

فاعلية برنامج قائم على الانفوجرافيك لتنمية أخلاقيات الإعلام الجديد لدى طلاب الإعلام وعلاقته بمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لديهم.

د. ولاء فايز محمد السريتي*

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى تعرّف فاعلية برنامج قائم على الانفوجرافيك لتنمية أخلاقيات الإعلام الجديد لدى طلاب الإعلام وعلاقته بمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لديهم، واستخدمت الدراسة المنهج المختلط بشقيه التجريبي والوصفي لتحقيق الأهداف الفرعية للدراسة، حيث قامت الباحثة بتصميم مقياس لقياس مدى إدراك الطلاب عينة الدراسة لأهمية الانفوجرافيك ودوره في تنمية أخلاقيات الإعلام الجديد، ومقياس آخر لقياس أخلاقيات الإعلام الجديد لدى طلاب الإعلام الجديد عينة الدراسة، كما أعدت الباحثة اختباراً معرفياً خاصاً بالأخلاقيات واختباراً خاصاً بمهارات إنتاج الرسالة الإعلامية، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من طلاب كلية الإعلام الفرقة الثانية بلغ قوامها (92) طالباً وطالبة، واتبعت الدراسة نظام أو نهج المجموعتين التجريبية والضابطة بعد التأكد من تكافؤ المجموعتين باستخدام المعاملات الإحصائية، وطبقت أدوات الدراسة في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2021-2022م، وتم استخدام المعالجة التجريبية متمثلة في برنامج إنفوجرافيك متضمن أخلاقيات ومهارات إنتاج الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، و توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في درجات التطبيق البعدي في اختبار التحصيل المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية، حيث جاءت قيمة (ت) = (0.135) عند مستوى معنوية (0.027) أي أقل من (0.05)؛ مما يدل على وجود فروق دالة إحصائية لصالح الإناث.
- توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي درجات طلاب مجموعة البحث التجريبية في القياسين القبلي والبعدي لمقياس تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية، لصالح التطبيق البعدي.
- قيمة "ت" في الاختبار التحصيلي الخاص بالتدريس بطريقة الإنفوجرافيك Infographics في المجموعة التجريبية = (1.761) بمستوى دلالة (0.042) وهي أقل من مستوى دلالة (0.05)، أي أن قيمة "ت" دالة إحصائياً؛ مما يثبت وجود فروق لصالح التطبيق البعدي في المجموعة التجريبية ترجع إلى أسلوب التدريس بطريقة الإنفوجرافيك.

الكلمات المفتاحية(الانفوجرافيك – أخلاقيات الإعلام الجديد- مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية)

* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام – جامعة المنوفية.

Study summary:

This study aimed to identify the effectiveness of an infographic-based program for developing new media ethics among media students and its relationship to their media message production skills. In the development of new media ethics, and another measure to measure the ethics of new media among students of the new media, the study sample. The study followed the system or approach of the experimental and control groups after making sure that the two groups were equal using statistical coefficients. The study tools were applied in the second semester of the academic year 2021-2022 AD, and the experimental treatment was used represented by an infographic program that includes the ethics and skills of producing media messages through new media. The study found a group of M n results, the most important of which are:

-There are statistically significant differences between males and females in the post application scores in the cognitive achievement test for the skills of producing media messages, where the value of (T) = (0.135) came at a level of significance (0.027), i.e. less than (0.05); This indicates that there are statistically significant differences in favor of females.

-There are statistically significant differences at the level (0.05) between the mean scores of the experimental research group students in the pre and post measurements of the scale of developing media message production skills, in favor of the post application.

-The value of “t” in the achievement test for teaching in the infographics method in the experimental group = (1.761) with a significance level (0.042), which is less than a significance level (0.05), meaning that the “t” value is statistically significant; Which proves that there are differences in favor of the dimensional application in the experimental group due to the infographic method of teaching.

Keywords (infographics - new media ethics - media message production skills)

مقدمة الدراسة:

إنّ طلاب الإعلام اليوم هم إعلاميو الغد؛ لذا وجب عليهم التمكن من مهارات الإعلام سواء أكانت هذه المهارات معرفية أم وجدانية أم سلوكية، فيمكن من خلال المقررات الدراسية التي يتم تدريسها بكليات الإعلام تنمية المهارات اللازم توافرها لدى الطلاب؛ ليتمكنوا من إنتاج رسائل إعلامية جيدة ورسائل صالحة لبناء المجتمع، وذلك لن يكون بدون وعي بأهداف الرسائل الإعلامية المختلفة.

ويعيش الطلاب في القرن الحادي والعشرين عصر الإعلام التقني وتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقنيات العالم الافتراضي؛ مما أضاف عبئاً أكبر نتيجة وجود كثير من المهارات الحديثة التي تغذي إنتاج رسائل الإعلام الجديد، ووجود العديد من المصطلحات، مثل: صحافة المواطن والإعلامي الشامل والمذيع (الروبوت)، و كل ذلك أضاف ثراء للرسالة الإعلامية، وجعلها في منافسة شديدة عن ذي قبل.

كما أن الإعلام الجديد بجميع وسائله وتقنياته فرض العديد من الخصائص التي ميزته بالتفرد والشهرة والذبوع والانتشار والتفاعل، فأصبح الفرد بإمكانه إنتاج الملايين من الرسائل في الدقيقة الواحدة، واشتهرت بعض الأفراد نتيجة الاستخدام السريع لوسائل الإعلام الجديد، كما امتازت وسائل الإعلام الجديد باللاتزامنية؛ مما أسهم في نشر الرسائل التي ينتجها الأفراد بشكل كبير في جميع البلدان وبين جميع الأفراد؛ ممّا دفع القائمين على إنتاج مثل هذه الرسائل إلى تحسين جودتها وتحسين إنتاجها، ليتمكن من نشر رسالته على نطاق أوسع وأكبر؛ وبالتالي تحقيق عدد مشاهدات.

وعند البحث عن (التريندات) قد تضيع بعض المهارات الواجب الالتزام بها، كما أن صانع الرسالة قد يتعرض للعديد من القوانين التي تجعله يقع تحت طائلة القانون ومساءلة الدولة والهيئات التشريعية.

بناءً على ما سبق، على هيئات التدريس والمهتمين بالعملية التعليمية والهيئة الاعلامية تنشئة الإعلاميين وهم طلاب اليوم على تشريعات إعلامية وقانونية تحميهم من المساءلة، وفي الوقت نفسه تنمية المهارات الإعلامية والأخلاقية والقانونية لديهم و التي بدورها تساعد على إنتاج رسائل إعلامية جديدة وفق تشريعات وضوابط قانونية وإعلامية، سواء أكان هذا من خلال الكتب الدراسية والمقررات الدراسية أم من خلال العمل الميداني للطلاب في مراحل الدراسة المختلفة بدءاً من مرحلة الإعداد وصولاً بعملية نشر وتحرير الرسالة الإعلامية ونشرها عبر وسائل الإعلام الجديد، فذلك يحتاج إلى العديد من المهارات والممارسات التي يجب توافرها في صانع الرسالة.

كما أن البيئة التعليمية سواء مهنية كانت أم معرفية مليئة بالمثيرات والوسائل التعليمية التي تستحوذ على انتباه الطلاب، وتسهم في رفع المستوى المهاري والمعرفي لديهم، وتنمية مهاراتهم المتعلقة بإنتاج الرسالة الاعلامية، كما تساعد على ضبط التشريعات والقوانين الاعلامية المطلوبة لإنتاج الرسالة الإعلامية ومن أحدث هذه الوسائل الانفوجرافيك، حيث يعد من الأدوات والوسائل التعليمية الحديثة التي تساعد على تنمية العديد من المهارات الإعلامية؛ لذا يعتبر من أنسب الوسائل التي يمكن استخدامها لتنمية مهارات الإعلام لدى طلاب الإعلام جامعة المنوفية.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من وجود العديد من المقررات الدراسية التي تلبى حاجات الطلاب المهنية والمهنية، فإن هناك قصورًا في عملية التدريس، فاكتفاء البعض بتدريس الجانب المعرفي دون الاهتمام بالجانب المهاري والمهني يؤثر على كمية المهارات الواجب توافرها لدى الطلاب، وتجعلهم غير قادرين على صنع رسالة إعلامية تتضمن جميع المهارات الجيدة التي تجعل منها رسالة ناجحة تلتزم بمواثيق وقوانين وتشريعات إعلامية.

كما أن انفتاح الطلاب على علم تقني مليء بالمتغيرات التكنولوجية التي تسهم بدرجة كبيرة في تبسيط المعلومات وتساعد على غزارتها في الوقت نفسه، كما تعمل هذه التكنولوجيا على فتح علم افتراضي مليء بالمفاجآت، مثل: المذيع (الروبوت) وأيضًا الذكاء الاصطناعي- وتقنياته وكل ذلك يضع طالب الإعلام في مغامرات علمية تحتاج منه إلى الإبحار في كل ما هو جديد؛ ليستطيع أن ينافس في سوق العمل، ويصبح إعلاميًا مبدعًا ومتمكنًا، كما يمتاز طلاب الإعلام بالبحث عن كل ما هو حديث ومتطور؛ لكي يستفيدوا منه في عملهم المستقبلي وفي تنمية مهاراتهم العلمية والحياتية، ومن هنا وجب على العاملين في المجال الإعلامي الالتزام بضوابط الإعلام وقوانينه وتشريعاته المختلفة؛ مما يساعد على إرساء قواعد ثابتة في خطتهم المستقبلية للعمل في المجال الإعلامي وإنتاج الرسائل الإعلامية المختلفة؛ مما يساعد على جعلهم إعلاميين مسؤولين وبحكم عمل الباحثة بكلية الإعلام وجدت أن لدى الطلاب تطلعات وطموح لممارسة الجانب المهاري ومزاولة المهنة، كما أن بعضهم يبحث عن فرص للتدريب وممارسة الكتابة والإلقاء والنشر من خلال كتابة رأيه في قضية أو موضوع ما، ومنهم من يجتهد ويصل إلى الصحف والمجلات من أجل التدريب وكذلك بعض القنوات الفضائية، مثل: قناة الصحة والجمال والحدث اليوم وغيرها من القنوات الفضائية التي تستعين بهذه الكوادر من الطلاب سواء في الإعداد أو التقديم؛ مما يساعد على اكتسابهم العديد من المهارات الإبداعية والعملية.

وهذا بدوره يؤكد الاستعداد النفسي لدى الطلاب من أجل تنمية المهارات الإعلامية الخاصة بإنتاج رسالة إعلامية جيدة، ولكن طرق التدريس التقليدية لن تكون ناجحة في توصيل الجزء التطبيقي الخاص بإنتاج المحتوى والمادة، لذا قامت الباحثة بالبحث عن وسيلة وآلية حديثة تمتاز بمتيازات وجاذبية تعليمية ويمكن من خلالها خلق بيئة تعليمية صالحة لإكساب وتنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية لدى الطلاب عينة الدراسة.

ومن الوسائل الحديثة التي يمكن أن تستعين بها الباحثة في إكساب الطلاب مهارات العمل بالمجال الإعلامي وأيضًا تنمية قدراتهم على إنتاج الرسائل الإعلامية الجيدة (الانفوجرافيك)، حيث يعد من أهم الوسائل التعليمية في القرن الحادي والعشرين؛ كما يمتاز الانفوجرافيك بجمع الصوت والصورة، وأيضًا العديد من عوامل الجذب، وهذا يجعل منه وسيلة جذابة للطلاب من أجل إكسابهم مهارات إعلامية وتعليمية جديدة، كما يعتبر الانفوجرافيك من الوسائل التعليمية الفعالة التي تمنح الدارس العديد من المهارات، ومن هنا تسهم في رفع الاستعداد وتقبل المهارات التي تم تحديدها.

وقد قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة من الطلاب بلغ عددهم (10) طلاب بالفرقة الثالثة، هدفت إلى الاسئلة للطلاب، منها: هل لديك خلفية عن التشريعات والقوانين التي يجب أن تلتزم بها أثناء نشر أو إنتاج رسالة عبر وسائل الإعلام الجديد؟ أجاب (6) من الطلاب ب لا وأجاب (4) طلاب بنعم، هل تفضل طريقة الشرح التقليدية أو تفضل الطرق الحديثة؟ أجاب جميع أفراد العينة بتفضيل الطرق الحديثة، وعند سؤالهم عن كيفية إنتاج رسالة إعلامية؟ أجاب البعض عن طريق الاقتباس من (جوجل) وكان عددهم (8) وأجاب طالبان من العينة من خلال مشاركة منشورات الغير، ومن خلال التحليل الكمي للبيانات والتحليل الكيفي وجدت الباحثة أن الطلاب لديهم خلفية معرفية عن التشريعات، مثل: قانون السب والقذف وحقوق النشر، ولكن عمليًا لا يستطيعون تنفيذ ذلك من خلال ما يقومون بنشره أو مشاركته مع الآخرين؛ ومن ثم فهؤلاء الطلاب بحاجة إلى استخدام وسيلة جذابة ومثيرة، يمكن من خلالها تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية لدى الطلاب عينة الدراسة.

بناء على ما سبق يمكن صياغة مشكلة هذه الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:

ما فاعلية برنامج قائم على الانفوجرافيك لتنمية أخلاقيات الإعلام الجديد لدى طلاب الإعلام وعلاقته بمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لديهم؟

أهمية الدراسة: تنبثق أهمية الدراسة الحالية من عدة نقاط، منها ما هو عملي ومنها ما هو نظري؛ لذا تقترح الباحثة تقسيم أهمية الدراسة إلى جانبين عملي ونظري:

الأهمية النظرية:

- أهمية الحياة الجامعية والتأسيس في هذه المرحلة يتطلب من الجامعة وجود الأسس والقوة والمعايير التي يستطيع الطلاب أن يسيروا على نهجها؛ لذا تعد هذه الدراسة مهمة في مجال الإعلام، حيث يعتبر مجالًا كبيرًا وواسعًا، ويحتاج إلى أسس مهنية ومهارية.
- تمد الباحثين والدارسين بالأسس المعرفية والمهارية الواجب توافرها لدى الإعلاميين من الطلاب أو ممارسي الإعلام بشكل عام.
- تحاول الباحثة من خلال هذه الدراسة تقديم إطار معرفي يجمع بين الأخلاقيات والمهارات، حيث يعتبر ركنا أساسيا لعملية الإعلام، فقد تتوافر المهارات دون أخلاقيات، وهنا يقع الإعلامي في العديد من الإشكاليات والمشكلات المهنية التي قد تهدد مستقبله.
- تعتبر هذه الدراسة تطويرًا مهاريًا ومهنيًا للطلاب من خلال استخدام وسيلة تعليمية حديثة ومتطورة تعتمد على الانفوجرافيك باعتباره وسيلة لتعليم وتنمية المهارات والأخلاقيات لدى الطلاب.

- قلة الدراسات التي جمعت بين المتغيرين المستقل والتابع، وذلك بالجمع بين أخلاقيات الإعلام الجديد وعلاقته بتنمية مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى الطلاب الجامعيين على حد علم الباحثة.
- الأهمية العملية للدراسة:**
- تعد هذه الدراسة الحالية من الدراسات الإعلامية التي تعتمد على المنهج المختلط، وذلك بالجمع بين التجريبي والميداني، وهذا ما استدعته أهداف الدراسة؛ مما يساعد على صقل مهارات طلاب كلية الإعلام جامعة المنوفية.
- تعد الدراسة الحالية استراتيجية إعلامية مختلفة في مجال البحث العلمي من خلال استخدام الانفوجرافيك في تنمية وإكساب الطلاب مهارات الإنتاج وأخلاقيات الإعلام الجديد في الوقت نفسه.
- قد تساعد الدراسة الحالية ونتائجها في وضع تصور أخلاقي يتيح للطلاب والإعلاميين إنتاج رسائل إعلامية تتضمن معايير الجودة في الإعداد والنشر.
- أهداف الدراسة:** سعت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، وكان الهدف الرئيس هو: تعرف فاعلية برنامج قائم على الانفوجرافيك لتنمية أخلاقيات الإعلام الجديد لدى طلاب الإعلام وعلاقته بمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لديهم، وبناء عليه يمكن صياغة الأهداف الفرعية التالية:
- الكشف عن مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية المطلوب توافرها لدى طلاب كلية الإعلام جامعة المنوفية.
- رصد مدى فعالية الانفوجرافيك في تنمية أخلاقيات الإعلام الجديد لدى طلاب الإعلام.
- تعرف علاقة تنمية الأخلاقيات بمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طلاب كلية الإعلام.
- تعرف على دور الانفوجرافيك في تنمية أخلاقيات الإعلام الجديد من وجهة نظر طلاب الإعلام عينة الدراسة.
- الكشف عن الفروق بين درجات المجموعتين التجريبية والضابطة في مقياس الجانب المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية.
- تعرف أخلاقيات الإعلام الجديد من وجهة نظر عينة الدراسة.
- تساؤلات الدراسة يمكن صياغة تساؤلات الدراسة كما يلي:**
- ما مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية المطلوب توافرها لدى طلاب كلية الإعلام جامعة المنوفية؟
- ما مدى فعالية الانفوجرافيك في تنمية أخلاقيات الإعلام الجديد لدى طلاب الإعلام؟
- ما علاقة تنمية الأخلاقيات بمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طلاب كلية الإعلام؟

- ما دور الانفوجرافيك في تنمية أخلاقيات الإعلام الجديد من وجهة نظر طلاب الإعلام عينة الدراسة؟

- ما الفرق بين درجات المجموعتين التجريبية والضابطة في مقياس الجانب المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية؟

- ما أخلاقيات الإعلام الجديد من وجهة نظر عينة الدراسة؟

فروض الدراسة: سعت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الفروض هي:

- توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي درجات طلاب مجموعتي البحث في القياس البعدي في الاختبار التحصيلي الخاص بالمفاهيم المرتبطة بمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لصالح المجموعة التجريبية.

- توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي درجات طلاب مجموعة البحث التجريبية في القياسين القبلي والبعدي على مقياس أخلاقيات استخدام الإعلام الجديد لصالح التطبيق البعدي.

- توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي درجات طلاب مجموعة البحث التجريبية في القياسين القبلي والبعدي في دور الانفوجرافيك في تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية لصالح القياس البعدي.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اختبار التحصيل المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية بين التطبيقين القبلي والبعدي لمجموعة الدراسة التجريبية ترجع للنوع.

الدراسات السابقة:

بعد اطلاع الباحثة على جميع الدراسات والأدبيات التربوية، رصدت أهم الدراسات التي تتصل بموضوع الدراسة الحالية، وهي فيما يلي:

هدفت دراسة عالية محمد (2021)⁽¹⁾ إلى الكشف عن كيفية استخدام الانفوجرافيك بوصفه وسيلة تعلم بصرية، وكيفية توظيفها لتعلم العلوم للطلاب الصم، وبيان كيفية إسهامها في التغلب على تحديات تعلم هذه الفئة، وبيان معايير التصميم التعليمي لمخططات معلوماتية، وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي القائم على مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة واستنتاج النتائج منها؛ وخلصت الدراسة إلى أن جميع الدراسات التي تم بحثها أكدت أن الانفوجرافيك أداة بصرية فعالة في تعلم الصم، حيث أسهم في عمليات التنوير البصري وتنمية مهاراته، وكذلك وجود العديد من تحديات تعلم العلوم للصم تستلزم الاعتماد على المداخل البصرية للتعلم، مثل: الانفوجرافيك؛ لأنها أداة ثبتت فاعليتها في مساعدة الصم على الاتصال العلمي ورفعت نسبة الأداء العملي لديهم.

ورصدت دراسة ماجد دياب (2020)⁽²⁾ أثر توظيف الانفوجرافيك الثابت على تنمية المفاهيم المتعلقة بمثلث التعريض الضوئي في مقرر التصوير الإعلامي لدى طلاب قسم الإعلام، وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي والتجريبي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (27) مفردة؛ وخلصت النتائج إلى أن الانفوجرافيك الثابت ينمي ويعمق الفهم ويزيد

التحصيل المعرفي، ويعمل علي احتفاظ الذاكرة بالمعلومات، ويجعل التعلم شائقًا ويبقى أثره، فهو يعمل على تكامل الصور مع النص.

وقيمت دراسة (2019) Alqudah et al (3) تأثير استخدام الرسوم البيانية (الانفوجرافيك) فيما يتعلق بتفاعلات الطلاب وإدراكهم معنى المعلومات الموجودة بها، وتم تقديم هذا التقييم من خلال محاضرات في جامعة العلوم التطبيقية الخاصة في الأردن وكليتين أخريين (إحدهما علمية والأخرى إنسانية) للمقارنة بين المتغيرين المطبقين في هذه الدراسة، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (138) مفردة مقسمة إلى مجموعتين ضابطة وتجريبية، واستخدم الباحثون استبانة ما بعد الاختبار للمجموعات التجريبية لقياس تفاعلهم وإدراكهم بعد تقديم المحاضرات؛ وكشفت النتائج عن أن الرسوم البيانية لها تأثير إيجابي وقوي على تفاعل الطلاب وإدراكهم المحتوى المقدم، كما أنه في المقارنة بين طلاب الكليات العلمية والإنسانية كان لهم تأثير تفاعلي مختلف، ومع ذلك فإن للإنفوجرافيك تأثيرًا مماثلًا على الإدراك في كلتا الكليتين.

وكشفت دراسة عبير عبيد (2017) (4) فاعلية توظيف تقنية الانفوجرافيك الثابت والمتحرك في تنمية مهارات حل المسألة الوراثة في العلوم الحياتية باستخدام المنهج شبه التجريبي على عينة قوامها (116) مفردة من طالبات الصف العاشر بمدرسة سكيانة بنت الحسين الثانوية بنات مقسمة إلى ثلاث مجموعات الأولى بالإنفوجرافيك الثابت، والثانية بالإنفوجرافيك المتحرك، والأخيرة بطريقة التدريس التقليدية، وواحدة ضابطة؛ وخلصت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الطلاب في المجموعات الأولى والثانية والثالثة في التطبيق البعدي لصالح المجموعة الثانية، كما أن الانفوجرافيك بشكل عام يفيد في اختصار المعلومات وتسريع عملية التعلم.

وقدمت دراسة شريف عادل (2017) (5) برنامجًا تدريبيًا قائمًا على تقنية الانفوجرافيك لتنمية مهارات إعداد ملف الإنجاز والاتجاه نحوه لدى الطلاب المعلمين المسجلين بالمستوى الثامن مسار إعاقة عقلية بقسم التربية الخاصة كلية التربية جامعة الملك فيصل، وذلك باستخدام المنهج شبه التجريبي، وتم التطبيق على عينة مكونة من (10) مفردات؛ وخلصت الدراسة إلى فعالية البرنامج التدريبي المستخدم في إيجاد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي رتب درجات الطلاب على مقياس مهارات إعداد ملف الإنجاز قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح القياس البعدي .

وبحثت دراسة رضا إبراهيم (2017) (6) أثر برنامج تعليمي في العلوم قائم على تقنية الانفوجرافيك في اكتساب المفاهيم العلمية وتنمية مهارات التفكير البصري والقابلية للاستخدام لدى التلاميذ المعاقين سمعيًا في المرحلة الابتدائية، وقد تكونت عينة الدراسة من (30) مفردة من التلاميذ المعاقين سمعيًا تتراوح أعمارهم ما بين (9-12) سنة، واستخدم الباحث أدوات، هي: اختبار المفاهيم العلمية، ومقياس القابلية للاستخدام، واختبار التفكير البصري؛ وأسفرت نتائج البحث عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات تلاميذ المجموعة التجريبية ودرجات المجموعة الضابطة في التطبيق البعدي لصالح المجموعة التجريبية في كل من: اختبار المفاهيم العلمية، ومقياس القابلية للاستخدام، واختبار التفكير البصري.

وعرضت دراسة **Yıldırım (2016)**⁽⁷⁾ آراء المتعلمين الذين يتعلمون عن طريق عروض الانفوجرافيك؛ باستخدام كل من: المنهج الوصفي والمنهج شبه التجريبي من خلال برنامج مدته (20) أسبوعاً يعرض فيه كل ما يخص الانفوجرافيك، وتكليف كل طالب بتقديم خمسة عروض من الانفوجرافيك، وذلك باستخدام أداة الاستبانة، على عينة من طلاب كلية التربية قوامها (64) مفردة؛ وخلصت نتائج الدراسة إلى أن المشاركين أكدوا مدي أهمية الانفوجرافيك بوصفه طريقة للتدريس حيث إنه أثبت جدارته في عمليات التعلم الأساسية، بالإضافة إلى ذلك يعتبر الانفوجرافيك إحدى المواد التعليمية الأساسية التي تجعل التعلم أكثر ديمومة.

واستخدمت دراسة **صلاح محمد (2016)**⁽⁸⁾ الانفوجرافيك في تدريس الجغرافيا لتنمية التحصيل ومهارات التفكير البصري لدى طلاب المرحلة الثانوية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، والمنهج شبه التجريبي معاً، وتمثلت أدوات الدراسة في: كتيب الطالب، وكراسة الأنشطة، ومرجع الوحدة، والاختبار التحصيلي، واختبار مهارات التفكير البصري، وتكونت عينة الدراسة من (80) مفردة من طلاب الصف الأول الثانوي بمدرسة العجميين الثانوية بإدارة أشواي التعليمية بمحافظة الفيوم، والتي قسمت إلى مجموعتين: الأولى تجريبية (40) مفردة والثانية ضابطة (40) مفردة؛ وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود تحسن في مهارات التفكير البصري لدى طلاب المجموعة التجريبية الذين درسوا وحدة (سكان مصر) باستخدام الانفوجرافيك، وذلك بفرق دال إحصائياً.

وهدفت دراسة **عمرو محمد & أماني أحمد (2015)**⁽⁹⁾ إلى تعرف أثر نمط تقديم الانفوجرافيك الثابت والمتحرك في تنمية كل من: مهارات التفكير البصري، والتعلم عبر الويب لدى أطفال التوحد، ذلك باستخدام المنهج شبه التجريبي علي عينة قصدية قوامها (30) مفردة بمدرسة (برايت هوب)؛ خلصت نتائج الدراسة إلى أن الطلاب يتعلمون بشكل أفضل من خلال الكلمات والصور معاً حيث يعمل ذلك على تكوين نماذج ذهنية لفظية تصورية لدى المتعلم، كما أثبتت الدراسة أن التعلم عن طريق الويب بتقنية الانفوجرافيك لأطفال التوحد من أفضل طرق التعلم الحديثة التي أظهرت تميزها.

كشفت دراسة **ماريان ميلاد (2015)**⁽¹⁰⁾ أثر استخدام تقنية الانفوجرافيك القائم على نموذج أبعاد التعلم لمارزانو على تنمية بعض مفاهيم الحوسبة السحابية لدى طلاب كلية التربية باستخدام المنهج شبه التجريبي على عينة قوامها (30) مفردة، وذلك باستخدام أدوات هي: اختبار تحصيلي في مفاهيم الحوسبة السحابية، ومقياس عادات العقل المنتج على الطلاب مجموعة البحث؛ وخلصت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الطلاب مجموعة البحث بين التطبيق القبلي والبعدي عند مستوى (0.01) وذلك لصالح التطبيق البعدي في تنمية كل من: مفاهيم الحوسبة السحابية وعادات العقل المنتج، وأن لاستخدام تقنية الانفوجرافيك القائم على نموذج مارزانو لأبعاد التعلم- حجم أثر كبير على تنمية مفاهيم الحوسبة السحابية بلغ (0.99) وعلى تنمية عادات العقل المنتج بلغ (0.97).

وناقشت دراسة **(شيرين كدواني، 2015)**⁽¹¹⁾ مدى الالتزام الأخلاقي في النقاش السياسي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وذلك من خلال تحليل القواعد والضوابط الأخلاقية للنقاش على صفحة (كلنا خالد سعيد) على (موقع فيس بوك)، واستخدمت الدراسة

أداة تحليل الوثائق لتحليل القواعد والضوابط الأخلاقية للنقاش على الصفحة، وتم استخدام الملاحظة المباشرة لتحليل تعليقات القراء خلال الفترة الزمنية من 15 يناير 2011 إلى بدء مظاهرات 25 يناير 2011، وبلغ عدد القراء (6846) متابعًا، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن النقاش السياسي على هذه الصفحة لم يلتزم بالضوابط الأخلاقية، حيث ظهر خلال النقاش عدم احترام البعض للرأي الآخر، ومحاولة إقصائه، واستخدام ألفاظ غير لائقة وشتائم، فضلًا عن عدم تمثيل المجال العام على الصفحة لأراء مختلف طوائف الشعب المصري.

وبحثت دراسة سهام بنت سليمان (2014)⁽¹²⁾ فعالية استخدام برنامج تدريبي مقترح في تنمية مهارات تصميم الخرائط الذهنية الإلكترونية من خلال تقنية الانفوجرافيك ومهارات الثقافة البصرية لدى المعلمات قبل الخدمة، ولتحقيق هذا الهدف تم اختيار مجموعة من طالبات كلية التربية شعبة معلمة صفوف من قسم المناهج وعددهن (51) مفردة، وتم تدريب هذه المجموعة على البرنامج التدريبي المقترح، وقد تم إعداد اختبار لقياس مهارات تصميم الانفوجرافيك ومهارات الثقافة البصرية في تصميم الخرائط الذهنية الإلكترونية في التعلم، وبطاقة ملاحظة لتصميم الخرائط الذهنية من خلال تقنية الانفوجرافيك ومهارات الثقافة البصرية؛ وقد أشارت النتائج إلى أن البرنامج المقترح قد أسهم في تحسن مستوى معرفة مهارات الثقافة البصرية ومهارات تقنية تصاميم الانفوجرافيك في تصميم الخرائط الذهنية الإلكترونية للدروس.

وتعرفت دراسة Nuhoglu Kibar & Akkoyunlu (2014)⁽¹³⁾ أفضل التصميمات التعليمية للإنفوجرافيك من النوع الثابت وتحليل استخدامها في عملية التعلم كأدوات بحث وتعلم مع التركيز على استخدامها في هيكلة المعرفة وتصميم وبناء المعلومات، باستخدام المنهج التجريبي عن طريق دراسة حالة علي عينة قوامها (64) مفردة بجامعة هاستيب بتركيا؛ وذلك عن طريق تدريس محتوى تعليمي فيما يخص الانفوجرافيك وأنواعه وعناصره وكيفية تصميمه وتقييم العينة باستخدام نموذج لتقييم نواتج التعلم، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن كلاً من الخطوط، والألوان، وتنظيم البيانات حصدت الدرجات الأعلى، وأن المكونات والنصوص والعناوين حصلت على درجات أقل من حيث أهميتها وفعاليتها لدى الطلاب من الناحية التصميمية.

كما وضحت دراسة Joshua kummwendu (2014)⁽¹⁴⁾ الآثار المترتبة على ما بعد الحداثة ودور وسائل الإعلام الجديد في تنمية مجتمع مالاي، وركزت الدراسة على المشكلات الأخلاقية في استخدام تلك الوسائل في المجتمع، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي، وتوصلت إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعية لها تأثير كبير على التنمية الاجتماعية والاقتصادية في مالاي، كما أنها تساعد الأفراد على نشر الفضيلة وإتاحة أفضل السبل لذلك، وعليه فإن وسائل الإعلام الجديد وسيلة لتعزيز القيم والأخلاقيات في المجتمع من خلال التفاعل الاجتماعي عبر هذه الوسائل.

ورصدت دراسة (شريف درويش اللبان، 2014)⁽¹⁵⁾ الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الاجتماعي، وركزت على التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، والتي تتمثل في: بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة وعرض المواد الإباحية والخادشة للحياء والتشهير والفضيحة وانتهاك الحقوق الخاصة والعامّة، وتوصلت

الدراسة إلى أن حوكمة شبكات التواصل الاجتماعي من أهم المتطلبات من أجل حماية الحقوق مثل حرية التعبير، وحرية الوصول لمصادر المعلومات، وكذلك الحق في التواصل التفاعلي والفوري مع الجمهور، وضرورة وجود ضوابط قانونية يلتزم بها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي.

وحددت دراسة **Kwesi et al (2013)**⁽¹⁶⁾ استراتيجيات تدريس مرئية للطلاب الصم في مدارس للصم، وذلك باستخدام منهج دراسة الحالة على خمس (5) مدارس للصم في غانا، وبلغ حجم العينة (104) مفردة، وتم استخدام مجموعة أدوات، هي: بطاقة الملاحظة، والمقابلة المتعمقة، والمناقشة المركزة؛ وكشفت نتائج الدراسة أنه على الرغم من أن الأصم متعلم بصري، فإن التدريس البصري في مدارس الصم لا يمارس بشكل كافٍ بطريقة تلبي الاحتياجات البصرية للصم؛ لذلك يجب تبني الاتجاهات التكنولوجية الجديدة، مثل: الانفوجرافيك وتعديلها لتلبي احتياجات الطلاب الصم.

أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

بالنسبة لموضوع الدراسة: اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في نوعية وطبيعة الموضوع الخاص بالدراسة، حيث انفردت الدراسة الحالية في موضوعها بالاعتماد على المتغيرات المستقلة والتابعة وهو الانفوجرافيك وتنمية أخلاقيات الإعلام الجديد وعلاقة ذلك بمهارات إنتاج الرسالة الإعلامية لدى طلاب كلية الإعلام جامعة المنوفية، بينما تنوعت الدراسات السابقة ما بين استخدام استراتيجية الانفوجرافيك في تنمية التحصيل الدراسي والمعرفي لدى طلاب التعليم الابتدائي لدى فئات الصم والفئات العاديين، وبعض الدراسات اعتمدت على دراسات تحليلية لأخلاقيات الإعلام الجديد ورصد أهم الأخلاقيات الواجب توافرها لدى الإعلاميين والواجب تضمونها في الرسالة الإعلامية.

بالنسبة لمنهج الدراسة: تنوعت المناهج الدراسية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، منها: دراسة **Kwesi et al (2013)** التي استخدمت منهج الحالة، بينما اعتمدت دراسة **(شريف درويش اللبان، 2014)** على المنهج التحليلي، واستخدمت بعض الدراسات المنهج التجريبي، واتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام المنهج شبه التجريبي بينما اختلفت معها في اعتمادها على المنهج الوصفي والتجريبي في الوقت نفسه لذا تمتاز الدراسة الحالية بالجمع بين المنهجين الوصفي والتجريبي.

بالنسبة لأدوات الدراسة: تنوعت الأدوات المستخدمة في الدراسات السابقة فبعضها اعتمد على الاستبانة، وبعضها اعتمد على المقابلة، والبعض الآخر اعتمد على الاختبارات، بينما جمعت الدراسة الحالية بين أكثر من أداة لتحقيق أهداف وتساؤلات الدراسة الحالية، وحلقات النقاش، والاختبارات التي تقيس الجانب المعرفي الخاص بمتغيرات الدراسة.

حدود الاستفادة: أفادت الباحثة من الدراسات السابقة فيما يلي:

- اختيار متغيرات الدراسة وضبطها بطريقة منهجية صحيحة، حيث بدأت الباحثة من حيث انتهى الآخرين.
- بناء أدوات الدراسة وتنقيحها والتأكد من صلاحيتها من خلال عرضها على المحكمين والخبراء.

- مساعدة الباحثة في تحليل النتائج وتفسيرها والتعقيب عليها؛ مما أسهم في تحقيق الفائدة البحثية من النتائج ومساعدة الباحثة في علاج المشكلة البحثية.
- كتابة الجزء المعرفي المرتبط بالدراسة الحالية والمتعلق بمتغيرات الدراسة.
- تحديد مصطلحات الدراسة وتحديد مفاهيمها بطريقة صحيحة ودقيقة علمية.
- تفسير فروض الدراسة الحالية وصياغتها بطريقة صحيحة ومنطقية وعلمية.
- تحديد المعاملات الإحصائية المناسبة للدراسة الحالية، والتي يمكن من خلالها تحقيق النتائج والتحقق من صحة الفروض الحالية.

متغيرات الدراسة: تنطوي هذه الدراسة على عدة متغيرات منها:

المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية	النوع - مادة المعالجة التجريبية	فاعلية برنامج قائم على الانفوجرافيك

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: دراسة وتحليل وتفسير موضوع فاعلية برنامج قائم على الانفوجرافيك لتنمية أخلاقيات الإعلام الجديد لدى طلاب الإعلام وعلاقته بمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لديهم؛ دون التطرق إلى موضوعات إعلامية أخرى.

الحدود المكانية: تطبيق أدوات الدراسة على طلاب جامعة المنوفية الموجودين بمحافظة المنوفية دون غيرها من المحافظات أو الجامعات.

الحدود الزمانية: اقتصرت الدراسة الحالية في تطبيق أدواتها التجريبية والميدانية على الفترة الزمانية من شهر فبراير حتى شهر مايو وهو ما يعادل النصف الثاني من العام الجامعي 2021/2022م، دون الامتداد أو التطبيق في أي فترات زمنية أخرى.

الحدود البشرية: عينة من طلاب جامعة المنوفية كلية الإعلام **الفرقة الثانية** دون التطرق إلى أي فئات عمرية أو فرق دراسية مختلفة.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- **منهج الدراسة:**

يتم استخدام منهجين للدراسة، هما:

- **المنهج الوصفي التحليلي؛** ذلك لأنه يهدف إلى جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها من خلال الاطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة .
- **المنهج التجريبي؛** لملاءمته لطبيعة البحوث في العلوم الإنسانية، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي ذو المجموعة الواحدة لدراسة فاعلية برنامج في الإعلام التربوي القائم على الانفوجرافيك (**المتغير المستقل**) في تنمية أخلاقيات الإعلام الجديد

ومهارات إنتاج الرسالة الإعلامية (المتغير التابع)، ويتمثل في قياس قبلي لأدوات الدراسة مع دمج العينة في عملية التعلم، ثم قياس بعدي.

(1) اختيار عينة الدراسة: تم حصر أعداد الطلاب والطالبات بالفرقة الثانية، كلية الإعلام جامعة المنوفية، في الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي 2021/ 2022، وتم اختيار مجموعة البحث التجريبية والضابطة بطريقة عشوائية.

(2) التأكد من عدم وجود فروق بين المجموعتين في الجانب المعرفي، وذلك من خلال تطبيق الاختبار التحصيلي ومقياس اتجاهات أخلاقيات استخدام وسائل الإعلام الجديد تطبيقاً قبلياً ثم مقارنة متوسطات درجات المجموعتين باستخدام اختبار (ت).

(3) تطبيق مادة المعالجة التجريبية القائمة على استخدام الإنفوجرافيك Infographics، على أن تدرس المجموعة الضابطة بالطرق التقليدية.

(4) إعادة تطبيق أدوات القياس بعدياً، وذلك للأسباب التالية:

(أ) التأكد من وجود أثر فعال للتدريس بطريقة الإنفوجرافيك Infographics على المجموعة التجريبية من خلال مقارنة متوسطات درجات تلك المجموعة في التطبيق القبلي والبعدي باستخدام اختبار (ت) وذلك في كل من: الاختبار التحصيلي ومقياس اتجاهات أخلاقيات استخدام وسائل الإعلام الجديد، مع حساب الفاعلية الداخلية لمادة المعالجة التجريبية في تلك الاختبارات.

(ب) المقارنة بين نتائج المجموعة التجريبية مع نتائج المجموعة الضابطة من خلال مقارنة متوسطات درجات المجموعتين في التطبيق البعدي باستخدام اختبار (ت)، وذلك في كل من الاختبار التحصيلي ومقياس اتجاهات أخلاقيات استخدام وسائل الإعلام الجديد.

أدوات الدراسة: بعد اطلاع الباحثة على العديد من الدراسات والأدبيات، قامت الباحثة بإعداد أدوات الدراسة التجريبية من خلال تصميم أسئلة الصواب والخطأ وأسئلة اختيار من متعدد، ويمثل هذا الاختبار المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية.

وقامت الباحثة بعرض الاختبار على عدد من المحكمين للتأكد من صلاحيته للتطبيق وعمل معدل السهولة والصعوبة، ثم قامت الباحثة بإعداد مقياسين للدراسة الميدانية، هما: مقياس أخلاقيات الإعلام الجديد، ومقياس دور وفاعلية الإنفوجرافيك في تنميته مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية.

مقياس الفاعلية	مقياس الاخلاقيات	نوع المقياس
اشتمل على محورين: المحور الاول تكون من (7) عبارات المحور الثاني تكون من (8) عبارات	اشتمل على ثلاثة محاور بواقع (5) عبارات لكل محور إجمالي العبارات (15) عبارة	عدد المحاور والعبارات
1،2،3	1 ، 2 ، 3	طريقة التصحيح

وبعد عرض المقاييس على المحكمين، والتأكد من صلاحيتها للتطبيق، والتأكد من السلامة اللغوية، تم إجراء جميع التعديلات، وتم التطبيق على أفراد العينة.

م	ما تم تطبيقه	نوع التطبيق	زمن التطبيق
1	جلسة افتتاحية.	-	30 دقيقة
2	اختبار أخلاقيات استخدام وسائل الاعلام الجديد.	قبلي	30 دقيقة
2	مقياس تأثير الانفوجرافيك في تحسين مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية.	قبلي	30 دقيقة
4	مقياس أخلاقيات استخدام وسائل الاعلام الجديد.	قبلي	30 دقيقة
5	مادة المعالجة التجريبية الخاصة بالإنفو جرافيك.	-	45 دقيقة
6	اختبار أخلاقيات استخدام وسائل الاعلام الجديد.	بعدي	30 دقيقة
7	مقياس تأثير الانفوجرافيك في تحسين مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية.	بعدي	30 دقيقة
8	مقياس أخلاقيات استخدام وسائل الاعلام الجديد.	بعدي	30 دقيقة

اعتمدت الباحثة على المنهج المختلط، وذلك بالجمع بين المنهج التجريبي Experimental Method والذي يعد أكثر المناهج العلمية ملاءمة لرصد الحقائق وسرد التفسير والتحليل على أساس من الصدق المنهجي والضبط، والذي يتوفر فيه مقومات وإجراءات تحقق للدراسة الصدق الداخلي والخارجي، لذلك يعد المنهج الأكثر ملاءمة لاختبار العلاقات السببية وتأكيد صحة وجودها من عدمه، بالإضافة إلى المنهج الوصفي، وذلك بدراسة أخلاقيات الإعلام الجديد لدى طلاب الإعلام التربوي، واتجاهاتهم نحو دور الانفوجرافيك في تنمية مهارات إنتاج رسائل الإعلام الجديد، بتطبيق أداة استبيان تشتمل على مقياسين، تناول الأول: (أخلاقيات استخدام الإعلام الجديد، وركز الثاني على: (دور الانفوجرافيك في تنمية مهارات إنتاج رسائل الإعلام الجديد).

واختارت الباحثة من التصميمات المنهجية نظام القياس (القبلي – البعدي) للمجموعتين التجريبية والضابطة بحيث يتم التحقق من تكافؤ المجموعتين قبل الدراسة؛ حتى يتثنى للباحثة تعرف أثر المتغير المستقل (التدريس بطريقة الإنفوجرافيك Infographics) على المتغيرات التابعة، وهي: (التحصيل المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية عن طريق اختبار/ واتجاهات عينة الدراسة نحو أخلاقيات استخدام وسائل الإعلام الجديد/ دور الانفوجرافيك في تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية)، واستخدمت الباحثة مع المجموعة الضابطة (الأسلوب التقليدي في التدريس)، ثم أجرت الباحثة مقارنة بين نتائج التطبيقين (القبلي – البعدي) وذلك لحساب الفرق بين مجموعتي الدراسة لتعرف مدى تكافؤ المجموعتين؛ مما يرجع التأثير والفرق بينهما إلى المتغير المستقل (التدريس بطريقة الإنفو جرافيك Infographics).

● مصطلحات الدراسة:

- **فاعلية:** يقصد بها الأثر الذي يمكن أن تحدثه المعالجة التجريبية باعتبارها متغيراً مستقلاً في المتغيرات التابعة، ويمكن قياسها إحصائياً عن طريق حساب الدلالة للمؤشر الإحصائي المقدم⁽¹⁷⁾

وتعرفها الباحثة إجرائياً بأنها: مستوى التغير الذي يحدثه البرنامج المقترح من خلال ممارسة العينة والتعرض لمحتوى هذا البرنامج وتنفيذ ما جاء به من مهارات تسهم في

رفع الاستعداد النفسي والمهني للطلاب لكي يصبحوا إعلاميين قادرين على إنتاج رسالة إعلامية تنسم بالجودة والدقة.

الانفوجرافيك: أجمعت الباحثون على أنه: عرض مرئي للبيانات والمعلومات يمزج بين الكلمات والرسومات والصور في كل واحد بطريقة مرتبة و مختصرة لتيسير فهم المعلومات المعقدة (18)

وتعرفه الباحثة إجرائيا بأنه: أنها أداة بصرية تعتمد على عديد من المثيرات السمعية والبصرية التي تستخدم في تنمية أخلاقيات الإعلام الجديد وبالتالي إكسابهم مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية.

أخلاقيات الإعلام الجديد: تعرفها الباحثة إجرائيًا بأنها مجموعة من المبادئ والأسس والمعايير التي تتضمن حقوق الملكية وحقوق النشر وعدم الخوض في الشائعات والالتزام بمعايير الكتابة الأخلاقية التي تحافظ على المجتمع وقيمه ومعاييره.

التعريف الإجرائي لأخلاقيات الإعلام الجديد: التزام الإعلامي المستخدم لتقنيات الإعلام الجديد بالمعايير والضوابط المهنية وبمستوى أخلاقي عال حيث يلتزم فيه بالرقابة الذاتية، ويتمتع بالنزاهة، ويمتنع عن كل ما يسيء لأخلاقيات الإعلام الجديد، وتتصب معايير الأخلاقيات في الغالب على قيم رئيسية متداخلة، تشمل: (مراعاة المصلحة العامة، والمسؤولية الاجتماعية، والمصادقية، والموضوعية، والاحترام، والأمانة الأخلاقية، و احترام المصدر، والانتماء الوطني، والتوازن في طرح الآراء المختلفة، والحيادية، والاعتذار من الخطأ، و خصوصية الأفراد.

الإطار المعرفي للدراسة:

تعد الأخلاقيات من أهم المحاور التي تشغل الباحثين خاصة في ظل انتشار العديد من الضغوط المهنية والأخلاقية، ومنها: الاختراق وعدم احترام الخصوصية والعديد من الضغوط المهنية، لذا زادت أهمية الأخلاقيات في الآونة الأخيرة مع سرعة انتشار وسائل الاعلام الجديد وممارسة العديد من الأفراد الكتابات الصحفية عبر صفحاتهم الخاصة، ومن هنا تكمن أهمية تدريس مبادئ وأسس الأخلاقيات لطلاب كليات الإعلام باعتبارهم هم إعلاميي الغد، وتسعى الباحثة من خلال هذه الدراسة الربط بين التطبيقات والوسائط الحديثة التي يمكن استخدامها في عمليات التدريس وخاصة في المواد التي تحتوي على مهارات مهنية وعملية لذا تعتبر هذه الدراسة محاولة للربط بين الانفوجرافيك بوصفه وسيلة للتعليم تمتاز بالجاذبية والتشويق والتغذية الراجعة وكيفية توظيفها في تنمية مهارات الطلاب وتوفير كم من الاخلاقيات التي تسهم بطريقة أو بأخرى في إنتاج رسالة إعلامية جيدة ومفيدة للمجتمع وفي الوقت نفسه خالية من الشائعات للحفاظ على الأمن النفسي والقومي.

مفهوم الانفوجرافيك Infographic :

يعد الانفوجرافيك من الوسائل والأساليب التي يمكن استخدامها في تنمية مهارات الطلاب وإكسابهم العديد من المهارات وتنميتها، وقد ظهر مصطلح "الرسوم المعلوماتية" (الانفوجرافيك) أول مرة في عام 1878م عندما قام جيمس جوزيف سيلفستر بنشر مجموعة

من الرسوم المعلوماتية في مجلة Nature العلمية، والتي توضح العلاقة بين خواص الرياضيات والسندات الكيميائية؛ ومن ثم هنا يمكن القول بأن الانفوجرافيك يستخدم في شرح وتبسيط المعلومات المعقدة التي تعتمد المفاهيم المعقدة. (19)

يمكن اعتبار الانفوجرافيك من المفاهيم الحديثة التي تحمل العديد من وجهات النظر والرؤى التي تعكس تخصص كل باحث، حيث يرى البعض أن الانفوجرافيك نوع مستحدث من الرسوم المعلوماتية، ولكنه في الحقيقة يعود تاريخياً إلى عصور ما قبل الميلاد عندما نقش الإنسان الصور والرموز على جدران الكهوف والمعابد (20)

وعند الرجوع إلى تجزئة المصطلح، يتضح كلمة "Infographic" تتكون من الكلمتين "info" وتعني المعلومات و"graphic" وتعني التصوير، ويتم اختصارهما من التعبير "graph information" (Shafipoor et al., 2016, 40) يطلق عليه "العمارة المعلوماتية" و " تصور البيانات" و " تصميم المعلومات" و " تمثيل المعلومات " (21) و"التصاميم المعلوماتية" و "إنفوجرافكس" و "البيانات التصويرية التفاعلية" و " الصورة المعلوماتية" و " تجسيد البصري للبيانات" (22)

ومن باب التبسيط والتوضيح والتفسير يعرفه (ماريان ميلاد، 2015، 133)(23) بأنه: فن تحويل بيانات ومعلومات ومفاهيم معقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وبطريقة سهلة وسلسلة، ويرى البعض أنه فن من الفنون التي تساعد في تقديم المناهج الدراسية بأسلوب جديد وممتع ومثير؛ حيث إنه ظهر بتصميماته المتنوعة في تحويل المعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يتم عرضها في شكل جذاب.

وعلى الصعيد الغربي كانت التعريفات الأجنبية أكثر دقة متمثلة في بعض آراء العلماء والباحثين، حيث يشير (Heer et al, 2010,61)(24) إلى أن الانفوجرافيك هو تمثيل المعلومات بصورة مرئية معززة برسوم، بهدف عرض وإظهار المعلومات المعقدة بصورة تجعل فهمها يحدث بشكل أسرع وأكثر وضوحاً، ويرى (Gray, 2007,5)(25) أن الانفوجرافيك أداة بصرية تفسر ذاتياً بوضوح، ويمكن فهم محتواها من خلال التكامل بين الصور والكلمات بما يساعد على الفهم بشكل أسرع وأيسر.

ولن نتوقف التعريفات عند هذا الحد فقط، ولكن أكد البعض أنها عرض مرئي يمكن من خلاله عرض العديد من البيانات والمعلومات بغض النظر عن تعدد التخصصات العلمية والبحثية، حيث وضح كل من: (Nuhoglu Kibar & Akkoyunlu, 2014,3)(26) أن الانفوجرافيك هو العرض المرئي لأي بيانات أو معلومات تهدف إلى تقديم المعلومات بطريقة سريعة وواضحة، كما أنه تصور البيانات أو الأفكار التي تحاول نقل المعلومات المعقدة إلى الجمهور بطريقة يمكن استهلاكها بسرعة وفهمها بسهولة.

ويرى (Yarbrough, 2019,3)(27) أنه أداة تصميمية تجمع بين الصور والنصوص والأفكار بما يجعلها أوضح وأكثر اختصاراً، بينما يرى آخرون (28) أن الانفوجرافيك تمثيل بصري للمعلومات والأفكار من خلال توظيف الأشكال البصرية المختلفة لتوضيح فكرة ما، ويعرض كمية كبيرة من المعلومات بشكل مبسط ومفهوم يصل

بسرعة إلى المتلقي ويجمع بين المعلومات والتصميم لتمكين التعلم البصري، وتقديم المعلومات المعقدة بطرق أكثر سهولة.

ويشير إليه (Smiciklas, 2012,3)⁽²⁹⁾ أنه نوعٌ من الصور التي تمزج البيانات مع التصميم؛ مما يساعد الأفراد والمنظمات على توصيل الرسائل إلى جمهورهم بإيجاز، ويرى (إيمان محمد مكرم، 2016، 118)⁽³⁰⁾ أنه أداء تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى رسوم مصورة يسهل على من يراها استيعابها دون الحاجة إلى قراءة الكثير من النصوص، كما يعرفه (Alqudah et al, 2019,685)⁽³¹⁾ بأنه: شكل اتصالي مرئي لديه القدرة على إيصال المعنى المقصود من العرض بصرياً، ويساعد المتلقي على إدراك المعلومات من قبل القالب المعروضة من خلاله المعلومات.

و ترى الباحثة من خلال ما تم عرضه ورصده من تعريفات سابقة سواء على المستوى العربي أو على المستوى الأجنبي أن الانفوجرافيك بيئة تعليمية مرئية مرنة تعمل على تسهيل تقديم المعلومات وتلخيص البيانات وتقديمها بطريقة منظمة و متدرجة و متماسكة لتنشيط عمليات فهم وإدراك المعلومات، ووضعها في شكل صورة تجذب انتباه المتلقي من خلال عمليات الاتصال المرئي؛ ومن ثم تستخدم في ترسيخ المبادئ والقوانين الخاصة بالمجال الإعلامي حيث يحتوي المجال الإعلامي على العديد من المهارات الإعلامية التي لا يمكن اكتسابها بمجرد الحفظ والتلقين، بينما تعتمد على الطرق الحديثة التي تساعد في ترسيخ البيانات.

ويعتبر الانفوجرافيك من أنسب الطرق والوسائل التي تسهم في زيادة المعرفة والحصيلة المهارية لدى المتعلمين وخاصة طلاب الجامعة الذين يبحثون عن المعلومات بطرق مثيرة وجذابة، لذا فالرسوم البيانية عبارة عن عروض مرئية للبيانات والمعلومات والمعرفة باستخدامها يمكن تقديم المعلومات والأرقام والمعرفة بطريقة مرئية في شكل مخططات ورموز وصور وخرائط تجعل المتلقي لها يستوعبها بشكل أسهل وأسرع وأعمق.

مكونات الانفوجرافيك:

الانفوجرافيك بوصفه وسيلة مرئية تعليمية يحتوي على العديد من المكونات التي تشكل في النهاية وسيلة تعليمية فعالة تساعد المتعلمين في تنمية مهارات خاصة بالمجال المهني، مثل: التحرير والإعداد والإخراج حيث، تشترك جميع أنواع الانفوجرافيك في مجموعة من العناصر الأساسية المكونة للانفوجرافيك بشكل عام، و هذه المكونات هي:

- **العنصر البصري:** يشتمل على الألوان والصور والرسوم البيانية والأشكال وهو من أهم مكونات الانفوجرافيك، وقد اعتمدت الباحثة على هذا العنصر بشكل كبير خاصة في الأجزاء الخاصة بحقوق النشر، وكيفية الحفاظ على الخصوصية والمهنية، ونشر المعلومات والبيانات التي تخدم المجتمع.
- **المحتوي النصي:** يشمل النصوص المكتوبة، وهو العنصر الذي يبنى على أساسه التصميم، وتظهر أهميته في الشرح المبسط للعنصر البصري، حيث تحتوي المهارات على بيانات معلوماتية ومعرفية، وهذه المعلومات المعرفية عبارة عن نصوص كتابية.⁽³²⁾

• **المعرفة أو المفهوم:** هو طريقة تقديم وعرض الفكرة، مثل: العرض في جداول أو رسوم أو تسلسل زمني، وهذا هو ما يميز الانفوجرافيك ويجعله واضحًا⁽³³⁾

• **أخلاقيات الإعلام الجديد:**

ارتبط الإعلام الجديد بالتطورات التي شهدتها شبكة الإنترنت والإمكانات التفاعلية التي تتيحها، وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والتجارب والخبرات⁽³⁴⁾.

ومع تعدد المزايا التي توفرها تكنولوجيا الإعلام الجديد، هناك مجموعة من الإشكاليات الجديدة التي خلفتها وراءها، فالجمهور اليوم يحتاج أكثر من أي وقت مضى إلى إعلاميين قادرين على اتخاذ القرارات ووضع هذه المعلومات في سياقها، وتقديمها في صورة مفهومة لدى القراء⁽³⁵⁾

ومن هذا المنطلق أصبح موضوع التفكير في الضوابط الأخلاقية للإعلام الجديد أمرًا ملحًا، حتى لا نصبح أمام فوضى عارمة تتعلق بواقع الإعلام الجديد ودوره. وأصبح هناك ضرورة عاجلة لوضع واجبات وضوابط أخلاقية جديدة من شأنها تنظيم آليات وفعاليات وأدوار الإعلام الجديد.

ومن خلال ما سبق فإن هذه الدراسة تحاول الكشف عن مدى فهم واستيعاب الصفوة العاملين في حقل الإعلام الجديد للأخلاقيات الحاكمة لهذا المجال كما تسعى أيضا لتعرف على واقع اتجاهاتهم نحوها⁽³⁶⁾

أخلاقيات الإعلام: هي الأخلاق المتعلقة بمهنة الإعلام بشتى أنواعه وأنماطه، وتشمل واجبات الإعلاميين وحقوقهم وطبيعة أعمالهم⁽³⁷⁾

مفهوم أخلاقيات الإعلام:

ينظر إلى أخلاقيات الإعلام على أنها تلك الأخلاقيات المتعلقة بمهنة الإعلام، وهي مجموعة القواعد والواجبات المسيرة لمهنة الصحافة، أو هي مختلف المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحفي أثناء أدائه لمهامه، وتتصل هذه المعايير بالكتابة وقواعد الوقائع وعلاقة الصحفي بالمصادر والمؤسسات وغيرها.

فالأخلاقيات يصوغها الصحفيون من أنفسهم في إطار النقابات المهنية أو تضعها مؤسسات (الميديا)، وهي تختلف عن القوانين التي يضعها البرلمان، ويمكن أن تطبق على بعض القضايا والممارسات الصحفية عن طريق المحاكم والقضاء.

وقد حددت أخلاقيات الإعلام بقواعد السلوك المهني، وهي توضح للصحفي ما له وما عليه، ومنها: ضمان حرية الإعلام والصحافة، و حرية الوصول إلى مصادر المعلومات، و الموضوعية، و الدقة والصدق والموضوعية والمسؤولية تجاه الرأي العام، والحفاظ على السلام والنزاهة والاستقلالية، وضرورة الامتناع عن التشهير، وحق الرد والتصحيح، واحترام السرية المهنية⁽³⁸⁾.

أخلاقيات استخدام الاعلام الجديد

ظهرت الحاجة إلى إيجاد مجموعة من الأطر الأخلاقية التي تجعل من وسائل الإعلام الجديدة بأنواعها كافة وسائل فعالة للاتصال الهادف، إلا أن عملية وضع الضوابط والأحكام الخاصة بأخلاقيات التعامل مع تلك الوسائل قد تتنوع باتجاهات عدة، منها ما يؤكد الالتزام الديني والأخلاقي والمهني والقانوني والتنظيمي والتشريعي، إلا أن الباحثة تورد فيما يلي سنورد ما هو عام يجمع بين تلك الأطر⁽³⁹⁾

أولاً: أخلاقيات استخدام وسائل الإعلام الجديد بين المستخدم ونفسه : ينبغي لمستخدم أية وسيلة من وسائل الإعلام الجديد مراعاة أن تتفق استخداماته مع تعاليم الأديان السماوية واحترام الذات والقيم والمبادئ والعادات والتقاليد، وهي ترتكن إلى الوازع الديني والأخلاقي العام لمراقبة الذات، حتى يمكن تجاوز تلك النوعية من المشكلات.

ومن أمثلة تلك الأخلاقيات: احترام الذات، وعدم تعريض الذات للأخطار، و عدم النظر إلى المحرمات وكل ما لا فائدة من ورائه، و عدم إضاعة الوقت عند استخدام الشبكة، و عدم الإضرار بالجسم وإعطائه الراحة الواجبة.

ثانياً: أخلاقيات استخدام وسائل الإعلام الجديد بين المستخدم نفسه والمستخدمين الآخرين : وتضم الأخلاقيات التي تتعلق “بالآلة” أو بمستخدمين آخرين ، وهو القسم الذي يمكن أن تسن له القوانين، إلا أن المحور الأساسي لتطبيق هذه القوانين هو الوازع الشخصي ، ويضم هذا المحور الجوانب الآتية:

1. يتعين على مستخدمي التكنولوجيا التعريف بأنفسهم بشكل واضح وصريح في كل النشاطات.
2. احترام الآخرين وأفكارهم وآرائهم وعدم السخرية منهم، وتجنب الإساءة إليهم.
3. توخ الدقة والمباشرة والإيجاز في طرح الأفكار ومحاورة الآخرين.
4. مراعاة حقوق النشر أو التأليف، وحقوق الملكية الفكرية لأية معلومات .
5. تجنب انتهاك خصوصيات الغير، أو التعدي على حقهم في الاحتفاظ بأسرارهم.
6. تجنب إرسال الرسائل المسلسلة – وهي رسالة يبعث بها إلى مجموعة من الأشخاص على التوالي، ويقوم كل فرد من المجموعة بإعادة إرسالها إلى مجموعة أخرى، وفي معظم الأحيان يغلب على هذه النوعية من المراسلات تفاهة المحتوى، وتسبب هدرا للوقت ولموارد الشبكة.
7. تجنب التعرض لتعاليم الأديان جميعا بسوء، والابتعاد عن تجريح الرموز الدينية أو الهيئات أو الدول أو الشعوب، وعدم إثارة النعرات والحُميات المذهبية أو الطائفية.
8. تجنب نشر ما من شأنه بث الكراهية التي تشجع وتروج أو تحقر أو تشوه سمعة شخص أو مجموعة على أساس الجنس والعرق والدين والجنسية والتوجه الجنسي أو الإعاقة .
9. تجنب نشر ما من شأنه تعريض أمن الناس أو صحتهم أو سلامتهم للخطر .

10. تجنب نشر أو توفير محتوى غير لائق ومخل بالأداب، وخصوصاً التعري والجنس.
11. تجنب نشر أية إساءة لذوي الإعاقة الجسدية أو العقلية أو الحسية.
12. تجنب استخدام اللغة السيئة بما في ذلك عبارات الازدراء والكلمات النابية.

ثالثاً : أخلاقيات تقديم المحتوى ونشره:

إن وسائل الاعلام الجديدة على اختلاف أنواعها تتيح إمكانية التواصل بلا قيد أو شرط؛ مما يجعل المستخدم في حالة على اتصال بمجتمع أكبر، لكن هذا التواصل العارض السهل في نطاق البيئة الإلكترونية له جوانبه السلبية كذلك على الأخلاقيات والقيم؛ والتي يتوجب الأخذ به عند النظر في وضع الأطر التنظيمية الخاصة بتلك المواقع، فالإعلام الجديد فضاء يسع الجميع، فيجب أن يكون المستخدم حريصاً كل الحرص على الالتزام بأخلاقيات وآداب الإنترنت فيها؛ وذلك لمشاركة جميع فئات المجتمع فيه بمختلف مرجعاتهم وانتماءاتهم، فمن المفترض أن يكون استخدام تلك المواقع، والتطبيقات استخداماً سليماً، وتعكس صورة جميلة عن مستخدميه، ومن أهم آداب واخلاقيات نشر المحتوى ما يلي:

1. عدم التقليل من أهمية أفكار أو آراء الآخرين، وعدم السخرية منها، ومجادلة الآخرين بالتي هي أحسن دائماً، والحرص على تجنب الإساءة للآخرين أو جرح شعورهم.
2. الامتناع عن الإضرار بالغير حتى لو كنت محترفاً في اختراق مواقع الآخرين وصفحاتهم
3. الإيجاز في طرح الآراء والأفكار، والحرص على تقديم الأفضل، بما يعكس صورة مشرقة عنك وعن شخصيتك، وبما يعبر عن أفكارك بأرقى الوسائل.
4. الالتزام بالقانون، واتباع مبدأ التسامح إزاء ما يصدر من الآخرين بما يؤديك أو يضر بك.
5. احترام خصوصيات الآخرين، وعدم اختراقها بأي شكل من الأشكال.

الإشكالات القانونية المترتبة على استخدام الإعلام الجديد:

إن استخدام الإعلام الجديد يطرح مجموعة من الإشكالات القانونية التي لا تزال غير واضحة، منها:

- 1- تحديد المسؤولية الجنائية لجرائم النشر الإلكتروني التي ترتكب في مواقع التواصل الاجتماعي، وإمكانية ملاحقة المستخدم الذي يحرر ويتحكم في المحتوى والصور والبيانات
- 2- صعوبة التحكم بالمحتوى الذي يبث وينشر
- 3- عدم تمكن الهيئات الدولية من تقنين ووضع قواعد للعالم الافتراضي، وصعوبة تنفيذ الآليات القانونية لعوامل، أهمها: سيادة الدولة، وحدود الجرائم المفتعلة، إن كانت خارج الدولة أو داخلها.
- 4- عدم وضوح الهوية التي تزيد من عملية تعقيد وصعوبة المتابعة، والتقنين للملاحظات القضائية مع صعوبة الحماية الفكرية للمؤلف في مجال النشر الإلكتروني .

- 5- صعوبة وضع ميثاق شرف لأخلاقيات وضوابط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 6- الاستخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وانتشارها الواسع يدعو إلى ضرورة تطوير تشريعات وإجراءات وقواعد قانونية تلائم محتوى ما ينشر ويبث، و تتناسب مع طبيعة القواعد العامة للمجتمعات⁽⁴⁰⁾

– أهمية أخلاقيات الإعلام

أهم الأسباب التي جعلت الباحثين والمختصين يفكرون في البحث عن معايير القيم الأخلاقية والإعلامية، ومن هنا تكتسب أخلاقيات مهنة الإعلام أهمية خاصة، وذلك نظرا لأهمية رسالتها في مخاطبة الإنسان، ودورها المهم في تشكيل اتجاهاته ومعارفه وقيمه، وهي أيضا رسالة تحقق التواصل والترابط بين الشعوب والحضارات والثقافات والديانات، وتستوعب جميع جوانب الحياة الإنسانية، ومن هنا فإن أخلاقيات الإعلام تتخطى حدود الأخلاقيات الإنسانية بصفة عامة لا سيما مع ظهور الإعلام الإذاعي والتلفزيوني والتطورات المتلاحقة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال من البث المباشر والأقمار الصناعية وشبكات المعلومات.

ومع التطورات الإعلامية المتلاحقة ظهرت العديد من القوانين والمواثيق سواء الوطنية أم الإقليمية أم الدولية لأخلاقيات العمل الإعلامي، أبرزها:

● الإعلان العالمي لحقوق الإنسان عام 1948م :

من أبرز المواثيق الخاصة بأخلاقيات الإعلام على المستوى الدولي المادة التاسعة عشرة من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة 1948 والذي ينص على ما يلي:

- حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل.
- استقاء الأنباء والأفكار.
- تلقي هذه الأخبار وإذاعتها بأية وسيلة كانت دون تقييد بالحدود الجغرافية .

● العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية الصادر عام 1966م:

تعد المادة التاسعة عشرة من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية الذي أقرته الجمعية الأممية عام 1966م من أبرز التشريعات المتعلقة بأخلاقيات الإعلام وخاصة بما يختص بالحرية والمسؤولية الإعلامية، والتي نادى بالحقوق التالية :

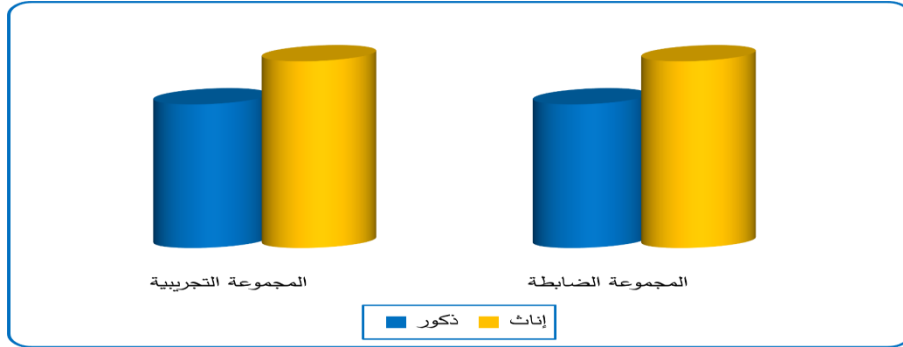
- لكل فرد الحق في اتخاذ الآراء دون تدخل.
 - لكل فرد الحق في حرية التعبير، وهذا الحق يشمل حق البحث عن المعلومات والأفكار وتسلمها ونقلها بغض النظر عن الحدود إما شفاهة أو كتابة أو طباعة، وبأية وسيلة كانت.
 - ترتبط ممارسة الحقوق المنصوص عليها في الفقرة الثانية من هذه المادة، بواجبات ومسؤوليات خاصة، وعلى ذلك فإنها قد تخضع لقيود معينة .
- وذلك بالاستناد إلى نصوص القانون، والتي تكون ضرورية من خلال ما يلي :

- من أجل احترام حقوق وسمعة الآخرين.
- من أجل حماية الأمن الوطني أو النظام العام.

وعلى الرغم من وجود العديد من المواثيق الدولية الأخرى الخاصة بالأخلاقيات الإعلامية، فإن هذين النصين من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية قد تم اختيارهما؛ لما يتمتعان به من سمعة الالتزام على المستوى الدولي كمرجعية للمنظومة التشريعية الوطنية أو المحلية⁽⁴¹⁾.

مجموعات الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة عشوائية من طلاب الإعلام بجامعة المنوفية قوامها (146 مفردة)، وتمثلت مجموعات الدراسة التجريبية في اختيار نظام المجموعتين المتكافئتين (الضابطة والتجريبية) من الشباب الجامعي (كلية الإعلام) بواقع (92 طالبًا وطالبة مقسمين على مجموعتين: المجموعة التجريبية (46 مفردة، 20 ذكراً و 26 أنثى)، والمجموعة الضابطة (46 مفردة، 20 ذكراً، و 26 أنثى)، ويوضح الشكل (1) تمثيل عينة الدراسة من حيث النوع:



شكل (1) توصيف عينة الدراسة من حيث النوع

وحرصاً من الباحثة على سلامة النتائج حتى ينتهي للدراسة الوصول إلى نتائج قابلة للتعميم وصالحة للاستخدام، تبنت الباحثة طريقة (المجموعتين التجريبية والضابطة وطريقة التطبيق القبلي والبعدي)، حيث يعتمد على تكافؤ وتطابق المجموعتين من خلال تطبيق الاختبار على أفراد المجموعتين، ثم مقارنة المتوسطات الحسابية في بعض المتغيرات، وقد تم ضبط متغير: النوع (ذكور/ إناث) للتأكد من تكافؤ تلك المتغيرات قبل البدء بتطبيق (التدريس بطريقة الإنفو جرافيك Infographics) على عينة الدراسة كما يلي:

(1) تكافؤ مجموعتي البحث في متغير النوع:

جدول (1)

قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المجموعة التجريبية والضابطة في النوع (ذكور/ إناث)

النوع	تجريبية		ضابطة		إجمالي		قيمة كا2	مستوى الدلالة
	%	ن	%	ن	%	ن		
ذكور	43.5	20	43.5	20	43.5	40	8.277	0.825
إناث	56.5	26	56.5	26	56.5	52		

يتضح من بيانات جدول (1) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين التجريبية و الضابطة ترجع إلى متغير النوع، حيث جاءت قيمة كا2 غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، وهذا يدل على تكافؤ المجموعتين التجريبية و الضابطة.

وذلك من أجل تحديد كفاءة المجموعة وتحقيق التماثل وعدم وجود خلل في البيانات والمعلومات التي تحصل عليها الباحثة؛ وذلك من أجل ضبط المجموعة.

– تكافؤ مجموعتي البحث (التجريبية/ والضابطة):

تم التحقق من تكافؤ مجموعتي البحث قبل تطبيق أدوات الدراسة وذلك بتطبيق الاختبار على مجموعتي الدراسة قبلياً وحساب قيمة (ت) لتعرف دلالة الفروق بين متوسطات درجات المجموعتين التجريبية والضابطة، كما يوضح جدول (2):

جدول (2)

دلالة الفروق بين متوسطي القياس القبلي لأفراد مجموعتي البحث التجريبية والضابطة في اختبار التحصيل المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية

الاختبار	المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة
التطبيق القبلي	الضابطة	46	17.46	3.298	0.551	0.583
	التجريبية	46	17.83	3.129		

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (ت) = (0.551) عند مستوى دلالة (0.583)، وهي قيمة أكبر من (0.05) أي غير دالة إحصائياً؛ مما يؤكد عدم وجود فروق حقيقية بين متوسطات درجات كل من المجموعتين التجريبية والضابطة في التحصيل المعرفي، مما يؤكد تكافؤ مجموعتي البحث قبلياً بالنسبة للتحصيل المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية.

وباستقراء نتائج جدولي الدراسة رقم (1) ورقم (2) يتضح تكافؤ مجموعتي الدراسة (التجريبية والضابطة) وتجانسهما، حيث لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد المجموعتين في متغير النوع، وكذلك في متوسط درجات اختبار التحصيل المعرفي الخاص بمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية، ونظراً لحاجة الباحثة لتعرف على تأثير (طريقة الإنفو جرافيك Infographics) في التدريس قامت بتثبيت تلك المتغيرات لضمان معرفة حجم تأثير طريقة التدريس بطريقة الإنفو جرافيك Infographics لطلاب قسم الإعلام الفرقة الثانية.

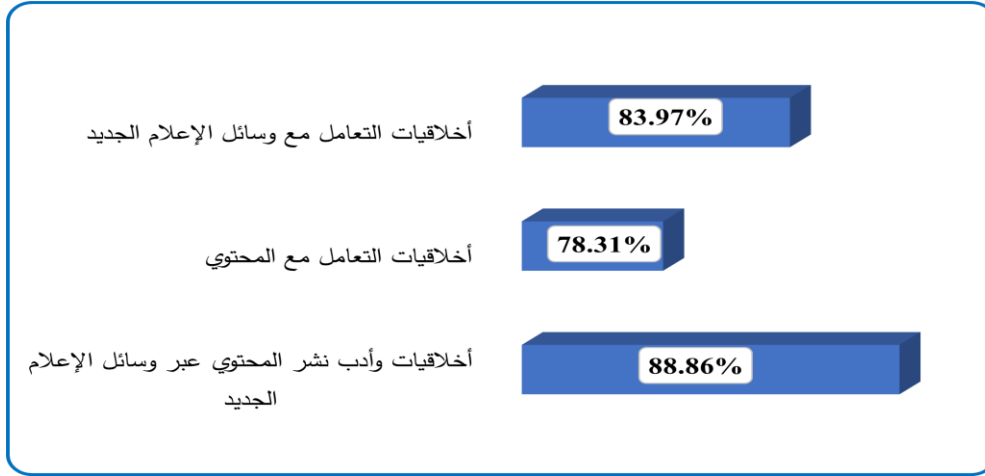
نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

– أخلاقيات استخدام طلاب قسم الإعلام لوسائل الإعلام الجديد.

جدول (3) أخلاقيات استخدام عينة الدراسة للإعلام الجديد

الوزن النسبي	معارض	محايد	موافق	أخلاقيات استخدام الإعلام الجديد	
92.47	1	31	114	عدم التقليل من أهمية أفكار أو آراء الآخرين ، ولا تسخر منها، وجادل غيرك بالتي هي أحسن دائماً ، واحرص على تجنب أن تسيئ لغيرك أو تجرح شعورهم.	أخلاقيات
89.04	8	32	106	الامتناع عن الإضرار بالغير، حتى لو كنت محترفاً في اختراق مواقع الآخرين وصفحاتهم.	وأدب نشر
89.95	5	34	107	الإيجاز في طرح الآراء والأفكار، والحرص على تقديم الأفضل، بما يعكس صورة مشرقة عنك وعن شخصيتك، وبما يعبر عن أفكارك بأرقى الوسائل.	المحتوي عبر وسائل
82.88	15	45	86	الالتزام بالقانون، واتباع مبدأ التسامح إزاء ما يصدر من الآخرين بما يؤذيك أو يضر بك.	الإعلام الجديد
89.95	6	32	108	احترام خصوصيات الآخرين، وعدم اختراقها بأي شكل من الأشكال.	
67.58	40	62	44	يعتبر تحرير المحتوى قبل نشره على صفحتي الشخصية جريمة انتحال.	
68.04	33	74	39	استخدام المونتاغ وأدواته المختلفة يعتبر من جرائم التزييف العميق للمحتوى.	أخلاقيات
81.96	18	43	85	لا بد من ذكر مصادر الخبر والمحتوى الذي أقوم بنشره عبر صفحتي الشخصية.	التعامل مع المحتوى
89.04	6	36	104	أتأكد من نشر وتحليل المعلومات قبل نشرها أو مشاركتها عبر الصفحات الخاصة.	
84.93	7	52	87	لا أقوم بمشاهدة المحتويات المجهولة المصدر لحماية نفسي من الاختراق.	
91.32	5	28	113	أمن حسابي بأرقام سرية قوية خوفاً من استغلال حسابي للتشهير بأحد من الزملاء.	
90.64	8	25	113	الخصوصية تعتبر من أهم أخلاقيات استخدام الإعلام الجديد.	أخلاقيات
76.26	35	34	77	لا أمنع نفسي من تصفح جميع المواقع بغض النظر من أنها إباحية أو معلوماتية.	التعامل مع وسائل الإعلام الجديد
86.30	3	54	89	لدي قدرة على التمييز بين المواقع النافعة والمفيدة والمواقع السلبية التي تضر معلوماتي.	
75.34	27	54	65	استخدم محرركات البحث غير المعروفة من أجل نشر محتويات غير معروفة ومجهولة المصدر.	



شكل (2) الأوزان النسبية لأبعاد أخلاقيات التعامل مع الإعلام الجديد

ترى الباحثة أن استحواذ أخلاقيات وأدب نشر المحتوى عبر وسائل الإعلام الجديد في الترتيب الأول بالنسبة لباقي الأخلاقيات، ويدل ذلك على أن من أكثر ممارسات الأخلاقيات لدى عينة الدراسة هي أخلاقيات نشر المحتوى، ومن خلال حلقات النقاش تبين للباحثة أن من أكثر الأنشطة التي يمارسها الطلاب عبر شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديد هي كتابة ومشاركة المنشورات المختلفة، وأكدوا مدى حرصهم على أن تكون هذه المنشورات خالية من الخلل الخلفي، وأن تكون مفيدة ولا تحتوي على معلومات خادشه للحياء أو قد تسيء لأحد الأشخاص المتواجدين على الصفحات، ومن ثم فلديهم وعي بأهمية المحافظة على أسس ومبادئ النشر المختلفة، في حين جاءت أخلاقيات التعامل مع وسائل الإعلام الجديد في الترتيب الثاني، وتبين اهتمام الطلاب بكيفية التعامل مع وسائل الإعلام حرصاً منهم على الحفاظ على هويتهم وخصوصيتهم خوفاً من الاختراق، وأيضاً لديهم قدرة على التمييز بين المواقع المفيدة والنافعة والمواقع غير النافعة والضارة، وتعتبر هذه الأسس من أهم الأخلاقيات التي يجب الالتزام بها من خلال التعامل مع وسائل الإعلام الجديد، ولكن أثبتت النتائج أن عينة الدراسة بحاجة إلى دورات توعوية لكيفية التعامل مع المحتوى، حيث جاء في الترتيب الأخير، ومن ثم فهم بحاجة إلى كيفية التعامل مع المحتوى بحرص وبعناية، وفهم المحتوى بطريقة جيدة؛ لأن المحتوى يساعد على تشكيل المفاهيم والاتجاهات وكذلك رسم الرؤى والخطط، وهذا يوضح مدى وعي أفراد العينة ببعض الأخلاقيات الواجب توافرها لدى عينة الدراسة الحالية.

- إدراك طلاب الإعلام التربوي لدور الانفوجرافيك في تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية .

جدول (4) إدراك عينة الدراسة لدور الانفوجرافيك في تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية

الوزن النسبي	معارض	محايد	موافق	دور الانفوجرافيك في تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية	
88.13	2	48	96	زاد الانفوجرافيك من معلوماتي المعرفية الخاصة بأخلاقيات وسائل الإعلام الجديد.	تنمية الجانب المعرفي الخاص بأخلاقيات الإعلام الجديد
83.11	9	59	79	منحني الانفوجرافيك تفاصيل معرفية خاصة بالتشريعات والقوانين الإعلامية.	
86.07	8	45	93	زودتني المعلومات التي اكتسبتها من خلال الانفوجرافيك التعامل مع وسائل الإعلام الجديد.	
86.53	4	51	91	أسهمت معلومات الانفوجرافيك في زيادة المعارف لدي والخاصة بأخلاقيات استخدام وسائل الإعلام الجديد.	
87.44	5	45	96	أسهمت تقنيات الانفوجرافيك في تحديث وتطوير المعلومات الخاصة بأخلاقيات استخدام وسائل الإعلام الجديد.	
85.84	8	46	92	استخدام الانفوجرافيك في تعليم أخلاقيات الإعلام الجديد طور من قدراتي المعرفية في التعامل مع مخاطر الإعلام الجديد.	
84.47	3	62	81	ساعدت المعلومات التي حصلت عليها من خلال الانفوجرافيك في زيادة التحصيل المعرفي لدي.	
84.02	5	60	81	أمدتني معلومات الانفوجرافيك بمهارات كتابة المحتوى المنشور عبر وسائل الإعلام الجديد.	الجانب المهاري الخاص بإنتاج الرسالة الإعلامية
83.11	6	62	78	طور الانفوجرافيك من مهارات تحرير الرسالة الإعلامية الخاصة بي.	
82.42	9	59	78	زودتني معلومات الانفوجرافيك بمهارات كتابية وإخراجية خاصة بتحليل الرسالة الإعلامية.	
85.39	5	54	87	تمكنت من خلال متابعة الانفوجرافيك بتحديد الرسائل الإعلامية الجيدة والمفيدة.	
85.39	3	58	85	زودتني معلومات الانفوجرافيك باليات التعامل بمصادقية وموضوعية تجاه الرسائل الإعلامية المختلفة.	
82.65	8	60	78	تمكنت من خلال استخدام الانفوجرافيك في تحديد فنيات إنتاج الرسالة الإعلامية.	
85.62	5	53	88	أسهم الانفوجرافيك في تحديد أدوات جديدة لكتابة وتحرير المحتوى الإعلامي.	
84.25	8	53	85	مكنتني مشاهدة الانفوجرافيك من تحديد أساليب إخراجية مختلفة لرسائلي الإعلامية.	



شكل (3) الأوزان النسبية لأبعاد إدراك عينة الدراسة لأهمية الانفوجرافيك في تنمية مهارات إنتاج المحتوى الإعلامي

ترى الباحثة بناء على ما جاء من أرقام وإحصائيات خاصة بهذه الدراسة أن للرسالة الإعلامية مغزى كبيراً وأن الانفوجرافيك يسهم بدرجة كبيرة في تنمية الجوانب الخاصة بالرسالة الإعلامية؛ لذا تعد الرسالة الإعلامية هي أساس الاعلام كما أنها المصدر الأول للتحقيق والتوعية، و تؤدي الرسالة الإعلامية دوراً كبيراً في الترفيه وإزالة العديد من المشكلات والغموض الخاص بتفاصيل الموضوع المنشور بمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، كما تعد الرسالة هي الشغل الشاغل لوسائل وشبكات التواصل الاجتماعي، ومن هنا ترى الباحثة أن جودة الرسالة الإعلامية لن تكون بدون تحري الدقة والموضوعية وذلك من خلال الالتزام بأخلاقيات الرسالة الإعلامية وأخلاقيات تحريرها وإنتاجها ونشرها والالتزام بالمعايير والمبادئ الأخلاقية التي يمكن التحلي بها كإعلاميين ومبتدئين في مجال الإعلام وجب عليهم التمكن من مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية، وكذلك يتعين على منتجي الرسالة الإعلامية أن ينشدوا قمة الموضوعية في المواقف التاريخية التي تقابلهم، خصوصاً تلك التي تخص الانتقال الديمقراطي وكل ما يرتبط به من عمليات الانتخاب والاستفتاء الدستوري وتشبيد المؤسسات وتغطية حملات الأحزاب وغيرها من العمليات الدستورية المهمة التي يقتضيها الانتقال الديمقراطي، وما سيقابلهم من تحديات لاختبار نزاهة القضاء والالتزام الجيـش بمهامه الدستورية وعدم التدخل الخارجي في مصادرة الرأي العام وغيرها من القضايا مما يعني أن الخروج عن هذه المحاذير، سيقود إلى أخطاء وانحرافات خطيرة قد تورط الإعلاميين ومؤسساتهم الإعلامية في أدوار غير احترافية وغير مهنية وغير موضوعية، وهنا وجب على الإعلاميين وخاصة الطلاب الدارسين بكليات الإعلام عدم نشر رسائل إعلامية مشوهة للمعنى: لا تردد الاتهامات بدون سند، ولا تحرف الحقائق، ولا تنقل أية تصريحات عدائية، ولا تيبث الشكوك والإشاعات لأغراض نفسية واجتماعية مؤثرة (42)

ثانياً: نتائج الدراسة التجريبية:

عرض النتائج المرتبطة بأثر التعليم بطريقة الإنفو جرافيك Infographics على التحصيل المعرفي لطلاب قسم الإعلام الفرقة الثانية:

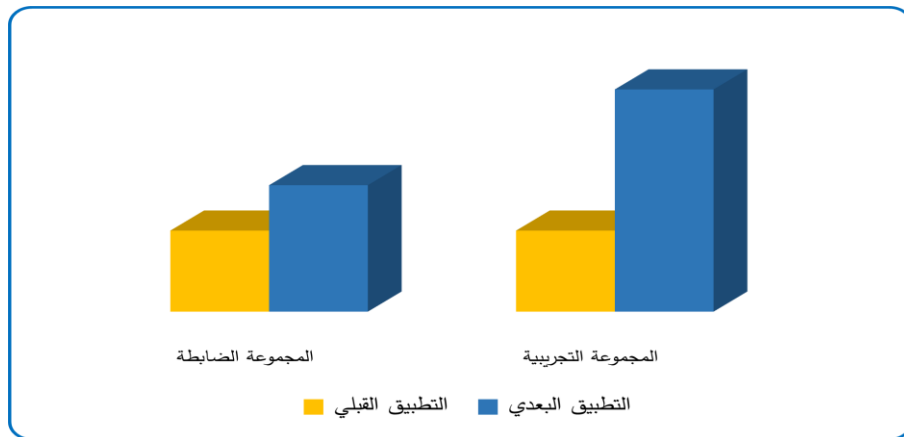
الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي درجات طلاب مجموعتي البحث في القياس البعدي في الاختبار التحصيلي الخاص بالمفاهيم المرتبطة بمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لصالح المجموعة التجريبية.

جدول (5)

دلالة الفروق بين متوسطي القياسين القبلي والبعدي لأفراد مجموعتي البحث التجريبية والضابطة في اختبار التحصيل المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية

المجموعة	الاختبار	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة
المجموعة الضابطة (الأسلوب التقليدي)	القبلي	46	17.46	3.298	0.551	0.583 غير دال
	البعدي	46	17.83	3.129		
المجموعة التجريبية (الإنفو جرافيك (Infographics)	القبلي	46	17.46	3.298	1.761	0.042 دال
	البعدي	46	18.61	2.970		

يتضح أن قيمة "ت" في الاختبار التحصيلي الخاص بالتدريس بطريقة الإنفو جرافيك Infographics في المجموعة التجريبية = (1.761) بمستوى دلالة (0.042) وهي أقل من مستوى دلالة (0.05)، أي أن قيمة "ت" دالة إحصائية؛ مما يثبت وجود فروق لصالح التطبيق البعدي في المجموعة التجريبية ترجع إلى أسلوب التدريس بطريقة الإنفو جرافيك Infographics، ويتضح أيضاً أن تكافؤ متوسطات درجات اختبار التحصيل المعرفي في كل من المجموعتين الضابطة والتجريبية يقابله ارتفاع ملحوظ في متوسطات درجات اختبار التحصيل المعرفي في التطبيق البعدي لصالح المجموعة التجريبية (متوسط درجات اختبار التحصيل المعرفي البعدي في المجموعة الضابطة = 17.46 في مقابل متوسط التطبيق البعدي للمجموعة التجريبية بطريقة الإنفو جرافيك Infographics = 18.61)؛ مما يدل على فاعلية طريقة "الإنفو جرافيك Infographics" في التدريس مقارنة بالأسلوب التقليدي (أنظر شكل 4)



شكل (4) متوسط درجات الاختبار لمجموعتي البحث

ترى الباحثة من خلال العرض السابق أن تأثير الانفوجرافيك يفوق الوسيلة التقليدية، كما أن التعليم من خلال الوسائل الحديثة ذو تأثير قوي وفعال، ويسهم في تعزيز نمط التعليم و تحسين التحصيل المعرفي الخاص بالأخلاقيات والمتعلقة بإنتاج الرسالة الإعلامية بالنسبة للمتعلمين، كما ترى الباحثة أن التعليم الخاص بالمهارات وتنميتها يحتاج إلى طرق وأنماط غير تقليدية حتى تساعد على فاعلية العملية التعليمية، وهذا ما حدث مع عينة الدراسة بالمقارنة بين المجموعتين التجريبية والضابطة، والتأكيد على فاعلية الانفوجرافيك.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (ماجد دياب، 2020) حيث أكدت أن الانفوجرافيك الثابت ينمي ويعمق الفهم ويزيد التحصيل المعرفي، ويعمل على احتفاظ الذاكرة بالمعلومات، ويجعل التعلم شائقاً ويبقى أثره فهو يعمل على تكامل الصور مع النص.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي درجات طلاب مجموعة البحث التجريبية في القياسين القبلي والبعدي على مقياس أخلاقيات استخدام الإعلام الجديد لصالح التطبيق البعدي.

تم حساب قيمة "ت" للفرق بين متوسطي درجات طلاب مجموعة البحث التجريبية في القياس القبلي والبعدي على مقياس أخلاقيات استخدام الإعلام الجديد، وذلك لقياس أثر التعليم بطريقة الإنفو جرافيك Infographics في تغيير الاتجاهات، وتم التوصل إلى النتائج الموضحة بجدول (4):

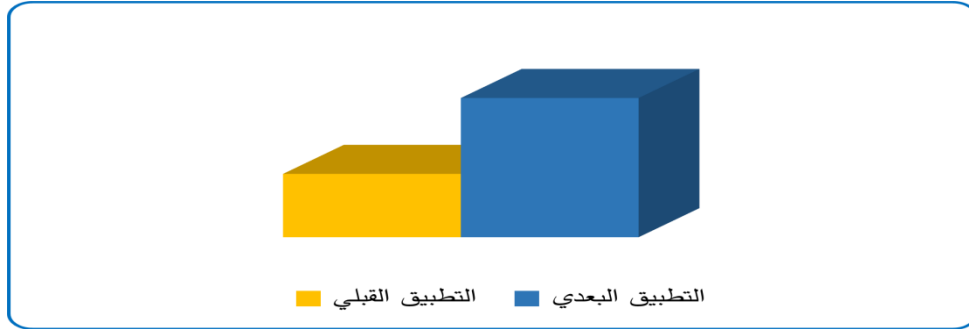
جدول (5)

دلالة الفروق بين متوسطي القياس البعدي لأفراد مجموعة البحث التجريبية في مقياس أخلاقيات استخدام الإعلام الجديد

أخلاقيات استخدام الإعلام الجديد (المجموعة التجريبية)	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	نوع الدلالة	لصالح
التطبيق القبلي (ن = 46)	37.11	4.438	1.212	0.022	دال	التطبيق البعدي
التطبيق البعدي (ن = 46)	38.13	4.048				

يتضح من جدول (5) أن قيمة "ت" في القياسين القبلي والبعدي في مقياس أخلاقيات استخدام الإعلام الجديد = 1.212) بمستوى دلالة (0.022)، وهي أقل من مستوى دلالة (0.05)، أي أن قيمة "ت" دالة إحصائياً.

وبالتالي يمكن القول بأنه "توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي درجات طلاب مجموعة البحث التجريبية في القياسين القبلي والبعدي في مقياس أخلاقيات استخدام الإعلام الجديد لصالح التطبيق البعدي"، وبذلك تم قبول الفرض.



شكل (5) متوسط درجات الطلاب القبلي والبعدي في مقياس أخلاقيات استخدام الإعلام الجديد

يتبين من النتائج السابقة أن الأخلاقيات ممارسة ومهارة يتم اكتسابها من خلال التجريب والمحاولة والتكرار لعدم الوقوع في الخطأ، وهذا ما حدث مع أفراد عينة البحث الحالي، حيث طلبت الباحثة من عينة الدراسة محاولة النشر وفق معايير أخلاقية خاصة بالتحضير والتأني والنشر الجيد والصالح، كما وجدت الباحثة فارق بين كتابات الطلاب ومفهومهم عن الأخلاقيات قبلها وبعديا وذلك من خلال المقارنة بين نتائج التطبيق القبلي والبعدي والفارق لصالح التطبيق البعدي، وهذا بدوره يفسر أن الانفوجرافيك وسيلة فعالة وجيدة لتعليم وإكساب الطلاب المهارات الإعلامية والأخلاقيات الخاصة بالإعلام الجديد، حيث تعتبر الأخلاقيات سلوك ومنهج يتبعه الفرد دون أن يراه الآخرون لذا وجب على الطلاب اتباع الأخلاقيات والتشريعات القانونية الخاصة بالإعلام الجديد وتبين للباحثة من خلال حلقات النقاش مع الطلاب أن هناك خلط لدى الطلاب بين الاخلاقيات والمهارات ووجب أثناء قيام الباحثة توضيح الفرق بين المهارات والاخلاقيات وذلك من خلال طرق عملية تم إجراؤها من خلال برنامج الانفوجرافيك المرفق بالبحث الحالي، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة عالية **محمد (2021)** حيث أكدت أن الانفوجرافيك أداة بصرية فعالة في تعلم الصم، حيث أسهم في عمليات التنوير البصري وتنمية مهاراته، وكذلك وجود العديد من تحديات تعلم العلوم للصم وتستلزم الاعتماد على المداخل البصرية للتعلم مثل الانفوجرافيك الصم لأنها أداة ثبتت فاعليتها في مساعدة الصم على الاتصال العلمي ورفعت نسبة الأداء العملي لديهم.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي درجات طلاب مجموعة البحث التجريبية في القياسين القبلي والبعدي في دور الانفوجرافيك في تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية لصالح القياس البعدي.

تم حساب قيمة "ت" للفرق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدي، وذلك في المقياس الذي يقيس دور الانفوجرافيك في تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية؛ وذلك لتعرف على تأثير التعليم بطريقة الإنفو جرافيك Infographics في دور الانفوجرافيك في تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية، وتم التوصل إلى النتائج الموضحة بجدول(6):

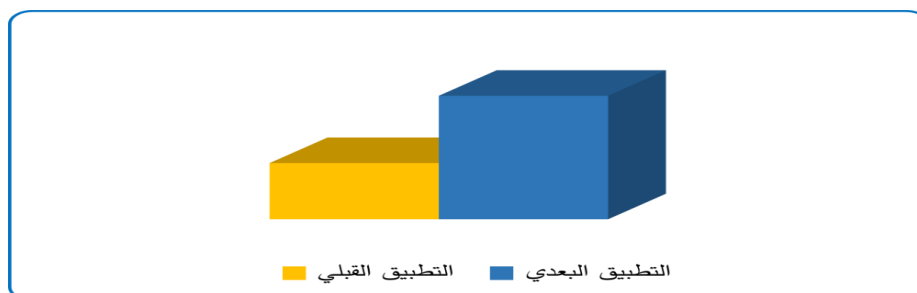
جدول (6)

دلالة الفروق بين متوسطي القياس البعدي لأفراد مجموعتي البحث التجريبية والضابطة في اختبار التحصيل المعرفي

لصالح	نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط	تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية (المجموعة التجريبية)
التطبيق البعدي	دال	0.001	3.540	5.325	36.15	التطبيق القبلي (ن = 46)
				4.200	39.96	التطبيق البعدي (ن = 46)

يتضح من جدول (6) أن قيمة "ت" في مقياس تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية = (3.540) بمستوى دلالة (0.001) وهي أقل من مستوى دلالة (0.05)؛ أي أن قيمة "ت" دالة إحصائياً.

وبالتالي يمكن القول بأنه "توجد فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) بين متوسطي درجات طلاب مجموعة البحث التجريبية في القياسين القبلي والبعدي في مقياس تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية، لصالح التطبيق البعدي"، وبذلك تم قبول الفرض.



شكل (6) متوسط درجات الطلاب القبلي والبعدي في مقياس تنمية مهارات إنتاج الرسالة الإعلامية

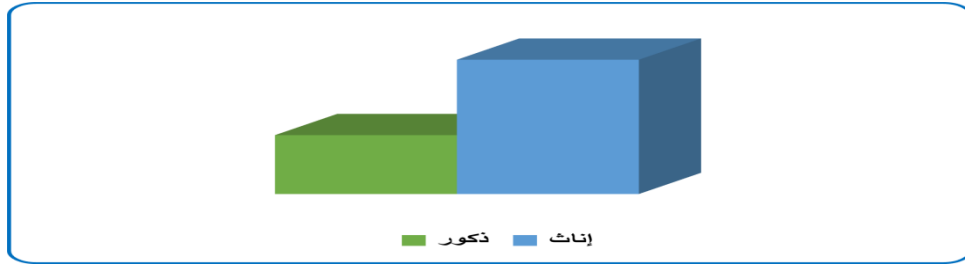
الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اختبار التحصيل المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية بين التطبيقين القبلي والبعدي لمجموعة الدراسة التجريبية ترجع للنوع.

جدول (7)

فروق متوسطات درجات الطلاب في التطبيقين اختبار التحصيل المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية وفقاً للنوع

الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المجموعة	المجموعة التجريبية
0.894 غير دال	2.337	5.551	37.619	20	ذكور	القبلي
		6.239	38.066	26	إناث	
0.027 دال عند 0.05	0.135	7.120	38.270	20	ذكور	البعدي
		7.022	*43.738	26	إناث	

يتضح من جدول (7) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في درجات التطبيق البعدي في اختبار التحصيل المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية، حيث جاءت قيمة (ت) = (0.135) عند مستوى معنوية (0.027)؛ أي أقل من (0.05)؛ مما يدل على وجود فروق دالة إحصائية لصالح الإناث؛ مما يدل على نجاح التعليم بطريقة الانفوجرافيك Infographics في اختبار التحصيل المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية في تحسين أداء عينة الدراسة من الإناث.



شكل (7) متوسط درجات الطلاب البعدي في اختبار التحصيل المعرفي لمهارات إنتاج الرسائل الإعلامية

مما سبق عرضه ترى الباحثة أن الانفوجرافيك في التعليم أكثر نجاحًا وفعالية بالنسبة للإناث مقارنة بالذكور؛ ويرجع ذلك إلى أن الإناث من وجهة نظر الباحثة أكثر حرصًا على تعلم المهارات وممارستها بحرص، وترى الباحثة أن الرسائل الإعلامية لدى الإناث عند مراقبتها تشمل الدقة والحرص خوفًا من التعرض للمسؤولية أو العقاب؛ لذا جاءت النتيجة لصالح الإناث في التطبيق البعدي، كما ترى الباحثة أن نسب تفوق الإناث على الذكور في الجوانب المعرفية والمهارية يجعلهم أكثر استعدادًا لتعلم مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية وهذا ما أثبتته النتائج الحالية للدراسة.

وتتفق نتائج الدراسة مع نتائج دراسة (عبير عبيد، 2017) حيث أدت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الطلاب في المجموعات الأولى والثانية والثالثة في التطبيق البعدي لصالح المجموعة الثانية، كما أن الانفوجرافيك بشكل عام يفيد في اختصار المعلومات وتسريع عملية التعلم.

خلاصة النتائج وتفسيرها:

ترجع الباحثة ارتفاع التحصيل المعرفي في التطبيق البعدي عند الطلاب عينة الدراسة في اختباري الأخلاقيات ومهارات إنتاج الرسالة الإعلامية إلى أسباب، أهمها:

- 1) تفاعل الطلاب مع الباحثة أثناء تقديم مادة المعالجة التجريبية من خلال طرح الأسئلة والاجابات عنها، مع ارتفاع الحالة النفسية لهم نتيجة الاهتمام من جانب الباحثة، والتشجيع وتقديم التعزيز المعنوي ساعد على الاستمرار بنفس مستوى الدافعية.

- (2) تنوع أساليب التعلم داخل المحاضرة ما بين التعلم التعاوني والتعلم بالأقران والتعلم بالمحاكاة جعل الطلاب أكثر تفاعلاً مع الباحثة من ناحية، وبعضهم مع بعض من ناحية أخرى.
- (3) إكتساب الطلاب (عينة الدراسة) الجانب المعرفي الخاصة بأخلاقيات الإعلام الجديد كان من خلال محتوى علمي بطريقة غير تقليدية استعانت فيها الباحثة بالإنفوجرافيك بوصفها وسيلة تعليمية ساعدت على توصيل المعلومات المقدمة بشكل سهل وبسيط؛ مما جعل عملية التعلم شائقة ومثيرة، وبما يسهل على طلاب العينة اكتساب المعلومات المقدمة.
- (4) ساعد الإنفوجرافيك علي إمام العينة بجميع الجوانب المعرفية للتمثيل المسرحي؛ مما كان له أثر إيجابي على فهم وبقاء الجانب المعرفي للمهارات الفرعية، وكذلك قدرة ونجاح الإنفوجرافيك في تبسيط وتوصيل المعلومات بما أسهم بشكل كبير في رفع التحصيل المعرفي لدي العينة.
- (5) توافر المادة العلمية وإمكانية الرجوع إليها في أي وقت، أسهم في زيادة تحصيل الطلاب في الاختبار.
- (6) عرض المحتوى التعليمي في شكل إنفوجرافيك منظم ومتسلسل مدعوم بالصور، أسهم في تقسيم المعلومات الكبيرة إلى أجزاء صغيرة مترابطة مع توفير نسخة ورقية من المحتوى مع العينة للرجوع إليه في أي وقت؛ مما أدى إلى تثبيت المعلومات لدى العينة، وكل ذلك له دور في زيادة تحصيلهم المعرفي.

توصيات الدراسة:

- في إطار نتائج الدراسة الحالية، يمكن للباحثة الخروج بمجموعة من التوصيات من أهمها ما يلي:
- ضرورة الاهتمام بالجوانب الأخلاقية في المجال الإعلامي حفاظاً على جودة الرسالة الإعلامية، وتوفير المعايير الأخلاقية المناسبة لزيادة فعالية الإعلام وتحقيق أهدافه الإنسانية والمجتمعية.
- عقد الدورات التوعوية المختلفة داخل كليات الإعلام لغرس وزرع القيم والمعايير الأخلاقية لدى طلاب الإعلام، حيث يمثلون المستقبل الإعلامي المرتقب، وذلك من خلال التمثيل الفعلي للمهارات الخاصة بإنتاج الرسائل الإعلامية.
- تفعيل بعض المناهج التي تتضمن التشريعات الإعلامية والتربية الإعلامية وغيرها من المواد والمقررات الدراسية التي تسهم في نشر مبادئ وأخلاقيات الإعلام بين الطلاب، وبالتالي تسهم في إنتاج رسائل إعلامية سليمة وصحيحة لا تتضمن أية كلمات خادشه للحياء أو غير قانونية أو غير أخلاقية.
- عمل زيارات ميدانية للطلاب إلى المؤسسات الإعلامية لممارسة المراحل الإعلامية المختلفة، مثل: الكتابة والتحرير والطباعة والإلقاء وغيرها من مراحل إنتاج الرسالة الإعلامية.

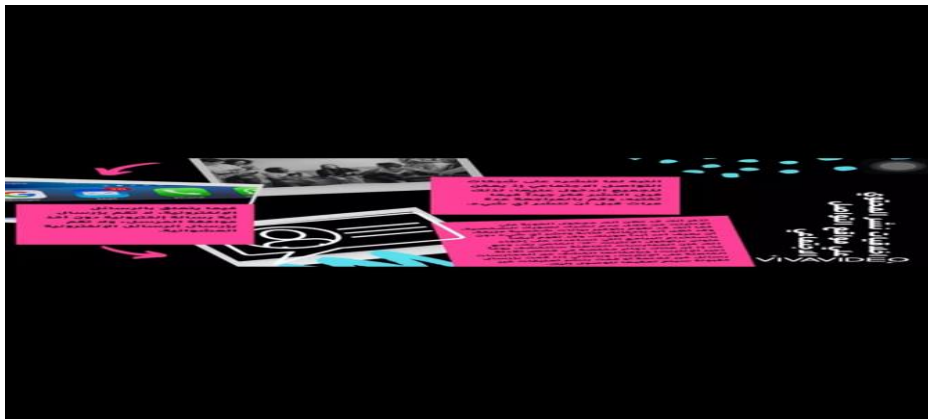
- عمل تنقيح للرسالة الاعلامية التي يتعرض لها الطلاب عبر شبكات ووسائل الإعلام الجديد؛ لتعريف الطلاب بمهارات الكتابة والنشر وتحليل المحتوى من خلال تحليل الرسائل المعروضة والمنشورة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.
- دعم الطلاب الموهوبين في مهارات الإعلام سواء في إنتاج الرسائل الإعلامية أو مهارات النشر والتحليل والتعامل مع المحتوى الإعلامي بشكل عام.
- إتاحة السبل والطرق الآمنة لممارسة الرسائل الاعلامية ومهارات وأخلاقيات الإعلام الجديد، وذلك من خلال إتاحة فرص عمل بالمجال الصحفي أو الإذاعي.

البحوث المقترحة:

- في إطار نتائج الدراسة الحالية توصي الباحثة بإجراء البحوث في التالية:
- برنامج مقترح قائم على الانفوجرافيك لتنمية مهارات الصحافة لدى طلاب الإعلام بالمرحل الجامعية المختلفة.
 - دور أخلاقيات الإعلام الجديد في تنمية الأمن الفكري لدى الطلاب والحفاظ على هويتهم المجتمعية.
 - ممارسة طلاب الإعلام لمراحل إنتاج الرسالة الإعلامية وعلاقته بالثقافة الإعلامية لديهم.
 - برنامج مقترح قائم على أنشطة الإعلام التربوي (إذاعة، صحافة) مدعوم بوسائل تعليمية مصممة بالانفوجرافيك لإكساب تلاميذ المرحلة الابتدائية المهارات الأكاديمية .
 - برنامج مقترح لتدريس مقرر التشريعات الإعلامية باستخدام الانفوجرافيك وعلاقته بالوعي الإعلامي.
 - أثر برنامج في التربية الإعلامية في تحسين المهارات الإعلامية للطلاب وعلاقة ذلك بمعايير جودة الرسالة الإعلامية.

ملحق بأهم صور التطبيق





مراجع الدراسة :

- ¹ - عالية محمد كريم (2021): المخططات المعلوماتية (الإنفوجرافيك) كأداة للتعليم البصري للعلوم لدى الطلاب الصم: دراسة تحليلية. المجلة التربوية، جامعة الكويت، 35 (138)، 11-51.
- ² - ماجد دياب الزبير. (2020): توظيف تقنية الإنفوجرافيك الثابت للنقر في إكساب طلبة كلية الاتصال والإعلام مفاهيم مثلث التعريض الضوئي في مقرر التصوير الرقمي. مجلة كلية التربية، جامعة كفر الشيخ، 20 (4)، 173-222.
- ³ - Alqudah, D., Bin Bidin, A., & Bin Md Hussin, M. A. H. (2019). The impact of educational infographic on students' interaction and perception in Jordanian higher education: Experimental study [Article]. *International Journal of Instruction*, 12(4), 669-688. available on <https://doi.org/10.29333/iji.2019.12443a>
- ⁴ - عبيد أبو عريبيان (2017): فاعلية توظيف تقنية الإنفوجرافيك (الثابت- المتحرك) في تنمية مهارات حل المسائل الوراثية في العلوم الحياتية لدى طالبات الصف العاشر الأساسي بغزة [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية بغزة.
- ⁵ - شريف عادل جابر (2017): فعالية برنامج تدريبي قائم على تقنية الإنفوجرافيك في تنمية مهارات إعداد ملف الإنجاز كالاتجاه نحوه لدى الطلاب المعلمين بمدارس التربية الفكرية بالإحساء. المجلة العربية لدراسات وبحوث العلوم التربوية والإنسانية بمصر، 9، 11-50.
- ⁶ - رضا إبراهيم عبد المعبود. (2017): أثر برنامج تعليمي في العلوم قائم على تقنية الإنفوجرافيك في اكتساب المفاهيم العلمية وتنمية مهارات التفكير البصري والقابلية للاستخدام لدى التلاميذ المعاقين سمعياً في المرحلة الابتدائية. مجلة التربية، 175(3)، 340-411.
- ⁷ - Yıldırım, S. (2016). Infographics for educational purposes: Their structure, properties and reader approaches [Article]. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 15(3), 98-110.
- ⁸ - صلاح محمد جمعة. (2016): استخدام الإنفوجرافيك في تدريس الجغرافيا لتنمية التحصيل ومهارات التفكير البصري لدى طلاب المرحلة الثانوية. مجلة الجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية، 79(7)، 138-198.
- ⁹ - عمرو محمد محمد & أماني أحمد محمد. (2015): نمطا تقديم الإنفوجرافيك (الثابت/ المتحرك) عبر الويب وأثرهما في تنمية مهارات التفكير البصري لدى أطفال التوحد واتجاهاتهم نحوه. مجلة تكنولوجيا التعليم، الجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم، 25(2)، 265-364.
- ¹⁰ - ماريان ميلاد منصور. (2015): أثر استخدام تقنية الإنفوجرافيك القائم على نموذج أبعاد التعلم لمارزانو علي تنمية بعض مفاهيم الحوسبة السحابية وعادات العقل المنتج لدي طلاب كلية التربية. مجلة كلية التربية، 31 (5)، 126-167.
- ¹¹ - شيرين كدواني (2015): أخلاقيات النقاش السياسي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة تطبيقية في إطار الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الحادي والعشرون، الإعلام وبناء الدولة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 27-26 مايو)
- ¹² - سهام بنت سليمان محمد (2014): فعالية برنامج تدريبي مقترح في تنمية مهارات تصميم الخرائط الذهنية الإلكترونية من خلال تقنية الإنفوجرافيك ومهارات الثقافة البصرية لدى المعلمات قبل الخدمة. مجلة الدراسات التربوية في التربية وعلم النفس، 45 (4)، 13-47.
- ¹³ - Nuhoğlu Kibar, P., & Akkoyunlu, B. (2014, 2014//). A New Approach to Equip Students with Visual Literacy Skills: Use of Infographics in Education. *Information Literacy. Lifelong Learning and Digital Citizenship in the 21st Century*, Cham.
- ¹⁴ - Joshua Issac Kumwenda. "Social Media ,Ethics and Development in The Post Modernist Malawian Society", **Journal of Development and Communication Studies**, Vol.(3),No.(1),January-June 2014,pp:17-23.
- ¹⁵ -شريف درويش اللبان(2014): الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الاجتماعي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثاني(جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2014)، ص ص: 33-77.
- ¹⁶ - Kwesi, O. G., Joe, A.-A., & Afia, O.-A. N. (2013). The use of visual art forms in teaching and learning in schools for the deaf in Ghana: investigating the practice. *International Journal of Innovative Research and Development (ISSN 2278-0211)*, 2.(5).

- 17 - حسن شحاته & زينب النجار (2003): معجم المصطلحات التربوية والنفسية. الدار المصرية اللبنانية.
- 18 - أمل حسان السيد (2016): أثر اختلاف أنماط التصميم المعلوماتي (الإنفوجرافيك) على التحصيل وبقاء أثر التعلم لدى التلاميذ ذوي صعوبات تعلم الجغرافيا بالمرحلة الإعدادية واتجاههم نحو المادة [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة عين شمس.
- 19 - Bicen, H., & Beheshti, M. (2017). The psychological impact of infographics in education. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 8(4), 99-108 .
- 20- Bill, V., & Benati Alessandro, G. (2010). *Key Terms in Second Language Acquisition*. In: United Kingdom: Bloomsbury Publishing.
- 21 - إسماعيل عمر علي (2017): فعالية تصميم بيئة تعلم شخصية قائمة على الانفوجرافيك في التحصيل المعرفي والاتجاه نحوها لدى طلبة كلية التربية في جامعة الأقصى. مجلة العلوم التربوية والنفسية، 18 (4)، 543-576.
- 22 - محمد شوقي شلتوت (2014): فن الانفوجرافيك بين التشويق والتحفيز على التعلم. مجلة التعليم الإلكتروني، (11)، 111.
- 23 - ماريان ميلاد (2015): مرجع سابق.
- 24 - Heer, J., Bostock, M., & Ogievetsky, V. (2010). A tour through the visualization zoo. *Communications of the ACM*, 53(6), 59-67 .
- 25 - Gray, D. (2007). What is an infographic. **available on** <http://communicationnation.blogspot.com/2007/04/what-is-infographic.html>
- 26- Nuhoğlu Kibar, P., & Akkoyunlu, B. (2014, 2014//). A New Approach to Equip Students with Visual Literacy Skills: Use of Infographics in Education. *Information Literacy. Lifelong Learning and Digital Citizenship in the 21st Century*, Cham.
- 27 - Yarbrough, J. R. (2019). Infographics: In Support Of Online Visual Learning. *Academy of Educational Leadership Journal*, 23(2), 1-15. **available on** <https://www.proquest.com/scholarly-journals/infographics-support-online-visual-learning/docview/2330971149/se-2?accountid=37584>
- 28 - نهلة المتولي سالم (2017): استخدام التدوين المرئي القائم على الانفوجرافيك وأثره في تنمية التفكير الإيجابي لطلاب تكنولوجيا التعليم الجد. مجلة تكنولوجيا التربية، (32)، 235-280.
- 29 - Smiciklas, M. (2012). *The power of infographics: Using pictures to communicate and connect with your audiences*. Que Publishing.
- 30 - إيمان محمد مكرم (2016): أثر التفاعل بين نمطي الانفوجرافيك "الثابت - المتحرك" والأسلوب المعرفي "المعتمد- المستقل" على تنمية الإدراك البصري وكفاءة التعلم لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية ذوي صعوبات التعلم. الجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم، 26 (1)، 107-160.
- 31 - Alqudah, D., Bin Bidin, A., & Bin Md Hussin, M. A. H. (2019). The impact of educational infographic on students' interaction and perception in Jordanian higher education: Experimental study [Article]. *International Journal of Instruction*, 12(4), 669-688. **available on** <https://doi.org/10.29333/iji.2019.12443a>
- 32 - أم هانئ أبو صباح (2019): بصمة الانفوجرافيك في وسائل الاتصال الحديثة: دراسة وصفية استقرائية. مجلة مقاربات، (37)، 110-124.
- 33 - منيرة نهار (2018): أثر أسلوب عرض الانفوجرافيك في منظومة التعلم الإلكتروني على دافعية طلاب الصف الثاني عشر واتجاههم نحو بيئة التعلم في مادة اللغة العربية. مجلة العلوم التربوية، 26 (1)، 346-377.
- 34 - خالد محمود (2011): شبكات التواصل الاجتماعي ودينامية التغيير في العالم العربي. ط 1 ، مدارك للنشر، بيروت.
- 35 - مجدي الداغر (2017): اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر 2013م مواقع التواصل الاجتماعي نموذجا. دوريات الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 38 ، العدد (479)
- 36 - ريمة حامد الصبحي (2021): اتجاهات الصفوة الإعلامية نحو أخلاقيات الإعلام الجديد، دراسة ميدانية، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (5) العدد (7).
- 37 - بسام المسابقة (2012): أخلاقيات العمل الإعلامي. ط 1 ، دار أسامة، عمان

- 38 - عبد العظيم الجميلي، وثناء العاني (2016): الإعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، دار الايام للنشر والتوزيع، ط1، ص ص 101 – 104
- 39 - ليلي المطيري، اخلاقيات التعامل في مواقع التواصل الاجتماعي، نقلا عن :
- فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011). ص 187.
- هشام عطية عبد المقصود، دراسة لخطاب المدونات العربية، التعبيرات السياسية والاجتماعية لشبكة الإنترنت، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع ، 2010).
- 40 - شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص: 123.
- 41 - حنان بن يحيى علال (2018): اخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد " دراسة قانونية في الجزائر "، جامعة قسنطينة، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الثاني، العدد الخامس .
- 42 - عبد الفتاح عبد الغني، فايز كمال شلطان(2010): الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، " مجلة الجامعة الإسلامية، غزة: سلسلة الدراسات الإنسانية، المجلد: 18، العدد: 02، (يونيو 2010)، ص.146.