

دراسة دور التصميم الإنفوجرافيكية لتبسيط الرسالة الإعلامية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور

Studying the role of info graphic designs to simplify the media message and facilitate the transfer of information and targeted data to the public

أ.م.د/ محمد جمال محمد عبدالمقصود

استاذ مساعد بقسم الجرافيكس والوسائط المتعددة- كلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود

الملخص:

تظهر أهمية التصميم الإنفوجرافيكية كونها تعمل على تغيير طريقة الناس في التفكير من الناحية البيانية والمعلوماتية والقصصية، وعندما نستخدم التصميم الإنفوجرافيكية فأنا نزيد من المحتوى العلمي، ونضفي شكل آخر لعرض المعلومات والبيانات بأسلوب جديد قد يساعد على توصيل الأفكار المعقدة بطريقة واضحة وجميلة. وتتمثل مشكلة هذا البحث في الحاجة الملحة لتسهيل توصيل المعلومات والبيانات لبعض فئات الجمهور لتلقى الرسالة الإعلامية والتي يقابلها ندرة في استخدام وتوظيف علم الانفوجرافيك في معظم تصميمات وإخراج الصحف والمجلات. ويهدف البحث إلى دراسة متعمقة في علم الانفوجرافيك بالصورة التي توضح أهمية هذا العلم ومدى إسهامه في تسهيل قراءة المعلومة لبعض فئات الجمهور. وتمثلت محاور الدراسة لتشمل النبذة التقديمية والتاريخية لعلم الانفوجرافيك، ثم دراسة مدى اسهام هذا العلم لتبسيط المعلومة والبيانات لبعض فئات الجمهور ثم دراسة احصائية توضح مدى استخدام هذا العلم في تصميم وإخراج بعض صفحات الصحيفة .

الكلمات المفتاحية : انفوجرافيك - الإبداع الفني - المعلومات المصورة- انفوجرافيك ثابت -انفوجرافيك متحرك.

Abstract:

The importance of info graphic designs is shown as it works to change people's way of thinking in terms of graphic, informational, and storytelling. When we use epigraphic designs, we increase scientific content and add another form of presentation of information and data in a new way that can help convey complex ideas in a clear and beautiful way.

The problem of this research is the urgent need to facilitate the delivery of information and data to some audiences to receive the media message, which is offset by the scarcity in the use and employment of the science of the nose in most of the designs and the production of newspapers and magazines.

The research aims to study in depth the science of the nose, which shows the importance of this science and the extent of its contribution in facilitating the reading of information for some groups of the public. The study axes included the historical and historical presentation of the science of the nose, and then the study of the contribution of this science to simplify the information and data for some groups of the public and then a statistical study showing the use of this science in the design and output of some pages of the newspaper.

Keywords: Info graphic - Artistic Creativity - Image Information - Static Info graphic - Animated Graphic.

أولاً: الإطار المنهجي

مشكلة البحث : تتمثل مشكلة هذا البحث في الحاجة الملحة لتسهيل توصيل المعلومات والبيانات لبعض فئات الجمهور لتلقى الرسالة الإعلامية والتي يقابلها ندرة في استخدام وتوظيف علم الانفوجرافيك في معظم تصميمات وإخراج الصحف والمجلات.

أهداف البحث : يهدف البحث إلى دراسة متعمقة في علم الأنفوجرافيك بالصورة التي توضح أهمية هذا العلم ومدى إسهامه في تسهيل قراءة المعلومة لبعض فئات الجمهور. وتمثلت محاور الدراسة لتشمل النبذة التقديمية والتاريخية لعلم الأنفوجرافيك، ثم دراسة مدى اسهام هذا العلم لتبسيط المعلومة والبيانات لبعض فئات الجمهور يتبع ذلك دراسة لبعض النماذج المصممة لتوضيح نقاط الضعف والقوة .

أهمية البحث: تكمن الأهمية في قلة الابحاث في مجال الإنفوجرافيك لتخصص الطباعة والنشر والتغليف والذي يعتبر بمثابة شرارة البدء لعمل سلسلة متتالية في هذه النقطة البحثية المطلوبة للتخصص في الوقت الحالى.

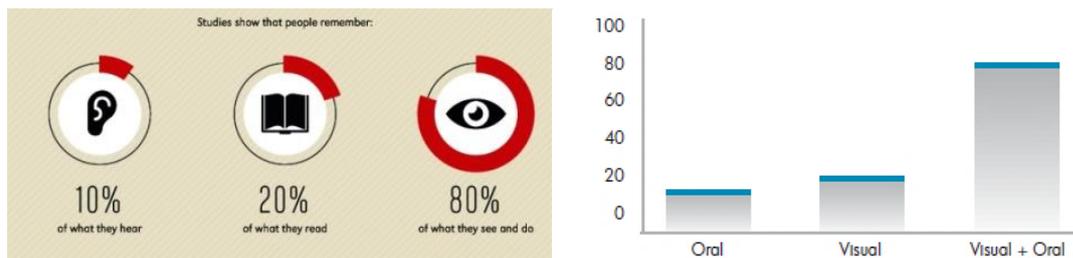
منهجية البحث : انتهج الباحث المنهج الوصفي التحليلي لمناسبته تحقيق أهداف البحث.

ثانياً: الإطار النظري

مقدمة :

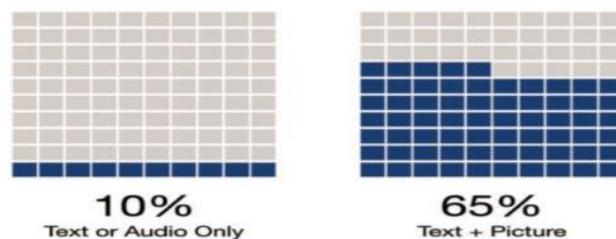
بدأنا مؤخراً نسمع كثيراً كلمة " انفوجرافيك " تتردد على ألسنة الكثير من رواد المواقع التقنية أو حتى من رواد المواقع العادية التي تتناول عرض بيانات معينة حول موضوع ما بشكل رسومي ، فما هو هذا العلم وكيف يمكن الاستفادة منه أو حتى الدخول في عالمه ، هذا ما سنطرحه بهذا الموضوع .وقبل أن نخوض في الحديث عن هذا العلم فهناك مثل صيني يقول :

"Tell me and I'll forget; show me and I may remember; involve me and I'll understand"



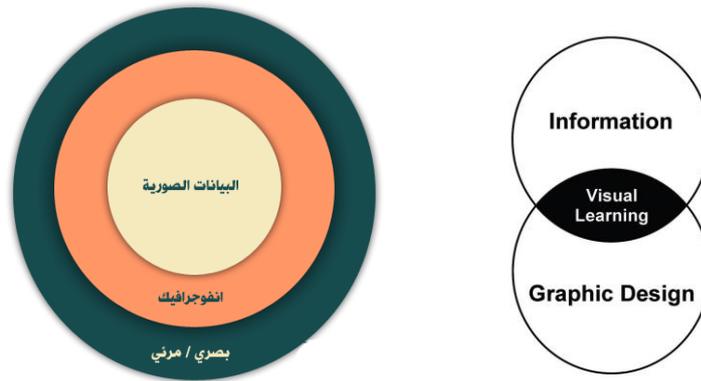
Picture Superiority Effect

Memory retention after 3 days



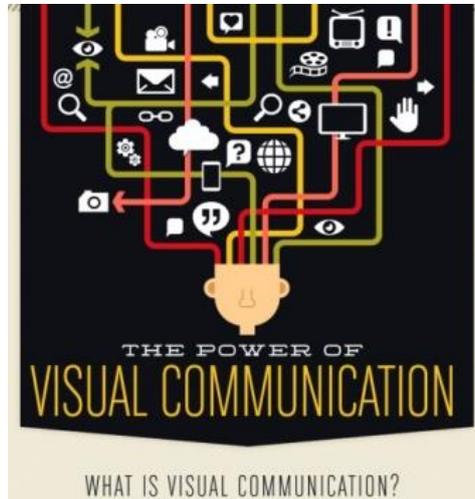
شكل رقم (1) يوضح أهمية حاسة البصر ورؤية الشيء لإمكانية تذكره (*)

الأنفوجرافيك هو فن تحويل البيانات والمعلومات الى صور ورسوم يسهل فهمها بوضوح، فالقراءة من خلال أداء منظم لهو شيئاً صعباً للإنسان وللعملية الإدراكية وقد اقترحا (Atkinson 1988), (Carr1988) أن معالجة محتوى المعلومات على اشكال (صور) أسهل من معالجة اللغة سمعياً أو كتابياً، هناك العديد من المسميات لهذا الفن و الذي نفتقر له في العالم العربي بشكل عام . ومن هذه المسميات (انفوجرافيكس / Info graphics) أو (البيانات التصويرية "التفاعلية/ Data Visualization) وايضاً يطلق عليها (التصاميم المعلوماتية / Information Design) ،عندما نستخدم مصطلح البيانات التصويرية (Data Visualization /) فهي تعبر عن هذه الفئة ككل.(1)



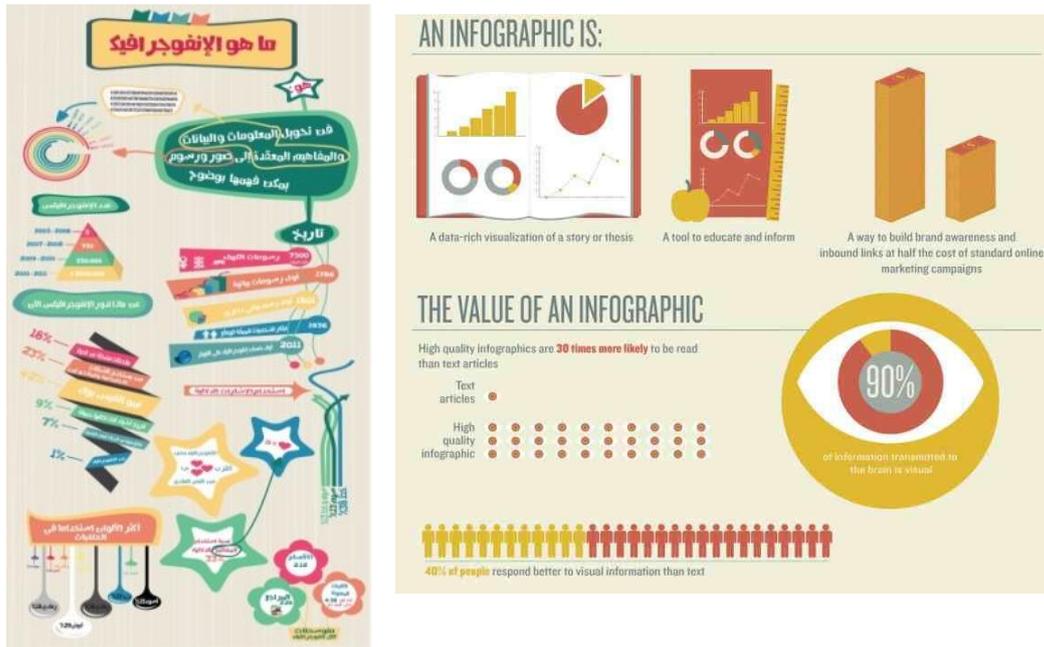
شكل رقم (2) يوضح دور الانفوجرافيك في توفير الإتصالات المرئية للمعلومات

يوضح الشكل أن الجمع بين الرسوم البيانية والبيانات مع التصميم تساعد على توفير الاتصالات بالمعلومات المعقدة مما يسهل الفهم والتعلم وذلك في صورة **visual communication** كما يوضحه الشكل رقم (3)، فإذا كان التصميم الجرافيكي **design Graphic** هو رسم وتخطيط يحاكي الرؤية بتوصيل فكرة ما إلى الناس بصورة بصرية جمالية جذابة تتناسب مع الحاجات المختلفة للناس بما فيها الناحية النفسية. كما يشير شفيق (2009) إلا أن التصميم الجرافيكي هو أحد مجالات النشاط الفني، فهو فن من الفنون الجماهيرية، إذ يوظف في مجالات متعددة من الحياة اليومية ويعتمد على تصميم العناصر البصرية بصورة مفهومة لدى العامة وذات تأثير مباشر وقدرة على جذب أنظار الناس. لذا يطلق عليه فن الاتصال البصري **Visual Communication art** إذ يعد التصميم الجرافيكي منهجاً في التخطيط للتواصل مع الناس وحل مشكلاتهم وإبرازها في صورة جمالية (العربي، 2005) من خلال توظيف جميع الوسائل المستحدثة بما فيها البرامج الحاسوبية لخدمة فكرة وتوصيل محتوى رسالة من نصوص ومعالجات للصور (شفيق، 2009).

شكل رقم (3) يوضح ما هو الـ **visual communication**

(*) Source: Jerome Bruner, as cited by Paul Martin Lester in "Syntactic Theory of Visual Communication"

كما يمكننا توضيح التعريف بشكل من الإنفوجرام نفسه كما بالشكل رقم (4) (2)



شكل رقم (4) يوضح معنى الإنفوجرافيك .

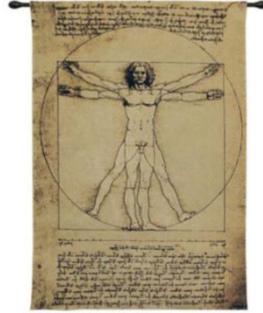
ويمكننا التفرقة بين المصطلحين (انفوجرافيكس / Infographics) فهي مختلفه اختلاف تام عن مصطلح (البيانات التصورية "التفاعلية/ Data Visualization") "لأن التدفق المعلوماتي للبيانات/المعلومات المعقدة يكون بصورة أسرع وأوضح . فعلى سبيل المثال خرائط جوجل التفاعلية تسهل عملية البحث عن منطقة أو دولة معينة بضغطة زر! بينما ما توفرت مادة بصرية مرئية تبين معلومات مهمة فهو يسمى بشكل عام (انفوجرافيكس (Info graphics / بينما اذا ما احتوت الصورة على مواد تفاعلية تسمى (البيانات التصورية "التفاعلية/ Data- Visualization . وتظهر أهمية التصميم الإنفوجرافيكية لأنها تعمل على تغيير طريقة الجمهور في التفكير من الناحية البيانية و المعلوماتية والقصصية منها وخاصة في الوقت الراهن، عندما نستخدم التصميم الإنفوجرافيكية فأنا نزيد من المحتوى العلمي عبر شبكة الانترنت ، و نضفي شكل آخر لعرض المعلومات/البيانات بأسلوب جديد والتي تساعد على توصيل الأفكار المعقدة بطريقة واضحة وجميلة.(3) ونخلص إلى أن الإنفوجرافيك" فن مبتكر وطريقة خلاقة لفهم المحتوى؛ إذ يضم نصاً يشمل أرقاماً وإحصاءات حول موضوع بعينه، يتم تنفيذه وإخراجه بإبداع لتبسيط وتوضيح الرسالة للجمهور وإيصال البيانات المستهدفة له.

ورغم أن التقارير التي تعتمد على مساعدة الكمبيوتر بدأت تظهر في الغرب منذ ستينيات القرن الماضي، إلا أن العلاقة الكثيفة بين الصحفيين والتكنولوجيا المعتمدة على الكمبيوتر أديا إلى تطوير أو تنمية مفهوم أوسع لهذه الصحافة.. وتعتبر صحيفة الجارديان البريطانية التي أطلقت في 2009 ما اسمته «داتا بلوج» (مدونة البيانات) أول مؤسسة إخبارية كبرى تبنت هذا المفهوم.. ومع ذلك يحيط الغموض اسم أول من استخدمه، علماً أنه استُخدم على نطاق واسع منذ كشف موقع «ويكيليكس» عن الوثائق الأميركية المتعلقة بحرب أفغانستان .

1- تاريخ تطور الإنفوجرافيك(4)

ويوضح شكل رقم (5) ملخص تاريخي لتطور الإنفوجرافيك وكيفية ظهوره إلى أن وصل بهذا الشكل المستخدم حالياً فهو يمتد من حوالي 35 ألف عام قبل الميلاد وكانت هناك صوراً على الأحجار تعمل بدوراً إتصاليًا مع الآخرين في الأزمنة المتعاقبة .

في 1350 ق.م قامت **Nicole dovseme** برسم كيفية قياس رصد الشئ المتحرك.
 في عام 1786 ق.م **William Playfair** صاحب الريادة في البيانات المرئية وكتابة أطلس السياسي والتجاري وكتاب الأدعية الإحصائية .
 في عام 1510 ق.م كتب ليوناردو دافانشي تعليمات بالصورة لتوضيح وفهم التشريح الإنساني .



شكل رقم (5)

3000 ق.م الهيليوغرافية والرموز والأيقونات

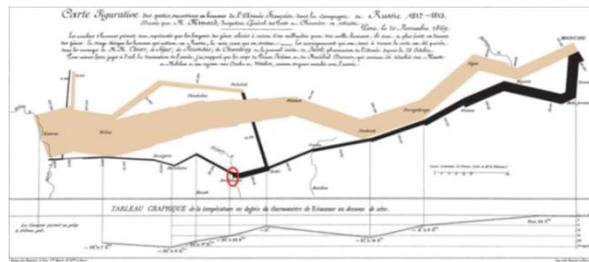
في عام 1850 ربطت ممرضة انجليزية **Florence Nightigale** بين الرسوم الإحصائية سواء بالأعمدة أو القطاعات الدائرية بالصورة وذلك اثناء إعداد الوفيات في الحرب العالمية .
 1970-1990 الإنفوجراف أصبح أكثر شعبية في عرض الأخبار واكبر دليل على ذلك هو مجلة التايمز الإنجليزية في مقالاتها الصحفية. كما بالشكل رقم (6).



شكل رقم (6)

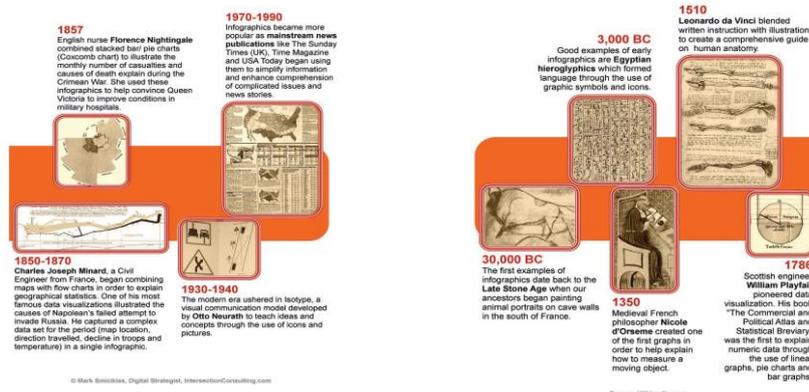
صفحة بمجلة التايمز الإنجليزية

1850-1870 ربط مهندس فرنسي **Charles Joseph** بين الخرائط والمساربات لشرح الإحصائيات والبيانات عن فشل نابليون في حملته ضد روسيا وفيها قد شرح خط السير للجنود والحملة. كما بالشكل رقم (7)



شكل رقم (7) يوضح Charles Minard's flow map of Napoleon's march خط سير نابليون وحملته

1930-1940 العصر الحديث والإتصال المرئى والتطورات لشرح مفاهيم استخدام الأيقونات المصورة بواسطة Otto Neurath. ويوضح شكلي 8 أ و 8 ب مجمل التطورات التاريخية لفن الإنفوجرافيك عبر العصور.



شكل رقم (8- ب)

شكل رقم (8- أ)

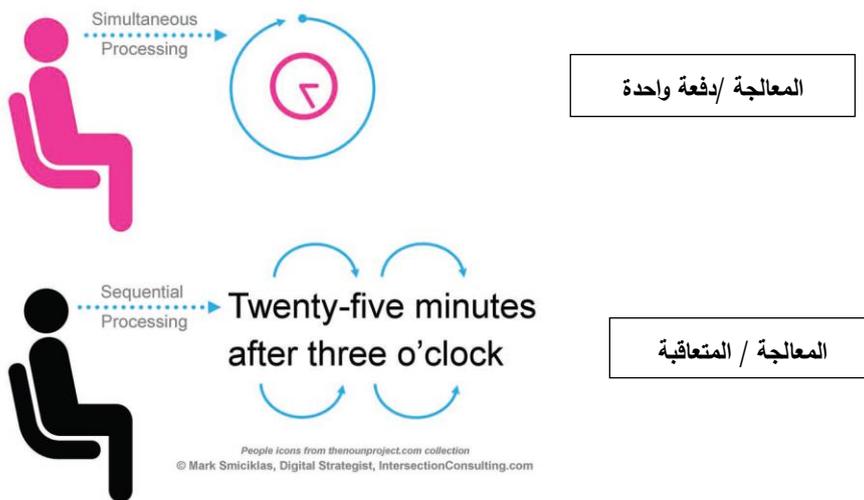
شكلا رقم (8) (أ) و (ب) يوضحا مراحل تطور الإنفوجرافيك عبر العصور التاريخية⁽⁵⁾

ويمكننا تصنيف الجمهور من حيث التعلم وتلقى المعلومة إلى أربعة أشكال وفقاً للمصطلح (The VARK) وهي (visual- auditory-read/write-kinesthetic) كما يلي:⁽⁶⁾

1- الجمهور الذى يعتمد على المعلومة المرئية لرؤية الأشكال من خرائط ومتسلسلات وأشكال بيانية بدلاً من الكلمات . شكل رقم (9) فيقول (Dewar 1999) العلامات والرموز أكثر فعالية من المفاهيم التى يمكن توضيحها بالكلمات ويوضح الشكل رقم (10) استخدام الرمز بدلاً للكلمة.

(Visual—People learn by viewing graphic formats such as charts, maps, and diagrams instead of words.)

فهذا الشكل يوضح كيفية التوصل للمعلومة فى لحظة وهى رؤية الساعة 3.25 على عكس رؤيتها فى شكل خطى وفى خطوات قراءتها الثالثة وخمس وعشرون دقيقة .



شكل رقم (9) يوضح الـ Visual learning



شكل رقم (10) يوضح استخدام الرمز بدلاً من الكلمة

2- القراء التي تعتمد على تلقي المعلومة بالإستماع.

Auditory—People learn by listening to spoken words.

3- القراء التي تتلقى المعلومة بالقراءة والكتابة .

Read/write—People learn by reading or writing words.

4- القراء التي تتلقى المعلومة بالخبرة والتجربة

Kinesthetic—People learn through experience (by doing).

في حقيقة الأمر كل من الصحافة الالكترونية، صحافة المواطن، استخدام الفيس بوك والتويتر في نشر الأخبار، وغيرها من العناصر التي أدت إلى تطور سريع في مجال النشر الصحفى، وخلقت جيل جديد من القراء يسعى وراء "خير الكلام ما قل ودل" وأبسط وأسرع وسيلة لإيجاد الخبر، ونتيجة لتلك السرعة في إيقاع الحياة عموماً وفي عملية نقل الأخبار بالإضافة لتسارع الأحداث نفسها، اتسم القارئ المستخدم للصحافة الالكترونية بكافة أشكالها بالملل .. ولم يعد يطبق قراءة موضوع تصل كلماته إلى 700 كلمة أو أكثر .. أصبح أيضاً يسعى وراء الجديد سواء في شكل المادة المعلوماتية المقدمة أو المضمون. ويمكننا إيجاز مكونات الإنفوجرافيك الناجح في الشكل التالى (شكل رقم 11)



شكل رقم (11) مكونات الإنفوجراف الناجح

وفى واحدة من أهم مراكز التدريب الصحفى فى الولايات المتحدة (معهد بوينتر **pointer insititude** اجريت دراسة تسمى **(eye track that analyze)** وقد تم تحليل وتسجيل قراءة القراء وتتقلهم عبر صفحات المجلة والجريدة وما جذب انتباههم وما حفزهم عند قراءة النص فى المعلومات وقد وجدت الدراسة ان 87% يشاهدون الموضوعات المصحوبة بالإنفوجرافيك وحوالى 41 % تقرأ النصوص من الصفحات العادية الخالية من الإنفوجرافيك (**uinn& stark 2007**)

ويمكن إيجاز خطوات عمل الإنفوجراف كما يلي (محمد شلتوت 2016، ص118):

1- الفكرة

نحدد فكرة قد تكون فكرة بسيطة لمشروع معين أو دراسة أو بحث وتحتاج إلى توفير تصور معين عن طريق استخدام شرح صوري (انفوجرافيك) عن المشروع .. الاسئلة هنا هي .. ما هي الفكرة ؟ لماذا تعتقد برأيك انها فكرة ناجحة ؟ الهدف من وراء هذه الفكرة ؟ الجهة المستهدفة لعرض هذه الفكرة ؟ الفئات المستهدفة لعرض هذه الفكرة ؟ هل تعتقد ان القصة تحتاج إلى سرد ؟ ... جميع هذه الاسئلة مهمة في وضع تصور معين للمنتج أو المشروع المراد التصميم له .

2- البحث

بعد التوصل إلى "الفكرة" سنحتاج إلى مواد تساعدنا في بناء تلك الفكرة ومنها استخدام محركات البحث ك (جوجل , ياهو , ام اس ان , التافيسا) للوصول إلى اكبر عدد من البيانات و المعلومات الداعمة لفكرة المشروع، ما يتوجب عليك مراعاته اثناء عملية البحث هو حدوثية المراجع ومدى مصداقيتها , تحديد الروابط المرجعية للصفحات أو الدراسات المستخدمة و المستتبط منها البيانات التي سيتم استخدامها في بناء بند معين في التصميم مثال : " اعداد مستخدمي الانترنت في دول شرق آسيا وأفريقيا لعام 2011 " .

3- البيانات

ندعم التصميم الانفوجرافيكي ببيانات موثقة في دراسات أو كتب منشوره مسبقاً مع مراعاة مدى مصداقية المرجع وحدائته لدعم الفكرة بأرقام و إحصائيات مدروسة بشكل موثق ، ونبحث عن المواقع التي تستخدم مفهوم البيانات المفتوحة ومنها opendatafoundation.org أو Data.org , data.worldbank.org .

4- الفترة (التنقيح)

بعد الانتهاء من توفر المواد البيانية و المعلومات المستخدمة نقوم بفلتره البيانات واستخراج فقط المطلوب و الأساس حتى لا تشكل لنا أي حشو أو طمس للفكرة ، ونستخدم فقط البيانات المتعلقة بالمشروع و المنتج النهائي ونجعل منها أساس بناء الفكرة .

5- التنسيق

نقوم باستخدام البرامج المجانية المتوفرة سواء عبر الانترنت كبرنامج (اكسل ، بوربوينت ، وورد) وغيرها من البرامج التي تساعد في بناء المحتوى بشكل منسق و مرتب " .

6- التخطيط

نقوم بعمل تخطيط مبدئي عن المشروع ، باستخدام برامج عديدة عبر الانترنت كموقع DIGRAME.LY أو MINDMAP ، إن لم نستطع استخدام هذه البرامج نقوم باستخدام الورقة و القلم ورسم التصور المراد عمله ، والفكرة هي وضع التصور الصحيح و السليم لإبراز وعرض الفكرة في مضمون سهل ومبسط، أيضا نقوم باستخدام مواد فعلية في رسم التصور كاستخدام التصوير الضوئي لمبنى أو صور متوفرة عبر الانترنت لدمج الأفكار ولتصور في قالب واحد ليتم التعامل مع المحتوى في الإخراج الفني لاحقاً .

7- الأدوات

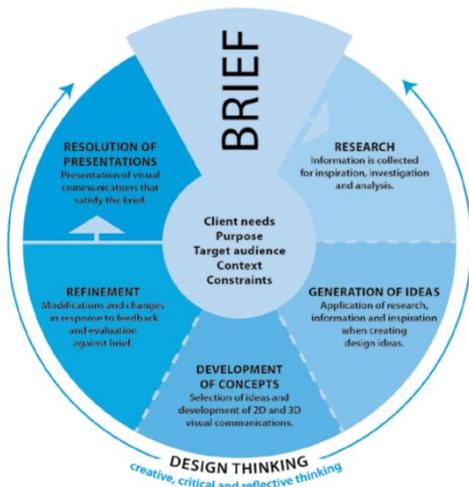
في هذه المرحلة سيتم تحديد الأدوات المستخدمة في الإخراج الفني واستخدام برامج التصميم ك الفوتوشوب وغيرها من برامج التصميم ، أثناء اختيار الأدوات يتوجب علينا دراسة المشروع ككل و اختيار الوجهة النهائية وذلك يندرج في الخطوة السابقة " التخطيط " و يجب تحديد لأي وجه سنقوم بإخراج التصميم الانفوجرافيكي سواء كان الانترنت أو مطبوع (بوستر ، رول أب) . يندرج ايضا في قائمة الأدوات التقنيات البرمجية المستخدمة في تطوير تصاميم تفاعلية ذكية ومنها يتم مراعاة اللغات البرمجية المستخدمة ومنها:

HTML للمواد التفاعلية الديناميكية (وهي اللغة المستخدمة لإنشاء صفحات الإنترنت وهي إختصار لـ Hyper Text Markup Language) كما انها ليست لغة برمجة بالمعنى والشكل لا يتم وهي لغة بسيطة جداً، وسهلة الفهم والتعلم ولا تحتاج لمعرفة مسبقة بلغات البرمجة والهيكلية المستخدمة فيها. بل ربما كل ما تحتاجه هو القليل من التفكير المنطقي وترتيب الأفكار).

و **CSS3** في تحديد تصميم قالب متوافق مع المتصفحات بشكل عام تحتوي المواد التفاعلية الذكية على رواج أكبر من غيره ويستخدم في التدريب و التطوير واعطاء لمحاه عامه ليشارك بذلك تفاعل المستخدم النهائي، فهي تعد أحد أقوى المواد الانفوجرافية الهادفة ولها أصداء اكبر عن غيرها في إخراج البيانات بشكل مرئي تفاعلي هادف .

8- الإخراج

في هذه المرحلة يتم إخراج عنصرين في بداية الأمر فأول ما يتم إخرجه هو التصور ما قبل النهائي وقد يكون بعدة أشكال سواء كان تفاعلي أم مصور , يتم أيضا مراجعة التصميم و البيانات المدخلة ومراجعة ما إن كان يحتوي على أي مدخلات خاطئة ليتم تصحيحها قبل النشر . يتم معاينة المنتج النهائي للتصميم وتجربته أما في حالة كان التوجه في التصميم كمنتج تفاعلي يتم تجربته على عدة متصفحات للتأكد من مدى إخرجه، و يتضمن التدقيق أيضا على اللوغارتمات المستخدمة ومدى قابلية تفاعل المستخدم النهائي مع التصميم.



شكل رقم (12) مراحل التفكير التصميمي

ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي شكل رقم (12). (7)

تطوير الموجز: من خلال تحديد العميل، ضرورة التواصل معه / الغرض من الاتصال المرئي، والجمهور المستهدف، ومعرفة القيود التي تؤثر على طبيعة الحل.

1- البحث **Research**: جمع الأفكار والمعلومات والموارد ذات الصلة بموضوع الإلهام .

2- توليد الأفكار **Generation of ideas**: استكشاف مجموعة متنوعة من أفكار التصميم التي تعتمد على البحث والمناسبة .

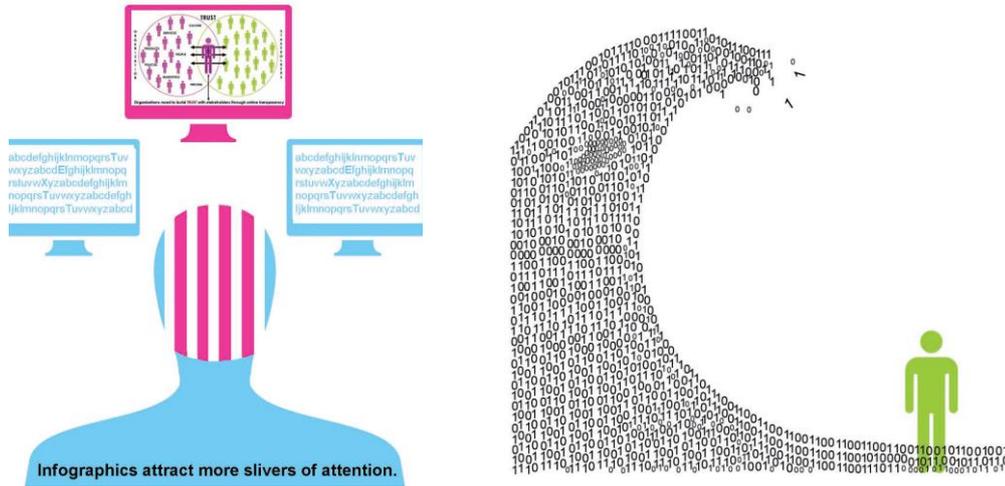
3- تطوير المفاهيم **Development of concepts**: اختيار الأفكار المفضلة وتطبيق مجموعة من الأساليب، والمواد، وسائل الإعلام، عناصر التصميم، مبادئ التصميم

4- صقل التنقيح **Refinement**: تعديل الاتصالات المرئية في استجابة للملاحظات

5- القرار من العروض **Resolution of presentation**: عرض الاتصالات المرئية التي تلبى الفكرة.

ولم يعد "سحر الكلمات" جذاباً للجمهور كما كان في الماضي، وأيضاً بدأ يعزف عن ارتياد المواقع الإخبارية التي اعتاد عليها نظراً لما يقدمه الفيس بوك والتويتر وشبكات الأخبار السريعة من تغطية سريعة للخبر أسرع من أي موقع إخباري وكما يوضح الشكل رقم (13) كيفية وتأثير الإنفوجرافيك على الجمهور في جعلهم أكثر استنادة ومشاركة كما يجعلهم أكثر انتباهاً .

وكما يقول (Bradshaw, 2011) ظهرت صحافة الإنفوجرافيك التي تعد من الأشكال الصحفية التي انتشرت في المواقع الإلكترونية كمحاولة لجذب الجمهور من فيض صحافة المواطن والفييس بوك والتويتتر، فهو يقوم على تقديم المعلومات باستخدام الرسوم البيانية والعلامات البصرية المميزة لتسهيل الفهم والاستيعاب لدى الجمهور، ويعتمد بشكل أساسي على المعلومات المجردة بحيادية دون ظهور أي رأي للمحرر، وأصبح هناك تعبير شائع وهو المعلومة في شكل مبسط سهل الهضم (8). (knowledge in an easy-to-digest format).



شكل رقم (13) يوضح كيف يجذب الإنفوجرافيك انتباه الجمهور ويجعلهم أكثر مشاركة.(9)

في حقيقة الأمر يوضح هذا الشكل كيفية معالجة العقل البشري للصور والعمل البصري بطريقة أكثر سهولة ، فكل حرف في كلمة واحدة في جوهرها رمزاً ومطابقة تلك الأشكال بما هو مخزن بالذاكرة وكيفية التناسب بين الحروف معاً في تشكيل الكلمات وكيفية تشكيل الكلمات للجمل وكيفية تشكيل الجمل لفقرات وعلى الرغم من كل هذا فهو يحدث في الثانية الواحدة .

ففي عصر زادت فيه كمية البيانات والمعلومات (الإنفجار المعلوماتي) فمن السهل تقديم صورة بيانية للجمهور والقارئ لتسهيل الإستهلاك والمشاركة.

فنحن نواصل الحصول على كميات هائلة من المعلومات ويسعى المخ لتحصيلها ويجد الإنفوجرافيك يعطيه المزيد من جذب الإنتباه وتسهيل تلك العملية وتسعى المنظمات والشركات لجذب المساهمين بإختلاف الطرق الممكنة من ثقافات مختلفة (سياسية أو منتجات أو خدمات أو أشخاص أو تسويق) فيقول باير: "اننا في عصر أصبح الوقت فيه بأسعار أعلى من أسعارها والاهتمام أصبح سلعة ثمينة للجمهور الباحث عن شذرات من المعلومات فالرسوم البيانية تخدم هذه الحاجة من خلال تقديم المعرفة في شكل سهل الهضم (10).

لجأت أغلب المواقع الإلكترونية إلى الإنفوجرافك في محاولة لجذب القارئ، وخاصة في التغطيات الصحفية للأحداث الكبرى كتغطية الانتخابات على سبيل المثال، أو في المقارنة بين زمنين مختلفين، أو في تغطية حدث رياضي وغيرها. وبما أن إمكانيات المواقع الإخبارية في تصميم الإنفوجراف بأشكال مختلفة وتقنيات متعددة لا توفرها مواقع

التواصل الاجتماعي، أُجبر القارئ على متابعة الإنفوجرافيك من خلالها، وبالتالي ضمنت المواقع الإلكترونية نسب مشاهدته عالية وخاصة في الأحداث الكبرى. على سبيل المثال: تغطية موقع المصري اليوم الإخباري للانتخابات.

ويمكننا أن نحصر مزايا الإنفوجرافيك كما يلي :

1. تسهيل نقل المعلومة للقارئ وعرض كم معلومات كبير في مساحة قليلة وخاصة في عرض تسلسل زمني أو مقارنات.
2. يوفر الوقت والجهد.
3. تحليل البيانات ومعرفة الأسباب والنتائج وإيضاح العلاقات بين العناصر المختلفة للحدث.
4. يمكن استخدامه كصورة يتم نشرها بشكل واسع على مواقع التواصل الاجتماعي.
5. يمكن أن تستخدم أشكال منوعة للتعبير عن المعلومات (الرسم البياني - الخرائط التفاعلية - الدوائر - تصميمات جرافيك) وهذه الأشكال تقوم مقام الكلمات.
6. غير ممل فهو وسيلة تشويقية لنشر تقارير قد تكون معقدة او طويلة.

ويمكننا من خلال الشكل التالي رقم (14) توضيح مزايا الانفوجرافيك بشكل احصائي كما قامت به منظمة **organic seopress** في عام 2015



شكل رقم (14) يوضح مزايا الإنفوجرافيك

والتي أوضحت أن (11):

- ✓ 90% من المعلومات تصل إلى العقل كل يوم في صورة مرئية فالمعلومة التي تصل في شكل صورة أو أيقونة يستوعبها العقل 60000 مرة عن إستقباله لها في صورة نص مكتوب .
- ✓ 40% من الجمهور يستجيب بشكل أفضل للمعلومة المرئية عن النص المكتوب

ويمكننا توضيح تلك المزايا من خلال المثال التالي : (12)

ألة موسيقية تسمى **Theremine** تخلق الأصوات بالموجات أو الترددات الكهرومغناطيسية **electromagnetic frequencies** وقد سهل الإنفوجرافيك العديد من المعلومات سواء عن تاريخ الإختراع والتركيب والوظائف ووصف

2- علم الجمال وعلاقته بالإنفوجرافيك "The cool factor"

والمقصود هنا علم الجمال وهو السبب الآخر في جعل الإنفوجرافيك والرسوم البيانية أكثر كفاءة في عملية الإتصال فالأدوات المتوفرة تجعل الإنفوجرافيك متداول بشكل مختلف يبعث الراحة والسهولة في الفهم. العقل البشرى تطالع 174 صحيفة بكل معلوماتها كل 13 يوم ونتيجة لذلك فإنه يحاول بالعلامة التجارية أن يتذكر في بضع ثوان للمحتوى قبل أن يقرر الإنتقال إلى المرحلة التالية أو الموقع التالي أو الشبكة الأخرى . فالرسوم البيانية (الإنفوجرافيك) جعلت هناك تذكر سريع للمحتوى الذى تقوم به المؤسسات بنشره وبذلك فالإنفوجرافيك يخدم أهداف الإتصال ويعمل في شكل جمالى يسعد الأخرين .

ينتشر بين الصحفيين مفهوم خاطئ مفاده أن الصحافة الإلكترونية هي صاحبة سبق في استخدام الإنفوجراف، لكن ارشيف الصحف المصرية والعالمية تحمل تاريخاً لافتاً في استخدام الإنفوجراف والرسوم التوضيحية المعلوماتية الجاذبة للانتباه لتوصيل المعلومات للقارئ دون استخدام الكثير من الكلمات..

ولا يمكن إنكار فضل الصحافة الإلكترونية على الإنفوجراف خاصة أنها وفرت ميزات التفاعلية التي تتيح جذب المزيد من القراء، كمان أنها جعلت من امكانية المراجعة والإضافة التي تتيحها إمكانيات المواقع الإلكترونية سبقا جبارا في جعل عملية تحرير بعض أنواع الإنفوجراف عملية ممتدة ودائمة (مثل الخرائط التفاعلية كخريطة التحرش في مصر مثلا التي يمكن الإضافة إليها طوال الوقت). وتحاول الصحف المطبوعة استخدام الموتيقات التي يتم استخدامها في المواقع (14)

3- علاقة الإنفوجرافيك بالإخراج الصحفى

الإخراج الصحفى هو الدينامو للجريدة ومحرك الأقسام كلها.. إن الدور الأبرز للمخرج الصحفى هو إعطاء صحيفته هوية واضحة تميزها عن باقي الصحف فضلا عن أدوار أخرى لأن مهمة المخرج الصحفى بالدرجة الأولى هي جذب القارئ لقراءة المادة الصحفية، والمخرجون يقولون: (إن مهمة الفني أن يجعل القارئ يقرأ الفقرات الثلاث الأولى من المادة الصحفية المنشورة)، وبعد ذلك تبدأ مسؤولية الكاتب في جعل القارئ يواصل قراءته للموضوع، أي تنتهي مرحلة الجذب الخارجى لتبدأ فاعلية المادة المكتوبة (المطبوعة)، وبإضافة "الإنفوجرافيك" فإننا نغير مفهوم الصحافة التقليدية ونطور الارتقاء بها لتلائم القارئ العصري الذى تغيرت أنماط سلوكه فأصبح قليل القراءة والوقت، كثير الاهتمامات والانشغالات ودائم الاتصال بوسائل التكنولوجيا المتقدمة . إلكترونية، إلا أن هذا الأمر يتطلب مجهودا مضاعفاً وتقنيات خاصة.

4- أنواع الإنفوجرافيك :

انفوجرافيك ثابت : يكون عبارة عن رسم تصويري يشرح شيء معين بشكل ثابت دون الحاجة الى أي تفاعل مع الجمهور .

انفوجرافيك متحرك : وهو عبارة عن رسم تصويري متحرك يتفاعل معه القارئ وهذا يعتمد على جزء من مفهوم الرسوم المتحركة وقد نراه في بعض مواقع الويب التي باتت تميل الى هذا العلم باستخدام أدوات التحكم من أزرار وبرمجة (code) لتشرح شيء معين ، وبعضها يظهر على هيئة فيديو يستخدم رسومات الإنفوجرافيك لتمثيل المعلومات.

5- الفرق بين الإنفوجراف المستخدم للمواقع الإلكترونية والوسائل المطبوعة(15)

- إنفوجراف المواقع الإلكترونية:
- تتميز بإمكانية استخدام وسائل مختلفة للتعبير عن الإنفوجراف مثل استخدام الخرائط - والرسم البياني -الملفات التفاعلية- تحليل الخطاب في موضوع واحد.

- هـ) يجب أن يكون هناك تنسيق بين الصحفي والمخرج حتى يتمكنوا من إنجاز إنفوجراف جيد وسهل ومناسب للنشر في الجريدة. في حالة عدم تناسب الموضوع مع الصورة المنشورة يجب أن يتم اختصار المادة سواء بإعادة التحرير أو بحذف عناصر غير مؤثرة في الإنفوجرافك.
- و) استخدم أدوات مناسبة للتعبير عن الفكرة، ولا تفرط في استخدام الموتيفات والأدوات الخاصة بالإنفوجراف دون حاجة حقيقية.. فالإفراط يؤدي لتعقيد الإنفوجراف وعدم فهم القارئ له.. هذا يعني أنك فشلت في مهمتك.
- ز) يمكن استخدام أشكال مبتكرة كبديل للموتيفات المرسومة في حالة عدم وجود موتيفة مناسبة للموضوع في مكتبة المخرج.
- ح) الخرائط يصعب رسمها في الصحيفة المطبوعة، وبالتالي من الصعب التعبير عن نتائج الانتخابات على سبيل المثال باستخدام الخريطة ويمكن التعويض عنها باستخدام الرسومات البيانية التي توضح اتجاهات التصويت في كل محافظة، أما المواقع الإلكترونية فيمكن معها استخدام الخرائط بسهولة.
- ط) يمكن استخدام الصورة الصحفية في حالة عدم وجود موتيفة مناسبة للتعبير عن الموضوع المطلوب.

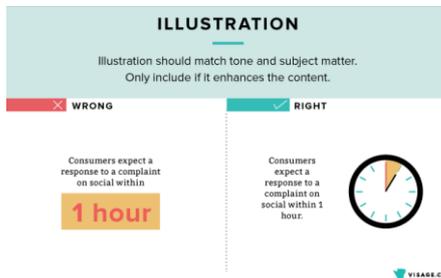
ويمكن تناول هذه الإرشادات لنجاح الإنفوجرافيك من خلال الأشكال الآتية :

من حيث الاستخدامات



- العناصر التيبوجرافية: يوضحه الشكل رقم (18).
جميع العناصر التيبوجرافية سهلة الإقراءة وواضحة

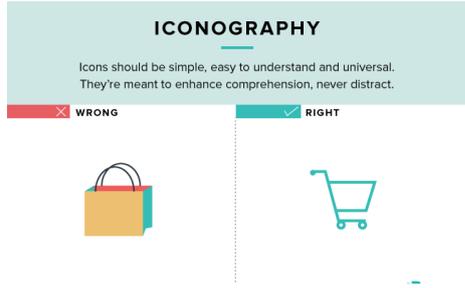
شكل رقم (18) العناصر التيبوجرافية



- الرسوم والأشكال: شكل رقم (19)
يجب ان يتطابق الشكل مع المضمون ويشمل فقط ما يعزز المحتوى.
كما يوضحه الشكل من اختيار صحيح وأخر خاطئ

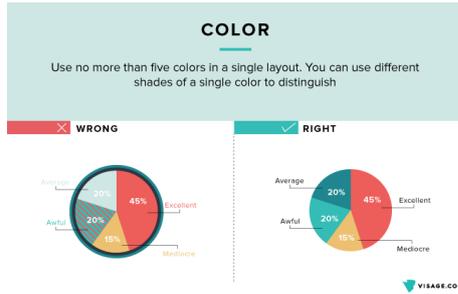
شكل رقم (19) الرسوم والأشكال

- الأيقونات والدلالات :



الايقونات لابد وان تكون بسيطة وسهلة الفهم وذات مدلول معروف عالمياً، وتهدف لتعزيز المفهوم الذي يُصرف الانتباه عنه. كما يوضحه الشكل من اختيار صحيح وآخر خاطئ

شكل رقم (20) الأيقونات والدلالات



- الألوان :

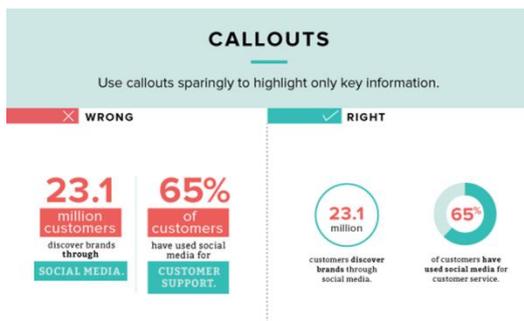
شكل رقم (21) الألوان

يلعب اللون دوراً أساسياً في تصميم المعلومات حيث أن دائرة الألوان يمكن أن تكون أداة مناسبة جداً لتنظيم الرسوم البيانية مما يجعلها أكثر قابلية للفهم وممتعة للعيون أيضاً ، فالألوان الزاهية تجذب الانتباه لفهم المعلومات وكذلك بالمثل فهم المعلومات نفسه يلعب دوراً أساسياً في إدراك اللون فمثلاً اللون الأحمر كثر تناسباً للأطفال بينما البالغين يفضلون ألوان الباستيل وكبار السن يميلون للون الأزرق ولكن يتحتم تماماً عدم استخدام الألوان اللامعة غير المشبعة وكذلك يمكن استخدام الألوان مثل البني والأخضر والأزرق فه شائعة الاستخدام أيضاً لتسليط الضوء على بعض المعلومات.

- النسب المئوية والتعبير عنها :

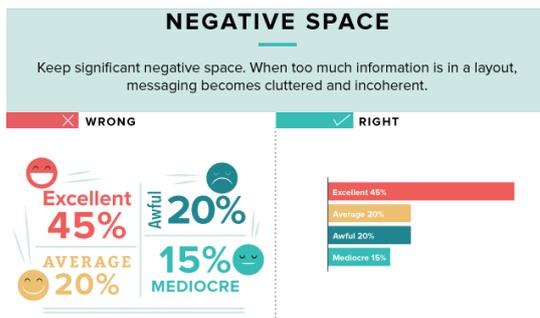
استخدم النسب لتسليط الضوء فقط على المعلومات الرئيسية

شكل رقم (22) النسب المئوية



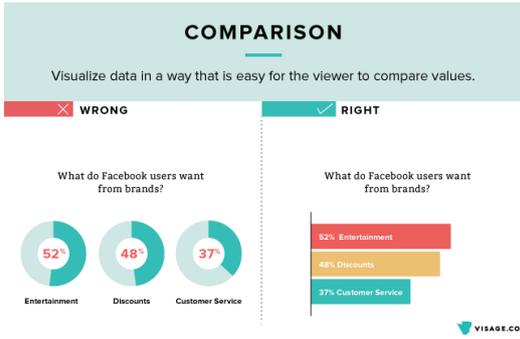
- الفراغات والمساحات

اترك مساحة عندما يكون هناك معلومات كثيرة منعاً للتشويش.



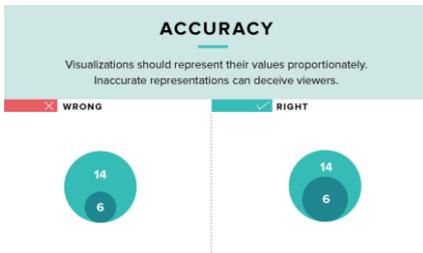
شكل رقم (23) الفراغات والمساحات

- المقارنات :



لابد وان نجعل المعلومات ذات رؤية بصرية سهلة لتتمكننا عقد المقارنة .

شكل رقم (24)

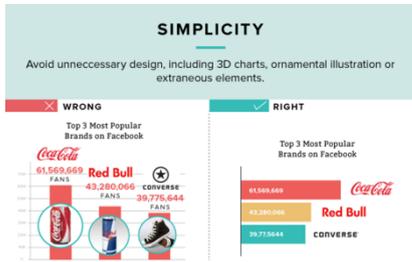


- الدقة (النسبة والتناسب فى التعبير عن الأشياء)

شكل رقم (25)

ومن الشروط والمعايير التى يجب تطبيقها:

رقم



- مراعاة البساطة وتجنب استخدام عناصر تصميم ثلاثية الابعاد شكل (26).

شكل رقم (26) لتوضيح البساطة فى الإخراج



- الإخراج النهائى ومراعاة المحاذة ومعايير التصميم الصحيحة كما يوضحه شكل (27).

شكل رقم (27) الإخراج النهائى

العناصر التي تشكل التصميم الإنفوجرافيكى أو الإنفوجرافيك (Infographics)

- تصورات تقدم المعلومات المعقدة بسرعة وبشكل واضح.
- تصورات تدمج النصوص و الرسومات بهدف كشف عن معلومات ، انماط أو اتجاهات.
- تصورات التي هي أسهل للفهم من النصوص وحدها.

➤ تصورات جميلة وجذابة للتعبير وايضاح فكرة معينة (الاحداث / القصص .. إلخ).

ومن هذا المنطلق سنتحدث عن مصطلح **Data Visualization** ، ونسأل هل هناك علاقة ما بين الانفوجرافيك (

Infographics) و البيانات التصويرية (**Data Visualization**) ؟

اكتشافات علمية قيل ان نتحدث عن مدى العلاقة سنستوضح الأكتشاف العلمي الحديث لقدرات الإدراك في العقل البشري:-

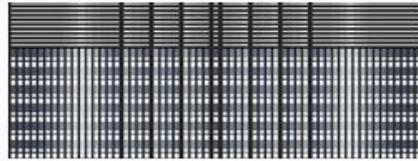
- 80 % من قدرات الإدراك في العقل البشري توظف لمعالجة الأفكار

ومن منطلق الاكتشاف العلمي الحديث قال مايكل ويليكى، الأستاذ المساعد في علوم المخ وعلوم الإدراك في جامعة روتشستر، الذي أجرى بحثه على نوع من القوارض يسمى ابن مقرض، ونشر فريقه البحث في مجلة (ديسكفر) العلمية، إن (حيوانات ابن مقرض البالغة تمتلك نمطا من الشبكات العصبية في مركز الإبصار يتواءم بشكل جيد مع الصور التي تراها، إلا أن هذا النمط مفقود في العقول الفتية، الأمر الذي يفترض أن مهمة تفسير الصور تختلف بين الأمخاخ البالغة والأمخاخ الفتية).

ما أدھش ويليكى هو أن وجود القوارض في غرفة مظلمة كشف أن أمخاخ الأكبر سنا منها ظلت توظف نسبة 80 في المائة من الدماغ كما لو أنها كانت تعالج بيانات الصور المرئية.

ومن هذا المنطلق نعيد التساؤل هل هناك علاقة ما بين الانفوجرافيك (**info graphics**) و البيانات التصويرية (**Data Visualization**) ، إليكم مثال عن طبيعة المواد المرئية **Environment Visual Concept** دون احتوائها على اي معلومات وانما تعتمد بشكل كلي على الادراك البصري.

ماذا ترى في المثال تتبع المراحل صورة بصورة بنمغن:-



صورة قريبة المدى



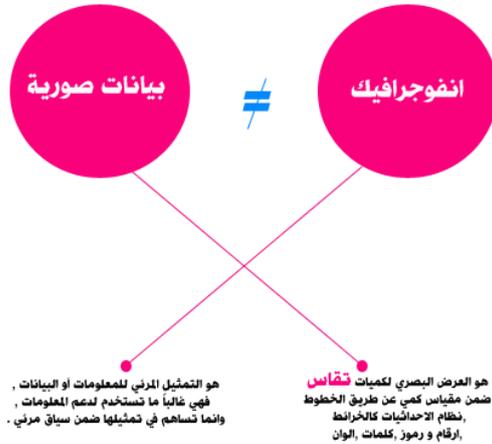
صورة أكثر بعداً



صورة بعيدة المدى

نعيد التساؤل مره اخرى هل التصميم الانفوجرافيكية (المعلومات المصورة) هي البيانات التصويرية ؟ والاجابة هنا هي :- كما هو موضح في المثال لم تحتوي الصور على اي معلومات أو بيانات في فهم طبيعة الصورة وانما تم الاعتماد الكلي على مجال الرؤية البصرية، فقمنا في شرح الصور من منظور البعد النظري **dimension Theoretical**، تستخدم هذه

الابعاد في المجال الهندسي المعماري بشكل كبير في ايضاح نظرة المشروع بشكل كامل قبل البدء في التنفيذ باستخدام نماذج Model ذات طابع ثلاثي الابعاد أو ثنائي الابعاد ، وإذا اردنا القراءه عن مجال البعد النظري. مقارنة ما بين الثلاث الصور السابقة فهل لاحظنا فرق البعد للشخصين اسفل الصورة؟! نستطيع القول الآن ان التصاميم الانفوجرافية او ما يطلق عليها معلومات مصورة هي ليست بيانات تصويرية، فبينهم اختلاف في تبيان المقاييس الكمية للابعاد او الاشكال. شكل رقم (28) يوضح ذلك.



شكل رقم (28) الانفوجرافيك و البيانات التصويرية

الانفوجرافيك **Infographics** مثال عملي (شكلى رقما (29) و (30) مثال متقن لتمثيل الانفوجرافيك (انواع القهوة باللغة الانجليزية)

<p>Espresso A black coffee served in a small glass or cup about two thirds full</p>	<p>Espresso Macchiato An espresso or short black coffee with a small amount of hot or cold milk.</p>	<p>Espresso Con Panna A single serve of espresso topped with whipped cream</p>
<p>Latte Equal quantities of black coffee and hot milk with around 2cm of milk foam on top</p>	<p>Flat White One third espresso coffee to two thirds hot milk with no froth served in a cup or glass</p>	<p>Cafe Breve a milk-based espresso drink using steamed half-and-half (light - 10 per cent - cream) instead of milk</p>
<p>Cappuccino One third coffee to two thirds hot frothed milk served in a cup</p>	<p>Cafe Mocha A spoonful of hot chocolate with a little hot milk is then mixed with one third coffee to two thirds hot frothed milk.</p>	<p>Americano A regular cup filled with two thirds of a cup of boiling water and an added single serve or espresso</p>

شكل رقم (29) مثال في صورة نص خبري

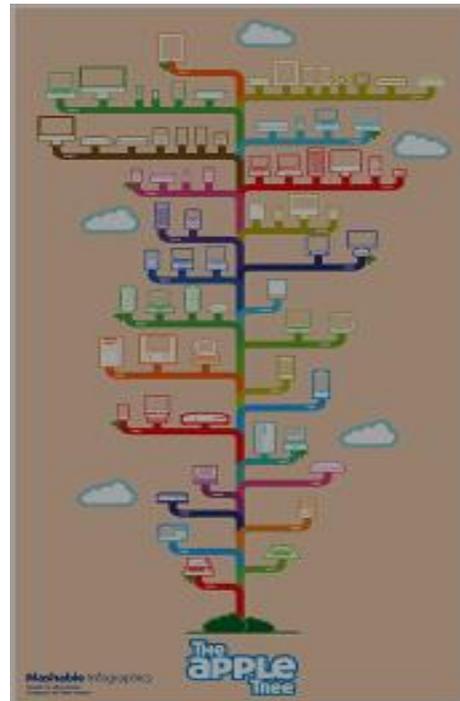
انواع القهوة ومكوناتها



شكل رقم (30) بعد التصميم وتغيير النصوص لمواد ذات طابع جرافيكي

نلاحظ طريقة جميلة في شرح انواع القهوة عن طريق عرض المكونات ضمن قالب كوب قهوة ، نلاحظ ايضاً التغيير في الكميات المضافة للاسبريسو ، ما نلاحظه ايضاً ثبات كمية الاسبريسو في التصميم في جميع الرسوم الموضحة ، فهذه الكمية لا تمثل مقياس كمي وانما توضيحي لفهم طبيعة المواد المستخدمة في انواع القهوة .
 مثال آخر لترسيخ المفهوم (مثال شجرة انواع تطور مراحل اجهزة شركة ابل والتطور التقني منذ عام 1976م وحتى عام 2011م)، سنلاحظ في التصميم تم الاعتماد الكلي على التصميم الجرافيكي في نقل الفكرة بأسلوب زمني مواكب لمراحل التطور .شكل رقم (31)

شكل رقم (31) يوضح تطور مراحل اجهزة شركة ابل



2- البيانات الصورية **Data Visualization** سنقوم بتوضيح مفهوم البيانات الصورية **Data Visualization** . قبل البدء في التعرف على ماهية البيانات الصورية هناك ثلاث صفات تتوفر في البيانات الصورية وهي كالتالي :

1- السرعة (سرعة استيعاب محتوى البيانات الصورية) .

2- الدقة (دقة الأرقام المستخدمة مع مراعاة تجنب استخدام بيانات مستخلصة **Data Aggregation**)

3- القوة (استخدام المحتوى بأسلوب مبسط وقوي وتجنب التعقيد في نقل الفكرة فكما كان التصميم ابسط كان اثنان واثني من نواحي شتى الفكرية والبصرية اقرأ هنا عن طرق جميلة في استخدام فن **Grid System** في التخطيط المبدئي) .

مثال عملي

عن البيانات الصورية (تطور مراحل مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك) في التصميم تم استخدام عدة طرق في طريقة تصميم الفقاعات البيانية حيث تم حساب محيط الدائرة لتحويل الرقم الحقيقي لاعداد المستخدمين الذي بلغ 1 بليون مستخدم في عام 2012 ، نلاحظ هنا استخدام مقاييس كمية للأرقام ، لحساب الشكل الفقاعي في الرسم البياني الصوري بعكس المثال السابق والذي اعتمد على نشر فكرة انواع القهوة.شكل رقم (32)



شكل رقم (32)

ارتفاع اعداد مستخدمي الفيسبوك لعام 2012

ونتساءل في كثير من الأحيان كيفية تطبيق مجال البيانات الصورية بأسلوب علمي حديث، بحيث يساهم في نقل الفكرة واستخدامها بشكل صحيح وسليم ولس. اشكال البيانات الصورية/المرئية **Data Visualization Forms** تحتوي البيانات الصورية كتصنيف على 15 شكل وهي كالتالي: كما يوضحه الشكل رقم (33)

Continum	Table	Cartesian Coordinates
Pie Charts	Line Charts	Bar Charts
Maps	Area Charts	Histogram
Scatterplot	Tukey Box Plot	Spectrogram
Buble Charts	Tree Digrames	Diagram Map

شكل رقم (33) اشكال البيانات الصورية/المرئية

ابرز الاشكال البيانية الصورية

مصادر موثوقة تساعدك على توفير معلومات صحيحة عن الموضوع التي ترغب بعرضه:

1. موقع [Gap minder](#) وهو موقع مخصص للإحصائيات العالمية في جميع المجالات
2. موقع العداد العالمي [world meters](#) الذي يوفر معلومات محدثة بشكل متواصل لبعض الاحصائيات عالمياً
3. مركز جوجل العالمي للبيانات [Public Data](#)

4. إحصائيات عربية على موقع [Discover Digital Arabia](#)

برامج مستخدمة في تصميم الإنفوجرافيك : وتختلف البرامج المستخدمة تبعاً لنوع الإنفوجرافيك المراد تصميمه كالتالي :

1. الإنفوجرافيك الثابت : برنامج الفوتوشوب Photoshop ، برنامج الاليستريتور illustrator (والخيار الثاني أفضل لأنه معتمد على مفهوم الـ Vector بالرسم وبالتالي الدقة تكون أعلى) .
2. الإنفوجرافيك المتحرك : برنامج الافتر افكت [aftereffect](#) ، برنامج الموشن [Apple Motion](#) (لكنه خاص بأجهزة آبل فقط).

مواقع في تصميم المخططات البيانية والخرائط :

3. موقع [StatSilk](#) الخاص بتوفير برامج تساعدك على تشكيل الخرائط والرسوم والاشكال البيانية التفاعلية كما تريد ([Interactive maps and visualizations](#))

4. موقع [hohli](#) الخاص ببناء المخططات والاشكال البيانية

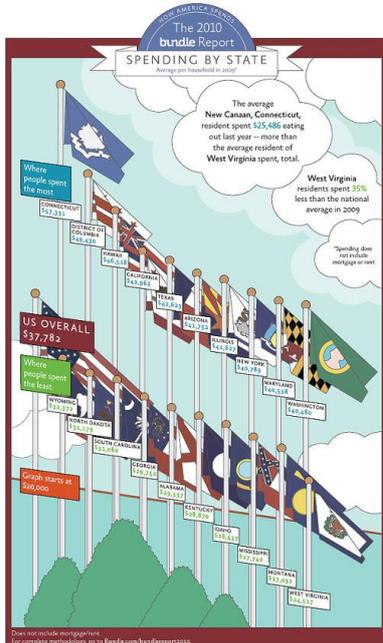
1. ملفات مفتوحة المصدر يمكنك الاستفادة منها مثل ملفات الـ PSD الخاصة ببرامج الفوتوشوب أو ملفات الـ AI الخاصة ببرامج الاليستريتور وهناك الكثير من المواقع الأخرى التي لا يوجد مجال لخصرها جميعاً .

مواقع عربية تعزز من إثراء مفهوم الانفوجرافيك عربياً على الإنترنت : (17)

1. موقع [تجسيد](#) : وهي مبادرة عربية غير ربحية تهدف لدعم المحتوى العربي برسومات إنفوجرافيك ، وبناء منصة تربط المصممين المبدعين برجال الأعمال والشركات ، وهو يعتبر أولى المواقع العربية التي دعمت مفهوم الانفوجرافيك العربي
2. موقع [بياناتي](#) : وهو موقع يوفر لك البيانات بشكل مبسط وواضح ويعزز مفهوم الانفوجرافيك
3. موقع [إنفوجرافيك عربي](#) : وهو مخصص بأرشفة كافة الانفوجرافيك العربي على الانترنت ليشكل مرجع عالمي ومعتمد بهذا المجال عالمياً

ثالثاً: الدراسة التطبيقية :

نقد وتحليل نماذج لأشكال الإنفوجرافيك المنشورة لتوضيح رؤى تصميمية يبحث عنها الباحث



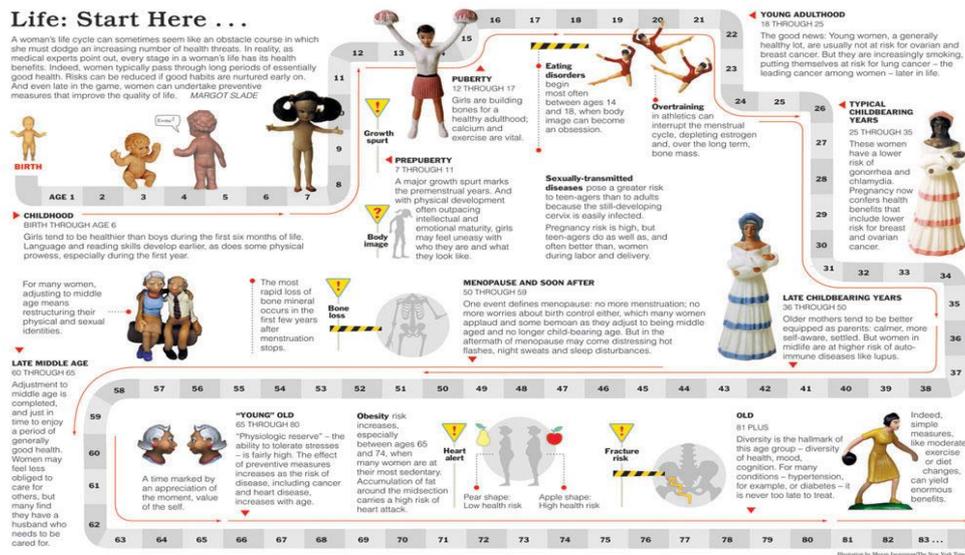
شكل رقم (34)

دراسة حالة (1) شكل رقم (34).

هذا الشكل يمثل انفوجرافيك سيئ جداً لأنه ترك المشاهد بدون عمل أعمدة أو جدول يوضح النسب واعتمد على الأعلام الخاص بالدول ويعتبر ذلك سيئاً عند تصميم الإنفوجرافيك لأنه ترك أسئلة أكثر لفهم الموضوع وكذلك هناك أعلام عليها كتابات وأخرى عليها مبالغ دون توضيح المعنى وهذا الأسوء في ذلك.

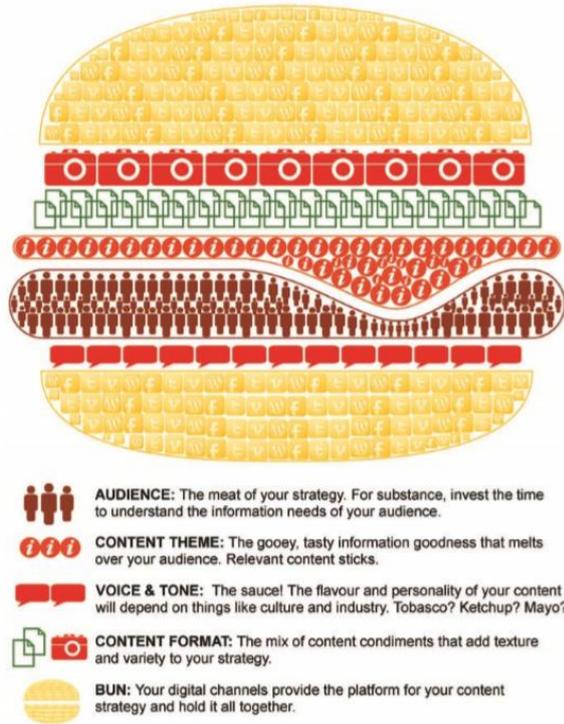
دراسة حالة (2) شكل رقم (35)

هذا الإنفوجراف يمثل رواية لقصة والصورة تذكرنا بلعبة شريان الحياة وقد نراها كثير في الصحف وهي تبدأ بالبحث عن شئ معين ونسير مع الخط حتى نصل للنهاية فلارقام تبين السنوات ومنها توضح متى يبدأ القارئ البداية في القراءة ومساعدته بالاسهم الاتجاهية وفي مجملها تعتبر شئ جميل والوانها مناسبة



شكل رقم (35)

دراسة حالة (3) شكل رقم (36)



يستخدم هذا الرسم البياني الطبقات المجازية للبرجر (وعلاقتنا العاطفية بالطعام) لمساعدة الجماهير على فهم وتذكر مكونات إستراتيجية تسويق المحتوى بطريقة لا تنسى أكثر من القائمة العادية.

فتساعد الاستعارات البصرية في تحسين المحتوى ، مما يجعل أصول المعلومات أكثر وضوحاً في حين تمكن بسرعة الفهم، لا سيما عندما يتعلق الأمر الأفكار والمفاهيم أكثر تعقيداً أو غير ملموسة. وبالإضافة إلى ذلك، تميل الاستعارات البصرية إلى إضافة طبقة عاطفية إلى المحتوى الذي لا يمكن للنص وحده أن يحققه، مما يزيد من احتمال الاستكشاف والمشاركة بشكل أعمق (انظر الشكل لمكونات البرجر)

رابعاً: النتائج:

- الانفوجرافيك هو فن تحويل البيانات والمعلومات الى صور ورسوم يسهل فهمها بوضوح.
- الإنفوجرافيك" فن مبتكر وطريقة خلاقة لفهم المحتوى.
- هناك نسبة عالية جداً من الجمهور تتلقى المعلومة من خلال الإنفوجرافيك وتفضله عن النصوص المكتوبة .
- اثر الإنفوجرافيك على الجمهور و جعلهم أكثر استفادة ومشاركة كما جعلهم أكثر انتباهاً .
- التصميم الجيد والمتقن يوضح المعلومة بسهولة ويسر ويوصل الرسالة الإعلامية فى أقصر وقت.
- هناك بعض الصفات للمصمم الناجح فى تصميم الإنفوجراف وهناك صفات للتصميم المصور الناجح يجب الالتزام بها.

خامساً: التوصيات :

- لا تجعل القارئ يبذل مجهوداً في استيعاب الإنفوجراف.. فشرط المضمون الصحفي الناجح هو البساطة.. استخدم أبسط الأشكال لتوصيل المعلومة.
- يجب أن يتم استخدام عناصر مترابطة ببعضها فى تصميم الإنفوجراف ومناسبة للمساحة المتاحة للنشر .
- يجب أن تكون معلومات الإنفوجراف دقيقة وموثقة ومعلومة المصدر.
- يجب أن يكون هناك تنسيق بين الصحفي والمخرج حتى يتمكن من إنجاز إنفوجراف جيد وسهل ومناسب للنشر فى الجريدة. فى حالة عدم تناسب الموضوع مع الصورة المنشورة يجب أن يتم اختصار المادة سواء بإعادة التحرير أو بحذف عناصر غير مؤثرة فى الإنفوجرافك.
- استخدم أدوات مناسبة للتعبير عن الفكرة، ولا تفرط في استخدام الموتيقات والأدوات الخاصة بالإنفوجراف دون حاجة حقيقية.. فالإفراط يؤدي لتعقيد الإنفوجراف وعدم فهم القارئ له.. هذا يعني أنك فشلت في مهمتك.
- يمكن استخدام أشكال مبتكرة كبديل للموتيقات المرسومة فى حالة عدم وجود موتيفة مناسبة للموضوع في مكتبة المخرج.

المراجع:

أولاً : المراجع العربية

محمد شلتوت :الإنفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج.مكتبة تربية الغد - الرياض 2016

ثانياً: مواقع الانترنت

- 1- <http://www.hp.com/large/ipg/assets/bus-solutions/power-of-visual-communication.pdf>.
- 2- <http://www.onextrapixel.com/2010/02/09/effective-visual-communication-using-infographics-40-attractive-examples>.
- 3- <http://www.hp.com/large/ipg/assets/bus-solutions/power-of-visual-communication.pdf>.
- 4- <http://www.datavis.ca/gallery/historical.php>.
- 5- <http://www.datavis.ca/gallery/historical.php>.
- 6- David Mc Candless, “The Beauty of Data Visualization,” TED website, <http://bit.ly/sHXvKc>.
- 7- <http://www.vcaa.vic.edu.au/documents/vce/visualcomm/visualcommunicationdesigns-d-2013.pdf>
- 8- [.http://www.vcaa.vic.edu.au/documents/vce/visualcomm/visualcommunicationdesigns-d-2013.pdf](http://www.vcaa.vic.edu.au/documents/vce/visualcomm/visualcommunicationdesigns-d-2013.pdf).
- 9- <http://www.vcaa.vic.edu.au/documents/vce/visualcomm/visualcommunicationdesigns-d-2013.pdf>.
- 10- <http://www.vcaa.vic.edu.au/documents/vce/visualcomm/visualcommunicationdesigns-d-2013.pdf>.
- 11- <http://organicseopress.com/communicate-effectively-using-visual-content/>. (يناير 2015) 01:37:33
- 12- http://www.wiklundrd.com/kendler_infographics.pdf.
- 13- Richard Alleyne, “Welcome to the Information Age—174 Newspapers a Day,” The Telegraph, <http://tgr.ph/vtsr2e>
- 14- <http://www.hp.com/large/ipg/assets/bus-solutions/power-of-visual-communication.pdf>.
- 15- <http://asahnetwork.org>.
- 16- <http://wordle.net/> (يناير 2015) 23:44:32
- 17- <http://uaeinfographics.blogspot.com/2013/02/infographics-data-visualization.html#sthash.EDY3VyvP.dpuf>