استخدام الكوميكس الثابت والمتحرك في تقديم خدمات المستفيدين في مؤسسات المعلومات الجامعية : دراسة ميدانية

أ.د. حسن رضا النجار
قسم المعلومات والمكتبات
الجامعة المستنصرية

م. منتهى عبد الكريم جاسم
جامعة بغداد/ مركز التعليم المستمر
muntahajasim@gmail.com

المستخلص

يعد الكوميكس فن من الفنون البصرية **(الرسوم الثابتة والمتحركة)** إذ يسعى الى تقديم رسالة بصرية تختزن في بنائها مجموعة من الدلالات والمفاهيم لتصبح أداة إتصال تفاعلية عالية التأثير المعرفي والمعلوماتي في التعبير عن الفكرة، سيما لو وظفت على وفق صياغات إبداعية جديدة تنمي التحاور البصري في عقل المستفيد أو المتلقي.

وتتلخص **مشكلة البحث** بالتساؤلات الرئيسة **(ماهي الاشكالية حول مفهوم الكوميكس وماهي طبيعة العلاقة بين الكوميكس وسهولة ادراك المعلومات لدى المستفيدين في مؤسسات المعلومات؟)** ، فضلا عن الاجابة على التساؤلات التي تتعلق بالجانب التحليلي والميداني.

يهدف البحث التعرف على مفهوم الكوميكس وأنواعه وطرق استثماره في تقديم الخدمة في مؤسسات المعلومات، كما يهدف إلى التعرف على مدى امكانية الوصول لخدمات مؤسسات المعلومات ودلالة الفروق الاحصائية في ذلك لدى افراد عينة الدراسة.

استخدم البحث المنهج المسحي لجمع البيانات والمعلومات لغرض معرفة العلاقة بين الكوميكس وعملية ادراك المستفيدين لفن الكوميكس وعبر توظيف أداة الاستبانة.

وقد تكون مجتمع البحث من فئة المستفيدين من مؤسسات المعلومات الجامعية، **وبلغت العينة (٣٨٧) مستفيدا**، ولغرض تحليل البيانات والكشف عن الفروق الاحصائية تم استخدام مجموعة من الاساليب واعتماد الاسلوب الاحصائي في معالجة البيانات وتحليلها باستخدام النسبةالمئوية، ومقياس ليكرت ومربع كاي للحصول على الاوزان والاختبار التائي(T-test)

وأسفرت نتائج البحث عن أن الكوميكس فن بصري تفاعلي يسهم في مساعدة المستفيدين في ادراك للمعلومات بوقت قصير مقارنة بالنصوص عبر تقديم رؤيا بصرية واضحة ودالة ذات

تفاعلية اذا ما وظفت بأسلوب ملائم للفكرة، وأمكانية تنفيذ نماذج من الكوميكس الثابت والمتحرك لتقديم خدمات المعلومات في المؤسسات المعلوماتية.

وقد خرج البحث بمجموعة توصـــيات أهمها ضـــرورة توظيف "**فن الكوميكس**" في تحليل المعلومات وتمثيلها، وتوضـــيح المفاهيم المعقدة، وتمثيل طرق اســـتخدام البرامجيات المتطورة لرفع مسـتوى الادراك وفهم واسـتيعاب المعلومات لدى المسـتفيدين في مؤسـسـات المعلومات، وضـرورة مراعاة المسـتويات البنائية والدلالية لتحسـين العملية الادراكية لدى المسـتفيدين، وانتاج وتســـويق مجموعة من الخدمات بأســـلوب "**الكوميكس الثابت أو المتحرك**" ، وتقديم الخدمة للمستفيدين بأسلوب أكثر تشويقاً وتفاعلياً.

الكلمات المفتاحية: الفنون البصـرية. الكوميكس الثابت. الكوميكس المتحرك. تسـويق خدمات المعلومات. التمثيلات البصرية، التفاعلية.

Abstract

Comics is a visual art (Still and motion pictures) it seeks to provide a visual message that stores in its construction a set of signs and concepts to become an interactive communication tool with high impact knowledge and information in expressing the idea,especially if it's used in new creative formations to develop visual communication in the Beneficiary mind.

The problem of research consists of the main questions (what is the problem with the concept of comics?) what is the nature of the relationship between the comics and the knowledge of the information in the information institutions, and the answer to the questions is a set of questions related to the analytical and field aspects.

The research aims:

1. The first objective: to recognize the concept of comics? And its types? And ways of investing in providing service in information institutions.
1. The second objective: To identify the extent of access to services of information institutions and the significance of statistical differences in the sample of the researcher.

Research assumes:

1. The first hypothesis: There are no statistically significant differences at the level of (0.05) the extent of knowledge of the beneficiaries about the comic's term.
2. The second hypothesis: There is no statistically significant difference at the level of (0.05) the extent of access to the information institutions services by the sample of the study:

2. The third hypothesis: There is no statistically significant difference at the level of (0.05) in the extent of access to to the information institutions services according to the variables in the specialization (scientific / human) by the sample of the study.

Research Methodology: Using the Survey Methodology to collect data and information for the relationship between comics and the process of understanding the beneficiaries the art of comics, through the use of the questionnaire tool.

The study population and sample: is the category of beneficiaries of the university information institutions, and its sample (387) beneficiaries.

The study was used to analyze the data and detect the statistical differences. A set of methods; Adopting the statistical method in data processing and analysis using percentage; Likert Scale, Chi square test; for weights, and t-test

Results of the research:

1. Comics Interactive visual art finds to help users to understand the information in a short time compared to texts, by providing a clear visual vision and an interactive function if employed in a manner appropriate to the idea.
2. Implementation of models of static and mobile comics to provide information services in information institution.

Recommendations: the most important of a set of recommendations, which are:

1.The need to employ "the art of comics" in the analysis of information and representation, and clarify the complex concepts, and represent the methods of using advanced software, to raise the level of awareness and understanding and absorption of information among beneficiaries in information institutions.
2.The structural and pedagogical levels should be considered to improve the cognitive process of the beneficiaries.
3. Produce and market a range of services in the "still or motion" comics style and provide service to the users, more interesting and interactive.

Keywords: **Visual Arts/ University Library Services/ Still comics/ Motioncomics/ Information Marketing / Information providers/Interactive/Visual representations**

١. مفهوم الكوميكس وتعريفاته:

يعود أصل كلمة كوميك(**Comic**) وجمعها كوميكس (**Comics, or Comix**) وتعني **(الرسومات المضـحكة أو الهزلية)** فهي عبارة عن مقاطع او رسـومات مضـحكة تلحق في الصـحف أو الجرائد قريبة الشـبه بفن الكاريكاتير في بلادنا العربية ومن هنا جاءت التسـمية حتى اصـبحت تطلق على انواع الرسومات جميعها حتى وان لم تكن كوميدية او مضحكة.[١]

١. حبيب الظاهر عباس. مجلة ثقافة الاطفال . ع (١).- بغداد: دار ثقافة الاطفال، ٢٠١٠. ص(١٥).

يتفق معظم المؤرخين على ان (الكوميكس) موجود اصـــلاً منذ بداية الخليقة ومنذ تعلم البشـــر الرسم على جدران الكهوف (في الفن السومري ، والاشوري، وفي الرسوم الفرعونية).[١]

وبعضهم يفترض ان بداياته تعود الى القرن السادس عشر الميلادي(١٥١٠) عندما قام الرسام الشهير (ليوناردو دافينشي) بدمج الكتابة مع الرسومات لإنشاء دليل كامل عن التشريح البشري كتعليمات مكتوبة ومدعمة بالرسومات التوضيحية.[٢]

– عرفـه (**ســـكوت مـاكـلاود Scott McCloud ١٩٩٣**)[٣]في كتـابـه فـهـم الـكـومـيـكـس (**Understanding Comics**) بأنه: عبارة عن مجموعة لوحات أو صور متجاورة موضوعة في تسلسل تعاقبي/تتابعي القصد منه نقل معلومات و/أو انتاج أثر جمالي لدى المتلقي.

– أمـا (**ويـل ايزنر Will Eisner.2008**)[4] فقـد عرف الكوميكس في كتـابـه (الكوميكس وفن السـلاسـل(**Comics and Sequential Art**) بأنَّه نمط من أنماط القراءة يعتمد على الجوانب البصـــرية للعناصـــر النصـــية، وقد أولى في كتابه اهتماماً خاصـــاً للعناصـــر التعبيرية (**Expressive**) والتمثيلية (**Representational**) والجمـاليـة (**Aesthetic**) للوحـة وتصـــميم الاطار(**frame design**).

ويعرف الكوميكس اجرائياً بأنه :عبارة عن تمثيلات بصـرية تفاعلية تتضـمن نصـا أو حواراً أو لوحات أو صور أو رسومات، وهو عملية اتصالية تقوم على تقديم الافكار واستكشاف القضايا عبر رسـومات متسـلسـلة موضـوعياً وتقنياً وبالونات حوار بهدف زيادة فهم القرّاء لموضـوع ما وبشكل مثير للاهتمام.

---

١. جورج بهجوري. فن الكاريكاتير.– بغداد: دار الرشيد للنشر ، ١٩٨٢. ص (٢٤).

٢ . Mark Smiciklas. The Power of Infographics using Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences.2012.op.cit, p:(6).

٣ . Scott McCloud. Understanding Comics; The Invisible Art.– New York: Harper Collins, 1994.Pge:(9)

4 .Will Eisner.– Comics and Sequential Art; Principles and Practices from the Legendary Cartoonist.– New York:WW Norton & Co,09 Sep 2008. (192) pages. –ISBN:10: 0393331261

٢. الدراسات السابقة:

عند البحث في الادبيات السابقة لموضوع الكوميكس ندرة من الدراسات العربية تناولت هذا الموضوع في مجال خدمات المعلومات، أما بالنسبة للدراسات الاجنبية فقد تم تناول الكوميكس في موضوعات متخصصة في مجال الاعلام والفنون الادبية مثل **(دراسة وندي هيلسباي (١٩٩٩)** [١] هدفت الدراسة الى معرفة كيفية تعامل القراء مع هذا النوع من الفنون وبيان معرفة مستوى فهم القرّاء للكوميكس بانواعه كون قراءة الكوميكس تتطلب مهارات القراءة والكتابة اللفظية، و**(دراسة لوسيا سيديرا سارانتيس ٢٠١٤)**[٢] التي هدفت الى استكشاف وفهم دور "**الكوميكس**" كمادة للقراءة لدى الشباب بالتركيز على كيفية قيام قراء "**الكوميكس**" ببناء وفهم تجربتهم في قراءة "**الكوميكس**" كمواد للقراءة، ومعرفة هوية القارئ والسياقات الاجتماعية لقراءة "**الكوميكس**" من خلال نقل وجهات النظر الماخوذة من الدراسات والبحوث النوعية السابقة التي اعتمدت "**الكوميكس**" كمنتوجات ثقافية.

٣. أنواع الكوميكس :

٣-١ الكوميكس الثابت

يعد الكوميكس الثابت نوع من أنواع الرسوم البصرية أو الصور الواقعية ووسيلة من وسائل التعليم والتعلم، ويمتاز بانه عبارة عن رسومات خطت باليد لأشياء واقعية يتم تصميمها لتلخيص المعلومات وتفسيرها والتعبير عنها باسلوب علمي، ومن انواعه:

١. **الرسومات التوضيحية** : وتتضمن الشرح والاستنتاج والتجميل سواء كانت الرسومات بخط اليد أو بالوسائل الرقمية وتنقل الانطباع الذي يعجز التصوير الواقعي امدادنا به.[٣]

---

١ . **Wendy FrancesHelsby. (1999). Comics in Education: The Link between Visual and Verbal Literacies: How Readers Read Comics PhD. Dissertation. University of Southampton. DAI, Section C: Worldwide, 2000; 61 (3): 643-44.**

٢ **. LucíaCedeiraSerantes. (2014). Young adults reflect on the experience of reading comics in contemporary society: Overcoming the commonplace and recognizing complexity. (PhD) Dissertation (Thesis format: Monograph). PhD, Advisor: Dr. Lynne McKechnie; Dr. faculty of .Paulette Rothbauer. Graduate Program Library and Information Science information and Media studies. Ontario. University of Western.2014. link: http://ir.lib.uwo.ca/etd.**

٣.غافن أمبروز وبول هاريس،القاموس المصور للتصميم الجرافيكي،ترجمة : فرح محفوظ.-الاردن: جبل عمان ناشرون ٢٠١٦. ص (١٣٥).

٢.**الرسـومات التعبيرية** : تمتاز بتجسـيد المعنى المصـاحب لها للوصـول الى تخيل الموضـوع وكيفية حدوثه، ومن مزاياه يضمن توفير عنصر جذب للمتلقي.[١]

٣-٢: الكوميكس المتحرك

عبارة عن مجموعة متسـلسـلة من الرسـوم البصـرية المتحركة، وتسـتعمل كوسـيلة مهمة من الوسـائل التعليمية الفعّالة التي تعمل على نقل الافكار والخبرات والانطباعات، اذ انها تتصـف بالديناميكية والحركة بالاسـاس [٢]ومن أنواعها: الافلام السـينمائية، أفلام الفيديو، وأفلام الرسـوم المتحركة.

٤. عناصر الكوميكس

أهم العناصر الأساسية للكوميكس هي:

٤-١ العنصر البصري ويقصد به الرسومات والصور والرسومات البيانية والألوان والرموز.

٤-٢النص المترابط : نصوص مختصرة مترابطة وبشدة وكلمات ذات دلالة.

٤-٣ المفهوم أو الفكرة: وتمثل المعرفة المراد ايصالها الى المتلقي.

٤-٤ بالون الحوار أو النص: لتمثيل اللغة للنص المرسوم[٣]

٥. مميزات الكوميكس

أتفق كل من (حسين الطوبجي١٩٨٢)[٤] و(مصطفى وأمينة عثمان ١٩٩٤)[٥] و(سيمون جيبس Simoon J. Gibbs ١٩٩٥) [٦] و(ألين.Allen, S ,2015)[٧] على أن الكوميكس يمتاز بـ:

١.امتلاك القدرة على تمثيل الواقع المجرد الصعب ادراكه بالحواس تمثيلاً حيا ملموساً.

---

١ . شريف درويش اللبان.الاخراج الصحفي. م. س. ص(٢٢٦-٢٢٧)

٢ . Joseph R. Dominick: The Dynamics of Mass Communication". - 3rd ed.-U.S. A: McGraw-Hill Publishing Company, 1990. P (337).

٣ . David Carrier. - In the Aesthetics of Comics. - The Pennsylvania State University Press; University Park Pennsylvanya.2000. ISBN: 0-271-01962-X. P. (12). 6" × 9".20 b&w illustrations.

٤. حسين حمدي الطوبجي.- وسائل الاتصال والتكنولوجيا فيا لتعليم.- الكويت: دارالقلم،ط ٥،(١٩٨٢).

٥. مصطفى سيدعثمان وأمينة سيدعثمان.- رؤية في تحديث وسائل تعليمنا بالتكنولوجيا الصغيرة.- القاهرة: مطابع روزاليوسف الجديدة، ١٩٩٤م.

٦ . Simoon J. Gibbs. - Multimedia Programming objects Environment and Frameworks. - New York: Martins Press, 1955. P. (35-48).

٧ . Allen, S. (Jan, 2015). Creating stunning infographics for your library, presentation, 9p. Retrieved 01 Jan., 2016, from http://docslide.us/technology/creating-stunning-infographics-for-your-classroom.html

٢.إمكانية توضـــيح بعض المفاهيم العلمية المجردة التي يصـــعب على المتعلمين إدراك معناها بالقراءة عنها مثل التيار الكهربائي، والتجارب العلمية الاخرى.

٣.امتلاك القدرة على تبسيط كل ماهو معقد أو سريع جداً أو بطيء جداً في الطبيعة ويصعب تحليله من خلال فيلم الحركة الحية او تجسيده من خلال الصورة الساكنة.

٦. استعمالات الكوميكس

يعد الكوميكس بنوعيه الثابت والمتحرك أداة اتصـــال ذات جذب عال لامتلاكه المحفزات الغنية القادرة على جذب المتلقي عبر توظيف الصـــور أو الرســومات لتفســير المعلومات مما تجذب العديد من المؤسسات خاصة في مجال الطب والصحة والموضوعات الاجتماعية الى استثمارها في هذا المجال. ونتيجة الى ذلك أصـبح بالامكان توظيف الكوميكس بأنواعه لتوضـيح البيانات الخاصة بالاتي:

١. توضيح تعليمات المؤسسة المعلوماتية.
٢. توضيح الاجراءات الخاصة بالتقديم وطلب المعلومات.
٣. اصدار الادلة المتعلقة بالخدمات المقدمة من قبل المؤسسة المعلوماتية.
٤. اصدار الملصقات الخاصة بنشاطات المؤسسة من برامج وفعاليات.
٥. أداة للترويج والاعلان عن الخدمات الحديثة والبرامج المنفذة عبر المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية لتلك المؤسسة.
٦. استعمال الكوميكس كأداة للتواصل والتعبير عن المشكلات وتقديم الحلول والمقترحات.
٧. تقديم مستخلصات التقارير عبر استعمال الكوميكس الزمني للخدمة.

ويقصد بالخط الزمني للكوميكس **(TimeLine Comics)** شكل من أشكال التمثيل الخطي يسهم في استخراج المعلومات وفق تسلسل تأريخي زمني.[١]

٧. وظائف الكوميكس

١. وظيفة اعلامية: هدفها نقل المعلومات أو الاخبار أو النشاطات والفعاليات أعلامياً.
٢. وظيفة توعوية: هدفها تقديم الارشـادات وتوعية المتلقي بالجوانب الايجابية والسـلبية وسـبل معالجتها.

---

1. Smiciklas, M. The power of infographics: Using pictures to communicate and connect with your audiences. Que Publishing. (2012).

٣. وظيفة تربوية: هدفها زرع القيم الاخلاقية والعادات والتقاليد.
٤. وظيفة تمثيلية: هدفها تشخيص الأمور وتقريبها الى ذهن المتلقي.
٥. وظيفة تسويقية: هدفها الترويج وعرض الموضوعات بأسلوب مبتكر وجذاب.
٦. وظيفية تحليلية أو تعليلية: هدفها تحليل الموضوعات وتعليل الاسباب.

تحليل بيانات البحث :

بهدف تحقيق أهداف "البحث" تم اعتماد "العينة العرضية" متمثلة بالمستفيدين من مؤسسات المعلومات بهدف التعرف على:

١. مدى اطلاع المستفيدين على هذا النوع من الفنون (الكوميكس الثابت والمتحرك).
٢. وجهات نظر المستفيدين ومدى تقبلهم أسلوب الكوميكس في تقديم الخدمة.
٣. جمع آراء المستفيدين لمعرفة احتياجاتهم من خدمات المعلومات والسعي الى تقديمها بأسلوب الكوميكس.

ولغرض الاجابة على السؤال الاول وهو مدى إطلاع ومعرفة أفراد العينة "**بالكوميكس**"، وبعد الاطلاع على اجابات المبحوثين وفق "الاستبانة" التي أعدت لهذا الغرض والخاصة في مدى استثمار الكوميكس" في تقديم خدمات المعلومات فقد كانت اجابات المبحوثين كما هي موضحة بالجدول رقم [١] وكالتالي:

جدول [١] اجابات المبحوثين ومدى معرفتهم بفن الكوميكس

الاجابة	التكرار	%
نعم	٥٠	٢٠٪
نوعاً ما	٧٠	٢٥٪
لم اسمع به	٢٦٧	٥٥٪
المجموع	٣٨٧	١٠٠٪
التحليل الاحصائي	**قيمة كاي المحسوبة= (١.٨٦٪) مقارنة بقيمة كاي الجدولية= (٢.٩٩٪) عند مستوى (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢)**	

ولقد تم اعتماد عدة فرضيات في هذا البحث للوصول الى نتائج دقيقة حول مدى معرفة المستفيدين بفن الكومكس والفرضيات هي كالآتي:

الفرضية الأولى: لايوجد فروق ذو دلالة احصائية عند مستوى (0.05) حول مدى معرفة المستفيدين بفن ومصطلح الكوميكس.

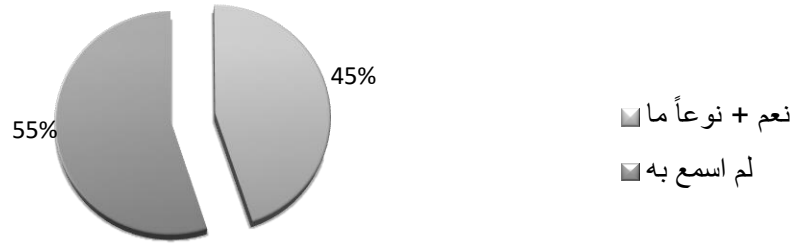
يشـير الجدول [١] الى ان نسـبة (٤٥٪) لديهم معرفة المسـتفيدين بفن الكوميكس ومصـطلح الكوميكس من خلال دمج النسب (٥٠٪ +٧٠٪) للاجابة بـــ **(نعم / نوعاً ما)** في حين أجاب (٥٥٪) من العينة بـ**(لم أسمع به)** من قبل.

وعند حساب قيمة كاي للاجابة عن هذا السؤال تظهر لنا النتيجة الاتية:

[قيمة كاي المحســوبة= (١.٨٦٪) مقارنة بقيمة كاي الجدولية= (٢.٩٩٪) عند مســتوى (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢) مما يشير الى ان الفرق في المشاهدات غير دال، وذلك يرجع الى الصدفة وهي نتيجة لا تمثل رأي المجتمع].

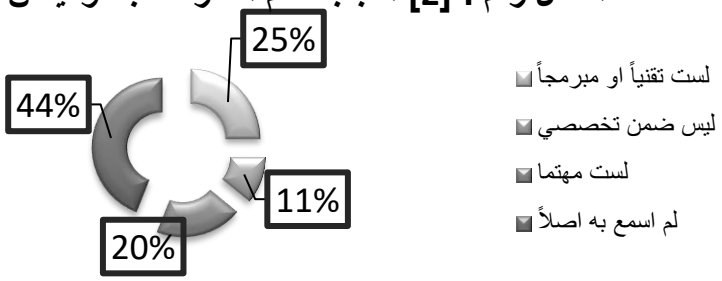
وبالنظر الى دمج النسب في الاجابة المتعلقة بـــ (نعم/ نوعاً ما) وبتكرار (٧٠/٥٠) نجد ان نسبة المعرفة بالمصطلح وخاصة بعد تفسيره عبر الاستبانة المقدمة بأسلوب "بالكوميكس" توضح مدى تقبل هذا الفن من قبل المستفيدين خاصة اذا وجد البيئة المناسبة لاحتضانه [كلية الفنون الجميلة، كلية الاعلام، كلية الاداب بمختبراتهم، واجهزتهم، وموارد بشرية، وتخصصيصات مالية]، فضلا عن المتخصصين في العمل والابداع به [تقنيات، وبرامجيات، وكتاب سيناريوهات، ورسامين، ومنتجين] مما سيكون تأثيره أكبر على المستفيدين (ضمن المجتمع المعلوماتي).

الشكل رقم : [1] يوضح مدى المعرفة "بالكوميكس"



اما بالنسبة للعينة التي اجابت بـ **(لم أسمع به)** والتي بلغت نسبتهم (٥٥٪) فقد تبين أن السبب في ذلك هو ان مصطلح "**الكوميكس**" غريب بعض الشيء وغير دارج أو مألوف في المؤسسات المعلوماتية الا بالصيغة المتعارف عليها وهو(فن الكارتون، الرسوم الثابتة، والرسوم المتحركة) لذلك فعند ذكر مصطلح "**الكوميكس**" كانت الاجابة (لم اسمع به) فضلاً عن الاسباب الاخرى التي ذكرها المبحوثين وهي (لست مهتماً) و(ليس ضمن تخصصي) و(لست تقنياً او مبرمجاً). وكما هو موضح في الشكل [٢]

الشكل رقم : [2] اسباب عدم المعرفة "بالكوميكس"



ولغرض الاجابة على السؤال الثاني وهو التعرف على وجهات نظر المستفيدين ومدى تقبلهم أستثمار اسلوب الكوميكس في تقديم الخدمة، فقد توجب:

أولا: التعرف عن مدى الافادة من الخدمات المقدمة في مؤسسات المعلومات من وجهة نظر المستفيدين.

ثانياً: التعرف على مدى افادة المستفيدين من الخدمات المقدمة في مؤسسات المعلومات.

ثالثاً: التعرف على تقييم الخدمات المقدمة من وجهة نظر المستفيدين.

رابعاً: التوصل الى أي الخدمات المقدمة بحاجة الى تطوير؟ وما تأثيرها اذا طورت بأسلوب الكوميكس الثابت أو المتحرك؟

جدول [٣] توزيع العينة على وفق نوع الخدمات المقدمة في مؤسسات المعلومات ومدى الافادة منها في حال الاجابة بـ (نعم) وتقييم الخدمة

مدى الافادة من الخدمات المقدمة في المؤسسات المعلوماتية	التكرار	%	المرتبة
نعم	٣٠٨	79.6	الاولى
لا	٧٩	20.4	الثانية
المجموع	٣٨٧	100.0	
في حال الاجابة بـــ(نعم)	التكرار	النسبة المئوية	
جيدة جداً	80	25.97	الثانية
جيدة	176	57.14	الاولى
متوسطة	49	15.91	الثالثة
مقبولة نوعا ما	3	0.974	الرابعة
المجموع	308	١٠٠٪	
المتبقى(Missing System)	79	20.4	

في الجدول[٣] حصلت (نعم) على أعلى نسبة (79.6%) مقارنة بـــ (لا) والتي كانت نسبتها (20.4%) وهذه الاجابة ذات حدين اذ تظهر فيها احتمالية (المجاملة، والتردد) في الاختيار، اذ ان الاختيار كان حاسم (اما نعم أو لا) والشيء الجيد هو وجود استجابة من المستفيدين واستمرارية التواصل والرغبة لديهم في الحصول على المصادر من المؤسسات المعلوماتية الجامعية.

جدول [٤] يوضح توزيع العينة على وفق نوع الخدمات المقدمة في مؤسسات المعلومات ومدى الافادة منها في حال الاجابة بـ (لا) وتقييم الخدمة				
فقرة ٦	في حال الاجابة بـــ(لا)	التكرار	%	المرتبة
١	صعوبة الوصول الى المصادر	11	13.92	الثالثة
٢	لاتوجد حداثة	36	45.57	الاولى
٣	ضعف الاداء لمقدمي الخدمة	8	10.13	الرابعة
٤	لاتوجد نشرات احاطة جارية	24	30.38	الثانية
	المجموع	79	%100	
	المتبقى(Missing System)	308	79.6	
	المجموع	378	%100	

الفرضـــيةالثانية: لايوجد فرق ذو دلالة احصـــائية عند مســـتوى (0.05) حول مدى امكانية الوصول لخدمات مؤسسات المعلومات لدى افراد عينة الباحثة.

وللكشـــف عن دلالة الفروق في جدول [٣] تبعاً للاجابة (بنعم)، تم اســـتخدام اختبار مربع كاي(Chi-Square Test) لعينة واحدة وقد تبين ان قيمة (كاي) المحسوبة أعلى من الجدولة عند مســـتوى (0.05) مما يشـــير الى وجود فرق معنوي ولصـــالح (جيدة) قدره (57.14%) متفوقة بذلك على بقية الدوال في حين ســـجلت الدالة (مقبولة نوعا ما) اقل نســـبة بلغت (0.974%) .

جدول [٥] يوضح قيمة كاي المحسوبة في جدول [٣] للاجابة عن مدى الافادة من الخدمات المقدمة في المعلومات الجامعية (في حال الاجابة بنعم)

	الاجابة	التكرار	النسبة	كـــــاي المحسوبة	درجـة الحرية	كـــــاي المجدولة	الدلالة
1	جيد جداً	80	25.97	25.15	3	7.82	دال عند 0.05
2	جيدة	176	57.14				
3	متوسطة	49	15.91				
4	مقبولة نوعا ما	3	0.974				

الفرضـية الثالثة: لايوجد فرق ذو دلالة احصـائية عند مسـتوى (0.05) حول مدى امكانية الوصول لخدمات المؤسسات المعلوماتية تبعاً للمتغيرين في التخصص(علمي/ انساني) لدى افراد عينة الدراسة عند الاجابة (بنعم).

جدول [٦] يوضح قيمة كاي المحسوبة للجدول [٣] للاجابة عن مدى الافادة من الخدمات المقدمة في المؤسسات المعلوماتية (أسباب الاجابة بنعم) وللتخصصين العلمي والانساني

الخدمة	جيد جداً		جيدة		متوسطة		مقبولة نوعا ما		كاي المحسوبة	درجة الحرية	كاي المجدولة	الدلالة
التخصص	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة				
علمي	24	25.0	57	59.4	14	14.6	1	1.0%	0.33	3	7.82	الفرق غير دال عند 0.05
انساني	56	26.4%	119	65.1%	35	16.5%	2	0.9%				

وللكشـف عن دلالة الفروق في الجدولين [٦] **الجدول [٣]** تبعاً للاجابة (بنعم) تم اسـتخدام اختبار مربع كاي(Chi-Square Tes) لمتغيرين(علمي/إنســاني) وقد تبين ان قيمة (كاي) المجدولة أعلى من المحسوبة عند مستوى (0.05) مما يشير الى ان الفرق غير دال، فيما سجلت الاجابة لصالح (جيدة) نسبة قدرها (**65.1%**) للتخصص الانساني متفوقة بذلك على بقية الدوال في حين سجلت الدالة (غير متوفرة) اقل نسبة بلغت (**0.9%**). فيما كانت أسباب الاجابة بـــــــ **(لا)** في الجدول [٧] /جدول [٤] الاجابة المتعلقة بهذا السـؤال فقد حصـلت (لاتوجد حداثة) على المرتبة

الاولى بنسبة (9.3%) والاجابة بـــ **(ضعف الاداء المكتبي)** أدنى مرتبة وبنسبة (2.1%)، فيما احتلت الاجابة **(لا توجد نشرات احاطة جارية)** المرتبة الثانية وبنسبة **(6.2%)**، وتقاربت نسبة كل من الاجابة **(ضـعف الاداء)** و**(صـعوبة الوصـول الى المصـادر)** بحصـولها على المرتبة الثالثة وبنسبة (2.8%) مما يدل على حاجة المستفيدين الى المصادر الحديثة لإغناء ابحاثم ومشاريعهم العلمية.

الفرضـــية الرابعة : لايوجد فرق ذو دلالة احصـــائية عند مســـتوى (0.05) في مدى امكانية الوصول لخدمات المعلومات تبعاً لمتغير التخصص(علمي/ انساني) لدى افراد عينة الدراسة عند الاجابة (بلا).

وللكشف عن دلالة الفروق تبعاً للاجابة (بلا) تم استخدام اختبار مربع كاي(Chi-SquareTest) لمتغيرين تبين ان قيمة (كاي) المحسـوبة أعلى من الجدولة عند مسـتوى (0.05) مما يشـير الى وجود فرق معنوي ولصـالح **(لاتوجد حداثة)** قدره **(60.6%)** للتخصـص العلمي متفوقة بذلك على بقية الدوال، في حين سجلت الدالة **(صعوبة الوصول الى المصادر)** اقل نسبة بلغت **(12.1%)** وان قيمة (كاي) المحسـوبة أعلى من الجدولة عند مسـتوى (0.05)، مما يشـير الى وجود فرق معنوي ولصـالح **(لاتوجد حداثة)** و**(لاتوجد نشرات احاطة)** قدره **(34.8%)** للتخصـص الانسـاني متفوقة بذلك على بقية الدوال، في حين تقاسـمت الدوال **(صـعوبة الوصـول الى المصـادر)** و **(ضعف الاداء المكتبي)** اقل نسبة بلغت **(3.3%)** للتخصص العلمي والجدول [٧] يوضح ذلك.

جدول [٧] قيمة كاي المحسوبة للجدول (٤) للاجابة عن مدى الافادة من الخدمات المقدمة في المعلومات الجامعية (أسباب الاجابة بلا) وللتخصصين العلمي والانساني.

الخدمة	صـــعوبة الوصـــول الى المصادر		لاتـــوجـــد حداثة		ضعف الاداء المكتبي		لاتـــوجـــد نشـــرات احاطة		كاي المحسوب	درجة الحرية	كاي المجدولة	الدلالة
التخصص	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة				
علمي	4	12.1	20	60.6	1	3.3	8	24.2	6.47	3	7.82	الفرق دال عند 0.05
انساني	7	15.2	16	34.8	7	15.2	16	34.8				

وبناء عليه تم سؤال المستفيدين عن رأيهم في تطوير الخدمات المقدمة في مؤسسات المعلومات وكانت الاجابة على ذلك كما في الجدول [٨] ووفق الاسئلة الاختيارية المعدة في الاستبانة والبالغة (١٠) أسئلة (مصورة) وللمستفيد الحق في اختيار(٥) من تلك الخدمات التطويرية.

جدول [٨] يوضح توزيع العينة على وفق (مقترحات تطوير خدمات المعلومات)

فقرة٧	مقترح تطوير الخدمة	التكرار	%
١	تعزيز المصادر الالكترونية	242	62.5
٢	تطوير خدمات الانترنت	233	60.2
٣	تطوير انشطة مؤسسة المعلومات	211	54.5
٤	تطوير الموارد البشرية	207	53.5
٥	التواصل الاجتماعي وثقافة المستفيدين	203	52.2
٦	تطوير الاجهزة والحاسبات	200	51.7
٧	تطوير الفهارس الآلية	193	49.9
٨	السبرانية وتكنولوجيا التطبيقات	189	48.8
٩	تطوير اثاث المؤسسة	124	32.0
١٠	تنمية المصادر التقليدية	95	24.5
			100%

هناك تقارب في نسب اختيار الخدمة ومقترح تطويرها من قبل المستفيدين، اذ احتلت خدمة **(تعزيز المصادر الالكترونية)** في مؤسسات المعلومات الجامعية أعلى رتبة وبنسبة (62.5%) ويأتي مقترح خدمة الانترنت في الرتبة الثانية وبنسبة (60.2%) فيما تقاربت النسب في مقترح تطوير الخدمات الاتية: حصل مقترح **(تطوير انشطة المؤسسة)** في المرتبة الثالثة وبنسبة (54.5%)، ومقترح **(تطوير الموارد البشرية)** في المرتبة الرابعة وبنسبة (53.5%)، ومقترح **(التواصل الاجتماعي وثقافة المستفيدين)** في المرتبة الخامسة وبنسبة (52.2%)، وجاء مقترح **(تطوير الاجهزة والحاسبات)** في المرتبة السادسة وبنسبة (51.7%)، ومقترح **(تطوير الفهارس الآلية)** في المرتبة السابعة وبنسبة (49.9%)، وجاء اختيار مقترح

(السبرانية وتكنولوجيا التطبيقات) في المرتبة الثامنة وبنسبة (48.8%)، ومقترح **(تطوير أثاث المؤسسة)** في المرتبة التاسعة وبنسبة (32.0%)، ومقترح **(تنمية المصادر التقليدية)** في المرتبة الاخيرة وبنسبة (95%).

وتعزي "الباحثة" أن سبب اختيار المستفيدين مقترح خدمة **(تعزيز المصادر الالكترونية في مؤسسات المعلومات)** هو الحاجة الى التنوع في طبيعة المصادر التي تقدمها مؤسسات المعلومات الجامعية.

وعند سؤال المستفيدين عن رأيهم في تطوير خدمات الاحاطة الجارية المقدمة في مؤسسات المعلومات في [الفقرة٨] وعرضها بطريقة (الكوميكس) ووفق الاسئلة الستة الاختيارية في الاستبانة والتي تسمح للمستفيد اختيار (٣) من الخدمات التطويرية. كانت الاجابات كما موضحة في الجدول [٩].

جدول [٩] يوضح توزيع العينة مقترحات تطوير خدمة (الاحاطة جارية) في المؤسسات المعلوماتية

فقرة٨	احاطة جارية	التكرار	%
١	عرض اغلفة الكتب	250	64.6
٢	عمل نادي قرّاء	238	61.5
٣	عرض مستخلصات الكتب القديمة	196	50.6
٤	تحويل الكتب الكترونياً	190	49.1
٥	التحديث وتجديد طبعات المصادر	165	42.6
٦	تغيير اماكن المصادر باستمرارية	118	30.5
	المجموع	378	%100

كانت الاجابات وتقديم الحلول(المقترحات) الخاصة بتطوير خدمة الاحاطة الجارية وكذلك معالجة الكتب المركونة على الرفوف متقاربة نسبياً كالتالي:

حصل مقترح **(عرض أغلفة الكتب)** أعلى نسبة ويبلغ (64.6%) فيما حصل مقترح **(عمل نادي قرّاء)** المرتبة الثانية وبنسبة(61.5%) وجاء بالمرتبة الثالثة مقترح **(عرض مستخلصات الكتب القديمة)** وبنسبة (50.6%) ومقترح **(تحويل الكتب الكترونياً)** بالمرتبة الرابعة وبنسبة

(٤٩.١٪)، اما مقترح (**التحديث وتجديد طبعات المصـــادر**) بالمرتبة الخامســـة وبنســـبة (42.6%)، واحتل مقترح (**تغيير اماكن المصادر باستمرارية**) وبنسبة (30.5%).

أولا: النتائج

عبر النتائج المعطاة تجد "الباحثة" :

١. هناك وعي كبير من قبل المســتفيدين في أختيار الحل المناســب بالنظر الى المراتب التي احتلتها، فضــلا عن ان وقوع اختيارهم على عرض أغلفة الكتب وبنسـبة عالية يدل على معرفة احتياجاتهم في الحصــول على المصــادر المتوافرة في مؤســسـات المعلومات الجامعية مقارنة بالمقترح رقم[٦].

٢. بالنســبة للفقرة [٩] من الاســتبانة والموجهة الى المســتفيدين، فيما اذا كان لديهم اهتمام بمعرفة أنشــطة وخدمات المعلومات معروضــة ومشــاهدتها بأســلوب (كوميكس، أفلام رســوم متحركة) أو أي نوع من الافلام التي يرغب بمشـــاهدتها ، فقد تم تحديد انتاج (٤) أنواع من أفلام الكومكيس وكل نوع يختص بمجموعة من الخدمات الموضحة ، ومن خلاله تم الحصول على الاجابات الاتية:

أولا) حصــول الفيلم رقم [٣] على أعلى نسـبة بلغت (34.1%) شــملت موضــوعاته توظيف "الكوميكس" في تقديم خدمات المعلومات المتطورة وهي:

أ.السبرانية وتطبيقات الموبايل في مؤسسات المعلومات الجامعية.

ب.تطوير الفهارس الآلية

ثانيا) جاء الفيلم رقم [١] بالمرتبة الثانية ووفقاً لاختيار المستفيدين، وكانت موضوعاته تتعلق بـ توظيف الكوميكس في انتاج افلام وهي كيف تستفيد من مؤسسات المعلومات الجامعية؟

ثالثا) حصـــل الفيلم رقم [٢] على المرتبة الرابعة وبنســـبة (20.7%) وتناولت موضـــوعاته توظيف الكوميكس اعلاميا وهي خدمة التعريف بنشــاطات مؤســســات المعلومات وفعالياتها [دورات، مؤتمرات، معارض، ورش عمل].

رابعا) جاء الفيلم رقم [٤] بالمرتبة الاخيرة وبنسبة (17.1)% وتضمنت موضوعاته توظيف الخيال في تقديم خدمات المعلومات الجامعية وهي انتاج افلام خيالية عن خدمات المعلومات (ثنائية وثلاثية الابعاد).

خامسا) من خلال اجابات المستفيدين حصلنا على نتيجة مفادها أن المستفيدين في حاجة بالدرجة الاولى الى خدمات متطورة عبر استثمار التطبيقات الحديثة والبرامجيات المتوافرة ضمن اجهزة هواتفهم النقالة أو عبر تطبيقات البرامجيات الحديثة لضمان الوصول بأسهل طريقة وأقل وقتاً وجهداً الى المصادر االتي تتوفر من خلالها (أنظر الجدول رقم [١٠]).

جدول [١٠] يوضح توزيع العينة في انتاج افلام رسوم متحركة

فقرة ٩	نوع الفيلم	التكرار	%	المرتبة
فيلم رقم ١:	توظيف الكوميكس في انتاج افلام عن : ١. كيف تستفيد من مؤسسات المعلومات الجامعية؟	109	28.2	المرتبة الثانية
فيلم رقم ٢:	توظيف الكوميكس اعلاميا: ١. خدمة التعريف بنشاطات مؤسسات المعلومات وفعالياتها[دورات، مؤتمرات، معارض، ورش عمل]	80	20.7	المرتبة الثالثة
فيلم رقم ٣:	توظيف الكوميكس في تقديم خدمات المعلومات متطورة: ١. السبرانية وتطبيقات برامجيات الموبايل في المعلومات الجامعية. ٢. تطوير الفهارس الآلية	132	34.1	المرتبة الاولى
فيلم رقم ٤:	توظيف الخيال في تقديم خدمات مؤسسات المعلومات: الجامعية. ٣. انتاج افلام خيالية عن خدمات المعلومات (ثنائية وثلاثية الابعاد)	66	17.1	المرتبة الرابعة
المجموع		378	%100	

٣. فيما يخص الفقرة [١٠] من الاستبانة فقد تم سؤال المستفيدين فيما اذا كان لديهم اهتمام في قراءة الكتب والدوريات المصورة أو والروايات القصص المصورة ، ومدى رغبتهم في وجودها ضمن المعلومات الجامعية؟ وقد تضمنت الفقرة مجموعة من السلاسل بلغ عددها (٩) سلاسل مصنفة الى فئات لتسهيل اختيارها من قبل المستفيد ، وقد تم اختيار (٣) سلاسل فقط وتم الحصول على الاجابات التي يوضحها الجدول [١١] ، وهي كما يأتي:

" حصول كوميكس نوع الخيال العلمي على المرتبة الاولى ضمن (٩) وبنسبة **(47.8%)** وتنافس في المرتبة الثانية كل من (كوميكس السلسلة التعليمية، وكوميكس اساطير) وبنسبة (٤٥.٢٪)، وجاءت بالمرتبة الثالثة سلسلة (كوميكس المغامرات) وبنسبة (٣٤.٩٪)، وسلسلة (كوميكس الغرابة) بالمرتبة الرابعة اذ حصلت على نسبة (29.2%)، وجاءت سلسلة كوميكس الرعب بالمرتبة الخامسة وبنسبة (27.4%)، وحصلت سلسلة (كوميكس الواقع والبطولة) على المرتبة السادسة وبنسبة (26.1%) ، وجاءت (كوميكس انسنة الحيوانات) بالمرتبة السابعة وبنسبة (23.5%)، أما سلسلة (كوميكس المانجا) حصلت على المرتبة الثامنة والاخيرة وبنسبة (18.3%) " .

جدول [١١] يوضح توزيع العينة في الاهتمام بتنمية مجموعة المكتبة بالكوميكس

فقرة ١٠	نوع القصة او الرواية المصورة	التكرار	%	المرتبة
١	كوميكس اساطير	175	45.2	الثانية
٢	كوميكس الرعب	106	27.4	الخامسة
٣	كوميكس الواقع والبطولة	101	26.1	السادسة
٤	كوميكس انسنة الحيوانات	91	23.5	السابعة
٥	كوميكس المغامرات	135	34.9	الثالثة
٦	كوميكس المانجا	71	18.3	الثامنة
٧	كوميكس الغرابة	113	29.2	الرابعة
٨	كوميكس السلسلة التعليمية	175	45.2	الثانية
٩	كوميكس الخيال العلمي	١٨٥	47.8	الاولى

ثانيا: مناقشة نتائج البحث وتفسيرها:

يتضح من نتائج البحث ان نسبة كبيرة من المستفيدين تقدر بـ (٥٥٪) لم يتعرفوا الى مصطلح فن "**الكوميكس**" وليس لديهم أية معلومات عنه، ويعود ذلك الى الاسباب الاتية:

١. ان مصطلح **(الكوميكس)** مصطلح غير مطروق مسبقاً وهو مصطلحا جديداً نوعاً ما.

٢. ان هذا الفن غير معروف عربياً بشكل واضح.

٣. ضعف توظيف فن **الكوميكس** اعلامياً وفنياً بصورة تتلائم والفكرة المطروحة.

٤. أهتمام المبحوثين بتوظيف "**الكوميكس**" لغرض تقديم خدمات معلومات متطورة عبر استجابتهم للاستبانة، واختيار توظيفه في السبرانية وتطبيقات الهاتف النقال في مؤسسات المعلومات الجامعية وكذلك في تطوير الفهارس الآلية.

٥. أهتمام المبحوثين في التعرف على هذا الفن واستثماره في تقديم خدمات المعلومات عبر اختيار نماذج سلاسل الكوميكس المتخصصة في الخيال العلمي والسلسلة التعليمية وتفضيل قرائتها.

٦. التعرف على احتياجات المستفيدين لهذا النوع من الفنون البصرية، في مجال تقديم خدمات المعلومات بأسلوب الكوميكس المتحرك.

ثالثا: التوصيات

في ضوء ماتوصلت اليه نتائج البحث ومناقشتها يمكن تقديم مجموعة من التوصيات لغرض نشر الوعي بأهمية الكوميكس وسبل استثماره وتتمثل التوصيات بالآتي:

١. ضرورة استثمار فن الكوميكس (الثابت والمتحرك) في تفسير الافكار والموضوعات واخراجها بشكل رسومات مبسطة ومعبرة دلالياً لتقديم خدمات مؤسسات المعلومات في الجامعات العراقية تستند على عمق الفكرة وأسلوب تقديمها بصرياً.

٢. ضرورة تصميم برنامج تجريبي في توظيف الكوميكس خاص بتدريب مقدمي خدمات المعلومات في مؤسسات المعلومات بهدف تطوير مهاراتهم في تقديم الخدمة وتسويقهابأسلوب فعال وأكثر جاذبية وتشويق.

٣. انشاء قناة يوتيوب تابعة لمواقع مؤسسات المعلومات في الجامعات العراقية خاصة لتسويق نشاطاتها بأسلوب الكوميكس التفاعلي.

٤. انتاج وتســـويق افلام كوميكس المتحرك الثنائي وثلاثي الابعاد (2D,3D) في تقديم البرامج الاعلامية والعلاقات العامة لتعبر عن نشـاطات المؤسـسـات المعلوماتية في الجامعات العراقية وبثها عبر قنوات اليوتيوب الخاصة بكل مؤسسة.

مصادر البحث

١. جورج بهجوري. فن الكاريكاتير.- بغداد: دار الرشيد للنشر ، ١٩٨٢. ص (٢٤).

٢. حبيب الظاهر عباس. مجلة ثقافة الاطفال . ع (١).- بغداد: دار ثقافة الاطفال، ٢٠١٠. ص(١٥).

٣. حسين حمدي الطوبجي.- وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم.- الكويت: دار القلم، ط ٥،(١٩٨٢).

٤. شريف درويش اللبان.الاخراج الصحفي. م. س. ص(٢٢٦-٢٢٧)

٥. غافن أمبروز وبول هاريس.القاموس المصور للتصميم الجرافيكي ،ترجمة : فرح محفوظ.-الاردن: جبل عمان ناشرون ، ٢٠١٦. ص (١٣٥).

٦. مصـطفى سـيد عثمان و أمينة سـيد عثمان.- رؤية في تحديث وسـائل تعليمنا بالتكنواوجيا الصـغيرة.- القاهرة: مطابع روز اليوسف الجديدة، ١٩٩٤م.

7. Allen, S. (Jan, 2015). Creating stunning infographics for your library, presentation, 9p. Retrieved 01 Jan., 2016, from http://docslide.us/technology/creating-stunning-infographics-for-your-classroom.html

8. David Carrier. - In the Aesthetics of Comics. - The Pennsylvania State University Press; University Park Pennsylvanya.2000. ISBN: 0-271-01962-X. P. (12). 6" × 9".20 b&w illustrations.

9. Joseph R. Dominick: The Dynamics of Mass Communication". - 3rd ed.-U.S. A: McGraw-Hill Publishing Company, 1990. P (337).

10. LucíaCedeiraSerantes. (2014). Young adults reflect on the experience of reading comics in contemporary society: Overcoming the commonplace and recognizing complexity. (PhD) Dissertation (Thesis format: Monograph). PhD, Advisor: Dr. Lynne McKechnie; Dr. Paulette Rothbauer. Graduate Program Library and Information Science.faculty of information and Media studies. Ontario. University of Western.2014. link: http://ir.lib.uwo.ca/etd.

11. Mark Smiciklas. The Power of Infographics using Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences.2012. op.cit, p:(6).

12. Scott McCloud. Understanding Comics; The Invisible Art.- New York: Harper Collins, 1994.Pge:(9)

13. Simoon J. Gibbs. - Multimedia Programming objects Environment and Frameworks. - New York: Martins Press, 1955. P. (35-48).

14. Smiciklas, M. The power of infographics: Using pictures to communicate and connect with your audiences. Que Publishing. (2012).

15. Wendy Frances Helsby. (1999). Comics in Education: The Link between Visual and Verbal Literacies: How Readers Read Comics PhD. Dissertation. University of Southampton. DAI, Section C: Worldwide, 2000; 61 (3): 643-44.

16. Will Eisner.- Comics and Sequential Art; Principles and Practices from the Legendary Cartoonist.- New York: WW Norton & Co, 09 Sep 2008. (192) pages. -ISBN:10: 0393331261