وترفيهية لدى الأطفال في نفس الوقت.

٢- أكثر برنامج يفضل المبحوثون مشاهدته هو برنامج كارتون "منصور" كونه ترفيهي وفي نفس الوقت تعليمي.

٣- اتضح من خلال نتائج البحث أن عددًا كبيرًا من المبحوثين يكتفون بمشاهدة برامج الأطفال التي تستخدم الكرافك ليومين في الأسبوع فقط ولمدة ساعة إلى ساعتين وهذا كاف من أجل المساهمة في تعزيز معارفهم.

٤- إن أكثر ما يرغب الأطفال في التحدث عنه عند مشاهدة برامج الأطفال التي تستخدم الكرافك هو مدى استمتاعهم بالمحتوى الذي يشاهدونه وكيف يرفه عنهم ويسليهم.

٥- إن حصول كرافك الرسوم المتحركة على أعلى نسبة بين أنواع الكرافك يدل على رغبة المبحوثين في التعلم ولكن بطريقة جذابة لا تصيبهم بالملل بحيث تدفعهم إلى التوقف عن مشاهدة البرنامج.

الخاتمة:

من أجل ضمان استمرار الأطفال بمتابعة البرامج التلفزيونية على القنوات الفضائية والتي تسهم في تقديم معلومات مفيدة لهم فإنهم بحاجة إلى عنصر جذب يلبي احتياجاتهم ويشبع فضولهم وهذا العنصر هو الكرافك، حيث إنها تقنية تجمع ما بين الصورة الملونة والكتابة والأصوات المختلفة لضمان إنتاج برنامج مناسب يقدم لهذه الفئة كل ما يحتاجونه من معارف ومعلومات وفي نفس الوقت تقوم بتسليتهم، لهذا السبب فأنه يتوجب على القنوات الفضائية التلفزيونية ان تقوم بالاتجاه نحو استخدام الكرافك في إنتاج برامجها.

المصادر

Aytaj, R. (2019). *Manipulating Consumers through Graphic Design: A Project about The Effects of Graphic Design on Branding and Consumer Perceptions.* Azerbaijan: University of Economics – UNEC The Ministry of Education of Azerbaijan Republic Business Administr.

Gavin Ambrose, P. H. (2009). *The Fundamentals of Graphic Design.* United Kingdom: AVA Publishing.

Gavin Ambrose, P. H. (2009). *The Fundamentals of Graphic Design.* United Kingdom: AVA Publishing SA.

NCERT. (2011). *A New Age of Graphic Design.* New Delhi: NCERT.

أحمد الشعراوي، سامر سيف الدين. (٢٠٢٠). *التصميم الجرافيكي.* دمشق: الجامعة الأفتراضية السورية.

أحمد جمال أحمد عيد. (٢٠١٤). *أسس التصميم الجرافيكي.* القاهرة: كلية الفنون الجميلة, جامعة الأقصر.

أسامة عبدالرحمن. (٢٠١٧). *فن الجرافيك سلسلة فنون الجزء الثاني.* السعودية.

أمل حسان السيد. (٢٠١٧). *معايير تصميم الانفوجرافيك التعليمي.* القاهرة: جامعة عين شمس - كلية التربية.

بلاسم محمد. (٢٠٠٩). *التصميم الجرافيكي عبر العصور*. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.

خالد خميس السحاتي. (٢٠١٧). *الدور المدني للجامعات، قراءة أولية في الأدبيات* (المجلد الأول). برلين: المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية.

خالد سعد الدين. (٢٠٠٢). *احترف فوتوشوب في سبعة أيام*. لبنان: الدار العربية للعلوم.

رمزي العربي. (٢٠٠٨). *التصميم الجرافيكي*. عمان: دار اليوسف للطباعة والنشر والتوزيع.

سامر سيف الدين وأحمد الشعراوي. (٢٠٢٠). *التصميم الجرافيكي*. سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.

سمير محمد حسين. (١٩٩٩). *دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام*. القاهرة: عالم الكتب.

سهيلة وليد أبو قلبين. (٢٠١١). *تاريخ التصميم الجرافيكي*. عمان: دائرة المكتبة الوطنية.

سينهات محمد عز الدين. (٢٠٢٠). القيم العلمية السائدة في برامج الأطفال التي تقدمها قناة mbc3. *الباحث الإعلامي*، ١٢ (٤٨)، ٤٧-٧٢. doi:https://doi.org/10.33282/abaa.v12i48.580

طاهر أحمد جمال. (١٩٨٤). *البحث العلمي الحديث*. عمان: دار الفكر العربي للنشر والتوزيع.

عبد الرزاق الدليمي. (٢٠١٦). *الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية* (المجلد الاولى). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

عبد الفتاح بو معال. (١٩٩٧). *أثر وسائل الإعلام على الطفل* (المجلد الأول). الأردن: دار المشرق.

علي نوري حسوني الباوي. (٢٠٢٤). *توظيف التقرير الصحفي بتقنية الفيديو موشن غرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية العراقية دراسة تحليلية لمواقع (السومرية نيوز، الغد برس، العهد)*. بغداد: كلية الإعلام جامعة بغداد قسم الصحافة.

عناية حسن القبلي. (٢٠١٤). *التعزيز في الفكر التربوي الحديث* (المجلد الأول). تبوك: شركة أمان للنشر والتوزيع.

غاده فاروق حسين. (٢٠١٢). *برامج التلفزيون التربوي للأطفال*. الرياض: دار الزهراء للنشر.

ماهر عبد العزيز. (٢٠٠٨). *صناعة السياحة*. عمان: دار زهران.

ماهر محمد عواد العامري. (٢٠١٥). *البحث العلمي*. بغداد: الجامعة المستنصرية - كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة.

محمد زاهر شلار. (٢٠٢١). *أساسيات تصميم الرسوميات*. المملكة المتحدة: أكاديمية حوسب.

محمد عبدالحميد. (٢٠٠٠). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: عالم الكتاب.

محمد غالي شريدة العنزي. (٢٠١٩). الطفل كمصطلح قانوني. *مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، الثانية*.

محمد منير حجاب. (٢٠٠٦). *أساسيات البحوث الإعلامية والأجتماعية* (المجلد الثانية). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

مرزوق عبد الحكم العادلي. (٢٠٠٣). *دوافع أستخدام الجمهور للإعلان الصحفي وإشباعاتة المتحققة من قراءته*. القاهرة: رسالة ماجستير غير منشورة.

معن خليل العمر. (١٩٩١). *نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، دراسة تحليلية ونقدية* (المجلد الأول). بيروت: دار الافاق الجديدة للطباعة والنشر.

موفق عبد العزيز الحسناوي، و انتصار عباس إبراهيم الحسناوي. (٢٠١٦). فاعلية تقنيات الإعلام الحديثة في تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة. *الباحث الإعلامي، ٨*(٣١)، ١٤١-١٦٤. doi:https://doi.org/10.33282/abaa.v8i31.172

موقع *CoATechnical*. (١٩ أغسطس, ٢٠٢٠). تم الاسترداد من موقع CoATechnical: https://coatechnical.blogs.lincoln.ac.uk/2020/08/19/an-introduction-to-/adobe-premiere-pro

موقع *American Graphics Institute*. (١٦ أيلول, ٢٠٢٢). تم الاسترداد من موقع American Graphics Institute: https://www.agitraining.com/adobe/illustrator/classes/what-is-adobe-illustrator

موقع *بريتانيكا (Britannica)*. (١٨ يناير, ٢٠٢٥). تم الاسترداد من موقع بريتانيكا (Britannica): https://www.britannica.com/art/graphic-design

موقع *ويكيبيديا (Wikipedia)*. (١٧ اكتوبر, ٢٠٢٤). تم الاسترداد من موقع ويكيبيديا (Wikipedia): https://en.wikipedia.org/wiki/Desktop_publishing

ميرفت السيد أحمد سليمان. (٢٠٠٤). *دور عناصر الرسالة الإعلانية في صناعة الصحفي*. القاهرة: النقل البحري والتكنولوجيا.

نائل حافظ العواملة. (١٩٨٤). *مناهج البحث العلمي*. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.

نائل عبد الحافظ العوالمة. (١٩٩٥). *أساليب البحث العلمي والأسس النظرية وتطبيقاتها*. عمان: دار الجامعة الأردنية.

هاشم احمد نغيمش. (٢٠١٠). المواد التلفزيونية في قناة MBC3 الفضائية للأطفال: بحث في واقع المواد التلفزيونية المعروضة في القناة لمدة أسبوع. *الباحث الإعلامي، ٢*(١٠)، ١٧٧-٢٠٠. تم الاسترداد من https://iasj.rdd.edu.iq/journals/uploads/2025/02/11/d70e77eb7743158cd2ec06f0e5b3f00a.pdf

هاني الدباغ. (١٩٨٨). *رأي تلاميذ الابتدائية في فترة برامج الأطفال التلفزيونية في بغداد*. بغداد: كلية الفنون الجميلة - جامعة بغداد.

هناء عبد الحميد شاور. (٢٠٢١). *التصميم الجرافيكي وسيلة إتصال للتأثير على المجتمعات منذ القرن الثامن عشر وحتى القرن العشرين*. مصر: كلية الفنون الجميلة جامعة الحلواني قسم الجرافيك.

ويكيبيديا. (٣٠, ٤, ٢٠٢٥). تم الاسترداد من ويكيبيديا: https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D8%A9?utm_source=chatgpt.com