



توظيف الصحف السعودية للإنفوجرافيك في إبراز المحتوى دراسة وصفية تحليلية لصحيفة عكاظ

د. عفاف عبدالله أحمد إسماعيل - السودان

أستاذ مشارك في قسم الصحافة والإعلام
كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة جازان - السعودية
جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية - السودان



Abstract

No doubt that visual information is acquiring importance in the press because it gives credibility and confidence to the information, and with the widespread use of computers, desktop publishing programs and other modern design programs, awareness has increased of the importance of graphs, which helps to understand information and process it quickly and is a quick means of persuasion.

The study aimed to identify the employment of Infographic by OKAZ Newspaper in the editorial forms, the type of issues it covers and the elements of presentation used in its design.

The girl researcher conducted an exploratory study to determine the extent to which the Saudi newspapers use Infographic to highlight (illustrate) the content. The girl researcher's follow-up revealed a variance in usage, as some newspapers use it as a stand-alone art while using it with various editorial forms to clarify the content.

This study belongs to descriptive research that aims to accurately describe the phenomena and determine their characteristics and the elements that compose them and relate to each other. In the context of the descriptive approach, the girl researcher used the content analysis approach and the most important findings that the girl researcher concluded are the following: OKAZ newspaper's interest in using Infographic to show content during the months under study is about 100%. The girl researcher relied in the design of Infographic on colors with 98.9% and on graphics with 93.2%. Infographic highlights information, facts, statistics, and numbers and seeks to simplify it by 98.6%. Infographic covers all topics and in various fields, but it focuses on economic issues at 33.1% compared to other topics.

المعلومات المرئية مهمة في الصحافة، لأنها تضيف المصداقية والثقة على المعلومات، ومع انتشار استخدام الحاسوب وبرامج النشر المكتبي وغيرها من البرامج الحديثة للتصميم زاد الوعي بأهمية الرسوم البيانية (الإنفوجرافيك) الذي يساعد على فهم المعلومات ومعالجتها بسرعة، ويُعد وسيلة سريعة للإقناع.

وهدفت الدراسة إلى معرفة توظيف صحيفة عكاظ لـ (إنفوجرافيك) في الأشكال التحريرية، ونوع القضايا التي يتناولها. وعناصر الإيضاح المستخدمة في تصميمه.

وقد أجرت الباحثة دراسة استطلاعية؛ للوقوف على مدى توظيف الصحف السعودية لـ (إنفوجرافيك) في إبراز المحتوى، وتبين للباحثة من المتابعة وجود تباين في الاستخدام؛ إذ تستخدمه بعض الصحف كفن قائم بذاته، وأخرى تستخدمه لتوضيح المضمون، وذلك مع الأشكال التحريرية المختلفة.

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف الظواهر وصفًا دقيقًا، وتحديد خصائصها، والعناصر التي تتكون منها، وارتباط بعضها ببعض، وفي إطار المنهج الوصفي استخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون، وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة: بلغ نسبة اهتمام صحيفة عكاظ باستخدام (إنفوجرافيك) في إبراز المحتوى، خلال الشهر موضع الدراسة ١٠٠٪. والاعتماد في تصميم (إنفوجرافيك) على الألوان بنسبة ٩٨,٩٪، والرسومات بنسبة ٩٣,٢٪. ويسعى الإنفوجرافيك تبسيط المعلومات، والحقائق، والإحصاءات، والأرقام، بنسبة ٩٨,٦٪. ويتناول (إنفوجرافيك) كل الموضوعات وفي مختلف المجالات. ويُعنى (إنفوجرافيك) بالموضوعات الاقتصادية بنسبة ٣٣,١٪ مقارنة بالموضوعات الأخرى.

الكلمات المفتاحية: ١/ الرسوم ٢/ تصاميم ٣/ جرافيك ٤/ معلوماتية ٥/ التقنية.

تتوأت المعلومات المرئية مكانة مرموقة في الصحافة؛ لأنها تضيف المصداقية والثقة على المعلومات، ومع انتشار استخدام الحاسوب، وبرامج النشر المكتبي وغيرها من البرامج الحديثة للتصميم زاد الوعي بأهمية الرسوم البيانية (الإنفوجرافيك) الذي يساعد على فهم المعلومات ومعالجتها بسرعة، ويُعد وسيلة سريعة للإقناع.

يمثل (إنفوجرافيك) في الصحافة الحديثة نهجًا جديدًا في تسهيل فهم الأخبار، فتصميمه مهمة جدًا، لماذا؟ لأنها تعمل على تغيير طريقة الناس في التفكير من الناحية البيانية والمعلوماتية والقصصية منها وتضيف شكلًا آخر لعرض المعلومات والبيانات بأسلوب يساعد على توصيل الأفكار المعقدة بطريقة واضحة وجميلة، خاصة والعالم أصبح أكثر تراكُمًا من الناحية المعلوماتية، وتصاميم (إنفوجرافيك) لها دور مهم وفعال في تيسير هذه المعلومات، وتسهيل قراءة هذه الكميات الهائلة من البيانات المعلوماتية، وجعلها أكثر سلاسة في قراءتها ومعرفتها، وقدرة على تحليلها بأسلوب جميل جذاب ملفت للنظر.

يتميز (إنفوجرافيك) بأنه يحتوي على رموز تعبر عن الموضوع والهدف منه، وألوان مريحة للعين ومحبوبة للناس، وأشكال وصور ورسومات توضيحية مميزة؛ لذا صار المفتاح الحقيقي لجذب المستخدمين والوصول إلى جمهور أكبر، فهو يركز دائمًا على عرض البيانات والحقائق على هيئة رسومات ممتعة ومميزة.

تكمن فكرة الإنفوجرافيك في محاولة مواكبة قدرات ومتطلبات العصر، فالعالم يشهد تطورًا تكنولوجيًا يعتمد على السرعة، فالقارئ لا يستطيع أن يستمر في قراءة نص كامل مكون مما يزيد عن ٢٥٠ كلمة؛ إذ الحياة الراهنة تحتاج إلى السرعة والإيجاز،

و«خير الكلام ما قل ودل»، فالآن يمكن تصفح جميع الأخبار والبيانات المتصلة بموضوع ما وقراءتها عن طريق خدمة الإنفوجرافيكس التي انتشر استخدامها بظهور صحافة البيانات، تقوم فكرتها على النصوص المدعومة بالرسوم البيانات، لتسهيل الخدمات على القارئ، ومعرفة مجريات الأمور والأسباب، وتداعيات تأثيرها من خلال أشكال الإنفوجرافيكس في ثوان معدودة. (محمد، آية، ٢٠١٩)

استخدام الصحافة لـ (إنفوجرافيك) فرض عليها إنشاء إدارة متخصصة لتشكيله وصناعته في ظل التغيرات التكنولوجية التي أدت إلى تطوير المهن المختلفة فأصبح على الصحف تطوير مهارات المكلفين بإعداده؛ ليتمكنوا من إخراج المحتوى بكفاءة.

مشكلة الدراسة

أجرت الباحثة دراسة استطلاعية للوقوف على مدى توظيف الصحف السعودية لـ (إنفوجرافيك) في إبراز المحتوى، كشفت عن وجود تباين في الاستخدام؛ إذ تستخدمه بعض الصحف كفن قائم بذاته، في حين تستخدمه صحف أخرى -مع الأشكال التحريرية المختلفة- لتوضيح المضمون.

وتتمثل مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

ما مدى توظيف الصحف السعودية لـ (إنفوجرافيك) في إبراز محتوى الموضوعات المختلفة؟

أهمية الدراسة

يساعد على تيسير المعلومات المعقدة والكبيرة، وجعلها سهلة الفهم. والاعتماد على المؤثرات البصرية في توصيل المعلومة، والعمل على تحويل المعلومات والبيانات من أرقام وحروف مملة إلى صور ورسوم جاذبة.

وتكمن أهميته في تغيير طريقة -العرض التقليدي- عرض المعلومات والبيانات للجمهور؛ لأنه يساعد على تغيير استجابة الناس، وتفاعلهم عند رؤية عرض البيانات والأفكار بسهولة وسلاسة، ووصول الأفكار المعقدة بسلاسة. كما أن مبادئ الإنفوجرافيك تقوم على: تدعيم التصميم بالأرقام، وتجنب الحشو، والتزام نوع واحد من التصميم، والبساطة في اختيار الألوان، واعتماد التسلسل في سرد المعلومات. (محمد، آية، ٢٠١٩)، ومن ثم تكمن أهميته في أنه:

١. يساعد (إنفوجرافيك) على تبين المعلومات والبيانات المعقدة، والأرقام، والإحصاءات لقراء الصحف السعودية.
٢. يسهل (إنفوجرافيك) للقارئ المتعجل الإحاطة بالأخبار كافة، والموضوعات المهمة المنشورة بالصحيفة.
٣. يمنح استخدام الرسومات (إنفوجرافيك) القراء القدرة على تذكر المعلومات التي يطلعون عليها لفترة طويلة.
٤. قلة البحوث والدراسات التي نفذت في هذا المجال؛ لإقبال الصحف على استخدام (إنفوجرافيك) بعد ثورة المعلومات، وظهور برامج حديثة في تصميم الصحف.
٥. رفد المكتبة ببحث يساعد الباحثين في الحصول على معلومات مرتبطة بالتقنيات الحديثة التي تستخدمها الصحف في زيادة المقروئية؛ لأنها أصبحت مواجهة بمنافسة كبيرة من الوسائط التكنولوجية الحديثة.

أهداف الدراسة

تتخصر أهداف الدراسة في الوقوف على:

- ١/ توظيف صحيفة عكاظ (إنفوجرافيك) في الأخبار والتحقيقات والتقارير.
- ٢/ نوع القضايا التي يتناولها (إنفوجرافيك) بصحيفة عكاظ.
- ٣/ معرفة الصفحات التي ينشر بها (إنفوجرافيك) في صحيفة عكاظ.
- ٤/ عناصر الإبراز المستخدمة في تصميم (إنفوجرافيك).

فرضية الدراسة

ل (إنفوجرافيك) دور كبير في إبراز المحتوى بصحيفة عكاظ.

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: باقاسي، لجين، (٢٠١٩)، ماجستير، الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات (الإنفوجرافيك) في الصحف السعودية (باقاسي، لجين، ٢٠١٧م).

وهي تُعدّ دراسة تطبيقية على صحيفة مكة وعكاظ، تهدف إلى معرفة اتجاهات الموضوعات التي تستخدم الإنفوجرافيك (اجتماعي - ثقافي - سياسي - اقتصادي). والتعرف على الفنون الصحفية الأكثر استخداماً في تصميمات الإنفوجرافيك، ومعرفة أهم التصميمات البصرية المستخدمة في تصميمات الإنفوجرافيك.

وذلك من خلال الدراسة التحليلية على صحيفتي مكة وعكاظ عام ٢٠١٦ ومنتصف عام ٢٠١٧م، بالإضافة إلى الدراسة الميدانية التي استهدفت مصممي الإنفوجرافيك في كلتا الصحيفتين.

ولأهمية الإنفوجرافيك في الصحافة السعودية

المطبوعة والإلكترونية تمحور التساؤل الرئيس ما مدى استخدام الإنفوجرافيك في الصحف السعودية؟ وكان من أبرز نتائج الدراسة: التأكيد على أن من الرموز والإنفوجرافيك أهم العناصر الجرافيكية للإنفوجرافيك. وأن أكثر الموضوعات الصحفية التي تأتي بها تصميمات الإنفوجرافيك كانت الموضوعات ذات المضمون الاجتماعي والسياسي، وأنه الأكثر اختياراً بين مصممي الإنفوجرافيك. وأن جلّ الفنون الصحفية التي تحتوي على تصميمات الإنفوجرافيك كانت الخبر الصحفي. وأن الإنفوجرافيكي عُدّ أحد الأساليب الإخراجية الحديثة في صحف الدراسة. إضافة إلى أن الإنفوجرافيك هو اللغة الصحفية الحديثة في العصر الحالي. (باقاسي، لجين، ٢٠١٧م)

الدراسة الثانية: أبو عصب، شيماء محمد (٢٠١٥م)، أثر استخدام استراتيجية (الإنفوجرافيك) على تحصيل طالبات الصف الخامس الأساسي واتجاهاتهن نحو العلوم ودافعيتهن نحو تعلمها (https://repository.najah.edu/, 2015).

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر استخدام (إنفوجرافيك - Infographic) في تحصيل طالبات الصف الخامس الأساسي في العلوم، وعلى اتجاهاتهن ودافعيتهن نحو تعلمها في محافظة سلفيت، وحاولت الدراسة تحديداً الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما أثر استخدام (إنفوجرافيك) في تحصيل الطالبات في مادة العلوم، واتجاهاتهن ودافعيتهن نحو تعلمها، لدى طالبات الصف الخامس الأساسي في محافظة سلفيت؟ وللإجابة عن سؤال الدراسة واختبار فرضياتها، استخدمت الباحثة المنهج شبه التجريبي، وطبقت الدراسة على عينة من طالبات الصف الخامس الأساسي، وتم تقسيمهم إلى مجموعتين، إحداها تجريبية درست محتوى وحدة النباتات باستخدام (إنفوجرافيك)، والأخرى ضابطة درست الوحدة نفسها بالطريقة التقليدية، وذلك للفصل الدراسي الثاني من العام (٢٠١٥-٢٠١٤).

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي تحصيل طالبات الصف الخامس الأساسي واللواتي درسن وحدة النباتات باستخدام الإنفوجرافيك (المجموعة التجريبية) وطالبات الصف الخامس الأساسي اللواتي درسن الوحدة ذاتها بالطريقة التقليدية (المجموعة الضابطة) في الدرجة الكلية لاختبار التحصيل البعدي لصالح المجموعة التجريبية. وكذلك في الدرجة الكلية لمقياس الاتجاهات البعدي لصالح المجموعة التجريبية. وأيضاً في الدرجة الكلية لمقياس الدافعية البعدي لصالح المجموعة التجريبية.

الدراسة الثالثة: الجريبي، سهام بنت سلمان محمد (٢٠١٤م)، فعالية برنامج تدريبي مقترح في تنمية مهارات تصميم الخرائط الذهنية الإلكترونية من خلال تقنية (الإنفوجرافيك) ومهارات الثقافة البصرية لدى المعلمات قبل الخدمة.

هدفت الدراسة إلى معرفة فاعلية استخدام برنامج تدريبي مقترح في تنمية مهارات تصميم الخرائط الذهنية الإلكترونية من خلال تقنية (الإنفوجرافيك)، ومهارات الثقافة البصرية لدى المعلمات قبل الخدمة. ولتحقيق هذا الهدف تم اختيار خمس عشرة طالبة من كلية التربية، تم تدريبهن على البرنامج التدريبي المقترح، وقد تم إعداد اختبار لقياس مهارات تصميم (الإنفوجرافيك)، ومهارات الثقافة البصرية في تصميم الخرائط الذهنية الإلكترونية في التعلم، وبطاقة ملاحظة لتصميم الخرائط الذهنية عبر تقنية (الإنفوجرافيك)، ومهارات الثقافة البصرية.

وقد أشارت النتائج إلى التالي:

أن البرنامج المقترح أسهم في تحسين مستوى معرفة مهارات الثقافة البصرية. وتحسين مهارات تقنية تصاميم (الإنفوجرافيك) في تصميم خرائط ذهنية إلكترونية للدروس والتعلم. (سلطان، ٢٠١٤)

الدراسة الرابعة: سليم لبد، عبير محمد (٢٠١٧م)، استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك دراسة تحليلية مقارنة (لبيد: ٢٠١٨م).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على درجة اهتمام المواقع الفلسطينية الإلكترونية بفن (الإنفوجرافيك)، وأهم مجالات استخدامه، وأبرز العناصر المكونة لفنه التي يتم التركيز عليها، بجانب أهم القضايا والموضوعات التي يطرحها في المواقع الإلكترونية، واستخدمت الباحثة في دراستها منهج الدراسات المسحية، معتمدة أسلوب تحليل المضمون، كما استخدمت استمارة تحليل المضمون كأداة في جمع المعلومات، على عينة بلغت (٩٣) مفردة.

كشفت الدراسة اهتمام مواقع الدراسة بفن (إنفوجرافيك) - وإن اختلفت درجة اهتمامها وشكل الاهتمام- حيث أظهرت مواقع الدراسة اهتماماً في العناصر المرئية بنسبة (٦٩، ٧٠٪) وفي العناصر المقروءة بنسبة (٣١، ٢٩٪)، ويصدر موقع شبكة القدس الإخبارية مواقع الدراسة في اهتمامه للعناصر المرئية والمقروءة كافة بنسب ملحوظة، وتنوعت القضايا التي طرحها (إنفوجرافيك) في مواقع الدراسة، فتصدرت قضايا الحروب والعدوان بنسبة (٣٣، ٣٣٪)، تلاها قضايا اللاجئين بنسبة (١٢، ١٦٪)، ثم قضايا الأسرى بنسبة (٩، ١٢٪)، وفي المرتبة الأخيرة قضايا الحصار بنسبة بلغت (٣، ٤٪).

الدراسة الخامسة: الدلو، جواد راغب (٢٠١٨م)، الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة (راغب، ٢٠١٨م).

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام صحيفة الرسالة بـ (الإنفوجرافيك) والقضايا التي يتناولها، وأنواعه، ومكوناته، ومصادره، ومواقع نشره، ومدى ارتباطه بالواقع المحلي

٢. ما القضايا التي توظف صحيفة عكاظ (إنفوجرافيك) لإبرازها؟
٤. هل تستخدم صحيفة عكاظ (الإنفوجرافيك) كموضوع قائم بذاته؟
٥. هل تستخدم صحيفة عكاظ (إنفوجرافيك) مصاحباً لموضوع؟
٦. ما هي العناصر المرئية والمقروءة المكونة لـ (إنفوجرافيك) في صحيفة عكاظ؟
٧. ما هي أنواع (الإنفوجرافيك) التي يتم توظيفها في صحيفة عكاظ؟
٨. ما هي إيجابيات استخدام صحيفة عكاظ لـ (إنفوجرافيك) لإبراز المحتوى؟
٩. ما هي إيجابيات وسلبيات استخدام صحيفة عكاظ لـ (إنفوجرافيك) لإبراز المحتوى؟

نوع الدراسة ومنهجيتها وأداتها

تصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف الظواهر وصفاً دقيقاً، وتحديد خصائصها، والعناصر التي تتكون منها، وارتباط بعضها ببعض، ودور كل منها في أداء وظيفته تحديداً كمياً، ويقوم البحث الوصفي القائم على التحليل بربط البيانات وتفسيرها وتصنيفها، وبيان نوعية علاقة المتغيرات والأسباب والاتجاهات، ومن ثمّ يتم استخلاص النتائج، ويستطيع الباحث من خلال المنهج الوصفي دراسة المستقبل.

وفي إطار المنهج الوصفي استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون، التي تعد أداة وصفية تهدف إلى اختيار عيناته من المحتويات الدلالية الإعلامية؛ بغية توصيفها وتصنيفها، وتوزيعها إلى فئات أساسية وثنائية. ثم المعالجة الإحصائية، باستخدام القياس والترميز الرياضي، وتحليل المعطيات، ثم استخلاص النتائج وتأويلها، ثم تقديم التوصيات والاقتراحات.

لصحيفة الدراسة، وهي من البحوث الوصفية، وفي إطار هذا النوع من البحوث تم استخدام منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة. وكشفت الدراسة عن مجموعة من النتائج، أهمها: اهتمام صحيفة الرسالة بـ (الإنفوجرافيك) دون غيرها من الصحف الفلسطينية، والتركيز على أربع قضايا هي: السياسية، والاجتماعية، والفصائل الفلسطينية، والانتخابات المحلية، وأن معظم قضايا (الإنفوجرافيك) ترتبط بالواقع المحلي. واستخدامها في الصفحة الأخيرة بشكل أساسي لثلاثة أنواع من (الإنفوجرافيك)، وهي: تحليل البيانات، والتسلسل الزمني والتاريخي، وعرض الأفكار. واهتمت الصحيفة بالعناصر المقروءة والمرئية المختلفة بنسب متباينة. وأوضحت الدراسة -أيضاً- وجود علاقة بين أنواع (الإنفوجرافيك) والقضايا التي يتناولها.

ركزت الدراسات السابقة والتي نفذت في الدول العربية على مايلي:

يتضح من عرض الدراسات السابقة إلى:

- ١/ أن معظم الدراسات السابقة كانت حول فوائد استخدام (إنفوجرافيك) في مجال التعليم. لكن الدراسة الحالية توجهت إلى مجال الإعلام.
- ٢/ الدراسات السابقة تناولت استخدامه في الصحافة الإلكترونية، وهذه الدراسة تناولت استخدامه في الصحافة الورقية بالمملكة العربية السعودية.

تساؤلات الدراسة

١. هل تهتم الصحف السعودية بصفة عامة وصحيفة عكاظ بصفة خاصة بـ (إنفوجرافيك)؟
٢. ما أكثر الأشكال التحريرية التي تستخدم فيها صحيفة عكاظ (إنفوجرافيك)؟

من مجتمع الدراسة نفسه- تم عرضها على مُحَكِّمِينَ في مجال الصحافة هما: (بروفيسور/عبد النبي عبدالله الطيب، بروفيسور/مبارك يوسف، أستاذ الإعلام بقسم الصحافة والإعلام -جامعة جازان- السعودية).

معامل الثبات

للتأكد من ثبات النتائج أعادت الباحثة التحليل لعينة تم اختيارها بطريقة عشوائية ودراستها لمدة خمسة أيام متتابعات.

تعريف مصطلحات البحث

توظيف

التوظيف (Staffing) هو: عملية التشغيل، وتحديد المواقع، والإشراف على العاملين في المنظمة. (<https://ar.wikipedia.org/wiki>, n.d)

الوظيفة هي: المهمة الملقاة على عاتق الشيء ليقوم بها.

التعريف الإجرائي: يقصد بالتوظيف -في هذا البحث- الاستخدام الأمثل.

الصحافة

يركز المفهوم الاصطلاحي للصحافة على أنها الجوانب والأبعاد المختلفة للعمل التحريري والفني، وهي مجموعة من الصفحات تتناول الموضوعات في مختلف المجالات.

الصحافة هي: جمع الأخبار ونشرها، ونشر المواد المتصلة بها في مطبوعات، مثل: الجرائد، والمجلات، والرسائل، والمطويات، والكتب الورقية والإلكترونية.

التعريف الإجرائي: يقصد بها الصحافة المطبوعة التي تصدر بصفة دورية.

جمعت الباحثة البيانات والمعلومات المتعلقة بـ (إنفوجرافيك) بصحيفة عكاظ، محاولة الكشف عن الحقائق، ومعرفة خصائص (الإنفوجرافيك)، ودوره في إبراز المحتوى، وذلك بالوصف الموضوعي المنهجي الكمي لمحتوى المادة من أجل استخلاص النتائج.

فئات استمارة تحليل المضمون

اشتملت استمارة تحليل المضمون لصحيفة عكاظ على الفئات التالية:

١. موقع (إنفوجرافيك) داخل الصحيفة.
٢. العناصر المرئية المستخدمة في (إنفوجرافيك)، وتضم: الصور، والرسوم، والألوان، والخرائط.
٣. العناصر المقروءة، وتحتوي على: المعلومات، والبيانات، والأرقام، والإحصاءات.
٤. محتوى إنفوجرافيك وقضاياها سواء أكانت سياسة، أم اقتصادية، أم تقنية وتكنولوجيا، أم حروب وعدوان، أم أمن، تعليم، رياضة، صحة وغيرها.

مجتمع الدراسة وعينتها

مجتمع البحث الصحف السعودية، وعينة الدراسة صحيفة عكاظ، يوجد بالصحيفة قسمًا خاصًا لـ (إنفوجرافيك)، بجانب استخدامه كجزء من الأخبار المنشورة على الصحيفة، وتم اختيار عينة دراسة (إنفوجرافيك) من بداية العام ١٤٣٩هـ إلى شهر شعبان من العام نفسه عن طريق العينة العشوائية المنتظمة، وبلغ إجمالي العينة (٢٨١) مفردة، تم اختيارها عن طريق العينة العشوائية المنتظمة.

معامل الصدق

للتأكد من دقة استمارة تحليل المضمون في قياس الغرض الذي صممت من أجله -إلى أي مدى تزودنا أداة البحث بمعلومات تتعلق بمشكلة البحث

الصحف السعودية

يبلغ عدد الصحف التي تصدر بالمملكة العربية السعودية حوالي خمس عشرة صحيفة، وردت في الموسوعة الحرة

على النحو التالي:

م	الصحيفة	مكان الإصدار	سنة الإصدار
١	جريدة أم القرى	مكة المكرمة	١٩٢٤م
٢	جريدة البلاد	جدة	١٩٢٢م
٣	جريدة المدينة	جدة	١٩٣٧م
٤	جريدة الحياة	لندن	١٩٤٦م
٥	جريدة الندوة	مكة المكرمة	١٩٥٨م
٦	جريدة عكاظ	جدة	١٩٦٠م
٧	جريدة الجزيرة	الرياض	١٩٦٠م
٨	جريدة الرياض	الرياض	١٩٦٣م
٩	جريدة اليوم	الدمام	١٩٦٥م
١٠	جريدة الشرق الأوسط	لندن	١٩٧٨م
١١	صحيفة الرياضية	الرياض	١٩٨٧م
١٢	جريدة الاقتصادية	الرياض، الظهران	١٩٩٢م
١٣	جريدة الوطن	أبها، جدة	٢٠٠٠م
١٤	صحيفة الشرق	الدمام	٢٠١١م
١٥	صحيفة مكة	مكة المكرمة	٢٠١٤م

إبراز: أبرزت الصحف الخبر ونحوه، أعطته مكانة مهمة، وأبرزت المحتوى فجعلت المضمون واضحاً للقارئ، وبينت ما به من آراء وأفكار.

(إنفوجرافيك)

التأصيل للكلمة (إنفوجرافيك - Infographic) هي: مأخوذة من كلمة Graphics Information، وتعني

المعلومات الرسومية، فهي: فن تحويل البيانات والمعلومات إلى صور ورسوم يسهل فهمها ويسر ووضوح.

المبحث الأول

نشأة (إنفوجرافيك)، وتطوره، وأنواعه، وعناصره

المطلب الأول: تعريف (إنفوجرافيك)

انتشر مصطلح الإنفوجرافيك في أوساط المصممين وشركات الإنتاج الفني والإعلامي، والشركات المتخصصة في مجال التسويق والأبحاث العلمية مؤخرًا خاصة من أجل التعريف بالإشكاليات والقضايا المجتمعية ويستخدمه المصممون أيضًا، كما يستخدمه مجتمع الأعمال؛ ليصبح أداة رئيسة في الإعلام والترويج، فهو عبارة عن فن تحويل البيانات والمعلومات إلى صور ورسومات سهلة الفهم (محمد، آية، ٢٠١٩).

كلمة (إنفوجرافيك - Infographic) مأخوذة من كلمة Graphics Information وتعني المعلومات الرسومية، هو فن تحويل البيانات والمعلومات إلى صور ورسوم يسهل فهمها بوضوح. وأحيانًا يسمى البيانات التصويرية التفاعلية Interactive Photographic Data Visualization، أو التصميم المعلوماتية Information Designs. (Infographic, n.d.)

هو: مصطلح تقني يشير إلى تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى رسوم مصورة يسهل على من يراها استيعابها دون الحاجة إلى قراءة الكثير من النصوص. ويُعدّ الإنفوجرافيك أحد الوسائل المهمة والفعالة هذه الأيام وأكثرها جاذبية لعرض المعلومات خصوصًا عبر الشبكات الاجتماعية. هي تجمع بين السهولة والسرعة والتسلية في عرض المعلومة وتوصيلها للمتلقّي. (حسن، حسن، ٢٠١٩م)

إذا عُرِّف (إنفوجرافيك) بأنه: العروض المرئية للمعلومات عن الرسائل المعقدة للقراء بطريقة تعزز فهم الصور في وقت أسرع وأفضل من قراءة مقالة كاملة تأخذ وقتًا كثيرًا، وأحيانًا يكون (إنفوجرافيك) امتدادًا لمحتوى المادة المكتوبة (infographic, n.d.).

إنفوجرافيك Infographic (البيانات التصويرية

التفاعلية) هو: فن إيصال المعلومة بالصور والرموز عوضًا عن الفيديو أو الكتابة.

المطلب الثاني: نشأة (إنفوجرافيك)، وتطوره

نجد لتصميم الجرافيك تأريخًا حديثًا نسبيًا بوصفه نظامًا، فإن الأنشطة التي تشبه تصميم الجرافيك تمتد على مر تأريخ البشرية، ويعود تأريخ هذا الفن إلى عام ٧٥٠٠ قبل الميلاد عندما كان الإنسان ينقش الصور والرموز على جدران الكهوف؛ لحفظ التأريخ للأجيال، وقد تم اكتشاف أول (إنفوجرافيك) في عام ١٧٨٦ ق.م، حيث وجد في كهوف لاسكوس، إلى عمود تراجان في روما إلى المخطوطات المضيئة في القرون الوسطى، إلى مصاييح جينزا المبهرة في كل هذا التأريخ الطويل، وفي ظل الطفرة التي حدثت مؤخرًا في مجال الاتصال المرئي في القرنين العشرين والحادي والعشرين، نجد -في بعض الأحيان- اختلافًا في كل من الإعلان وتصميم الجرافيك والفنون الجميلة، وعلى الرغم من كل ذلك إلا أنهم جميعًا يشتركون في العناصر نفسها، والنظريات، والمبادئ، والممارسات، واللغات، والهدف النهائي في فن الإعلان هو: بيع السلع والخدمات، كما أننا نجد الجوهر في تصميم الجرافيك هو: (تنظيم المعلومات)، وتشكيل الأفكار، وإضفاء جوم من التعبير والشعور بالحقائق الفنية التي توثق خبرة الإنسان. (taqana, 2018)

(إنفوجرافيك)، وظهور الطباعة

خلال عهد أسرة «تانغ» الحاكمة بالصين (٦١٨-٩٠٦ م) بين القرنين الرابع والسابع الميلاديين تم تقطيع كتل الخشب؛ من أجل الطباعة على المنسوجات، وفي وقت لاحق لاستنساخ النصوص البوذية، كما تم طبع الكتب البوذية في عام ٨٦٨م، إذ يُعد أقدم كتاب مطبوع عرف حتى الآن. بداية من

القرن الحادي عشر، تم إنتاج مخطوطات وكتب أكثر طولاً باستخدام أنواع من الطباعة المتحركة الأمر الذي جعل الكتب متوفرة على نطاق واسع خلال عهد أسرة «سونغ» (٩٦٠).

وفي عام ١٤٥٠، عملت دار «يوحنا غوتبرغ» للطباعة الصحفية بألمانيا على نشر الكتب في نطاق واسع في أوروبا، أسهم في تطوير هيكل الكتاب، وتسمى هذه الحقبة من تصميم الجرافيك النمط الإنساني أو القديم.

(إنفوجرافيك) وظهور صناعة التصميم

ظهرت حركة لفصل تصميم الجرافيك عن الفنون الجميلة في أواخر القرن التاسع عشر في أوروبا، ويُعرف (بيت موندريان) بـ (أبو تصميم الجرافيك)، حيث يرجع إليه الفضل في الاستخدام الفريد للشبكات الذي ألهم نظام الشبكات الحديثة المستخدمة في الإعلان، والطباعة والتصميم على الإنترنت.

وفي عام ١٨٤٩م أصبح (هنري كول) واحداً من العوامل الرئيسية في تعليم التصميم في بريطانيا العظمى عبر إطلاع الحكومة على أهمية التصميم، وذلك عن طريق مجلته الخاصة بالتصميم والمصنوعات، وقد نظم المعرض E الكبير احتفالاً بالتكنولوجيا الصناعية الحديثة والتصميم الفيكتوري.

ومن عام ١٨٩١م حتى عام ١٨٩٦م نشرت (دار ويليام موريس للنشر)، عدداً من الكتب التي تُعد من أهم ما أُنتج في مجال تصميم الجرافيك أثناء حركة الفنون والحرف، كما قدمت عملاً مُربحاً جداً عبر تأليف الكتب المنتقاة وبيعها إلى الأثرياء بسعر مرتفع، وقد أثبتت دار «موريس» وجود سوق

لأعمال التصميم التصويري، وساعدت على الفصل بين التصميم وغيره من الإنتاج من الفنون الجميلة الأخرى، كما تميزت بالطابع التاريخي الذي تبرز أهميته في توضيح التأثير المادي للحالة المبتذلة التي كان عليها تصميم الجرافيك أثناء القرن التاسع عشر.

كما أثرت أعمال (دار موريس للنشر) وبقية أعمال حركة النشر الخاصة بصورة مباشرة في الفن الحديث، وبشكل غير مباشر تُعد مسؤولة عن التطورات التي طرأت على تصميم الجرافيك في أوائل القرن العشرين بشكل عام. (infographic, n.d.)

التصميم في القرن العشرين

يصعب الزعم بمعرفة أصل مصطلح (تصميم جرافيك)، فقد نُسب إلى المصمم البريطاني والأكاديمي (ريتشارد جوايت)، لكنّ مصدراً آخر يشير إلى مصمم كتاب أمريكي في أوائل القرن العشرين هو (وليام أديسون دويجنز).

وقد لاقت تصاميم الجرافيك ذات الطراز الحديث في السنوات التالية قبولاً وتطبيقاً على نطاق واسع، وأصبح الاقتصاد الأمريكي بعد الحرب العالمية الثانية في حاجة ماسة لتصميم الجرافيك -أساساً- للدعاية والتعبئة والتغليف، ومن ضمن الأسماء المبرزة في مجال التصميم منتصف القرن العشرين (أدريان فروتايجر) بداية من أواخر فترة الثلاثينات حتى وفاته في عام ١٩٩٦م؛ إذ اتخذ مبادئ (باوهاوس) وطبقها على تصميم الدعاية والشعارات العامة، وقد أصبح واحداً من رواد مجموعة فرعية لتصميم الجرافيك معروفة باسم الهوية التعاونية، وأخيراً جوزيف (مولر بروكمان) الذي صمم ملصقات توصف بالعنف.

تطور (إنفوجرافيك) خلال ثورة المعلومات

ازداد استخدام (إنفوجرافيك) بصورة كبيرة عبر الإنترنت، فالكثير من المواقع والمدونات الإنجليزية والعربية أصبحت تخصص تصنيفاً منفصلاً له، وبات لدينا آلاف (إنفوجرافيك) منشورة على هذه المواقع، هذا بخلاف المواقع المختصة في هذا المجال.

وبنظرة سريعة عبر محرك (جوجل) للبحث نلاحظ الزيادة المستمرة في حجم البحث عن (إنفوجرافيك)، بالإضافة إلى زيادة عدد نتائج البحث حول (إنفوجرافيك) وبشكل مستمر.

عاد (إنفوجرافيك) للظهور في بداية القرن الحادي والعشرين مع ولادة وسائل التواصل الاجتماعي بين عامي ٢٠٠٥ م و٢٠٠٦ م، وتطورها وانتشارها، وقفزتها بشكل سريع مع عام ٢٠١١. وصارت مشاركة الآلاف من منشورات (إنفوجرافيك) تتم بصورة دورية ومباشرة عبر الشبكات الاجتماعية، وأهمها: (فيس بوك)، و(تويتر)، وهي تتمتع بنسبة عالية من المشاهدات والتفاعل من قبل مستخدمي هذه الشبكات. (wikipedia, n.d.).

المطلب الثالث: أنواع الإنفوجرافيك

يوجد العديد من أنواع الرسوم من أجل تصوير البيانات، وتستخدمها الصحف منذ سنوات مثل: شريط الرسوم التوضيحية Bar Graphics and Pie Charts، والرسوم التوضيحية الدائرية، والجداول Table، والمخططات Diagrams.

ومع التطور التكنولوجي، ودخول الصحف والمجلات العلمية المختصة ظهرت أنواع متعددة وجديدة من الرسوم المعلوماتية؛ إذ يمكن مع الفضاء الرقمي على الإنترنت أن تتحول الرسوم المعلوماتية التقليدية الثابتة إلى نمط الصور المتحركة؛ لذا يمكن القول بأن الإنفوجرافيك ينقسم إلى قسمين رئيسين ولكل نوع منهما خصائص وبرامج لتنفيذه.

الأول: الإنفوجرافيك الثابت- (Static Infographic)

وهو عبارة عن: رسوم ذات أشكال أو أنواع عديدة تبدو جميعاً ساكنة ثابتة لا حركة فيها. سواء تمت طباعتها بصحف ورقية أو تم نشرها عبر الوعاء الإلكتروني على الإنترنت.

الثاني: الإنفوجرافيك التفاعلي- (Interactive Infographic)

وهو يتخذ أشكالاً متنوعة، ويختص بالبيئة الرقمية، أي أن ظهوره مرتبط بظهور الصحافة على الإنترنت، وهو عبارة عن: نصوص أو رسوم مصحوبة بصوت ناطقها مع الحركة، أو تصوير فيديو عادي يوضع عليه البيانات بكل جرافيكي متحرك؛ لإظهار بعض الحقائق والمفاهيم على الفيديو. أو هو عبارة عن: تصميم للبيانات والتوضيحات والمعلومات بشكل متحرك كامل، وفي شكل لقطات فيديو متكاملة.

ويتطلب هذا النوع عموماً كثيراً من الإبداع، واختيار الحركات المعبرة التي تساعد في إخراجها بطريقة شيقة وممتعة. وكذلك يكون لها سيناريو كامل، وهذا النوع من أشكال الإنفوجرافيك التفاعلي يتيح للمستخدم التحكم في المعلومات والبيانات التي يريد رؤيتها أو قراءتها عن طريق النقر على الروابط، أو الوصلات، أو النصوص الفائقة المتاحة أمامه في الإنفوجرافيك.

فاستخدام الإمكانيات التقنية وإرفاقها بالإنفوجرافيك قادر على خلق ديناميكية أكثر تعبيراً وتأثيراً وحيوية، وتدعم الموضوعات المستعرضة من خلال الإنفوجرافيك (محمد، آية، ٢٠١٩).

وفي ظل البيئة الرقمية تعددت أشكال الإنفوجرافيك في إطار القسمين الرئيسين السابقين، ولعل أكثر الأشكال شيوعاً واستخداماً ما يلي:

يتضمنها. كما يمكن استخدامه عند استعراض خطوات متسلسلة لعملية معينة أو حقائق متسلسلة وهكذا.

- (إنفوجرافيك) المقارنات

وهو الذي يُستخدم عندما تكون البيانات والمعلومات حول أشياء متماثلة أو مختلفة، حينئذ يُفضل عرضها عبر هذه النوعية من (إنفوجرافيك)، فهي توضح للقارئ بصورة مباشرة الفروقات بين الأشياء المستهدفة بسهولة ودقة، كما أنها توفر على القارئ عناء البحث عن الفروقات في (إنفوجرافيك) حال تصميمه بالطريقة التقليدية، وضرورة وجود معلومات كافية حول المنتجات التي تنوي المقارنة بينها، ولا تنسى أن التصميم في هذا النوع من (إنفوجرافيك) له أهمية بالغة جداً في توضيح الفكرة وتسهيلها.

- (إنفوجرافيك) الصورة

يُستخدم في وصف أشياء محددة وثابتة أو توضيح بعض النقاط ذات الصلة بموضوع معين بيسر وسرعة، مع التركيز على العامل الفني والجمالي بصورة أكبر. وفي هذه الحالة يُمكن استخدام (إنفوجرافيك) الصورة، فهو يشمل صورة الموضوع المستهدف مع وجود بعض المعلومات المحيطة بها، ويركز هذا النوع على جذب المشاهد عبر الصورة وليس طبيعة المحتوى، ويُستخدم هذا النوع من (إنفوجرافيك) كدليل لمنتج أو لإجابة عن تساؤلات معينة.

- (إنفوجرافيك) المخططات

يقوم هذا النوع بإنشاء المخططات والهياكل التقليدية المستخدمة أثناء العمل، لكن الخلاف أنّ استخدام المخططات عبر (إنفوجرافيك) يكون لشرح مسألة معينة بصورة منطقية وتبسيطها قدر الإمكان بواسطة تصميم مميز، فمثلاً عند استعراض موضوع

١- الرسوم الإحصائية Statistical Based: ويتضمن هذا النوع من الإنفوجرافيك كلاً من الرسوم التخطيطية أو المخططات Diagrams، والرسوم البيانية Charts، والرسوم التصويرية Graphs، والجداول Tables، والقوائم Lists، ومن بين أكثر الأشكال انتشاراً للرسوم الإحصائية رسوم البيانات ذات الأعمدة الأفقية والرأسية، والرسوم البيانية الدائرية والبيضاوية.

٢- الجداول والرسوم الزمنية Timeline Based: وهذا النوع من الرسوم يُظهر تسلسل الأحداث وفقاً لوقت حدوث كل حدث منها. ويتيح الجدول الزمني للجمهور تحقيق العلاقات الزمنية بين الأحداث بسرعة كبيرة ويظهر في بعض الأحيان في فقرات جدولية أو مجدولة بحيث تعبر كل فقرة عن سنة، وهكذا.

٣- الرسوم الشخصية: كأن يتناول الإنفوجرافيك شخصية مؤثرة في أحد المجالات المتنوعة للحياة اليومية، سواء كانت في المجال السياسي أو الاقتصادي أو الرياضي وغيرها من المجالات.

ويمكن تقسيمه لأنواع التالية

- (إنفوجرافيك) التسلسل الزمني

وهو الذي يتضمن البيانات والمعلومات التي تتمر بمراحل مختلفة بالسنوات، أو الأشهر، أو الأيام، فيمكن تمثيلها عبر (إنفوجرافيك) بصورة مميزة من خلال العرض الزمني لهذه البيانات، فمثلاً عند استعراض بعض المحطات في حياة شخص ما، أو شركة أو حتى منتج خاص تحتاج إلى تمثيل البيانات بطريقة سهلة وسلسلة يتضح فيها التسلسل الزمني للأحداث بحيث لا تكون السنوات متفرقة هنا وهناك، ولا يقتصر هذا النوع من (إنفوجرافيك) على وجود تواريخ معينة، لكن من الضروري وجود تسلسل منطقي للمعلومات التي

يتضمن العديد من الخيارات أو الأسئلة يُفضل توضيح ذلك بواسطة (إنفوجرافيك) المخططات للوصول إلى الخيار الأنسب، ولا تنسى عند استخدام هذا النوع أن يكون التصميم يسيراً لأقصى درجة ممكنة، ونجد أنه في بعض الأحيان يُستخدم هذا النوع لتوجيه نصيحة بطريقة لطيفة ومبتكرة.

- (إنفوجرافيك) تحليل البيانات

يُعد هذا النوع من أكثر الأنواع تعقيداً، فهو يتضمن إحصاءات ومخططات وأحداث زمنية ومعلومات في آن واحد، ويركز هذا النوع بصورة أساسية على التصميم، حيث يحتاج إلى جهد ودقة كبيرين للغاية مقارنة ببقية أنواع (إنفوجرافيك)، كما ينبغي أن يتضمن كمية كافية من المعلومات، ويُستخدم -غالباً- لإعطاء القارئ لمحة متكاملة وواضحة عن إحدى الموضوعات، والمحتوى المنشور ضمن هذا النوع لا ينبغي استخدامه بصورة مباشرة، فيجب جمع معلومات لازمة وكافية حول الموضوع المحدد، ومن ثم فرزها، وإعادة ترتيبها، وتحليلها؛ للوصول إلى أنسب طريقة لتوضيح الموضوع بما يتوافق مع التصميم.

- (إنفوجرافيك) الأرقام

يُستخدم هذا النوع عند وجود أرقام وإحصائيات حول موضوع ما، دون الحاجة لاستخدام النصوص الطويلة على الإطلاق، حيث يتم استعراض بعض الأرقام المهمة حول منتج، أو خدمة، أو شركة... إلخ، ويتميز بسلسلة أكبر ومرونة في التصميم أكثر، إضافة إلى سهولة توفير المعلومات، كما أنه من أكثر أنواع (إنفوجرافيك) شعبية عبر الشبكات الاجتماعية خصوصاً حال تناوله بعض الأرقام

المتعلقة بموضوعات مهمة وحيوية أو متزامنة مع الأحداث، ويُصح عند استخدام هذا النوع بالتركيز على إظهار الأرقام بصورة واضحة، مع إدراج صور معبرة عن مغزى الأرقام بدلاً من النصوص، أو باستخدام نصوص قصيرة جداً للإشارة إلى مفهوم الرقم.

الإنفوجرافيك المتحرك

هو: رسم تصويري متحرك يتفاعل معه القارئ اعتماداً على جزء من مفهوم الرسوم المتحركة، وقد نراه في بعض مواقع الويب التي باتت تميل إلى هذا العلم باستخدام تقنيات الويب المختلفة، مثل: (HTML5) و(CSS3) لتشرح شيئاً معيناً، وبعضها يظهر على هيئة فيديو يستخدم رسومات (إنفوجرافيك) لتمثيل المعلومات. (Infographic, n.d.)

تقسيم آخر لـ (إنفوجرافيك)

وقد قسم (إنفوجرافيك) إلى تقسيم آخر يضم ما يلي:

١. الإنفوجرافيك الثابت.
٢. الإنفوجرافيك المتحرك (الفيديو).

المطلب الرابع: عناصر الإنفوجرافيك

١. تحديد الفكرة التي ترغب بعرضها للجمهور بشكل يسير وسهل.
٢. تحديد مصادر موثوقة للمعلومات التي ترغب في عرضها، وتمثيلها للفكرة المختارة.
٣. إعداد رسم، وتصور مبدئي للرسم يحدد: العناوين الرئيسية والفرعية، الشكل العام، الألوان، طبيعة التصميم.
٤. تنقيح التصميم، والتأكد من أن كل البيانات والمعلومات التي جمعت عن الفكرة تم عرضها بالشكل المرغوب فيه، والطريقة السليمة، إضافة إلى التأكد من صحة الرسوم وهل تعبر عن الفكرة المختارة أو لا؟

٥. اختصار الألوان المناسبة للتصميم.
٦. التدقيق الإملائي للمعلومات، والتأكد من خلوها من الأخطاء الإملائية واللغوية.

٧. ارفق بياناتك الشخصية للتواصل في نهاية التصميم، وكذلك إلى الجهة التي ترضى التصميم -إن وجدت-.

٨. يستخدم -عادة- المصمم في (إنفوجرافيك)، الرسومات والألوان بنسبة كبيرة، والصور والخرائط بنسبة أقل، بجانب المعلومات والبيانات، والأرقام، والإحصاءات.

الفئة	التكرار	النسبة
شهر ربيع الأول	٩٢	٣٢,٧٪
شهر جمادى الآخر	٨٦	٣٠,٦٪
شهر شعبان	١٠٣	٣٦,٧٪
الإجمالي	٢٨١	١٠٠٪

٩. الإخراج النهائي للتصميم المرسوم، وهل سيُعمد كـتصميم ثابت أو متحرك؟ (Dimofinf, n.d.)
يوضح الجدول رقم (٢) حجم العينة من رسومات (إنفوجرافيك) التي تمت دراستها؛ إذ بلغ العدد حوالي ٢٨١، حيث نشرت صحيفة عكاظ خلال شعبان حوالي ١٠٣ بنسبة ٣٦,٧٪، أما شهر ربيع الأول فكان العدد ٩٢ بنسبة ٣٢,٧٪ أما شهر جمادى الآخر فالعدد ٨٦ بنسبة ٣٠,٦٪.

الملاحظ تزايد الاهتمام بـ (أنفوجرافيك)، والدليل ارتفاع عدده خلال شهر شعبان. كذلك نجد أن صحيفة عكاظ اهتمت باستخدامه في كل أعدادها، أي بنسبة ١٠٠٪.

جدول (٣)

يبين العناصر المرئية المكونة لـ (إنفوجرافيك)

الفئة	التكرار	النسبة
الصور	٤٧	١٦,٧٪
الرسوم	٢٦٢	٩٣,٢٪
الألوان	٢٧٨	٩٨,٩٪
الخرائط	٣٤	١٢٪

يبين الجدول رقم (٣) العناصر المرئية المستخدمة في تصميم (إنفوجرافيك) فأتى في المرتبة الأولى استخدام الألوان، وذلك بنسبة ٩٨,٩٪، وفي المرتبة الثانية الرسوم، وذلك بنسبة ٩٣,٢٪، وفي المرتبة الثالثة الصور، وذلك بنسبة ١٦,٧٪. وفي المرتبة الأخيرة الخرائط، وذلك بنسبة ١٢٪. وفي هذا دلالة على أن الألوان والرسومات أكثر استخداماً في إبراز محتوى (إنفوجرافيك).

٥. اختيار الألوان المناسبة للتصميم.
٦. التدقيق الإملائي للمعلومات، والتأكد من خلوها من الأخطاء الإملائية واللغوية.
٧. ارفق بياناتك الشخصية للتواصل في نهاية التصميم، وكذلك إلى الجهة التي ترضى التصميم -إن وجدت-.
٨. يستخدم -عادة- المصمم في (إنفوجرافيك)، الرسومات والألوان بنسبة كبيرة، والصور والخرائط بنسبة أقل، بجانب المعلومات والبيانات، والأرقام، والإحصاءات.
٩. الإخراج النهائي للتصميم المرسوم، وهل سيُعمد كـتصميم ثابت أو متحرك؟ (Dimofinf, n.d.)

المبحث الثاني

نتائج تحليل المضمون

مجتمع الدراسة

جدول رقم (١)

يوضح جدول رقم (١) حجم الدراسة

الفئة	التكرار	النسبة
شهر ربيع الأول	٢٧	٣١,٧٪
شهر جمادى الآخر	٢٨	٣٣٪
شهر شعبان	٣٠	٣٥,٣٪
الجملة	٨٥	١٠٠٪

يوضح الجدول رقم (١) حجم عينة الدراسة التي تم اختيارها بطريقة عشوائية في عام ١٤٣٩هـ، وكان قوامها ٨٥ (خمسًا وثمانين) مفردة من صحيفة عكاظ تمثل الأعداد التي نشر بها (إنفوجرافيك) ٣٠ ثلاثين عددًا خلال شهر شعبان بنسبة ٣٥,٣٪، ثم ٢٨ ثمانية وعشرين عددًا خلال شهر جمادى الآخر بنسبة ٣٣٪، و٢٧ سبعة وعشرين عددًا في شهر ربيع الأول بنسبة ٣١,٧٪، وتم اختيار هذه الفترة لزيادة استخدام (إنفوجرافيك) في صحيفة عكاظ، حيث

جدول رقم (٤)

يبين العناصر المرئية المكونة لـ (إنفوجرافيك)

الفئة	شهر ربيع الأول	شهر جمادى الآخر	شهر شعبان	العدد الكلي	النسبة
الصور	١١	١٤	٢٢	٤٧	٪١٦,٧
الرسوم	٨٥	٨٢	٩٥	٢٦٢	٪٩٣,٢
الألوان	٨٩	٨٦	١٠٣	٢٧٨	٪٩٨,٩
الخرائط	٧	١٥	١٢	٣٤	٪١٢

يبين الجدول رقم (٤) أن الألوان أكثر العناصر المرئية استخداماً في (إنفوجرافيك) بنسبة ٩٨,٩٪ خلال فترة الدراسة، تلتها الرسوم بنسبة ٩٣,٢٪، ثم الصور بنسبة ١٦,٧٪، أما استخدام الخرائط فكان بنسبة ١٢٪. من هنا ضح أن الصحف تركز في تصميم (إنفوجرافيك) على الألوان والرسومات، أما استخدام الصور والخرائط فقليل.

جدول رقم (٥)

يوضح العناصر المقروءة المكونة لـ (إنفوجرافيك)

الفئة	التكرار	النسبة
الإحصاءات والأرقام	١٧٨	٪٩٣,٣
المعلومات والحقائق	٢٧٧	٪٩٨,٦

أما بالنسبة لاستخدام العناصر المقروءة فالجدول رقم (٥) يوضح أن (الإنفوجرافيك) يسرد المعلومات والحقائق بنسبة ٩٨,٦٪، بجانب الإحصاءات والأرقام بنسبة ٩٣,٣٪، ومن ثمّ يساعد (إنفوجرافيك) في تيسير المعلومات، والحقائق والإحصاءات؛ ليسهل على القارئ فهمها وتذكرها.

جدول رقم (٦) يوضح مضمون (الإنفوجرافيك) في عينة الدراسة

الفئة	شهر ربيع الأول		شهر جمادى الآخر		شهر شعبان		الإجمالي	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
سياسي	١٢	٪١٣	١٢	٪١٤	١٧	٪١٦,٥	٤١	٪١٤,٦
اقتصادي	٣٠	٪٣٢,٦	٢٤	٪٢٨	٣٩	٪٣٧,٩	٩٣	٪٣٣,١
تقني	٠	٠	٢	٪٢,٣	٢	٪١,٩	٤	٪١,٤
حروب	٩	٪٩,٨	٦	٪٧	٨	٪٧,٨	٢٣	٪٨,٢
أمني	٥	٪٥,٤	١٠	٪١١,٥	٨	٪٧,٨	٢٣	٪٨,٢
تعليم	٤	٪٤,٣	٦	٪٧	٥	٪٤,٩	١٥	٪٥,٣
رياضة	٧	٪٧,٦	٤	٪٤,٧	٧	٪٦,٨	١٨	٪٦,٤
صحة	١٤	٪١٥,٢	٩	٪١٠,٥	٤	٪٣,٩	٢٧	٪٩,٦
أخرى	١١	٪١٢,١	١٣	٪١٥	١٣	٪١٢,٥	٣٧	٪١٣,٢
الإجمالي	٩٢	٪١٠٠	٨٦	٪١٠٠	١٠٣	٪١٠٠	٢٨١	٪١٠٠

بالنظر للجدول (٦) تبين أن عينة الدراسة ركزت على المضمون الاقتصادي بنسبة ٣٣,١٪، ثم السياسي بنسب ١٤,٦٪، ثم بقية الموضوعات: الصحة، والحروب، والأمن، والتعليم، والرياضة، والقانون، والتقنية. يتضح من ذلك أن الصحف تستخدم (الإنفوجرافيك) في جميع المجالات مع تفاوت نسبة استخدامه من مجال لآخر، لكن التركيز على المجال الاقتصادي.

الخاتمة

أولاً: نتائج الدراسة

١. من خلال متابعة الصحف السعودية بصفة عامة وصحيفة عكاظ بصفة خاصة وجدت الباحثة اهتماماً كبيراً برسومات (الإنفوجرافيك) وبصورة متزايدة، ويتم استخدامه مع كافة الأشكال التحريرية المختلفة من أخبار، وحوارات، وتحقيقات، ومقالات.
٢. اهتمام صحيفة عكاظ باستخدام (إنفوجرافيك) في إبراز المحتوى، خلال الشهور الثمانية (١-٨) موضع الدراسة بنسبة ١٠٠٪.
٣. اعتمدت صحيفة عكاظ في تصميم (إنفوجرافيك) على الألوان بنسبة ٩٨,٩ ٪، والرسومات بنسبة ٩٣,٢ ٪.
٤. يبرز (الإنفوجرافيك) المعلومات والحقائق، والاحصاءات والأرقام، ويسعى إلى توضيحها بنسبة ٩٨,٦ ٪.
٥. أن (الإنفوجرافيك) يتناول كل الموضوعات في شتى المجالات، ولكن بنسب متفاوتة.
٦. بلغت نسبة تناول (الإنفوجرافيك) الموضوعات الاقتصادية ٣٢,١ ٪ مقارنة بالموضوعات الأخرى.

ثانياً- التوصيات

١. ضرورة استخدام (الإنفوجرافيك) مع الأشكال التحريرية كلها؛ لأنه يساهم في إبراز المحتوى.
٢. إجراء المزيد من البحوث حول فن (الإنفوجرافيك)، وتأليف الكتب من قبل مختصين يمتلكون معرفة بالتصميم، ولديهم خبرة في العمل الصحفي.
٣. تضمين فن (الإنفوجرافيك) مقررات كليات الإعلام بالجامعات.

المصادر

1. dimofinf. (n.d.). Retrieved from <http://com.dimofinf.net>
2. <https://ar.wikipedia.org/wiki>. (n.d.). وكيبيديا Retrieved from
3. <https://repository.najah.edu/>: <https://repository.najah.edu/handle/20.500.11888/7414> تم الاسترداد من DSpace Repository. (2015).
4. infographic. (n.d.). Retrieved from <https://www.maaajim.com>
5. Infographic. (n.d.). Retrieved from <https://arinfographic.net> متخصص
6. taqana. (2018). Retrieved from <http://taqana.net/what-is-an-infographic>
7. wikipedia. (n.d.). Retrieved from <https://ar.wikipedia.org>
8. Retrieved from <https://dorar.uqu.edu.sa/uquui/handle/20.500.12248/2598>
٩. (n.d.). الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات (الإنفوجرافيك) في الصحف السعودية.
١٠. باقاسي، لجين. (٢٠١٧م). الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات (الإنفوجرافيك) في الصحف السعودية.
١١. حسن، حسن، ف. (٢٠١٩م). تكنولوجيا الاقتناع في تصميم مواقع الصحف الالكترونية
١٢. In تكنولوجيا الاقتناع في تصميم مواقع الصحف الالكترونية
١٣. (p. 178). القاهرة: دار العربي للطباعة والنشر.
١٤. راغب، أ. ج. (٢٠١٨). الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة
١٥. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، العدد ٢.
١٦. سلطان، أ. ب. (٢٠١٤). مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس العدد ٤٥. Retrieved from http://aae999.blogspot.com/2014/07/blog-post_31.html رابطة التربويين العرب:
١٧. لبيد، ع. م. (٢٠١٨). استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك دراسة تحليلية مقارنة. Retrieved from <https://dspace.qou.edu/handle/194/1215>
١٨. محمد، آية، ي. (٢٠١٩). الصورة المثالية للجسد بين المشاهير والواقع
١٩. القاهرة: دار العربي للطباعة والنشر.
٢٠. موسى، عبد الحليم. (٢٠١٧).
٢١. مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري. الدمام: مكتبة المتنبى.