

## التوظيف الصحفي للأنفوغرافيك في المواقع الاخبارية

بحث مستل من اطروحة دكتوراه

م. بيرق حسين جمعة الربيعي - أ.د عبد الأمير مويت الفيصل

كلية الإعلام - جامعة بغداد

### المستخلص :

يهدف البحث الى معرفة اساليب توظيف الأنفوغرافيك في المواقع الاخبارية نظراً للادوار الاتصالية المتنوعة للأنفوغرافيك ، وتحقيقاً لهدف البحث فقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي : طريقة تحليل المضمون لتحليل مادة الأنفوغرافيك من العينة المختارة من المواقع الاخبارية موضوع البحث مستندة إلى طريقة ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ عبر تصميم استمارة تحليل مضمون تضم عدد من فئات التحليل الخاصة بالأنفوغرافيك المدروس .

### الكلمات المفتاحية :

الأنفوغرافيك ، البيانات الرسومية ، المواقع الاخبارية

### *Journalistic recruitment for the Infographics news sites*

*Bairaq hussien jumhaa al rubay*

*bairaq@comc.uobaghdad.edu.iq*

### Abstract

*The aim of the research is to find out the methods of employing the : Infographics in the news sites due to the different communicative roles of the : Infographics . To achieve the research objective, the researcher used the survey method: the method of analyzing the content to analyze the : Infographics material from the selected sample of the news sites. What was said ? And how was it said? Through the design of a content analysis form that includes a number of studied .analysis Infographics of the study*

### Keywords

*Infographic, graphical data, news sites*

### المقدمة :

مع تنامي التقدم التقني والثورة المعلوماتية باتت تتخذ البيانات والمعلومات أشكالاً مختلفة بهدف تقديمها بصورة تجذب المشاهدة نحو الاهتمام بما يسهل تناول المحتوى الاعلامي ، ومن أشهر هذه الأشكال والتي وجدت اهتماماً كبيراً في الآونة الاخيرة هو فن الأنفوغرافيك ، الذي اصبح الكثير من الوسائل الاعلامية تعتمد عليه لتقديم محتوى متنوع فضلاً عن ما تقدمه من محتوى نصي .  
وان القدرة الاتصالية للأنفوغرافيك تتمثل في كونه وسيلة للتعبير تستخدمها المواقع الاخبارية

ووسائل الاعلام المختلفة من اجل نشر البيانات والمعلومات وسردها (القصة الاخبارية) ، والتعبير عن مواقفه اتجاه القضايا والموضوعات ، فالانفوغرافيك فن صحفي مليء بالرسائل الاخبارية التي تستهدف الجمهور المتلقي محاولة التأثير فيه ، وذلك عبر استخدام اللغة البصرية (الصورة) بما في فيها من خطوط واشكال و اللون ورسوم ورموز وصور... الخ وهي في مجملها حقل غني بالدلالات والمعاني .

## منهجية البحث

### أولاً : مشكلة البحث

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث وجدت الباحثة قلة بل ندرة الدراسات العربية التي تناولت توظيف الانفوغرافيك في العمل الصحفي ، ونظراً للدور الذي يؤديه الانفوغرافيك بوصفه نمطا من انماط الفنون الصحفية حديثة الاستخدام في الصحافة العراقية والعربية نسبياً ، وفاعليته البصرية في جذب الانتباه والمساعدة في ادراك المعلومات ، فإن مشكلة البحث يمكن صياغتها في التساؤل الرئيس الاتي: ما اساليب توظيف الانفوغرافيك في المواقع الاخبارية؟ ويتفرع عن هذا السؤال تساؤلات فرعية هي :

١. ما الانفوغرافيك ؟
٢. ما الموضوعات التي يعرضها الانفوغرافيك وما طبيعتها ؟
٣. ما العناصر البنائية المستخدمة في تشكيل الانفوغرافيك ؟
٤. ما أبرز الاشكال والاساليب الفنية المستخدمة في الانفوغرافيك ؟
٥. ما أبرز مصادر معلومات الانفوغرافيك في عينة البحث ؟

### ثانياً : أهمية البحث :

يمثل الانفوغرافيك الاجابة المثلى عن سؤال .. كيف للصحفي ان يتغلب على ضغط المعلومات في بيئة سريعة الخطى اليوم ، وايجاد طرائق بسيطة ومقنعة لتصفية محتوى الخبر ونقله؟ ، والفائدة من الانفوغرافيك هو التقاط انتباه المتلقي لاسيما نحن اليوم نعيش في عالم بصري وفقاً اشارت اليه عدد من الدراسات العلمية منها دراسة شارلز التجريبية عن المقروئية التي وجدت ان الفقرات المصورة البصرية تتمتع بمقروئية أعلى من بقية الفقرات، كما كشف كارنيل حقيقة ان المعلومات المعروضة بصرياً من خلال الصور والرسوم غالباً ما تنقل فهماً أكثر من الموضوعات المعروضة تحريرياً فقط .

وهنا تكمن اهمية البحث في الفكرة التي تجعل القصة الاخبارية تحكى وترى بالعين عبر سيناريو صوري يمثل قاعدة بيانات تتحقق عبر بناء شكلي متوافق دلالياً مع المضامين في المواقع الاخبارية وبالإمكان اجمال اهمية البحث فيالتعرف على الانفوغرافيك واسلوب تمثيله للمعلومات بصرياً في المواقع الاخبارية .

### ثالثاً : أهداف البحث

يسعى البحث في اطار المنهج والاساليب والادوات البحثية المتاحة الى الاجابة عن التساؤلات التي طرحها موضوع البحث لتحقيق عدد من الاهداف العلمية الخاصة بالبحث، والهدف الرئيس للبحث يتمثل بمعرفة اساليب توظيف الانفوغرافيك في المواقع الاخبارية عينة البحث ، وتحدد اهداف البحث في الاتي:

١. التعرف عن ابرز الموضوعات (المادة) التي يشرحها الانفوغرافيك .
٢. الكشف عن العناصر البنائية المكونة للانفوغرافيك .
٣. التقصي عن أهم الاساليب والاشكال الفنية للانفوغرافيك .
٤. معرفة المصادر المعتمدة في جمع معلومات موضوع الانفوغرافيك.

#### رابعاً : منهج البحث :

ينتمي هذه البحث الى البحوث الوصفية ، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي ، طريقة تحليل المضمون لتحليل مادة الانفوغرافيك من العينة المختارة من المواقع الاخبارية موضوع البحث مستنداً الى طريقة ماذا قيل ؟ وكيف قيل ؟ ، وذلك بتحليل مضامين الانفوغرافيك وشكله الفني ، وإعطاء وصف منهجي له ، وفقاً لنتائج التحليل ، بعد أن يصنف الانفوغرافيك إلى فئات قابلة للدراسة ، وتضم فئات ماذا قيل ؟ الموضوعات والافكار التي بني عليها الانفوغرافيك ، وتضم فئات كيف قيل ؟ القوالب والأنماط التي قدمت عن طريقها المادة الإعلامية .

#### خامساً : مجتمع وعينة البحث

وقد تمثل مجتمع البحث للدراسة التحليلية بالانفوغرافيك في المواقع الاخبارية لكل من موقع (السومرية نيوز وسكاي نيوز عربية والجزيرة نت)، وعينة البحث هي من العينات التي تندرج تحت نوع العينات غير الاحتمالية التي لا تتبع بها قواعد حسابية في اختيارها ، واعتمدت الباحثة على العينة القصدية ، وتعتمد هذه العينة على قيام الباحثة باختيار مفردات العينة بناءً على الخبرات وتقويم الخصائص التي تتوافر في عينة البحث ، معتمدة في سحب العينة على اسلوب الحصر الشامل للعينة طوال ثلاثة اشهر وهي المدة الزمنية التي حددتها الباحثة لإجراء البحث ، وعند حصر أعداد الانفوغرافيك في المواقع الثلاثة (السومرية نيوز، سكاي نيوز، والجزيرة نت)، وثلاثة اشهر بأسلوب الحصر الشامل بلغ (١٥١) انفوغرافيك موزعة إلى ٢٤ انفوغراف لموقع السومرية نيوز ، و٧١ انفوغراف لموقع سكاي نيوز ، و٥٦ انفوغراف لموقع الجزيرة نت .

#### سادساً : مجالات البحث

١. المجال الموضوعي :- ويتمثل بالانفوغرافيك الذي تقدمه المواقع الاخبارية عينة البحث
٢. المجال الزمانية :- تم تحديد المدة الزمنية للبحث بـ (٣ أشهر) وهي المدة التي تبدأ من ٢٠١٧/٢/١ ولغاية ٢٠١٧/٤/٣١ . بأسلوب الحصر الشامل لعينة البحث .

### الاطار النظري (التوظيف الصحفي للانفوغرافيك)

#### أولاً ... الانفوغرافيك المفهوم والانواع :

ان المفهوم العام للانفوغرافيك هو تمثيلات بصرية تبرز المعلومات التي تريد نشرها بوضوح وبدون الكثير من الكلمات ، انها تأخذ البيانات المعقدة وتجعلها مرئية ومثيرة للاهتمام (١)، وهو عملية اتصالية تقوم على تقديم المعلومات المعقدة بطريقة أسرع وأسهل للأدراك والفهم ، ويعد وسيلة لتسويق الرسائل أو الرؤى للمستخدمين وذلك لقدرته الفاعلة لتعزيز الاتصال البصري ، اذ يساعد التصميم الكرافيكي في



فهم طبيعة المعلومات التي يتضمنها الانفوغرافيك (٢) .

والانفوغرافيك هو تمثيل بصري أساس للمعلومات يتم استخدامها لقص القصص، ونقل الأفكار واستكشاف القضايا من خلال مجموعة من الرسوم المختلفة، وتستخدم الرسوم البيانية على نطاق واسع في وسائل الإعلام الرئيسية لزيادة فهم القراء لموضوع معين أو قضية ما إلى جانب وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والمجلات سوف تجد أيضا الانفوغرافيك في العديد من قنوات النشر الرقمية (٣)، ويتضح من ذلك انه يمزج بين البيانات والتصميم للمساعدة في الإدراك البصري بأسلوب يساعد في توصيل المعلومات المعقدة وفهمها أسرع وأيسر، ونرى من ذلك ان الانفوغرافيك يؤدي دوراً مهماً وفعالاً في تبسيط البيانات والمعلومات لتسهيل قراءة الكميات الهائلة من البيانات المعلوماتية وجعل هذه البيانات أكثر سلاسة في قراءتها وإدارتها مع القدرة على تحليل هذه البيانات بأسلوب جميل وجذاب وملفت للنظر.

وترى الباحثة بأن الانفوغرافيك هو شكل صحفي لعرض المعلومات والبيانات بأسلوب جديد يساعد في توصيل الأفكار المعقدة بطريقة واضحة وجذابة وغالباً ما يتم انشاؤها لجعل الموضوع أقل مللاً للقراء . وقد جاء الانفوغرافيك مستخدماً الأدوات الصورية لمعالجة الكم الكبير من المعلومات لجذب انتباه الجمهور عبرروي قصة اخبارية محبكة .

والانفوغرافيك هو عملية مزج عدد من العناصر والاشكال المكونة للحدث وللموضوع (الانفوغرافيك) وتتعدد أنواعه وفقاً لأساسيات استخدامها وهي كما يأتي (٤) :

١. الاحصائي (statistical) هذا النوع من الانفوغرافيك يتضمن مخططات ورسوم بيانية وجداول وقوائم ، ومن بين المكونات الأكثر استخداماً وشيوعاً هي الرسوم البيانية ذات الشريط الافقي والاعمدة الرأسية والرسوم المستديرة أو الدائرية جميعها تمكن مراجعة المعلومات الاحصائية وتظهر لنا الاشكال كيفية عمل النظام وعملية تتابعه وبالإمكان ابراز هذه الاشكال بطريقة تفاعلية كما هو مبين في الصورة رقم (١) المرفقة.

## ٢. الجدولي (Timeline)

يقوم على عرض جدول زمني يظهر تسلسل الاحداث وفقاً للوقت لما يحدث والجداول الزمنية تمكن المستخدمين ( الجمهور) من تحقيق أو تشكيل علاقات زمنية بسرعة أي اظهار الحدث عبارة عن فقرات جدولية مثل سنة بعد سنة... الخ كما هو الصورة المقدمة رقم (٢).



## ٣. سيرالعمليات الاساسية (Process Based) :

يستخدم عادة في مجالات الطبخ حول شرح وصفة معينة باستخدام الانفوغرافيك وهذا النوع يمكن استخدامه أيضاً لتوضيح مصنع ما أو مكتب معين لعرض مساحة المكان (الموقع) لجعل القراء قادرين على فهم مزاولة

العمل ضمن مساحات محددة كما هو مبين في الصورة رقم (٣) المرفقة.



#### ٤. المواقع والخرائط الجغرافية (Location or Geography) :

يوظف هذا النوع على نطاق واسع في نظم المعلومات الجغرافية ، ورسم الخرائط وتشمل على الايقونات والجداول والرسوم البيانية والسهام والاشارات المستخدمة لتحديد أو توضيح الطرق السريعة والشوارع والانفاق والعديد من الرموز المألوفة المهمة للاماكن السياحية والمستشفيات، والمطارات والمواقع العسكرية ويتم تحديد ذلك وفقاً للجدول المحدد والنسبة المحددة كما هو موضح في الصورة رقم (٤) المرفقة .

#### ٥. انفوغرافيك الصورة : ويستخدم هذا النوع من الصور لجعل المحتوى



بصري أو لتحكي قصة وهي تعطي تصميماً فريداً ، ويمكن ان تكون مساعدة لشرح شيء بصري مستخدماً صورة حقيقية للحدث (الموضوع) وتستطيع ان تجيب عن السؤال وترشد القارئ(٥) .

وهناك تصنيف آخر للانفوغرافيك بحسب أسلوب العرض

وهي(٦) :

١. انفوغرافيك ثابت : يكون على هيئة صورة والشخص هنا مجرد مشاهد ، ويعد من التصميمات الثابتة يختار محتواها المصمم أو الجهة التي تخرجها وتكون معلومات عن موضوع معين في شكل صور ورسوم تسهل فهمها ولها العديد من الاشكال كالمطبوعة أو بشكل تصميمات تنشر على صفحات الانترنت . وينقسم الانفوغرافيك الثابت بدوره على شكلين هما :

أ- الانفوغرافيك الثابت الرأسي .

ب- الانفوغرافيك الثابت الافقي .

٢. الانفوغرافيك المتحرك : وهنا يكون المستخدم نشطاً في تصور البيانات والانفوغرافيك ومختلف التطبيقات التفاعلية ويكون الانفوغرافيك المتحرك على نوعين :

أ. تصوير فيديو عادي (بداخله انفوغرافيك) .

ب. تصميم متحرك (موشن كرافيك) .

٣. الانفوغرافيك التفاعلي : هذا النوع يحمل مزيداً من المعلومات أكثر من الاحداث الثابتة وله تطبيقات مختلفة ومفتوحة للتفاعل مع المعلومة لمزيد من الاتصالات مع المعلومات ، ويشمل تفاعل المستخدم ضوابط مثل اختيار المعلومات ، البحث وتشكيل نشط للمحتوى ليتم عرضه ويتحكم المستخدم في الوقت وتفاصيل عرض المعلومات . ويتشكل الانفوغرافيك التفاعلي من تطبيقات الويب أو برمجيات وقد تختلف من التطبيقات البسيطة الى المعقدة وقد تكون منبثقة من نوافذ . والانفوغرافيك التفاعلي على الانترنت يساعد المستخدم في :

• ان يستوعب المعلومات خطوة خطوة بالوتيرة التي يختارها.

• يعيد تشغيل الرسوم المتحركة فوراً .

## • يشاهد الرسوم المتحركة في أي وقت يلائمه .

### ثانياً .. التوظيف الصحفي للأنفوغرافيك :

أضحت المعلومات الكرافيكية شكلاً شائعاً من أشكال الرواية البصرية للقصة الخبرية في وسائل الاعلام ، أذ غالباً ما تستخدم الأرقام والصور التوضيحية والرسوم البيانية لتحسين نشر الاخبار وذلك عبر اخذ المشاهد (المتلقي) الى اماكن تعجز الكاميرا عن الوصول اليها ، كما استخدمت الخرائط في التقارير الاخبارية لاسيما فيما يتعلق بالطقس والحروب والكوارث وكل ذلك لتعزيز قدرة المتلقي على وضع تصور وفهم لأهمية المادة الاخبارية (٧) .

إذ إن المعلومات الكرافيكية هي اسلوب قصصي قوي لكل الصحفيين حيث انها تسهل المعلومات المعقدة من خلال توفير سياق بصري والاستفادة من حقيقة ان فهم معظم الناس افضل عندما يتحد النص بالصورة . اذ يمنح الأنفوغرافيك الصحافة والقائمين عليها امكانية الاستفادة من خصائص كل وسيلة اعلامية اي يقدم للصحفيين والمتلقين بيئة اعلامية مدمجة تحمل مزايا وخصائص مختلف الوسائل والفنون الصحفية .

ومن اسباب استخدام الأنفوغرافيك في الاخبار هو جعل الاخبار أكثر تصديقاً وأكثر موضوعية ، كذلك الاقتصاد في وقت الجمهور مما يمكن الجمهور من فهم الاخبار والمعلومات بسهولة أكبر بصرياً فضلاً عن ملء الثغرات البصرية من الكاميرات ويقوم الأنفوغرافيك بإيضاح العلاقات المعقدة والحقائق مما يثير فضول القراء ، وبذلك فإن الأنفوغرافيك واحد من افضل الطرائق لنقل المواد الجديدة والمعقدة بسهولة ونستطيع ان نلخص الامر بأن الأنفوغرافيك يستخدم في الاخبار كونه يمتلك القدرة على التصور فضلاً عن وجود جمهور متنوع (٨) .

فالיום يعد مجال العمل الأنفوغرافيكي في الصحافة مجالاً واعداً ، وهذا ما يثير حماس المؤسسات الاخبارية ويجعلها تبحث عن نوع جديد من الصحفيين ممن يجيدون التعامل مع البيانات والكرافيك ، أذ باتت المؤسسات الاعلامية الكبرى تبحث عن ((صُنَاع المعنى)) وعن المتخصصين الذين يمكنهم تحويل البيانات الى اي شيء ملموس (٩) . ومن اهمية استخدام الأنفوغرافيك في الصحافة هو قدرته على تصور المعلومات ، أذ يضيف للتقارير مصداقية وموثوقية ضمن سياق المحتوى ، والغرض الرئيس من تصميم الأنفوغرافيك اعطاء معلومات مفصلة قدر الامكان مع توفير مساحات ، وجاء توظيف الأنفوغرافيك في مجال الاعلام لمواكبة نمط الحياة المتغيرة في العصر الرقمي ، اذ باتت البيانات والمعلومات بحاجة أسرع واسهل للمعالجة واصبح الناس يبحثون عن عنوانات وصور ورسوم اكثر من النصوص ، اذ اكثر ما يجذب انتباههم هي (الصور والرسم .. الخ) فهم (الناس) اصبحوا يقضون وقتاً اقل للنظر في ما اذا كان الامر يستحق مزيداً من القراءة ، واصبح بالإمكان انشاء مخطط للمعلومات (الأنفوغرافيك) بأساليب عرض تجعله أكثر أهمية وتشويقاً للتعبير عن محتويات معقدة (١٠) .

وتتحدد جودة الأنفوغرافيك بقدرته على دفع القارئ الى فهم الموضوع وعلى محرر ومصمم الأنفوغرافيك ان يأخذ في نظر الاعتبار المعلومات التي يحتاجها القارئ وطبيعة الموضوع ووضوح الرسالة . وقد منح الويب للأنفوغرافيك مساحة غير محددة كونه غير خطي اذ يمكن تقديم المعلومات بمشاهد متعددة أو منفصلة أو على خطوات مع القدرة على دمج الصوت والصورة والنص مع امكانية التفاعلية إذ يقدم الانترنت للأنفوغرافيك فرصة تجربة ثرية يغمس فيها الجمهور معه (١١) ، والفائدة من



الانفوغرافيك للمؤسسة الاعلامية هو نقل قصة بطريقة اكثر فعالية وذات مغزى وتخبر المتلقي في لحظة ماذا هناك ، أو ماذا اريد ان اقول دون الدخول في حوارات ونقاشات مطولة، ويكون ذلك من خلال اعطاء الجماهير نظرة ثاقبة حول الموضوع وسريعة ، ويوفر الانفوغرافيك رسوماً وصوراً وخرائط ... الخ توضح معالم الموضوع والافكار المراد توصيلها .

ويمثل الانفوغرافيك مجموعة متداخلة من الكفاءات مستمدة من مجالات متباينة والصحفي الذي يتعامل مع البيانات والارقام ويصوغها في شكل انفوغرافيك يجب ان يحمل الكفاءات والمهارات الاساسية الاتية (١٢) :

١. القدرة على تحليل البيانات بصورة مجردة من منظور علمي .
٢. القدرة على تحديد البيانات من مجموعة واسعة من مصادر البيانات .
٣. القدرة على استكشاف واكتشاف شذوذ في البيانات .
٤. الالفة مع معايير البيانات المختلفة والقدرة على تحويل البيانات الى انفوغرافيك مثير للانتباه والاهتمام .

٥. مهارة البحث على الانترنت بشكل موسع .
- يمكن الانفوغرافيك ان يسهم في اعداد التقارير الاخبارية من حيث (١٣) :
١. المساعدة في التعرف على الموضوعات والاسئلة لبقية التقارير .
٢. التعرف على العناصر المختلفة كالأخبار الجيدة وحياتنا الاخطاء الموجودة في البيانات
٣. المساعدة في العثور على الامثلة النموذجية
٤. إظهار الثغرات الموجودة في التقارير .
٥. يوضح الانفوغرافيك النقاط المتضمنة في الخبر بشكل اكثر اقناعاً
٦. ابراز الشفافية في عملية اعداد التقارير لاسيما عندما يكون التوضيح المرئي تفاعلياً ويتيح الاستكشاف .

ويذكر جوناثان غراي وزملاؤه في كتابهم (صحافة البيانات) الفائدة الصحفية أو الاهمية من توظيف الانفوغرافيك في العمل الصحفي لاسيما عند كتابة (الحكاية الخبرية) منها (١٤) :

١. تصفية تدفق البيانات عن طريق :
- أ. التحليل لاستخراج مضمون له مغزى بناء وله شكل محدد أو هيكل للحد من التدفق الهائل للبيانات
- ب. العرض لإيصال كل ما هو مهم وذو صلة الى المتلقي ، وبالأسلوب العلمي نفسه .
٢. اسلوب ومناهج جديدة لسرد الاخبار وراويها .
٣. تعد مجموعة من المهارات للبحث عن المصادر الرقمية وفهمها وتوضيحها مرئياً
٤. يقدم تفسيرات مستقلة للمعلومات الرسمية .
٥. التعامل مع سيل المعلومات والبيانات اذ اننا نعيش في عصر البيانات الهائلة .

إن عملية بناء الرسالة الاخبارية وصياغتها في شكل انفوغرافيك تتحدد في ضوء نوع الوسيلة وطبيعة المعلومات التي سوف يتم استحداثها ، فصياغة الرسالة (القصة الاخبارية) وتصميم الانفوغرافيك الملائم لها يختلف من وسيلة اعلامية الى اخرى فالانفوغرافيك في الوسائل المقروءة يختلف عنه في الوسائل المرئية عنه في الانترنت ، لهذا تحتاج صياغة الانفوغرافيك وبنائه الى القيام بنوع معين من الدراسات والبحث التي تحدد نوع الرسالة الملائمة والوسيلة وطبيعة الجمهور أو الفئات المستهدفة ، ويأتي في عدة

اشكال منها دراسات تتعلق بالعناصر المكونة للموضوع ومنها دراسات حاجات الجمهور ودوافعه... الخ ،  
والشكل رقم (١) يوضح خطوات صياغة الانفوغرافيك .



فعندما نتحدث عن صياغة الرسالة الاعلامية (الانفوغرافيك) هناك جانبان لابد من مراعاتهما (١٥) :

١. المتغيرات التي تؤثر في فعالية الرسالة .

• الوضوح في الافكار التي تقدم عبر الانفوغرافيك دون وجود افكار تتضارب معها  
• امكانية فك الكود الشفرة فالمضمون المقدم في الانفوغرافيك يسهل فهمه وتفسيره ومن ثم التأثير في الجمهور.

• المشاركة فالمضمون الانفوغرافيك الذي يجعل افراد الجمهور يشاركون بإيجابية في تذكره واسترجاعه يؤثر تأثيراً أكثر فيهم .

• التنوع والاساليب المتنوعة في عرض مضامين او موضوعات الانفوغرافيك ، افضل من ان يقدم بشكل أحادي .

٢. الشكل أو القالب المناسب للرسالة الاعلامية المؤثرة تتنوع الاشكال والانواع التي تقدم فيها الرسالة الاعلامية ولكل شكل ونوع واسلوب وجاذبية خاصة للجمهور المستهدف ، ويتوقف اختيار شكل الرسالة على المضمون الذي تحتويه وعلى الجمهور الموجه اليه الرسالة وتختلف هذه الاشكال وفقاً لنوع الوسيلة



## وطبيعة الموضوع .

- وهناك عدة مداخل يمكن منها صياغة الرسالة الاخبارية عبر الانفوغرافيك وهي :
- ١.مدخل يعتمد على طرح الوقائع والحقائق (احصاءات ، بيانات ، صور ، الخ).
  - ٢.مدخل يعتمد على القدرة التخيلية للمستخدم ، اي تقديم معلومات صحيحة لكن ضمن اسلوب يدعم أو يعطي مجال للجمهور للتخيل والتوقع .
  - ٣.مدخل سيكولوجي وهذا المدخل يؤثر بشكل نفسي على المستخدم من التأثير في العواطف عبر استخدام الدوافع النفسية .
- أما من حيث أهمية الانفوغرافيك للمؤسسة الصحفية عامة فهي(١٦) :

- انقاذ المؤسسات الصحفية
  - التعامل مع التدفق الكثيف للبيانات
  - القارئ يتغير
  - طريقة لرؤية الاشياء الخفية
  - رؤية جديدة لسرد القصة الصحفية
  - وسيلة لتوفير الوقت
- وفي ضوء ذلك تجد الباحثة انه يجب على الصحفيين الذين يوظفون الانفوغرافيك في اعمالهم الصحفية معرفة مجالات استخدامه وطبيعة كل عنصر من العناصر المكونة للانفوغرافيك ، والقدرة على دمج هذه العناصر ومزج بعض ببعض لبناء قصة اخبارية ذات طابع مثير وملفت للانتباه ، وهذا الامر بطبيعة الحال يتطلب من الصحفي ان يكون عارفاً بقدرات العناصر الصحفية التي يستخدمها .
- وان استخدام الانفوغرافيك في المواقع الاخبارية ميزة مهمة من مميزات تلك الصحافة ، ويستطيع الصحفيون استخدام كل العناصر البنائية الممكن استخدامها فيه ، لتقديم محتوى صحفي إخباري يتجاوز حدود النصوص الصماء والقصص الاخبارية التقليدية ، ومع هذا فان المعيار الاساس في استخدام تلك العناصر في الانفوغرافيك يتعلق بالوظيفة ، وما اذا كانت هذه العناصر تستخدم وسيلة لتحسين عرض القصة الخبرية ، أو تمثل إضافة معلوماتية ومعرفية إليها ، وبذلك يصبح الصحفي ومصمم الانفوغرافيك يعملان ضمن محاور معينة تمنحهم القدرة على اتخاذ القرار الخاص في انتاج فكرة الانفوغرافيك وتصميمها ، ومن أهم المحاور من وجهة نظر الباحثة التي تمنح الصحفيين والمصممين امكانية الابداع فيما يقدمون هي :

### ١.محور المحتوى أي ماذا سيتضمن الانفوغرافيك من حيث :

- نص أو ارقام ..الخ
- صور ثابتة ومتحركة
- رسوم ومخططات بيانية
- رموز
- مقاطع فيديو
- خرائط
- ٢.محور التقنيات ويشتمل على :
- البرامج والادوات

- استخدام ودمج العناصر تقنياً بصورة احترافية
- إتاحة المعلومات الرقمية والوصول اليها
- الروابط والوصلات التشعبية
- ٣. محور اهتمام المستخدم أو المتلقي الفرد من حيث التفضيل وتلبية الحاجات وتشتمل على :
  - التفاعل
  - المشاركة
  - التواجد والاطلاع
  - المعرفة

ووفقاً لهذه المحاور لابد للصحفي في التفكير في محاور الموضوع الذي سوف يتناوله الانفوغرافيك من نص ورسوم وصور... الخ وكيف يمكنه الاستفادة من كل عنصر منها على اكمل وجه ، فغالباً ما تكون هناك أكثر من طريقة وأكثر من أسلوب لعرض القصة الاخبارية في الانفوغرافيك لكن الصحفي الجيد من يختار الافضل منها ، اي الصحفي عندما يعرف اي العناصر يمكن ان تسهم في توصيل المعلومة بشكل افضل .

### الاطار العملي....تحليل عينة البحث وتفسير والنتائج

الجدول رقم (١) يشرح فئة الموضوعات التي عرضها الانفوغرافيك ضمن عينة البحث

فئة الموضوعات		موقع السومرية نيوز		موقع سكاي نيوز		موقع الجزيرة نت		المجموع	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
١	٤,١٦	٣	٤,٢٢	٤	٧,١٤	٨	٥,٢٩		
٢	٨,٣٣	١٠	١٤	٣	٥,٣٥	١٥	١٠		
١	٤,١٦	١	١,٤	-	-	٢	١,٣٢		
١	٤,١٦	٢	٢,٨	٢	٣,٥٧	٥	٣,٣١		
-	-	١	١,٤	١	١,٧٨	٢	١,٣		
١	٤,١٦	١	١,٤	-	-	٢	١,٣		
٤	١٦,٦٦	١٥	٢١,١٢	٤	٧,١٤	٢٣	١٥,٢٣		
١٠	٤١,٦٦	٨	١١	٤	٧,١٤	٢٢	١٤,٥٦		
١	٤,١٦	٢	٢,٨	٨	١٤,٢٨	١١	٧,٢		
-	-	٧	١٠	٢	٣,٥٧	٩	٦		
-	-	٢	٢,٨	٢	٣,٥٧	٤	٢,٦		
-	-	٢	٢,٨	١	١,٧٨	٣	٢		
-	-	-	-	٤	٧,١٤	٤	٢,٦		
١	٤,١٦	١٥	٢١,١٢	٩	١٦,٠٧	٢٥	١٦,٥		
١	٤,١٦	٢	٢,٨	١٢	٢١,٤٢	١٥	١٠		
١	٤,١٦	-	-	-	-	١	٠,٦٦		
٢٤	١٦	٧١	٤٧	٥٦	٣٧	١٥١	١٠٠		

اوضحت نتائج الدراسة التحليلية ان موقع السومرية نيوز وسكاي نيوز والجزيرة نت قد اشتملت على العديد من الموضوعات السياسية والامنية والاقتصادية.... الخ التي تعكس بمجملها اهتمام هذه المواقع

بتمثيل هكذا موضوعات وقد جاءت النتائج كالآتي : ان حجم عينة البحث التي بلغت ( ١٥١ ) انفوغرافيك قسمت ما بين المواقع عينة البحث بنسبة ١٦ ٪ لموقع السومرية نيوز ، وموقع سكاى نيوز بنسبة ٤٧ ٪ ، في حين جاءت نسبة موقع الجزيرة نت من عينة البحث ٣٧ ٪ من اجمالي حجم العينة ، هذه النسب تشير الى مدى اهتمام موقع سكاى نيوز بهذا الفن الصحفي مقارنة بالمواقع الاخرى من عينة البحث يليها بالمرتبة الثانية موقع الجزيرة نت ومن ثم موقع السومرية نيوز ، ويشير ذلك ايضا الى حجم امكانيات المواقع التقنية والفنية في استخدام الانفوغرافيك لمناقشة الموضوعات المختلفة .

ويتضح لنا من بيانات الجدول أعلاه ان موقع السومرية نيوز اهتم بعرض الموضوعات الاقتصادية وشرحا طوال مدة البحث المحددة وجاءت بنسبة (٤١,٦٦ ٪) من بين الموضوعات الاخرى ، ومن ثم تلتها الموضوعات العسكرية بواقع (١٦,٦٦ ٪) ، اما الموضوعات الرياضية جاءت بالمرتبة الثالثة وبنسبة (٨,٣٣ ٪) ، وقد تساوت الموضوعات الاخرى بذات المرتبة الرابعة (الموضوعات السياسية والاجتماعية والامنية والدينية والصحية ، ومعلومات عامة والموضوعات الانسانية وموضوعات التربية والتعليم ) بنسبة (٤,١٦ ٪) .

وجاء الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية بهذا القدر نتيجة لتداول الاخبار حول الموازنة المالية للعراق واستقطاعات رواتب الموظفين والقروض التي يتحمل عبئها العراق مع مخصصات الرئاسات الثلاث في المدة الزمنية التي اجري بها البحث ، اي ان الانفوغرافيك قد مثل و أوضح ما كان يدور في تلك الاوقات من احداث تهم الشارع العراقي (المواطن العراقي) ، والتي كان تمثيلها برسوم وصور توضيحية (انفوغرافيك) افضل وادق واسرع وصولاً للمتلقي وادراكاً ، إذ بوجود المرئيات يمكن تلخيص كميات هائلة من المعلومات الى الصيغ التي يسهل فهمها .

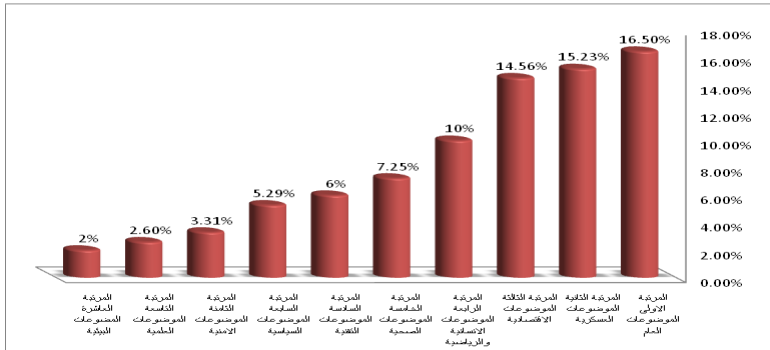
في حين ان الانفوغرافيك العسكري كان يوثق ما يدور ويحدث في معركة تحرير الموصل ، أما الانفوغرافيك الرياضية فقد طرح خسارة المنتخب العراقي نتيجة لفشل الاتحاد الرياضي والمدربين .

فيما يخص موقع سكاى نيوز تشير البيانات في الجدول (١) الى ان الموضوعات التي اهتم بها الموقع جاءت بالترتيب الآتي: الموضوعات (العسكرية والموضوعات العامة) حصلت المرتبة الاولى وبنسبة ٢١,١٢ ٪ ، وحظيت الموضوعات الرياضية وبنسبة ١٤ ٪ على المرتبة الثانية ، ومن ثم الموضوعات الاقتصادية بالمرتبة الثالثة بنسبة ١١ ٪ ، وجاءت الموضوعات التقنية بالمرتبة الرابعة وبنسبة ١٠ ٪ ، والمرتبة الخامسة من نصيب الموضوعات السياسية بنسبة ٤,٢٢ ٪ ، بينما الانفوغرافيك الذي اوضح وناقش الموضوعات (الامنية والصحية والعلمية والبيئية والانسانية) حلت بالمرتبة السادسة وبنسبة ٢,٨ ٪ ، اما الموضوعات (الاجتماعية والفنية والدينية ) اخذت المرتبة السابعة والاخيرة بنسبة ١,٤ ٪ . وتشير النسب المعروضة سلفاً الى تنوع الاهتمامات لموقع سكاى نيوز من خلال استخدامها الانفوغرافيك في موضوعات متعددة ، وان اختلفت مستويات الاهتمام بموضع دون آخر وهذا نتيجة لما كان سائداً من احداث واخبار في مدة اجراء البحث . بالإضافة لما يتمتع به موقع سكاى نيوز من امكانيات بشرية وفنية وتقنية معلوماتية لتوظيف الانفوغرافيك واستخدامه في الاخبار والتقارير الصحفية (الاعلامية) .

يتبين من الجدول (١) ان موقع الجزيرة نت اهتم بالموضوعات الانسانية موظفاً الانفوغرافيك كثيراً لتوضيحها وجاءت بالمرتبة الاولى بنسبة ٢١,٤٢ ٪ ، في حين حل انفوغرافيك الموضوعات العامة بالمرتبة الثانية بنسبة ١٦,٠٧ ٪ ، والمرتبة الثالثة كانت من نصيب انفوغرافيك الموضوعات الصحية وبنسبة ١٤,٢٨ ٪ ، واجتمعت في المرتبة الرابعة كل من الموضوعات (السياسية والعسكرية والاقتصادية

والتاريخية) بنسبة ١٤,٧٪، ومن ثم تليها الموضوعات (الامنية والتقنية والعلمية والفنية) في المرتبة الخامسة بنسبة ٣,٥٧٪

وتبين لنا المراتب الخمس هذه التنوع في موضوعات الانفوغرافيك لموقع الجزيرة نت مدى اهتمام الموقع في توظيف الانفوغرافيك في ايضاح عدد من التفاصيل والمعلومات التي تحمل الكثير من الارقام التي لا يحبذ ولا يدركها المتلقي بشكل اسرع ويسير ان ذكرت ضمن تفاصيل خبر او تقارير سردية . وتظهر لنا نتائج الجدول ان مراتب الموضوعات التي يناقشها او يعرضها ويقدمها الانفوغرافيك وفقاً لمستوى الاهتمام بعامة للمواقع عينة البحث كافة جاءت بالترتيب الاتي كما هو موضح الرسم البياني المرفق شكل (٢) :



وتشير المراتب السالفة الذكر الى مستويات الاهتمام ضمن عينة البحث من حيث الموضوعات التي تقدمها المواقع بهيئة انفوغرافيك، ويتضح لنا من خلال اطلاعنا على العينة ان الموضوعات التي يكثر فيها استخدام الارقام والموضوعات التي يصعب احياناً توضيحها بصورة جيدة بدون تمثيلها صورياً هي التي حازت على المراتب المتقدمة من مستوى الاهتمام، هذا يعني انه كلما كثرت التفاصيل وذكر الارقام بشكل مكثف لا بد من ايضاحها وفق صور ورسوم (بصرياً - صورياً) لإيصال الفكرة الاساسية للموضوع ويكون ذلك افضل ان وظف الانفوغرافيك بما يحمله من امكانات فنية وتقنية مؤثرة في المتلقي .

جدول رقم (٢) يشير الى مصادر المعلومات المعتمدة من قبل عينة البحث في الانفوغرافيك

مصدر معلومات الانفوغرافيك	موقع السومرية نيوز		موقع سكاى نيوز		موقع الجزيرة نت		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
أخرى	-	-	-	-	١	١,٧٨%	١	٠,٦٦%
وكالات انباء	-	-	-	-	٣	٥,٣٥%	٣	١,٩٨%
منظمات مجتمع مدني	١	٤,١٦%	-	-	٤	٧,١٤%	٥	٣,٣١%
مراكز بحثية متخصصة	١	٤,١٦%	-	-	٤	٧,١٤%	٥	٣,٣١%
مواقع التواصل الاجتماعي (مواقع الكترونية)	٢	٨,٣٣%	-	-	٤	٧,١٤%	٦	٣,٩٧%
مصادر متعددة (اكثر من مصدر للمعلومات)	-	-	-	-	١٨	٣٢,١٤%	١٨	١١,٢٠%
منظمات دولية	٣	١٢,٥%	-	-	١٦	٢٨,٥٧%	١٩	١٢,٥٨%
مصادر خاصة بالموقع الاخباري	١٧	٧٠,٨٣%	٧١	١٠٠%	٦	١٠,٧١%	٩٤	٦٢,٢٥%
المجموع	٢٤	١٦%	٧١	٤٧%	٥٦	٣٧%	١٥١	١٠٠%

يشير الجدول (٢) الى ان نسبة ٦٢,٢٥% من عينة البحث تعتمد على مصادر خاص بها لجمع وبناء معلومات الانفوغرافيك، وهذا مؤشر جيد يوضح مدى اعتمادية المواقع عينة البحث على مصادرها الخاص بالجهد الذاتي لبناء الانفوغرافيك الخاص بها لمختلف الموضوعات.

وجاء مصدر المعلومات المعتمد على المنظمات الدولية بالمرتبة الثانية وبنسبة ١٢,٥% مثل المنظمات التابعة للأمم المتحدة، حيث ان معظم الانفوغرافيك الذي يناقش موضوعات عن ضحايا الارهاب والحروب وموضوعات حقوق الانسان وموضوعات عن الامراض... الخ تعتمد المواقع فيها على المنظمات الدولية مصدراً للمعلومات. وحلت بالمرتبة الثالثة المصادر المتعددة بنسبة ١١,٢٠%، حيث ان المواقع هنا تغني الانفوغرافيك بعدة معلومات من مصادر متنوعة لتزيد من واقعية المعلومات والبيانات الواردة فيه. واتت المواقع الالكترونية مصدراً للمعلومات في المرتبة الرابعة بنسبة ٣,٩٧%، الا انه لم تذكر المواقع عينة البحث ماهية المواقع الالكترونية التي اعتمدت عليها لتشكيل البناء المعلوماتي للانفوغرافيك المعروض فيها.

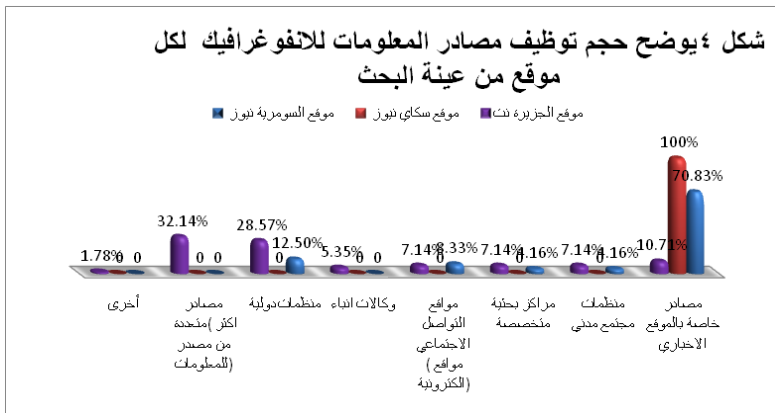
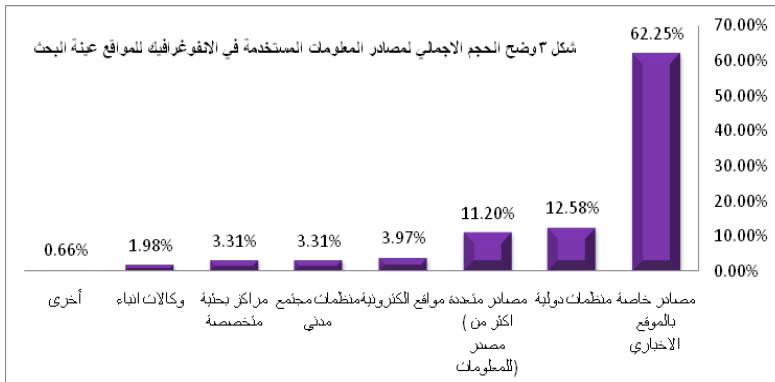
وحصلت منظمات المجتمع المدني والمراكز البحثية (مجتمعة) على المرتبة الخامسة بنسبة ٣,٣١% بوصفها مصدراً لمعلومات الانفوغرافيك، وجاءت بالمرتبة السادسة وكالات الانباء بنسبة ١,٩٨%، في حلت بالمرتبة السابعة والاخيرة فئة اخرى بنسبة ٠,٦٦% وهي المصادر التي ام تحدد او تذكر ضمن الفئات السابقة.

نلاحظ مما تقدم ان المواقع عينة البحث قد اعتمدت على مصادر متنوعة ومتعددة لإغناء الانفوغرافيك بالمعلومات والبيانات وثبات مصداقية المعلومات الواردة فيه وتقبل المتلقي لما يرد في الانفوغرافيك من معلومات وافكار.

ويوضح الجدول ان موقع السومرية نيوز قد اعتمد وبشكل كبير على مصادر خاصة بالموقع وبنسبة ٧٠,٨٣% وهذا يشير الى الجهود الذاتية التي يبذلها الموقع لانجاز انفوغرافيك متكامل وتقديمه للمتلقي علما ان غالبية الموضوعات المعروضة في الانفوغرافيك ذات طابع محلي وهذا ما يفسر ايضا سبب الاعتماد العالي للمصادر الذاتية لموقع السومرية نيوز، بينما ان موقع الجزيرة نت كان اعتماده وبشكل كبير على مصادر متعددة (اكثر من مصدر) للانفوغرافيك الواحد وبنسبة ٣٢,١٤% وذلك لتقديم صورة متكاملة لموضوعات الانفوغرافيك من وجهات نظر متعددة، اما موقع سكاى نيوز فقد جاء اعتماده كلياً على مصادره الخاصة بالموقع حصراً بنسبة ١٠٠%، وهذا يدل على المهارة والقدرة الفنية والامكانية التقنية العالية لموقع سكاى نيوز.

بينما اعتمد موقع السومرية نيوز على مصادر المعلومات من منظمات دولية بنسبة ١٢,٥% والجزيرة نت بنسبة ٢٨,٥٧% وهذا يدل على مدى اهمية المعلومات والبيانات التي تقدمها المنظمات الدولية وما تتحمله من أهمية ومصداقية ومقبولية لدى المواقع الاخبارية وبالتالي لدى المتلقي.

وتشير بيانات الجدول والنسب المبينة ان موقع الجزيرة نت كان اكثر تنوعاً من الموقعين الاخرين من عينة البحث في مصادر معلوماته في الانفوغرافيك، وهذا يدل على تنوع الموضوعات وشبكة بياناته الواسعة التي تؤهله الى اعتماد مصادر متعددة ومتنوعة لبناء الانفوغرافيك، مع هذا لا يكون ذلك محل ضعف للمواقع الاخرى من عينة البحث بل لكل منها ميزاته في اعتماد مصدراً دون آخر فضلاً عن حجم العينة أصلاً.



جدول رقم ٣ يبين اسلوب العرض الفني للأنفوغرافيك

اسلوب العرض		موقع السومرية نيوز		موقع سكاي نيوز		موقع الجزيرة نت		المجموع	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
عرض ثابت		٢٣	٩٥,٨	٧١	١٠٠	٤٩	٨٧,٥	١٤٣	٩٤,٧
عرض متحرك	هديو (افلام)	١	٤,١٦	-	-	٣	٥,٣٥	٤	٢,٦٤
	متحرك (موشن)	-	-	-	-	١	١,٧٨	١	٠,٦٦
عرض تفاعلي		-	-	-	-	٣	٥,٣٥	٣	١,٩٨
اخرى		-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع		٢٤	١٦	٧١	٤٧	٥٦	٣٧	١٥١	١٠٠

يظهر الجدول (٣) الاساليب الفنية لعرض المعلومات عبر الأنفوغرافيك في المواقع عينة البحث، وبما اننا اليوم نعيش في عصر التقنيات الحديثة والمتسارعة الخطى في التطور، الامر الذي انعكس على كيفية توظيف البيانات والمعلومات في المواقع الالكترونية الاخبارية بما تمتلكه من مزايا الانترنت المتنوعة. مع هذا فان المواقع عينة البحث لم تستغل او تستفيد مما يقدمه الانترنت اليوم من امكانيات متنوعة، نجد ان موقع السومرية نيوز لم يوظف سوى اسلوبين لعرض الأنفوغرافيك معتمداً بشكل كبير على الاسلوب التقليدي الثابت في عرض الموضوعات ونسبة ٩٥,٨ %، في حين انه وظف (الفيديوغرافيك) مرة واحدة



وظهر بنسبة ١٦,٤ % .

يتشابه معه موقع سكاي نيوز في الحالة ذاتها والذي اعتمد كلياً على الانفوغرافيك الثابت طوال مدة البحث بواقع ٧١ انفوغرافيك . بينما جاء موقع الجزيرة نت متنوعاً من حيث الاساليب الفنية لعرض موضوعات الانفوغرافيك وان كان بنسب متباينة فقد حصل العرض الثابت على نسبة ٨٧,٥ % ، وهي النسبة الاعلى من بين اساليب العرض للموقع المذكور ، وحظى الانفوغرافيك المتحرك بنوعيه الفيديو والموشن بواقع ٤ انفوغرافيك مقسمة بواقع ٣ انفوغرافيك للـ (فيديوغرافيك) بنسبة ٥,٣٥ % ، و الانفوغرافيك الموشن بواقع ١ انفوغرافيك وبنسبة ١,٧٨ % ، والانفوغرافيك التفاعلي حصل على نسبة ٥,٣٥ % . ويعني هذا ان العرض الثابت قد حل بالمرتبة الاولى من حيث مقدار اهتمام المواقع عينة البحث به وذلك يرجع الى صفات وخواص تتعلق بسرعة تصفح الموقع وتحميله ومراعاته لللائمة اجهزة العرض المختلفة ، وحل الانفوغرافيك الفيديو والتفاعلي في المرتبة الثانية بمستوى واحد ، اما انفوغرافيك الموشن فقد حل بالمرتبة الاخيرة في موقع الجزيرة نت .

تؤشر نتائج الجدول ان الانفوغرافيك الثابت قد حظى بنسبة استخدام عالية جداً مقارنة ببقية اساليب العرض حصل على نسبة ٩٤,٧ % ، وهذا يؤكد لنا ان استخدام الانفوغرافيك في المواقع عينة البحث لم يكن بمستوى التطور التقني الحاصل في مجال الاعلام والانفوغرافيك اذ فضلت المواقع عينة البحث الاكثار من استخدام العرض الثابت وهذا ايضا يعود الى طبيعة سرعة الانترنت المستخدم في المنطقة العربية ونوعية الموضوعات التي تعرض عبر الانفوغرافيك ، وحل الانفوغرافيك (الفيديو) او ما يسمى بالفيديوغرافيك بالمرتبة الثانية وبنسبة ٢,٦٤ % وهي نسبة ليست بالكبيرة وجاءت موضوعاته متنوعة ما بين الموضوعات الاقتصادية والفنية والانسانية . وحصل الانفوغرافيك التفاعلي على المرتبة الثالثة بنسبة ١,٩٨ % والذي وظف في الانفوغرافيك الخرائطي حصراً اما الانفوغرافيك الموشن فقد حصل على المرتبة الاخيرة بنسبة ٠,٦٦ % .

ان هذه الارقام والنسب توضح مدى ضعف تقدير المواقع عينة البحث لأهمية الانفوغرافيك المتحرك والتفاعلي التي من الممكن ان يقدم عبرها الموضوعات بشكل جذاب ومشوق وفعال للمتلقي وبالنسبة يؤثر في عملية ادراكه للمعلومات ، حيث لا بد ان تخاطب المؤسسات الاعلامية جماهيرها وفقاً لأسلوب العصر السريع والذي يعتمد على الصورة والحركة والصوت في آن واحد ، ليلبي متطلبات الجيل الرقمي (جيل العصر) .

جدول (٤) يبين شكل البناء الفني للانفوغرافيك

الشكل البنائي للانفوغرافيك	موقع السومرية نيوز		موقع سكاي نيوز		موقع الجزيرة نت	
	ت	%	ت	%	ت	%
طولي	٢٣	٩٥,٨ %	-	-	٤٨	٨٥,٧١ %
افقي	-	-	-	-	٤	٧,١٤ %
مقطعي	-	-	-	-	١	١,٧٨ %
يجمع بين الكل	-	-	٧١	١٠٠ %	-	-
اخرى	١	٤,١٦ %	-	-	٣	٥,٣٥ %
المجموع	٢٤	١٦ %	٧١	٤٧ %	٥٦	١٠٠ %

ابرزت لنا نتائج الجدول ٤ حالة فريدة لموقع سكاي نيوز مقارنة بالموقعين الاخرين لعينة البحث ، اذ

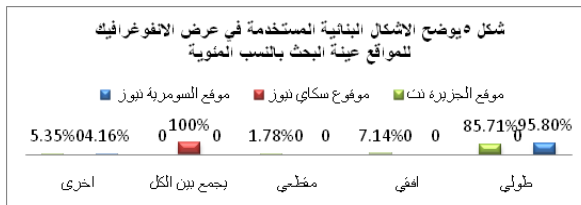
استخدم في الانفوغرافيك البناء الطولي والافقي والمقطعي في الانفوغرافيك المعروض عبر صفحاته كافة حيث ان كل نفوغرافيك بالامكان مشاهدته بالشكل الطولي والافقي على حد سواء والمقطعي بحسب طبيعة الجهاز الذي يستخدمه المتلقي لمتابعة الانفوغرافيك في الموقع ، فاذا استخدمنا الموبايل لتصفح الموقع ومشاهدة الانفوغرافيك فانه سوف يظهر بالشكل الطولي وفقاً لاتجاه شاشة العرض وبالامكان تحويله للشكل الافقي مع العلم ان الانفوغرافيك قد بني بشكل شرائح مقطعية لتتجمع مع بعضها وتظهر بالشكل الذي يبرز امامنا . وهذا يؤشر لنا تميز موقع سكاى نيوز عن الموقعين الاخرين من عينة البحث في الاسلوب البنائي المتوافق مع مختلف الاجهزة ورغبات المتلقين .

أما موقع السومرية نيوز فقد اعتمد على البناء الطولي للانفوغرافيك بنسبة ٩٥,٨% بواقع ٢٣ انفوغرافيك وحلت فئة اخرى بالمرتبة الاخيرة بنسبة ٤,١٦% بواقع انفوغرافيك واحد ، هذا يعني ان موقع السومرية نيوز اعتمد البناء الطولي للانفوغرافيك فغدا اسلوباً خاصاً به يميزه . إلا انه في كثير من الاحيان قد يضطر المتصفح الى سحب الصفحة الى الاسفل للاطلاع على بقية اجزاء الانفوغرافيك وهذا غالباً لا يتوافق مع رواد ومتصفي المواقع الاخبارية العجولين بطبعهم في الحصول على المعلومة ..

بينما موقع الجزيرة نت تنوعت اساليب البناء الفني للانفوغرافيك فيه ، اذ حظى الشكل الطولي للانفوغرافيك بالمرتبة الاولى بنسبة ٨٥,٧١% وهو من نوع الانفوغرافيك الثابت ، يليه بالمرتبة الثانية الشكل الافقي للبناء الفني للانفوغرافيك بنسبة ٧,١٤% وهو من الثابت والتفاعلي معا ، ومن ثم فئة اخرى بنسبة ٥,٣٥% بالمرتبة الثالثة وهو من الفيديوغرافيك ، أما الانفوغرافيك ذو البناء المقطعي فقد حل بالمرتبة الاخيرة بنسبة ١,٧٨% ، من هذه البيانات يتضح لنا ان موقع الجزيرة نت لم يدخر شكلاً فنياً الا ووظفه في بناء الانفوغرافيك حيث انه وظف الاشكال البنائية بشكل يتوافق مع نوع وطبيعة الموضوع واهميته وفقاً للبيانات المتاحة داخل الانفوغرافيك ، اذ لا بد ان نعي ان البيانات المتوافرة حول موضوع ما هي التي تحدد لنا الشكل البنائي الملائم لعرضها داخل الانفوغرافيك وتحدد اسلوب العرض ايضاً ، وهنا تكمن فاعلية الانفوغرافيك بدقة البناء الشكلي المتوافق دلاليًا مع المعلومات ومفاهيم المتلقين .

وقد بينت النتائج ايضاً طريقة كل موقع في بنائه للانفوغرافيك ، اذ كل موقع من عينة البحث امتاز بشكل بنائي يختلف عن الاخر فلكل موقع بصمته في عالم الانفوغرافيك . اذ تساعد الاشكال الفنية لعرض الانفوغرافيك في :

١. احتواء المعلومات المهمة وعرضها في البؤرة المركزية للشكل الفني .
٢. تسهيل المقارنة بين المعلومات المختلفة ( للمتلقى والمحرر) على حد سواء.
٣. تركيز الانتباه لاجزاء وافكار معينة في الانفوغرافيك .
٤. تضع معلومات مرئية منسقة ومرتبطة منطقياً في مجموعات ذات علاقة ببعضها بعضاً.
٥. تساعد في ترتيب البيانات والصور والنصوص .. الخ ، بشكل فعال للجسموع عبر خلق تمثيل مرئي للموضوع ( الفكرة) الرسالة الاتصالية المراد ايصالها.



## جدول ( ٥ ) يوضح العناصر المكونة لبنية الانفوغرافيك

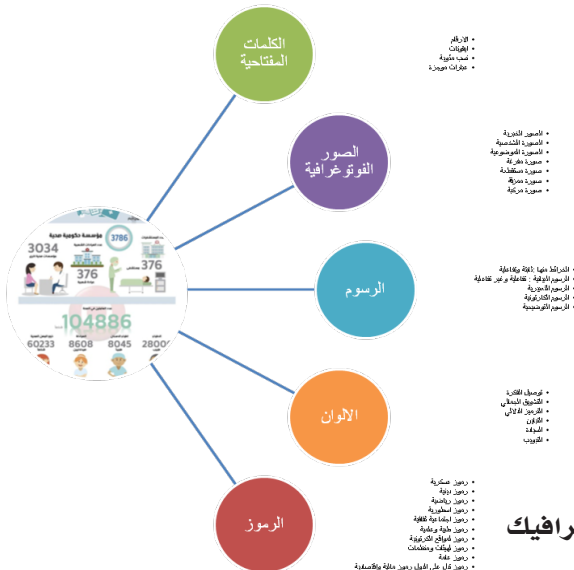
العناصر المكونة لبنية الانفوغرافيك		موقع السكاي نيوز		موقع الجزيرة نت	
مستخدم	غير	مستخدم	غير	مستخدم	غير
✓	-	✓	-	✓	-
✓	-	✓	-	✓	-
✓	-	✓	-	✓	-
✓	-	✓	-	✓	-
✓	-	✓	-	✓	-

يعكس الجدول ٥ توظيف المواقع عينة البحث كافة للعناصر المكونة لبنية الانفوغرافيك من (كلمات مفتاحية ، صور ورسوم والالوان و رموز ) اذ لم تدخر المواقع عينة البحث اي عنصر يسهم في بناء فكرة الانفوغرافيك بأسلوب يساعد القارئ بالاتصال في ايصال رسالته ويساعد المتلقي في ادراك وفهم الرسالة (الانفوغرافيك) وفقاً للبناء الفني البصري الذي يقوم عليه الانفوغرافيك .

حيث يهدف القارئ بالاتصال ( محرر ومصمم الانفوغرافيك ) أول شيء الى جذب الانتباه الى عمله (رسالته) ويكون ذلك عبر توظيف الشكل والالوان والفكرة (الموضوع) والرسوم .. الخ . ولا بد من توضيح العلاقة ما بين ( العناصر الكرافيكية لبنية الانفوغرافيك والنص والفكرة اي كيف تسهم العناصر المكونة المذكورة في الجدول ٦ في اثبات الحقائق والتعبير وتساعد في تبني القصة (التأثير) .

ويؤشر الجدول إدراك عينة البحث (المواقع) لمدى اهمية وفائدة كل عنصر من العناصر المكونة لبنية الانفوغرافيك من حيث تقديمها مشتركة مع بعضها بعضاً لتقديم صورة تصويرية عقلية للموضوع لا تخلو من مؤشرات عاطفية ونفسية وفقاً للهدف المحدد للانفوغرافيك.

وواقع الحال ان الانفوغرافيك ما هو الا تشكيلة متكاملة ومنظمة من هذه العناصر ، اذ ان تركيبها ودمجها مع بعض في فكرة ما يرسم لنا رؤية الانفوغرافيك للموضوع المعروض.



## الشكل ( ٦ ) يوضح العناصر البنائية للانفوغرافيك

## النتائج :

١. ان الموضوعات التي يكثر فيها استخدام الارقام والموضوعات التي يصعب احياناً توضيحها بصورة سردية جيدة دون تمثيلها صورياً هي التي جاءت في المراتب المتقدمة من مستوى الاهتمام ، هذا يعني ان كلما كثرت التفاصيل والارقام بشكل مكثف لا بد من ايضاحها عبر الانفوجرافيك لما يحمله من امكانات فنية وتقنية مؤثرة في المتلقي .
٢. تنوع مصادر معلومات الانفوجرافيك ، وهذا يشير الى تنوع الموضوعات ايضاً .
٣. ضعف توظيف المواقع المبحوثة للانفوجرافيك المتحرك والتفاعلي على الرغم من ما توفره شبكة الانترنت من مجالات واسعة لتلبية متطلبات العصر والجيل الرقمي ، والاعتماد بشكل كبير على الانفوجرافيك الثابت .
٤. ان كل موقع من المواقع المبحوثة امتاز بشكل بنائي يختلف عن الآخر فلكل موقع بصمته في عالم الانفوجرافيك .
٥. إدراك المواقع المبحوثة لأهمية الانفوجرافيك وفائدة كل عنصر من العناصر المكونة لبنية الانفوجراف من حيث تقديمها بصورة مشتركة لتعطي صوراً عقلية للموضوع ولا تخلو من المؤشرات العاطفية والنفسية .

## الهوامش والمصادر :

- (١) هيام حايك ، عندما تساوي الصورة الف كلمة : استخدام الانفوجرافيك في المكتبات ، تاريخ الاسترجاع ٢٠١٦/٥/٥ . <http://blog.naseej.com>
- (٢) Mark smicklas ، the power of infographics using pictures communicate and connect with your aud .P.P 4-5 .ences .(USA ، by PEARSON EDUCATION ، INC. 2012 ) .
- (٣) Jennifer Ferreira .Infographics .An introduction .Centre for Business in Society ، Coventry University . August 2014 . p.3
- (٤) ينظر كلاً من :  
• حسين محمد أحمد عبدالباسط ، المرتكزات الاساسية لتفعيل استخدام الانفوجرافيك في عمليتي التعليم والتعلم ، مجلة التعليم الالكتروني ، القاهرة جامعة المنصورة ، وحدة التعليم الالكتروني ٢٠١٥ .  
• Erick Lopez-Ornelas & Saul Hermilio Sanchez Hernandez .Using Infographics to Represent Mesning on Social media ، Social Computing and Social Media 8th International Conference ، scsm2016 Held as part of HCI International 2016 Toronto .ON ، Canada .July 17 -22 .2016 .proceedings .by Springer . International publishing Switzerland 2016 . p26 -27
- (٥) شيماء محمد ابو عصبه ، اثر استخدام استراتيجيه الانفوجرافيك ( infographics ) على تحصيل طالبات الصف الخامس الاساسي واتجاهاتهن نحو العلوم ودافعتيهن نحو تعلمها ، رسالة ماجستير غير منشورة في كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية فلسطين ٢٠١٥ ، ص ٢٣ .
- (٦) ينظر كلاً من :  
• كيف تحول المعلومات الى تصميم انفوجرافيك مميز -infographic-seo 12 <http://www.condainlikir.com> 2015 .increase-visitors-html .  
• Banulnanc Vyan Dur ، OP.Cit .p 44 .
- محمد سيد ريان ، التسويق السياسي على الوسائط الالكترونية ، (الجيزة ، اطلس للنشر والانتاج الاعلامي ، ٢٠١٤) ، ص ٨٥ .
- مندى مكادامز ، الصحافة متعددة الوسائل (فلاش ) : اعداد برامج للاخبار باستخدام النص والصور والصوت والحركة ، ترجمة كمال السيد ( القاهرة ، المركز القومي للترجمة ، ٢٠١٥) ، ص ٤٣ - ٤٥ .
- امانى احمد الدخني ، عمرو محمد درويش ، نمطا تقديم الانفوجرافيك ( الثابت / والمتحرك ) عبر الويب واثريهما في نتيجة مهارات التفكير البصري لدى اطفال التوحد واتجاهاتهم نحوه ، مجلة تكنولوجيا التعليم مجلد ٢٥ ، عدد ٢ ، ٢٠١٥ ، ص ٢٨٥ .

- (٧) ستيفن كوين، وفينست ف. فيلاك، الصحافة المدمجة مقدمة وسائل الاعلام الكتابة والانتاج، ترجمة: نادية ابراهيم، ( القاهرة، المركز القومي للترجمة، ٢٠١٥)، ص ٢٢٣.
- Maryam Salimi & dr.Amir masoud Amir Mazaheri, The use of News Graphics and infographics in(8) Iran's modern public Relations, 6th the second Asian conference on media & Mass communication 2011, . OsaKA, Japan
- (٩) جوناثان غراي وآخرون، صحافة البيانات كيف تستخرج الاخبار من اكوام الارقام والمعلومات في الانترنت، ترجمة: ندى رمضان، ( بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، ٢٠١٥)، ص ٢٥.
- Waralak V. Siricharoen. infographigs the new communication tools in digital age, (school of sc - (10) . ence and technology university of the thai chamber of commerce, Bangkok-thailand.2014), p 169
- (١١) ستيفن كوين وفينست ف. فيلاك، م. س.، ص ٢٣٦.
- (١٢) مأمون مطر، صحافة البيانات أو المعلومات mamounmater <http://www.slideshare.net>
- (١٣) ينظر كلاً من:
- جوناثان غراي وآخرون، صحافة البيانات، م. س.، ص ٢٨٣.
  - صحافة البيانات الاعلامية طوق نجاة للصحافة التقليدية <http://www.alarab.co.uk> article
  - جوناثان غراي وآخرون، م. س.، ص ٢٧ - ٢٩.
  - (١٥) سوزان القليني، علم النفس الاعلامي: المداخل النفسية للإعلام، ( القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٣)، ص ٥١ - ٥٤.
  - (١٦) عمرو العراقي، صحافة البيانات: خطوات جمع وتحليل البيانات وتصميم الانفوجرافيك، ( القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦)، ص ٣٨-٣٢.
- Hayam Hayek. when the image is equal to a thousand words: the use of the Infographic in libraries. the (1) .date of retrieval 5/5/2016 <http://blog.naseej.com>. Article
- Mark smicklas, the power of infographics using pictures communicate and connect with your aud -(2) .ences, (USA, by PEARSON EDUCATION, INC. 2012 ).P.P 4-5
- Jennifer Ferreira. Infographics, An introduction. Centre for Business in Society, Coventry University. (3) August 2014. p.3
- , See both(4)
- Hussein Mohamed Ahmed Abdel Basset. The basic pillars of activating the use of the nose in the teac - .ing and learning processes. Journal of e-learning. Cairo Mansoura University. e-learning unit 1 jan2015
- Erick Lopez-Ornelas & Saul Hermilio Sanchez Hernandez. Using Infographics to Represent Mesning • on Social media, Social Computing and Social Media 8th International Conference, scsm2016 Held as part of HCI International 2016 Toronto, ON, Canada, July 17 -22, 2016. proceedings. by Springer International publishing Switzerland 2016. p26 -27
- Shaimaa Mohammed Abu Aseba. Using the Infographics' Strategy on the Achievement of Fifth Grade(5) Students and Their Attitudes towards Science and their Motivation towards Learning. Unpublished Ma - .ter Thesis at the College of Graduate Studies. An-Najah National University. Palestine. 2015. p
- , See both(6)
- How information is transformed into a unique infographic design <http://www.condainlikir.com> 2015 • .12 infographic-seo-increase-visitors.html
- Mohamed Sayed Rayan. Political Marketing on Electronic Media. (Giza. Atlas Publishing and Media . Production. 2014). p. 85
- Mendi Makadamas. Multimedia Press (Flash), Preparation of news programs using text. images. sound • .and movement. Kamal Kamal translation (Cairo. National Center for Translation. 2015). pp. 43-45
- Amani Ahmed Al-Dakhani. Amr Mohamed Darwish. The Pattern of Infographic / Static Introduction • to the Web and their Impact on the Result of Visual Thinking Skills in Autistic Children and Their A - .titudes Towards it. Journal of Educational Technology Vol 25. No. 2. 2015. p
- Stephen Quinn. Filak. The Integrated Press Introduction to Media Writing and Production. translated(7) .by, Nadia Ibrahim. (Cairo. National Center for Translation. 2015). p. 223

- Maryam Salimi & dr.Amir masoud Amir Mazaheri , The use of News Graphics and infographics in(8) Iran's modern public Relations , 6th second Asian conference on media & Mass communication 2011 . OsaKA , Japan
- Waralak V. Siricharoeen. infographics' the new communication tools in digital age . (school of science(9) . and technology university of the thai chamber of commerce , Bangkok-thailand.2014). p 169
- Jonathan Gray et al., Journalism of Data How to extract news from the piles of numbers and info - (10) mation in the Internet. translated by: Nada Ramadan. (Beirut. The Arab Science Publishers Publishers. .2015). p. 25
- .Stephen Quinn and Vincent F. Villak. M. S.. p. 236(11)
- )Mamoun Matar. data press or information <http://www.slideshare.net/mamounmater>(12)
- See both(13)
- .Jonathan Gray et al., Data Journalism. M. X. p. 283 •
- Journalism Press Releases A life-long journal for the traditional press. <http://www.alarab.co.uk/a> - • .title
- .Jonathan Gray et al. M. X. pp. 27-29(14)
- Susan Al-Kulini. Media Psychology, Psychological Entries for Media. Cairo. Dar Al-Nahdah AlAr -(15) .biya. 2003). pp. 51-54
- Amr Al-Iraqi. Data Journalism, Steps of Data Collection and Analysis and Design of Infographic.(16) .Cairo. Arab Publishing and Distribution. 2016). pp. 32-38