

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

د. نيفين أحمد غباشي*

مُلَخَّصُ الدِّرَاسَةِ:

تَمَثَّلَتْ مُشْكَلَةُ الدِّرَاسَةِ فِي "رصد تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة الصفوة الأكاديمية". وسيتم ذلك من خلال التعرف على مُعدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي، وكيفية مُتابعتهُم للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي، ورصد المواقع الإلكترونية التي تُقدم المبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك نتيجة مُتابعتهُم لها، والمبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي نتيجة مُتابعتهُم لها، وتحديد طريقة الانفوجرافيك التفاعلي التي تُستخدم بالمبادرات الرئاسية من خلال مُتابعتهُم لها، وأهمية استخدامها من وجهة نظرهم، والكشف عن أوجه الاستفادة من استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظرهم، وتقييمهم لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي بهذه المبادرات، ورصد اتجاهاتهم نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية، والمعوقات التي تواجه استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظرهم، وأخيرًا معرفة مُقترحاتهم لتطوير استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية. وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدِّرَاسَةُ عَلَى المنهج المسحي survey الكمي مُستخدمة استمارة الاستبيان عبر الإنترنت (الاستبيان الإلكتروني) كأداة لجمع البيانات من عينة عمدية قوامها (٢٠٠ مفردة) الصفوة الأكاديمية الذين يُتابعون المبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي من مختلف المُستويات الاقتصادية والاجتماعية والدرجة العلمية، كما استندت الباحثة في الإطار النظري للدراسة على نظرية انتشار المبتكرات Innovation Diffusion Theory IDT.

وَخَلَصَتْ الدِّرَاسَةُ إِلَى مَا يَلِي: أن الغالبية العظمى من الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) بنسبة (٥٢.٥%) دائمًا ما يتابعون المبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي، وأن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) يوضحون أن المبادرات الرئاسية تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي بشكل مُرتفع حيث بلغت نسبتهم (٤٨.٥%)، وأن أغلبية الانفوجرافيك المُستخدم في المبادرات الرئاسية يكون عرضه مصاحب لمضمون لهذه المبادرات بنسبة (٧٥.٥%)؛ وأن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدِّرَاسَةِ) قد أفادوا بأن هناك أهمية ذات درجة مُرتفعة لاستخدام الانفوجرافيك في المبادرات الرئاسية حيث بلغت نسبتهم (٧٨%)، وأن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدِّرَاسَةِ) قد أفادوا بأنه يتم الاستفادة بدرجة مُرتفعة من استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية حيث بلغت نسبتهم (٦٧.٥%)، وأن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدِّرَاسَةِ) قد أفادوا بأنه يتم الاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بدرجة مُرتفعة من الجودة والكفاءة حيث بلغت نسبتهم (٧٠%)، وأنه تشكلت لدى أغلبية المبحوثين اتجاهًا إيجابيًا نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بنسبة (٥٨.٥%)؛ وأن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مُعدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي واتجاهاتهم نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية.

الكلمات المفتاحية: (الانفوجرافيك التفاعلي، المبادرات الرئاسية، نظرية انتشار المبتكرات والمستحدثات).

* الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بالمعهد العالي للإعلام وفنون الأتصال-٦ أكتوبر

Evaluating the reality of using interactive infographics in presidential Initiatives From the point of view of the academic elite

Abstract:

The problem of study is “monitoring and evaluating the reality of the use of interactive infographics in presidential initiatives from the point of view of the academic elite.” The study aims to identify the rates of the academic exposing to presidential initiatives that use interactive infographics, and how they follow up on presidential initiatives that use interactive infographics.

and determining the method of interactive infographics that are used in presidential initiatives through their exposure to them, and the importance of using them from the academic elite's point of view, and exploring the benefits of interactive infographics' use in presidential initiatives from their point of view, and their evaluation of this use.

Also, The study aims to monitor the academic elite's attitudes towards using interactive infographics in presidential initiatives, and the obstacles facing this use from their point of view, and finally the study aims to know the academic elite's suggestions to develop the use of interactive infographics in presidential initiatives.

In this study, the researcher relies on the quantitative survey method, using an online questionnaire as a tool for collecting data from an Intentional sample of (200 individuals) academic elite who expose to presidential initiatives that use interactive infographics from various economic and social levels and academic degrees. The researcher uses the Innovation Diffusion Theory (IDT) as the theoretical framework of the study.

The study concludes that:

(52.5%) of the academic elite always expose to presidential initiatives that use interactive infographics, and (48.5%) of academic elite explain that presidential initiatives use interactive infographics to a high extent.

(75.5%) of infographics used in presidential initiatives are presented with content for these initiatives; (78%) of the academic elite report that there is There is a high degree of importance for the use of infographics in presidential initiatives.

(67.5%) of the academic elite reported that they benefit to a high degree from the use of interactive infographics in presidential initiatives, and that (70%) of the elite The academic elite report that interactive infographics are used in presidential initiatives with a high degree of quality and efficiency.

(58.5%) of respondents had a positive attitudes towards using interactive infographics in presidential initiatives.

There is a statistically significant correlation between the rates of the academic elite's exposure of presidential initiatives that use interactive infographics and their attitudes towards using interactive infographics in presidential initiatives.

Keywords: (interactive infographics, presidential initiatives, the Innovation Diffusion Theory)

تعد المبادرات الرئاسية أحد الوسائل الرئيسية التي يستخدمها الرؤساء والزعماء الحكوميون لتعزيز أهدافهم ورسائلهم السياسية والاجتماعية. ومن بين الأدوات الحديثة التي يتم استخدامها في تلك المبادرات، يبرز الانفوجرافيك التفاعلي كأداة مؤثرة تعزز التواصل مع الجمهور وتساهم في نشر المعلومات بطريقة مبتكرة وجذابة.

أما الانفوجرافيك التفاعلي فهو شكل من أشكال الوسائط المرئية التي تجمع بين العناصر المرئية والنصوص والعناصر التفاعلية لتوفير تجربة مشوقة وتفاعلية للمستخدم. يتضمن الانفوجرافيك التفاعلي استخدام الرسوم المتحركة والرسوم البيانية والرسوم البيانية التفاعلية والألعاب والأزرار والشرائح التفاعلية وغيرها من العناصر التي تسمح للمستخدم بالتفاعل مع المحتوى واستكشاف المعلومات بشكل أكثر تفصيلاً.

وعند استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية، يمكن تحقيق العديد من الأهداف والفوائد. فعلى سبيل المثال، يمكن استخدامه لتوضيح الأهداف والتوجهات الرئيسية للمبادرة، وشرح السياسات والإجراءات المقترحة، وتوضيح التأثير المتوقع لتلك المبادرة على المجتمع.

وذلك بفضل تفاعليته، يساعد الانفوجرافيك التفاعلي على جذب انتباه الجمهور وزيادة مشاركته وتفاعله مع المبادرة. يتيح للمستخدمين استكشاف المعلومات بطرق مبتكرة ومسلية، ويمكنهم التفاعل مع العناصر المختلفة والتحكم في ترتيب العرض والوصول إلى معلومات إضافية.

كما يمكن استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في توعية الجمهور بقضايا هامة وتعزيز الوعي العام. يمكن تضمين الإحصاءات والأرقام المهمة في الانفوجرافيك التفاعلي، وتوضيح البيانات المعقدة بشكل بصري وسلس، مما يساهم في تبسيط المفاهيم وزيادة فهم الجمهور للموضوعات المعقدة.

وبشكل عام، يعد استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية وسيلة فعالة لنشر المعلومات وتوعية الجمهور وتحقيق تفاعل أكبر. يمكن أن يكون جزءاً من حملة إعلامية شاملة تستهدف الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، والفعاليات العامة. يعزز الانفوجرافيك التفاعلي فهم الجمهور للمبادرات الرئاسية ويساهم في تحقيق نجاحها وتأثيرها المرجو. ولهذا سعت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى معرفة واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية، وتقييم الصفوة الأكاديمية لواقع هذا الاستخدام.

مُشْكَلَةُ الدِّرَاسَةِ:

إن استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية يمثل أداة فعالة للتواصل مع الجمهور ونشر المعلومات بشكل مبتكر وجذاب. يعتبر الانفوجرافيك التفاعلي نوعاً من الوسائط المرئية التي تجمع بين الرسوم والنصوص والعناصر التفاعلية مثل الرسوم

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية المتحركة والرسوم البيانية المتفاعلة، ويتيح للمستخدمين التفاعل مع المحتوى واستكشاف البيانات بشكل أكثر تفصيلاً.

وتعتبر المبادرات الرئاسية مناسبة جيدة لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي، حيث يمكن أن يُستخدم لتوضيح أهداف المبادرة والتأثير المتوقع لها على المجتمع. قد يتضمن الانفوجرافيك التفاعلي أرقامًا وإحصاءات مهمة، وشرائحًا للعمليات والإجراءات المقترحة، وتوضيحًا للفوائد المتوقعة.

ويمكن استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية لتوعية الجمهور بقضايا هامة، مثل التغير المناخي، والصحة العامة، وتعزيز التعليم، وتشجيع الابتكار، والقضايا الاقتصادية الهامة. يمكن أن يكون الانفوجرافيك التفاعلي جزءًا من حملة إعلامية شاملة تستهدف الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، والمناسبات العامة.

ومما سبق حددت مشكلة الدراسة في "رصد تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة الصفوة الأكاديمية". وسيتم ذلك من خلال التعرف على معدلات متابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي، وكيفية متابعتهم للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي، ورصد المواقع الإلكترونية التي تُقدم المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك نتيجة متابعتهم لها، والمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي نتيجة متابعتهم لها، وتحديد طريقة الإنفوجرافيك التفاعلي التي تُستخدم بالمبادرات الرئاسية من خلال متابعتهم لها، وأهمية استخدامها من وجهة نظرهم، والكشف عن أوجه الاستفادة من استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظرهم، وتقييمهم لاستخدام الإنفوجرافيك التفاعلي بهذه المبادرات، ورصد اتجاهاتهم نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية، والمعوقات التي تواجه استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظرهم، وأخيرًا معرفة مقترحاتهم لتطوير استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي وهو "رصد تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة الصفوة الأكاديمية"، وينبثق من هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية يمكن إجمالها على النحو التالي:

- ❖ التعرف على معدلات متابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي، وكيفية متابعتهم لها.
- ❖ تحديد المواقع الإلكترونية التي تُقدم المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك نتيجة متابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)، والمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي نتيجة متابعتهم لها.

- تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية
- ❖ معرفة طريقة عرض الإنفوجرافيك التفاعلي التي تُستخدم بالمبادرات الرئاسية من خلال متابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) لها، وأهمية استخدامها من وجهة نظرهم.
 - ❖ الكشف عن أوجه الاستفادة من استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)، وتقييمهم لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي بهذه المبادرات.
 - ❖ قياس اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية.
 - ❖ المعوقات التي تواجه استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة).
 - ❖ معرفة مُقترحات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) لتطوير استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من عدة نقاط، أهمها ما يلي:

- ❖ تكتسب الدراسة أهميتها لأنها تتناول موضوع مهم وحيوي وهو المبادرات الرئاسية حيث تكتسب أهميتها من دورها في تحقيق التنمية الشاملة والتقدم للمجتمع وخاصة بعد أحداث ثورات الربيع العربي؛ والتي تسببت في فوضى مجتمعية داخل بعض المجتمعات أثرت على النواحي الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المختلفة.
- ❖ حظيت البحوث المتعلقة بالأنفوجرافيك باهتمام واضح في التراث العربي والاجنبي؛ وقد تزايد الاهتمام البحثي بتأثير الانفوجرافيك على العمليات المعرفية لدى الجمهور.
- ❖ تعالج الدراسة الحالية أحد أهم الموضوعات الهامة على أجندة الحكومة المصرية؛ وهي التنمية المُستدامة، وتحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠ في النهوض بالدولة ووضعها على بداية قاطرة طريق التقدم.
- ❖ ندرة الدراسات التي تناولت استخدام الانفوجرافيك بشكل عام والانفوجرافيك التفاعلي بشكل خاص في المبادرات الرئاسية.
- ❖ أهمية دراسة واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية؛ وذلك لتبسيط المعلومات والاحصاءات وتقديمها بأسلوب سهل يُمكن استيعابه.
- ❖ الاستفادة من نتائج الدراسة في التوظيف الأمثل للانفوجرافيك بشكل عام والانفوجرافيك التفاعلي بشكل خاص في المبادرات الرئاسية؛ بهدف تعظيم الاستفادة من تلك المبادرات وتفعيل المشاركة المجتمعية معها.
- ❖ تقدم الدراسة توصيات لمنفذي المبادرات الرئاسية؛ من شأنها الإسهام في نجاح تلك المبادرات، وضمان توصيلها وشرحها للجمهور وتسهيل فهمها بشكل أبسط وأسرع.

الدَّرَاسَاتُ السَّابِقَةُ:

بالنظر إلى ما لمراجعة الدراسات السابقة من أهمية كبيرة في مجال البحث العلمي، فقد قامت الباحثة باكتشاف المنشور في الموضوع من دراسات بعد تحديد الكلمات المفتاحية للبحث؛ حيث جرى البحث بكلمات التالية (الانفوجرافيك، المبادرات الرئاسية) وما يردفهما من كلمات، وعليه تم هذه المراجعة على محورين ستعرضهما الباحثة بالتفصيل، وقد أسفر استعراض الدراسات السابقة عن وجود عدد وفير من الدراسات التي عالجت هذا الموضوع، وما يرتبط بهما من متغيرات، وفيما يلي عرضاً موضوعياً وفق لمحورين قد حددتهم الباحثة والذي بعنوان:

❖ **المحور الأول:** الدراسات التي تناولت الانفوجرافيك.

❖ **المحور الثاني:** الدراسات التي تناولت المبادرات الرئاسية.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الانفوجرافيك التفاعلي:

فيما يخص بدور استخدام الانفوجرافيك في عملية التوصيل والفهم والتذكير **للمضمون** فقد خلصت دراسة (Hany El- Saman, 2022) ⁽¹⁾ إلى تأكيد التأثير الإيجابي لاستخدام الانفوجرافيك على فهم القراء وتذكرهم للمضمون، فقد تفوقت المجموعة الثانية التي تعرضت للموضوعات الإخبارية في صورة نصوص وإنفوجرافيك، وأن الانفوجرافيك يؤدي دوراً كبيراً في عملية الفهم والتذكر مقارنة بالمجموعة الأولى التي لم تتعرض للإنفوجرافيك، كما أفادت دراسة (Xinyi Yu, Lei Shi, 2018) ⁽²⁾ بأن الانفوجرافيك التفاعلي دور أكبر في توصيل الأخبار من الإنفوجرافيك الثابت، كما توصلت دراسة (Yael de Haan, et.al, 2018) ⁽³⁾ إلى أن استخدام الانفوجرافيك يؤدي إلى فهم المعلومات الإخبارية بسهولة أكبر؛ وأن هناك علاقة دالة إحصائية بين استخدام الانفوجرافيك في القصص الإخبارية وزيادة فهم القارئ، وقد أشارت دراسة (Azam Majooni, et.al, 2017) ⁽⁴⁾ إلى أن تصميم القصص الإخبارية في الانفوجرافيك يحقق استيعاباً وفهماً أكثر من سردها دون تصميم للإنفوجرافيك، وكذلك أظهرت دراسة (Ivanka Pjesivac, et.al, 2017) ⁽⁵⁾ ارتفاع تأثير الانفوجرافيك التفاعلي على معدل تذكر المبحوثين للمعلومات الصحية.

أما عن دور **الإنفوجرافيك في رفع درجة الوعي** فقد أوضحت دراسة (Hanan Assad Alzain, Samar A. Aldursuni, 2022) ⁽¹⁾ أن الإنفوجرافيك المتحرك أثبتت فعاليته في رفع وعي المشاركين بنظام العمل والعمال السعودي.

وبالنسبة **لدور الانفوجرافيك في عملية التسويق** فقد بينت دراسة (Heba Allah Ahmad Hassan Al-Nazer, et.al, 2020) ⁽⁷⁾ أن الشركات التي تستخدم الرسوم البيانية على مواقعها الإلكترونية زادت من عدد زوار الموقع بنسبة (12%) مقارنة بالشركات التي لا تستخدمها. حيث يتم تسويق المنتجات باستخدام الانفوجرافيك مما يجذب

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الاكاديمية العملاء لها بدلا من استخدام إحصائيات بتصريحات حول أهمية المنتج أو الخدمة وفوائدها التي من شأنها أن تبدو مملة وتشتت انتباه الجمهور المستهدف.

وعن **أشكال توظيف الانفوجرافيك** فقد أظهرت دراسة (**A. Kovalenko, 2020**)^(٨) تمثلت أشكال الانفوجرافيك المُستخدمة في تقديم المحتوى في أشكال متنوعة من الجداول والرسومات البيانية والإحصائيات التي كان لها دور كبير في شرح وإظهار مدى خطورة الكارثة والوضع الإنساني المتعلق بتلك القضية.

أما عن **أثر توظيف الانفوجرافيك في مجال الأخبار** فقد أوضحت دراسة (**Eun- Ju Lee, Ye Weon Kim, 2016**)^(٩) أن استخدام الانفوجرافيك في الأخبار يتمتع بجاذبية إرشادية لأولئك الأقل انخراطاً والأقل معرفة بموضوع الأخبار، مما يؤدي إلى تقييم الأخبار بشكل أكثر ملاءمة.

وبالنسبة **لأنواع الانفوجرافيك الأكثر فعالية** فقد أفادت دراسة (**Dina Ismaeel, Ensaf Al Mulhim, 2021**)^(١٠) بأن الانفوجرافيك التفاعلي أكثر فعالية من الثابت في تحسين التحصيل الدراسي.

وعن **مدى فعالية الانفوجرافيك في عملية التدريس والتعليم** فقد أشارت دراسة (**غيداء بنت على صالح الزهراني، ٢٠٢٠**)^(١١) إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات طالبات المجموعة التجريبية والضابطة لصالح المجموعة التجريبية في الاختبار البعدي والاختبار المؤجل؛ مما يدل على فعالية استخدام الانفوجرافيك في تدريس المفردات والاحتفاظ بها.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت المبادرات الرئاسية:

فيما يخص **المبادرات الرئاسية التي تصدر تغطية** فقد أظهرت دراسة (**عربي عبد العزيز أحمد الطوخي، محمد عبد الفتاح عوض، ٢٠٢٣**)^(١٢) أن أهم المبادرات الرئاسية الصحية التي تقدمها المواقع الإلكترونية مبادرة ١٠٠ مليون صحة، ومبادرة «صحة المرأة» الكشف المبكر عن سرطان الثدي، كما أفادت دراسة (**منى جمال بيوضة، ٢٠٢٢**)^(١٣) بأن كلاً من (المبادرات الصحية الرئاسية، مبادرة حياة كريمة) احتلت الصدارة داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة)، كما بينت دراسة (**نسرین حسام الدين حسن، وآخرون، ٢٠٢٢**)^(١٤) تصدر مبادرة (الست المصرية صحة مصر) المرتبة الأولى من حيث اهتمام القنوات التلفزيونية عينة الدراسة بمتابعتها وعرضها، حيث عرضت قناة (إكسترا نيوز) موضوعات عن المبادرة عبر عدة برامج، بينما دمجت برامج قناة (النيل للأخبار) بين كل من أسلوب سرد المعلومات، وأسلوب تقديم الإحصائيات، والحقائق، وأسلوب التوعية، والتأثير.

وبالنسبة **دوافع متابعة المبادرات الرئاسية** فقد توصلت دراسة (**عربي عبد العزيز أحمد الطوخي، محمد عبد الفتاح عوض، ٢٠٢٣**)^(١٥) إلى أن أسباب المتابعة؛ قد تمثلت في: (تقديم معلومات صحيحة وموثقة عن المبادرات الصحية الرئاسية، يليه يبسط المعلومات عن المبادرات الرئاسية الصحية ويوضحها، ثم يقدم الموضوع في إحصاءات ورسوم بيانية وأرقام، ثم لديه مصداقية في نقل المعلومات الصحية، ثم تحرص المواقع على تقديم

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية
المبادرات الرئاسية الصحية بشكل جذاب وشائق، ويقدم الانفوجراف عرض مختصر حول
المبادرات الرئاسية الصحية، سرعة الحصول على المعلومات من الانفوجراف).

أما عن العلاقة بين دوافع متابعة المبحوثين للمبادرات وإدراكهم للواقع فقد أفادت
دراسة (منى جمال بيوضة، ٢٠٢٢) ^(١٦) بوجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين
دوافع متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية ومستوى إدراك الواقع
الاجتماعي المصري لديهم.

وفيما يتعلق بدرجة متابعة الجمهور للمبادرات الرئاسية فقد بينت دراسة (أحمد محمد
عبد الله سليم، ٢٠٢٢) ^(١٧) اهتمام أكثر من نصف عينة الدراسة بمتابعة فيديوهات مبادرة
القضاء على العشوائيات على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة بنسبة بلغت
(٥٢.٣%)، وقد يرجع ذلك إلى تعدد وسائل الإعلام التي اهتمت بمبادرة القضاء على
العشوائيات وخاصة إعلانات المبادرة على التلفزيون، كما أوضحت دراسة (أسامة أحمد
أحمد زارع، ٢٠١٨) ^(١٨) أن هناك نسبة كبيرة من المبحوثين يؤكدون على متابعتهم
للمبادرات التي تقدمها رئاسة الجمهورية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وعن المبادرات الرئاسية التي يُفضل الجمهور متابعتها فقد أوضحت دراسة (رشا
عادل لطفي، شاهنדה عاطف، ٢٠٢٢) ^(١٩) كانت كل من مبادرتي حياة كريمة و ١٠٠ مليون
صحة في الترتيب الأول من حيث المبادرات الرئاسية التي تتابعها (عينة الدراسة).

أما عن مصادر متابعة الجمهور للمبادرات الرئاسية فقد خلصت دراسة (أحمد محمد
عبد الله سليم، ٢٠٢٢) ^(٢٠) إلى تعدد المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين لمتابعة فيديوهات
المبادرة، وفي المرتبة الثانية وبفارق كبير جاءت نسبة من يتابعون فيديوهات المبادرة بدرجة
كبيرة بنسبة بلغت (٣٥.٥%).

وبالنسبة لأهمية وعي الشباب بالمبادرات الرئاسية فقد أوضحت دراسة (عصام
بدرى أحمد محمد، ٢٠٢١) ^(٢١) قدرة برنامج التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع على تنمية
وعي الشباب الجامعي بالمبادرات المجتمعية حيث أكدت النتائج على حدوث تغييرات بلغت
نسبتها (٧٨.٢٣%).

وعن مشاركة المواطنين في المبادرات الرئاسية فقد خلصت دراسة (السيد السعيد
عبد الوهاب، ٢٠٢٠) ^(٢٢) جاءت المبادرات الرئاسية بالقطاع الصحي في الاهتمامات
الأولي لمشاركة المواطنين وثقتهم بخدماتها المقدمة لكونها أطلقت من خلال رئيس الدولة،
يليه مبادرات التعليم وفرص العمل وتكنولوجيا المعلومات.

فيما يختص بالمبادرات الرئاسية بشكل عام ودورها في المجتمعات فقد أشارت
دراسة (Feliu Ribeiro, et.al, 2018) ^(٢٣) إلى أن العوامل السياسية والاقتصادية
والبطالة والتضخيم تغير ميل المبادرة التشريعية للرئيس إلى الموافقة عليها في التشريع، كما
بينت دراسة (Emmanuel Donkor, et.al, 2017) ^(٢٤) أن برنامج المبادرة قد عزز
الإمدادات الزراعية، وعزز الأمن الغذائي الوطني.

التعليق على الدراسات السابقة والاستفادة منها:

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الاكاديمية

تمحورت الدراسات السابقة كلاً من المبادرات الرئاسية والانفوجرافيك، حيث توضيح دور استخدام الانفوجرافيك في المجالات المختلفة، وأساليب وأشكال استخدامه، وأثار استخدامه، أما بالنسبة للدراسات التي تمحورت حول المبادرات الرئاسية؛ فقد تناولت أهم المبارات التي يتم تغطيتها في وسائل الإعلام، ومعدلات متابعة الجمهور لها؛ ودوافع هذه المتابعة؛ ولكن لم توجد دراسة من ضمن هذه الدراسات تناولت كيفية استخدام الانفوجرافيك في المبادرات الرئاسية؛ وتقييم الصفوة الاكاديمية لهذا الاستخدام؛ وهذا ما سيتم تناوله في هذه الدراسة.

Innovation Diffusion Theory (نظرية انتشار المبتكرات (IDT):

قدمت نظرية انتشار الابتكار من قبل العالم Rogers في عام (١٩٦٢م) في محاولة جادة لشرح نشر الابتكار؛ حيث عرف الابتكار على أنه فكرة أو ممارسة أو شيء ينظر إليه على أنه جديد حسب الفرد أو وحدة أخرى من التبنّي؛ ويعرف الانتشار بأنه العملية التي يتم من خلال اعتماد الابتكار والحصول على قبول أعضاء مجتمع معين.

وعند مناقشة نظرية الانتشار فهي ليست نظرية واحدة ومحددة جيداً وموحدة تشمل عدد كبير من النظريات من مجموعة متنوعة من التخصصات وكلاً منها يركز على عنصر مختلف من عملية الابتكار؛ وناقش Rogers أربع نظريات وهي الأكثر استخداماً: (نظرية عملية قرار الابتكار، نظرية الابتكار الفردي نظرية التبنّي، نظرية السمات المتصورة) (Surry, 1997) (٢٥).

وقام روجرز Rogers (١٩٦٢) بتحديد خمسة خصائص أو صفات للابتكار توضح الطريقة التي يفهم بها الأفراد هذا الابتكار، وذلك لتكون قادرين على توقع مدى التبنّي وسرعته الممكنة لأي ابتكار حتى قبل خروجه للمجتمع؛ وهي كالتالي:

❖ **أولاً: الميزة النسبية:** من أكثر الصفات تأثير على سرعة انتشار الابتكارات، وهي تمثل مدى تميز ابتكار ما عن غيره في مجال معين وهذا التميز يمكن أن يعكس عدداً كبيراً من الفوائد التي يربو الفرد تحقيقها بتبنيها لابتكار معين (Rogers, 1962) (٢٦)؛ وفي ضوء ذلك يمكن رؤية مدى التشابه بينها وبين عنصر الفائدة المدركة (PU) في نموذج (TAM)، بحيث يمكن معاملتهما عنصراً واحداً في حال دمج نموذج (TAM) ونظرية انتشار المبتكرات (IDT) (Lee, et.al, 2011) (Wang, et.al, 2018) (٢٧)؛ ولكون تأثير عنصر الفائدة المدركة على النية السلوكية مدروساً ومثبتاً في نموذج (TAM) سوف يتم استبعاد صفة الميزة النسبية المشابهة له من نموذج الدراسة الحالية للتركيز أكثر على صفات الابتكار الأخرى.

❖ **ثانياً: التوافق:** تهتم هذه الصفة بقيم المجتمع وثقافة أفرادها وتجاربهم السابقة، وهي صفة مهمة جداً، كون المجتمعات قد ترفض تقبل الأفكار الغريبة أو التي تعكس أساليب أو ممارسات ممنوعة فيها، ويمكن تعريفها باختصار أنها مدى الانسجام والتناغم الذي يكون بين الابتكار وهذه الثقافة، حيث كلما كان الابتكار متوافقاً مع ثقافة الأفراد وتجاربهم السابقة كانت له فرصة أكبر للانتشار والتبني (Rogers, 1962) (٢٨).

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

❖ **ثالثاً: التعقيد:** وهو مدى صعوبة فهم الابتكار وتطبيقه، وهذا يختلف تبعاً لمدى ثقافة الفرد ومستوى اطلاعه ومهاراته في مجال الابتكار، وهو الصفة الأكثر تأثيراً في سرعة انتشار الابتكار بعد الميزة النسبية (Rogers, 1962) ^(٢٩)؛ إلا أنّ التشابه بينها وبين عنصر سهولة الاستخدام المدركة (PEU في نموذج (TAM)، يعطينا فرصة معاملتهما عنصراً واحداً في النموذج المدمج (Lee, et.al, 2011) (Wang, et.al,) (2018) ^(٣٠)؛ ولذلك سوف يتم استبعاد صفة التعقيد من نموذج الدراسة الحالية للتركيز أكثر على صفات الابتكار الأخرى.

❖ **رابعاً: القابلية للتجريب والتقسيم:** هي إمكانية تحريب الابتكار قبل اتخاذ قرار بالتبني أو الرفض، وتكون عملية التجريب إما بشكل كامل يشمل جميع جوانب هذا الابتكار، أو تقسيمه لتجريبه بشكل جزئي، حيث يخضع ذلك لرغبة الفرد ذاته، إلا أن هذه الصفة ليست ذات أهمية كبيرة في نظر عامة أفراد المجتمع، وذلك كون المتصدرين لتبني هذا الابتكار جربوه تحت أنظار أقرانهم المحيطين بهم؛ مما يفتح لهم المجال لمعرفة طريقة عمله وفهمه وإدراك فائدته بشكل مباشر (Rogers, 1962) ^(٣١).

❖ **خامساً: القابلية للملاحظة والانتقال:** تمثل هذه الصفة مدى قدرة الأفراد على ملاحظة نتائج تبني ابتكار معين، وهذا يزيد من إمكانية انتقاله وانتشاره للوصول إلى أكبر عدد ممكن من أفراد المجتمع المستهدف (Rogers, 1962) ^(٣٢)، قد تكون هذه النتائج سلبية أو إيجابية يمكن للآخرين ملاحظتها بسهولة؛ مما يساعدهم في اتخاذ قرار التبني أو الرفض. ومن هنا يمكن القول أن اتخاذ موقف من تبني التعلم المدمج سواء قبله أو رفضه يتأثر بشكل كبير بملاحظة وجوده وفائدته في الواقع، أي أن المجتمع – الجامعة - وطريقة إبرازه للتعلم المدمج له تأثير في تغيير رأي الفرد وتفكيره وتوجهه نحوه (Jan, et.al, 2012) ^(٣٣).

ويعتمد نظرية انتشار المبتكرات والمُستحدثات على أربعة عناصر؛ وهي كالتالي:

❖ **المبتكر والابتكار:** وهو أي فكرة جديدة تدخل النظام الاجتماعي؛ مثل: (استخدام الإنترنت).

❖ **الاتصال:** عبر قنوات الاتصال أو الاتصال الشخصي.

❖ **الوقت:** ويعني أن انتشار المبتكرات سيتم عبر مرور الزمن؛ فالوقت ضروري لانتشار المبتكرات وفي تبني الناس لها.

❖ **الأعضاء في القطاع الاجتماعي:** فالمبتكرات موجهة إلى أفراد في مجتمع ما تربطهم مجموعة من العلاقات (Rogers, Shoemaker, 1971) ^(٣٤).

وقد استخدمت الباحثة نظرية انتشار المبتكرات والمُستحدثات بهدف التعرف على معدلات متابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي، وكيفية متابعتهم للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي، ورصد المواقع الإلكترونية التي تُقدم المبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك نتيجة متابعتهم لها، والمبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الاكاديمية نتيجة مُتابعتهُم لها، وتحديد طريقة الإنفوجرافيك التفاعلي التي تُستخدم بالمبادرات الرئاسية من خلال مُتابعتهُم لها، وأهمية استخدامها من وجهة نظرهم، والكشف عن أوجه الاستفادة من استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظرهم، وتقييمهم لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي بهذه المبادرات، ورصد اتجاهاتهم نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية، والمعوقات التي تواجه استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظرهم، وأخيرًا معرفة مُقترحاتهم لتطوير استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية.

الإطار المعرفي الدراسة:

الانفوجرافيك:

الانفوجرافيك (Infographic) هو اختصار لمصطلح (Information graphics) الذي يشير إلى دمج البيانات والمعلومات والرسوم التوضيحية والنصوص والصور معا في شكل يسهل فهمه واستيعابه، كما يساعد الأفراد والمؤسسات على توصيل الرسائل بإيجاز لجمهورهم (Afify, 2018, p. 205) (Alqudah, et.al, 2019, p. 670) (Smiciklas, 2012, p. 3) (30).

ويتكون الإنفوجرافيك من تمثيلات مرئية ونصوص توضيحية موجزة يتم تجميعها معا لنقل رسائل جذابة وسهلة الفهم (Basco, 2020, p.314) (31).

ويعد الإنفوجرافيك تمثيلاً بصريا للمعلومات أو البيانات، حيث يوضح معلومات معقدة بشكل موجز وسريع وواضح، ويمكن أن يساعد الإنفوجرافيك الطلاب الذين يجدون صعوبة في قراءة الكتب بسبب المحتوى (الكلمات) المكتوبة بشكل زائد عن الحد (Ismaeel, Al Mulhim, 2021, p. 147) (Apriyanti, et.al, 2020, pp. 49 – 50) (32).

وأن الهدف الرئيسي لإنفوجرافيك يتضح في قدرته علي التمثيل المرئي للمعلومات، ويتم استخدام هذه التقنية لسرد القصص، ونقل الأفكار، والتي يسهل تمثيلها لجعلها أكثر سلاسة في قراءتها، ومعرفتها والقدرة علي تحليلها بأسلوب جذاب، ولذلك يفضل استخدام الإنفوجرافيك للأسباب التالية:

- ❖ تعطي شكل آخر لعرض المعلومات البيانات بأسلوب جديد يساعد علي توصيل الأفكار الصعبة بطريقة واضحة وجذابة.
- ❖ تيسير نقل المعلومة للقارئ، وعرض كم كبير من المعلومات في مساحة قليلة، وخاصة في العروض التسلسلية زمنية، أو في مقارنات.
- ❖ يتميز الإنفوجرافيك بسهولة نشره؛ حيث يمكن استخدامه كصورة يتم نشرها بشكل واسع عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما يمكن طباعتها في صورة يتم لصقها ملصقات الأماكن العامة.

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الاكاديمية

❖ يتم يسهل عملية فهم البيانات، والمعلومات، والأرقام، والإحصائيات المعقدة التي تحتاج إلى متخصصين لفهمها، فيقوم الانفوجرافيك بدوره بتحويلها إلى رسوم بسيطة يفهمها غير المتخصصين، وحتى صغار السن، وغير المتعلمين.

❖ يساعد علي فهم المعلومات المعقدة، فيعمل علي تبسيطها من خلال إستخدام الرسوم، والمؤثرات البصرية الجذابة، ويتم ذلك من خلال استخدام أشكال متنوعة للتعبير عن المعلومات، مثل:الرسوم البيانية، الخرائط التفاعلية، وتصميمات الجرافيك، وهذه الأشكال تقوم بوظيفة الكلمات.

❖ يعمل علي توفير الوقت، والجهد المبذول.

❖ يتسم الانفوجرافيك/ بأنه غير ممل، فهو وسيلة تشويقية لنشر التقارير المعقدة، والطويلة.

❖ يقوم بتحليل البيانات، ومعرفة الأسباب، والنتائج، وإيضاح العلاقات بين العناصر المختلفة للحدث (الشنبري، ٢٠٢٢، ص ١٤ – ١٥)^(٣٨).

ويمكن تقديم الانفوجرافيك في ثلاثة أنماط وهي (الثابت، المتحرك، التفاعلي) حيث يشير **الإنفوجرافيك الثابت** إلى تصميم المعلومات في شكل بصري ثابت أو غير متحرك، وفيه يتم تصميم المعلومات في شكل رسومات لاستخدامها في الطباعة مثل الملصقات والصحف والإعلانات وما إلى ذلك، كما يمكن استخدامه عبر شاشات العرض الرقمية لمواقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي دون صور متحركة، ويشير الانفوجرافيك المتحرك إلى تجميع الصور في شكل رسوم متحركة للعرض على الشاشة مثل التلفزيون ومواقع (YouTube) و (Vimeo) وما إلى ذلك، وعادة ما يتضمن محتوى مشابه للإنفوجرافيك الثابت ولديه القدرة على إنتاج البيانات المعروضة بشكل مستمر، ويشير **الإنفوجرافيك التفاعلي** إلى تقديم مخطط المعلومات بشكل تفاعلي وتكون المعلومات هي نفسها في النوعين السابقين الثابت والمتحرك ولكنها له ميزة في طريقة توصيل المعلومات التي تتيح للمستخدمين اختيار المعلومات والوصول إليها وفقا لاختياراتهم (Hamid, et.al, (2020, p. 1389)^(٣٩).

أما عن أنماط الانفوجرافيك؛ فيوجد العديد من الأنماط في تنفيذ الانفوجرافيك؛ وتتمثل هذه الأنماط فيما يلي:

❖ **الإنفوجرافيك "الإحصائي"**: يمكن توظيفه في الرسوم البيانية في مجال عرض للنتائج والمسوح واستطلاعات الرأي، والتي يمكن الحصول عليها من مواقع بحوث الدراسات المعاهد والجامعات، والدوريات الحديثة التي تضم الدراسات والأوراق العلمية، ويحتوي الانفوجرافيك الإحصائي على رسوم بيانية ورموز، ويستخدم فيها أحجام الحروف المناسبة في العناوين بشكل جذاب.

❖ **الإنفوجرافيك "المعلوماتي"**: يتسم هذا النمط بقدرته على توصيل المعلومات حول موضوع بعينه، حيث يحدد المصمم قالب ويقسمه إلى وحدات، ويفضل ترقيم الوحدات

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفاة الاكاديمية
أو المستطيلات التي يتكون منها الإنفوجرافيك، لأن التقييم يساعد على فهم وتذكر
المعلومات.

❖ **إنفوجرافيك "السلاسل الزمنية"**: وهذا النمط فعال لإبراز التطور الزمني أو التاريخي
لظاهرة ما، باستخدام الصور والرموز على جانبي الخط أما بشكل أفقي أو رأسي.

❖ **إنفوجرافيك "المقارنة"**: يمكن توظيفه في الموضوعات التي تتطلب إجراء مقارنات
بين شخصين أو شيئين ليسهل فهم الموضوع، مثل المقارنة بين خصائص نوعين من
أجهزة الحاسوب المحمولة، ووضع أوجه المقارنة في منتصف التصميم، ويمكن
استخدام ألوان متباينة على جانبي التصميم لإبراز الاختلافات أو تغيير لون الأرضية
حول الأيقونات التي تتوسط الشيين المراد إبراز أوجه المقارنة بينهما.

❖ **إنفوجرافيك "القوائم"**: ويستخدم في الموضوعات التي تبرز السمات والخصائص
الأساسية، أو المعلومات المراد تسليط الضوء عليها وغيرها من الموضوعات التي
يمكن كتابتها على طريقة ست معلومات عن شخص ما وعشر مراحل في شخص آخر،
أو ما لا تعرفه عن شخص مؤثر في المجتمع.

❖ **إنفوجرافيك "التسلسل الهرمي"**: ويصمم هذا النمط على شكل هرم تحتوي قاعدته
على أهم المعلومات المراد إبرازها، أما قمة الهرم فتشمل المعلومات الأقل أهمية من
حيث الترتيب والقيمة.

❖ **إنفوجرافيك "الخرائط"**: يمكن توظيف هذا النمط في الموضوعات التي تتطلب وضع
خريطة دولة ما، لتصبح خلفية في التصميم، أو ترتيب الدول المصدرة للنفط في عام
معين، أو نسبة الدول التي يوجد بها نسب تسول أو نسب الجريمة على سبيل المثال
(الصويان، ٢٠٢٢، ص ٢٥٥ – ٢٥٦) (٤٠).

ويتم الانفوجرافيك بالعديد من المميزات؛ والتي تتمثل فيما يلي:

- ❖ تبسيط المعلومات المعقدة وجعلها سهلة الفهم والاعتماد على المؤشرات البصرية.
- ❖ سهولة نشر وانتشار الانفوجرافيك على الشبكات الاجتماعية والبعد عن المعلومات
الخاطئة.
- ❖ تعزيز القدرة على التفكير وربط المعلومات وتنظيمها.
- ❖ قابلية تطبيقه على عدد كبير من التخصصات والبيانات (صور، أرقام، نصوص).
- ❖ إمكانية التواصل من خلالها ونقل المعلومات للأخرين باختلاف لغاتهم.
- ❖ تغيير الطريقة الروتينية بعرض المعلومات والبيانات للناس، وبالتالي هذا يساعد على
تغير استجابة الناس وتفاعلهم مع هذه المعلومات. (مرعي، ٢٠٢١، ص ١٩١) (٤١).

الأطار المنهجي:

❖ **نوع الدراسة ومنهجها**: تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وتعتمد على المنهج
المسحي survey الكمي، فالمسح ينصب على دراسة أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية
الدراسية، في مكان معين وزمان معين، بما يساعد على فهمها أو إصدار الأحكام
بشأنها، وقد تم اعتماد المسح الوصفي التفسيري.

❖ **أدوات الدراسة:** استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان عبر الإنترنت (الاستبيان الإلكتروني) كأداة لجمع البيانات، باعتبار أن الاستبيان أحد الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات مباشرة من العينة المختارة، وذلك عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.

ولتأكد من مدى صلاحية هذه الأداة في جمع بيانات الدراسة قامت الباحثة باختبار صدق مقاييس الدراسة، حيث اعتمدت الباحثة على الصدق الظاهري لقياس مدى صدق أداة جمع البيانات (الاستبيان الإلكتروني) لمعرفة ما إذا كانت الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه وذلك من خلال الفحص المدقق لكل بند/ سؤال والتأكد من أن البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسه في إطار الموضوع الأساسي.

كما قامت الباحثة بعرض الاستمارة على عدد من المحكمين والمُتخصصين في مجال الإعلام والعلاقات العامة والإعلان^(*)، للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بتعديل الاستمارة وصياغة الأسئلة وترتيبها وتنظيمها، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات والمقترحات التي اتفق عليها معظم الأساتذة المحكمين، وتم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

وقد تم إجراء اختبار الثبات أيضاً من خلال إعادة تطبيق استمارة الاستبيان الخاصة بطلاب الإعلام التربوي على ٤٠ مفردة من المبحوثين أنفسهم بواقع (١٠%) من إجمالي حجم العينة وتم حساب الثبات باستخدام معامل (ارتباط بيرسون) بين التطبيقين (القياسين الأول والثاني) حيث بلغت قيمته (٠.٨٧٥) وهي نسبة ثبات مرتفعة في أسئلة المقاييس.

❖ **مُجْتَمَع الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في الصفوة الأكاديمية الذين يُتابعون المبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية.

(* أسماء الأساتذة المُحكمين طبقاً لترتيب الأبجدي والمنصب الجامعي):

- ❖ أ.د/ السيد بهنسي أستاذ العلاقات العامة والإعلان، بكلية الآداب، جامعة عين شمس.
- ❖ أ.د محمود يوسف أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- ❖ أ.د/ سلوى العوادلي أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان، ووكيل شؤون التعليم والطلاب، كلية الإعلام، جامعة القاهرة

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

❖ **عَيِّنَةُ الدِّرَاسَةِ:** تمثلت عينة الدراسة الميدانية في (٢٠٠ مفردة) من الصفوة الأكاديمية الذين يُتَّبعون المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والدرجة العلمية، وقد تم اختيار هذه العينة بشكل عمدي، فهي عينة عمدية أي إن العينة قد تم اختيارها بناء على مواصفات مُعينة حددتها الدراسة (علام، ٢٠١٢، ص ١٧٣) ^(٤٢)، وهناك مجموعة من المُبررات التي تم على أساسها اختيار عينة الدراسة الميدانية، هي كالتالي:

◀ **أولاً:** أنهم يُتَّبعون المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي.

◀ **ثانياً:** أنهم من مختلف المُستويات الاقتصادية والاجتماعية والدرجة العلمية، وبالتالي ستتعرف الباحثة إذا كان اخلاص العوامل الديموغرافية له تأثير أم لا.

وقد وزعت عينة الدِّرَاسَةِ من حيث الخصائص الديموغرافية للمبحوثين على النحو المُبيَّن بالجدول التَّالي:

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدِّرَاسَةِ (ن=٤٠٠)

البيانات الأساسية		
النوع	ذكر	٢٧
	انثي	٧٣
	الإجمالي	١٠٠
الدرجة العلمية	مُدَرس	٦١
	أستاذ مُساعد	٢٥
	أستاذ	١٤
	الإجمالي	١٠٠
نوع القطاع الأكاديمي الذي تعمل فيه	قطاع حكومي	٥٠
	قطاع خاص	٥٠
	الإجمالي	١٠٠

تُوضَّح بيانات هذا الجدول الخصائص الديموغرافية للمبحوثين (عينة الدِّرَاسَةِ)، حيث جاءت على النحو التَّالي:

❖ **من حيث النوع:** بلغت نسبة الإناث ضمن عينة الدِّرَاسَةِ (٧٣%)، بينما بلغت نسبة الذكور (٢٧%) من إجمالي عينة الدراسة.

❖ **من حيث الدرجة العلمية:** كانت غالبية المبحوثين من المدرسين الأكاديميين بنسبة (٦١%)، تلتها نسبة المبحوثين من الأساتذة المُساعدين (٢٥%)، وأخيراً نجد أن نسبة المبحوثين من الأساتذة الأكاديميين (١٤%) من إجمالي عينة الدِّرَاسَةِ.

❖ **من حيث نوع القطاع الأكاديمي الذي تعمل فيه:** بلغت نسبة الأكاديميين (عينة الدراسة) العاملين بقطاع حكومي ضمن عينة الدِّرَاسَةِ (٥٠%)، وكذلك بلغت نسبة الأكاديميين (عينة الدراسة) العاملين بقطاع الخاص (٥٠%) من إجمالي عينة الدِّرَاسَةِ.

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

تَسْأُلاتُ الدِّرَاسَةِ:

- ١) ما مُعدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي.
- ٢) كيفية مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي؟
- ٣) ما هي المواقع الإلكترونية التي تُقدم المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك نتيجة متابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)؟
- ٤) ما المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي نتيجة مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)؟
- ٥) ما هي طريقة عرض الإنفوجرافيك التفاعلي التي تُستخدم بالمبادرات الرئاسية من خلال متابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) لها؟
- ٦) ما أهمية استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)؟
- ٧) ما أوجه الاستفادة من استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)؟
- ٨) ما تقييم الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية؟
- ٩) ما اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية؟
- ١٠) ما المعوقات التي تواجه استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)؟
- ١١) ما مُقترحات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) لتطوير استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية؟
- ١٢) ما السمات الديموغرافية للصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) الذين يُتابعون المُبادرات الرئاسية التي تستخدم بها الإنفوجرافيك التفاعلي؟

فروض الدِّرَاسَةِ:

❖ **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مُعدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي واتجاهاتهم نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية.

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

❖ **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات متابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي وتقييمهم لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي بهذه المبادرات.

❖ **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الدرجة العلمية، نوع القطاع الأكاديمي) في اتجاهاتهم نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية.

❖ **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الدرجة العلمية، نوع القطاع الأكاديمي) في تقييمهم لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي بالمبادرات الرئاسية.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

(أ) **المقاييس الوصفية:** وقد اشتملت على ما يلي:

- ❖ التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ❖ المتوسط الحسابي.
- ❖ الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
- ❖ الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبارة.

(ب) **الاختبارات الإحصائية:** وقد تضمنت هذه الاختبارات ما يلي:

- ❖ اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
- ❖ كاي² (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية.
- ❖ تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA.

(ج) **معاملات الارتباط Correlation:** وقد اشتملت على ما يلي:

- ❖ معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).
- وقد قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (٩٥%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

جدول رقم (٢)

يوضح قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور صحيفة الاستبيان والدرجة الكلية لها

معامل ألفا (معامل الثبات)	عدد العبارات	المحور
٠.٧٩٧	١٨	استخدام مبادرات الرئاسية للإنفوجرافيك
٠.٨٦٧	١٥	أهمية استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي
٠.٧٩٣	١١	أوجه الاستفادة من استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي
٠.٨٣	١٢	إلى تقييم استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي من وجهة نظر في المبادرات الرئاسية
٠.٨٦٧	١٥	اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية
٠.٨٢٣	٦	المعوقات التي تواجه استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية
٠.٧٢٥	٧	مقترحات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) لتطوير استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية
٨١.٤	٨٤	صحيفة الاستبيان كاملة

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية:

جدول رقم (٣)

يوضح معدلات متابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية

التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي

%	ك	معدلات المتابعة
٥٢.٥	١٠٥	دائمًا ما أتابعها.
٤١.٥	٨٣	أحيانًا ما أتابعها.
٦	١٢	نادرًا ما أتابعها.
١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

تُفيد بيانات هذا الجدول بأن الغالبية العظمى من الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) بنسبة (٥٢.٥%) دائماً ما يتابعون المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي، على حين يُتابعها أحياناً نسبة (٤١.٥%)، بينما بلغ عدد المبحوثين الذين يتابعون المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي (١٢) مبحوثاً أي بنسبة (٦%) من إجمالي المبحوثين، ويُمكننا إرجاع ذلك إلى أن استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في تقديم المبادرات الرئاسية يعمل على توفير المعلومات والإحصاءات وتسهيل التواصل بين المواطنين والحكومة؛ كما أنه يعمل على تسهيل المعلومات المعقدة وجعلها أكثر وضوحاً وفهماً.

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد كبير مع نتائج دراسة (أحمد محمد عبد الله سليم، ٢٠٢٢) ^(٤٣) والتي توصلت نتائجها إلى اهتمام أكثر من نصف عينة الدراسة بمتابعة فيديوهات مبادرة القضاء على العشوائيات على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية بنسبة بلغت (٥٢.٣%)، وقد يرجع ذلك إلى تعدد وسائل الإعلام التي اهتمت بمبادرة القضاء على العشوائيات وخاصة إعلانات المبادرة على التلفزيون.

كما اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد ما مع نتائج دراسة (أسامة أحمد أحمد زارع، ٢٠١٨) ^(٤٤) والتي أوضحت نتائجها أن هناك نسبة كبيرة من المبحوثين يؤكدون على متابعتهم للمبادرات التي تقدمها رئاسة الجمهورية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٤)

يوضح معدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي أسبوعياً

معدلات المتابعة أسبوعياً	ك	%
يوم واحد في الأسبوع	٥٧	٢٨.٥
يومان في الأسبوع	٧٥	٣٧.٥
ثلاث أيام في الأسبوع	٢٨	١٤
أكثر من ثلاث أيام في الأسبوع	٤٠	٢٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن غالبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) يُتابعون يومان في الأسبوع المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي حيث بلغت نسبتهم (٣٧.٥%)، بينما كانت نسبة من يتابعون المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي يوم واحد في الأسبوع (٢٨.٥%)، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يُتابعونها أكثر من ثلاث أيام في الأسبوع (٢٠%)، وأخيراً نجد أن عدد المبحوثين الذين يُتابعونها ثلاث أيام في الأسبوع بلغ (٢٨) مبحوث أي بنسبة (١٤%). ويُمكن إرجاع ذلك إلى الدور الذي تلعبه الانفوجرافيك التفاعلي في عرض المبادرات الرئاسية حيث أنه يعمل على تصوير المعلومات المعقدة والبيانات الكمية بشكل بصري ومنظم.

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد بسيط مع نتائج الجدول رقم (٣) والذي يتمحور حول معدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي، والتي قد أوضحت نتائجها أن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) يتراوح مُتابعتهن للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي ما بين (دائماً، وأحياناً) بنسبة (٩٤%).

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

جدول رقم (٥)
يوضح معدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية
التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي في اليوم الواحد

معدلات المُتابعة في اليوم الواحد	ك	%
أقل من ساعة	٧٥	٣٧.٥
من ساعة إلى أقل من ساعتين	٧٩	٣٩.٥
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	٤٦	٢٣
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

تُشير بيانات هذا الجدول إلى أن غالبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدِّراسة) يُتابعون المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي من ساعة إلى أقل من ساعتين في اليوم الواحد حيث بلغت نسبتهم (٣٩.٥%)، بينما كانت نسبة من يُتابعونها أقل من ساعة في اليوم الواحد (٣٧.٥%)، وأخيرًا نجد أن عدد المبحوثين الذين يُتابعون من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات في اليوم الواحد المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي بلغ (٤٦) مبحوث أي بنسبة (٢٣%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى الدور الذي تلعبه الإنفوجرافيك التفاعلي في عرض المبادرات الرئاسية حيث أنه يعمل على تصوير المعلومات المعقدة والبيانات الكمية بشكل بصري ومنظم.

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد بسيط مع نتائج الجدول رقم (٣) والذي يتمحور حول معدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي، والتي قد أوضحت نتائجها أن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) يتراوح مُتابعتهن للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي ما بين (دائمًا، وأحيانًا) بنسبة (٩٤%).

كما اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد كبير مع نتائج الجدول رقم (٤) الذي يتمحور حول معدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي أسبوعيًا، والذي قد خلصت نتائجها إلى أن غالبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدِّراسة) يُتابعون المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي من ساعة إلى أقل من ساعتين في اليوم الواحد حيث بلغت نسبتهم (٣٩.٥%)، بينما كانت نسبة من يُتابعونها أقل من ساعة في اليوم الواحد (٣٧.٥%)، وأخيرًا نجد أن عدد المبحوثين الذين يُتابعون من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات في اليوم الواحد المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي بلغ (٤٦) مبحوث أي بنسبة (٢٣%).

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

جدول رقم (٦)

يوضح الأشخاص التي تتابع الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) معهم المبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي

مع من تتابع	ك	%
بمفردي	١٣٥	٦٧.٥
مع أفراد أسرتي	٧٣	٣٦.٥
مع الأصدقاء	٥٦	٢٨
مع زملائي في العمل	١٤	٧
مع المثقفين و صفوة المجتمع	٣	١.٥
الإجمالي	٢٠٠	

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول الأشخاص التي يُفضل (عينة الدِّراسة) أن يُتابعون المبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي معهم، فنجد أن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدِّراسة) يُفضلون مُتابعة هذه المبادرات بمفردهم بنسبة (٦٧.٥%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أنه يُفضلون متابعتها بمفردهم حتى يركزون في البيانات والمعلومات المعقدة المُقدمة بشكل مُبسط عن طريق الانفوجرافيك التفاعلي وهل تم بالفعل توظيف الانفوجرافيك التفاعلي بشكل فعال في عرض المبادرات الرئاسية، ومن ثم يليها من يُفضلون مُتابعة هذه المبادرات مع أفراد أسرتهم وذلك بنسبة (٣٦.٥%)، ويُمكن إرجاع ذلك أن بعض الأحيان تعرض هذه المبادرات على التليفزيون وبالتالي سيتم متابعتها في حضور أفراد الأسرة؛ وهناك من يفضل من عينة الدراسة التأكيد على جميع أفراد أسرتهم حضور هذه المبادرات لزيادة وعيهم السياسي والاقتصادي والمجتمعي، يليهم من يُفضلون مُتابعة هذه المبادرات مع أصدقاءهم بنسبة (٢٨%)، ويُمكن إرجاع ذلك لاعتبار أنهم يقوموا بذلك لتبادل الآراء ووجهات النظر حول ما يُقدم من معلومات وتوضيح هل تم توظيف الانفوجرافيك التفاعلي بشكل جيد داخل هذه المبادرات أم لا، ومن ثم نجد نسبة (٧%) الصفوة الأكاديمية (عينة الدِّراسة) الذين يُفضلون مُتابعة هذه المبادرات مع زملاء العمل، وأخيراً نجد من يُفضلون مُتابعة هذه المبادرات مع المثقفين و صفوة المجتمع بنسبة (١.٥%)، ويُمكن إرجاع ذلك كما ذكرنا سلفاً لاعتبار أنهم يقوموا بذلك لتبادل الآراء ووجهات النظر حول ما يُقدم من معلومات وتوضيح هل تم توظيف الانفوجرافيك التفاعلي بشكل جيد داخل هذه المبادرات أم لا.

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

جدول رقم (٧)
يوضح الأماكن التي تفضل الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) متابعة المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي

الأمكان التي تفضل متابعة المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي	ك	%
المنزل	١٨٧	٩٣.٥
مكتب العمل	١٧	٨.٥
النادي	٢٨	١٤
المقهى أو الكافية	٤٤	٢٢
الإجمالي	٢٠٠	

تُبين لنا بيانات هذا الجدول الأماكن التي يُفضل (عينة الدِّراسَةِ) أن يُتابعون المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي معهم، فنجد أن المنزل قد احتل الصدارة بنسبة (٩٣.٥%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أنه يُفضلون متابعتها في المنزل حتى يركزون في البيانات والمعلومات المعقدة المُقدمة بشكل مُبسط عن طريق الانفوجرافيك التفاعلي وهل تم بالفعل توظيف الإنفوجرافيك التفاعلي بشكل فعال في عرض المبادرات الرئاسية، يليه المقهى أو الكافية بنسبة (٢٢%)، ومن ثم نجد النادي بنسبة (١٤%)، وأخيرًا نجد نسبة (٨.٥%) مكتب العمل، ويُمكن إرجاع ذلك كما لا اعتبار أنهم يقوموا بذلك لتبادل الآراء ووجهات النظر حول ما يُقدم من معلومات وتوضيح مع من حولهم؛ وهل تم توظيف الانفوجرافيك التفاعلي بشكل جيد داخل هذه المبادرات أم لا.

وتتفق نتائج هذا الجدول بشكل كبير مع نتائج الجدول رقم (٦) والذي يتناول الأشخاص التي تُتابع الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) معهم المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي؛ والتي قد أشارت نتائجها إلى أن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدِّراسَةِ) يُفضلون متابعة هذه المبادرات بمفردهم بنسبة (٦٧.٥%)، ومن ثم يليها من يُفضلون متابعة هذه المبادرات مع أفراد أسرتهن وذلك بنسبة (٣٦.٥%)، يليهم من يُفضلون متابعة هذه المبادرات مع أصدقائهم بنسبة (٢٨%)، ومن ثم نجد نسبة (٧%) الصفوة الأكاديمية (عينة الدِّراسَةِ) الذين يُفضلون متابعة هذه المبادرات مع زملاء العمل، وأخيرًا نجد من يُفضلون متابعة هذه المبادرات مع المثقفين وصفوة المجتمع بنسبة (١.٥%)،

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

جدول رقم (٨)

يوضح الوسائل التي تفضل الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) متابعة المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي عليها

الوسائل التي تفضل متابعة المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي عليها	ك	%
الحاسوب الشخصي PC	٩١	٤٥.٥
الأجهزة اللوحية Tablet	٥٠	٢٥
الحاسوب المحمول Labtop	٣٥	١٧.٥
الهاتف المحمول Android Phone	١٥٠	٧٥
الشاشات الذكية Smart Phone	٥٠	٢٥
المواقع الإخبارية	٦٢	٣١
الصحف الإلكترونية	١٣	٦.٥
مواقع التواصل الاجتماعي	٧٨	٣٩
الإجمالي	٢٠٠	

تُفيد بيانات هذا الجدول بأن الهاتف المحمول Android Phone احتلت الصدارة من حيث الأجهزة التي يستخدمها الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) لمتابعة المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي عليها حيث كانت نسبتها (٧٥%)، ويمكن إرجاع ذلك نظراً لانتشار هذه الأجهزة مع الجمهور وسهولة استخدامها وإمكانية حملها وتواجدها معهم في أي وقت وفي أي مكان، ومن ثم يليها الحاسوب الشخصي PC بنسبة (٤٥.٥%)، وفي المرتبة الثالثة ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للمتابعة بنسبة (٣٩%)، يليها نسبة (٣١%) للمواقع الإخبارية، ونسبة (٢٥%) لكلاً من (الأجهزة اللوحية Tablet / الشاشات الذكية Smart Phone)، ومن ثم ظهرت الحاسوب المحمول Labtop بنسبة (١٧.٥%)، وفي المرتبة الأخيرة نجد الصحف الإلكترونية بنسبة (٦.٥%).

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد ما مع نتائج دراسة (أحمد محمد عبد الله سليم، ٢٠٢٢) ^(٤٥) والتي أفادت نتائجها بتعدد المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين لمتابعة فيديوهات المبادرة، وفي المرتبة الثانية وبفارق كبير جاءت نسبة من يتابعون فيديوهات المبادرة بدرجة كبيرة بنسبة بلغت (٣٥.٥%).

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الاكاديمية

جدول رقم (٩)

يوضح المواقع الإلكترونية التي تقدم المبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي

من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

%	ك	المواقع الإلكترونية التي تقدم المبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي
٣٤.٥	٦٩	بوابة أخبار اليوم
٣٧.٥	٧٥	بوابة الأهرام
١١	٢٢	الجمهورية أونلاين
٥٣	١٠٦	اليوم السابع
٣٩	٧٨	الوطن
٤٨	٩٦	المصري اليوم
٣٩	٧٨	بوابة رئاسة الجمهورية
١٢.٥	٢٥	بوابة الوفد
٣٤	٦٨	البوابة نيوز
٢٢.٥	٤٥	مصر اوي
٢٠٠		الإجمالي

يتضح لنا من هذا الجدول بأن اليوم السابع احتلت الصدارة من حيث المواقع الإلكترونية التي تقدم المبادرات الرئاسية التي تستخدم الانفوجرافيك التفاعلي عليها من وجهة نظر الصفوة الاكاديمية (عينة الدراسة) حيث كانت نسبتها (٥٣%)، ومن ثم يليها المصري اليوم بنسبة (٤٨%)، وفي المرتبة الثالثة ظهرت كلاً من (بوابة رئاسة الجمهورية/ الوطن) بنسبة (٣٩%)، يليها نسبة (٣٧.٥%) لبوابة الأهرام، ونسبة (٣٤.٥%) لبوابة أخبار اليوم، يليها نسبة (٣٤%) لبوابة نيوز، ومن ثم ظهرت مصر اوي بنسبة (٢٢.٥%)، ومن ثم ظهرت نسبة (١٢.٥%) لبوابة الوفد، وفي المرتبة الأخيرة نجد أن الجمهورية أونلاين بنسبة (١١%).

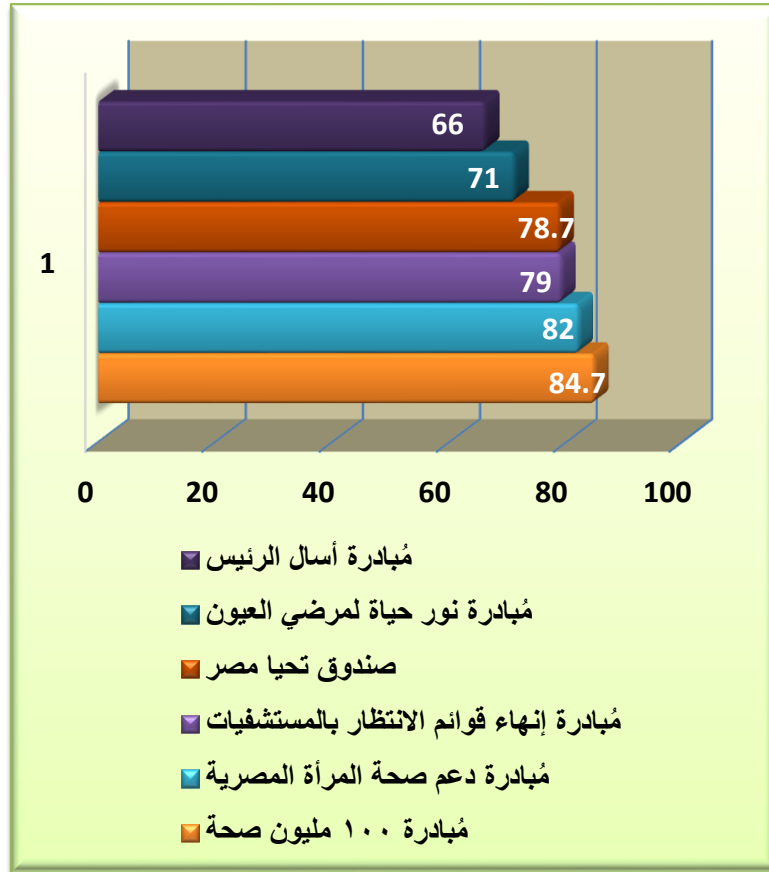
تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

جدول رقم (١٠)
يوضح مدى استخدام المبادرات الرئاسية للإنفوجرافيك التفاعلي
من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً ما تُستخدم		أحياناً ما تُستخدم		دائماً ما تُستخدم		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
المبادرات الصحية والسياسية									
٨٤.٧	٠.٥٦٦	٢.٥٤	٣.٥	٧	٣٩	٧٨	٥٧.٥	١١٥	مبادرة ١٠٠ مليون صحة
٨٢	٠.٦٥٦	٢.٤٦	٩	١٨	٣٦.٥	٧٣	٥٤.٥	١٠٩	مبادرة دعم صحة المرأة المصرية
٧٩	٠.٦٦٨	٢.٣٧	١٠.٥	٢١	٤١.٥	٨٣	٤٨	٩٦	مبادرة إنهاء قوائم الانتظار بالمستشفيات
٧٨.٧	٠.٧٠٢	٢.٣٦	١٣	٢٦	٣٨	٧٦	٤٩	٩٨	صندوق تحيا مصر
٧١	٠.٧٢١	٢.١٣	٢٠	٤٠	٤٦.٥	٩٣	٣٣.٥	٦٧	مبادرة نور حياة لمرضى العيون
٦٦	٠.٧٥٣	١.٩٨	٢٩.٥	٥٩	٤٣.٥	٨٧	٢٧	٥٤	مبادرة أسأل الرئيس
المبادرات الشبابية والتنمية									
٧٧.٧	٠.٥٣٣	٢.٣٣	٣	٦	٦٠.٥	١٢١	٣٦.٥	٧٣	مبادرة إستراتيجية التنمية المُستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠
٧٥.٣	٠.٦٥	٢.٢٦	١١.٥	٢٣	٥١.٥	١٠٣	٣٧	٧٤	مبادرة التعليم التكنولوجي
٧٠	٠.٧٨٣	٢.١	٢٦	٥٢	٣٨	٧٦	٣٦	٧٢	مبادرة إبداع للشباب
٦١.٧	٠.٦٢٩	١.٨٥	٢٨	٥٦	٥٨.٥	١١٧	١٣.٥	٢٧	مبادرة البرامج الرئاسية لتأهيل الشباب
المبادرات الاجتماعية والتكنولوجية									
٨٢.٧	٠.٥٨٤	٢.٤٨	٤.٥	٩	٤٢.٥	٨٥	٥٣	١٠٦	مبادرة تكافل وكرامة، مصر بلا غارمات
٧٨.٣	٠.٧٢	٢.٣٥	١٤.٥	٢٩	٣٦.٥	٧٣	٤٩	٩٨	مراكب النجاح للهجرة غير الشرعية
٧٦.٧	٠.٥٩١	٢.٣	٧	١٤	٥٦.٥	١١٣	٣٦.٥	٧٣	مبادرة حياة كريمة لـ تطوير القرى، مهنتك مستقبلك، سكن كريم
٧٦.٣	٠.٥١٧	٢.٢٩	٣	٦	٦٥	١٣٠	٣٢	٦٤	مبادرة "اتكلم عربي" للحفاظ على الهوية المصرية في الخارج
٧٤.٧	٠.٦١	٢.٢٤	٩.٥	١٩	٥٧.٥	١١٥	٣٣	٦٦	مبادرة اتحضر للأخضر
٦٨	٠.٧٥٩	٢.٠٤	٢٦.٥	٥٣	٤٢.٥	٨٥	٣١	٦٢	مبادرة رواد تكنولوجيا المعلومات علماء المستقبل، رواد ٢٠٣٠
المبادرات الاقتصادية والرياضية									
٧٨	٠.٦٨٣	٢.٣٤	١٢	٢٤	٤٢	٨٤	٤٦	٩٢	مبادرة الطرق والكباري
٧٧.٣	٠.٦٦٥	٢.٣٢	١١	٢٢	٤٥.٥	٩١	٤٣.٥	٨٧	مبادرة صناعة مصر، تتلف في حرير، توفير ١٠٠٠ تاكسي
٧١	٠.٧٨٩	٢.١٣	٢٥.٥	١٠.٢	٣٦.٣	١٤٥	٣٨.٣	١٥٣	مبادرة لعبية بلدنا

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية
تُشير بيانات هذا الجدول إلى مدى استخدام المبادرات الرئاسية للإنفوجرافيك
التفاعلي من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية؛ وسيتم عرض المبادرات الرئاسية وفقاً لأنواعها؛
فيما يلي:

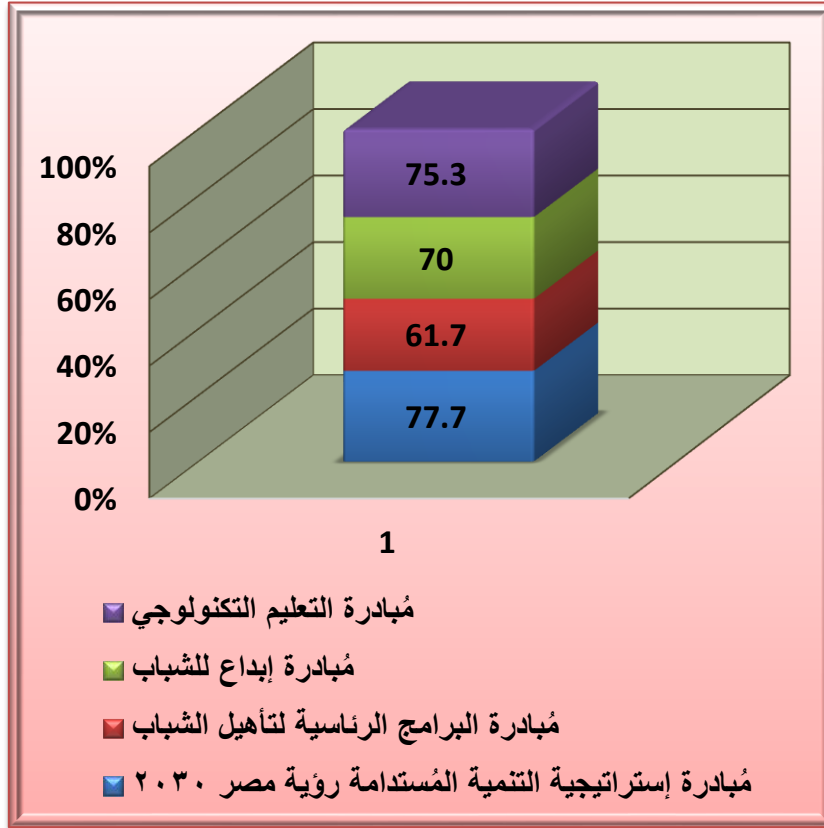
(١) **أولاً: المبادرات الصحية والسياسية:** فنجد أن مبادرة ١٠٠ مليون صحة احتلت الصدارة من
حيث المبادرات الصحية والسياسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي حيث بلغ وزنها
النسبي (٨٤.٧)، ومن ثم يليه الوزن النسبي (٨٢) لمبادرة دعم صحة المرأة المصرية، يليه
مبادرة إنهاء قوائم الانتظار بالمستشفيات بوزن نسبي (٧٩)، ومن ثم ظهرت صندوق تحيا
مصر بوزن نسبي (٧٨.٧)، ويليه الوزن النسبي (٧١) لمبادرة نور حياة لمرضي العيون،
وأخيراً نجد مبادرة أسأل الرئيس بوزن نسبي (٦٦)؛ ويُعد الشكل التّالي ما هو إلا توضيح
لهذه النتائج:



شكل رقم (١) يوضح المبادرات الرئاسية الصحية والسياسية ونسبة استخدامها
للإنفوجرافيك التفاعلي

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الاكاديمية

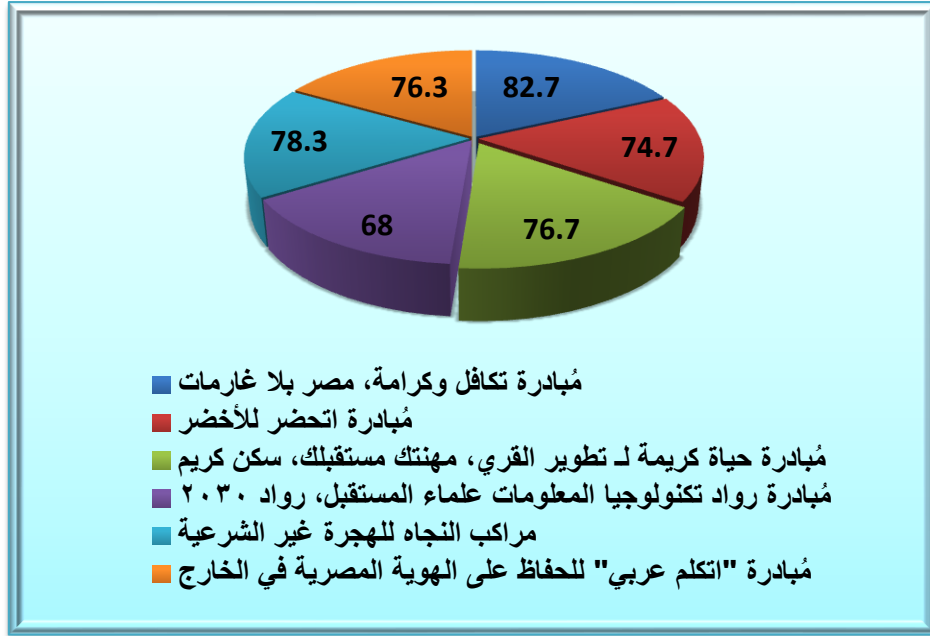
(٢) **ثانياً: المبادرات الشبابية والتنمية:** فوجد أن مبادرة إستراتيجية التنمية المُستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ احتلت الصدارة من حيث المبادرات الشبابية والتنمية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي حيث بلغ وزنها النسبي (٧٧.٧)، ومن ثم يليه الوزن النسبي (٧٥.٣) لمبادرة التعليم التكنولوجي، يليه مبادرة إبداع للشباب بوزن نسبي (٧٠)، وأخيراً نجد مبادرة البرامج الرئاسية لتأهيل الشباب بوزن نسبي (٦١.٧)؛ ويُعد الشكل التّالي ما هو إلا توضيح لهذه النتائج:



شكل رقم (٢) يوضح المبادرات الرئاسية الشبابية والتنمية ونسبة استخدامها للإنفوجرافيك التفاعلي

(٣) **ثالثاً: المبادرات الاجتماعية والتكنولوجية:** فوجد أن مبادرة تكافل وكرامة، مصر بلا غارمات احتلت الصدارة من حيث المبادرات الاجتماعية والتكنولوجية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي حيث بلغ وزنها النسبي (٨٢.٧)، ومن ثم يليه الوزن النسبي (٧٨.٣) لمبادرات مراكب النجاه للهجرة غير الشرعية، يليه مبادرة حياة كريمة لـ تطوير القرى، مهنتك مستقبلك، سكن كريم بوزن نسبي (٧٦.٧)، ومن ثم ظهرت مبادرة "اتكلم عربي" للحفاظ على الهوية المصرية في الخارج بوزن نسبي (٧٦.٣)، ويليه الوزن النسبي (٧٤.٧) لمبادرة

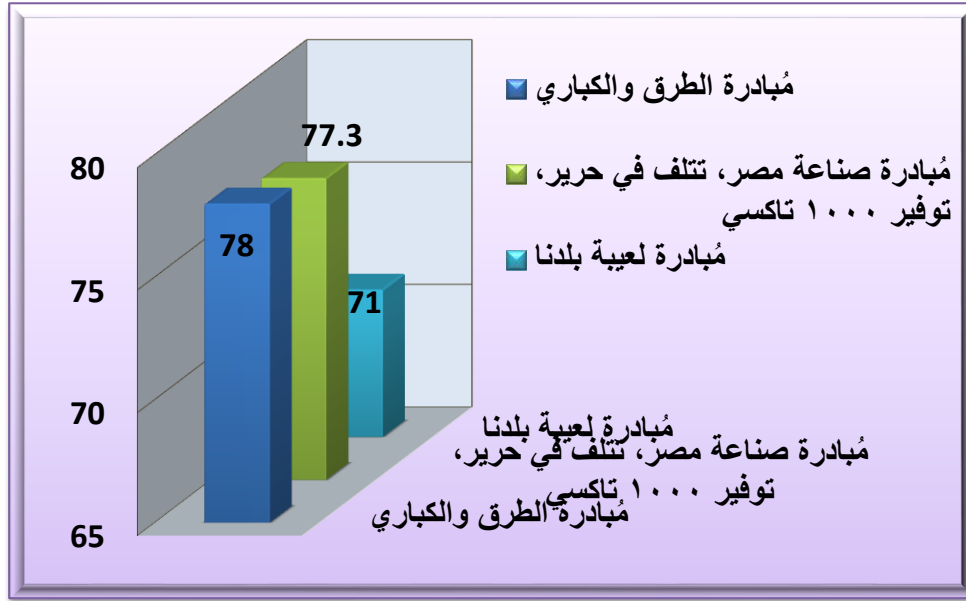
تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الاكاديمية
 اتحضر للأخضر، وأخيرًا نجد مُبادرة رواد تكنولوجيا المعلومات علماء المستقبل، رواد
 ٢٠٣٠ بوزن نسبي (٦٨)؛ ويُعد الشكل التّالي ما هو إلا توضيح لهذه النتائج:



شكل رقم (٣) يوضح المبادرات الرئاسية الاجتماعية والتكنولوجية ونسبة استخدامها
 للإنفوجرافيك التفاعلي

(٤) رابعاً: المبادرات الاقتصادية والرياضية: فجد أن مُبادرة الطرق والكباري احتلت الصدارة
 من حيث المبادرات الاقتصادية والرياضية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي حيث بلغ
 وزنها النسبي (٧٨)، يليه مُبادرة صناعة مصر، تتلف في حرير، توفير ١٠٠٠ تاكسي
 بوزن نسبي (٧٧.٣)، وأخيرًا نجد مُبادرة لعبة بلدنا بوزن نسبي (٧١)؛ ويُعد الشكل التّالي
 ما هو إلا توضيح لهذه النتائج:

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية



شكل رقم (٣) يوضح المبادرات الرئاسية الاقتصادية والرياضية ونسبة استخدامها للإنفوجرافيك التفاعلي
جدول رقم (١١)

يوضح مجمل مدى استخدام المبادرات الرئاسية للإنفوجرافيك التفاعلي من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

مجملة	ك	%
ضعيف	١٧	٨.٥
متوسط	٨٦	٤٣
مرتفع	٩٧	٤٨.٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يوضح لنا هذا الجدول بأن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) يوضحون أن المبادرات الرئاسية تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي بشكل مرتفع حيث بلغت نسبتهم (٤٨.٥%)، وتلاههم الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) الذين أفادوا بأن المبادرات الرئاسية تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي بشكل متوسط بنسبة (٣٥%)، وأخيراً نجد أن عدد الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) الذين قد أشاروا إلى أن المبادرات الرئاسية تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي بشكل ضعيف (١٧) مبحوث أي بنسبة (٨.٥%)، وإن دل ذلك فيدل على أن القائمين على المبادرات الرئاسية تعرف مدى أهمية استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية حيث توضيح الأهداف والإنجازات الرئيسية للمبادرات المختلفة التي تم تنفيذها؛ وتمكينهم من استخدامها لعرض البيانات الإحصائية المتعلقة بتنفيذ هذه المبادرات، مثل عدد المستفيدين والتأثيرات الاجتماعية والاقتصادية المتوقعة.

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

جدول رقم (١٢)
يوضح طريقة عرض الإنفوجرافيك المُستخدم في المبادرات الرئاسية
من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

طريقة عرض الإنفوجرافيك المُستخدم في المبادرات الرئاسية	ك	%
إنفوجرافيك مستقل بذاته.	٤٩	٢٤.٥
مصاحب لمضمون المبادرات الرئاسية.	١٥١	٧٥.٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

تُبين بيانات هذا الجدول أن أغلبية الإنفوجرافيك المُستخدم في المبادرات الرئاسية يكون عرضه مصاحب لمضمون لهذه المبادرات بنسبة (٧٥.٥%)؛ بينما بلغت نسبة عرض الإنفوجرافيك بشكل مُستقل (٢٤.٥%)؛ ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن استخدام الإنفوجرافيك في المبادرات الرئاسية يكون بهدف تبسيط المعلومات المعقدة وجعلها أكثر وضوحًا وفهمًا؛ كما أنه يُستخدم لتحفيز المستخدمين على التفاعل مع المحتوى واستكشافه بشكل أكثر فاعلية.

جدول رقم (١٣)
يوضح أهمية استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المُبادرات الرئاسية
من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

العبارة	موافق		محايد		لاوافق		الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
يُضفي شكلاً أكثر جاذبية على المعلومات	١٣٦	٦٨	٦٠	٣٠	٤	٢	٠.٥١٥	٨٨.٧
يُساعد في تبسيط المعلومات المعقدة	٩٦	٤٨	١٠١	٥٠.٥	٣	١.٥	٠.٥٢٩	٨٢.٣
يُساهم في إيضاح العلاقات بين العناصر المختلفة	١٥٨	٧٩	٤٢	٢١	-	-	٠.٤٠٨	٩٣
يُنظم المعلومات بطريقة مفيدة	١٣٥	٦٧.٥	٦٤	٣٢	١	٠.٥	٠.٤٨٢	٨٩
يُستخدم لنقل الأفكار واستكشاف القضايا	١٢٠	٦٠	٧٩	٣٩.٥	١	٠.٥	٠.٥٠٢	٨٦.٧
يوفر المجهود للحصول على المعلومات	١٣٤	٦٧	٦٥	٣٢.٥	١	٠.٥	٠.٤٨٤	٨٨.٧
يُساعد في إجراء مقارنات بطريقة فعالة	١٥٧	٧٨.٥	٤٣	٢١.٥	-	-	٠.٤١٢	٩٣
أداة بصرية توفر التواصل الفعال	١٥٠	٧٥	٤٧	٢٣.٥	٣	١.٥	٠.٤٧٥	٩١.٣
يُساعد على إيصال الأفكار المعقدة بطريقة واضحة وسهلة	١٤٣	٧١.٥	٥٧	٢٨.٥	-	-	٠.٤٥٣	٩٠.٧
يعمل على إثراء المحتوى المُقدم عبر شبكة الإنترنت	١٤٩	٧٤.٥	٤٨	٢٤	٣	١.٥	٠.٤٧٨	٩١
يوفر الزمن للحصول على المعلومات	١٣٧	٦٨.٥	٦٣	٣١.٥	-	-	٠.٤٦٦	٨٩.٣
يُساهم في تسهيل وتحسين عملية التعلم	١٠٣	٥١.٥	٩٦	٤٨	١	٠.٥	٠.٥١١	٨٣.٧
يُساعد في عرض كمية كبيرة من المعلومات في مساحة صغيرة	١٣١	٦٥.٥	٦٨	٣٤	١	٠.٥	٠.٤٨٩	٨٨.٣
يُعتبر وسيلة جاذبة للمتعلمين	١٣٧	٦٨.٥	٦٢	٣١	١	٠.٥	٠.٤٧٨	٨٩.٣
يُساعد على تغيير طريقة الناس في التفكير في الناحية البيانية والمعلوماتية	١٤١	٧٠.٥	٥٨	٢٩	١	٠.٥	٠.٤٧	٩٠

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

تفيد بيانات هذا الجدول بأهمية استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)، حيث جاء في الترتيب الأول وبوزن نسبي (٩٣) لكلاً من أن المبحوثين أفادوا بأن استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في هذه المبادرات يقوم بكلاً من أنه (يساهم في إيضاح العلاقات بين العناصر المختلفة/ يُساعد في إجراء مقارنات بطريقة فعالة)، يليها في الترتيب الثاني أن المبحوثين أوضحوا بأن الانفوجرافيك عبارة عن أداة بصرية توفر التواصل الفعال بوزن نسبي (٩١.٣)، ثم في الترتيب الثالث نجد أن المبحوثين قد أشاروا إلى أن الانفوجرافيك يعمل على إثراء المحتوى المُقدم عبر شبكة الإنترنت بوزن نسبي (٩١)، ثم جاء الوزن النسبي (٩٠.٧) لتوضيح المبحوثين أن الانفوجرافيك يُساعد على إيصال الأفكار المعقدة بطريقة واضحة وسهلة، يليه أن المبحوثين قد أوضحوا أن الانفوجرافيك يُساعد على تغيير طريقة الناس في التفكير في الناحية البيانية والمعلوماتية بوزن نسبي (٩٠)، ومن ثم ظهر الوزن النسبي (٨٩.٣) لكلاً من توضيح المبحوثين أن الانفوجرافيك يوفر الزمن للحصول على المعلومات؛ كما أنه يُعتبر وسيلة جاذبة للمتعلمين، يليها أن المبحوثين قد أشاروا إلى أن الانفوجرافيك يُنظم المعلومات بطريقة مفيدة بوزن نسبي (٨٩)، ومن ثم نجد أفادة المبحوثين بأن الانفوجرافيك يقوم بكلاً من (يضيف شكلاً أكثر جاذبية على المعلومات، ويوفر المجهود للحصول على المعلومات) بوزن نسبي واحد لكلاً منهما وهو (٨٨.٧)، ومن ثم ظهر توضيح المبحوثين بأن الانفوجرافيك يُساعد في عرض كمية كبيرة من المعلومات في مساحة صغيرة بوزن نسبي (٨٨.٣)، ومن ثم ظهر الوزن النسبي (٨٦.٧) لتوضيح المبحوثين بأن الانفوجرافيك يُستخدم لنقل الأفكار واستكشاف القضايا، يليها توضيح المبحوثين بأن الانفوجرافيك يُساهم في تسهيل وتحسين عملية التعلم بوزن نسبي (٨٣.٧)، واحتلت المرتبة الأخيرة أن المبحوثين قد أشاروا إلى أن الانفوجرافيك يُساعد في تبسيط المعلومات المعقدة بوزن نسبي (٨٢.٣)، ومما سبق يتضح لنا أن الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) توضح الأهمية الكبيرة لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية حيث أن كل عبارات هذا المقياس جاءت إجابات المبحوثين عليها بنسب مُرتفعة إلى كبير جداً ومُتقاربة جداً، حيث احتوى هذا المقياس على خمسة عشر عبارة جاءت نسبهم المئوية ابتداءً من (٩٣) إلى (٨٢.٣) وهذا دليل على أن استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية له أهمية كبيرة لذلك يجب الاهتمام بتوظيفه بأفضل شكل في المبادرات الرئاسية.

جدول رقم (١٤)

يوضح مجمل أهمية استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية

من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

مجملة أهمية استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية	ك	%
متوسط	٤٤	٢٢
مرتفع	١٥٦	٧٨
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) قد أفادوا بأن هناك أهمية ذات درجة مُرتفعة لاستخدام الانفوجرافيك في المبادرات الرئاسية

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية حيث بلغت نسبتهم (٧٨%)، بينما كانت نسبة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) قد أفادوا بأن هناك أهمية ذات درجة متوسطة لاستخدام الانفوجرافيك في المبادرات الرئاسية بنسبة (٢٢%)، وإن دل ذلك فيدل على أن استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية له أهمية كبيرة لذلك يجب الاعتماد بتوظيفه بأفضل شكل في المبادرات الرئاسية.

وقد أكدت واتفقت نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول رقم (١٣) والذي تمحور حول أهمية استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)، والذي قد بينت نتائجه أن الوزن النسبي لأهمية استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية يتراوح من (٩٣) إلى (٨٢.٣) وهذا دليل على أن استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية له أهمية كبيرة لذلك يجب الاهتمام بتوظيفه بأفضل شكل في المبادرات الرئاسية.

جدول رقم (١٥)

يوضح أوجه الاستفادة من استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		محايد		موافق		العبرة
			ك	%	ك	%	ك	%	
٩٣.٣	٠.٤٠١	٢.٨	-	-	٢٠	٤٠	٨٠	١٦٠	يُساعد الإنفوجرافيك التفاعلي على فهم المبادرات الرئاسية التي يقدمها وتحفيز المشاركة الإيجابية في المعرفة
٨٨.٧	٠.٤٧٣	٢.٦٦	-	-	٣٣.٥	٦٧	٦٦.٥	١٣٣	يُسهِم الإنفوجرافيك التفاعلي في توضيح مغزي الأرقام ودلالاتها بشأن المبادرات الرئاسية ويعطي استجابات ردود سريعة
٨٨.٧	٠.٤٧٣	٢.٦٦	-	-	٣٣.٥	٦٧	٦٦.٥	١٣٣	الإنفوجرافيك التفاعلي يعطي فكرة كاملة عن المبادرات الرئاسية مما يُشجع الشباب على التفاعل مع مؤسسة الرئاسة
٨٧.٣	٠.٤٨٥	٢.٦٢	-	-	٣٧.٥	٧٥	٦٢.٥	١٢٥	استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي للمبادرات الرئاسية شعاعًا يتناسب مع كل مبادرة؛ مما خلق روح الحماس والهمة لدى الشباب
٨٦.٣	٠.٥٠٢	٢.٥٩	٠.٥	١	٣٩.٥	٧٩	٦٠	١٢٠	تتلاءم طريقة عرضه وتصميمه مع تبني البرنامج الرئاسي تأهيل الشباب للقيادة وإبداعهم في خلق فرص عمل لهم
٨٥.٧	٠.٤٩٦	٢.٥٧	-	-	٤٣	٨٦	٥٧	١١٤	طريقة عرض الإنفوجرافيك التفاعلي للمبادرات الرئاسية تجعلني أكثر ارتباطًا بالمواقع ومؤسسة الرئاسة لحل مشكلات الشباب
٨٥.٠	٠.٤٩٩	٢.٥٥	-	-	٤٥.٥	٩١	٥٤.٥	١٠٩	تتنوع مجالات المبادرات الرئاسية الجرافيكية بما يُساعد على دفع عجلة التنمية في المجتمع
٨٤.٧	٠.٥	٢.٥٤	-	-	٤٦	٩٢	٥٤	١٠٨	للإنفوجرافيك التفاعلي أهمية في متابعة الأداء الحكومي ورفع الوعي لدى الشباب

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		محايد		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٤.٧	٠.٥١	٢.٥٤	٠.٥	١	٤٥	٩٠	٥٤.٥	١٠٩	يُعالج الانفوجرافيك التفاعلي المبادرات الرئاسية بشكل متعمق؛ مما ينعكس على الأداء الحكومي لتحقيق استراتيجية مصر ٢٠٣٠
٨٤.٣	٠.٥٠١	٢.٥٣	-	-	٤٧.٥	٩٥	٥٢.٥	١٠٥	البيانات التي يقدمها الانفوجرافيك التفاعلي أكثر مصداقية من الأشكال النصية التقليدية؛ ويقلل الشائعات حول مؤسسة الرئاسة
٨٢	٠.٥٠٩	٢.٤٦	٠.٥	١	٥٣.٥	١٠٧	٤٦	٩٢	يسهم الانفوجرافيك التفاعلي في ربط المبادرات بشكل موضوعي بالأداء الحكومي

تُشير بيانات هذا الجدول إلى أوجه الاستفادة من استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)، حيث جاء في الترتيب الأول و بوزن نسبي (٩٣.٣) أن الباحثين أفادوا بأن الانفوجرافيك التفاعلي يُساعد فهم المبادرات الرئاسية التي يقدمها وتحفيز المشاركة الإيجابية في المعرفة، يليها في الترتيب الثاني أن الباحثين قد أوضحوا بأن الانفوجرافيك التفاعلي يقوم بكلاً من (يسهم الانفوجرافيك التفاعلي في توضيح مغزي الأرقام ودلالاتها بشأن المبادرات الرئاسية ويعطي استجابات ردود سريعة/ يعطي فكرة كاملة عن المبادرات الرئاسية مما يُشجع الشباب على التفاعل مع مؤسسة الرئاسة) بوزن نسبي لكلاً منهما وهو (٨٨.٧)، ثم في الترتيب الثالث أن الباحثين قد أشاروا إلى أن استخدام الانفوجرافيك التفاعلي للمبادرات الرئاسية شعارًا يتناسب مع كل مبادرة؛ مما خلق روح الحماس والهمة لدى الشباب بوزن نسبي (٨٧.٣)، ثم جاء الوزن النسبي (٨٦.٣) لتوضيح الباحثين أن تتلاءم طريقة عرض وتصميم الانفوجرافيك التفاعلي مع تبنى البرنامج الرئاسي تأهيل الشباب للقيادة وإبداعهم في خلق فرص عمل لهم، يليه أن الباحثين قد أفادوا بأن طريقة عرض الانفوجرافيك التفاعلي للمبادرات الرئاسية تجعلني أكثر ارتباطًا بالمواقع ومؤسسة الرئاسة لحل مُشكلات الشباب بوزن نسبي (٨٥.٧)، ومن ثم ظهر الوزن النسبي (٨٥) لتوضيح الباحثين تتنوع مجالات المبادرات الرئاسية الجرافيكية بما يُساعد على دفع عجلة التنمية في المجتمع، ويليه أن الباحثين قد أفادوا بكلاً من (للانفوجرافيك التفاعلي أهمية في متابعة الأداء الحكومي ورفع الوعي لدى الشباب، يُعالج الانفوجرافيك التفاعلي المبادرات الرئاسية بشكل متعمق؛ مما ينعكس على الأداء الحكومي لتحقيق استراتيجية مصر ٢٠٣٠) بوزن نسبي واحد لكلاً منهما وهو (٨٤.٧)، ومن ثم ظهر أن البيانات التي يُقدمها الانفوجرافيك التفاعلي أكثر مصداقية من الأشكال النصية التقليدية؛ ويقلل الشائعات حول مؤسسة الرئاسة بوزن نسبي (٨٤.٣)، واحتلت المرتبة الأخيرة أن الباحثين قد أفادوا بأن الانفوجرافيك التفاعلي يُسهم في ربط المبادرات بشكل موضوعي بالأداء الحكومي بوزن نسبي (٨٢)، ومما سبق يتضح لنا أن الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) قد أفادوا بأن هناك درجة استفادة كبيرة جداً من استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية حيث أن كل عبارات هذا المقياس جاءت إجابات الباحثين عليها بنسب مُرتفعة إلى كبير جداً ومُتقاربة جداً، حيث احتوى هذا المقياس على إحدى عشر عبارات جاءت نسبهم المئوية ابتداءً من (٩٣.٣) إلى (٨٢) وهذا دليل على أن هناك درجة عالية إلى

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية
 حد كبير من الاستفادة في استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية، وإن دل
 ذلك فإنه يدل على أن المسؤولين عن هذه المبادرات على درجة وعي كبيرة بكيفية توظيف
 والاستفادة من الانفوجرافيك التفاعلي على الوجه الأمثل.

جدول رقم (١٦)

يوضح مجمل أوجه الاستفادة من استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية
 من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

مجمّل أوجه الاستفادة من استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية	ك	%
متوسط	٦٥	٣٢.٥
مرتفع	١٣٥	٦٧.٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) قد أفادوا بأنه يتم الاستفادة بدرجة مُرتفعة من استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية حيث بلغت نسبتهم (٦٧.٥%)، بينما كانت نسبة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) قد أفادوا بأنه يتم الاستفادة بدرجة مُتوسطة من استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بنسبة (٣٢.٥%)، وإن دل ذلك فيدل على أن هناك درجة استفادة كبيرة جداً من استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية.

وقد أكدت واتفقت نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول رقم (١٥) والذي تستعرض أوجه الاستفادة من استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)، والذي قد أشارت نتائجه إلى أن الوزن النسبي لأوجه الاستفادة من استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية يتراوح من (٩٣.٣) إلى (٨٢) وهذا دليل على أن المسؤولين عن هذه المبادرات على درجة وعي كبيرة بكيفية توظيف والاستفادة من الانفوجرافيك التفاعلي على الوجه الأمثل.

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

جدول رقم (١٧)
بوضوح تقييم استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية
من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا وافق		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٠	٠.٥١٣	٢.٧	٢.٥	٥	٢٥.٥	٥١	٧٢	١٤٤	استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي لزيادة التنافس بين المواطنين في تطبيق المبادرات
٨٩.٧	٠.٥٠٣	٢.٦٩	٢	٤	٢٦.٥	٥٣	٧١.٥	١٤٣	يستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي كطريقة جديدة من طرق عرض المعلومات
٨٩.٧	٠.٤٦٤	٢.٦٩	-	-	٣١	٦٢	٦٩	١٣٨	استخدام تطبيقات محققة لمبدأ الإنفوجرافيك التفاعلي لكسر الروتين الخاص بتقديم معلومات المبادرة وإضفاء النشاط والحيوية
٨٩.٣	٠.٤٧	٢.٦٨	-	-	٣٢.٥	٦٥	٦٧.٥	١٣٥	استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي لجذب انتباه المواطنين
٨٨	٠.٤٩٣	٢.٦٤	٠.٥	١	٣٥.٥	٧١	٦٤	١٢٨	استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في تهيئة المواطنين لتطبيق المبادرة الرئاسية المطروحة
٨٨	٠.٥٥٤	٢.٦٤	٣	٦	٣٠	٦٠	٦٧	١٣٤	استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي لمراعاة الفروق الفردية بين أفراد المواطنين
٨٦.٧	٠.٤٩١	٢.٦	-	-	٤٠	٨٠	٦٠	١٢٠	يستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي لتنمية التفكير البصري لدى المواطنين
٨٦	٠.٥٠٥	٢.٥٨	٠.٥	١	٤١	٨٢	٥٨.٥	١١٧	يستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي لتبسيط معلومات المبادرة
٨٤.٧	٠.٥٠٩	٢.٥٤	٠.٥	١	٤٤.٥	٨٩	٥٥	١١٠	تواصل المواطنين بفاعلية مع أقرانهم حول عناصر الإنفوجرافيك التفاعلي وتصميمه
٨٤.٣	٠.٥٣٩	٢.٥٣	٢	٤	٤٣.٥	٨٧	٥٤.٥	١٠٩	استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي لعرض كمية كبيرة من المعلومات بشكل منظم ومجزأ بناء على استجابة المواطنين
٨٣	٠.٥٥٤	٢.٤٩	٢	٤	٤٦.٥	٩٣	٥١.٥	١٠٣	يستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي لإكساب المواطنين العديد من المهارات، مثل: البحث، والدراسة، والتنظيم الصحيح للمعلومات
٨٠.٧	٠.٥٣٤	٢.٤٢	٢	٤	٥٤	١٠٨	٤٤	٨٨	يستخدم لخلق تعلم فعال ومُستمر

تُبين لنا من بيانات هذا الجدول تقييم استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)، حيث جاء في الترتيب الأول وبوزن نسبي (٩٠) أنه يتم استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي لزيادة التنافس بين المواطنين في تطبيق المبادرات، يليها في الترتيب الثاني كلاً من (أنه يُستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي كطريقة جديدة من طرق عرض المعلومات/ وأن استخدام تطبيقات محققة لمبدأ الإنفوجرافيك التفاعلي لكسر الروتين الخاص بتقديم معلومات المبادرة وإضفاء النشاط والحيوية) بوزن نسبي لكلاً منهما وهو (٨٩.٧)، ثم في الترتيب الثالث أنه يتم استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي لجذب انتباه المواطنين بوزن نسبي (٨٩.٣)، ثم جاء الوزن النسبي (٨٨) لكلاً من (أنه يتم استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في تهيئة المواطنين لتطبيق المبادرة الرئاسية المطروحة/ وأنه يتم استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي لمراعاة الفروق الفردية بين أفراد المواطنين)، يليه

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية يُستخدم الانفوجرافيك التفاعلي لتنمية التفكير البصري لدى المواطنين بوزن نسبي (٨٦.٧)، ومن ثم ظهر الوزن النسبي (٨٦) يُستخدم الانفوجرافيك التفاعلي لتبسيط معلومات المبادرة، ويليه تواصل المواطنين بفاعلية مع أقرانهم حول عناصر الإنفوجرافيك التفاعلي وتصميمه بوزن نسبي (٨٤.٧)، ومن ثم ظهر أن استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي لعرض كمية كبيرة من المعلومات بشكل منظم ومجزأ بناء على استجابة المواطنين بوزن نسبي (٨٤.٣)، ومن ثم نجد الوزن النسبي (٨٣) لاستخدام الإنفوجرافيك التفاعلي لإكساب المواطنين العديد من المهارات، مثل: البحث، والدراسة، والتنظيم الصحيح للمعلومات، واحتلت المرتبة الأخيرة أنه يتم استخدام الانفوجرافيك التفاعلي لخلق تعلم فعال ومُستمر بوزن نسبي (٨٠.٧)، ومما سبق يتضح لنا أن الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) قد أفادوا بأنه يتم استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بدرجة عالية من الجودة والاتقان حيث أن كل عبارات هذا المقياس جاءت إجابات الباحثين عليها بنسب مرتفعة إلى كبير جداً ومُتقاربة جداً، حيث احتوى هذا المقياس على اثني عشر عبارة جاءت نسبهم المئوية ابتداءً من (٩٠) إلى (٨٠.٧)؛ وإن دل ذلك فإنه يدل على أن المسؤولين عن هذه المبادرات على درجة وعي كبيرة بكيفية توظيف والاستفادة من الانفوجرافيك التفاعلي على الوجه الأمثل.

جدول رقم (١٨)

يوضح مجمل تقييم استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

مجمّل تقييم استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية	ك	%
متوسط	٦٠	٣٠
مرتفع	١٤٠	٧٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

تفيد بيانات هذا الجدول بأن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) قد أفادوا بأنه يتم الاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بدرجة مُرتفعة من الجودة والكفاءة حيث بلغت نسبتهم (٧٠%)، بينما كانت نسبة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) قد أفادوا بأنه تم الاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بدرجة مُتوسطة من الجودة والكفاءة بنسبة (٣٠%)، وإن دل ذلك فيدل على وإن دل ذلك فإنه يدل على أن المسؤولين عن هذه المبادرات على درجة وعي كبيرة بكيفية توظيف والاستفادة من الانفوجرافيك التفاعلي على الوجه الأمثل.

وقد أكدت واتفقت نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول رقم (١٧) والذي يتناول تقييم استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)، والذي قد خلصت نتائجه إلى أن الوزن النسبي لتقييم استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) يتراوح من (٩٠) إلى (٨٠.٧)؛ وإن دل ذلك فإنه يدل على أن المسؤولين عن هذه المبادرات على درجة وعي كبيرة بكيفية توظيف والاستفادة من الانفوجرافيك التفاعلي على الوجه الأمثل.

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

جدول رقم (١٩)
يوضح اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية

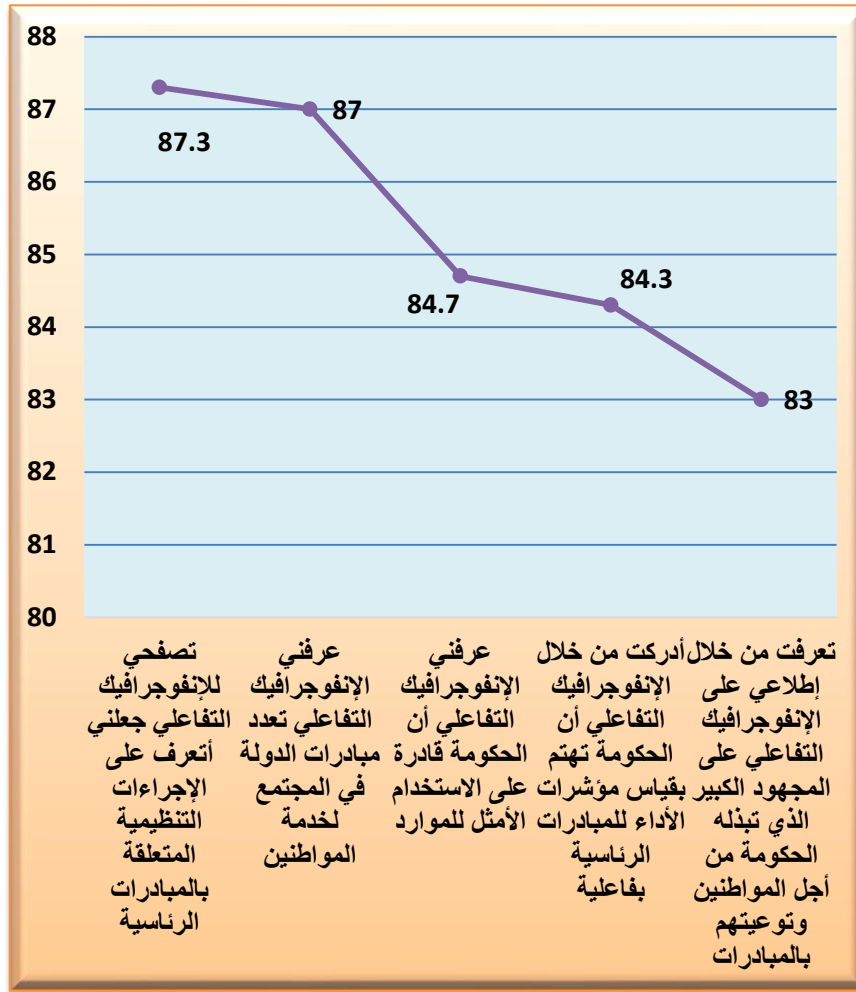
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
المكون المعرفي									
٨٧.٣	٠.٤٨٨	٢.٦٢	-	-	٣٨.٥	٧٧	٦١.٥	١٢٣	تصفحي للإنفوجرافيك التفاعلي جعلني أتعرف على الإجراءات التنظيمية المتعلقة بالمبادرات الرئاسية
٨٧	٠.٤٨٩	٢.٦١	-	-	٣٩	٧٨	٦١	١٢٢	عرفني الإنفوجرافيك التفاعلي تعدد مبادرات الدولة في المجتمع لخدمة المواطنين
٨٤.٧	٠.٥٢٩	٢.٥٤	١.٥	٣	٤٢.٥	٨٥	٥٦	١١٢	عرفني الإنفوجرافيك التفاعلي أن الحكومة قادرة على الاستخدام الأمثل للموارد
٨٤.٣	٠.٥٥٧	٢.٥٣	٣	٦	٤١	٨٢	٥٦	١١٢	أدركت من خلال الإنفوجرافيك التفاعلي أن الحكومة تهتم بقياس مؤشرات الأداء للمبادرات الرئاسية بفاعلية
٨٣	٠.٥٥٨	٢.٤٩	٣	٦	٤٥	٩٠	٥٢	١٠٤	تعرفت من خلال إطلاعي على الإنفوجرافيك التفاعلي على الجهود الكبير الذي تبذله الحكومة من أجل المواطنين وتوعيتهم بالمبادرات
المكون الوجداني									
٨٤.٧	٠.٦٤	٢.٥٤	٨	١٦	٢٩.٥	٥٩	٦٢.٥	١٢٥	تعرضي للإنفوجرافيك حول المبادرات الرئاسية تجذب انتباهي نحو المبادرات والمشروعات القومية
٨٨.٣	٠.٥٠٧	٢.٦٥	١.٥	٣	٣١.٥	٦٣	٦٧	١٣٤	إطلاعي على الإنفوجرافيك التفاعلي للمبادرات الرئاسية في المواقع جعلني راضي عن أداء الحكومة
٨٠	٠.٥٢٢	٢.٤	١.٥	٣	٥٦.٥	١١٣	٤٢	٨٤	دعم الإنفوجرافيك التفاعلي ثقتي في أداء الحكومة حول المبادرات الرئاسية لتقديم حلول للمشاكل المجتمعية
٨٤	٠.٥٣	٢.٥٢	١.٥	٣	٤٥	٩٠	٥٣.٥	١٠٧	شعرت بعد تصفحي للإنفوجرافيك حول المبادرات أن الحكومة تعمل على تنمية المجتمع وخاصة الشباب
٨٦.٧	٠.٥٤٨	٢.٦	٣	٦	٣٣.٥	٦٧	٦٣.٥	١٢٧	أشعر بالراحة النفسية عند متابعتي للإنفوجرافيك التفاعلي لأن الحكومة تعتمد على النزاهة والشفافية في تقديم وعرض المبادرات القومية

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		محايد		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
المكون السلوكي									
٨٩.٣	٠.٥٠١	٢.٦٨	١.٥	٣	٢٩.٥	٥٩	٦٩	١٣٨	يُشجعي الإنفوجرافيك التفاعلي على التفاعل مع المبادرات الرئاسية التي تتحقق على أرض الواقع بكفاءة
٨٤.٣	٠.٥٣	٢.٥٣	١.٥	٣	٤٤.٥	٨٩	٥٤	١٠٨	اهتمام المواقع بالإنفوجرافيك التفاعلي أظهر مشاركة الحكومة للقطاع الخاص في تنفيذ بعض المبادرات الرئاسية بجودة عالية
٨٣	٠.٥٠١	٢.٤٩	-	-	٥٠.٥	١٠١	٤٩.٥	٩٩	أسهمت المبادرات الرئاسية من خلال بيانات الإنفوجرافيك التفاعلي في توفير فرص عمل حقيقية للشباب
٨٢	٠.٥٧٥	٢.٤٦	٤	٨	٤٦	٩٢	٥٠	١٠٠	للإنفوجرافيك التفاعلي أهمية بأنه جعلني أشرك في بعض المبادرات الرئاسية لتحقيق رفاهية الأفراد والتطور داخل المجتمع
٨٠.٧	٠.٥٢٤	٢.٤٢	١.٥	٣	٥٥	١١٠	٤٣.٥	٨٧	ركز الإنفوجرافيك التفاعلي على أن الحكومة قادرة على تنفيذ المبادرات الرئاسية في فترة زمنية محددة مع مراعاة الجودة والتكلفة

يوضح لنا هذا الجدول اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية؛ من ثلاث مكونات؛ وسنعرض المكونات بالتفصيل فيما يلي:

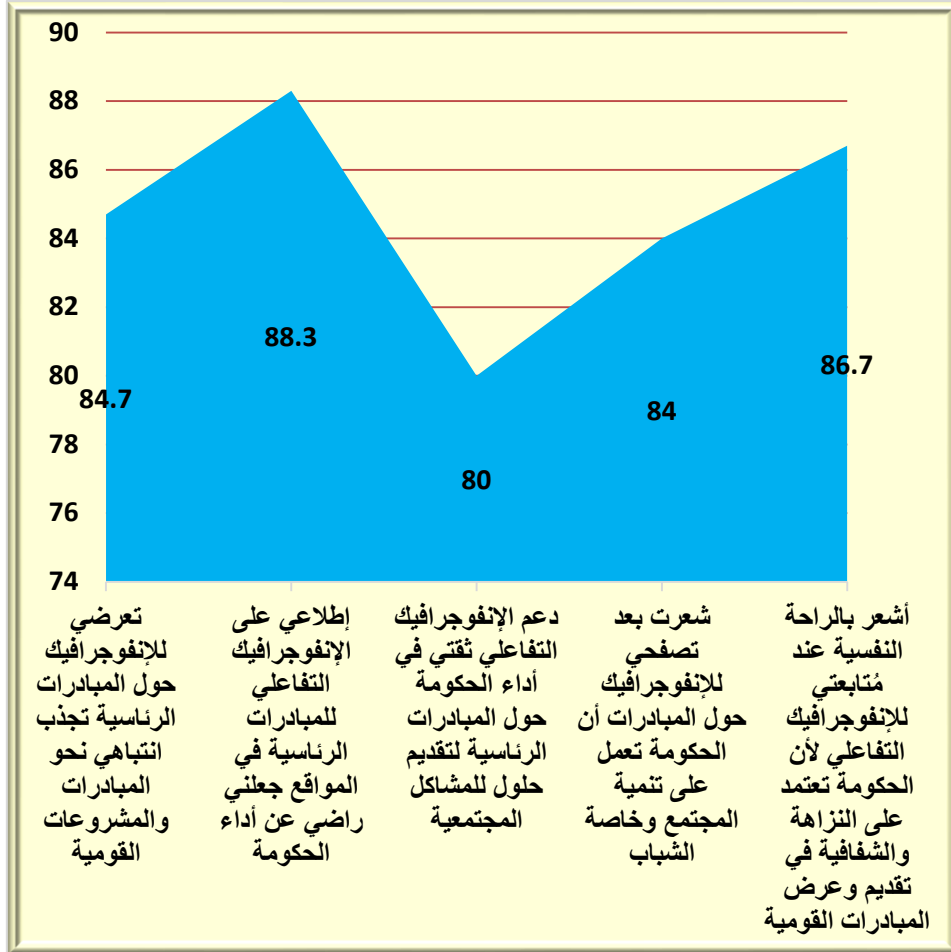
(١) **أولاً: المكون المعرفي:** فنجد أن عبارة "تصفحني للإنفوجرافيك التفاعلي جعلني أتعرف على الإجراءات التنظيمية المتعلقة بالمبادرات الرئاسية" يحتل الصدارة من مكون المعرفي لاتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية حيث بلغت نسبتها (٨٧.٣)؛ يليها عبارة "عرفني الإنفوجرافيك التفاعلي تعدد مبادرات الدولة في المجتمع لخدمة المواطنين" بوزن نسبي (٨٧)؛ ومن ثم ظهر الوزن النسبي (٨٤.٧) لعبارة "عرفني الإنفوجرافيك التفاعلي أن الحكومة قادرة على الاستخدام الأمثل للموارد"؛ أما عن عبارة "أدركت من خلال الإنفوجرافيك التفاعلي أن الحكومة تهتم بقياس مؤشرات الأداء للمبادرات الرئاسية بفاعلية" فقد كان وزنها النسبي (٨٤.٣)؛ وأخيراً نجد عبارة "تعرفت من خلال إطلاعي على الإنفوجرافيك التفاعلي على الجهود الكبير الذي تبذله الحكومة من أجل المواطنين وتوعيتهم بالمبادرات" بوزن نسبي (٨٣)؛ ويُعد الشكل التالي ما هو إلا توضيح لهذه النتائج:



شكل رقم (٥) يوضح المكون المعرفي لاتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية

(٢) **ثانيًا: المكون الوجداني:** فنجد أن عبارة "إطلاعي على الإنفوجرافيك التفاعلي للمبادرات الرئاسية في المواقع جعلني راضي عن أداء الحكومة" يحتل الصدارة من مكون الوجداني لاتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية حيث بلغت نسبتها (٨٨.٣)؛ يليها عبارة "أشعر بالراحة النفسية عند مُتابعتي للإنفوجرافيك التفاعلي لأن الحكومة تعتمد على النزاهة والشفافية في تقديم وعرض المبادرات القومية" بوزن نسبي (٨٦.٧)؛ ومن ثم ظهر الوزن النسبي (٨٤.٧) لعبارة "تعرضي للإنفوجرافيك حول المبادرات الرئاسية تجذب انتباهي نحو المبادرات والمشروعات القومية"؛ أما عن عبارة "شعرت بعد تصفيحي للإنفوجرافيك حول المبادرات أن الحكومة تعمل على تنمية المجتمع وخاصة الشباب" فقد كان وزنها النسبي (٨٤)؛ وأخيرًا

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية
 نجد عبارة "دعم الإنفوجرافيك التفاعلي ثقني في أداء الحكومة حول المبادرات الرئاسية
 لتقديم حلول للمشاكل المجتمعية" بوزن نسبي (٨٠)؛ ويُعد الشكل التالي ما هو إلا توضيح
 لهذه النتائج:



شكل رقم (٦) يوضح المكون الوجداني لاتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية

(٣) **ثالثاً: المكون السلوكي:** فنجد أن عبارة "يُشجعني الإنفوجرافيك التفاعلي على التفاعل مع المبادرات الرئاسية التي تتحقق على أرض الواقع بكفاءة" يحتل الصدارة من مكون السلوكي لاتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية حيث بلغت نسبتها (٨٩.٣)؛ يليها عبارة "اهتمام المواقع بالإنفوجرافيك التفاعلي أظهر مشاركة الحكومة للقطاع الخاص في تنفيذ بعض المبادرات الرئاسية بجودة عالية" بوزن نسبي (٨٤.٣)؛ ومن ثم ظهر الوزن النسبي (٨٣) لعبارة "أسهمت المبادرات

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية الرئاسية من خلال بيانات الإنفوجرافيك التفاعلي في توفير فرص عمل حقيقية للشباب"؛ أما عن عبارة "للإنفوجرافيك التفاعلي أهمية بأنه جعلني أشرك في بعض المبادرات الرئاسية لتحقيق رفاهية الأفراد والتطور داخل المجتمع" فقد كان وزنها النسبي (٨٢)؛ وأخيرًا نجد عبارة "ركز الإنفوجرافيك التفاعلي على أن الحكومة قادرة على تنفيذ المبادرات الرئاسية في فترة زمنية مُحددة مع مراعاة الجودة والتكلفة" بوزن نسبي (٨٠.٧)؛ ويُعد الشكل التّالي ما هو إلا توضيح لهذه النتائج:



شكل رقم (٧) يوضح المكون السلوكي لاتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

جدول رقم (٢٠)
يوضح مجمل اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية

مجملة الاتجاهات	ك	%
محايد	٨٣	٤١.٥
ايجابي	١١٧	٥٨.٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

تُشير بيانات هذا الجدول إلى مجمل اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية؛ فقد تشكل لدى أغلبية الباحثين اتجاهًا إيجابيًا نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بنسبة (٥٨.٥%)؛ على حين بلغت نسبة من تشكل لديهم اتجاه محايد (٤١.٥%)؛ وإن دل ذلك فقد دل على مدى وعي الباحثين بأهمية استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في تقديم مضمون المبادرات الرئاسية؛ وذلك لتوضيح الأهداف والإنجازات الرئيسية للمبادرات المختلفة التي تم تنفيذها؛ وأيضًا لعرض البيانات الإحصائية المتعلقة بتنفيذ هذه المبادرات، مثل عدد المستفيدين والتأثيرات الاجتماعية والاقتصادية المتوقعة؛ كما أنه يدل على أن القائمين على هذه المبادرات قادرين بالفعل على توظيف الإنفوجرافيك التفاعلي بالشكل الأمثل لتقديم مضمون المبادرات الرئاسية بشكل مُبسّط وسلس.

جدول رقم (٢١)
يوضح معوقات استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي من وجهة نظر ك في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

العبارة	موافق		محايد		لا اوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
صعوبة تطبيق الإنفوجرافيك في جميع المبادرات الرئاسية	٩٥	٤٧.٥	٩١	٤٥.٥	١٤	٧	٢.٤١	٠.٦١٩	٨٠.٣
عدم وعي المسؤولين عن المبادرات الرئاسية بأهمية استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي	٩٣	٤٦.٥	٩٤	٤٧	١٣	٦.٥	٢.٤	٠.٦١	٨٠
عدم توفر برامج تدريبية للقائمين على المبادرات الرئاسية تُساعدهم على توظيف الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات	٦٥	٣٢.٥	١٢١	٦٠.٥	١٤	٧	٢.٢٥	٠.٥٧٦	٧٥
عدم توفر الدعم المالي الكافي لتوفير برامج تُدعم الإنفوجرافيك التفاعلي	٦٢	٣١	١٢١	٦٠.٥	١٧	٨.٥	٢.٢٣	٠.٥٨٨	٧٤.٣
عدم ملائمة المبادرات الحالية لاستخدام الإنفوجرافيك التفاعلي	٥٦	٢٨	١١٥	٥٧.٥	٢٩	١٤.٥	٢.١٤	٠.٦٣٩	٧١.٣
عدم الوعي بأسس تصميم الإنفوجرافيك التفاعلي، ومبادئ تصميمه، وكيفية جعل الإنفوجرافيك ذا تغير وفعال في استخدامه	٤٢	٢١	١٢٨	٦٤	٣٠	١٥	٢.٠٦	٠.٥٩٨	٦٨.٧

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن معوقات استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي من وجهة نظر ك في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)؛ فنجد

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الاكاديمية

أن صعوبة تطبيق الإنفوجرافيك في جميع المبادرات الرئاسية احتلت الصدارة بوزن نسبي (٨٠.٣)؛ يليه عدم وعي المسؤولين عن المبادرات الرئاسية بأهمية استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي بوزن نسبي (٨٠)؛ وفي الترتيب الثالث نجد عدم توفر برامج تدريبية للقائمين على المبادرات الرئاسية تُساعدهم على توظيف الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات بوزن نسبي (٧٥)؛ ومن ثم ظهر الوزن النسبي (٧٤.٣) لعدم توفر الدعم المالي الكافي لتوفير برامج تُدعم الإنفوجرافيك التفاعلي؛ يليه عدم ملائمة المبادرات الحالية لاستخدام الإنفوجرافيك التفاعلي بوزن نسبي (٧١.٣)، واحتلت المرتبة الاخير عدم الوعي بأسس تصميم الانفوجرافيك التفاعلي، ومبادئ تصميمه، وكيفية جعل الإنفوجرافيك ذا تغير وفعال في استخدامه بوزن نسبي (٦٨.٧)؛ ومما سبق يتضح لنا أن الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) قد أفادوا بأن هناك درجة لا بأس بها من المعوقات تواجه استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية؛ حيث أن كل عبارات هذا المقياس جاءت إجابات المبحوثين عليها بنسب مُرتفعة إلى حد ما ومُتقاربة جداً، حيث احتوى هذا المقياس على ستة عبارات جاءت نسبهم المئوية ابتداءً من (٨٠.٣) إلى (٦٨.٧)؛ وإن دل ذلك فإنه يدل على أنه من الممكن استغلال استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بشكل أكثر فاعلية في المبادرات الرئاسية وعلى الوجه الأمثل إن تم تقليل هذه المعوقات أو إزالتها.

جدول رقم (٢٢)

يوضح مجمل معوقات استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي من وجهة نظرك في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)

مجمّل معوقات	ك	%
منخفض	١٧	٨.٥
متوسط	١١٢	٥٦
مرتفع	٧١	٣٥.٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

تُبين لنا من بيانات هذا الجدول أن أغلبية الصفوة الاكاديمية (عينة الدراسة) أفادوا بأن هناك درجة مُتوسطة من المعوقات تواجه استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية حيث بلغت نسبتهم (٥٦%)، أما عن نسبة الصفوة الاكاديمية (عينة الدراسة) الذين لديهم درجة مُرتفعة المعوقات تواجه استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بنسبة (٣٥.٥%)، وأخيراً نجد نسبة (٨.٥%) من الصفوة الاكاديمية (عينة الدراسة) قد أوضحوا أن هناك درجة منخفضة المعوقات تواجه استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية، وإن دل ذلك فإنه يدل على أنه من الممكن استغلال استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بشكل أكثر فاعلية في المبادرات الرئاسية وعلى الوجه الأمثل إن تم تقليل هذه المعوقات أو إزالتها.

وقد أكدت واتفقت نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول رقم (٢١) والذي استعرض معوقات استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي من وجهة نظرك في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)، والذي قد خلصت نتائجه إلى أن الوزن النسبي لدرجة المعوقات تتراوح من (٨٠.٣) إلى (٦٨.٧)، وهذا يدل على أن هناك درجة مرتفعة

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية إلى حد ما المعوقات تواجه استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية، وإن دل ذلك فإنه يدل على أنه من الممكن استغلال استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بشكل أكثر فاعلية في المبادرات الرئاسية وعلى الوجه الأمثل إن تم تقليل هذه المعوقات أو إزالتها.

جدول رقم (٢٣)

يوضح مقترحات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) لتطوير استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		محايد		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٠.٧	٠.٤٥	٢.٧٢	-	-	٢٨	٥٦	٧٢	١٤٤	أن يُركز الإنفوجرافيك التفاعلي على تقديم المبادرات الصحية والتعليمية وتغطية الجهود المبذولة من الدولة
٨٩	٠.٤٨٤	٢.٦٧	٠.٥	١	٣٢.٥	٦٥	٦٧	١٣٤	أن يُركز الإنفوجرافيك التفاعلي على الجانب الاجتماعي ومشكلات الأفراد والمواطنين ومساعدتهم في التغلب عليهم
٨٦.٧	٠.٥٢٢	٢.٦	١.٥	٣	٣٧.٥	٧٥	٦١	١٢٢	أن يتناول الإنفوجرافيك التفاعلي تعديل هيكل إنفاق الدولة على الفرد في مختلف القطاعات وتحسين مستوى حياتهم
٨٦	٠.٥٣٤	٢.٥٨	٢	٤	٣٨	٧٦	٦٠	١٢٠	أن يُسهم الإنفوجرافيك التفاعلي في تناول المبادرات وإشراك الأفراد في عملية صنع القرار لإدارة شئون حياتهم بالتقنية الرقمية
٨٦	٠.٥٠٥	٢.٥٨	٠.٥	١	٤١	٨٢	٥٨.٥	١١٧	اهتمام الإنفوجرافيك التفاعلي بالتغييرات النوعية في بناء الإنسان المصري وتوطين مفهوم العدالة الاجتماعية والتركيز على المبادرات التي تُسهم في ذلك
٨٤.٣	٠.٥٦٦	٢.٥٣	٣.٥	٧	٤٠	٨٠	٥٦.٥	١١٣	أن يظهر الإنفوجرافيك التفاعلي المبادرات حالة من الديناميكية تمكن من الأفراد من الدعم لتحقيق التنمية وتطوير المجتمع
٨٠	٠.٥٥	٢.٤	٣	٦	٥٣.٥	١٠٧	٤٣.٥	٨٧	أن يُسهم الإنفوجرافيك التفاعلي في توفير البيانات والمعلومات والمهارات لتمكين الأفراد وتبني السلوكيات الإيجابية للحفاظ على المجتمع

تفيد بيانات هذا الجدول بمقترحات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) لتطوير استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية؛ فنجد أن مُقترح "أن يُركز

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

الإنفوجرافيك التفاعلي على تقديم المبادرات الصحية والتعليمية وتغطية الجهود المبذولة من الدولة" احتل الصدارة بوزن نسبي (٩٠.٧)؛ ومن ثم تلاها الوزن النسبي (٨٩) لمقترح "أن يُركز الإنفوجرافيك التفاعلي على الجانب الاجتماعي ومشكلات الأفراد والمواطنين ومساعدتهم في التغلب عليهم"؛ وفي الترتيب الثالث ظهر مقترح "أن يتناول الإنفوجرافيك التفاعلي تعديل هيكل إنفاق الدولة على الفرد في مختلف القطاعات وتحسين مستوى حياتهم" بوزن نسبي (٨٦.٧)؛ ويليه كلاً من (مقترح "أن يُسهم الإنفوجرافيك التفاعلي في تناول المبادرات وإشراك الأفراد في عملية صنع القرار لإدارة شئون حياتهم بالتقنية الرقمية"/ مقترح "اهتمام الإنفوجرافيك التفاعلي بالتغييرات النوعية في بناء الإنسان المصري وتوطين مفهوم العدالة الاجتماعية والتركيز على المبادرات التي تُسهم في ذلك") حيث كان وزنه النسبي كل على حد (٨٦)؛ ومن نجد مقترح "أن يظهر الإنفوجرافيك التفاعلي المبادرات حالة من الديناميكية تمكن من الأفراد من الدعم لتحقيق التنمية وتطوير المجتمع" والذي بلغ وزنه النسبي (٨٤.٣)؛ واحتل المرتبة الأخيرة الوزن النسبي (٨٠) لمقترح "أن يُسهم الإنفوجرافيك التفاعلي في توفير البيانات والمعلومات والمهارات لتمكين الأفراد وتبني السلوكيات الإيجابية للحفاظ على المجتمع"؛ ويدل ذلك على أن هناك درجة وعي عالية لدى الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) بكيفية تطوير استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية لتحقيق أقصى استفادة ممكن وتقليل أو إزالة جميع المعوقات التي تواجه هذا الاستخدام.

جدول رقم (٢٤)

يوضح مجمل مقترحات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) لتطوير استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية

مجمّل مقترحات	ك	%
متوسط	٧٩	٣٩.٥
مرتفع	١٢١	٦٠.٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن أغلبية الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) قدموا مقترحات بدرجة مرتفعة لتطوير استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية حيث بلغت نسبتهم (٦٠.٥%)، أما عن نسبة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) الذين قدموا مقترحات بدرجة متوسطة لتطوير استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بنسبة (٣٩.٥%)، وإن دل ذلك فإنه يدل ذلك على أن هناك درجة وعي عالية لدى الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) بكيفية تطوير استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية لتحقيق أقصى استفادة ممكن وتقليل أو إزالة جميع المعوقات التي تواجه هذا الاستخدام.

وقد أكدت واتفقت نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول رقم (٢٣) والذي تناول مقترحات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) لتطوير استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية، والذي قد خلصت نتائجه إلى أن الوزن النسبي لدرجة المقترحات تتراوح من (٩٠.٧) إلى (٨٠)، وهذا يدل على أن هناك درجة وعي عالية لدى الصفوة

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية الأكاديمية (عينة الدراسة) بكيفية تطوير استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية لتحقيق أقصى استفاده ممكن وتقليل أو إزالة جميع المعوقات التي تواجه هذا الاستخدام.

ثانياً: نتائج اختبار صحة فروض الدراسة الميدانية:

❖ **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مُعدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي واتجاهاتهم نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية.

جدول رقم (٢٥)

معنوية بيرسون للارتباط بين مُعدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي واتجاهاتهم نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية

الدالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	مُعدلات مُتابعة الاتجاهات نحو الاستخدام
دال	٠.٠٠٠	***٠.٣٤٥	إجمالي العينة
	٢٠٠		

لاختبار معنوية العلاقة بين مُعدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي واتجاهاتهم نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية، وبالنظر إلي أن كلا المتغيرين جري قياسه علي المُستوي الفكري Interval، فقد تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

فقد أشارت بيانات هذا الجدول إلى أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مُعدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي واتجاهاتهم نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية قد بلغت (٠.٣٤٥)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مُستوي معنوية أقل من ٠.٠٥، وإن العلاقة هنا طردية؛ وهذا يعني أنه كلما زاد مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي زادت اتجاهاتهم الإيجابية نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية؛ والعكس صحيح؛ ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وبذلك يكون اختبار الفرض الأول القائل "بمعنوية العلاقة بين مُعدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي واتجاهاتهم نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية" قد انتهى إلي ثبوت صحة هذا الفرض.

❖ **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مُعدلات مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية
الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي وتقييمهم لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي
بهذه المبادرات.

جدول رقم (٢٦)

معنوية بيرسون للارتباط بين معدلات متابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات
الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي وتقييمهم لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي
بهذه المبادرات

الدالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدلات متابعة وتقييم الاستخدام
دال	٠.٠٠٠	***٠.٣٣٧	إجمالي العينة
	٢٠٠		

لاختبار معنوية العلاقة بين معدلات متابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة)
المبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي وتقييمهم لاستخدام الانفوجرافيك
التفاعلي بهذه المبادرات، وبالنظر إلي أن كلا المتغيرين جري قياسه علي المُستوي الفتري
Interval، فقد تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

فقد أشارت بيانات هذا الجدول إلى أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدلات
متابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك
التفاعلي وتقييمهم لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي بهذه المبادرات قد بلغت (٠.٣٣٧)، وهي
قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من ٠.٠٥، وإن العلاقة هنا طردية؛ وهذا يعني
أنه كلما زاد مُتابعة الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم
الإنفوجرافيك التفاعلي زاد تقييمهم الايجابي لهذا الاستخدام؛ والعكس صحيح؛ ومن حيث شدة
العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وبذلك يكون اختبار الفرض الثاني القائل "بمعنوية العلاقة بين معدلات متابعة
الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) للمبادرات الرئاسية التي تستخدم الإنفوجرافيك التفاعلي
وتقييمهم لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي بهذه المبادرات" قد انتهى إلي ثبوت صحة هذا
الفرض.

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

❖ **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الدرجة العلمية، نوع القطاع الأكاديمي) في اتجاهاتهم نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية.

جدول رقم (٢٧)

معنوية الفروق بين اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بحسب الخصائص الديموغرافية لهم

(النوع، الدرجة العلمية، نوع القطاع الأكاديمي)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	اتجاهاتهم نحو استخدام المتغيرات الديموغرافية	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	الدرجة العلمية
٠.٠٠٠٠ دال	١٩٨	ت=٣٨.١٧٩	٠.٤٤٢٣٤	٢.٢٥٩٣	٥٤	ذكر	النوع
			٠.٤٥٧٤	٢.٧٠٥٥	١٤٦	انثى	
٠.٠٣٠ دال	٢ ١٩٧	ف=٣.٥٥٤	٠.٤٨٦٦٥	٢.٦٢٣	١٢٢	مُدْرِس	الدرجة العلمية
			٠.٤٩٠٣١	٢.٦٢	٥٠	أستاذ مُسَاعِد	
			٠.٤٨٧٩٥	٢.٣٥٧١	٢٨	أستاذ	
٠.٠٠٠٠ دال	١٩٨	ت=٢٩.٢٣٦	٠.٤٩٤٥٨	٢.٤١١٨	١٠٢	قطاع حكومي	نوع القطاع الأكاديمي الذي تعمل بيه
			٠.٤٢٥٩٩	٢.٧٦٥٣	٩٨	قطاع خاص	

لاختبار الفروق بين اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية، وبالنظر إلي أن مُتغير الاتجاهات تم قياسه علي المُستوي الفترتي Interval، فقد تم استخدام الاختبار (ت) الإحصائي لقياس الفروق في اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بحسب (النوع، نوع القطاع الأكاديمي الذي تعمل بيه)، كما تم استخدام الاختبار (ف) الإحصائي لقياس الفروق في اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بحسب (الدرجة العلمية).

وقد كشفت بيانات هذا الجدول عن وجود معنوية الفروق بين الباحثين في اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بحسب مُتغيرات (النوع، الدرجة العلمية، نوع القطاع الأكاديمي)، وذلك علي النحو التالي:

❖ بلغت قيمة (ت) للفروق بين الباحثين في اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بحسب مُتغير النوع (٣٨.١٧٩)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مُستوي معنوية أقل من ٠.٠٥، ودرجة حرية ١٩٨؛ وقد كانت الفروق لصالح الإناث (م = ٢.٧٠٥٥) مُقارنة بالذكور (م = ٢.٢٥٩٣)؛ مما يعني أن الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) الإناث لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) الذكور.

تقييم واقع استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية

❖ بلغت قيمة (ف) للفروق بين المبحوثين في اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بحسب مُتغير الدرجة العلمية (٣.٥٥٤)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من ٠.٠٥، ودرجتي حرية = (٢) بين المجموعات & (١٩٧) داخل المجموعات، وقد كانت هذه الفروق لصالح الصفوة الأكاديمية (عينة الدِّراسَة) بدرجة المدرس (م = ٢.٦٢٣) مُقارنة بالصفوة الأكاديمية (عينة الدِّراسَة) بدرجة استاذ (م = ٢.٣٥٧١)؛ مما يعني أن الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) بدرجة المدرس لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) بدرجة أستاذ.

❖ بلغت قيمة (ت) للفروق بين المبحوثين في اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بحسب مُتغير نوع القطاع الأكاديمي الذي تعمل بيه (٢٩.٢٣٦)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من ٠.٠٥، ودرجة حرية ١٩٨، وقد كانت الفروق لصالح الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) العاملين بالقطاع الخاص (م = ٢.٧٦٥٣) مُقارنة بالصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) العاملين بالقطاع الحكومة (م = ٢.٤١١٨)؛ مما يعني أن الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) العاملين بالقطاع الخاص لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) العاملين بالقطاع الحكومة.

ومما سبق يمكن القول أن اختبار الفرض الثالث القائل "بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بحسب الخصائص الديموغرافية لهم (النوع، الدرجة العلمية، نوع القطاع الأكاديمي)؛" قد انتهى إلى ثبوت صحة هذا الفرض.

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية
الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الدرجة العلمية، نوع القطاع الأكاديمي) في تقييمهم لاستخدام الانفوجرافيك التفاعلي بالمبادرات الرئاسية.

جدول رقم (٢٨)

معنوية الفروق بين تقييم الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بالمبادرات الرئاسية بحسب الخصائص الديموغرافية لهم

(النوع، الدرجة العلمية، نوع القطاع الأكاديمي)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	تقييمهم	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				لاستخدام	المتغيرات الديموغرافية
٠.٣٣٣ غير دال	١٩٨	ت=٠.٩٤٢	٠.٤٨٢٠٣	٢.٦٤٨١	٥٤	ذكر	النوع
			٠.٤٥٠٩٥	٢.٧١٩٢	١٤٦	انثى	
٠.٠٠٠ دال	٢ ١٩٧	ف=١٣.٦٩٧	٠.٣٩٢٧٤	٢.٨١١٥	١٢٢	مدرس	الدرجة العلمية
			٠.٤٩٠٣١	٢.٦٢	٥٠	أستاذ مساعد	
			٠.٤٨٧٩٥	٢.٣٥٧١	٢٨	أستاذ	
٠.٠٠٠ دال	١٩٨	ت=١٥.٦٤٩	٠.٤٩٦٢٥	٢.٥٧٨٤	١٠٢	قطاع حكومي	نوع القطاع الأكاديمي الذي تعمل بيه
			٠.٣٨٠٦	٢.٨٢٦٥	٩٨	قطاع خاص	

لاختبار الفروق بين تقييم الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بالمبادرات الرئاسية، وبالنظر إلي أن مُتغير التقييم تم قياسه علي المُستوي الفترتي Interval، فقد تم استخدام الاختبار (ت) الإحصائي لقياس الفروق بين الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بالمبادرات الرئاسية بحسب (النوع، نوع القطاع الأكاديمي الذي تعمل بيه)، كما تم استخدام الاختبار (ف) الإحصائي لقياس الفروق في اتجاهات الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بحسب (الدرجة العلمية).

وقد كشفت بيانات هذا الجدول عن وجود معنوية الفروق بين المبحوثين في تقييم الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بالمبادرات الرئاسية بحسب مُتغيرات (النوع، الدرجة العلمية، نوع القطاع الأكاديمي)، وذلك علي النحو التالي:

❖ بلغت قيمة (ت) للفروق بين المبحوثين في تقييم الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بالمبادرات الرئاسية بحسب مُتغير النوع (٠.٩٤٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من ٠.٠٥، ودرجة حرية ١٩٨.

❖ بلغت قيمة (ف) للفروق بين المبحوثين في تقييم الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بالمبادرات الرئاسية بحسب مُتغير الدرجة العلمية (١٣.٦٩٧)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من ٠.٠٥، ودرجتي

تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية
حرية = (٢) بين المجموعات & (١٩٧) داخل المجموعات، وقد كانت هذه الفروق لصالح الصفوة الأكاديمية (عينة الدِّراسة) بدرجة المدرس (م = ٢.٨١١٥) مقارنة بالصفوة الأكاديمية (عينة الدِّراسة) بدرجة استاذ (م = ٢.٣٥٧١)؛ مما يعني أن الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) بدرجة المدرس يقيمون استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بدرجة أكثر استفادة وفاعلية من الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) بدرجة أستاذ.

❖ بلغت قيمة (ت) للفروق بين المبحوثين في تقييم الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بالمبادرات الرئاسية بحسب مُتغير نوع القطاع الأكاديمي الذي تعمل بيه (١٥.٦٤٩)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مُستوي معنوية أقل من ٠.٠٥، ودرجة حرية ١٩٨، وقد كانت الفروق لصالح الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) العاملين بالقطاع الخاص (م = ٢.٨٢٦٥) مقارنة بالصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) العاملين بالقطاع الحكومة (م = ٢.٥٧٨٤)؛ مما يعني أن الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) العاملين بالقطاع الخاص يقيمون استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية بدرجة أكثر استفادة وفاعلية من الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) العاملين بالقطاع الحكومة.

ومما سبق يمكن القول أن اختبار الفرض الرابع القائل "بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بالمبادرات الرئاسية بحسب الخصائص الديموغرافية لهم (النوع، الدرجة العلمية، نوع القطاع الأكاديمي)؛" قد انتهى إلى ثبوت صحة هذا الفرض جزئياً؛ حيث ثبت أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بالمبادرات الرئاسية بحسب الخصائص الديموغرافية لهم (الدرجة العلمية، نوع القطاع الأكاديمي)؛ ولكن لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم الصفوة الأكاديمية (عينة الدراسة) نحو استخدام الانفوجرافيك التفاعلي بالمبادرات الرئاسية بحسب النوع.

توصيات الدِّراسة:

- ❖ توفير الدعم المالي الكافي لتوفير برامج تُدعم استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في تقديم مضمون المبادرات الرئاسية.
- ❖ الاهتمام بتوعية المسؤولين عن المبادرات الرئاسية بأهمية استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في تقديم المبادرات؛ وكيفية توظيفه والاستفادة منه على أكمل وجه.
- ❖ توفير برامج تدريبية للقائمين على المبادرات الرئاسية تُساعدهم على توظيف الإنفوجرافيك التفاعلي في المبادرات.
- ❖ إعداد ورش عمل للمسؤولين عن المبادرات الرئاسية؛ لتعليمهم وتدريبهم على أسس تصميم الإنفوجرافيك التفاعلي، ومبادئ تصميمه، وكيفية جعل الإنفوجرافيك ذا تغير وفعال في استخدامه.

- 1) El- Saman, Hany (2022) The impact of infographics related to digital transformation initiatives in news sites on readers' understanding and remembering of the content" quasi-experimental study, مجلة البحوث الإعلامية، 4(61), pp. 2287 – 2364.
- 2) Yu, Xinyi; Shi, Lei (2018) A Comparative Research on Cognitive Effect of Infographic and Animation Presentation in News, 2018 International Joint Conference on Information, Media and Engineering (ICIME), Osaka, Japan.
- 3) Haan, Yael de; et.al (2018) When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words?, Journalism Studies, 19(9), pp. 1293 – 1312.
- 4) Majooni, Azam, et.al (2017) An eye-tracking study on the effect of infographic structures on viewer's comprehension and cognitive load, Information Visualization, 17(3).
- 5) Pjesivac, Ivanka, et.al (2017) Using Infographics in Television News: Effects of Television Graphics on Information Recall About Sexually Transmitted Diseases, Electronic News, 11(3), pp. 166 – 185.
- 6) Alzain, Hanan Assad; Aldursuni, Samar A. (2022) Using Animated Infographics to Educate Starters on the Saudi Labor and Workmen Law, Information Sciences Letters An International Journal, 11(2), pp. 475 – 494,
- 7) Al-Nazer, Heba Allah Ahmad Hassan; et.al (2020) Infographic And Its Use As A Tool For Electronic Marketing, International Journal of Multidisciplinary Studies on Management, Business, and Economy, 3(2), pp. 1 – 9.
- 8) Kovalenko; A. (2020) Impact of infographics on the ease of access and understanding of the Guardian's Content, Mechnikov National University, 25, pp. 7 – 10.
- 9) Lee, Eun-Ju; Kim, Ye Weon (2016) Effects of infographics on news elaboration, acquisition, and evaluation: Prior knowledge and issue involvement as moderators, New Media & Society, 18(8), Available At: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444814567982>, accessed on 29/10/2023.
- 10) (١١) الزهراني، غيداء بنت على صالح (٢٠٢٠) أثر استخدام الإنفوجرافيك في الاحتفاظ بمفردات اللغة الإنجليزية لدى طالبات الصف الثاني المتوسط، مجلة جامعة تبوك للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (٨)، ص ٣ – ١٦.
- (١٢) الطوخي، عربي عبد العزيز أحمد؛ عوض، محمد عبد الفتاح (٢٠٢٢) استخدام الشباب الجامعي للإنفوجراف الخاص بالمبادرات الرئاسية في المواقع الإلكترونية، مجلة البحوث الإعلامية، ١(٦٤)، ص ٩ – ٥٠.
- (١٣) بيوضة، منى جمال (٢٠٢٢) التناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية وعلاقتها بإدراك المصريين المغتربين للواقع الاجتماعي المصري: دراسة تحليلية – ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (٨١)، ص ١٥١ – ٢٢٣.
- (١٤) حسن، نسرين حسام الدين؛ وآخرون (٢٠٢٢) المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصات الإعلامية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠: دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، ٦١(٣)، ص ١٢٤١ – ١٤٣٤.
- (١٥) الطوخي، عربي عبد العزيز أحمد؛ عوض، محمد عبد الفتاح، مرجع سابق.
- (١٦) بيوضة، منى جمال، مرجع سابق.
- (١٧) سليم، أحمد محمد عبد الله (٢٠٢٢) اتجاهات الجمهور المصري نحو الفيديوهات الخاصة بمحدودي الدخل عبر الصفحات الرسمية ودورها في التوعية بالمبادرات الوطنية- مبادرة القضاء على العشوائيات أنموذجًا، مجلة البحوث الإعلامية، ٦١(٢)، ص ٨٠٩ – ٨٥٨.
- (١٨) زارع، أسامة أحمد أحمد (٢٠١٨) تعرض المراهقين للمبادرات الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحوها، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، القاهرة.
- (١٩) لطي، رشا عادل؛ عاطف، شاهنדה (٢٠٢٢) معالجة وسائل الإعلام المصرية "التقليدية والحديثة" للمبادرات الرئاسية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحوها: مبادرة "حياة كريمة" نموذجًا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (٨٠)، ص ٦٨٩ – ٧٣١.

- (٢٠) سليم، أحمد محمد عبد الله؛ مرجع سابق.
- (٢١) محمد، عصام بدرى أحمد (٢٠٢٠) التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع لتنمية وعى الشباب الجامعى بالمبادرات المجتمعية، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، ٥٠(٢)، ص ٤٧٩ – ٥٢٠.
- (٢٢) عبد الوهاب، السيد السعيد (٢٠٢٣) فاعلية المبادرات الرئاسية في مواجهة امخاطر الصحية واتجاهات الجمهور نحو أنشطتها الاتصالية: دراسة حالة "مبادرة ١٠٠ مليون صحة"، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، (٢٠)، ص ٤٠٧ – ٤٥٦.
- 23) Ribeiro, Feliu ; et.al (2018) Política Externa e Legislativo no Paraguai do Presidente Lugo, Revista de Sociologia e Política, 26(68), pp. 75 – 94.
- 24) Donkor, Emmanuel; et.al (2017) The impact of the presidential cassava initiative on cassava productivity in Nigeria: Implication for sustainable food supply and food security, Cogent Food & Agriculture, (3)1.
- 25) Surry, Daniel W. (1997) Diffusion Theory and Instructional Technology, Paper presented at the Annual Conference of the Association for Educational Communications and Technology (AECT), Albuquerque, New Mexico.
- 26) Rogers, E.M. (1962) **Diffusion of Innovations**. Free Press, New York.
- 27) See:
- ❖ Lee, Yi-Hsuan; et.al (2011) Adding Innovation Diffusion Theory to the Technology Acceptance Model: Supporting Employees' Intentions to Use E-Learning Systems, Educational Technology & Society, 14(4), pp. 124 – 137.
 - ❖ Wang, Yu-Yin; et.al (2018) What drives users' intentions to purchase a GPS Navigation app: The moderating role of perceived availability of free substitutes, Internet Research, 28(1).
- 28) Rogers, E.M. **Op.Cit.**
- 29) Rogers, E.M. **Op.Cit.**
- 30) See:
- ❖ Lee, Yi-Hsuan; et.al, **Op.Cit.**
 - ❖ Wang, Yu-Yin; et.al, **Op.Cit.**
- 31) Rogers, E.M., **Op.Cit.**
- 32) Rogers, E.M., **Op.Cit.**
- 33) Jan, Pi-Tzong; et.al (2012) The Adoption of e-Learning: An Institutional Theory Perspective, Turkish Online Journal of Educational Technology - TOJET, 11(3), pp. 326 – 343.
- 34) Rogers, Everett M.; Shoemaker, F. Floyd (1971) Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach, 2nd edition, Free Press;, New York.
- 35) See:
- ❖ Afify, Mohammed (2018) The Effect of the Difference Between Infographic Designing Types (Static vs Animated) on Developing Visual Learning Designing Skills and Recognition of its Elements and Principles, International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET), 13(09), P. 204.
 - ❖ Alqudah, Derar; et.al (2019) The Impact of Educational Infographic on Students' Interaction and Perception in Jordanian Higher Education: Experimental Study, International Journal of Instruction, 12(4), pp. 669 – 688.
 - ❖ Smiciklas, Mark (2012) The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect With Your Audiences, 1st Edition, Que Pub.
- 36) Basco, Raymart O. (2020) Effectiveness of Science Infographics in Improving Academic Performance among Sixth Grade Pupils of One Laboratory School in the Philippines, Research in Pedagogy, 10(2), pp. 313 – 323.
- 37) See:

- ❖ Ismaeel, Dina; Al Mulhim, Ensaf (2021) The influence of interactive and static infographics on the academic achievement of reflective and impulsive students, Australasian Journal of Educational Technology, 37(1), 147–162
- ❖ Apriyanti, N.; et.al (2020) Needs Analysis Of Infographic Media Using Technology for Learning Physics, Malaysian Online Journal of Educational Technology, (8), pp. 48 – 62.

٣٨) الشنبري، آلاء محمد خالد (٢٠٢٢) واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في تدريس الحضارة الإسلامية من وجهة نظر معلومات الدراسات الاجتماعية الوطنية في مدارس مدينة مكة المكرمة، المجلة العربية للتربية النوعية، (٢٣)، ص ١ – ٤٤.

39) Hamid, Mohd Fauzi Abdul; et.al (2020) An insight on needs analysis towards the development of animated infographic module in Arabic grammar learning, Journal of Language and Linguistic Studies, 16(3).

٤٠) الصويان، راوية محمد ظاهر (٢٠٢٢) استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في رفع مستوى مهارات التفكير البصري لدي المشرفين التربويين، العلوم التربوية، ٣٠(٢)، ص ٢٤٩ – ٢٦٩.

٤١) مرعي، حنان كامل حنفي (٢٠٢١) تأثير الانفوجرافيك التفاعلي والثابت بمواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي بأعراض فيروس كورونا المستجد وطرق الوقاية منه: دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، (٣١)، ص ١٧١ – ٢٢١.

٤٢) علام، اعتماد محمد (٢٠١٢) الإحصاء في البحوث الاجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.

٤٣) سليم، أحمد محمد عبد الله، مرجع سابق.

٤٤) زارع، أسامة أحمد أحمد، مرجع سابق.

٤٥) سليم، أحمد محمد عبد الله؛ مرجع سابق.