

جريدة القدس العربي أنموذجاً للمدة من 2016/5/1-2017/5/1

أستاذ مساعد، قسم الصحافة، كلية
الإعلام، جامعة بغداد، جمهورية العراق

تناول البحث موضوعة صحافة الإنفوغرافيك، ورصد معاييرها الفنية والبصرية ذات الصلة بالقصص الصحفية، المنشورة في جريدة القدس العربي؛ من أجل الوصول إلى فهم أكبر لطبيعة هذا الفن الصحفي، وكشف البحث عن طبيعة القضايا والموضوعات التي ركزت عليها، والاطلاع على مراحل إنتاجها، كما كشف البحث عن الطرق المستخدمة في تمثيل البيانات بصرياً وتحليلها، وحدد وسائل الجذب الفنية والبصرية المستخدمة، والتعريف بالرموز والرسوم والخرائط الدالة والمعبرة، وكشف أيضاً عن الخطوط والألوان المستخدمة، وأنواع الأعمدة وأنواع الخطوط. اتبع البحث المنهج الوصفي الذي اعتمد على تحليل المضمون في كشف المعايير، وخرج بعدة استنتاجات، أبرزها تجسيده مضامين الموضوعات الإنسانية والسياسية والأمنية، ومعايير أخرى، باتباع أساليب تقنية عالية لإقناع القارئ.

1 - المقدمة

تعد صحافة الإنفوغرافيك من الأشكال الصحفية التي انتشرت في وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية كمحاولة لجذب القارئ، وهي تقوم على تقديم المعلومات باستخدام الرسوم البيانية والعلامات البصرية المميزة لتسهيل الفهم والاستيعاب لدى القارئ، وتعتمد بشكل أساسي على المعلومات المجردة بحيادية دون ظهور أي رأي للمحرر، ويطلق عليها تسمية صحافة البيانات، أو صحافة الرسوم المعلوماتية التي تعكس الدور المتزايد لاستخدام البيانات الرقمية في إنتاج المعلومات وتوزيعها في عصر الثورة الرقمية، وتعكس التفاعل المتزايد بين منتجي المحتويات (الصحفيين) والعديد من المجالات المتنوعة، من مثل التصميم وعلوم الحاسوب والإحصاء، ومن ثم فهي تعني البيانات التصويرية، كما يمكن أن يطلق عليها التصميم المعلوماتية؛ إذ إن رَصد أبرز المقاربات الميتودولوجية التي ابتدعها واستبانها الدارسون لأجل استنتاج المنتج الإنفوغرافيكي واستجلاء أهم مستوياته المضمرّة، ومعانيه الممكنة، سواء داخل الفضاءات المغلقة، أو على واجهات نظيراتها المفتوحة - يجعل الإنفوغرافيك موضوع سجال واهتمام عدة تخصصات علمية، خاصة تاريخ الفن، الإركولوجيا، الإنثروبولوجيا، علم الفولكلور، علم اللسانيات، علم الجمال، علم الأجرام، علم النفس، التحليل النفسي، علم الإعلام والاتصال، علم الاجتماع بمختلف تخصصاته؛ الحضري، الثقافي، التربوي، الفني، البصري، لأسباب شتى. فالصحافة اليوم بحاجة جادة لهذا الفن بعد التطورات التقنية الحاصلة، خاصة أنها تعد أهم مزايا صحافة العصر والمستقبل، والإنفوغرافيك - بشكل عام - يشير إلى تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى رسوم مصورة يسهل على من يراها استيعابها بوضوح وتشويق دون الحاجة إلى قراءة كثير من النصوص؛ مما يوفر تواصلًا بصريًا فعالاً بين المرسل والمستقبل، ويتطلب عمل صحافي البيانات مهارات تبدأ بالحصول على البيانات ثم تجريفها وبناء قاعدة لها والتحقق منها وتحليلها، ثم سردها بصريًا، وكتابتها على شكل (كودات) برمجية؛ للحصول على قصة صحفية جديدة وجاذبة للمتلقي.

2 - أهمية البحث والحاجة إليه

تتبع أهمية البحث من عدة عوامل مترابطة ورصد أهم المقاربات ، وذلك على النحو الآتي :

أ- يعد البحث محاولة بحثية لتعرف المعايير الفنية والبصرية والأساليب المختلفة المستخدمة في العينة .

ب- يعد محاولة لمعرفة كيفية إضفاء شكل مرئي جديد لتجميع المعلومات وعرضها أونقل البيانات في صورة جذابة إلى القارئ ، وتغير طريقة الناس في التفكير تجاه البيانات والمعلومات المعقدة .

ج- تتأكد أهمية البحث من واقع أهمية الوقوف على المعايير الفنية والبصرية ؛ ليمنحنا فرصة لفهم الآليات المتبعة للوصول إلى فهم أكبر لطبيعة هذا الفن الصحفي .

د- توصلنا أهمية البحث لفهم المعايير الفنية والبصرية المستخدمة في الإنفوغرافيك ، كتمثيلات بصرية تظهر المعلومات التي يراد نشرها بوضوح ودون كثير من الكلمات .

هـ- تتضح أهمية البحث في أنه يلقي الضوء على فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم ، يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق .

و- تظهر أهمية البحث في كون صحافة البيانات تساعد الصحفي على سرد حدث ما عبر طرح يتضمن إدخال الرسوم البيانية لتوضيحه أكثر للقارئ .

3 - مشكلة البحث

حددت مشكلة البحث وفقاً للمعايير العلمية بتساؤل رئيس عن طبيعة المعايير الفنية والبصرية المستخدمة في الإنفوغرافيك ، وفق طبيعة القضايا والموضوعات ، ومراحل الإنجاز والطرق المستخدمة في تمثيل البيانات ، والمعلومات ، ووسائل الجذب ، وأنواع الرسوم ، والخطوط والألوان وعناصر التصميم وغيرها ، وتفرعت عنه عدة تساؤلات ، هي :

- ما المعايير الفنية المستخدمة في الإنفوغرافيك؟

- ما المعايير البصرية المستخدمة في الإنفوغرافيك؟

- ما طبيعة القضايا والموضوعات التي ركز عليها الإنفوغرافيك؟
- ما مراحل إنجاز الإنفوغرافيك؟
- ما الطرق المستخدمة في تمثيل البيانات وتحليلها في عينة البحث؟
- ما المعلومات التي تم تمثيلها بصرياً؟
- ما وسائل الجذب الفنية والبصرية المستخدمة؟
- ما أنواع الرسوم المستخدمة؟
- ما الخطوط والألوان المستخدمة؟
- ما أنواع الأعمدة وأنواع الخطوط المستخدمة؟
- ما عناصر التصميم المستخدمة؟
- ما المصطلحات الحاسوبية المستخدمة؟

4 - هدف البحث

تحدد هدف البحث الرئيسي في تعرف المعايير الفنية والبصرية المستخدمة؛ الأمر الذي يعطي أهمية كبرى للتركيز على ذلك عن طريق تحليل مضمون الإنفوغرافيك عن غيره من الموضوعات المطروحة الأخرى، للمدة من (2016/5/1 - 2017/5/1)، لذلك تحدد هدف البحث في الإجابة عن التساؤل الرئيس والأسئلة المتفرعة عنه، وبناء على ذلك يمكن تحديد أهداف البحث فيما يأتي:

- تعرف المعايير الفنية المستخدمة في الإنفوغرافيك.
- الوقوف على المعايير البصرية المستخدمة في الإنفوغرافيك.
- الكشف عن طبيعة القضايا والموضوعات التي ركز عليها الإنفوغرافيك.
- الاطلاع على مراحل إنجاز الإنفوغرافيك.
- الكشف عن الطرق المستخدمة في تمثيل البيانات وتحليلها.
- الوقوف على المعلومات التي تم تمثيلها بصرياً.
- تحديد وسائل الجذب الفنية والبصرية المستخدمة.
- إظهار أنواع الرسوم المستخدمة.
- الكشف عن الخطوط والألوان المستخدمة.

- الكشف عن أنواع الأعمدة وأنواع الخطوط .
- الاهتمام بعناصر التصميم الإنفوغرافيكي .
- إظهار المصطلحات الحسابية المستخدمة .

5 - منهج البحث

اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي ؛ وهو منهج يتجاوز وصف المحتوى الظاهر ليمتد إلى الكشف عن المعاني الكامنة، ودلالاتها، والاستدلال على الأبعاد المختلفة للظاهرة الاتصالية ؛ للوصول إلى نتائج تحليلية دقيقة ومفيدة في مجال إثراء الدراسات البحثية الوصفية المقدمة التي تعتمد على تحليل المضمون في كشف الموضوعات محل البحث .

6 - مجالات البحث ومجتمعه

حدد البحث ثلاثة مجالات رئيسية، هي : المجال الزماني المتمثل في المدة من (2016 / 5 / 1 - 2017 / 5 / 1)، والمجال الموضوعي المتمثل في الإنفوغرافيك، والمجال المكاني المتمثل في جريدة القدس العربي، النسخة الإلكترونية، أما مجتمع البحث فتمثل في جميع الإنفوغرافيك المنشورة خلال المدة المحددة، ونتج عنها (247) إنفوغرافيك، وحددت إجراءات البحث بالآتي :

أ- نصوص الإنفوغرافيك نفسها : وذلك لجمع بيانات مضامينها ومعاييرها الفنية والبصرية .

ب- تحليل المضمون الكمي والكيفي : بهدف تحليل الإنفوغرافيك وتفسيره من خلال تحويل المؤشرات الكمية الدقيقة إلى نتائج كيفية .

وتمكنت الباحثة من الحصول على (247) إنفوغرافيك من (النوع الثابت)، وجدت أنها يمكن أن تفي بمتطلبات البحث وتحجب عن تساؤلاته المطروحة، وتوفر إمكانية تحديد المعايير الفنية والبصرية، وقامت بإخضاع كل إنفوغرافيك منها للتحليل ؛ ما يمكن أن نعه عينة مصادفة، واعتمدت الباحثة على استخدام أسلوب الحصر الشامل الذي وجدت فيه تمثيلاً لبحث متغيرات موضوع الإنفوغرافيك ؛ للحصول على نتائج دقيقة وموضوعية ومتوازنة اتبعنا الخطوات الآتية :

أ- تحديد وحدة التحليل : لما كان التحليل يسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفاً كمياً، كان من الضروري أن يقسم المضمون إلى وحدات تحليل تكشف عن محتوى مضامين الإنفوغرافيك، واختارت الباحثة وحدة الفكرة لتكون وحدة التحليل في البحث؛ لكونها تنسجم مع متطلبات البحث وإجراءاته وأغراضه، وتعد وحدة طبيعية كاملة في صحافة الإنفوغرافيك التي تحدد معنى الفئة أو تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل، لذلك تم اختيار الإنفوغرافيك، وقراءته وتحديده، وحساب تكراراته، ونسبه المئوية، وترتيبه في جداول منتظمة ومرتبطة ترتيباً يبين الموضوعات والمعايير الفنية والبصرية للإنفوغرافيك.

ب- الصدق : استعملت الباحثة طريقة الصدق الظاهري للوصول إلى صدق الاستمارة، وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين⁽¹⁾ لاختيار مدى ملاءمتها لتحقيق أهداف البحث ومدى صلاحيتها لقياس متغيراته، وعملت الباحثة على إجراء التعديلات التي أبدوها المحكمون على استمارة التحليل، والأخذ بالملاحظات التي أبدوها على الصيغة الأولية للاستمارة.

ج- الثبات : يقصد بهذا الاختبار مدى ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات، والتأكد من درجة الاتساق العالية لها؛ بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة⁽²⁾. وتم اختيار الثبات على النحو الآتي :

- قامت الباحثة بتعريف فئات التحليل وشرح وحدات التحليل لمحلل آخر⁽³⁾ قام بتحليل عينة بلغت 10% من مجموع المواد التي خضعت للتحليل، وسبق للباحثة أن قامت بتحليلها.

- اعتمدت الباحثة معادلة هولستي من أجل اختبار الثبات والوصول إلى درجة الاتساق في التحليل، والمعادلة على النحو الآتي :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2n}{2n+1}$$

$2n$ = عدد الحالات التي يتفق عليها الباحثان.

$1n$ = عدد الحالات التي توصل إليها الباحث الأول.

$2n$ = عدد الحالات التي توصل إليها الباحث الثاني.

$$20 \times 2 / 25 + 25 =$$

$$\%90 = 4 / 5 = 40 / 50$$

وبعد تطبيق المعادلة بلغ معامل الثبات للدراسة التحليلية (90%)، وهي قيمة تدل على صلاحية التحليل بدرجة مرتفعة حسب قيمة معامل الثبات.

جدولة الفئات : أوضحت نتائج مجتمع البحث الحصول على (21) فئة رئيسية و(167) فئة فرعية، وفيما يلي عرض للفئات الرئيسية التي ظهرت في أثناء عملية تحليل المضمون والتعريف بها⁽⁴⁾:

أولاً- محاور الإنفوغرافيك : الموضوعات والقضايا التي تناولها الإنفوغرافيك، كالمحور الإنساني، الأمني، السياسي، أخرى.
ثانياً- طبيعة موضوعات الإنفوغرافيك : توصيف جغرافية الحدث: عربياً، إقليمياً، عالمياً.

ثالثاً- أنواع الإنفوغرافيك : شروحات قصصية، شروحات إحصائية، شروحات زمنية، شروحات خرائطية، شروحات رقمية.

رابعاً- خطوات عملية تنفيذ الإنفوغرافيك : تضمن تصميم الإنفوغرافيك خمس مراحل: كالتأليف، التنقية، السياق، الجمع، الاتصال.

خامساً- مراحل إنجاز الإنفوغرافيك : كالتسلسل الزمني، وتمثيل المعلومات، والمقارنات، والصورة، والمخططات، وتحليل البيانات، والأرقام.

سادساً- اختيار الألوان وقياسها : كالألوان الأساسية: وهي أصباغ الألوان التي يتم مزجها من الناحية النظرية لابتكار جميع الألوان الأخرى المستخدمة في الإنفوغرافيك. والألوان الثانوية: يتم الحصول على لون ثانوي من خلال مزج اثنين من الألوان الأساسية، وتضم الأخضر والبنفسجي والبرتقالي. والألوان الثلاثية: وتسمى الألوان المتوسطة، وتتكون من خلال المزج بين الألوان الأساسية والألوان الثانوية، فضلاً عن الألوان الساخنة والباردة، أما قياس اللون فهناك ثلاثة معايير لقياس الألوان، هي: التدرج: وهو في سلم الألوان من الأحمر إلى البنفسجي، والتشبع: وهو كمية تشبع اللون بكثافة معينة؛ فمثلاً 100% من الأحمر هو أحمر

صاف متشبع، والبريق: وهو الخاصية التي تعتمد على نسبة الضوء في اللون وتدرج من الصفر 0%، وهو الإظلام التام الذي يصل إلى الأسود حتى 100%، وهو الإضاءة الكاملة التي تصل إلى الأبيض.

سابعاً- اعتماد التسلسل والنمطية في سرد المعلومات: ويتضمن: الأفقي، الدائري، المربع، الهرمي، الشعاعي.

ثامناً- نسبة استخدام المعلومات والصور: أي نسبة استخدام الصور، والرموز والدلالات، والكتابة، وغيرها.

تاسعاً- عدد موضوعات تصميم إنفوغرافيك: يتم استخدام موضوع واحد، في الإنفوغرافيك الواحد، أو موضوعين، أو ثلاثة موضوعات.

عاشراً- المعلومات الممثلة بصرياً، وأخرى غير الممثلة: الممثلة بصرياً مرسومة ومنقولة صورياً، وأخرى مكتوبة مباشرة على سطح الإنفوغرافيك، دون رسمها فنياً.

فالمعلومات البصرية كلمات أو أرقام مدمجة، معروضة بطريقة بصرية، من مثل المعلومات المصوّرة أو الخريطة.

حادي عشر- العناوين المستخدمة في الإنفوغرافيك: كالعناوين الرئيسة والفرعية.

ثاني عشر- جمل المعلومات: كالجمل القصيرة والطويلة والجمل التي تجمع بينهما.

ثالث عشر- مصادر المعلومات والبيانات: توفر مصدر للمعلومات التي يستخدمها التصميم في الإنفوغرافيك الواحد، أو غير متوفر، أو استخدام أكثر من مصدر.

رابع عشر- أنواع الرسوم المستخدمة: كالرسم البياني العمودي، والرسم البياني الخطي، والرسوم البيانية الديناميكية، والرسوم المختلطة.

خامس عشر- تصميم قصة المعلومات: بعضها يبدأ برقم الحدث، أو يبدأ بكلمات عن الحدث، أو يبدأ برمز عن الحدث، أو يبدأ بصورة عن الحدث، أو يبدأ بعرض للحدث فقط، أو بعرض مصحوب بشرح، أو عرض لزوايا إنسانية.

سادس عشر- أقسام البيانات من حيث النوع: كالبيانات الوصفية غير الرقمية: كالجنس والعرق ولون البشرة مثلاً، والبيانات الكمية: يمكن التعبير عنها بأرقام عددية، أو إحصائية، أو حسابية.

سابع عشر - طريقة الرسومات في تصميم الإنفوغرافيك : كالرسومات على شكل أعمدة، أو أشرطة، أو خطوط، أو أشكال الكعكة المعروفة بالتصميم .

ثامن عشر - أنماط الخطوط : تساعد في توضيح طبيعة العلاقة بين البيانات، وتسهم في تحديد اتجاه سياق القصة الصحفية ؛ فالعديد من الأشكال والأنماط المختلفة للخطوط يعكس كل منها معنى محدداً، منها : فئة الوزن : مدى سمك الخط، ويعد مؤشراً لمدى أهمية النص أو الصورة المشار إليها، ويعبر سمك الخط عن مدى عمق العلاقة بين البيانات التي يتم الربط بينها . وفئة لون الخط : باستخدام الألوان في الخطوط لإبراز الاختلافات، ويحمل معنى مرتبطاً بمعنى اللون نفسه . وفئة نهاية الخط : تستخدم لإظهار معان معينة ذات ارتباط بجهة القصة . وفئة الطول : يستخدم طول الخط للتعبير عن مدى بعد المسافات أو قصرها بين البيانات، وللتعبير عن الفترات الزمنية بين البيانات . وفئة نمط الخط : يكون الخط مستقيماً أو مكوناً من نقاط متباعدة، وتشير كثافة الجزئيات المكونة للخط إلى عمق العلاقة بين البيانات . وفئة اتجاه الخط : يحدد مسار القصة الصحفية، ويساعد القارئ على تتبع تدفق البيانات .

تاسع عشر - أنواع الأعمدة : تقسم الأعمدة المستخدمة إلى عدة أنواع مختلفة : الأعمدة المزدوجة : استخدمت للمقارنة بين متغيرات بينها علاقة، من مثل مقارنة أعداد الناخبين في الانتخابات الأمريكية مع السنوات الماضية . والأعمدة المركبة : استخدمت للمقارنة بين مجموعات فرعية من البيانات خلال فترة زمنية واحدة، وتُرتَّب المجموعات الفرعية تصاعدياً، ويسهل مقارنة المجموعة الفرعية عند خط الأساس، ويصعب المقارنة بين المجموعات الفرعية الأخرى . والأعمدة المقسمة : قارنت علاقة المجموعات الفرعية من البيانات إجمالاً من مدة زمنية، وتأخذ البيانات شكل نسبة مئوية ؛ ليسهل فهم الشرائح بدرجة أكبر ومقارنتها بعضها ببعض .

عشرون - المصطلحات الحاسوبية : وأبرزها : فئة المنوال : الرقم الأكثر وجوداً في مجموعة البيانات أو القيمة الأكثر شيوعاً أو تكراراً ؛ في حالة تكرار رقم واحد يتم اختياره كمنوال، وفي حالة تكرار رقمين بالقيمة نفسها يتم اختيارهما معاً إذا زاد أحدهما على الآخر، وعند تعدد مرات التكرار يتم اختيار ذي التكرار الأكبر، وفي حالة عدم تكرار

أي رقم يكون المنوال قيمته لا شيء أولاً يوجد منوال . وفئة الوسيط : يمثل الوسيط القيمة التي تكون التكرارات التي تسبقها تساوي التكرارات التي تليها ؛ فالنقطة التي تقع تماماً في منتصف توزيع البيانات يسبقها نصف عدد البيانات وتتلوها النصف الآخر ، أو القيمة التي تقسم البيانات إلى مجموعتين متساويتين بعد ترتيبها تصاعدياً أو تنازلياً . وفئة الوسيط الحسابي : القيمة التي تعطى لكل مفردة في الأصل ليكون مجموع قيم المفردات الجديدة مساوياً لمجموع قيم المتغيرات على عددها . وفئة النسبة المئوية : نسبة عادية مقامها 100 ، تبين العلاقة بين كميتين ، ويعبر عنها بعدة صور .

واحد وعشرون - عناصر التصميم الإنفوغرافيكي : أبرزها : فئة البيانات ، المادة الخام للقصة الصحفية . وفئة السياق : المسار الذي يحمل البيانات . وفئة الألوان : تساعد على توصيل الفكرة الرئيسية . وفئة الرموز : تساعد في اختصار النص والتعبير عن البيانات . وفئة النص : تعد عاملاً مكماً ومساعداً في التصميم . وفئة الأحجام : تعطي دلالة لحجم وطبيعة وأهمية البيانات . وفئة الخطوط : تساعد في توضيح طبيعة العلاقة بين البيانات ، وتسهم في تحديد اتجاه سياق القصة الصحفية . وفئة الرسم البياني : تأخذ الأشكال صوراً عدة ويحمل كل منها معنى مختلفاً ؛ فالدوائر تستخدم لتمثيل نسبة متغير واحد من بين مجموعة من المتغيرات المختلفة ، بينما يستخدم الرسم الخطي لتحديد الاتجاه .

7 - تحديد المصطلحات والمفاهيم

أ- التصميم : مجمل عمليات تخطيط وتنفيذ في الإبداع والابتكار وإيجاد التناسق والتناسب الفني للأشكال المرئية ، فضلاً عن أنه إبداع وخلق لأعمال جميلة وممتعة ، وهو الخطة الكاملة لتشكيل شيء ما ، وتركيبه في قالب موحد ، ومصمم البيانات هو الذي يضع التصور البصري الذي يحتوي على البيانات في صورة جاذبة للقارئ ، والتصميم الجرافيكي مشتق من كلمة (جراف) وتعني (رسم بياني) ، أما كلمة (جرافيك) فهي تعني (تصويري ، مرسوم ، مطبوع . . .) .

ب- البيانات : تأخذ البيانات أشكالاً مختلفة ، ولا تكون أرقاماً في أغلب الأوقات ، ومن بين أشكال البيانات المختلفة ما يأتي : (أرقام ، حقائق ، أمكنة ، أزمنة ، وقائع . . . إلخ) .

8 - مفهوم صحافة الإنفوغرافيك

إن إتيمولوجيا، مفردة غرافيتي (Graffiti) في بنيتها ودلالاتها اللغوية المعاصرة، إيطالية الأصل اشتقت من فعل (Graffiare) ويعني (يخدش ويكشط)، ألحقت بسوق التداول المعجمي والمصطلحي لأول مرة في القواميس الإنجليزية بداية 1851م، لينفرض المصطلح في القواميس الفرنسية بمفردة (Graffito) عام 1886م، وقبلها كلمة (Graffite) عام 1878، ذكرت عنها قواميس التجدير وتعليل أصل الكلمات والألفاظ أنها ذات أصول لاتينية ويونانية في البداية، وإيطالية؛ حيث اكتسبت دلالاتها النهائية المعاصرة، مع مرور الوقت عرفت تعرجات دلالية متعددة، على مستوى المعنى والاشتقاق، بعدما كانت تدل على تلك النقوش العتيقة التي خلفها الإنسان الأول على جنبات الكهوف والمغارات والصخور، ويسوق المفهوم في لغات العالم مبنى ومعانٍ متعددة، لكنها متقاطعة في دلالة مشتركة؛ ففي اللغة الإغريقية نجد كلمة (Graphein) تعني يكتب، يرسم، وبعض المرات يلون، أما في اللغة اللاتينية فأصل الكلمة يعود لمفردة (Graphein) وتعني يخربش، يخدش، ويكشط، في حين نجدها في اللغة الإيطالية مشتقة من مفردة (Sgraffito)، وتعني يخدش ويخربش، تطور اشتقاقها إلى (Graffito) مفرد كلمة (Graffite)، ومعناها كتب وخدش أو خمش، أو حك سطحاً، وبشكل عام تشير كلمة كرافيتي في اللغات الأوروبية إلى أية كتابة أو رسم، أو خدش كرافت على الجدران، وما شاكلها من الدعامات غير المخصصة لذلك، باستخدام أدوات كتابة تقليدية أو معاصرة كالقلم والأصباغ والرذاذ، وتباينت السجلات والناكفات حولها؛ إذ يرقىها ويقدها البعض لدرجة العمل الفني القيم، بينما يحتقرها ويدنسها البعض الآخر وينزلها لدركة الفعل التخريبي، للممتلكات العامة والخاصة⁽⁵⁾، وفي التاريخ القديم منذ آلاف السنين كان الإنسان ينقش الصور والرموز للحيوانات والبيئة المحيطة على جدران الكهوف وسيلة للتواصل ونقل المعلومات، وهي بذلك تعد شكلاً من أشكال الإنفوغرافيك، ولكن بعد الثورة التقنية والمعلوماتية اعتمدت وسائل الإعلام على هذا الفن؛ لسهولة إتقانه باستخدام التكنولوجيا الحديثة، ولقدرته على لفت الانتباه، ويرى رواد هذه الصحافة أن المرء في العصر الرقمي يكاد يغرق في سيل البيانات والمعلومات والأخبار المتدفقة

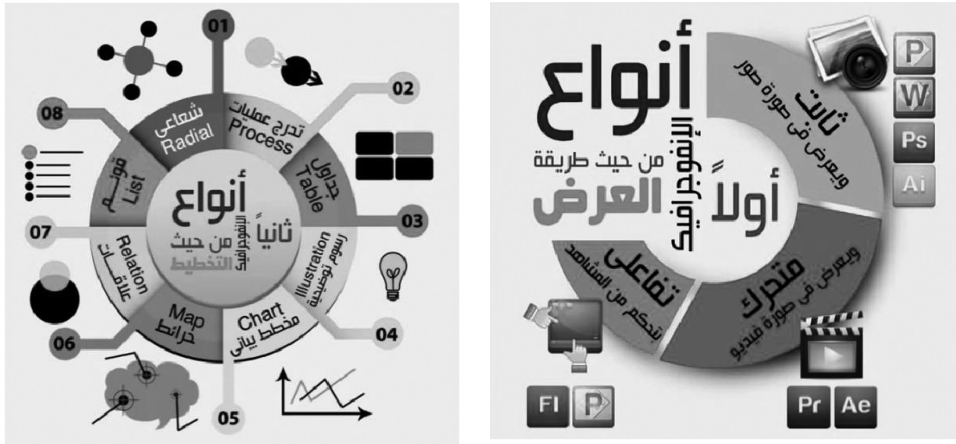
من مصادر لا حصر لها، وأن المشكلات والظواهر المعاصرة تزداد تعقيداً، ويستعصي على الكثيرين فهمها، وهذا ما أدى، بحسب الصحفية كارولين غولار، إلى ظهور مطلبين أساسيين جديدين في عالم الصحافة، هما: ضرورة غربة البيانات المتعلقة بهذه الظواهر واستخراج ما ينفع الجمهور، وتوافر الخبرة التي تسمح باستخراج المعنى من الكمّ المتراكم من البيانات والمعلومات ذات الصلة؛ فجاءت صحافة الإنفوغرافيك لتلبية هذين المطلبين، وتجسدت عبر قيامها بالعديد من العمليات المتداخلة: جمع البيانات وفحصها ومقارنتها، وتحليلها، واستخدامها لصياغة سيناريو يتجسم مرئياً عبر أشكال وخرائط ورسوم بيانية، تسمح بعرض الأفكار الأساسية التي يمكن استخلاصها من المعطيات حتى يفهمها الجمهور بيسر، وتعتمد صحافة البيانات على المنطق المرئي الذي تعبّر عنه «الرسوم الغرافية» التفاعلية؛ فصحافة البيانات ستنتقل الصحافة من الخطاب إلى المعلومات؛ إذ تمزج الإنفوغرافيك المعلومات مع التصميم الرسومي لتمكين المتلقي البصري وتساعد عملية الدمج هذه في تقديم المعلومات المعقدة بطريقة أسهل وأسرع في الفهم.

والإنفوغرافيك مصطلح تقني يشير إلى تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى صور ورسوم، وعرضها بشكل مبتكر وجذاب ليسهل على من يراها استيعابها دون الحاجة إلى قراءة كثير من النصوص، ويعد إحدى الوسائل المهمة والفعالة هذه الأيام وأكثرها جاذبية لعرض المعلومات خصوصاً عبر الشبكات الاجتماعية؛ فهي تدمج بين السهولة، والسرعة، والتسلية في عرض المعلومة وتوصيلها إلى المتلقي. فالإنفوغرافيك فن عريق الاختراع، حديث الاستخدام، ولد مع التقنية من جديد؛ ليجد قاعدة نشر أوسع؛ بحيث لا يكاد يخلو موقع معرفة أو تصميم أو تقنية من قسم خاص بالإنفوغرافيك، وبشكل عام يُطلق معنى الإنفوغرافيك على أي رسومات أو تصاميم، تتضمن معلومات أو إحصائيات في موضوع محدد بشكل يجعل هذه المعلومات سهلة الفهم لدى القارئ. فأى تمثيل للمعلومات على هيئة رسومات يُمكن أن نصنفه تحت خانة الإنفوغرافيك؛ أي تحويل كمية معينة من البيانات والمعلومات النصية المعقدة إلى مزيج من الصور والرسومات والنصوص ليسمح للقارئ استيعاب الفكرة الأساسية للموضوع

بصورة أسهل وأسرع، وهناك العديد من المسميات لهذا الفن: الإنفوغرافيك، البيانات التصويرية - التفاعلية، التصميم المعلوماتية، صحافة الرسومات المعلوماتية، ويقوم العمل الصحفي على عنصرين رئيسيين، هما: الحصول على القصص، وسرد تلك القصص للمتلقي؛ فالعنصران هما أساس صحافة الإنفوغرافيك ولا يضاف إليهما إلا عبارة «بأفضل طريقة ممكنة»؛ أي الحصول على القصص الصحفية بأفضل طريقة ممكنة من بين ثانيا أطنان هائلة من الأرقام والمعطيات؛ لأن القصة برمتها مرتبطة بالأرقام، فضلاً عن سرد القصة الصحفية بأفضل طريقة ممكنة؛ أي بطريقة مبتكرة تناسب مع الكم الهائل من المعطيات، الذي تحتويه القصة الصحفية، وفي الوقت نفسه تنسجم مع تطلعات القارئ ورغبته في التفاعل مع المحتوى⁽⁶⁾. وتتخذ البيانات التي يمكن عرضها أو إيصالها باستخدام الإنفوغرافيك أشكالاً عديدة، أبرزها: الإحصائيات؛ كأعداد السكان والمواليد والوفيات والصادرات والواردات وإحصائيات الاستخدام، والإجراءات؛ كإجراءات أو خطوات عمل معين ما، يتعلق بحياة الناس أو مشاريعهم وغيرها، والأفكار؛ كالأطروحات والمفاهيم والنظريات العلمية والتعميمات والأفكار السياسية، والفنية والاقتصادية والاجتماعية والحياتية عموماً، والتسلسل الزمني أو التاريخي، الذي يرصد تاريخ الأحداث وترتيبها والخرائط والجداول الزمنية والإنسانية، والوصف الجغرافي، الذي يكشف عن المواقع والمناطق الجغرافية ومساحات البلدان والمدن وغيرها، والتشريح؛ كالعناصر والقوائم والمكونات والفقرات، والتسلسل الهرمي المتعلق باحتياجات الآخرين ومراحل التطور لديهم، والهياكل التنظيمية المختلفة، والعلاقات المرتبطة بين أمور داخلية أو خارجية كدول أو أشخاص أو خدمات عامة أو خاصة، أو منتج أو مشروع، والشخصيات؛ كأن يتناول الإنفوغرافيك شخصية مؤثرة في أحد المجالات، وخاصة الشخصيات المشهورة والقيادية والسياسية وغيرها. والإنفوغرافيك نوعان:

الأول- الثابت: دعاية ثابتة تطبع أو توزع أو تنشر على صفحات الإنترنت، ومواقع الصحف الإلكترونية. ومحتوى الإنفوغرافيك الثابت يشرح بعض المعلومات عن موضوع معين يختاره صاحب الإنفوغرافيك، ويعتمد هذا الفن على مصادر

المعلومات الموثقة في جميع المجالات المختلفة، وعلى إبداع المصمم في تنفيذ تحويل المعلومة إلى رسمة مبسطة وسهلة، والنوع الثاني متحرك، وفيه نوعان: الأول: تصوير فيديو عادي يوضع عليه البيانات والتوضيحات بشكل غرافيك متحرك لإظهار بعض الحقائق والمفاهيم على الفيديو نفسه، والثاني: تصميم البيانات والتوضيحات والمعلومات بشكل متحرك كامل، حيث يتطلب هذا النوع كثيراً من الإبداع واختيار الحركات المعبرة التي تساعد في إخراجها بطريقة شيقة وممتعة، وكذلك يكون لها سيناريو كامل في الإخراج النهائي، وهذا أكثر الأنواع استخداماً؛ أي أن أنواع الإنفوغرافيك من حيث طريقة العرض هي: ثابت يعرض في صورة صور، ومتحرك يعرض في صورة فيديو، وتفاعلي يتحكم من المشاهد، ومن حيث التخطيط فهو: تدرج عمليات، جداول، رسوم توضيحية، مخطط بياني، خرائط، علاقات، قوائم، شعاعي، وكما موضح في الشكلين الآتيين⁽⁷⁾:



وتكمن أهمية صحافة البيانات في⁽⁸⁾:

(تصفية تدفق البيانات، وأساليب جديدة لسرد الأخبار، وتشبه الصحافة المصورة ولكن باستخدام الكمبيوتر المحمول، وتحليل الأرقام وصياغة الكلام، وتحديث مجموعة مهارات الصحفي، وحل لتفاوت المعلومات، وحل لمشكلات العلاقات العامة المبينة على البيانات، وتوفير تفسيرات مستقلة للمعلومات الرسمية، والتعامل مع سيل البيانات،

ووسيلة لتوفير الوقت، وجزء أساسي من أدوات الصحفي، والتكيف مع المتغيرات فيما يحيط بنا من معلومات، وطريقة لرؤية الأمور التي قد لا نراها في غياب البيانات، وطريقة لسرد أخبار أكثر ثراءً، وتتحدد مكونات الإنفوغرافيك بعدة امتيازات تجعله جاذباً ومفهوماً لدى المتلقي، وهذه المكونات هي:

- 1 - **العنصر البصري (Visual parts):** يركز في مضمونه على استخدام الألوان والرسوم كالصور والأشكال والرسوم البيانية، ومختلف الأشكال التلقائية.
- 2 - **المحتوى النصي (Contents):** أي البيانات والمعلومات المكتوبة التي تكون مرتبطة ارتباطاً مباشراً بالتصميم البصري فقط.
- 3 - **المعرفة أو المفهوم (Knowledge):** الطريقة التي يتم بها تقديم النصوص والصور سواء أكانت أرقاماً أم أسماء أم معلومات إحصائية متعددة ومتفرعة ومتجذرة وفق متطلبات التصميم.

ومن أهم أسباب ظهور الإنفوغرافيك: جذب المستخدمين، وسهولة القراءة وسرعتها، ومحركات البحث، ومن مبادئ الإنفوغرافيك، هو رسم سيناريو قبل التصميم، وبناء قاعدة بيانات وتجميع معلومات في برنامج قواعد بيانات مثل الإكسل، وتدعيم التصميم بالأرقام، والبساطة وتجنب الحشو، والتزام نوع واحد في التصميم، والسلاسة والبساطة في اختيار الألوان، فضلاً عن اعتماد التسلسل والنمطية في سرد المعلومات (أفقي، دائري، مربع، هرمي) ومن أدوات تصميم الإنفوغرافيك: المواقع الإلكترونية (Infogram) و (ManyEyes) و (Stat Planet) و (Easelly) و (Canva) و (Picktochart.com) و (Venngage)، والبرامج (Adobe Illustrator) و (Adobe Photoshop) و (Inkscape) و (Tableau)، ومن مميزات الإنفوغرافيك: تبسيط المعلومات المعقدة والكبيرة وجعلها سهلة الفهم والاعتماد على المؤثرات البصرية في توصيل المعلومة، وتحويل المعلومات والبيانات من أرقام وحروف مملّة إلى صور ورسوم شيقة، وسهولة نشره وانتشاره عبر الشبكات الاجتماعية، وقاعدة معرفية واسعة حول الموضوع الذي سيتناوله الرسم، والإتقان والخبرة في مجال التصميم والاختيار المناسب للرسوم والألوان، ومواقع تقدم مقاطع تعليمية ونماذج جاهزة قابلة للتعديل، ويمكن

لمن يمتلك مهارات التصميم الإلكتروني وضع لمسات بصرية لأية قصة، وتحدد مراحل تصميم الإنفوغرافيك وخطواته بـ(الفكرة، البحث، البيانات، الفلتر، التنسيق، التخطيط، الأدوات، الإخراج)، وهي وفق الجدول الآتي⁽⁹⁾:

مراحل التصميم الإنفوغرافيكي	
1	الفكرة
2	البحث
3	البيانات
4	الفلتر
5	التنسيق
6	التخطيط
7	الأدوات
8	الإخراج

9 - جريدة القدس العربي

جريدة عربية تصدر في لندن، أسست عام 1989، تعاقب على رئاسة تحريرها عدد من الصحفيين العرب، أبرزهم عبدالباري عطوان، وما زالت مستمرة بالإصدار.

10 - تفسير نتائج التحليل

أسفرت عملية التحليل، بعد أن جرى ترميزها وتكميمها وفق جداول خاصة، عن مجموعة من المؤشرات العلمية والنتائج يمكن الإشارة إليها على النحو الآتي:

أولاً- فئات موضوعات الإنفوغرافيك

- أظهرت المؤشرات المستخلصة من مضامين الإنفوغرافيك أن موضوعاته تتضح بالجدول (1) على النحو الآتي:

1 - المحور الإنساني : كانت القضايا الإنسانية أكثر القضايا المطروحة استخداماً

في الإنفوغرافيك وأخذت المرتبة الأولى بواقع (99) تكراراً وبنسبة (40,08%)، وتناولت تلك المضامين موضوعات معاناة النازحين وإنقاذ المهاجرين واعتنت بحقوق الإنسان، ومعاناة الملايين من الجوع في جنوب السودان، وكيف تمارس دول العالم التعذيب، والمساعدات الإنسانية للمدنيين المحاصرين، والممرات الإنسانية في حلب، وأبرز المواقع التراثية والثقافية التي دمرها الجهاديون، وحرية الإعلام، وقراصنة الإنترنت وتأثيرها على المتلقي، وغيرها.

2 - المحور السياسي : حصلت القضايا السياسية على المرتبة الثانية بواقع (87) تكراراً وبنسبة (35,22%)، وركزت الإنفوغرافيك على مختلف القضايا السياسية، من مثل الانتخابات الأمريكية والفرنسية والمغربية، والصراعات والحروب في سوريا واليمن ومعركة الموصل، والانقلاب التركي، وإجراءات صارمة في تركيا، ما بعد الانقلاب، وحملة تطهير واسعة بعد الانقلاب، ومحاولة انقلاب دامية في تركيا، وفضيحة أوراق بنما، وتسريباتها التي تكشف فضائح مالية لقادة العالم، ورؤساء دول أقيلا أو أجبروا على الاستقالة، وأمين عام الأمم المتحدة، المادة 50 بوابة الخروج من الاتحاد الأوروبي، ومحاولة غزو الولايات المتحدة لخليج الخنازير عام 1961 وموضوعات أخرى.

3 - المحور الأمني : احتلت الموضوعات الأمنية المرتبة الثالثة بواقع (52) تكراراً وبنسبة (21,06%)، وتضمنت عمليات العنف والإرهاب في العالم، في فرنسا وألمانيا ودول أخرى، والهجمات الكيميائية، ومسارات الخروقات الأمنية في دول أوروبا، والاعتداءات على رجال الأمن في الدول، وموضوعات أمنية أخرى.

4 - أخرى : وجاءت بالمرتبة الرابعة بواقع (9) تكرارات وبنسبة (3,64%)، وتضمنت موضوعات عديدة، أبرزها: نسبة المسلمين في العالم، الزهايمر وأمراض الخرف، عمدة لندن صادق خان، مخاطر الزلازل في أوروبا، العمال الأكثر سعادة في

العالم يوم العمال العالمي، اللغات في باكستان، جوائز نوبل 2016، الممثلون العشرة الذين يتقاضون أعلى أجور بحسب تصنيف مجلة فوربز السنوي، الفهد الصياد في طريقه للانقراض.

الجدول (1): الفئات الرئيسة للموضوعات

ت	محاوَر الموضوعات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	المحور الإنساني	99	40,08%	الأولى
2	المحور السياسي	87	35,22%	الثانية
3	المحور الأمني	52	21,05%	الثالثة
4	أخرى	9	3,64%	الرابعة
5	المجموع	247	100%	

ثانياً- فئات طبيعة موضوعات الإنفوغرافيك

تتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (2)، على النحو الآتي :

1 - عالمية : وجاءت هذه الفئة بواقع (122) تكراراً وبنسبة (49,39%) وأخذت المرتبة الأولى ؛ حيث ركزت الإنفوغرافيك على موضوعات عالمية خاصة بالموضوعات السياسية المهمة التي حدثت في العالم، من مثل قضية الانتخابات الأمريكية أو العمليات الإرهابية في الدول الأوروبية والاكتشافات الطبية أو غيرها من الموضوعات التي اكتسبت صفة العالمية.

2 - إقليمية : حصلت على المرتبة الثانية بواقع (92) تكراراً وبنسبة (37,24%)، وركزت على أحداث في دول تحيط بالعالم العربي وخاصة الانقلاب التركي أو دول حلف شمالي الأطلسي، وغيرها من الموضوعات التي تعنى بمشكلات ما يحيط بالوطن العربي.

3 - عربية : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (33) تكراراً وبنسبة (13,36%)؛ إذ تناولت الموضوعات العالم العربي بأحداثه المختلفة، من مثل الانتخابات في المغرب أو معارك وحروب الموصل أو حلب، أو معاناة الجوع في السودان أو النازحين أو الهاربين من جحيم الإرهاب.

الجدول (2) : طبيعة الموضوعات

ت	فئات طبيعة الموضوعات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	عالمية	122	49,39%	الأولى
2	إقليمية	92	37,24%	الثانية
3	عربية	33	13,36%	الثالثة
	المجموع	247	100%	

ثالثاً- فئات أنواع الإنفوغرافيك

تتضح فئاتها الفرعية على النحو الوارد في الجدول (3)، وهي :

- 1 - شروحات قصصية : حصلت على المرتبة الأولى بواقع (71) تكراراً وبنسبة (28,74%)، وتكون شرحاً لقصة حدث ما وتفصيلها، من مثل الشخص الذي نفذ اعتداءات ميونخ ووصف بأنه مختل عقلياً، وقصة استهداف المسيحيين في العالم وقتلهم بسبب دينهم، وغير ذلك من شروحات لقصص في مختلف الموضوعات .
- 2 - شروحات إحصائية : احتلت المرتبة الثانية بواقع (69) تكراراً وبنسبة (27,93%)، وهي تركز في شروحاتها على إحصائيات تنتمي إلى الحدث أو القضية، سواء كانت هذه الإحصائيات عن عدد الضحايا أم عدد السكان أم إحصائيات لدول أو أفراد أو غيرها، من مثل عدد المسلمين في العالم ونسبة كل دولة منهم، وإحصائيات أعداد قتلى الإرهاب في دول العالم وغيرها .
- 3 - شروحات زمنية : حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (47) تكراراً وبنسبة (19,02%)، وقد ركزت على المدد أو الفترات الزمنية المختلفة، من مثل تاريخ وصول الإنسان إلى الولايات المتحدة، أو تاريخ المعارك والتفجيرات أو تاريخ المناظرات في انتخابات الرئاسة الأمريكية منذ أسست إلى الآن، وغير ذلك .
- 4 - شروحات خرائطية : جاءت بالمرتبة الرابعة بواقع (38) تكراراً وبنسبة (15,38%)، وهي التي تقدم شروحات وفق خرائط تنتمي للحدث أو القضية المتناولة، سواء كانت هذه الخرائط لدول أم خرائط توضيحية لأحداث أو لقضايا وغيرها .

5 - شروحات رقمية : جاءت في المرتبة الخامسة والأخيرة بواقع (22) تكراراً وبنسبة (8,90%)، وتركز على شرح ما تم تناوله من أرقام عن مختلف الموضوعات التي تتضمن أرقاماً، وتفسير هذه الأرقام ومقارنتها بغيرها من مثل شروحات لعدد المرشحين أو الناخبين في الولايات المتحدة أو فرنسا أو المغرب أو غيرها وأعمارهم، أو أرقام الموازنات المالية للدول وتوزيعها على الوزارات ووضع تفسير لهذه الأرقام، وهكذا.

الجدول (3) : أنواع الإنفوغرافيك

ت	فئات أنواع الإنفوغرافيك	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	شروحات قصصية	71	28,74%	الأولى
2	شروحات إحصائية	69	27,93%	الثانية
3	شروحات زمنية	47	19,02%	الثالثة
4	شروحات خرائطية	38	15,38%	الرابعة
5	شروحات رقمية	22	8,90%	الخامسة
	المجموع	247	100%	

رابعاً- خطوات عملية تنفيذ الإنفوغرافيك

من خلال تحليلنا لعملية تنفيذ الإنفوغرافيك، يلاحظ أنها تتكون من مراحل عدة، هي :

1 - المرحلة الأولى - مرحلة التأليف : تتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (4)، وهي على النحو الآتي :

أ- بيانات ومعلومات من دون أسئلة : احتلت المرتبة الأولى، بواقع (83) تكراراً وبنسبة (33,60%)، وتضم بيانات ومعلومات خالية من أية أسئلة، وهي مجرد أنها تتضمن تلك المعلومات .

ب- بيانات ومعلومات احتوت على أسئلة عدة : جاءت في المرتبة الثانية بواقع (71) تكراراً وبنسبة (28,74%) ؛ أي تطرح عدة أسئلة تتعلق بالحدث المتناول .

ج- بيانات ومعلومات بسؤال واحد : حصلت على المرتبة الثالثة، بواقع (53) تكراراً

وبنسبة (21,45%)، ويتم طرح سؤال في بداية الإنفوغرافيك أو طرح سؤال واحد في نهاية الحدث المتناول أو القصة المتناولة، من مثل: ما أولويات ترانمب في موازنة 2018؟، وغيرها.

د- بيانات ومعلومات تجيب عن أسئلة: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (26) تكراراً وبنسبة (10,52%)؛ أي تتضمن إجابة عن سؤال ضمن سياق تناول الحدث. هـ- بيانات ومعلومات احتوت أسئلة وإجابات عن أسئلة: أخذت المرتبة الخامسة بواقع (14) تكراراً وبنسبة (5,66%)، تضم أسئلة وإجابات عن الحدث المتناول عن مختلف الموضوعات، خاصة تلك الأحداث التي تتضمن عدة احتمالات في التفسير، من مثل قضية الانقلاب التركي، أو قضية احتلال الموصل.

الجدول (4): الفئات الفرعية لخطوات تنفيذ عملية الإنفوغرافيك / مرحلة التأليف

ت	خطوات التنفيذ / التأليف	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	بيانات ومعلومات من دون أسئلة	83	33,60%	الأولى
2	بيانات ومعلومات احتوت على عدة أسئلة	71	28,74%	الثانية
3	بيانات ومعلومات بسؤال واحد	53	21,45%	الثالثة
4	بيانات ومعلومات تجيب عن أسئلة	26	10,52%	الرابعة
5	بيانات ومعلومات احتوت أسئلة وإجابات عن أسئلة	14	5,66%	الخامسة
8	المجموع	247	100%	

2 - المرحلة الثانية - مرحلة التنقية: وتتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (5)، وهي على النحو الآتي:

أ- بيانات ومعلومات ذات جودة نقية متفق بعضها مع بعض: وجاءت في المرتبة الأولى بواقع (197) تكراراً وبنسبة (79,75%)؛ أي أنها معروفة للمتلقي، وأنها خالية من الحشو والإضافات والتكرار أو التهكم أو الفرض لمعلومات غير معروفة. ب- بيانات ومعلومات غير نقية لم يتفق بعضها مع بعض: وحصلت على المرتبة الثانية بواقع (41) تكراراً وبنسبة (16,59%)؛ أي فيها من المعلومات غير المعروفة للمتلقي، وفيها شروحات زائدة ومحشوة بطريقة التكرارات والإضافات أو الفرض وغيرها،

مثل إنفوغرافيك عن اعتداء نيس، أو إنفوغرافيك عن قرصنة الإنترنت وغيرها.

ج- بيانات ومعلومات نقية وغير نقية معاً: واحتلت المرتبة الثالثة بواقع (9) تكرارات وبنسبة (3,64%)، وتتضمن عبارات وأفكاراً عن الموضوع بطريقة محشوة مرة ومختزلة مرة، من مثل الإنفوغرافيك عن معارك الموصل، أو الهجمات الكيميائية في سوريا، وهكذا.

الجدول (5): الفئات الفرعية لخطوات تنفيذ عملية الإنفوغرافيك/ مرحلة التنقية

ت	خطوات التنفيذ/ التنقية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	بيانات ومعلومات ذات جودة نقية متفق بعضها مع بعض	197	79,75%	الأولى
2	بيانات ومعلومات غير نقية لم يتفق بعضها مع بعض	41	16,59%	الثانية
3	بيانات ومعلومات نقية وغير نقية معاً	9	3,64%	الثالثة
	المجموع	247	100%	

3 - المرحلة الثالثة - مرحلة السياق: تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (6)، وهي على النحو الآتي:

أ- معلومات وبيانات مفسرة للقصة المتناولة: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (76) تكراراً وبنسبة (30,76%)، وهي تحتوي معلومات وبيانات، يتم تفسيرها ليتبين المتلقي تفاصيل القضية.

ب- معلومات وبيانات معلومة الغرض والتوجه: جاءت في المرتبة الثانية بواقع (63) تكراراً وبنسبة (25,50%)، ويستعين الإنفوغرافيك بمعلومات وبيانات واضحة الغرض وموجهة للهدف الأساسي منها.

ج- معلومات وبيانات مجهولة الغرض والتوجه: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (42) تكراراً وبنسبة (17%)، وتم عرض إنفوغرافيك لقضية ما دون أن يبين الغرض أو الأسباب أو المناسبة المرتبطة بالحدث المتناول.

د- معلومات وبيانات سردية غير مفسرة للقصة: جاءت في المرتبة الرابعة بواقع (39) تكراراً وبنسبة (15,78%)، وهي عرض لمعلومات وبيانات دون تفسير أو استبانة لها، بل مجرد بيانات معروضة فقط.

هـ- معلومات وبيانات عرض معالجة فنياً وبصرياً : حصلت على المرتبة الخامسة بواقع (27) تكراراً وبنسبة (10,93%)، وتضمنت معلومات وبيانات معالجة فنياً وبصرياً وفق معايير الفن الإنفوغرافيكى وإدراكها بصرياً وفق ذلك .

الجدول (6) : الفئات الفرعية لخطوات تنفيذ عملية الإنفوغرافيك / السياق

ت	خطوات التنفيذ/ السياق	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	معلومات وبيانات مفسرة للقصة المتناولة	76	30,76%	الأولى
2	معلومات وبيانات معلومة الغرض والتوجه	63	25,50%	الثانية
3	معلومات وبيانات مجهولة الغرض والتوجه	42	17%	الثالثة
4	معلومات وبيانات سردية غير مفسرة للقصة	39	15,78%	الرابعة
5	معلومات وبيانات عرض معالجة فنياً وبصرياً	27	10,93%	الخامسة
	المجموع	247	100%	

4 - المرحلة الرابعة - مرحلة الجمع : وفيها تتضح الفئات الفرعية على نحو ما في الجدول (7)، وهي :

- 1 - بيانات ومعلومات تجمع عدة أخبار : حصلت على المرتبة الأولى بواقع (184) تكراراً وبنسبة (74,49%)، وفيها يتضمن الإنفوغرافيك عدة أخبار تتعلق بالحدث المتناول، سواء كانت هذه الأخبار معلومة أم منشورة سابقاً، ويتم شرحها وتفسيرها أو الإضافة إليها، أو يتم توضيحها ودعمها بمعلومات أكثر سعة .
- 2 - بيانات ومعلومات تستند إلى خبر واحد : احتلت المرتبة الثانية بواقع (63) تكراراً وبنسبة (25,50%)، وهي تتضمن خبراً واحداً تبنى عليه أحداث تاريخية عدة أو معلومات تفسيرية أو غيرها .

الجدول (7) : الفئات الفرعية لخطوات تنفيذ عملية الإنفوغرافيك / الجمع

ت	خطوات التنفيذ/ الجمع	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	بيانات ومعلومات تجمع عدة أخبار	184	74,49%	الأولى
2	بيانات ومعلومات تستند إلى خبر واحد	63	25,50%	الثانية
3	المجموع	247	100%	

5 - المرحلة الخامسة - مرحلة الاتصال : تتضح الفئات الفرعية على نحو ما في الجدول

(8)، وهي :

1 - تصور المعلومات في رسومات بيانية : احتلت المرتبة الأولى بواقع (67) تكراراً

وبنسبة (27,12%)، وفيها تتوضح المعلومات بشكل رسوم بيانية وفق تراتبيتها المعلوماتية ؛ لإعطاء القارئ معلومات سريعة موضحة برسوم بيانية يمكن إدراكها بصرياً.

2 - تصور المعلومات في خرائط : أخذت المرتبة الثانية بواقع (51) تكراراً وبنسبة

(20,54%)، توضح هذه الفئة كيفية تصور المعلومات في خرائط لمختلف الموضوعات، سواء كانت خرائط بلدان أو بيئات أو أماكن أو حالات مختلفة، وهكذا.

3 - تصور المعلومات في رسوم كرافيتية : حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (42)

تكراراً وبنسبة (17%)، وهي تستند إلى رسوم كرافيتية لجذب القارئ بضرورة الاطلاع عليها، خاصة أن الرسم الكرافيتي يتميز بقدرته على جذب القراء وفق طبيعة إدراكهم البصري للفن الذي يتميز به.

4 - تصور المعلومات في رواية للقصة : حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (39)

تكراراً وبنسبة (15,78%)، وهي أن توضع المعلومات بقلب قصصي سهل وموجز ومختصر في تناوله لمختلف القضايا المطروحة في الإنفوغرافيك.

5 - تصور المعلومات في تطبيقات الأخبار : حصلت على المرتبة الخامسة بواقع (30)

تكراراً وبنسبة (12,14%) أي تضمينها وفق التناول الإخباري الذي يصور المعلومات فيها.

6 - تصور المعلومات في دراسات حالة في القصة : حصلت على المرتبة السادسة

بواقع (18) تكراراً وبنسبة (7,28%)؛ أي توضح قصة معينة لشخص ما وتصور المعلومات عنه وتضع اسم الشخص فقط في مقدمة الإنفوغرافيك ومن ثم تسرد قصته، وهو شبيه بدراسة الحالة في البحث العلمي، من مثل (صادق خان) الذي انتخب عمدة لندن عام 2016 و(سعد الحريري) الذي انتخب رئيساً للوزراء في لبنان، وهكذا.

الجدول (8) : الفئات الفرعية لخطوات التنفيذ / الاتصال

ت	خطوات التنفيذ / الاتصال	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	تصور المعلومات في رسومات بيانية	67	27,12%	الأولى
2	تصور المعلومات في خرائط	51	20,54%	الثانية
3	تصور المعلومات في رسوم كرافيتية	42	17%	الثالثة
4	تصور المعلومات في رواية للقصة	39	15,78%	الرابعة
5	تصور المعلومات في تطبيقات الأخبار	30	12,14%	الخامسة
6	تصور المعلومات في دراسات حالة في القصة	18	7,28%	السادسة
	المجموع	247	100%	

خامساً- مراحل إنجاز الإنفوغرافيك

يتضمن الإنجاز عدة مراحل وفق الآتي :

1 - المرحلة الأولى - تسلسل المعلومات : تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (9)، وهي على النحو الآتي :

أ- تسلسل زمني تراثبي : احتل المرتبة الأولى بواقع (85) تكراراً وبنسبة (34,41%)؛ مما يوضح كيفية تسلسل المعلومات والبيانات بشكل زمني تراثبي متتال يتلاءم مع الحدث المتناول؛ لتحفيز الجمهور وإثارة اهتمامه، وهكذا.

ب- تسلسل زمني متفرق : حصل على المرتبة الثانية بواقع (83) تكراراً وبنسبة (33,60%) وقد تضمن تسلسلاً زمنياً متفرقاً سواء كان من الأعلى إلى الأسفل أم بالعكس بالنسبة للسنين ومثله بالنسبة للإحصائيات وتسلسلها، وهكذا.

ج- تسلسل تراثبي زمني معاً : جاء في المرتبة الثالثة بواقع (79) تكراراً وبنسبة (31,98%)، ويتمثل في تضمين الإنفوغرافيك تسلسلاً تراثبياً ومتفرقاً معاً لكثير من الأحداث التي تناولها.

الجدول (9) : الفئات الفرعية لمراحل الإنجاز/ تسلسل المعلومات

ت	فئات تسلسل المعلومات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	تسلسل زمني تراثي	85	%34,41	الأولى
2	تسلسل زمني متفرق	83	%33,60	الثانية
3	تسلسل تراثي زمني معاً	79	%31,98	الثالثة
	المجموع	247	%100	

2 - المرحلة الثانية- تمثيل البيانات : تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (10)، وهي على النحو الآتي :

أ- تمثيل البيانات للمعلومات والأرقام معاً : حصل على المرتبة الأولى بواقع (133) تكراراً ونسبة (53,84%)، وتمثلت البيانات للمعلومات والأرقام معاً التي يتضمنها الإنفوغرافيك بصورة صورية مجتمعة وفق الجمع بين مختلف أدوات الإنفوغرافيك وخاصة مضمونه .

ب- تمثيل البيانات للمعلومات : احتل المرتبة الثانية بواقع (71) تكراراً ونسبة (28,74%)، ويتضح من مجموعة الإنفوغرافيك أن هناك تمثيلاً للمعلومات فقط، ترصد فيها الأحداث والقضايا التي تبين حجم هذا الحدث وطبيعته .

ج- تمثيل البيانات للأرقام : حصل على المرتبة الثالثة بواقع (43) تكراراً ونسبة (17,40%)، وتضمن تمثيلاً للأرقام ومحاولة إظهارها أو استعمالها بطريقة توضح أهميتها في الإنفوغرافيك .

الجدول (10) : الفئات الفرعية لمراحل الإنجاز/ تمثيل البيانات

ت	فئات مراحل الإنجاز/ تمثيل البيانات	ت	%	المرتبة
1	تمثيل البيانات للمعلومات والأرقام معاً	133	%53,84	الأولى
2	تمثيل البيانات للمعلومات	71	%28,74	الثانية
3	تمثيل البيانات للأرقام	43	%17,40	الثالثة
	المجموع	247	%100	

3 - المرحلة الثالثة - مرحلة المقارنات : تتضح الفئات الفرعية على نحو ما في الجدول (11)، وهي :

- أ- المقارنات : احتلت المرتبة الأولى بواقع (144) تكراراً وبنسبة (58,29%)، وقد تضمنت مقارنات بين الحدث الواحد أو عدة أحداث، وبين موضوع أو غيره، أو بين شخص وآخر أو مشكلة وأخرى، وهكذا.
- ب- من دون مقارنات : احتلت المرتبة الثانية بواقع (103) تكرارات وبنسبة (41,70%)، وقد خلت الإنفوغرافيك من أية مقارنات تعقدها لاستبانة قضية ما أو حدث، وهكذا.

الجدول (11) : الفئات الفرعية لمرحلة الإنجاز / المقارنات

ت	فئات مرحلة الإنجاز / المقارنات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	المقارنات	144	%58,29	الأولى
2	من دون المقارنات	103	%41,70	الثانية
8	المجموع	247	%100	

4 - المرحلة الرابعة - مرحلة الصورة : تتضح الفئات الفرعية لطبيعة الصورة وأنواعها، على النحو الوارد في الجدول (12)، وهي :

- 1 - صور فوتوغرافية : احتلت المرتبة الأولى بواقع (63) تكراراً وبنسبة (25,50%)، وتضمن الإنفوغرافيك فيها صوراً فوتوغرافية للحدث أو صور مدن أو أعمالاً إرهابية أو تفجيرات، وغيرها.
- 2 - صور معلومات وبيانات : حصلت على المرتبة الثانية بواقع (61) تكراراً وبنسبة (24,69%)، ويبين الإنفوغرافيك صوراً للمعلومات والبيانات بطريقة صورة منقولة وفق صورتها السابقة.
- 3 - صور فوتوغرافية + صور معلومات وصور بيانات : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (57) تكراراً وبنسبة (23,07%)، وتشكل الصور فيها بشكل مختلط، وتتضمن صوراً فوتوغرافية ومعلوماتية وبيانية في الإنفوغرافيك الواحد، وتحدث عن مختلف القضايا والأحداث.

4 - صور فوتوغرافية شخصية : حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (51) بنسبة (20,64%)، وتضمنت صوراً لشخصيات الحدث المتناول أو القضية المعروضة .

5 - صور فوتوغرافية للأماكن : جاءت في المرتبة الخامسة بواقع (15) تكراراً وبنسبة (6,07%)؛ حيث تضمنت صوراً مختلفة عن أماكن وقوع الأحداث التي يتناولها الإنفوغرافيك .

الجدول (12) : الفئات الفرعية لمراحل الإنجاز/ الصورة

ت	فئات طبيعة الصورة وأنواعها	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	صور فوتوغرافية عامة	63	25,50%	الأولى
2	صور معلومات وبيانات	61	24,69%	الثانية
3	صور فوتوغرافية + صور معلومات وبيانات	57	23,07%	الثالثة
4	صور فوتوغرافية شخصية	51	20,64%	الخامسة
5	صور فوتوغرافية للأماكن	15	6,07%	السادسة
	المجموع	247	100%	

5 - المرحلة الخامسة- المخططات : تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (13)، وهي على النحو الآتي :

1 - مخططات بيانية : احتلت المرتبة الأولى بواقع (61) تكراراً وبنسبة (24,69%)، وتضمنت مخططات بيانية للأحداث المتناولة فيما يخص كل الموضوعات المطروحة في الإنفوغرافيك .

2 - مخططات رسوم خرائط : حصلت على المرتبة الثانية بواقع (59) تكراراً وبنسبة (23,88%)، وتضمنت مخططات رسوم خرائط تبين طبيعة الأحداث والموضوعات التي تم تناولها .

3 - مخططات رسوم توضيحية : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (44) تكراراً وبنسبة (17,81%)، تضمنت مخططات لرسوم توضيحية تجيب عن كثير من الأحداث

- المتنولة بقصد جذب القارئ ولفت انتباهه وإدراكها بصرياً والتعامل معها .
- 4 - مخططات رسوم أشخاص : حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (36) تكراراً وبنسبة (14,57%) ، وقد تم تخطيط رسوم لشخصيات الحدث في الإنفوغرافيك .
- 5 - مخططات جداول : احتلت المرتبة الخامسة بواقع (29) تكراراً وبنسبة (11,74%) ، وتضمنت مخططات لجداول تعبر عن الحدث والقضية المتنولة يتم فيها الشرح والتوضيح .
- 6 - مخططات شعاعية : حصلت على المرتبة السادسة بواقع (18) تكراراً وبنسبة (7,28%) ، وتتميز برسم شعاع متواز أو متعاكس أو وفق متطلبات الحدث .

الجدول (13) : الفئات الفرعية لمراحل الإنجاز/ المخططات

ت	فئات المخططات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	مخططات بيانية	61	24,69%	الأولى
2	مخططات رسوم خرائط	59	23,88%	الثانية
3	مخططات رسوم توضيحية	44	17,81%	الثالثة
4	مخططات رسوم أشخاص	36	14,57%	الرابعة
5	مخططات جداول	29	11,74%	الخامسة
6	مخططات شعاعية	18	7,28%	السادسة
	المجموع	247	100%	

- 6 - المرحلة السادسة- تحليل البيانات : تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (14) ، وهي على النحو الآتي :

- أ- عرض الأسباب والنتائج مرفقة بإحصائيات : حصلت على المرتبة الأولى بواقع (73) تكراراً وبنسبة (29,55%) ، وتتضمن عرضاً مفصلاً للأسباب والنتائج أو للمشكلة أو القضية مرفقة بمختلف الإحصائيات وعن مختلف الموضوعات في الإنفوغرافيك .
- ب- إيضاح العلاقات بين عناصر الحدث مع أرقام : احتلت المرتبة الثانية بواقع (69) تكراراً وبنسبة (27,93%) ، وتضمنت إيضاحات للعلاقات بين عناصر الحدث وارتباطها بالأرقام المذكورة ؛ مما يمثل لغة بصرية تجذب القارئ .

ج- مخططات بيانية دالة مفسرة بأرقام وتواريخ : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (44) تكراراً وبنسبة (17,81%)، ويمثل الإنفوغرافيك مخططات بيانية دالة مفسرة بأرقام وتواريخ للحدث المتناول وعرض المعلومات البصرية بأسلوب أخاذ، لجذب القارئ بصرياً لأهمية الحدث .

د- مخططات زمانية رقمية مفسرة : حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (32) تكراراً وبنسبة (12,95%)، وقد تضمنت مخططات لأحداث زمانية تضم الأرقام المفسرة التي تجذب القارئ .

هـ- جداول مفسرة بأرقام وتواريخ : احتلت المرتبة الخامسة بواقع (29) تكراراً وبنسبة (11,74%)، وهي تعرض الإنفوغرافيك بجداول مفسرة لمختلف التواريخ والإحصائيات وغيرها من الأرقام باستخدام التقنيات البصرية لمساعدة الجمهور على «إدراك الفكرة» .

الجدول (14) : الفئات الفرعية لمراحل الإنجاز/ تحليل البيانات

ت	فئات تحليل البيانات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	عرض الأسباب والنتائج مرفقة بإحصائيات	73	29,55%	الأولى
2	إيضاح العلاقات بين عناصر الحدث مع أرقام	69	27,93%	الثانية
3	مخططات بيانية دالة مفسرة بأرقام وتواريخ	44	17,81%	الثالثة
4	مخططات زمانية رقمية مفسرة	32	12,95%	الرابعة
5	جداول مفسرة بأرقام وتواريخ	29	11,74%	الخامسة
	المجموع	247	100%	

7 - المرحلة السابعة - مرحلة الأرقام : تتضح الفئات الفرعية على النحو الوارد في الجدول (15)، وهي :

أ- أرقام تواريخ الحدث والقصة : حصلت على المرتبة الأولى بواقع (98) تكراراً وبنسبة (39,67%)، وهي تعبر عن ضرورة الاستعانة بالتواريخ والأرقام؛ لغرض توضيح الفكرة وإيصالها، من خلال وضع تواريخ للحدث وللقصة .

- ب- أرقام نسب مئوية : احتلت المرتبة الأولى بواقع (83) تكراراً ونسبة (33,60%)، ويركز الإنفوغرافيك فيها على الاستعانة بالنسبة المئوية في رصدها للأحداث وخاصة ما يتعلق بالموضوعات السياسية والإنسانية والأمنية .
- ج- أرقام تواريخ وإحصائيات ونسب معاً : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (66) تكراراً ونسبة (26,72%)، وفيها يجمع الإنفوغرافيك بين تواريخ الأحداث والإحصائيات؛ لإقناع المتلقي بصدقيتها وجذبه لمتابعتها، باستخدام لغة الجمهور التجميلية .

الجدول (15) : الفئات الفرعية لمراحل الإنجاز/ الأرقام

ت	فئات الأرقام	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	أرقام تواريخ الحدث والقصة	98	39,67%	الأولى
2	أرقام نسب مئوية	83	33,60%	الثانية
3	أرقام تواريخ وإحصائيات ونسب معاً	66	26,72%	الثالثة
	المجموع	247	100%	

8 - المرحلة الثامنة - مرحلة سحابة الكلمات : تتضح الفئات الفرعية على النحو الوارد في الجدول (16)، وهي :

- أ- كلمات متنوعة بحجم الحروف : حصلت على المرتبة الأولى بواقع (87) تكراراً ونسبة (35,22%)، وقد تضمنت كلمات متنوعة بحجم الحروف العادية المستخدمة في الصحف التقليدية .
- ب- كلمات بحروف متوسطة الحجم : احتلت المرتبة الثانية بواقع (78) تكراراً ونسبة (31,57%)، واستخدمت كلمات بحروف متوسطة الحجم مثل (14، 16، 18، 20)، وهكذا .
- ج- كلمات بحروف صغيرة : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (65) تكراراً ونسبة (26,31%)، من مثل كلمات بحجم (10، 11، 12)، وهكذا .

- د- كلمات ناعمة الحرف : حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (9) تكرارات ونسبة (3,64%) ، من مثل كلمات بحجم (8،9) ، وغيرها .
- هـ- كلمات بحروف كبيرة : احتلت المرتبة الخامسة بواقع (8) تكرارات ونسبة (3,23%) ، مثل كلمات بحجم (20، 22، 24) ، وهكذا .

جدول (16) : الفئات الفرعية لمراحل الإنجاز/ سحابة الكلمات

ت	فئات سحابة الكلمات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	كلمات متنوعة بحجم الحروف	87	35,22%	الأولى
2	كلمات بحروف متوسطة الحجم	78	31,57%	الثانية
3	كلمات بحروف صغيرة	65	26,31%	الثالثة
4	كلمات ناعمة الحرف	9	3,64%	الرابعة
5	كلمات بحروف كبيرة	8	3,23%	الخامسة
8	المجموع	247	100%	

سادساً-الألوان

المرحلة الأولى- اختيار الألوان : كالألوان الأساسية والثانوية والثلاثية التي تتناسب مع الحدث . وتتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (17)، وهي على النحو الآتي :

1 - الألوان الأساسية : احتلت المرتبة الأولى بواقع (93) تكراراً ونسبة (37,65%) ، وتمثل في تضمين الإنفوغرافيك الألوان الأساسية المعروفة .

2 - الألوان الثانوية : حصلت على المرتبة الثانية بواقع (91) تكراراً ونسبة (36,84%) ، استعان الإنفوغرافيك بالألوان الثانوية؛ لجذب القارئ؛ إذ إن اختيار الألوان جزء من جذب القارئ واستمالته؛ ليدرك الفرق بين عرض الوقائع البصرية وتمثيل الأفكار .

3 - الألوان الثلاثية : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (63) تكراراً ونسبة (25,50%) ، وتمثل في تضمين المزج بين الألوان الأساسية والألوان الثانوية .

الجدول (17) : الفئات الفرعية لاختيار الألوان

ت	فئات الألوان	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	الألوان الأساسية	93	37,65%	الأولى
2	الألوان الثانوية	91	36,84%	الثانية
3	الألوان الثلاثية	63	25,50%	الثالثة
	المجموع	247	100%	

المرحلة الثانية - قياس الألوان : هناك ثلاثة معايير لقياس اللون ، وتوضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (18)، وهي على النحو الآتي :

1 - التدرج اللوني : احتلت المرتبة الأولى بواقع (121) تكراراً، وبنسبة (48,98%)، وتميزت الألوان بالتدرج للتأثير في القارئ والمتلقي .

2 - التشبع اللوني : حصلت على المرتبة الثانية بواقع (79) تكراراً وبنسبة (31,98%)، وتمثل في تضمين الإنفوغرافيك الألوان المركزة والمشبعة بنقائنها وبريقها اللوني .

3 - البريق اللوني : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (47) تكراراً وبنسبة (19,02%) .

الجدول (18) : الفئات الفرعية لقياس الألوان

ت	فئات قياس الألوان	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	التدرج اللوني	121	48,98%	الأولى
2	التشبع اللوني	79	31,98%	الثانية
3	البريق اللوني	47	19,02%	الثالثة
	المجموع	247	100%	

سابعاً - اعتماد التسلسل والنمطية في سرد المعلومات

توضح فئاتها الفرعية من خلال الجدول (19)، وهي :

1 - أفقي + دائري + مربع + شعاعي + قوائم : حصلت على المرتبة الأولى بواقع (79) تكراراً وبنسبة (31,98%)، وفيها اعتمد الإنفوغرافيك على التسلسل

- والنمطية في سرد معلومات الحدث ، باختيار التسلسل الدائري والأفقي والمربع والشعاعي وعلى شكل قوائم في شكله .
- 2 - دائري + مربع + قوائم : احتلت المرتبة الثانية بواقع (68) تكراراً ونسبة (27,53%) ، وتعتمد على الشكل الدائري والمربع والقوائم .
- 3 - مربع + شعاعي + أفقي : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (47) تكراراً ونسبة (19,02%) ، وهي تختار المربع والشعاعي والأفقي .
- 4 - هرمي + قوائم + شعاعي : حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (32) تكراراً ونسبة (12,95%) ، وهي تستعين بالهرمي والقوائم والشعاعي .
- 5 - شعاعي + دائري + أفقي : حصلت على المرتبة الخامسة بواقع (22) تكراراً ونسبة (8,90%) ، وتتضمن العمل بالشعاعي والدائري والأفقي .

الجدول (19) : الفئات الفرعية لاعتماد التسلسل والنمطية في سرد المعلومات

ت	فئات التسلسل في سرد المعلومات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	أفقي + دائري + مربع + شعاعي + قوائم	79	31,98%	الأولى
2	دائري + مربع + قوائم	68	27,53%	الثانية
3	مربع + شعاعي + أفقي	47	19,02%	الثالثة
4	هرمي + قوائم + شعاعي	32	12,95%	الرابعة
5	شعاعي + دائري + أفقي	22	8,90%	الخامسة
	المجموع	247	100%	

ثامناً- نسبة استخدام المعلومات والصور والمخططات

- تتضح الفئات الفرعية من خلال الجدول (20) ، وحددت فيه نسبة كل فن داخل الإنفوغرافيك وفق تقسيم الجزء على الكل ، وهي على النحو الآتي :
- 1 - الصور : ونسبتها 40% من مجموع العينة؛ فالصور نفسها ناقلات للمعلومات .

- 2 - الكتابة : ونسبتها 30% من مجموع العينة ؛ لتوصيل حجة مقنعة للمتلقي .
- 3 - الرموز والأسهم والدلالات : ونسبتها 15% من مجموع العينة .
- 4 - الجداول : ونسبتها 10% من مجموع العينة ، وتستخدم كأدلة بصرية .
- 5 - المخططات : ونسبتها 5% من مجموع العينة ، وتستخدم لتوضيح المفاهيم المعقدة .

الجدول (20) : الفئات الفرعية لنسبة استخدام المعلومات والصور والمخططات

ت	نسبة استخدام المعلومات والصور والمخططات والرموز %	%
1	الصور	40%
2	الكتابة	30%
3	الرموز والأسهم والدلالات	15%
4	الجداول	10%
5	المخططات	5%
	المجموع	100%

تاسعاً- عدد موضوعات تصميم إنفوغرافيك

تتضح فئاتها الفرعية من خلال الجدول (21)، وهي :

- 1 - موضوع واحد : احتلت المرتبة الأولى بواقع (176) تكراراً ونسبة (71,25%) ، ويتضمن الإنفوغرافيك فيها موضوعاً واحداً فقط ، يتناول قضية واحدة أو حدثاً .
- 2 - موضوعان : حصلت على المرتبة الثانية بواقع (63) تكراراً ونسبة (25,50%) ، تناول الإنفوغرافيك موضوعين معاً متقاربين لعرض الحدث أو القضية ، ويشتركان فيها .
- 3 - ثلاثة موضوعات : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (8) تكرارات ونسبة (3,23%) ، اختارت ثلاث قضايا معاً ترتبط بموضوع واحد وتدعم بالمعلومات والبيانات .

الجدول (21) : الفئات الفرعية لعدد موضوعات تصميم الإنفوغرافيك

ت	عدد الموضوعات في التصميم الواحد	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	موضوع واحد	176	71,25%	الأولى
2	موضوعان	63	25,50%	الثانية
3	ثلاثة موضوعات	8	3,23%	الثالثة
	المجموع	247	100%	

عاشراً- المعلومات الممثلة بصرياً

اتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (22)، وهي على النحو الآتي :

- 1 - معلومات ممثلة بصرياً وغير ممثلة معاً : حصلت على المرتبة الأولى بواقع (237) تكراراً وبنسبة (95,95%)، وهي معلومات مكتوبة وموزعة على سطح الإنفوغرافيك، ومنقولة من وثائق أخرى؛ لجذب القراء واستمالتهم، وتقديم طريقة لهم للتواصل مباشرة مع المحتوى.
- 2 - معلومات ممثلة بصرياً فقط : احتلت المرتبة الثانية بواقع (6) تكرارات وبنسبة (2,42%)، وهي معلومات معمولة بصرياً دون كتابتها مباشرة على سطح الإنفوغرافيك وإنما يتم نقلها مكتوبة كما هي وإضافتها للتصميم؛ لجذب القارئ، وتستخدم شكلاً بصرياً لتقديم الوقائع المستبطنة.
- 3 - معلومات غير ممثلة بصرياً : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (4) تكرارات وبنسبة (1,61%)، وهي معلومات مكتوبة وموزعة مباشرة على سطح الإنفوغرافيك.

الجدول (22) : الفئات الفرعية للمعلومات الممثلة بصرياً

ت	المعلومات الممثلة بصرياً	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	معلومات ممثلة بصرياً وغير ممثلة معاً	237	95,95%	الأولى
2	معلومات ممثلة بصرياً فقط	6	2,42%	الثانية
3	معلومات غير ممثلة بصرياً	4	1,61%	الثالثة
	المجموع	247	100%	

حادي عشر - العناوين المستخدمة في الإنفوغرافيك

اتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (23) وهي على النحو الآتي :

- 1 - عنوان واحد مع عناوين فرعية : احتلت المرتبة الأولى بواقع (127) تكراراً وبنسبة (51,41%)، يتضمن الإنفوغرافيك عنواناً واحداً رئيسياً وعناوين فرعية متفرقة .
- 2 - عناوين رئيسية وفرعية : حصلت على المرتبة الثانية بواقع (79) تكراراً وبنسبة (31,98%)، وتتضمن عناوين رئيسية وفرعية مختلفة .
- 3 - عنوان واحد بارز فقط : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (41) تكراراً وبنسبة (16,59%)، وتتضمن عنواناً واحداً بارزاً فقط .

الجدول (23) : الفئات الفرعية للعناوين المستخدمة

ت	فئات العناوين المستخدمة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	عنوان واحد مع عناوين فرعية	127	51,41%	الأولى
2	عناوين رئيسية وفرعية	79	31,98%	الثانية
3	عنوان واحد بارز فقط	41	16,59%	الثالثة
	المجموع	247	100%	

ثاني عشر - جمل المعلومات

تتضح فئاتها الفرعية من خلال الجدول (24)، وهي :

- 1 - جمل طويلة وقصيرة معاً : احتلت المرتبة الأولى بواقع (112) تكراراً وبنسبة (45,34%)، وتتضمن جملاً طويلة وقصيرة ضمن معيار طول الجملة وقصرها وفق المقياس اللغوي .
- 2 - جمل قصيرة : احتلت المرتبة الثانية بواقع (73) تكراراً وبنسبة (29,55%)، وتضمنت جملاً قصيرة فقط .
- 3 - جمل طويلة : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (62) تكراراً وبنسبة (25,10%)، وقد تضمنت جملاً طويلة فقط .

الجدول (24) : فئات جمل المعلومات

ت	فئات جمل المعلومات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	جمل طويلة وقصيرة معاً	112	45,34%	الأولى
2	جمل قصيرة	73	29,55%	الثانية
3	جمل طويلة	62	25,10%	الثالثة
	المجموع	247	100%	

ثالث عشر - مصادر المعلومات والبيانات

تتضح فئاتها الفرعية من خلال الجدول (25)، وهي :

- 1 - مصدران : احتلت المرتبة الأولى بواقع (124) تكراراً ونسبة (50,20%) ؛ أي يسند الإنفوغرافيك معلوماته بمصدرين يذيل فيهما الإنفوغرافيك في نهايته .
- 2 - مصدر واحد : حصلت على المرتبة الثانية بواقع (118) تكراراً ونسبة (47,77%) ، ويذيل فيه الإنفوغرافيك معلوماته .
- 3 - ثلاثة مصادر : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (5) تكرارات ونسبة (2,02%) ، تذييل في الإنفوغرافيك المعلومات المعروضة .

الجدول (25) : الفئات الفرعية لمصادر المعلومات

ت	فئات مصادر المعلومات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	مصدران	124	50,20%	الأولى
2	مصدر واحد	118	47,77%	الثانية
3	ثلاثة مصادر	5	2,02%	الثالثة
	المجموع	247	100%	

رابع عشر - أنواع الرسوم المستخدمة

تتضح فئاتها الفرعية من خلال الجدول (26)، وهي:

- 1 - الرسوم المختلطة معاً: احتلت المرتبة الأولى بواقع (82) تكراراً وبنسبة (33,19%)، ويتضمن فيها الإنفوغرافيك رسوماً مختلطة بالتصميم الواحد.
- 2 - الرسم البياني الخطي: جاءت في المرتبة الثانية بواقع (62) تكراراً وبنسبة (25,10%)، وتتضمن رسوماً بيانية خطية لسهولة تعرف الحدث والقضية المتناولة.
- 3 - الرسم البياني الأفقي: حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (59) تكراراً وبنسبة (23,88%)، وتتضمن رسوماً بيانية أفقية؛ لجذب القارئ واستمالته للحدث المتناول.
- 4 - الرسم البياني العمودي: احتلت المرتبة الرابعة بواقع (44) تكراراً وبنسبة (17,81%)، وتتضمن رسوماً بيانية عمودية؛ لسهولة جذب القراء.

الجدول (26): أنواع الرسوم المستخدمة

ت	فئات أنواع الرسوم المستخدمة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	الرسوم المختلطة معاً	82	33,19%	الأولى
2	الرسم البياني الخطي	62	25,10%	الثانية
3	الرسم البياني الأفقي	59	23,88%	الثالثة
4	الرسم البياني العمودي	44	17,81%	الخامسة
	المجموع	247	100%	

خامس عشر - تدرج عمليات تصميم قصة المعلومات

اتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (27) وهي على النحو الآتي:

- 1 - تبدأ بكلمات لعرض الحدث: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (74) تكراراً وبنسبة (29,25%)، ويرصد الإنفوغرافيك بداية بالتركيز على بعض الكلمات لعرض الحدث فيما بعد بالتفصيل.

2 - تبدأ بأرقام لشرح الحدث : احتلت المرتبة الثانية بواقع (53) تكراراً ونسبة (21,45%)، تبدأ واجهة الإنفوغرافيك برقم يرتبط بالحدث المتناول سواء كان رقماً تاريخياً أم إحصائياً، أو رقماً عدداً أم نسباً ما ؛ لتحويل انتباه القارئ للاستمرار في قراءته .

3 - تبدأ برمز أو دلالة عن الحدث : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (52) تكراراً ونسبة (21,05%)، وتضمنت الإنفوغرافيك رمزاً ما أو دلالة مرتبطة بالحدث والقضية المتناولة .

4 - تبدأ بصورة عن الحدث : حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (47) تكراراً ونسبة (19,02%)، ويبدأ الإنفوغرافيك بوضع صورة تنتمي إلى الحدث المتناول وتفصح عنه .

5 - تبدأ بعرض مصحوب بشرح : احتلت المرتبة الخامسة بواقع (21) تكراراً ونسبة (8,50%)، وتبدأ بشرح قصة الحدث وتتبع تفاصيلها فيما بعد .

الجدول (27) : الفئات الفرعية لتدرج عمليات تصميم قصة المعلومات

ت	فئات تدرج عمليات القصة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	تبدأ بكلمات لعرض الحدث	74	29,25%	الأولى
2	تبدأ بأرقام لشرح الحدث	53	21,45%	الثانية
3	تبدأ برمز أو دلالة عن الحدث	52	21,05%	الثالثة
4	تبدأ بصورة عن الحدث	47	19,02%	الرابعة
5	تبدأ بعرض مصحوب بشرح	21	8,50%	الخامسة
	المجموع	247	100%	

سادس عشر - أقسام البيانات من حيث النوع

اتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (28)، وهي :

1 - بيانات مختلطة : احتلت المرتبة الأولى بواقع (92) تكراراً ونسبة (37,24%) ؛ أي يذكر فيها كل ما هو متوافر من معلومات عن القصة أو الحدث المتناول لجذب القارئ .

- 2 - بيانات كمية لغة الأرقام : احتلت المرتبة الثانية بواقع (68) تكراراً ونسبة (27,53%)، وهناك بيانات تتحدث عن أرقام لها صلة وثيقة بالحدث المتناول .
- 3 - بيانات وصفية سردية : حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (55) تكراراً ونسبة (22,26%)، وتتمثل في تضمين الإنفوغرافيك بيانات وصفية سردية عن الحدث والقضية المتناولة .
- 4 - بيانات لغة الجسد : احتلت المرتبة الخامسة بواقع (32) تكراراً ونسبة (12,95%)، وهي بيانات مرسومة بوساطة لغة الجسد، ويتم الاستعانة بها لجذب القارئ خاصة في الموضوعات الإنسانية والموضوعات السياسية وغيرها .

الجدول (28) : الفئات الفرعية لأقسام البيانات من حيث النوع

ت	فئات أقسام البيانات من حيث النوع	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	بيانات مختلطة	92	37,24%	الأولى
2	بيانات كمية لغة الأرقام	68	27,53%	الثانية
3	بيانات وصفية سردية	55	22,26%	الثالثة
4	بيانات لغة الجسد	32	12,95%	الرابعة
	المجموع	247	100%	

سابع عشر - طريقة الرسومات في تصميم الإنفوغرافيك
تتضح الفئات الفرعية من خلال الجدول (29)، وهي :

- 1 - أعمدة : حصلت على المرتبة الأولى بواقع (58) تكراراً ونسبة (23,48%)، ويختار المصمم طريقة وضع الأعمدة في تصميم الإنفوغرافيك لإضفاء وسيلة جذب أكثر تأثيراً .
- 2 - أشرطة : احتلت المرتبة الثانية بواقع (49) تكراراً ونسبة (19,83%)، ويختار المصمم طريقة وضع أشرطة متعددة تتلاءم مع الحدث المتناول .
- 3 - أشكال الكعكة : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (42) تكراراً ونسبة (17%)، واشتهرت طريقة استخدام شكل الكعكة في الإنفوغرافيك وإبرازها وسيلة جمالية لجذب القارئ .

- 4 - دوائر : حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (41) تكراراً وبنسبة (16,56%)، وفيها يتضمن الإنفوغرافيك الدوائر المتعددة وبأحجام مختلفة في تصميمها.
- 5 - جداول : احتلت المرتبة الخامسة بواقع (34) تكراراً وبنسبة (13,76%)، ويتضمن الإنفوغرافيك فيها استخدام الجداول كأسلوب إقناعي في عرض المادة التي تفصح عن الحدث.
- 6 - شعاع : احتلت المرتبة السادسة بواقع (23) تكراراً وبنسبة (9,31%)، ويستند الإنفوغرافيك فيها إلى استخدام الشعاع في الرسوم التي تجيب عن تفاصيل الحدث.

الجدول (29) : الفئات الفرعية لطريقة الرسوم

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	فئات طريقة الرسوم	ت
الأولى	23,48%	58	أعمدة	1
الثانية	19,83%	49	أشرطة	2
الثالثة	17%	42	أشكال الكعكة	3
الرابعة	16,56%	41	دوائر	4
الخامسة	13,76%	34	جداول	5
السادسة	9,31%	23	شعاع	6
	100%	247	المجموع	

ثامن عشر - أنماط الخطوط

تتضح الفئات الفرعية من خلال الجدول (30)، وهي :

- 1 - الوزن : حصلت على المرتبة الأولى بواقع (58) تكراراً وبنسبة (23,48%)؛ أي توضيح سُمك الخط لإبراز أهمية النص أو الصورة، وعمق العلاقة بين البيانات؛ لجذب القارئ أكثر.
- 2 - لون الخط : حازت المرتبة الثانية بواقع (49) وبنسبة (19,83%)، ويستعان بها لإبراز الاختلافات بين البيانات، كأحد أساليب الإقناع.
- 3 - نهاية الخط : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (42) وبنسبة (17%)، وتستخدم لإبراز معان معينة بين البيانات المختلفة.

4 - الطول : حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (41) تكراراً وبنسبة (16,56%)، وفيها يستخدم التصميم طول الخط للتعبير عن مدى بُعد أو قصر المسافات بين البيانات لجذب القارئ.

5 - نمط الخط : حصلت على المرتبة الخامسة بواقع (34) تكراراً وبنسبة (13,76%)، وقد استخدم التصميم بحيث يكون الخط مستقيماً أو مكوناً من نقاط بعيدة لعمق العلاقة بين البيانات.

6 - اتجاه الخط : احتلت المرتبة السادسة بواقع (23) وبنسبة (9,31%)، وحدد اتجاه الخط مسار القصة الصحفية، كي يتابع القارئ تدفق البيانات.

الجدول (30): أنماط الخطوط

ت	فئات أنماط الخطوط	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	الوزن	58	23,48%	الأولى
2	لون الخط	49	19,83%	الثانية
3	نهاية الخط	42	17%	الثالثة
4	الطول	41	16,56%	الرابعة
5	نمط الخط	34	13,76%	الخامسة
6	اتجاه الخط	23	9,31%	السادسة
	المجموع	247	100%	

تاسع عشر - أنواع الأعمدة

يوضح الجدول (31) الفئات الفرعية، وهي على النحو الآتي:

1 - الأعمدة المزدوجة : حصلت على المرتبة الأولى بواقع (58) تكراراً وبنسبة (23,48%)، ويقارن فيها بين عدة متغيرات بينها علاقة، لإطلاع الناس على مسألة معينة أو على دعوتهم إلى التوغل فيها.

2 - الأعمدة المركبة : احتلت المرتبة الثانية بواقع (49) تكراراً وبنسبة (19,83%)، واستخدمت للمقارنة بين مجموعات فرعية من البيانات في مدة زمنية واحدة،

وترتب المجموعات الفرعية التابعة تصاعدياً، عبر عمل فني سيستجيب له الجمهور المستهدف.

3 - الأعمدة المقسمة : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (42) تكراراً وبنسبة (17%)، وتقران علاقة المجموعات الفرعية من البيانات إجمالاً في مدة زمنية، وتأخذ البيانات نسبة مئوية.

الجدول (31): أنواع الأعمدة

ت	فئات أنواع الأعمدة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	الأعمدة المزدوجة	58	23,48%	الأولى
2	الأعمدة المركبة	49	19,83%	الثانية
3	الأعمدة المقسمة	42	17%	الثالثة
	المجموع	247	100%	

عشرون - المصطلحات الحسابية

يتضح من الجدول (32) الفئات الفرعية، وهي:

- 1 - المتوال : احتلت المرتبة الأولى بواقع (76) تكراراً وبنسبة (30,76%)، ويستخدم لإبراز الأرقام الأكثر وجوداً وشيوعاً وتكراراً في مجموعة البيانات.
- 2 - الوسيط : حصلت على المرتبة الثانية بواقع (62) تكراراً وبنسبة (25,10%)، ويستخدم لإبراز القيمة التي تقسم البيانات إلى مجموعتين متساويتين وترتيبها تصاعدياً وتنزلياً.
- 3 - الوسيط الحسابي : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (61) تكراراً وبنسبة (24,69%)، وتستخدم قيم المفردات الجديدة مساوية لمجموعة البيانات القديمة؛ لجذب القارئ واستمالته.
- 4 - النسبة المئوية : نالت المرتبة الرابعة بواقع (48) تكراراً وبنسبة (19,43%)، وتستخدم النسب المئوية التي تبين العلاقة بين كميتين بالرمز (%) لتبنيه المتلقي لأهميته.

الجدول (32): المصطلحات الحسابية

ت	فئات المصطلحات الحسابية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	المتوال	76	30,76%	الأولى
1	الوسيط	62	25,10%	الثانية
2	الوسيط الحسابي	61	24,69%	الثالثة
3	النسبة المئوية	48	19,43%	الرابعة
	المجموع	247	100%	

واحد وعشرون - عناصر التصميم الإنفوغرافيكي

يتضح من خلال الجدول (33) الفئات الفرعية، وهي:

1 - البيانات : حصلت على المرتبة الأولى بواقع (47) تكراراً وبنسبة (19,02%)،

وجاءت في سياق القصة الصحفية التي تسعى لتوصيلها للقراء .

2 - الألوان : نالت المرتبة الثانية بواقع (41) تكراراً وبنسبة (16,59%)،

ويحرص التصميم على اختيار ألوان تتناسب مع الحدث وذات معنى مرتبط بالبيانات .

3 - الرسم البياني : احتلت المرتبة الثالثة بواقع (38) تكراراً وبنسبة (15,38%)،

وفيها تستخدم الأشكال التي تأخذ صوراً عدة، ويحمل كل منها معنى مختلفاً؛ لجذب القارئ واستمالته .

4 - السياق : احتلت المرتبة الرابعة بواقع (32) تكراراً وبنسبة (12,95%)، وفيها

تسرد البيانات بوضوح لإيصالها للقارئ دون أن يحتاج لكثير من المفاتيح الاسترشادية .

5 - النص : نالت المرتبة الخامسة بواقع (30) تكراراً وبنسبة (12,95%)، ويستخدم

النص بعناية ليكون عنصراً مساعداً لتوضيح العلاقات بين البيانات .

6 - الأحجام : حصلت على المرتبة السادسة بواقع (27) تكراراً وبنسبة (12,14%)؛

دلالة لحجم البيانات وطبيعتها وأهميتها، ليسهل على القارئ استيعاب قصة الحدث والفرق بين النسب والأوزان المختلفة للبيانات .

7 - الخطوط : نالت المرتبة السابعة بواقع (21) تكراراً وبنسبة (10,93%)، وهي تساعد على توضيح طبيعة العلاقة بين البيانات، وتسهم في تحديد اتجاه سياق القصة الصحفية.

8 - الرموز : احتلت المرتبة الثامنة بواقع (11) تكراراً، وبنسبة (4,45%)، وتستخدم لاختصار النص والتعبير عن البيانات لجذب القارئ واستمالته.

الجدول (33) : عناصر التصميم الإنفوغرافيك

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	فئات عناصر التصميم	ت
الأولى	19,02%	47	البيانات	1
الثانية	16,59%	41	الألوان	2
الثالثة	15,38%	38	الرسم البياني	3
الرابعة	12,95%	32	السياق	4
الخامسة	12,14%	30	النص	5
السادسة	10,93%	27	الأحجام	6
السابعة	8,50%	21	الخطوط	7
الثامنة	4,45%	11	الرموز	8
	100%	247	المجموع	

- الاستنتاجات :

- (1) جسدت مضامين الإنفوغرافيك الموضوعات الإنسانية والسياسية والأمنية بطريقة جذابة للقارئ واتباع أساليب تقنية فنية وبصرية لإقناع القارئ.
- (2) رصدت طبيعة (جغرافية) الموضوعات في الإنفوغرافيك : العربية، الإقليمية، العالمية.
- (3) أظهرت أنواع الإنفوغرافيك المختلفة : الشروحات القصصية، والشروحات الإحصائية، والشروحات الزمنية، والشروحات الخرائطية، والشروحات الرقمية.

- (4) وضحت خطوات التصميم في عملية تنفيذ الإنفوغرافيك، كالتأليف، والتنقية، والسياق، والجمع، والاتصال، وهذه الخطوات تم إبرازها عن طريق التصميم المتتالي.
- (5) كشف تصميم الإنفوغرافيك مراحل إنجاز، كالتسلسل الزمني، وتمثيل البيانات، والمقارنات، والصورة، والمخططات، وتحليل البيانات، والأرقام، وسحابة الكلمات.
- (6) تبين من البحث أن صحافة الإنفوغرافيك استخدمت أكثر من طريقة للتعبير عن الحدث والقضية المتناولة؛ فاستخدم التصميم الألوان والخطوط والرسومات والصور الفوتوغرافية والكرافيتية، بطريقة تشكل تأثيراً مباشراً ومؤثراً على القارئ، واختيرت الألوان والخطوط، التي تتلاءم مع الموضوعات لجذب القارئ واستمالته.
- (7) ركزت الإنفوغرافيك على إظهار الرؤى والاتجاهات وتحديد الموضوعات، وبيان تفاصيلها بصورة مختصرة وسريعة القراءة والتمعن، واعتمدت التسلسل والنمطية في سرد المعلومات، وإضفاء التصميم الذي يحتوي السرد بالصورة.
- (8) اعتمدت على استخدام المعلومات والصور والمخططات، والخرائط، والرسومات، أكثر من الكتابة؛ أي أنها وضحت المعلومات التي يمكن تمثيلها بصرياً، فضلاً عن غيرها التي لم تمثل بصرياً، والإكثار من استخدام الأدوات البصرية لجذب القارئ.
- (9) اعتمدت أنواع الرسوم، والرموز الدالة والمعبرة، فضلاً عن تدرج العمليات؛ أي تصميم قصة المعلومات، واستخدمت طريقة الرسومات في التصميم باستخدام أشكال متنوعة للتعبير عن المعلومات، وهذه الأشكال تقوم مقام الكلمات، كالرسم البياني والخرائط، والدوائر والأرقام والملفات وتحليل الخطاب وتصميمات الإنفوغرافيك المتنوعة.
- (10) استعملت الإنفوغرافيك، الجمل القصيرة، والطويلة للتعبير عن الموضوعات التي تناولتها، ومحاولة الاقتراب من فهم القارئ، فضلاً عن استعانتها بالعناوين الرئيسة والفرعية معاً، مثلما اختارت العنوان الواحد.

- (11) اختصرت الإنفوغرافيك الكتابة المكثفة ببعض الكلمات التي تجيب عن الأسئلة الستة في الصحافة التقليدية لسهولة إيصالها للمتلقي، وشيوع استخدام الألوان المختلفة لجذب القراء.
- (12) استحوذت صحافة الإنفوغرافيك على اهتمام الجريدة عينة البحث من خلال إصدارها يومياً وإتقان عال في النسخة الإلكترونية، واستخدامها للاستمالات ووسائل الجذب لإقناع القراء لتتبعها، بمساعدة التطورات التقنية والسرعة في التكنولوجيا.
- (13) أظهرت الجريدة عناصر التصميم المستخدمة في الإنفوغرافيك، في مختلف الموضوعات، فضلاً عن استخدامها الوسط الحسابي وأنواع الخطوط والأعمدة، والألوان.
- (14) كانت البيانات مصدراً لصحافة البيانات والأداة التي يتم عن طريقها سرد الأحداث، أو أن تكون كليهما، ومثل أي مصدر آخر، ينبغي أن تعامل بشيء من الشك؛ ومثل أية أداة، ينبغي أن ندرك كيف يمكنها تشكيل الأخبار التي تصنعها وتقيدها.
- (15) أبرزت الجريدة أن المعلومة مقدمة على الرأي الشخصي، وهي مرتبطة بتحليل لإيجاد معنى ووضع هيكلية لسيل البيانات غير المتناهية، والكشف عن أساليب إنجازها وتطبيقاتها بعيداً عن الصحافة التقليدية.

الهوامش والمراجع

- (1) المحكمون هم:
 - أ.م.د.د. عبد الأمير الفيصل.
 - أ.م.د. سعد كاظم.
 - م.د. فلاح الخطاط.
- (2) حسين، سمير محمد، دراسات في مناهج البحث الإعلامي، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2006، ص310.
- (3) أ.م.د. سعد كاظم.
- (4) اعتمدت الباحثة في كتابة المعايير الفنية والبصرية وإخراج فئاتها الرئيسة والفرعية على كتاب: العراقي،

- عمرو: صحافة البيانات، خطوات جمع وتحليل البيانات وتصميم الإنفوغرافيك، ط1، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2016.
- (5) بوعلام، باي: «ظاهرة الممارسة الجغرافية وإشكالية المقاربات المنهجية»، مجلة الحوار الثقافي، جامعة مستغانم: الجزائر: عدد ربيع وصيف، 2015، ص103.
- (6) صحافة البيانات، خطوات جمع وتحليل البيانات وتصميم الإنفوغرافيك، ص37.
- (7) شكل الإنفوغرافيك يوضح أنواع الإنفوغرافيك من حيث العرض والتخطيط، متاح على الموقع الإلكتروني: <http://ijnet.org/ar/stories/124143>
- (8) شفيق، حسنين: صحافة الزمن القادم وصلات تحرير المستقبل، ط1، مدينة السادس من أكتوبر: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص302.
- (9) الشكل موجود في كتاب صحافة الزمن القادم وصلات تحرير المستقبل، ص304.

حَوَالِيَاتِ الآدَابِ وَالْعِلْمِ الْإِجْتِمَاعِيَّةِ ANNALS OF THE ARTS AND SOCIAL SCIENCES

- مجلة فصلية محكمة.
- تصدر عن مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت.
- صدر العدد الأول سنة ١٩٨٠م.
- تنشر الموضوعات التي تدخل في مجالات اهتمام الأقسام العلمية لكليتي الآداب والعلوم الاجتماعية.
- تنشر الأبحاث والدراسات باللغتين العربية والإنجليزية شريطة أن لا يقل حجم البحث عن ٥٠ صفحة وأن لا يزيد عن ٢٠٠ صفحة مطبوعة من ثلاث نسخ.
- لا يقتصر النشر في الحوالات على أعضاء هيئة التدريس لكليتي الآداب والعلوم الاجتماعية فحسب، بل يشمل ما يعادل هذه التخصصات في الجامعات والمعاهد الأخرى داخل الكويت وخارجها.
- تمنح المجلة الباحث خمسين نسخة من بحثه المنشور كإهداء.



ثمن الرسالة للأفراد

(٥٠٠ فلس)

رئيس هيئة التحرير

أ.د. يعقوب يوسف الكندري

نوع الاشتراك	الكويت	الدول العربية	الدول الأجنبية
الأفراد	٤ دنانير	٦ دنانير	٢٢ دولاراً
المؤسسات	٢٢ ديناراً	٢٢ ديناراً	٩٠ دولاراً

جميع المراسلات توجه إلى رئيس تحرير حوالات الآداب والعلوم الاجتماعية
ص ب 17370 الخالدية 72454 الكويت - هاتف 24830256 (965) فاكس 24830256 (965)
ISSN 1560 - 5248 Key title: Hawliyyat Kulliyat Al-Adab
www.apc.kuniv.edu.kw/aass E-mail: aass@ku.edu.kw