

## دور الانفوجرافيك في تطوير المضامين الصحفية والرؤى الاخراجية

دراسة تطبيقية على صحيفتي الوطن وعكاظ

د. حبيب الله صالح حسن (\*)

مدخل:

جاء الانفوجرافيك نتاجاً طبيعياً لكثافة البيانات والمعلومات التي أصبحت نغمة تؤرق المحررين والمصممين الصحفيين في كيفية معالجتها، وتُصيب القارئ بالضجر والملل لكثرتها التي فاقت حد التصور، بعد ان كانت ثروة نادرة يبحث عنها في بطون الكتب وصدور الرجال، مما جعل البحث عن آلية لجمع هذه البيانات لتقديمها للقارئ في قالب تشويقي، هم يؤرق المصممين والمحررين على حد سواء، من ثم اتاح فن الرسومات البيانية والاشكال الايضاحية ومن بينها فن الانفوجرافيك، الفرصة للبحث عن حل امثل للتغلب على هذه المشكلة، فيما شكلت ثورة البرمجيات والتطبيقات المتعلقة بالفنون البصرية، عاملاً مشجعاً آخر لضغط هذه الارقام والبيانات وتقديمها للقارئ في (كبسولات) معرفية صغيرة الحجم جميلة المنظر وغنية المحتوى.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة كونها تضيف قالب تحريري جديد في مجال العمل الصحفي، يمكن ان يسهم في توصيل المعلومة بطريقة سهلة وميسورة، وهو قالب -وان كان يصلح لكافة قوالب التحرير الصحفي- الا انه يعد الأكثر اتساقاً والتصاقاً بجنس الخبر والتقارير الصحفي اللذان يعدان -في تقديرنا- من الفنون الموعودة بالتطور في المستقبل القريب، هذا بالإضافة الى الأهمية الاخراجية للانفوجرافيك الذي بات عملاً يومياً يطبق في صالات التصميم الصحفي، وهذا ما يؤكد أهمية الانفوجرافيك كفن صحفي جديد، ما يتطلب دراسته دراسة علمية معمقة تسهم في توفير تراكمات معرفية تؤسس له على أسس علمية إلى جانب بعده الفني الجمالي.

اهداف الدراسة:

هدفت الدراسة للوقوف على مدى فاعلية الانفوجرافيك في خدمة المضامين الصحفية، واسهامه في تطوير قوالب التحرير والتصميم بما يمكن من التعامل مع الكم الرقمي والانفجار المعلوماتي كأبرز سمات الواقع الصحفي اليوم، ومدى اسهام هذا الفن أيضاً في مساعدة القراء على استيعاب مضامين هذه المادة الصحفية المطولة والمعقدة نوعاً ما، مع تقديم توصيات يمكن ان تخدم مصممي ومحرري الصحف بناء على النتائج التي توصلت اليها الدراسة.

\* المدرس بقسم الصحافة والاعلام بكلية الآداب والعلوم الانسانية - جامعة جازان المملكة العربية السعودية.

## مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تنحصر مشكلة الدراسة في كيفية التعامل مع الكم الرقمي والانفجار المعلوماتي الناتج عن الثورة الرقمية، وإمكانية الاستفادة من التقنية الحديثة في ضغط هذه المعلومات والأرقام بما يمكن من إعطاء القارئ الجرعة المعلوماتية السهلة الفهم حول القضية المطروحة، وهو ما يمكن -من زاوية أخرى- من توفير مساحة على الورق وفق ما أكدته دراسات سابقة، هذا إلى جانب مشكلة التدني الملحوظ في عدد القراء، وإمكانية توظيف تقنيات الانفوجرافيك ليسهم إيجاباً في مسيرة التحول نحو الفنون البصرية باعتبارها فناً يشكل عنصر جذب لصحافة اليوم والغد.

على ضوء ما تقدم، تم حصر مشكلة الدراسة في سؤال محوري: ما مدى فاعلية توظيف فنون الانفوجرافيك في تطوير المضامين الصحفية والرؤى الإخراجية للصحف؟ تتفرع عنه أسئلة فرعية هي: إلى أي مدى أسهم الانفوجرافيك في حل مشكلة تحرير المادة الصحفية التي تزخر بالأرقام والمعلومات حتى لا تكون سبباً لضجر وملل القراء؟ ما هي أهم القضايا التي يتناولها الانفوجرافيك، وما هي أهم أنواعه المستخدمة في الصحف عينة الدراسة؟

## مجتمع البحث وعينته:

وللإجابة على هذه الأسئلة تم تحديد المادة الصحفية المتعلقة بالإنفوجرافيك والمنشورة بصحيفتي الوطن وعكاظ اللتين تعدان من كبريات الصحف السعودية، كمجتمعاً كلياً للدراسة، فيما أجريت دراسة تحليل مضمون لعينة من هذا المجتمع الكلي شملت (١٧٤) وحدة تصميم لتكون عينة الدراسة، وهذا العدد كافي في تقدير الباحث، وهو ما يمكن من الإجابة على تساؤلات الدراسة التي طرحتها الورقة.

## منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

اتبع الباحث المنهج الوصفي-التحليلي، الذي اتاح الوقوف عن قرب على الإنفوجرافيك كفن إخراجي وقالب تحريري مستحدث، إلى جانب توظيف أسلوب تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وذلك من خلال تصميم استمارة مكونة من (٢٢) فقرة موزعة على أربعة محاور رئيسية تغطي تساؤلات الدراسة، وتشمل هذه المحاور، المكان والمساحة التي يغطيها تصميم الإنفوجرافيك، نوع الإنفوجرافيك ومكوناته، طرق تصميمه والبرامج الموظفة لذلك، السياسة اللونية والقيم الخبرية التي يدعو لها، بالإضافة إلى ملاحظات عامة تسجل حول كل فقرة من هذه الفقرات، وهو ما أسهم في تحليل البيانات المتحصل عليها.

## الإطار النظري للدراسة:

فيما استندت الدراسة في إطارها النظري (المفاهيمي) على تأثير الشكل العام للإنفوجرافيك كفن من الفنون الجمالية المشوقة على الصحيفة، وبالتالي ما يمكن أن

يتركه من اثر على المتلقي، وهذا المفهوم يجعلنا أكثر قرباً من نظرية الاستخدامات والاشباع بفرضياتها التي تقوم علي بحث العلاقة ما بين الاستخدامات والاشباع والتأثيرات المتروكة لدى القارئ عند تعرضه لمضمون الرسائل الصحفية التي ركزت عليها النظرية، بل والبحث عن علاقه ما بين تأثيرات الشكل العام للصحيفة واشباع رغبات الجمهور في الحصول على المعلومة من خلال تقديمها بطريقة سهلة الفهم والادراك، خاصة ان الدراسات الحديثة كما يشير الباحث (عبد الوهاب بوخروفة) تربط مفهوم الاستخدامات والاشباع بالتقنية الحديثة أو الوسيلة<sup>١</sup>، وان الحاجات والدوافع للقارئ تحددها عوامل نفسية وفسيولوجية يكتسبها الفرد من البيئة من حوله كحبه للجمال الذي يشكل مدخلا لدراسة العلاقة ما بين الشكل واشباع الحاجات، هذا إلى جانب ما يحمله القالب الفني للإنفوجرافيك من مضامين خبرية ومعلوماتية تسهم في هذه الاشباع، إذ يجب أن يحظى موضوع هذه العلاقة باهتمام الباحثين، لربما يمكن ان يفضي إلى منظور جديد يستند على دراسات تجريبية مؤكدة.

### مصطلحات الدراسة:

الإنفوجرافيك: رسم بياني يتم من خلاله تحويل الأرقام والمعلومات والمفاهيم المعقدة الي صور ورسوم سهلة الفهم والاستيعاب وبأسلوب يتميز بالتنسيق.

التصميم المرئي: فنٌ بصري يتم عبر العديد من البرامج المتخصصة، كان في الماضي يسمى بالتصميم الجرافيكي ويشمل التصميم المرئي مجالات متعددة منها الرسم، صناعة الأفلام، الرسوم المتحركة،... الخ.

الرسومات التفاعلية (Interaction Design): إنتاج يجمع ما بين النص والصورة والمشاهد والتعليقات التفاعلية ويتيح سهولة الفهم والتعلم والتنسيق والامتع، وتضم الرسومات التفاعلية مجموعة علوم متداخلة تشمل علم الحاسب، الإدراك، علم النفس.. الخ.

الطبوغرافي: يقصد بها الوحدات الطباعية المختلفة كالحروف (وفنون ترتيب الحروف المكتوبة لتكون سهلة القراءة وجذابة عند عرضها)، الصور الظلية والخطية، عناصر الفصل (جداول، فواصل، إطارات.. الخ)<sup>٢</sup>، وتم التوسع في فنون التيبوغرافي في مجال الصحافة لتشمل العناصر الثقيلة من صور ورسومات يبرع فيها الخطاطون ومصممي الجرافيك.

### الدراسات السابقة:

على مستوى الدراسات السابقة يمكن استعراض بعض البحوث والدراسات المتعلقة بتأثيرات البناء الفني (الشكلي) والتحريري في الحصول على المعرفة، وذلك على النحو التالي:

- دراسة أ. عبير سليم ليد<sup>٣</sup> (استخدام المواقع الالكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك

دراسة تحليلية مقارنة)، وهي من الدراسات الرائدة في هذا المجال، حيث هدفت للتعرف على درجة اهتمام المواقع الإلكترونية (الإخبارية) بفن الانفوجرافيك وحسن توظيفها له، واستخدمت الباحثة في دراستها المنهج المسحي واستمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات على عينة مكونة من (٩٣) مفردة، وخرجت الدراسة بنتائج تفيد باختلاف درجة الاهتمام لهذه المواقع بفن الانفوجرافيك.

- دراسة Waralak Siricharoen & Nattanun Siricharoen<sup>٤</sup> (٢٠١٥م)، تناولت تقييم الجانب التفاعلي في الأخبار من خلال توظيف الرسوم البيانية التفاعلية لخدمة أخبار المملكة المتحدة عبر الإنترنت، واعتمد الباحث على إجراء المقابلات مع صحفيي الأخبار البصرية العاملين بوسائل الإعلام في المملكة المتحدة، وخلصت الدراسة الى عدة توصيات من بينها ضرورة الاهتمام بالعناصر المكونة للإنفوجرافيك إضافة الى ضرورة تأطير الأخبار وتنسيقها في قالب تيسر امر فهمها.

- دراسة غدير بنت علي الزهراني عن (أثر اختلاف نمطي الإنفوجرافيك في تنمية التحصيل الدراسي بمقرر الحاسب الآلي لدى طالبات الصف الثاني الثانوي<sup>٥</sup>)، اتبعت فيها الباحثة المنهج شبه التجريبي، وقامت بجمع بيانات من عينه مكونه من مجموعتين تجريبيتين من الطالبات، الاولى درست باستخدام الإنفوجرافيك الثابت والثانية درست بنمط الإنفوجرافيك المتحرك، وبعد معالجة نتائج الاختبار التحصيلي توصلت الباحثة إلى وجود فرق دال إحصائياً بين متوسط درجات طالبات المجموعة التجريبية الثانية في التطبيق القبلي والبعدي للاختبار التحصيلي لصالح التطبيق البعدي مما يعني فاعلية الإنفوجرافيك في زيادة الحصيلة المعرفية.

- دراسة جواد راغب الدلو<sup>٦</sup> عن (الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة)، هدفت الدراسة للتعرف على مدى اهتمام صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك وما هي القضايا التي تم تناولها وما هي أنواع ومكونات الانفوجرافيك ومواقع نشره، ومدى ارتباطه بالواقع المحلي للصحيفة عينة الدراسة. واتبع الباحث المنهج الوصفي ومنهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، فيما طبق الباحث استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وكشفت الدراسة عن مجموعة نتائج من أهمها اهتمام الصحيفة بفن الإنفوجرافيك، وتركيز نشره على الصفحة الأخيرة.

دراسة Dick<sup>٧</sup> (٢٠١٤م) -هدفت الدراسة للتعرف على القيم الإخبارية والممارسات العملية في انشاء الانفوجرافيك التفاعلي بالمملكة المتحدة، واعتمد الباحث في جمع المعلومات على أداة الملاحظة اثناء اجراءه لمقابلات معمقة مع المبحوثين، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج من أهمها هيمنة القواعد التنظيمية على المعايير الصحفية التقليدية في معالجات الانفوجرافيك التفاعلية، وان المعلومات والإحصاءات هي الأكثر استخداماً.

هذا بالإضافة إلى إضافة الى عدد من الدراسات ذات الصلة مثل دراسة هيثم جودة

معرفة تأثير أساليب الإخراج الصحفي الإلكتروني على إدراك الطلاب للمحتوى المقدم) التي خرجت بنتيجة تؤكد ان الاخبار المدعمة بعناصر الصور والفيديو وغير ذلك من العناصر الثقيلة تساعد على تذكر المحتوى<sup>٨</sup>.

### ماهية الإنفوجرافيك:

المصطلح مركب من مفردتين (info) وتعني معلومة (graphic) تعني صورة، أي تحويل المعلومات والبيانات الي صور ورسوم بيانية وبقالب "يعزز قدرة النظام البصري البشري على رؤية الأنماط والاتجاهات"<sup>٩</sup>، وهناك من يعرفه بأنه فن تحويل البيانات والمعلومات من حالة التعقيد الي صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح سلس وسهل<sup>١٠</sup>، ويضيف آخرون بأنه مصطلح يشير الي تحويل المعلومات المعقدة الي رسوم مصورة يسهل على من يراها استيعابها دون الحاجة الي قراءة الكثير من النصوص، كما يعرف بأنه "تمثيل بصري للمعلومات يتم استخدامه في سرد القصص أو نقل الأفكار أو استكشاف المشكلات من خلال مجموعة من الرسومات المختلفة"<sup>١١</sup>.

لذلك يوظف هذا القلب الدرامي لتقديم خدمة صحفية متميزة شكلا ومضمونا وبما يراعي خصوصية هذا العصر الذي أصبحت فيه الثقافة البصرية هي السائدة<sup>١٢</sup> في مرحلة التحول التي تعيشها الصحف من الورقية الي الرقمية، ومن لغة الكتابة الي لغة الصورة والفيديو، حيث أصبح الإنفوجرافيك في السنوات الأخيرة يستخدم كوسيلة للاتصال الجماهيري يتم تصميمه أصلا لتقديم القصة الخبرية مصاغة في قالب موجز وجذاب ومصحوبة برسومات توضيحية بما يسهل فهمها واستيعابها من قبل جمهور القراء والمشاهدين، حتى اصبح الإنفوجرافيك الاخباري فن متعارف عليه مما دفع الكثير من الصحف الامريكية لاعتماده كفن أساسي من الفنون الصحفية باعتباره يمثل نمطا جديدا من أنماط السرد البصري للقصة الخبرية<sup>١٣</sup>.

وقالب الإنفوجرافيك برز إلى حيز الوجود في لحظة مفصلية جاء كقارب نجاة لإنقاذ الصحافة الورقية التي أصبحت تواجه تحديات حقيقية بتحول معظم جمهورها باتجاه شبكات الأخبار التي تقدم التغطيات الخبرية المصورة، فكان اعلان ميلاد هذا القادم الجديد عله يوقف سلسلة تراجعاتها امام ما تقدمه المواقع الكترونية من بدائل إخبارية مصورة نالت الرضا وحقت القبول.

### مسيرة التطور:

رغم أن هذا الفن يبدو وكأنه ظاهرة حديثة تزامنت مع عصر الإنترنت، إلا أن هنالك من يرجع بدايات فن الإنفوجرافيك للعام (٧٥٠٠ ق م) عندما كان الانسان ينقش الصور والرموز على جدران الكهوف لرواية الاخبار والقصص التاريخية والحربية، بل ومشاركة المعلومات حول حوادث معينة لتكون نواة لما اصطلح عليه لاحقا بالإنفوجرافيك التفاعلي. فالرسوم البيانية هي في الأساس تمثيلات بصرية للمعلومات

يتم استخدامها في سرد القصص ونقل الأفكار من خلال مجموعة من الرسومات المختلفة<sup>١٥</sup>، وهناك من يرجع البداية للعام ١٦٢٦م<sup>١٥</sup> عندما نشر كريستوف شاينر بحث له عن دوران الشمس حوى العديد من الرسوم التوضيحية التي تدل على أنماط دوران الشمس، غير انه في القرن العشرين<sup>١٦</sup> اكتسبت الرسوم البيانية المطبوعة أهمية خاصة مع انتشار الصحف واكتسابها شعبية واسعة حيث اخذ هذا الفن يوظف في البدء في تقارير حالات الطقس والخرائط التوضيحية والرسوم البيانية، وفي مطلع العام ٢٠١٠م ظهر ما يعرف بالرسومات الرقمية المصممة لتقديم معلومات معقدة عادة ما يتم نشرها على المدونات أو داخل المقالات على مواقع الويب<sup>١٧</sup>، فيما قفز العدد الى حد فاق التصور في العام ٢٠٠٥م - الذي يعتبر بداية ميلاد عصر التواصل الرقمي- ليصل في العام ٢٠١١م إلى (٢) مليون تصميم انفوجرافيك<sup>١٨</sup>، لتتوالى مسيرة التطور ويصبح الانفوجرافيك فن يوظف في مختلف مجالات التحرير الصحفي ليختزل المساحات الواسعة في حدود ضيقة، مما يعني حدوث ثورة حقيقية في عالم الصحافة المكتوبة سواء كان في قالبها التحريري الذي اثمر عن ظهور قالب جديد جمع ما بين المادة المكتوبة باعتبارها احد مكونات الانفوجرافيك وفي ذات الوقت اثمر عن طبوغرافيا جديدة اخذت تسهم بفاعلية في مجال التصميم الصحفي.

#### مراحل تصميم الانفوجرافيك:

تشتمل على مجموعة خطوات متتالية يشكل اولها التصور المبدئي الذي يتم عمله باستخدام قلم الرصاص لاحتمالية التغيير والتبديل، وهذا العمل يتطابق مع عمل ماكيت الصفحة في حالة الانفوجرافيك الثابت أو عمل السيناريو في حالة الانفوجرافيك المتحرك، هذا التصور ينبغي أن يشتمل على الفكرة الرئيسية التي يسعى المصمم لتوصيلها للجمهور أولى هذه المراحل، وهذه الفكرة ينبغي ان تحظى باهتمام قطاع عريض من الجمهور وأن تكون جديدة مثلها مثل الخبر، يتلو ذلك مرحلة جمع البيانات والمعلومات الضرورية من مصادرها المختلف، وكذلك جمع الصور والرسومات التي تدعم عرض هذه البيانات، وهذه الموتيقات يتم جمعها في الغالب من مواقع الكترونية لتجري عليها بعض التعديلات عليها، من ثم تأتي مرحلة المعالجة الإلكترونية للتصميم كاملاً عن طريق البرامج المتخصصة والتي يأتي على راسها برنامج الاليسترير.

كما ينبغي ان يحتوي الانفوجرافيك على قصة هادفة يراد توصيلها للجمهور تحتوي على بداية وسلسلة احداث متتالية تنتهي بحدث درامي (الحبكة الدرامية)، مع الوضع في الاعتبار أن الأرقام تستخدم في الغالب بديلاً عن النصوص المكتوبة، وان دمج هذه البيانات مع الصور والرسوم والخرط التوضيحية التي تقوم بعمل المؤثرات (الإفكتات) من حيث التنقل في محاور القصة التي يحكيها الانفوجرافيك، كما انها تتيح فرصة التعبير وحسن الصياغة للأحداث بتراتبية زمنية (timeline) حتى نسهم

في ترتيب أفكار القارئ، كما يمكن في حالة ان يكون الإنفوجرافيك مصاحباً للخبر الصحفي أن نستخدم أسلوب الهرم المقلوب أو المعتدل أو خلافه حسب الحكمة المتبعة في صياغة الخبر الصحفي أو خلافة، فالقالب التحريري المصاحب للإنفوجرافيك يلعب دوراً كبيراً في تحديد نوع الإنفوجرافيك المستخدم.

يلي ذلك مجموعة الخطوات التنفيذية للمشروع ومن بينها تحديد حجم المادة التحريرية المكتوبة التي يتضمنها المشروع مع الوضع في الاعتبار ايجازها بقدر الإمكان، من ثم تحديد الخط المقترح لتصميم المتون والعناوين من ثم تحديد الصور أو الرسوم المصاحبة وتحديد حجمها بالبيكسل مع الوضع في الاعتبار العمل بقدر الإمكان على تفادي الزحمة في حشد مشتملات التصميم، كما ان تحديد خلفية التصميم تعد في غاية الأهمية نظراً لأنها تشكل المزاج العام (mood) للتصميم كما ان الخلفية في الغالب تحدد اللون السائد الذي ينبغي ان يكون متناسباً مع لون السيادة في الصحيفة.

### الإنفوجرافيك وسيكولوجية الادراك:

لا شك ان صناعة الصحافة مرتبطة بنتائج الأبحاث التي اثبتت مؤخراً ان لغة البصر تسهم بـ (٨٣%) من بالتحصيل المعرفي والمعلوماتي، قياساً بـ (١١%) لحاسة السمع<sup>٩</sup>، كما خلصت ابحاث الدماغ المرتبطة بفسولوجيا الإبصار التي أجراها معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا الى أن فيسيولوجيا المخ توجه نصيباً مقدر لوظيفة الابصار، مما يعطي مبررات قوية للتوسع في استخدامات الإنفوجرافيك باعتباره أحد مكونات الاتصال البصري، وامعانا في هذا التحول فإن الصور الذهنية - المعنوية تحولت بمرور الزمن باتجاه اللغة البصرية المصورة، فدخلت الصورة الفوتوغرافية ثم تلاها الإنفوجرافيك الذي لا يمكن تصوره الا شكل من اشكال الصورة الصحفية، سيما ان المصمم يعد الجنسان عند بناءه للصحيفة من صنوف العناصر الثقيلة (طبوغرافيا بناء الصحيفة).

هذا التحول باتجاه اللغة البصرية في مجال العمل الصحافي حتمته بالإضافة الى نتائج الدراسات الفيسيولوجية ضرورات تتعلق بتنوع قوالب التصميم والتحرير الصحفي التي أصبحت رتيبة، إضافة الى الحاجة لاستحداث كتلة طبوغرافية تعمل على كسر حدة الكتابة السوداء في الصحيفة ارضاء لزوق الزبون الذي تحول مزاجه باتجاه هذه اللغة خصماً على اللغة المكتوبة، وهناك مبرر آخر لا يقل أهمية وهو الاهتمام بالرسالة التعليمية والتثقيفية للصحافة من خلال تقديم كم من المعلومات بقالب سهل التناول والفهم ويتناسب مع إيقاع الحياة الذي أصبح سريعاً، مما يجعل هنالك أهمية للبحث عن ماهية الادراك البصري باعتباره العامل الحاسم في فهم القارئ لمضامين الإنفوجرافيك والمسهل للإنقراطية الصحف في آن معاً.

وهناك عدة تعريفات للإدراك من بينها انه "عملية تأويل الاحاسيس تأويلاً عقلياً يزودنا بما في عالمنا الخارجي من أشياء" فالإدراك رغم ارتباطه بالتصورات

الخارجية والأسس النفسية والعصبية التي تلعب دورا كبيرا فيه، إلا أن الإنسان باستقباله للصور الخارجية وقيامه بسلسلة عمليات الفهم والتفسير والتأويل، إنما يستند في ذلك على خبراته السابقة وتجاربه ونضجه العقلي وميوله العاطفي واتجاهاته الثقافية.

هذه التصورات بلا شك تؤثر فيها مدى قوة وفاعلية الصورة التي يجسدها الإنفوجرافيك الصحفي والتي يختلف وقعها على الأفراد نتيجة للفروق الفردية بينهم وبالتالي شكل الصورة الذهنية المتخيلة لهذا الجسم، ليكون بذلك التصور الخارجي المبصر مقدمة منطقية للإدراك العقلي لكونه صورة تعين القارئ كثيرا على التعلم والتذكر، فالقارئ لا يستطيع أن يتعلم شيء أو يحتفظ به في ذاكرته إلا إذا أبصره برؤية مجردة ليدركه من ثم إدراكا عقليا.

فالإدراك الذي يعد معالجة فكرية للمعلومات التي يتحصل عليها القارئ في حالة الصحافة إنما يسهل عملية الوعي بما هو معروض امامه تمهيدا لاتخاذ القرار، باعتبار ان الوعي بالشيء يكون بمثابة الطريق المفضي الى دراسة التفكير الذي يسبق اتخاذ القرار، واضعين في الاعتبار ان "محتوى التعلم يكون بقدر سعة وعمق معالجة المعلومات لدى المتعلم"<sup>٢٠</sup>، لتتعد هنا ضرورة النظر الى الإنفوجرافيك باعتباره احد الأساليب التي يتم من خلالها معالجة المعلومات والبيانات وليس تقديمها فحسب، وليكون بذلك الإنفوجرافيك طريقا ناقلا للمعرفة ومفضيا للتعلم الذي يعد احد غايات الرسالة الإعلامية عامة والصحفية واحدة منها.

وما يهمنا هنا صنف واحد من صنوف الإدراك المتعددة، إلا وهو الإدراك المجسد نظرا لارتباطه العضوي بفن الإنفوجرافيك، ليظل القول بان الإدراك لا يسير ألياً كالمعاملات الحسابية وإنما هو محل دراسة ونظر لمصممي الإنفوجرافيك المهتمين بإعطائه بعدا معرفيا تعليميا، وفي هذا المقام هنالك من قارب ما بين وظائف العقل من ناحية والمعالجة المعلوماتية من الناحية الأخرى، منطلقين من ان العمليات الحسابية " بعض أوجه القصور الكامنة التي لا يمكنها اكتساب أساسيات العمليات العقلية"<sup>٢١</sup> فعملية معالجة المعلومات بصريا وكيف يمكن للمصممين توظيف هذا الفن بأبعاده المهارية -الاتصالية لنقل التصورات والأفكار والعوامل الخارجية لتبنى عليها صور ذهنية وإدراكات وتصورات عقلية، فالهدف من وراء ذلك إلى جانب المعرفة والتعلم إنما يكون تحريك التفكير الابداعي الذي يجعل المتلقي يسبق خصمه ( Thinking Ahead) بل ويتفوق عليه، وهذا بدوره يقود للبحث عن استراتيجيات تحليلية (Analysis of Strategies) لتصميمات الإنفوجرافيك بمختلف أشكالها التي سبق استعراضها، مما يتطلب الغوص والاستقصاء في النماذج الفكرية والخرائط الذهنية والتشبيهاات المقارنة التي يمكن ان تشكل قواعد يقوم عليها هذا البناء التحليلي لفن الإنفوجرافيك.



## انواع الإنفوجرافيك:

ليست هنالك تقسيمات محددة لأنواع الإنفوجرافيك، ولكن هنالك نماذج متعددة يمكن ان تساعد كموجهات عامة في تقسيم مشروعات الإنفوجرافيك الى مجموعات على النحو التالي:

انفوجرافيك تحليل البيانات (Informational Infographic): يتطلب هذا النوع وبشكل أساسي توفير بيانات تفصيلية ليقوم عليها بنيان هذا التصميم الذي يعد الأكثر تعقيدا ويتطلب خبرة واستيعاباً عميقاً لفكرة المشروع، ويتيح هذا النوع فرصة توظيف النص المكتوب بشكل أفضل كما يُمكن من توظيف العناصر المرئية الأخرى من اشكال ورموز واللوان، وفوق ذلك فهو يسهم اسهاما فاعلا في تكوين صورة كلية غير مجزأة الملامح للموضوع الذي يتناوله.

### شكل رقم (١)

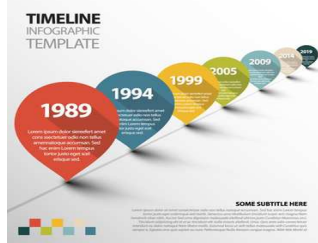
#### انفوجرافيك تحليل البيانات<sup>٢٢</sup>



انفوجرافيك التسلسل الزمني: يوظف لرسم مخطط من خلال البيانات التي يحتويها والسير عبر هذه البيانات في رحلة عبر الزمن (اليوم، الشهر، السنة) هذه الازمنة يمكن ان يرمز لها في تصميم الإنفوجرافيك بصور مختلفة تتناسب والعرض الزمني لهذه البيانات وبما يسهل استيعابها للشخص العادي، وهذا النموذج لا يقتصر على التتبع التاريخي (الرقمي) فحسب وإنما يمكن الاستعاضة عنه بالتسلسل المنطقي للأحداث والبيانات التي يتضمنها المشروع، كما يتضمن هذا النوع ما يعرف بنموذج المخطط الزمني (Timeline Infographic) وهو نموذج يسير على ذات النهج بتوضيحه للمخطط الزمني للأحداث وفق ذات التراتبية الزمنية.

### شكل رقم (٢)

#### نموذج (Timeline Infographic)<sup>٢٣</sup>



انفوجرافيك الصورة: وهذا النموذج يركز بشكل أساسي على الصورة التي تحظى بأهمية أكبر مقارنة ببقية المكونات وخاصة الكتابة، سيما ان الصورة باعتبارها لغة بصرية تتماشى وفلسفة الانفوجرافيك باعتباره لغة بصرية، فالصورة هنا تكون المكون الاساسي الذي يدور حوله المشروع وتكون هذه الصورة محاطة بكم معلوماتي وبياني يشرح ويفسر مضامينها ببساطة وتلقائية ودونما اهمال للجانب الجمالي والتشويقي لها.

### شكل رقم (٣) انفوجرافيك الصورة ٢٤



انفوجرافيك المقارنات: يستخدم للمقارنة بين بيانات ومعلومات لفئتين مختلفين فأكثر ويفضل الا يزيد العدد عن ذلك حتى لا يتسبب في ارباك القارئ وتشتيت ذهنه نظرا لان هذه البيانات تكون في الغالب متشابهة ومتشابهة مع بعضها، فالنموذج المقارن يسهل على القارئ تلقي الفكرة بصورة ابضاحية مما يمكنه من استبانة الفروقات بين الموضوعات المعروضة بسهولة ويسر، غير ان النموذج المقارن يتطلب خبرة صحفية تعين المصمم على تضمين الرسالة الإعلامية المطلوبة للمشروع بغية توصيلها لجمهور القراء.

انفوجرافيك الأرقام: وهو الأكثر استخداما في العمل اليومي للصحف بما يمكنها من إظهار الأرقام والبيانات بشكل مرتب ومتسلسل يسهل ادراكه من قبل القارئ العادي للصحيفة، ورغم ان هذا النموذج يستخدم الأرقام كلغة بديله للنص المكتوب الا انه لا يخلو في الغالب من توظيف بعض النصوص القصيرة المفسرة لتوضيح القصد من وراء هذا التصميم، ويصلح هذا النمط للتوظيف بشكل خاص في فنون الدعاية والاعلان للترويج رقميا لفكرة أو الخدمة، نظرا لسلاسته ومرورته في تقديم كم من البيانات والمعلومات بصورة مختصرة وميسرة للقارئ أو المشاهد.

### شكل رقم (٤) انفوجرافيك الارقام ٢٥



انفوجرافيك المخططات: يستخدم لتوضيح مسألة ما من خلال تقديمها في شكل مجسم يشرح الفكرة ويبسطها من خلال تدعيمها برسم مبسط بقدر الإمكان، ويستخدم هذا النمط حال ان تكون الفكرة المقدمة تحتوي على خيارات بديلة واسئلة مطروحة من اجل مساعدة المتلقي للوصول الى الخيار الأفضل.

شكل رقم (٥)

نموذج انفوجرافيك المخططات<sup>٢٦</sup>



انفوجرافيك الرسم البياني (Chart/pie Chart Infographic): يحتوي على مخطط بياني يمثل المحور الرئيسي للتصميم بما يسهل المقارنة بين معطيين، ويمكن إضافة عبارات توضيحية وتفسيرية موجزة عن هذه الرسوم البيانية، كما يمكن إضافة بعض الأشكال والرموز والألوان التوضيحية دون الإخلال بالفكرة الرئيسية وبحيث تكون سهلة الفهم والاستيعاب، ويصلح هذا النوع من الانفوجرافيك في حالات المقارنة بين جمهور وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك، يوتيوب .. الخ) على سبيل المثال، اما الرسم البياني الدائري (Pie Charts Infographic) فلا يختلف كثيرا عن سابقه غير انه يعد مناسباً لمقارنة أحد هذه القيم مقارنة بغيره اخرى.

وهناك تقسيمات أخرى أكثر تعميماً وإجمالاً لأنواع الانفوجرافيك ولكل تصنيف من هذه التصنيفات مميزاته وصفاته والبرامج التي ينفذ بها وطريقة عرضه، وتشمل هذه التصنيفات العامة والمجمل:

الإنفوجرافيك الثابت: يستخدم في الصحافة المطبوعة غالباً حتى انه يعرف لدى البعض بالإنفوجرافيك المطبوع في مقابل المتحرك، ويستخدم أحيانا في المواقع الالكترونية كالصورة الثابتة، وتقوم بعض الصحف باستخدامه بديلاً للتقارير المكتوبة المطولة كتقارير عرض الميزانيات، ويعد الإنفوجرافيك الثابت الأصعب قياساً بالمتحرك نظراً لطبيعته الثابتة والصامتة والمحدودة المساحة، مما يتطلب توظيف مكونات قليلة تناسب المساحة المتاحة.

الإنفوجرافيك المتحرك: وهو عبارة عن فيديو يحتوي على بيانات وجرافيكس متحرك يبرز بعض الحقائق وهذا أقل استخداماً، والنوع الثاني التصميم البياني المتحرك وهذا

النوع يتطلب رؤية إبداعية وقدرات تقنية وخبرة في اعداد السيناريو وفن التحريك (animation) بما يساعد في اخراج هذا النوع بطريقة شيقة وهذا أكثر الأنواع استخداماً الآن<sup>٢٧</sup> خاصة في المواقع الالكترونية التفاعلية. وهناك تقسيمات أخرى من بينها انفوجرافيك الاحصائيات الذي يوظف لأغراض تعداد السكان والصادرات والواردات وغيرها، انفوجرافيك الإجراءات الذي يستخدم في البرامج التعليمية والتوعوية، انفوجرافيك الافكار لتوضيح المفاهيم والنظريات السياسية والاقتصادية، وهناك نموذج التشخيصات لتناول شخصية مؤثرة في مجال من المجالات<sup>٢٨</sup>، غير ذلك من التقسيمات كثير.

### برامج تصميم الانفوجرافيك:

هنالك العديد من البرامج التي تتراوح بين برمجيات وقفا على الحواسيب وتطبيقات خاصة بالحوالات التي باتت تتقدم بخطى ثابتة في هذا الاتجاه، وخاصة تلك التصميمات التي ترفع على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية الأخرى. ومن المعروف أن البرامج المستخدمة تتأثر بنوع الانفوجرافيك سواء كان ثابتاً أو متحركاً، فلكل طريقة عمله والبرامج المختصة به، كما ان هنالك مواقع تقدم خدمات شبه جاهزة وعلى صيغ مرنة ومفتوحة مثل صيغة (psd.) الخاص بملفات الفوتوشوب و (AI) الخاص بملفات الاليسترير، وينبغي التأكيد على ان هذه البرامج تحتاج الى خبرات عميقة إذ ان فن الانفوجرافيك الصحفي بات فنا متخصصا يشبه الى حد بعيد التصوير الصحفي الذي يختلف تماما عن التصوير الجمالي (العادي).

كما يمكن القول مبتدأ بأن جميع برامج التصميم التي تتعامل مع الكلمة والصورة تصلح لتصميم الانفوجرافيك بما في ذلك برامج البوربوينت والإكسيل وغيرها من برامج الاوفيس التي تستخدم في كثير في ذات المجال، غير ان هنالك برامج تعد احترافية في تصميمات الانفوجرافيك ومن أهمها برنامج الاليستراتر ( Adobe Illustrator) الذي يشكل الخيار الأول نظراً لأنه يتعامل مع صور الفكتور (victor) التي تجعل له ميزة إضافية، يليه برنامج الفوتوشوب ( Adobe Photoshop) الذي يعد الاسهل في التطبيق والاسرع في انجاز المهمة، كما أن انتاج البرنامجين من قبل شركة (Adobe) يجعل التعامل بينهما ممكناً بشكل من الاشكال في انتاج التصميمات وتبادل الملفات بسهولة ويسر.

الي جانب هذين البرنامجين يوجد عدد غير قليل من المنصات المتخصصة في مجال تصميم الانفوجرافيك (online) التي يمكن من خلالها عمل تصميمات احترافية لا تتطلب خبرات تشغيلية كبيرة في مجال برامج التصميم مثل منصة (Piktochart.com) التي تتميز بسهولة العمل في مختلف أنواع الانفوجرافيك وتتمتع بخاصية تعديل الألوان والخطوط والصور والأشكال الرسومية وتوفر المنصة قوالب جاهزة للاستعمال، وموقع (Easel.ly) الذي يعد الاسهل في عمل التصميمات قياساً بسابقه، كما يقدم الموقع قوالب (templates) جاهزة ورسومات وصور

وخطوط وغيرها من الطبوغرافيا التي توظف في تصميمات الإنفوجرافيك، وهناك موقع (venngage.com) الذي يتيح أيضا عمل تصميمات متعددة للإنفوجرافيك والرسوم الايضاحية القائمة على البيانات الإحصائية والخرائط والمخططات بشكل خاص، كما يوفر الموقع الكثير من الرسومات الموثيقات التي تساعد المصممين كثيرا في عمل التصميمات، ومواقع أخرى كثيرة تعمل في هذا المجال مثل موقع (infogr.am)، موقع (Timeline Js) المتخصص في تصميم انفوجرافيك التسلسل الزمني، موقع (Hohli) المتخصص في عمل الرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد وموقع (Visme) المختص بإنشاء الإنفوجرافيك الخاص بالمواقع والرسوم المتحركة وغير ذلك كثير.

### مكونات الإنفوجرافيك:

قسم روي<sup>٢٩</sup> الإنفوجرافيك إلى ثلاثة مكونات أساسية هي الرؤية البصرية والمحتوى الذي يحوي -حسب روي- المقدمة والحدث الرئيسي للإنفوجرافيك الذي يشكل جوهر الرسالة الإعلامية التي ينبغي توصيلها للقارئ، وهناك تقسيمات أخرى للإنفوجرافيك رأينا الاخذ بها لأنها عملية وواقعية تناسب منهج العمل لهذه الورقة البحثية، وتقوم هذه التقسيمات على مجموعة عناصر مكونة للإنفوجرافيك وهي:

المساحة التي يشغلها التصميم وشكله: لا توجد مساحة محددة الابعاد ومتفق عليها بين مصممي الإنفوجرافيك، فالمسألة تعد فنية بحته لم تأسس لها قواعد علمية تأطر العمل، غير ان هنالك بعض الآراء حول اطوال الإنفوجرافيك التي تقول انه ينبغي ان يكون بنسبة (٤:١) ويذهب آخرون للقول بنسبة (٢:١) وبالتالي تترجم هذه الابعاد بوحدة البيكسل دونما اخلال بهذه النسب، فيما يذهب آخرون للقول بأن الإنفوجرافيك الرأسي "ينبغي ان يكون ما بين (٢٠٠٠ - ٣٠٠٠) بيكسل، وابعاد الإنفوجرافيك الأفقي ما بين (١٠٠٠-١٢٠٠) بيكسل عرض، و(٨٠٠-٩٠٠) بيكسل طول"<sup>٣٠</sup>، وهذا بالطبع لا يعني عدم الإفادة من اشكال الإنفوجرافيك الأخرى.

### شكل رقم (٦)

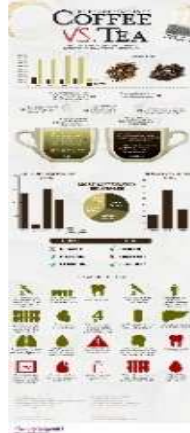
#### نموذج للإنفوجرافيك الافقي<sup>٣١</sup>



وهنا ينبغي القول بان لكل موضوع من الموضوعات الصحفية متطلباته ورؤاه الفنية، فقد يكون في بعض الحالات الإنفوجرافيك الافقي هو الافوق وفي حالات أخرى يكون الإنفوجرافيك الراسي هو الأفضل لأسباب عدة من بينها ان هذا الخيار يعد الأكثر ترجيحاً بين العاملين في هذا المجال والأكثر شعبية بين الجمهور، ويضيف بعض المصممين بان التصميم الراسي اكثر مرونة في عرض المعلومات والصور والمواد الطبوغرافية الأخرى، وهو يشبه التصميم الراسي للصحيفة الذي يتيح تحميل مادة صحفية اكبر قياسا بالتصميم الافقي، فالمسالة في النهاية تقديرية ترجع الى مصمم المشروع، غير انه من المهم للمصمم ان يولي ابعاد مشروعه الأهمية اللازمة بتحديد الطول والعرض المعقولين، والخلاصة ان هذه الابعاد تعد مجرد مقترحات مستنبطة من الواقع العملي وبالتالي تحتاج الى مزيد من الدراسات والبحوث خاصة الفيسيولوجية والنفسية للوقوف على درجة (مرئية) وتأثير هذا الفن.

### شكل رقم (٧)

### نموذج للإنفوجرافيك الراسي<sup>٣٢</sup>



العنوان: الإنفوجرافيك مثله مثل سائر الاجناس الصحفية الاخرى يسعى لانتقاء العناوين التي توصل الفكرة للجمهور، لذلك يشكل العنوان أحد مكوناته المهمة لتوصيل رسالته الإعلامية، لذا ينصح بأن يراعي في العناوين المصاحبة أن تكون ملخصة للفكرة التي يتناولها التصميم، ومختصرة في اقل عدد من الكلمات بما يحقق القاعدة الاخراجية أن العنوان كلما كان عدد كلماته مختصرة فإن ذلك يتيح فرصة زيادة حجم الحرف وبالتالي يتحقق عنصر لفت انتباه القارئ أو المشاهد، كما يُفضل ادراج العنوان اعلى التصميم لإعطاء القارئ لمحة ابتدائية سريعة عن موضوع الإنفوجرافيك، فيما يقول آخرون بإدراجه داخل التصميم باعتباره جزء لا يتجزأ منه، وفي بعض الحالات يلاحظ عدم وجود عنوان مصاحب، خاصة في الحالات التي يكون الإنفوجرافيك جزء من الموضوع التحريري وهنا يكون مثله مثل الصورة الصحفية.

المتن: ويقصد به المحتوى النصي، الذي ينبغي ان تكون عدد كلماته موجزة الى اقصى حد باعتبار ان فلسفة الإنفوجرافيك تقوم على اللغة البصرية وليست المكتوبة، وبالتالي ينبغي ان تسود قاعدة خفض المحتوى المكتوب لصالح المحتوى البصري، وان التصميم الجيد يعادل الصورة المعبرة التي لا تحتاج الى كلمات شارحة أو مفسرة.

الخطوط: من المكونات الأساسية في تصميمات الإنفوجرافيك الصحفي الذي لا يخرج في قواعده العامة عن خطوط الصحيفة حتى لا يكون جسماً نشازاً، كما يستحسن ان يكون نوع الخطوط المختارة بسيطة وواضحة ليكون الإنفوجرافيك منظماً وسهل القراءة، وان نبتعد ما أمكن عن المبالغة في استخدام الخطوط المزخرفة والكتل الكتابية.

الصور: من اهم العناصر البصرية المكونة للإنفوجرافيك، بل ان أحد أنواع الإنفوجرافيك تسمى بانفوجرافيك الصورة، وتأتي أهمية الصورة من كونها تضيف بعداً بصرياً مشوقاً للفكرة المراد توصيلها لجمهور القراء، كما ان الصورة تتميز بقيمة فنية وبصرية في مقابل المحتوى المكتوب، لتأتي قاعدة ضرورة خفض المحتوى المكتوب في مقابل المحتوى المصور دونما افراط أو تفريط، ولذلك كثيراً ما نحتاج إلى معرفة مقياس وحجم الصور الثابتة (photo sizes) وهنا يمكن الاستفادة من مقاسات صور مواقع التواصل الاجتماعي شبه المتفق عليها والتي يبينها الجدول ادناه:

### جدول رقم (١)

#### دليل مقاسات صورة مواقع التواصل الاجتماعي<sup>٣٣</sup>

الصورة المرسله (post)	البروفائل/ بكسل	حجم صورة الغلاف/بكسل	الوسيلة
٢٢٠×٤٤٠	٤٠٠×٤٠٠	١٥٠٠×٥٠٠	تويتر
١٠٨٠×١٩٢٠	١٨٠×١٨٠	١٠٨٠×١٠٨٠	الانستجرام
٤٧٦×٤٧٦	١٨٠×١٨٠	٨٥١×٣١٥	الفيسبوك
١٢٨٠×٧٢٠	٢٥٠×٢٥٠	٢٥٦٠×١٤٤٠	اليوتيوب

الألوان: لا بد من الاتفاق على أهمية اختيار الألوان المناسبة عند التعامل مع تصميمات الإنفوجرافيك، فهناك عدد من الدراسات والبحوث النفسية التي تشرح أثر الألوان على الحالة المزاجية للمستخدم وقدرتها على تعزيز المحتوى الاتصالي للرسالة بشكل أكثر فاعلية، الى جانب ان الهوية اللونية للصحيفة التي ينشر فيها التصميم تلعب دوراً كبيراً في تحديد الألوان المختارة لحفظ التناسب ما بين التصميم والصحيفة، فعلى سبيل المثال عند تصميم مشروع لعرض ميزانية دولة ما يكون من

الأفضل مراعاة الهوية اللونية للدولة الى جانب الهوية اللونية للصحيفة، ومن المعروف ان الدول والمؤسسات وغيرها من الجهات باتت تمتلك مرشداً ودليلاً يوضح الهوية البصرية لها وهي واجبة المراعاة من قبل المصممين بما في ذلك مصممي الإنفوجرافيك، ومن ضمن المحددات ان يكون المكون اللوني للإنفوجرافيك داعماً للون السائد في الصحيفة، وإذا لم تكن هنالك رؤية لونية محددة للرسالة التي يتضمنها التصميم فينبغي ترك خيار اللون للمصمم بحسه الجمالي وخبرته الصحفية.

**الدراسة التطبيقية لمضامين الإنفوجرافيك المنشور بالصحيفتين عينة الدراسة:** شكلت صحيفتي عكاظ والوطن السعوديتين عينة الدراسة، فصحيفة عكاظ تعد من الصحف الرائدة التي أصدرت عددها الأول في ٢٨/٥/١٩٦٠م<sup>٣٤</sup> في مدينة جدة، وتميزت الصحيفة بال جودة في التصميم والتحرير رغم ان الاخير غلب عليه في بداية صدور الصحيفة الطابع الأدبي أكثر منه إخباري<sup>٣٥</sup>، تبع ذلك وواصلت الصحيفة تميزها في العام ١٩٩٥م حينما ارتقت الى مصاف أكثر الصحف السعودية انتشاراً كما تفيد دراسة أجرتها شركة برك الإعلامية التي قدرت نسبة مقروئية الصحيفة بما يتخطى حاجز المليون وبمتوسط قراء (٨-١٠) للنسخة الواحدة<sup>٣٦</sup>، ولاهتمام الصحيفة الكبير بدمج التقنية في خطتها الانية وبرامجها المستقبلية انشأت إدارة مختصة بالنشر الالكتروني لتندبر موقعها الالكتروني وموقع الجوال، كما ان الصحيفة استطاعت ان تجاري الخبر العاجل والفيديو والمقاطع الصوتية عبر موقعها النشط على اليوتيوب إضافة الى إطلاق الصحيفة لأحدث التطبيقات التي تناسب مختلف الجوال<sup>٣٧</sup>، الى جانب امتلاك الصحيفة لأرشيف الكتروني ضخم شمل أعدادها السابقة لمدة خمس سنوات عاماً مضت وجاري تحويل الاعداد المتبقية من صيغة الميكرو فيلم الى صيغة (pdf).

اما صحيفة الوطن صحيفة يومية تصدر عن مؤسسة عسير للصحافة والنشر وأكبر المؤسسات الصحفية السعودية من حيث عدد المساهمين ويبلغ رأس مالها ٢٠٠ مليون ريال، وقد وضعت للصحيفة دراسة علمية سابقة شاملة بواسطة ٤٠ باحثاً، ويملك الصحيفة خالد الفيصل، وقد قام الملك عبدالله بن عبدالعزيز بوضع حجر الاساس للمقر الرئيسي لصحيفة الوطن بمدينة أبها بتاريخ ١١ محرم ١٤١٩هـ، وتصدر الصحيفة من ابها (المركز الرئيسي) في اربع طباعات وهب طبعة أبها، جدة، الرياض والدمام وتحتوي على ملاحق سياسية واقتصادية وثقافية وفنية، فيما تشمل اقسام الصحيفة القسم (السياسي، الاقتصادي، المحليات، الرأي، الثقافة، الرياضة، الحياة) ويراس مجلس ادارتها سمو الامير بندر بن خالد الفيصل<sup>٣٨</sup>.

وتستند الصحيفة إلى حد كبير على الليبرالية وقوة الرقابة الذاتية من الصحفيين، وتمتلك الصحيفة مواقع نشطة على تويتر @AlwatanSA ()، فيس بوك (alwatan.com.sa)، وموقع مهتم بنشر الاخبار والتقارير عبر الإنفوجرافيك (https://www.alwatan.com.sa/) وحساب الصحيفة على اليوتيوب (https://www.google.com.sa/search?).



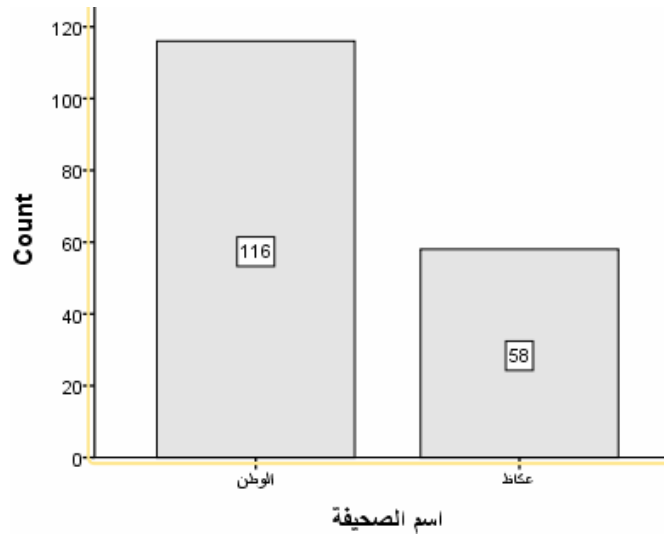
اتبعت الدراسة أسلوب تحليل المضمون لعدد (١٧٤) وحدة تحليل من تصميمات الإنفوجرافيك التي تم نشرها بالصحيفتين خلال فترة الدراسة، بما يؤكد أهمية هذا القالب التحريري والتصميمي معاً، وقد خرجت الدراسة بالآتي:

أولاً: فيما يتعلق بحجم العينة البالغ (١٧٤) وحدة تصميم -كما يبين الرسم الموضح ادناه- كان نصيب صحيفة عكاظ منه (٥٨) وحدة بما نسبته (٣٣,٣%)، مقابل (١١٦) وحدة نشرتها صحيفة عكاظ بلغت نسبتها (٦٦,٧%) مما يعني ان صحيفة الوطن قامت بنشر ضعف ما نشرته صحيفة عكاظ ويرجع السبب في ذلك في تقدير الباحث الى جهود رئيس تحريرها الذي يبدي اهتماما كبيرا بالجوانب التصميمية كما لاحظ في زيارات متكررة له للصحيفة وحضوره لبعض اجتماعات الصحيفة اثناء فترات تدريبيه قام بها طلاب قسم الصحافة والاعلام بجامعة جازان للصحيفة.

اما تراجع النسبة في صحيفة عكاظ قياسا بالوطن فلا يرجع لقصور بالصحيفة بقدر رجوعه الى الأسلوب الإخراجي الذي تتبعه الصحيفة والذي يركز على الصورة الصحفية خصما على تصميمات الإنفوجرافيك كأسلوب جديد، بينما نجد العكس تماما في صحيفة عكاظ.

#### رسم بياني رقم (١)

##### حجم المادة المنشورة من الإنفوجرافيك بالصحيفتين عينة الدراسة



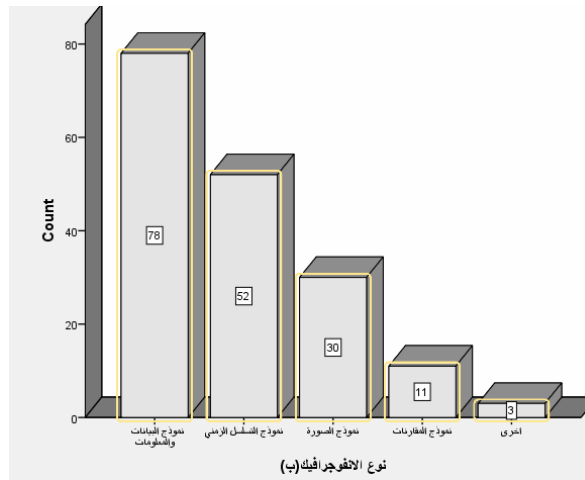
ثانياً: أنواع الإنفوجرافيك المستخدمة في الصحيفتين فقد أظهرت الدراسة الآتي:

- أن الصحيفتين وظفتا نموذج البيانات والمعلومات بما نسبته (٤٤,٨%) من حجم عينة الدراسة كأعلى نسبة توظيف لأنواع الإنفوجرافيك مقارنة بالنماذج الأخرى،

ولعل السبب في ذلك يرجع إلى أن استخدام هذا النموذج يتيح فرصة كبيرة لتوظيف النص (البيانات والأرقام) مقارنة ببقية مكونات الإنفوجرافيك، كما انه يُمكن من توظيف العناصر المرئية الأخرى من اشكال ورموز واللوان .. الخ، رغم ان هذا النموذج يتطلب مهارة في التصميم واستيعابا عميقا للفكرة المعبر عنها والتي تحتوي في الغالب علي بيانات كثيرة ينبغي ابرازها تفصيلا ودونما اخلال بالمبدأ الأساسي المتمثل في ابراز المنظور الكلي للموضوع.

## رسم بياني رقم (٢)

### أنواع الإنفوجرافيك حسب نتائج عينة الدراسة

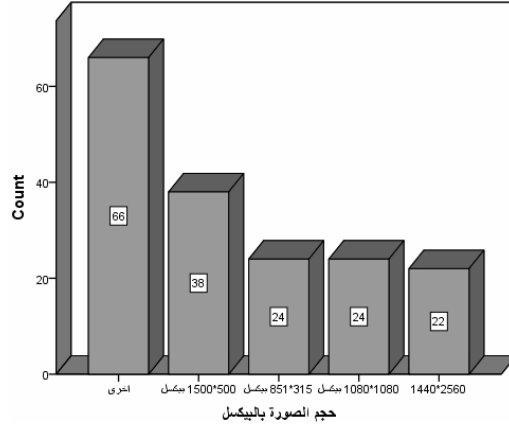


- اما نموذج التسلسل الزمني (Timeline Infographic) فقد تم توظيفه في (٥٢) وحدة من وحدات عينة الدراسة البالغة (١٧٤)، أي بما نسبته (٢٩,٩%) كما يشير الشكل بعالية، وهي نسبة تؤكد أهمية هذا النموذج الذي يتيح للعقل البشري تصور الموضوع المعروض من خلال مرور سريع عبر مراحل التاريخة، ودونما تشويش أو تشتيت لذهن القارئ نتيجة لكثافة البيانات المعروضة، وهذا الأسلوب يعد مهما خاصة في حالة متابعة الميزانيات واستعراض مسيرة تطور منتج من المنتجات .. الخ وهذا ما وقفت فيه الصحيفتين عينة الدراسة.

- اما نموذج الصورة فقد شكل الخيار الثالث حيث حاز على ما نسبته (١٧,٢%)، ويركز النموذج -كما هو يفيد اسمه- بشكل أساسي على الصورة التي تكون واحدة من المكونات الاساسية التي تحظى بأهمية كبيرة مقارنة ببقية المكونات خاصة الكتابة، سيما ان الإنفوجرافيك يعد لغة بصرية في الأصل، وبالتالي يمكن ان تسهم الصورة في تأكيد هذه المعاني، ويكتسب هذا النموذج أهمية خاصة في الإعلانات التجارية، فيما تفيد الدراسة التحليلية ان حجم الصور الموظفة ضمن مكونات الإنفوجرافيك

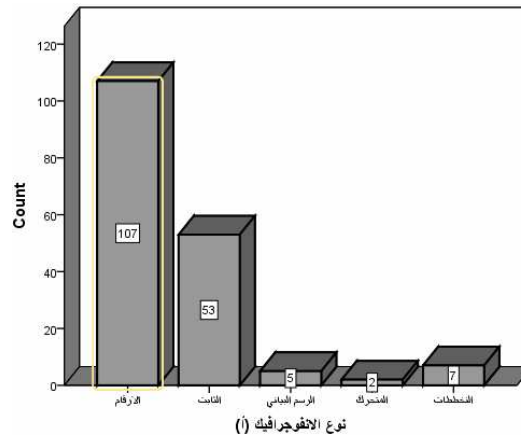
بالصحيفتين عينة الدراسة التي تتراوح ما بين (٨٥١×٣٥١) و(١٥٠٠×٥٠٠) بيكسل شكلت مجتمعة ما نسبته (٦٢,١%) من مجموع احجام الصور المستخدمة انظر الشكل ادناه.

**رسم بياني رقم (٣)**  
**حجم الصور المصاحبة للإنفوجرافيك بالصحيفتين عينة الدراسة**



- فيما اوضحت الدراسة التحليلية كما يوضح الرسم البياني رقم (٢) ان استخدام النموذج المقارنات شكل نسبة (٦,٣%) فقط كأقل نسبة مقارنة بالنماذج الأخرى، وهذه النسبة تأتي نتاجا مباشرة لنوعية المادة التحريرية التي يعالجها الإنفوجرافيك، فربما جاءت هذه المادة خالية من المقارنات لذلك من الطبيعي ان تقل النسبة أو حتى تنعدم، فالإنفوجرافيك قالب تصميمي محايد يعبر عما يحمله من مادة تحريرية.

**رسم بياني رقم (٤)**  
**توظيف انفوجرافيك الأرقام من قبل الصحيفتين عينة الدراسة**



- نموذج الأرقام شكل نسبة (٦٤,٥%) في المجموعة الثانية الخاصة بأنواع الإنفوجرافيك التي يصعب جمعها في وحدة واحدة لتعددتها، وهي نسبة عالية سيما ان طبيعة الإنفوجرافيك في الأصل إنما تقوم على تحويل الأرقام والبيانات الى صور مجسمة يسهل فهمها وإدراكها بالعين المجردة ولذلك يصبح البديل هو تحويل هذه البيانات الرقمية الى رسومات توضيحية، لذلك ليس قريبا ان يكون انفوجرافيك الارقام هو الأكثر استخداما في العمل اليومي للصحف، ورغم ان هذا النموذج يستخدم الأرقام كلغة يعمل على ابرازها بديلا للنصوص المكتوبة، الا انه لا يخلو في الغالب من توظيف بعض النصوص لتوضيح القصد من وراءه -انظر الرسم البياني رقم (٨) - غير ان هذه النصوص تتصف في الغالب بالقصير وهي تشبه الى حد بعيد كلام الصورة في التحرير الصحفي.

فيما شكل نموذج المخططات نسبة (٤%) فقط، وهذا النموذج كما سبقت الإشارة يستخدم حال ان تكون الفكرة المقدمة تحتوي على خيارات بديلة واسئلة مطروحة من اجل مساعدة المتلقي للوصول الى الخيار الأفضل وبطريقة لا تخلو من اللطافة والإثارة، ولا شك أن مصمم الإنفوجرافيك باعتباره قائما بالاتصال في هذه الحالة، فانه يلعب دورا حاسما في طرح الخيارات والبدائل.

- نموذج الرسم البياني شكل نسبة حضور بلغت (٢,٩%) فقط وتعد هي النسبة الأضعف رغم أهمية هذا النوع الذي يقدم بيانات تفصيلية عن المتغيرات ليتم تحويلها الى رسومات توضيحية تسهل المقارنة بين المعطيين، كما يُمكن هذا النوع من الإنفوجرافيك من إضافة عبارات توضيحية وتفسيرية موجزة، إضافة لبعض الاشكال والرموز والالوان بما يمكن من المزيد من التوضيحات.

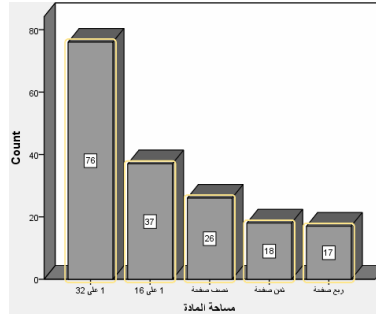
**ثالثاً: مكونات الإنفوجرافيك:**

تفيد نتائج الدراسة التحليلية أن المساحة التي يشغلها تصميم الإنفوجرافيك -باعتبارها من المكونات الأساسية التصميم- كانت كالتالي:

- (١٤,٩%) من حجم العينة شغلتها تصميمات بمساحة نصف صفحة كاملة، وهذه النسبة المقدرة تعكس مدى الأهمية التي يحظى بها الإنفوجرافيك الصحفي الذي أصبح يشكل وجودا كليا وكيفيا في صحافة اليوم، اما النسبة الغالبة لاستخدامات الإنفوجرافيك والبالغة (٤٣,٧%) فقد شغلت مساحة تقدر بـ (٣٢) من حجم الصفحة، وهي مساحة صغيرة نسبيا، ويرجع سبب الزيادة الملحوظة في استخدامات التصاميم التي تشغل هذه المساحة الى ان الإنفوجرافيك أصبح يوظف كبديل للصورة الصحفية كما لاحظ الباحث، لذلك نجد أن هذا النوع يأتي ملازماً للأخبار والتقارير بصفة اخص، حيث أن هذه المساحة تأتي مساوية تقريبا لتلك التي تشغلها الصورة الصحفية، مما يعني ان الصورة باتت تواجه منافسة قوية من هذا القادم الجديد.

## رسم بياني رقم (٥)

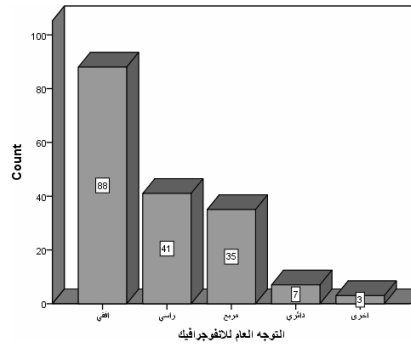
### مساحة الإنفوجرافيك المنشور بالصحيفتين عينة الدراسة



- أن الحديث عن المساحة التي يشغلها التصميم تقود للحديث عن الشكل التصميم نفسه، حيث تفيد الدراسة التحليلية ان الإنفوجرافيك الافقي هو الأكثر استخداما في الصحيفتين عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة استخدامه (٦٠,٦%) ويرجع ذلك الى انه الشكل الانسب مع أسلوب الإخراج الافقي الأكثر استخداما في الصحيفتين عينة الدراسة، مقابل (٢٣,٦%) للراسي، ويأتي ذلك مخالفا للتوقع الذي ورد في الدراسة النظرية التي تقول بان الإنفوجرافيك الراسي هو الأكثر استخداما نظرا لإتاحته لاستيعاب محتوى اكبر ويوفر الجهد والوقت، وبالطبع هنالك اشكال أخرى للإنفوجرافيك مثل المربع والدائري وغيرها من الاشكال.

## رسم بياني رقم (٦)

### التوجه العام للإنفوجرافيك حسب تحليل عينة الدراسة

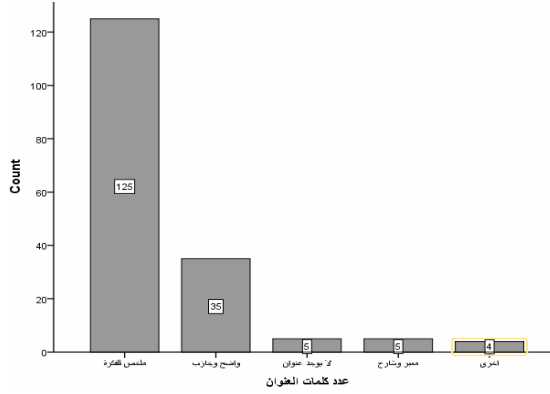


- اما أنواع العناوين وكما يوضح الشكل ادناه، فنجد ان الصحيفتين وظفتا جميع أنواع العناوين تقريبا، غير ان العناوين الملخصة للفكرة شكلت اعلى نسبة (٧١,٨%)، ومن المعروف ان هذا العنوان من العناوين تعد الأكثر استخداما في الكتابة الصحفية ولم يشذ الإنفوجرافيك عن ذلك باعتباره من قوالب التحرير المستحدثة كما تفترض

الدراسة، بينما شكل العنوان الجاذب لنظر القارئ من الناحية الإخراجية نسبة (٢٠,١%)، وهناك تصميمات وردت بدون عناوين مكتفية بعناوين الموضوعات الصحفية المضمنة معها.

### رسم بياني رقم (٧)

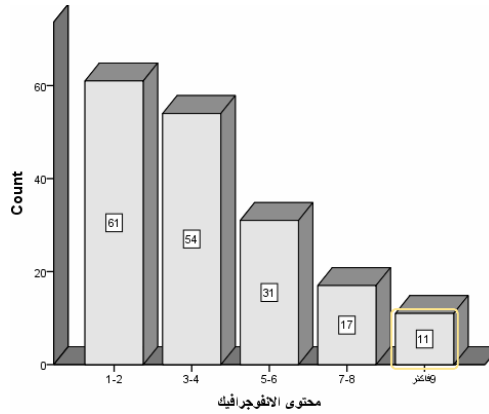
#### انواع العناوين حسب نتائج عينة الدراسة



- فيما شكل العنوان المكون من كلمتين فقط ما نسبته (٣٥%) وغني عن القول ان العنوان كلما كان عدد كلماته اقل كان ذلك أفضل من الناحية الإخراجية، فيما شكلت العناوين التي بلغ عدد كلماتها (٩ فأكثر) ما نسبته (٦,٣%) وهذه العناوين تعد الأقل تفضيلاً من الناحية التحريرية والإخراجية معاً لتشتيتها لذهن القارئ وكذلك لأنها لا تتيح فرصة زيادة حجم الحرف لإبرازه.

### رسم بياني رقم (٨)

#### عدد الكلمات المكونة للعنوان



- اما المادة المكتوبة المصاحبة للإنفوجرافيك والتي تعد أحد مكوناته، فقد أوضحت الدراسة أن (٣٣،٩%) من حجم العينة كان عدد كلمات متونها (٤١) كلمة فأكثر، وهذه الفئة تعد الأقل تفضيلا نظرا لان فكرة الإنفوجرافيك تقوم أصلا على التحول من اللغة المكتوبة الى اللغة البصرية، مما يعني ضرورة تقليل عدد الكلمات في اضيق حيز ضيق ممكن، فالتصميم الجيد لا يحتاج الى تفسيرات وتوضيحات تفصيليه وإنما مجرد إشارات مقتضبة.

## جدول رقم (٢)

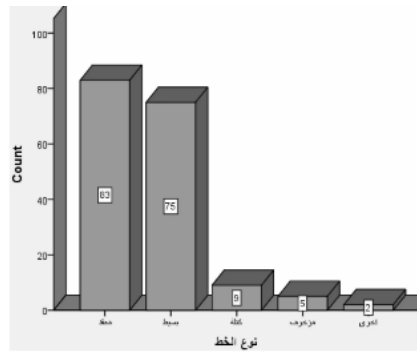
### حجم المادة المكتوبة حسب نتائج العينة

المادة المكتوبة	١٠-١	٢٠-١١	٣٠-٢١	٤٠-٣١	٤١ فما فوق
عدد الكلمات	٢٧	٤٤	٢٤	٢٠	٥٩
النسبة	١٥،٥	٢٥،٣	١٣،٨	١١،٥	٣٣،٩

- اما انواع الخطوط المستخدمة في كتابة هذه المتون، فقد شكلت فيها الخطوط التي اسميناها بالمعقدة وهي بالطبع لا تعني تلك التعقيدات التي توصلها الى حد الكتابة الزخرفية والجمالية، فقد شكلت (٤٧،٧%)، وربما قصد من وراء ذلك تمييز الكتابة المصاحبة للرسومات التوضيحية عن كتابة متون الصحيفة التي تكتب بالخطوط البسيطة والواضحة، أو لان تصميمات الإنفوجرافيك يقوم بها مصممون منعزلون شيئا ما عن مصممي مواد التحرير الأخرى، مما يعطى هذه الخطوط شيئا من الخصوصية، فيما شكلت أنواع الخطوط الفنية المتأثر بدرجة اكبر بالنواحي الزخرفية والجمالية البحتة ما نسبته (٨%)، والكتل الكتابية والزخارف التي تأتي مع تصميم الإنفوجرافيك تذكر بما يعرف بالشعار النصي وهي تجمع ما بين الرؤية الجمالية المكتملة للتصميم والهدف الاتصالي الذي يسعى لنقل الرسالة المقصودة من وراء الإنفوجرافيك.

## رسم بياني رقم (٩)

### أنواع الخطوط المستخدمة في العينة



- اما توظيف الألوان، فإن الألوان الباردة ومنها اللون الأزرق واللون وردت ضمن قائمة أخرى مثل اللون الأخضر فقد شكلت الأغلبية (٧٩,٩%) في الأنظمة اللونية المستخدمة في تصميمات الإنفوجرافيك عينة الدراسة، وعملية اختيار اللون في تصميمات الإنفوجرافيك تحددتها الهوية اللونية للصحيفة -رغم ان الدراسة الإحصائية المصاحبة تفيد خلافا لما هو متوقع بعدم وجود علاقة ارتباطية مؤثرة تجمع ما بين متغيري اللون والصحيفة- والهوية اللونية للموضوع الذي يعبر عنه الإنفوجرافيك، ولذلك ليس غريبا ان نجد ان اللون الأزرق لوحده يشكل نسبة (٢٩,٩%) من نسبة الألوان السائدة في الإنفوجرافيك عينة الدراسة، وكما هو معلوم فإن اللون الأزرق يعد هو لون السيادة في صحيفة الوطن التي شكلت اعلى نسبة توظيف للإنفوجرافيك، يقابل ذلك نسبة توظيف اقل للألوان الساخنة (١٤,٩%) والتي تشمل اللون الأحمر، البرتقالي والاصفر ..الخ، وهي نسبة مرتفعة في تقدير الباحث والسبب يرجع الى انها تستخدم في انفوجرافيك الإعلانات التجارية.

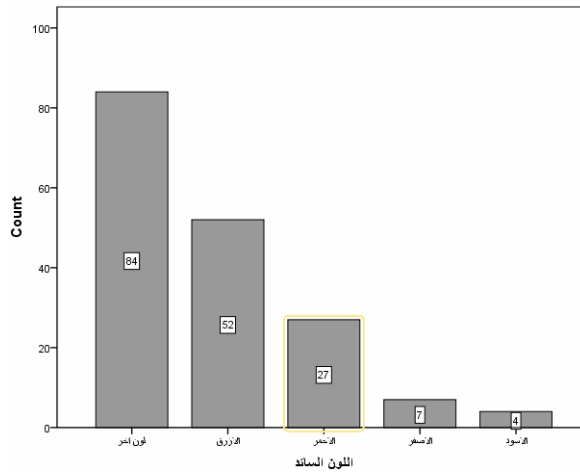
### الجدول رقم (٣)

#### الألوان المستخدمة في تصميم الإنفوجرافيك بالعينة المفحوصة

اللون	الباردة	الساخنة	الأبيض والاسود	اخرى	المجموع
عدد الوحدات	١٣٩	٢٦	٤	٥	١٧٤
النسبة	٧٩,٩	١٤,٩	٢,٣	٢,٩	١٠٠

### رسم بياني رقم (١٠)

#### اللون السائد بالعينة





- أما الصورة التي تتناسب مع اللغة البصرية باعتبارها الفلسفة التي تسير عليها تصميمات الإنفوجرافيك، وهي تأتي في مقابل الكتابة التي يعد التوسع فيها عيبا وخصما من القيمة البصرية للإنفوجرافيك، غير ان الدراسة التطبيقية تفيد بان ما نسبته فقط (٤٩،٤%) من عينة الدراسة جاءت حاوية للصورة كما يوضح الشكل ادناه، وربما يرجع السبب في ذلك لتفضيل المصممين للخيارات الأخرى من أنواع الإنفوجرافيك، كما ان الإنفوجرافيك في حد ذاته يعد بديلا مناسباً لصورة.

#### الجدول رقم (٤)

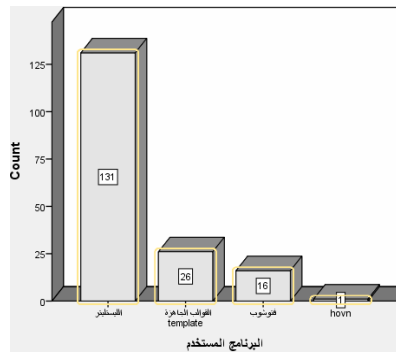
##### الإنفوجرافيك مدعم بـ

الإنفوجرافيك مدعم بـ	صورة	رسم بياني	خريطة	screen	لا توجد	المجموع
عدد الوحدات	٨٦	٥	٦	٦٢	١٥	١٧٤
النسبة	٤٩,٤	٢,٩	٣,٤	٣٥,٦	٨,٦	١٠٠

- اما بشأن برامج تصميم الإنفوجرافيك فإن برنامج الاليسترير وطف في تصميمات الإنفوجرافيك بما نسبته (٧٥,٣%) من حجم العينة مقارنة بالبرامج الأخرى، ولا غرابة في ذلك حيث ان هذا البرنامج يعد الاول في مجال تصميمات الإنفوجرافيك الصحفي، وبصفة أكثر خصوصية في مجال الرسوميات حتى بات من النادر ان تجد صحيفة رصينة لا يكون من ضمن كادرها العامل في صالة التصميم شخص غير مختص في هذا البرنامج، يلي ذلك من حيث الترتيب استخدام القوالب الجاهزة التي سبقت الإشارة الى ان هنالك العديد من المواقع التي تقدم هذه الخدمة، فيما شكل برنامج الفوتوشوب (٩,٢%) ويعد برنامج الفوتوشوب هو الخيار الثاني في تنفيذ مشروعات الإنفوجرافيك رغم ان البرنامج ليس احترافيا في هذا المجال غير انه يمكن الإفادة منه في تنفيذ انفوجرافيك الصورة بصفة خاصة سيما ان البرنامج يعد مختصا بمعالجة الصورة بصفة عامة.

#### رسم بياني رقم (١١)

توظيف برنامج الاليسترير في تصميم الإنفوجرافيك بالصحيفتين عينة الدراسة



## الخاتمة:

بات اثر الانفوجرافيك على صحافة اليوم باثناً، حيث أصبح لهذا القالب الصحفي والفن التطبيقي وجود يومي كما توضح الإحصاءات الواردة بالدراسة، وإذا اسقطنا هذه الإحصاءات على المستقبل سيتضح لنا التوسع المرتقب في هذا الفن الذي ادخل جديداً على قوالب التحرير الصحفي التقليدية، وخاصة التقارير الصحفية، حيث توضح الإحصاءات المدرجة بالدراسة نسبة مقدرتها لها في هذا التحول الذي املته الحالة المزاجية للقارئ المعاصر الذي اصبح أكثر ميلاً للصحافة السريعة التي توظف قالب الكتابة الصحفية الموجزة والبعيدة عن التعقيدات الناتجة عن كثرة الإحصاءات والأرقام كسمة من سمات العصر، مما جعل هذا القالب التحريري ينال قبول ورضى القراء.

أما الأثر الفني للإنفوجرافيك على الاخراج الصحفي، فتكاد لا تخطئه عين في صحافة اليوم التي أصبحت أكثر ميلاً لأسلوب الصحافة البصرية، التي تأتي كنتيجة لمسايرة عالم الاعلام المتغير باستمرار نتيجة لظروف العولمة، وعملاً في اتجاه اندماج الصحافة مع التقنيات التي باتت توفرها الحواسيب والبرمجيات، إضافة الى الاندماج مع وسائل الاتصال الأخرى وخاصة الإذاعة والتلفزيون لتنتقل لنا الصورة والصوت معاً كما هو الحال في الصحافة الالكترونية، غير انه تظل استخدامات الانفوجرافيك أكثر وضوحاً في عالم الصحافة الورقية، وتفتقده الى حد بعيد الصحف الالكترونية التي نامل ان تجرى لها دراسة تحليلية مستقلة.

ما يؤكد هذا التحول في تحرير وتصميم الصحف الورقية، ما تشهده قاعات التحرير والتصميم الصحفي من اضافة لهذه اللونية الجديدة التي باتت عملاً يومياً يمارس في الصحف، كما ان مصمم الانفوجرافيك أصبح وظيفة أساسية في دسك التحرير والإخراج الصحفي، واكبه تطور مماثل في أقسام الاعلام والتخصصات الأخرى ذات الصلة في عدد من الجامعات التي أصبحت تدرّس إعداد التقارير الإيضاحية (Graphic Reporting) وتصميمات الجرافيك كما هو الحال في جامعة الاميرة نورا (كلية التصميم والفنون) وجامعة الملك سعود، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا (قسم الوسائط المتعددة) وغيرها من الجامعات، وذلك تلبية لطلب السوق وحاجته لمحرر يجمع بين التصميم الإيضاحي والتحرير الإعلامي (Design Editor)، بعد أن أصبح الجرافيك جزءاً لا يتجزأ من العمل الصحفي.

## النتائج والتوصيات:

من واقع الدراسة النظرية والتطبيقية، يمكن الوصول الى عدد من النتائج التي تجيب على أسئلة الدراسة وذلك على النحو التالي:

- حول الإجابة على السؤال المحوري المتعلق بما هيه دور الانفوجرافيك في تطوير المضامين الصحفية والرؤى الاخراجية، تم التوصل الى نتيجة تؤكد هذا الدور في صحافة اليوم، فمن حيث الشكل بات فن الانفوجرافيك عملاً يومياً في الصحف لا تخطئه عين، بل ان الدراسة اكدت على توظيف مختلف اشكال الانفوجرافيك

المتعارف عليها كما هو يوضح الرسم البياني رقم (٢)، الى جانب التوسع الملحوظ في مساحة النشر كما يبين الرسم البياني رقم (٥)، كما ان توظيف الألوان المصاحبة للإنفوجرافيك والمتماهية مع السياسة اللونية للصحف -دونما تعارض مع الخروج من وقت الى آخر حسب ما تقتضيه ضرورات مضمون القضية التي يتناولها الإنفوجرافيك- قد اضافت جديداً لشكل الصحف.

- كما ان التوجه العام لدمج فن الإنفوجرافيك في العمل اليومي للصحف، أصبح سمة من سمات السياسة الاخبارية للصحف، لما يقوم به من دور بارز في رسم ملامحها ويحدد هويتها البصرية، وقد جاء ذلك نتاجاً لأبحاث اثبتت ان لغة البصر تسهم بـ (٨٣%) من التحصيل المعرفي للإنسان، كما ان ابحاث الدماغ المرتبطة بفسولوجيا الإبصار تفيد بنتائج مماثلة مما يعطي مبرراً قويا للتوسع في استخدامات الإنفوجرافيك مستقبلاً.

- اما من حيث المضمون فتشير الدراسة الى ان توظيف الإنفوجرافيك قد تخطى دائرة الشكل الى المحتوى الاعلامي، انطلاقاً مما ورد من نتائج تشير الى ان الإنفوجرافيك الصحفي يحمل في طياته مضامين صحفية وقيم إخبارية، كما يتضح ذلك على وجه الخصوص في توظيف إنفوجرافيك الأرقام -انظر الرسم البياني رقم (٤)- الذي يحمل بداخله مقارنات وقصص إخبارية تحكى من واقع الأرقام المطروحة، بالإضافة الى ان الهياكل التصميمية للإنفوجرافيك تساعد المحرر الصحفي على نقل قصته الخبرية بوضوح وتشويق، وهذا بدوره يسهم في الإجابة على التساؤل المطروح حول مدى اسهام الإنفوجرافيك في حل مشكلة تحرير المادة الصحفية المزدهمة بالأرقام والمعلومات، نتيجة لما املته ظروف الانفجار المعلوماتي والرقمي الذي أصبح من الصعب على القارئ المتخصص استيعابه وتصوره ناهيك عن القارئ العادي، مما جعل السير باتجاه ضغط المعلومة الصحفية في كبسولة صغيرة وتجسيدها بصريا في رسومات ايضاحية يعد امراً مهما لتسهيل استيعاب وفهم ما هو مطروح من موضوعات.

- وبشأن القضايا التي يتناولها الإنفوجرافيك وأنواعه المستخدمة، فان ما ورد بالدراسة يفيد ان هذا الفن قد مكن من معالجة عدد من القضايا التي تهم الرأي العام السعودي من بينها محاربة الإرهاب، الفتاوى الدينية<sup>٣</sup>، مخاطر التدخين<sup>٤</sup>، القضايا العدلية<sup>٥</sup>، الاقتصادية<sup>٦</sup> والرياضة<sup>٧</sup> وغيرها من القضايا، هذا الى جانب توظيفه لخدمة أنماط صحفية مختلفة من اخبار وتقارير وتحقيقات وغيرها، بالإضافة الى صيغ تعبيرية تسعى الصحف إلى تقديمها وتحليلها وتفسيرها بغرض إيصال رسالة محددة إلى القارئ، مستخدمة في ذلك مختلف صنوف الإنفوجرافيك الصحفي، وعلى وجه التحديد نموذج التسلسل الزمني الذي يناسب ذلك كما يوضح الرسم البياني رقم (٢).

- فيما تبرز الدراسة النظرية نتيجة هامة تتعلق بدور شخصية رئيس التحرير والمدرسة الاخبارية التي تتبعها الصحيفة في تبني هذا النهج الجديد في مجالى التحرير والتصميم الصحفي، وان مصممي الإنفوجرافيك أصبحوا من الكوادر الضرورية الواجب توافرها في الهيكل الإداري للصحف.

## التوصيات:

من خلال ما تقدم يمكن ان نخلص الى عدد من التوصيات الهامة التي يمكن ايجازها في الآتي:

- هنالك حاجة ضرورية لدراسات معمقه في هذا المجال، تسهم في نشر ثقافة الإنفوجرافيك لدى القائمين بالاتصال وترقية الزوق الفني والادراك الحسي-البصري لدى القارئ، مع الافادة من عنصر اللون الذي لم يعد محايدا في تصميمات الإنفوجرافيك، فتكنولوجيا الألوان وسيكولوجية ادراكه تعدان من العناصر الضرورية لإرساء الابعاد الفكرية وتأكيد الهوية للصحيفة.

- يمكن ان يشكل الإنفوجرافيك الصحفي مدخلا لتبني نظام الصحافة المدمجة (قياساً بالتعليم المدمج<sup>٤٤</sup>) كأسلوب مستحدث تستخدم فيه برمجيات التصميم كوسيط لنقل المحتوى الإعلامي للمتلقي، وأسلوب التخريط الذهني (Mind Map) "وهو الطريقة الفعلية التي يستخدمها العقل البشري في التفكير"<sup>٤٥</sup> بما يساعد على ترتيب الأفكار الإبداعية للقارئ ومصممي ومحرري الصحف معا، وللإفادة من هذه الطريقة كأسلوب جديد ومبتكر لعرض المعلومات ورسم الأفكار الرئيسية والمتفرعة عنها بكلمات موجزة، بحيث ان كل فكرة يمكن ان يعبر عنها بكلمة واحدة، "ويمكن تعزيز هذه الأفكار بتوظيف الألوان والصور ليكون الموضوع الصحفي اشبه بالخريطة التي تعبر عن الفكرة"<sup>٤٦</sup>.

- ان يعمل المحرر ومصمم الانفوجرافيك معاً، تماما كما يعمل محرر الخبر ومصوره الصحفي، فالانفوجرافيك ليس مجرد تصميم ايضاحي لبيانات<sup>٤٧</sup>، وانما يعمل أيضا كقالب تحريري يشتمل على قيم إخبارية ومضامين صحفية.

## مراجع الدراسة:

- <sup>1</sup> بوخنوفة عبد الوهاب، المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، (أطروحة دكتوراه)، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ٢٠٠٧.
- <sup>2</sup> العسكر، فهد بن عبد العزيز، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ط١، مكتبة العبيكان، ١٤١٩هـ، الرياض، المملكة العربية السعودية، ص١٥.
- <sup>3</sup> لبد، عبير سليم (٢٠١٨م)، استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك دراسة تحليلية مقارنة، المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح، العدد ١٢، متاحة على <http://journals.qou.edu/index.php/jropenres/article/view/1660>
- <sup>4</sup>file:///C:/Users/Toshiba/Desktop/Fulltext.pdf, available at 4/6/2019, at [https://dblp.org/pers/hd/s/Siricharoen:Waralak\\_V=](https://dblp.org/pers/hd/s/Siricharoen:Waralak_V=)
- <sup>5</sup><https://arabeast.edu.sa/research/dissertation/the-effect-of-different-types-of-infographic-in-the-development-of-educational-achievement-in-the-computer-course-of-second-grade-secondary-school-female-students/>
- <sup>6</sup> جواد راغب الدلو، الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث، مجلد ٢٦، عدد (٢) ٢٠١٨م، متاح بتاريخ ١٣/٩/٢٠١٩م، على موقع <https://journals.iugaza.edu.ps/index.php/IUGJHR/article/view/3112>
- <sup>7</sup> Dick, Interactive Infographic and News Values, Murray Dick, available at <https://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/9791/2/Fulltext.pdf>.
- <sup>8</sup> عبدالسلام، نجوى، (٢٠٠٦م)، العوامل المؤثرة في سهولة استخدام النصوص الإخبارية على شبكة الانترنت: دراسة تجريبية، المؤتمر الخامس والعشرون للجمعية الدولية لبحوث الاتصال والإعلام: مجتمع المعرفة، القاهرة، مصر، ص ٣٨-٤٨.
- <sup>9</sup> Doug Newsom and Jim Haynes (2004). **Public Relations Writing: Form and Style**. p.236.wikipedia, [https://en.wikipedia.org/wiki/Infographic#cite\\_ref-DN04\\_1-0](https://en.wikipedia.org/wiki/Infographic#cite_ref-DN04_1-0)
- <sup>10</sup> حسانين، محمد عبد الرحيم، بحث بعنوان: الإنفوجرافيك، متاح بتاريخ ١٧ أبريل ٢٠١٦م، على <http://infographicmm.blogspot.com/>
- <sup>11</sup>Infographic: An introduction, Available from: [https://www.researchgate.net/publication/266082644\\_Infographics\\_An\\_introduction](https://www.researchgate.net/publication/266082644_Infographics_An_introduction) [accessed Dec 04 2018].
- <sup>12</sup> عطية، مروة محمد، (بدون تاريخ)، الإخبار التفاعلية والإنفوجرافيك: استراتيجيات وأساليب التحرير والكتابة، ط١، بدون دار نشر، ص٨٧.
- <sup>13</sup> عطية، مروة محمد، المصدر السابق، ص ٨٧.
- <sup>14</sup>
- <sup>15</sup>الصعدي، ثامر، 15/08/2016، مجلة بيكسل، الإصدار الأول، <http://magazine.8pixel.co/2016/08/15/history-infographic/>

<sup>16</sup> Web FX, what is an Infographic? <https://www.webpagefx.com/what-is-an-infographic.html>

<sup>17</sup> Op.cit

<sup>18</sup> حسانين، محمد عبد الرحيم، بحث بعنوان: الإنفوجرافيك، الأحد، ١٧ أبريل ٢٠١٦م، <http://infographicmm.blogspot.com/>

<sup>19</sup> المرجع السابق

<sup>20</sup> جمعية حول لتطوير التربية المدرسية، نورالدين شروفة رئيس الجمعية، ٢٤ أكتوبر ٢٠١٣م الساعة ١:٢١ ص، تونس، فيديو بعنوان المدرسة الإدراكية: مقالات وخواطر في التربية والتعليم، تم الاسترجاع من <https://www.facebook.com/.../posts/172490559621184/>

<sup>21</sup> مذهب الإدراكية، الموسوعة الحرة (ويكيبيديا)، متاح بتاريخ ١٧/٧/٢٠١٩م، على <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

<sup>22</sup> Vector-Big Data Infographics, 123 RF, available 17/7/2019, at [https://www.123rf.com/photo\\_60114889\\_stock-vector-big-data-infographics-flat-design-vector-illustration-of-data-analysis-concept-with-text-.html](https://www.123rf.com/photo_60114889_stock-vector-big-data-infographics-flat-design-vector-illustration-of-data-analysis-concept-with-text-.html)

<sup>23</sup> Timeline Free vector, <https://all-free-download.com/free-vector/timeline.html>

<sup>24</sup> انفوجرافيك منتخب مسلمي العالم في مونديال البرازيل، reyada.com، متاح بتاريخ ١٧/٧/٢٠١٩م، على

<http://www.reyada.com/news/2014/06/09/121373/articles/168393/>

<sup>25</sup> حقوق الصورة البارزة Designed by Freepik، [https://www.freepik.com/free-vector/infographic-elements-pack\\_772624.htm](https://www.freepik.com/free-vector/infographic-elements-pack_772624.htm)، نقلا عن موقع (هيكلية الإنفوجرافيك والتعامل مع مكوناته الأساسية، قلم مهند، 28 أغسطس ٢٠١٥م، أكاديمية حسوب، متاح على) [https://academy.hsoub.com/marketing/inbound-](https://academy.hsoub.com/marketing/inbound-chart-pie-chart)

<sup>26</sup> بقلم مهند، مدخل إلى مفهوم الإنفوجرافيك، متاح بتاريخ ٢٤/٨/٢٠١٥م، على [chart pie chart infographic](https://academy.hsoub.com/marketing/inbound-chart-pie-chart)

<sup>27</sup> حسانين، محمد عبد الرحيم، مرجع سابق.

<sup>28</sup> نفس المرجع

<sup>29</sup> Pdf Infographic: **Not Just a Beautiful Visualization**, Nenden Sekar Arum University of Birmingham,

[www.cs.bham.ac.uk/~rjh/courses/ResearchTopicsInHCI/2016.../arumnendensekar.pdf](http://www.cs.bham.ac.uk/~rjh/courses/ResearchTopicsInHCI/2016.../arumnendensekar.pdf) by NS Arum - Related articles

<sup>30</sup> نقلا عن موقع هيكلية الإنفوجرافيك والتعامل مع مكوناته الأساسية، قلم مهند، 28 أغسطس ٢٠١٥م، أكاديمية حسوب، متاح على <https://academy.hsoub.com/marketing/inbound->

<sup>31</sup> المرجع السابق

- <sup>32</sup> بقلم حسوب، حقوق الصورة البارزة متاح بتاريخ 28 أغسطس 2015م، على <https://academy.hsoub.com/marketing/inbound->
- <sup>33</sup> تركي الشمري، دليل مقاسات الصور في الشبكات الاجتماعية، متاح بتاريخ 7 مايو 2017م، على <https://www.mozn.ws/11734>
- <sup>34</sup> عكاظ.. صحيفة كبرى منذ انطلاقة التأسيس، متاح بتاريخ 29 أغسطس 2017م، على [https://youtu.be/-mM5\\_WMiHgg](https://youtu.be/-mM5_WMiHgg)، <https://www.okaz.com.sa/article/1568349>
- <sup>35</sup> صحيفة عكاظ، نشأة «عكاظ».. من الفكرة إلى المؤسسة، متاح بتاريخ 25/6/2019م على <https://www.okaz.com.sa/article/1664124>
- <sup>36</sup> المرجع السابق
- <sup>37</sup> نفس المرجع
- <sup>38</sup> مقال بعنوان الوطن جريدة سعودية، متاح بتاريخ 10/7/2019م على <https://ar.wikipedia.org/wiki/>
- <sup>39</sup> تقرير بعنوان فتاوى رمضانية مثيرة للجدل... تحريم الاسماكية والفوانيس والجوائز، صحيفة عكاظ، العدد (19202) الصادر بتاريخ 13/5/2019م، ص 1.
- <sup>40</sup> تقرير بعنوان السجائر الالكترونية قاتلة والسلبى أخطر، صحيفة عكاظ، السعودية، العدد 19202، الصادر بتاريخ 13/5/2019م، ص 6.
- <sup>41</sup> خبر بعنوان (الاحكام التجارية خلال شهر)، صحيفة الوطن، السعودية، العدد 6803، الصادر بتاريخ 16/5/2019م، ص 1.
- <sup>42</sup> تقرير بعنوان السعودية تواصل في القطاع الخاص الى ما بعد 2021م، صحيفة عكاظ، العدد 19205، الصادر بتاريخ 16/5/2019م، ص 12.
- <sup>43</sup> خبر بعنوان ليلة الحسم، صحيفة الوطن، السعودية، العدد 6803، الصادر بتاريخ 16/5/2019م، ص 6.
- <sup>44</sup> الفهيد، تركي بن فيصل، واقع استخدام التعليم المدمج في تدريس العلوم الطبيعية في المرحلة الثانوية من وجهة نظر مشرفي ومعلمي العلوم بمنطقة القصيم، تكميلي رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ام القرى، 1436هـ، ص 8-9.
- <sup>45</sup> فلمبان، حاسنة محمد حسين، فن الانفوجرافيك، متاح بتاريخ 21/1/2019م، على <https://www.et3lmdelivery.com/2018/11/Art-of-Infographic-pdf.html>
- <sup>46</sup> شلتوت، محمد، (51437)، الإنفوجرافيك من التخطيط الى الإنتاج، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ط2، ص 103
- <sup>47</sup> فاطمة الزهراء عبد الفتاح (2016م)، الاندماج الإعلامي وصناعة الخبر، العربي للنشر والتوزيع، ص 79.