الأنماط الشكلية للانفوكرافيك ودورها في تعزيز الوعي الصحي

The formal patterns of infographic and their role in promoting healthy awareness

الباحثة: رقية كاظم احمد **أ.د. سحر علي سرحان**

جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة / قسم التصميم الطباعي

ruqyakadumahmed@gmail.com

saharasarhan@gmail.com

ملخص البحث

يعد تصميم الانفوكرافيك أحد أهم تفرعات التصميم الكرافيكي لما له من أهمية في ترتيب المعلومات وتنسيقها على وفق نظام للمعلومات والبيانات الكبيرة في تشكيلات مختصرة ومختزلة ذات صفات وخصائص تتميز بكونها ذات دقة ووضوح وسهلة الاستيعاب وتتصف بتكثيفها للمعلومات كوظيفة عملية تختصر الكثير من التوصيفات يتم تنظيمها وفقاً للموضوعات الخاصة في التعليم والارشاد وقد وظفت في التوعية الصحية في اثناء انتشار (فايروس كورونا) وكان لها أهمية كبيرة في ايصال المعلومات والارشادات التوعوية، فقد تعرضت الدراسة لتناول هذا الموضوع بشكل يتناسب مع الحدث العالمي بانتشار الوباء ومن هنا تولدت فكرة دراسة الموضوع ، وقد اسست قاعدة نظرية ترتكز عليها مقومات الانفوكرافيك وتحددت في تناول منشورات وزارة الصحة العراقية باعتبارها الجهة الرسمية في التوعية داخل الدولة ،كما جاءت الاستنتاجات كالاتي:

١. أن اعتماد الخصاص المثالية للانفوكرافيك عن طريق بلاغة الاشكال ودلالاتها التعبيرية تحقق إثارة ورغبة وتعمل على استمالة واستجابة لدى المتلقي مع الاهتمام بإقناعه وتوليد الرغبة في التطبيق المدعو اليه في التصميم.

٢ توافر التقنيات الخاصة للبرامج الانفوكرافيك المعاصر سهل الكثير من الخيارات في استعمال الأدوات، التي تمنح التصميم ميزة وسمة كهوية مظهرية للموضوعات التوعوية في الجانب الصحي والارشادي ويرفع من ثقافة المتلقي.

الكلمات المفتاحية: (الأنماط الشكلية ، الانفوكرافيك ، بنية تصميم المطبوع المعلوماتي)

Abstract

Infographic design is one of the most important branches of graphic design because of its importance in arranging information and coordinating it according to a system of information and large data in brief and dispensed formations, it is also accurate, clear and easy to understand, It is also characterized by intensifying information as a practical function that summarizes many descriptions that are organized according to special topics in education and counseling, it was also employed in health awareness during the spread of Corona virus, as it had a great role in educating people about the dangers of this virus and guide them to precautionary measures.

The study was subjected to dealing with this topic in a manner commensurate with the global event with the spread of the epidemic, and from here the idea of studying the topic was emerged, it has established a theoretical base on which the elements of infographics were based and was determined in dealing with the publications of the Iraqi Ministry of Health as the official authority in awareness within the state, as the conclusions came as follows:
1- The adoption of the ideal competence of infographics through the eloquence of the forms and their expressive connotations achieves excitement and desire and works to win over and respond to the recipient with attention to persuading him and generating the desire for the desired application.
2- The availability of special technologies for contemporary infographic programs is easy for many options in using tools, which give the design an advantage and appearances of awareness of the educational and guiding aspects and raises the recipient's knowledge.
Keywords (formal patterns, infographics, informational design structure)

الفصل الأول

اولاً: مشكلة البحث:

ظهر التحول التقني الذي فتح آفاق جديدة ومتعددة واختصاصات جديدة في تقنين المعلومات والبيانات ونتيجة التغييرات والتحولات التي حدثت في السنوات القليلة الماضية تطور توظيف التصميم في مجالات المعرفة كافة، إذ أصبح تقدم الدول لا يقاس بما تمتلكه من معلومات فحسب، بل بما تستطيع ان تنظمه وتوظفه من هذه المعلومات لخدمة افرادها، ولن يتم ذلك إلا عن طريق الاهتمام بالإرشاد والوعي في جوانب الحياة بصورة عامة، ولمواكبة هذا التطور في إيصال المعلومات إلى الجمهور بأسهل وأسرع طريق وجب العمل على تطوير انواع من التصميم اندرجت ضمن معالجات عناصر التصميم الكرافيكي واخذت اسلوباً جديداً في التعامل مع المعلومات فظهر تصنيف الانفوكرافيك إذ يسعى المصمم عن طريقه إيجاد لغة مرئية مباشرة في التصميم ولاسيما في تصميم المطبوعات الارشادية والتوعوية والتوجيهية والتعليمية بل تعدى ذلك لتوثيق المعلومات والبيانات بشكل مختزل ومكثف، إذ تشكل التصاميم الكرافيكية بصورة عامة عنصراً اساسياً في عملية الاتصال باعتباره وسيلة مهمة للتواصل مع الجمهور كونه يشكل عنصراً مهماً في التوعية الصحية والثقافية في المطبوعات الارشادية والتوجيهية للوعي الصحي الناجح وهو الذي يقدم رسالة مرئية ذات فكرة معبرة لإيصالها الى الجمهور عبر توظيف الانفوكرافيك من صور ورسوم بيانية والنصوص والألوان والتي يتم ترتيبها إذ تكون واضحة ومفهومة وتفسر لموضوع معين في تصميم الانفوكرافيك التوعوي الإرشادي وجذب انتباه المتلقي ولتحقيق غاية وهدف محدد وهو تجسيد الفكرة وتوضيح المعلومات والإرشادات التوعوية واتخاذ الإجراءات الوقائية من الأمراض والأوبئة وتوعية الجمهور عبر بعض السلوكيات الخاطئة لما تعتمده هذه الوسائل من اسلوب متميز التي تسهم في تغيير تفكير الجمهور. بناءً على ما طرح فلابد

من الاهتمام بتصميم الانفوكرافيك التوعوي الإرشادي لتكون الرسالة مؤثرة ويؤدي الملصق وظيفته. ومن هنا ارتأت الباحثتان تضع لمشكلة بحثهما الحالي السؤال الاتي:

ما الأنماط الشكلية للانفوكرافيك ودورها في تعزيز الوعي الصحي؟

ثانياً: أهمية البحث: تكمن أهمية البحث في:

١- إمكانية استخدام الانفوكرافيك ودورها في تعزيز الوعي الصحي كونه احدى وسائل الاتصال المهمة في تنمية الوعي والإرشاد الصحي للمجتمع.

١.إمكانية أن يفيد المصممين في مجال التصميم الكرافيكي والعاملين في المؤسسات الخدمية والصحية.

ثالثا: هدف البحث: يهدف البحث الحالي الى

تعرف الأنماط الشكلية للانفوكرافيك ودورها في تعزيز الوعي الصحي.

رابعا: حدود البحث

الحدود الموضوعية: دراسة الإنفوكرافيك ودوره في تعزيز الوعي الصحي.
الحدود المكانية: ملصقات العراقية التابعة لوزارة الصحة العراقية.
الحدود الزمانية: الملصقات الصادرة من ٢٠١٩-٢٠٢٠ وذلك لظهور وباء كورونا.

مبررات حدود البحث:

١- تأتي اهمية الانفوكرافيك في سرعة ايصال المعلومات والبيانات وعبر اختزالها وتكثيفها ضمن علاقة موحدة ومترابطة الجوانب.
٢- تمتلك وزارة الصحة العراقية قسم اعلامي في نشر وتوعية الافراد والمجتمع في نطاق تثقيف المجتمع صحيا والمحافظة على الكيان العراقي من اضرار فيروس كورونا.
٣- تزامناً مع انتشار فيروس كورونا باعتباره وباء لم يتم السيطرة عليه في الوقت الذي اتخذت المؤسسات الصحية تدابير الوقاية بالطرق السريعة ومنها تصاميم الانفوكرافيك في توجيه الافراد في المجتمع.

خامساً: تحديد المصطلحات:

١- الانفوكرافيك:

أ- يعد الأنفوكرافيك وسيلة لتحسين الفهم والإدراك من خلال إستخدام الرسم و تحفيز قدرة نظام التصور لدى الإنسان على معرفة الأنماط والاتجاهات في البيانات من خلال هذه المخططات[١].

ب–هو نوع من الصور و(الاشكال) التي يمزج فيها بين البيانات مع التصميم، ليساعد الأفراد والمؤسسات لإيصال رسائل مختصرة إلى جمهورهم. هو أيضاً تصوير البيانات والأفكار، والتي تحاول أن تنقل المعلومات المعقدة إلى الجمهور، بطريقة اسرع ويسهل فهمها. وتسمى عملية تطوير ونشر الأنفوكرافيك بـ تصوير البيانات[٢].

التعريف الاجرائي للإنفوكرافيك:

هي تلك العناصر التصميمية المكونة من الرسوم والصور والنصوص المصممة على وفق بيانات ومعلومات ذات الأهمية الكبيرة لتحقيق سهولة الاستيعاب ودقة ووضوح وتكثيف الخطاب التوعوي.

الفصل الثاني

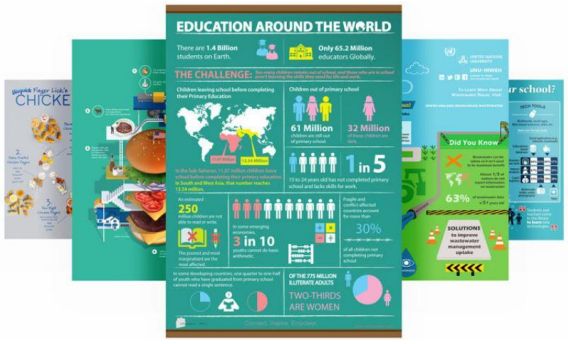
المبحث الاول: تصميم المعلومات وتنوع الانفوكرافيك

١–الإنفوكرافيك لمحة تاريخية:

أن وفرة المعلومات لاقت طريقها للانتشار بعد اكتشاف تقنيات ووسائل الاتصال المتمثلة بشبكة المعلومات ، فضلا عن اتساع ظهور دائرة الإرسال البصري المتمثل بالتلفزة والأجهزة والوسائل المرئية التي اشتركت بعد الثورة الرقمية مثلت انعطافه مهمة في تاريخ التبادل المعرفي في تاريخ الإنسان الحديث، وفي نظرة على مرجعيات التطور التاريخي لفن الأنفوكرافيك نجد أن الإنسان استخدم هذا النوع من الفن بالفطرة عندما كان يمارس طقوسه اليومية بتشخيص أشكال المخلوقات والأفكار البدائية التي سعى إلى الاحتفاظ بها على جدران وأرضيات الكهوف ومساكنه البسيطة والبدائية، ومنذ أولى لحظات الوعي والتفكير نلحظ أيضاً أننا نواجه كم من المعلومات البصرية التي كان لها دلالات عقلية فكرية، وإشارات قصدية تبين مفاهيم وتوصيفات تبسط لنا آلية المعرفة والاستعلام الكافي إلى حد ما عن نوع وجهة وحجم المعرفة، ومغزى تلك المعلومات من اجل تحقيق أكبر قدر من أهداف التواصل مع الجمهور[٣]

وعلى الرغم من أن هذا الاسم تم صياغتهُ عام ١٩٦٠ الا أن الانفوجرافيك طريقة قديمة يرجع تاريخها منذ العصور القديمة عندما كان قدم المصريون القدماء نوعاً من المخططات الهيروغليفية للتواصل الروحي مع الموتى وفي فترة العصور الوسطى في اوروبا استخدمت لتمثيل الخرائط الجغرافية والعلمية [٤].

تمكن مصممي الجرافيك من خلال الانفوجرافيك من أضافة عدة تفاصيل في صورة واحدة مع الحفاظ على الدقة والوضوح فضلاً عن تبسيط المعلومات والبيانات الكبيرة والصعبة مما توفر عرضًا مرئياً عالي المستوى يمكن للقارئ أو المشاهد تحديد الموضوع في لمحة وكما في الشكل (١).



شكل (١) انفوجرافيك متنوع عبر Pinterest

وفي العصـــر الرقمي توســـع نطاق الانفوجرافيك وظهر بوســـائط رقمية متعددة نظراً لقبوله الواســـع من قبل الجمهور المتلقي فضلاً عن حاجة المسوقين واصحاب الشركات لاستخدام التصميم لتنمية علاماتهم التجارية يومياً وهو ما يجعلها أداة قوية وأكثر تقديراً للتســـويق والاعمال ، أذ تم أســـتخدام هذه الطريقة في مجموعة متنوعة من التطبيقات والســـياقات من لافتات الطرق إلى تصـــور البيانات والتعليم في الاجهزة اللوحية الذكية ، ويوجد هنالك ثلاثة أنواع يمكن أن يكون فيه الانفوكرافيك [٥].

١- ثابت: أبسط وأشهر نوع من الانفوكرافيك، غالبا ما يتكون من صورة واحدة بدون عناصر متحركة فيها.

٢- تفاعلي: تكوين ديناميكي يحتوي على عناصر متحركة ، يمكن للمستخدمين لحد ما بالتفاعل مع العناصر الفردية والبيانات، هذا النوع من الانفوكرافيك يسمح لتصور كمية أكبر من البيانات في عرض واحد.

٣- انفوكرافيك فيديوي: تصـــور يتم تحقيقه مع مقاطع فيديو قصـــيرة مدمجة مع الصـــور المرئية والرســـوم التوضيحية والنص.

٣-أنماط التصميم المعلوماتي (الأنفوكرافيك): تتمثل بنمطين نذكر منهم على سبيل المثال [٦] .

أولا: الأنفوكرافيك الثابت: وهو دعاية ثابتة تطبع، أو توزع، أو تنشر على صفحات الإنترنت، ومحتوى الأنفوكرافيك الثابت يشرح بعض المعلومات عن موضوع معين تختاره جهة الأنفوكرافيك. يتم تصميمها على وفق المعلومات المحددة في إطار شكلي ثابت.

ثانياً: الأنفوكرافيك المتحرك: ويكون على نوعين

١- تصوير فيديو عادي، ويوضع عليه البيانات والتوضيحات على شكل غرافيك متحرك، لإظهار بعض الحقائق والمفاهيم على الفيديو نفسه، وللأسف هذا النوع قليل بعض الشيء في الاستخدام.

٢- تصميم البيانات والمعلومات والتوضيحات بالشكل متحرك كامل، ويتطلب هذا النوع الكثير من الإبداع، واختيار الحركات المعبرة التي تساعد في إحراجه بطريقة شيقة وممتعة، وهذا النوع هو الأكثر استخداماً.

المبحث الثاني: الانفوكرافيك ودوره في التوعية الصحية

اولاً: بنية تصميم المطبوع المعلوماتي (الأنفوكرافيك):

تعد بنية العناصـــر المرتكز الأســـاس في تكوين الانفوكرافيك لما لها من مزايا تتصـــف بها في طرح المعلومات وتصنيفها على وفق تصميم متكامل ، كذلك فأن لتصميم أهمية كبيرة في مجالات النشاط الفني وتنوعه الانتاجي اذ لا وجود لأي عمل من دون التصميم كون ان التصميم يمثل عملية التخطيط المدروس الذي يسبق اي عملية فنية لتحقيق هدفها في النهاية عن طريق ايجاد الفكرة وتنظيم العناصـر والاشـكال وتحقيق الغرض الوظيفي والجمالي.

كما تترابط العلاقة في تصـــميم الانفوكرافيك ما بين الاجزاء البنائية والوظائف التي تؤديها هي علاقة توافقية بينهما كما يؤكد ان ناتج هذا الاداء التقني مشترط بالوظيفة والجمال، لان بنية الشكل قد تحققت عن طريق تفاعل اجزائها مؤسـسـة بمجموعها اثراً فاعلاً وكاشـفاً عن حضـوره لما يحمله من دلالات. فالبنية تؤكد معنى الكل المؤلف من الوحدات المتآلفة التي تكونت على وفق سـياقها وفاعليتها ومن هذا المعنى يمكن القول: ان البنية هي العناصـر التي بنيت بعضـها مع البعض الاخر لتكون كلا واحداً [٧]. وفي بناءها تحقق السيادة بعضـها مع بعض كدعم ساند ومكمل، ينتج عن محصلة هذا البناء هو الشكل الذي نصفه هنا بالشكل الانفوكرافيكي.

وتستنتج الباحثتان: ان بنية الشكل تترابط مع البنى الأخرى فتجتمع عناصـرها البنائية بطاقة اشـتغال بحسـب وظيفتها التعبيرية والجمالية وقد يكون العنصر الاقل حضوراً مادياً (مرئياً) يمكن ان يكون الاقوى حضوراً ذهنياً.

يتضـح أن اهمية تصـميم الانفوكرافيك بصـورة عامة اذا ما ادركنا الوظائف الاسـاسـية التي يؤديها ولاسـيما في تصـميم البيانات والمعلومات تعد الاهمية في التصـميم الموجه ، وعندما يضـع المصـمم فكرة تصـميم الانفوكرافيك فعليه ان يضـــع في اعتباره بعض المؤثرات النفســـية (الفردية) التي عن طريقها يحقق الفاعلية المطلوبة، وهذه المؤثرات بحسب الآتي[٨].

١- التوحد (Identification): تستعمل هذه العملية كثيراً في تصميم معلومات الانفوكرافيك مثل التوضيحات الارشادية والتوجيه ال

٢- صـحي، إذ تهدف عملية التوحد الى وضـع المتلقي ذاته- عقلياً وعاطفياً- موضـع الشـخص او مجموعة الاشـخاص الذين يمثلون الموضـوع الانفوكرافيك[٩]. وبالإمكان اسـتغلال التوحد باللون وبالشـكل والحجم والنسـق والترتيب للوصـول إلى تكوين شـكلي متكامل يغطي الموضـوع بتصـميم انفوكرافيك ويرتكز فيه التصميم على تلك الجوانب التي تؤثر في المتلقي. كما في الشكل (٢)

شكل (٢) يبين الصور كرسوم ارشادية توعوية صحية

بحسب رأي الباحثتان فأن الصور والرسوم في تصميم الانفكرافيك تعد عملية تنظيم يقوم بها المصمم والمتمثلة بالمتغير الوظيفي أي التعبير عن مهمة وهدف تصميم الانفكرافيك عبر الاثارة وهو هدف يرتكز عليه الجانب التوعوي الصحي في جذب النظر والانتماء والهوية الذي يتحقق فعل الاشكال والصور والرسوم لتعبير عن الحالة الاجتماعية عند وضع فكرة الصور والاشكال في تصميم الانفوكرافيك.

١. التخيل (Imagination): يعمد المصمم احياناً الى احداث شعور واسترسال بالتخيل لدى المتلقي عن طريق جعل فكرة وموضوع التصميم بمحتواه الانفوكرافيكي مثيراً لدرجة شعور المتلقي وكأنه يعيش في داخل بنيته الذي يراه سواء أكان مرئيا ام مقروءاً، اذ ان رؤية المتلقي لتصميم التوعوي هي عملية نفسية في الغالب لان معظم المتلقين يتولد لديهم حب الاستطلاع والاهتمام بالتصميم الذي يعبر عن اهتماماتهم واحتياجاتهم الشخصية، لذلك على المصمم تحديد الاهداف النفسية التي يحققها من اخراج التصميم الصحي ارشادياً ومنها:

١. تقديم التصميم للمتلقي بشكل يؤدي الى جذب الانتباه اليه واثارة الاهتمام به.
٢. التركيز على بعض الاجزاء المهمة في الاعلان بطريقة تسهل ابرازها للمتلقي وتؤدي الى توصيل الفكرة الرئيسية المطلوب التركيز عليها بطريقة تصميم الانفكرافيك .
٣. التحكم في توجيه حركة النظر للمتلقي بحيث تسير في اتجاهات معينة يتم ترتيب اجزاء التصميم على اساسها تكوين انفوكرافيك عن طريق اولويتها واهميتها [١٠]. كما في الشكل (٣)

شكل (٣) يوضح مستوى التخيل للأشكال في الانفوكرافيك

تستنتج الباحثتان مما تقدم: ان الجانب النفسي في وظيفة تصميم الانفوكرافيك هي جذب انتباه المتلقي اولاً التي تبدأ من نقطة معينة ثم تتحرك تبعاً وحسب الاهمية لباقي العناصر المكونة لتصميم الاعلاني، وهنا يختلف تلقي الشكل المصَمم بين افراد المجتمع الواحد إذ إن الانماط المختلفة من البشر يختلفون في اختياراتهم وادراكهم وتفسيرهم لرسائل الاتصال الانفوكرافيك مما يعني ان العوامل النفسية يمكن ان تؤدي دوراً أساسياً ومهماً في توجيه بصر المتلقي نحو محتوى التصميم المحدد.

ثانياً: الاشكال الكرافيكية ودورها افي تصميم الانفوكرافيك

أن تصميم الإنفوكرافيك التوعوي الصحي يخضع للعلاقات البنائية بين العناصر والاسس ضمن الوسائط الناقلة لها التي يقودها بالضرورة حتمية الوعي التصميمي الفكري على أساس أن فاعلية التصميم الانفكرافيكي تحدد منطلقات الفكرة عن طريق عناصر التصميم كمفردات ذات قيمة شكلية وحسية وجمالية [١١]، كما ان موضوع الانفوكرافيك التوعوي يرتبط بالمضامين التي يتضمنها البناء التكويني لمفردات التصميم من عناصر وعلاقات ونواتج هذه العلاقات ينعكس في بلورة الموضوعات التوجيهية من خلال العناصر وبحسب الآتي:

١-الصور والرسوم

تعد الصور والرسوم والتخطيطات من أهم عناصر التصميم الكرافيكي التي لها دور فاعل كمؤثرات مهمة تستخدم في تصميم الانفوكرافيك إذ (تؤدي دوراً اتصالياً وتساهم في نقل فكرة الانفكرافيك الى المتلقي بصورة سريعة وفعالة ومثيرة في نفس الوقت لان استخدام التعبيرات المرئية في الصور والرسوم لا يقل اهمية عن التعبيرات المقروءة في الكلمات في تصميم الرسالة التوعوية)[١٢] ، لذا فان تنسيق هذه الوحدات فيما بينها يحدث نوعا من التوازن والانسجام في تقديم فكرة الرسالة التوعوية، مع الاخذ بنظر الاعتبار ان تتصف الصورة بعدة مواصفات من اهمها:

١- ارتباطها بالفكرة الانفوكرافكية.

٢- تناسب مساحتها مع المساحة المعلن عنها (القياس).

٣- ملاءمتها مع المجتمع الموجه له الانفوكرافيك.

امتلاكها قيماً فنية وجمالية لتحقيق عامل الجذب. (إذ تستعمل الصور غالباً في جذب نظر المتلقي وشد انتباهه الى الانفوكرافيك لما لها من تأثير مباشر وفعال في عملية الاتصال البصري فالصورة تعطي الموضوع تجسيداً وتقرب للمتلقي الفكرة وتشترك الصورة مع العنوان لتحقيق الوضوح والجمالية وكسر جمود المادة المكتوبة [١٣]. كما في الشكل (٤)

شكل (٤) يوضح الصور كرسوم ارشادية توعوية للوقتية من فيروس كورونا

اعتمد المصمم شكل الانفوجرافيك عن طريق اربع التقسيمات للمساحه المعتمد في التصميم ودقة المعلومة إذ ظهرت المساحة العليا العنوان الموضوع الذي تركز على الأعراض والوقاية من كوفيد مرض كورونا وفيروس كورونا اعتماد الموضوع الثابت والمتحرك شكليا واعتماد عناصر اساسية رسومات وكتابات شكلية قسمت الى اربعة اقسام تكونت الأقسام عن طريق القسم الأول العنوان وشعار وزارة الصحة والقسم الآخر أعراض المرض واقسم اخر الوقاية من وقسم آخر يمثل مكونات هذا الفيروس فجاءه الدقة في المعلومات والتعامل معها بوضوح وبطريقة الرسم والكتابة بعناصر أساسية من الأشكال المرسومة مع مساحات هندسية واشتركت فيها الصور الرسومية والكتابية والأشكال الهندسية تهيأت أساسية من العناصر والتي تعتمد على بساطة الموضوع اختزال الأشكال توحيد الطريقة التي يعرض فيها التصميم على وفق تقسيمات رباعية اثنين منها أفقية وأخرى على شكل عمودي تتكون منها حركة دائرية تشير الى موضوع فيروس كورونا كما جاءت تصاميم على وفق نظام ثابت تتنوع انفوجرافيك مع الاهتمام بتلك العناصر وسلسلتها في نسبة وتناسب متشابهة إذ صمم شكل الانفوجرافيك مع المساحات اللونية الأزرق الفاتح والسماء لإعطاء راحة بصرية للمتلقي.

بحسب رأي الباحثتان فأن الرسوم في تصميم الانفوكرافيك تعد عملية تنظيم يقوم بها المصمم والمتمثلة بـ:

١.المتغير الوظيفي: أي التعبير عن مهمة وهدف تصميم الانفوكرافيك.

٢.الاثارة: وهو هدف يرتكز عليه الجانب التوعوي الصحي في جذب النظر.

٣.الانتماء والهوية: يتحقق فعل الاشكال والرسوم لتعبير عن الحالة الاجتماعية عند وضع فكرة الصور والاشكال في تصميم الانفوكرافيك.

٢-النص الكتابي

يعد نص في التصميم الانفوكرافيك رسالة اعلانية من ضمن العناصر الاساسية الذي يتم عن طريقه نقل فكرة الاعلان التوعوي الصحي الى المتلقي والذي يحقق بالنتيجة الهدف الرئيسي للإعلان. وتتكون الرسالة الانفوكرافية (من فقرة او عدة فقرات تتضمن الفكرة الرئيسية لتصميم الانفكرافيك المطلوب توصيلها الى القراء وقد تتكون الرسالة الانفوكرافيك احياناً من كلمة او كلمتين او جملة مصاغة بطريقة محددة)[١٤]. وتحقق الرسالة التوعوية عدة وظائف أهمها اثارة اهتمام المتلقي بموضوع الانفوكرافيك.

١.استثارة الرغبة في الاهتمام في فكرة وموضوع الانفوكرافيك.

٢. اقناع المتلقي بمضمون الانفوكرافيك كتوعية وارشاد صحي.

٣. الاستجابة المطلوبة من قبل المتلقي.

فالهدف الرئيس من الرسالة الانفوكرافية هو توصيل فكرة التصميم التوعوي الصحي بأكبر قدر ممكن من البساطة والوضوح الى المتلقي، ويجب (ان تكون الرسالة بصورة مبسطة وان تعني الكلمات نفس الشيء بالنسبة للمرسل والمستقبل والمواضيع المعقدة يجب ان تكثف الى شعارات وصور إلى جانب النص بطريقة مقبولة) [١٥]. كما في الشكل (٥)

شكل (٥) يوضح بلاغة النصوص الكتابية وتوافقيتها مع دلالة الاشكال

ترى الباحثتان أن وظيفه شكل الانفوجرافيك الذي تم طرحه في هذا الموضوع يعتمد عن طريق اليونيسيف العالمية مع وزارة الصحة العراقية في توضيح تعبيري الى أن الدواء غير فعال وهذا الارشاد التوعوي يؤكد على أن الوظيفة الأدائية حافظه في فعلها وجوانبها التي تتعطر موضوع فكرة الانفوجرافيك وتبسيطها وتسهيل عملية تلقيها مما يؤكد ان المعنى واضح و دلالة الأشكال توافقية مع الكتابه وان خصائص جاءت بلاغية ودقيقه واختصرت الموضوعات في سورتين مع اثارة الموضوع ان الدواء غير فعال وان تلك الاستمالة تنم عن سهولة استيعابها وتدل على ان واضحه وقويه وهذا ما أكده في صفحة الفيسبوك التي جاءت به اعجابات تفوق الثلاث ملايين اعجاب وتعليق من

معي يعد أحد خصائص انفجر افوت الانتشارية و سريع الاستجابة و عنا تلك الموضوعات لها دلاله باللغة وتعبيرات وكم الصورة ذات دقة عالية ولها ميزة جمالية بنسبة معينة.

٣-الالوان

يعد اللون احد الخصائص البصرية المهمة في الانفوكرافيك الارشادي التوعوي وفي تصاميم المطبوعات عموماً وفي كل الميادين الحياتية. فهو ذلك التأثير الفسيولوجي –اي الخاص بوظائف اعضاء الجسم الناتج على شبكة العين سواء اكان ناتجاً عن المادة الملونة او الضوء الملون، فهو يؤثر مباشرة في الحواس مما ينتج عنه ردة فعل المتلقي. فعندما ترى عين الانسان لوناً ما فان صورة من نفس اللون تتكون في عقله وذلك لان احساسه الذاتي سيصبح نسخة مصورة او نسخة مطابقة للون نفسه .وتتباين تأثيرات اللون النفسية على المتلقي تبعهاً لتباين الادراك بين شخص واخر وتبعاً لوظيفة ذلك اللون النفعية او الجمالية كما يمثل استخدام الالوان في الإعلان التوعوي طاقة فنية هائلة تتيح لمصمم الاعلان فرصة للتعبير عن افكاره بالعديد من الاساليب المتنوعة والجذابة وتتيح المجلات فرصة اوسع لاستخدام الاعلانات الملونة والاستفادة منها في جذب انتباه القراء بالمقارنة مع الجرائد اليومية .وتصمم اشكال الانفوكرافيك عادة على وفق وظيفة اساسية في جذب انتباه القارئ اليها عن طريق اللون للصور الفوتوغرافية والرسومية والعناوين، فاللون مادة اساسية في احداث تأثير نفسي وتحقيق المتعة الجمالية. وجلب الانتباه يعتبر من اهم وظائف استخدام الألوان [١٦]. فالمصمم يستخدم الألوان التي تعزز وتعضد منجزه التصميمي ويتحقق ذلك عندما ينظمها على وفق العلاقات الملائمة او بمعالجة تكون بنائية وان خطوط ومساحات اللون هما عنصرا ادراك بصري إذ يستقران على حافة الوعي ولهذا فحسهما قبل ادراكهما وقبل ان يكتسبا اي معنى وبما ان حاسة البصر توجه المتلقي فان الصفات البنائية تتأثر دائماً بالعلاقات اللونية كون اللون يعد ضمن محددات تنظيم العلاقات البنائية في التصميم من حيث المساحات المختلفة وتأثيرها اذا ما استخدمت على وفق نظام لوني يحقق الاستجابة من قبل المتلقي. كما في الشكل (٦)

شكل (٦) تتمظهر القيم اللونية للرسوم بجاذبيتها البصرية لتوعية الافراد والمجتمع

تصميم تبنته وزارة الصحة العراقية مصمم ومدعم من قبل نقابة الصيدلة وشركة ميد للأدوية في العراق مع وزارة الصحة العراقية يدعو الى توعية الافراد والمجتمع بالاتصال السريع عند وجود اعراض تم تحديدها ووظفت الرسوم

والاشكال في الانفوكرافيك الصحية عن طريق متغيرات تقنية عديدة لتحقيق قوة الجذب المطلوبة وذلك عن طريق التصغير لحجم الرسوم.

مما تقدم يتضح ان دور الصورة في تصميم الانفوكرافيك التوعوي يعتمد كلياً على عمل المصمم في توظيف الصور المناسبة من اجل تحقيق الفكرة الرئيسية والوصول الى الهدف الوظيفي لنوع الانفوكرافيك الثابت أو المتحرك.

اما الرسوم والتخطيطات فأنها تمثل الجانب الإبداعي الذي يتسم بالجودة والتمايز وقدرته على الادهاش فضلاً عن الاصالة فهي من المتغيرات التي ترتبط بالإبداع وصفاتها الاساسية للمصمم لإظهار فكرة ذات هدف واضح وصريح يدرك عن طريق ترجمة انفعالات الانسان ومشاعره لإيصالها الى الاخرين وحركة الخطوط وتدرجاتها اللونية وتغير تأثيراتها حسب طرق تنفيذها والاساليب المعتمدة فيها وحسب التعبير الفني المقصود الذي يوظف من اجل اظهار فكرة جديدة [١٧].

كما انها تصاميم الانفوكرافيك تعد من الوسائل الاعلانية في توعية جوانب المحافظة على السلامة والصحة التي لها القدرة على تشويق المتلقي وجذب انتباهه وتحقيق هدفها في عرض وتفسير الرسالة التي تحملها فيمكن ان تنقل فكرة كاملة دون اي حاجة لاستخدام الكتابة اذا ما توافرت فيها عناصر الفكرة وان التصميم كفكر وفلسفة قائمة على ما سيكون كرؤية مستقبلية متطورة فدور المصمم هو استشراق المستقبل واستنباط حلول جديدة[١٨] من الضروري مراعاة المصمم للتجديد والابتكار في استخدام الصورة التوعوية كمتغير مؤثر ايجابي في الانفوكرافيك الصحي الارشادي حتى يؤدي هذا الاستخدام الى زيادة فاعلية الاعلان في جذب الانتباه ، وتستعمل الرسوم عادة للتوضيح الذي يخدم بعض انواع اعلانات الانفوكرافيك وتكون تلك الاعلانات الانفوكرافيكية على شكل:

أ. خرائط.

ب. رسوم بيانية.

ج. كاريكاتير.

وتستخدم هذه الاخيرة للمبالغة في توضيح الموضوع عن طريق التخطيط فالتخطيط نوع من انواع التعبير الفني، يستند بشكل رئيسي على الرسم بالقلم والفحم والسلاية والريشة ويمتلك درجة لونية واحدة او درجات لونية متعدد [١٩]

إذنا كل من هذه الانواع تهيأ للمصمم امكانيات عديدة محتملة لإنتاج التأثيرات اللونية والسطحية، والمصمم هو صاحب القرار في نوع وعدد التنويعات التقنية الواجب استعمالها تبعاً للغايات الوظيفية.

الفصل الثالث

الاستنتاجات:

١. تأتي فكرة بناء الأشكال عن طريق جوانب الانفوكرافيك في التوعية الصحية ، عن طريق البعد الوظيفي والتعبيري المباشر وصولاً إلى البعد الجمالي لتحقيق فعل التوعية الصحية وهدفها الاعلاني.

٢. دقة ووضوح أشكال الانفوغرافيك تعطي حافزاً للتواصل التوعوي الصحي ورفد الثقافة المجتمعية بمعلومات وبيانات الاساسية في الارشاد والتحذير وانعكاسها لدى المتلقي.

٣. أن اعتماد الخصاص المثالية للانفوكرافيك عن طريق بلاغة الاشكال ودلالاتها التعبيرية تحقق إثارة ورغبة وتعمل على استمالة واستجابة لدى المتلقي مع الاهتمام باقناعه وتوليد الرغبة في التطبيق المدعو اليه في التصميم.

٤. توافر التقنيات الخاصة للبرامج الانفوكرافيك المعاصر سهل الكثير من الخيارات في استعمال الأدوات، التي تمنح التصميم ميزة وسمة كهوية مظهرية للموضوعات التوعوية في الجانب الصحي والارشادي ويرفع من ثقافة المتلقي.

٥.الاستخدام الأمثل لدور التنوع في العناصر التصميمية يسهم في تحقيق انواع الانفوكرافيك بين الثابت والمتحرك والتفاعلي والفيديوي ضمن وسائل التواصل وحلقات الاتصال وتحقيق علاقة مباشرة مع موضوعات التصميم بما يتناسب مع المتطلبات الأدائية الوظيفية لإنتاج تصميم الانفوغرافيك فاعل.

<u>التوصيات</u>: وعن طريق ما تقدم من استنتاجات توصي الباحثتان بالآتي:

١- الاهتمام ببناء أشكال الانفوكرافيك تأتي من دقة ووضوح العناصر وبلاغتها التعبيرية لتحقيق تواصل شامل للمعلومات والبيانات المراد ايصالها كهدف اساس في التوعية الصحية.
٢- توفير المستلزمات والأدوات اللازمة من التقنيات الحديثة، التطبيقية لبرامج الانفوكرافيك في المؤسسات كافة، واستخدام الاجهزة الذكية، وتقنيات النشر الالكتروني، وإظهار هوية عراقية.
٣- لتحقيق سمه التمايز في تنوع الأشكال المصممة وتوزيع العناصر، لابد من استخدام للخريطة الذهنية الأساسية لتحريك الادراك الحسي لدى المتلقي في استيعاب الانفوكرافيك.
٤- إستخدام العناصر الصوري في الانفوكرافيك لتحقيق عامل التجاذب الشكلي من خلال التنسيق المظهري الجمالي للقيم اللونية وتحقيق الاعتبارات السيكولوجية والقيمية لرغبة وميول المتلقي.

الهوامش (احالات البحث):

١-**Johanna, D. ،*Emily Mc Varish.(2008)*،*Graphic Design History.* New York : A Critical Guide. Prentice Hall.٢٠١٠.p٥٩.**

٢-**Smiciklas, M. *The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with* ،. usa: Publisher: Que Publishing; 1 edition. 2013.p14.**

٣.**سمير محمد حسين *.فن الاعلان* .القاهرة: ب، ن،١٩٧٧، ص١.**

٤. **Mark Smiciklas .The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience. .p٩.**

٥. **Mark Smiciklas .The Power of Infographics.p21.**

٦. **Smiciklas, M. The Power of Infographics.2013.p42.**

٧. **اديث، كيرزويل .*عصر البنيوية، تر: جابر عصفور* . بغداد: دار افاق عربية.،١٩٨٥،ص١١٠.**

٨. **اسماعيل شوقي، *الفن والتصميم* .القاهرة: كلية التربية الفنية، جامعة حلوان،١٩٩٩.ص٤٦.**

٩. **العادلي، مرزوق عبد الحكيم .*الاعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباعات ، ط١* .القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.،٢٠٠٤،ص١٧٩,٣٠.**

١٠. **سمير محمد حسين .*فن الاعلان* ،ص٨ ،المصدر سابق.**

١١. **عز الدين شموط .*لغة الفن التشكيلي علم الاشارات البصرية*الاردن: جامعة البنات الاردنية.،١٩٩٣،ص٢٤٥.**

١٢. **العالم، صفوت محم .*الاعلان الصحفي-برنامج بكالوريوس الاعلام* .القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.،١٩٩٩،ص٢٤.**

١٣. **غايار، فيليب، *تقنية الصحافة، ط٢* .بيروت: دار العلم.١٩٩٣،ص١٦٨.**

١٤. **العادلي، *الاعلانات الصحفية*،٢٠٠٤، ١٧٩,٣٠، المصدر السابق.**

١٥. **محمد عبد القادر أحمد .*دور الاعلام في التنمية، منشورات وزارة الثقافة والاعلام* .بغداد: دار الرشيد للنشر ، دار الحرية للطباعة.،١٩٢،ص٢١٤.**

١٦. **يحيى حمودة .*نظرية اللون* .القاهرة: دار المعارف،١٩٩٧،ص٧.**

١٧. **سحر علي سرحان السمات الغرائبية في بنية التصميم الكرافيكي،التصميم بين المهنية والرسالة ، المؤتمر العلمي الدولي الرابع لكلية الاداب ، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان،٢٠١٤،ص٣٧١.**

١٨. **انتصار رسمي موسى ودينا محمد عناد و سحر علي سرحان، جماليات الفكرة التصميمية ودورها الاتصالي في المنجز الكرافيكي، مجلة الاكاديمي، العدد ٩٨، العراق .بغداد، ٢٠٢٠، ص١٩٩.**

١٩. **غايار، فيليب.١٩٩٣، المصدر السابق ، ص١٨٢.**

المصادر والمراجع:

- اديث، كيرزويل .*عصر البنيوية، تر: جابر عصفور* . بغداد: دار افاق عربية.،١٩٨٥.
- اسماعيل شوقي، *الفن والتصميم* .القاهرة: كلية التربية الفنية، جامعة حلوان،١٩٩٩.
- انتصار رسمي موسى ودينا محمد عناد و سحر علي سرحان، جماليات الفكرة التصميمية ودورها الاتصالي في المنجز الكرافيكي، مجلة الاكاديمي، العدد ٩٨، العراق .بغداد، ٢٠٢٠.
- سحر علي سرحان السمات الغرائبية في بنية التصميم الكرافيكي،التصميم بين المهنية والرسالة ، المؤتمر العلمي الدولي الرابع لكلية الاداب ، جامعة الزيتونة الأردنية،عمان ،٢٠١٤.
- سمير محمد حسين .*فن الاعلان* .القاهرة: ب، ن،١٩٧٧.
- العادلي، مرزوق عبد الحكيم .*الاعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباعات ، ط١* .القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.،٢٠٠٤.
- العالم، صفوت محم .*الاعلان الصحفي-برنامج بكالوريوس الاعلام* .القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.،١٩٩٩.
- عز الدين شموط .*لغة الفن التشكيلي علم الاشارات البصرية*الاردن: جامعة البنات الاردنية.،١٩٩٣.
- غايار، فيليب، *تقنية الصحافة، ط٢* .بيروت: دار العلم.١٩٩٣.
- محمد عبد القادر أحمد .*دور الاعلام في التنمية، منشورات وزارة الثقافة والاعلام* .بغداد: دار الرشيد للنشر ، دار الحرية للطباعة،١٩٩٢.
- يحيى حمودة .*نظرية اللون* .القاهرة: دار المعارف،١٩٩٧.
- **Johanna, D. ،*Emily Mc Varish.(2008)*،*Graphic Design History.* New York : A Critical Guide. Prentice Hall.٢٠١٠.**
- **Smiciklas, M. *The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with* ،. usa: Publisher: Que Publishing; ١ edition. ٢٠١٣.**
- **Mark Smiciklas .The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience**.