



**Prof Assistant . Dr.
Siham Hassan Al-
Shujairi I**

E-Mail :

shwww64@yahoo.com

Phone Number :

07830176241

**College of Media /
University of Baghdad
Department of
Journalism**

Keywords:

- Data Journalism
- Infographic Design
- Artistic and Visual Contents
- Al-Quds Al-Arabi Newspaper
- Electronic newspapers

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 15 / 1 /2021

Accepted : 3 / 2 /2021

Available Online : 1 /3 /2021

INFOGRAPHIC PRESS

Analytical study of technical and visual contents
Al-Quds Al-Arabi Newspaper is a model for the
period from 1/5/2016 to 1/5/2017

A B S T R A C T

Infographic journalism is a form of journalism that has spread in the media and websites that aims to attract the reader, and it represents information graphics journalism that reflects the increasing role of using digital data in the production and distribution of information in the era of the digital revolution, and reflects the increasing interaction between content producers (journalists). And many other diverse fields such as design, computer science and statistics, and thus it means pictorial data, as it can be called informational designs, as the most prominent metodological approaches that were invented by scholars were monitored and studied by scholars in order to investigate the infographic product and clarify its most important implicit levels, and its possible meanings, both within the spaces Closed, or on the interfaces of their open counterparts, Infographic makes infographic a subject of debate and interest in several scientific disciplines, especially art history, archeology, anthropology, folklore, linguistics, aesthetics, criminology, psychology, psychoanalysis, information and communication science, and sociology in its various disciplines, urban, cultural, educational, The artistic and visual, for various reasons, the press today is in serious need of this art after the technical developments taking place, especially since it is considered the most important advantages of the press of the age and the future.

صحافة الإنفوغرافيك

دراسة تحليلية في المضامين الفنية والبصرية
جريدة القدس العربي أنموذجا للمدة من ٢٠١٦/٥/١ -
٢٠١٧/٥/١

المستخلص

تمثل صحافة الإنفوغرافيك شكلا من الأشكال الصحفية التي انتشرت في وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية التي تهدف الى جذب القارئ، وهي تمثل صحافة الرسومات المعلوماتية التي تعكس الدور المتزايد لاستخدام البيانات الرقمية في إنتاج وتوزيع المعلومات في عصر الثورة الرقمية، وتعكس التفاعل المتزايد بين منتجي المحتويات (الصحفيون) والعديد من المجالات الأخرى المتنوعة مثل التصميم وعلوم الحاسوب والإحصاء، وبالتالي فهي تعني البيانات التصويرية، كما يمكن أن يطلق عليها التصاميم المعلوماتية، إذ أن رَصْد أبرز المقاربات الميثودولوجية التي ابتدعها واستبينها الدارسون لأجل إستنطاق المنتج الإنفوغرافيكي وإستجلاء أهم مستوياته المضمر، ومعانيه الممكنة، سواء داخل الفضاءات المغلقة، أو على واجهات نظيراتها المفتوحة، يجعل الإنفوغرافيك موضوع سجال وإهتمام عدة تخصصات علمية، خاصة تاريخ الفن، الأركيولوجيا، الأنثروبولوجيا، علم الفولكلور، علم اللسانيات، علم الجمال، علم الأجرام، علم النفس، التحليل النفسي، علم الإعلام والاتصال، وعلم الاجتماع بمختلف تخصصاته، الحضري، الثقافي، التربوي، الفني، البصري، لأسباب شتى، فالصحافة اليوم بحاجة جادة لهذا الفن بعد التطورات التقنية الحاصلة، خاصة إنها تعد أهم مزايا صحافة العصر والمستقبل.

ولتحقيق متطلبات المنهجية قسمت الباحثة بحثها على ثلاثة مباحث، تضمن المبحث الأول منهجية البحث، وتضمن المبحث الثاني التعريف بالآطار النظري للبحث، فيما تضمن المبحث الثالث الدراسة التحليلية، وأخيرا النتائج التي توصلت إليها.

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام .

أ.م.د. سهام حسن الشجيري

البريد الإلكتروني :

shwww64@yahoo.com

رقم الهاتف :

009647830176241

عنوان عمل الباحث

قسم الصحافة – كلية الاعلام -
جامعة بغداد

الكلمات المفتاحية :

- صحافة البيانات
- التصميم الإنفوغرافيكي
- المضامين الفنية والبصرية
- جريدة القدس العربي
- الصحف الإلكترونية.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠٢١ / ١ / ١٥

القبول : ٢٠٢١ / ٢ / ٣

التوفر على الانترنت : ٢٠٢١ / ٣ / ١

٢٠٢١

المقدمة : يتناول البحث مضامين الانفوغرافيك في جريدة القدس العربي، وهو دراسة تحليلية في المضامين الفنية والبصرية التي نشرتها الجريدة للمدة من ٢٠١٦/٥/١-٢٠١٧/٥/١، إذ تعد صحافة الإنفوغرافيك من الأشكال الصحفية التي انتشرت في وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية كمحاولة لجذب القارئ، إذ تقوم على تقديم المعلومات باستخدام الرسوم البيانية والعلامات البصرية المميزة لتسهيل الفهم والاستيعاب لدى القارئ، وتعتمد بشكل أساسي على المعلومات المجردة بحيادية دون ظهور أي رأي للمحرر، ويطلق عليها تسمية صحافة البيانات، والإنفوغرافيك بشكل عام يشير إلى تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى رسوم مصورة يسهل على من يراها استيعابها بوضوح وتشويق دون الحاجة إلى قراءة الكثير من النصوص مما يوفر تواصل بصري فعال بين كل من المرسل والمستقبل، ويتطلب عمل صحافي البيانات مهارات تبدأ من الحصول على البيانات ثم تجريفها وبناء قاعدة لها والتحقق منها وتحليلها ثم سردها بصريا وكتابتها على شكل كودات برمجية، للحصول على قصة صحفية جديدة وجاذبة للمتلقي. وقد اقتصت الضرورة المنهجية تقسيم البحث على ثلاثة مباحث، تضمن المبحث الأول منهجية البحث، وتضمن المبحث الثاني التعريف بالاطر النظري للبحث، فيما تضمن المبحث الثالث الدراسة التحليلية.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

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

- (١) ما المعايير الفنية المستخدمة في الإنفوغرافيك في جريدة القدس العربي ؟
- (٢) ما المعايير البصرية المستخدمة في الإنفوغرافيك في جريدة القدس العربي ؟
- (٣) ما طبيعة القضايا والموضوعات التي ركز عليها الإنفوغرافيك؟
- (٤) ما مراحل أنجاز الإنفوغرافيك في جريدة القدس العربي ؟
- (٥) ما الطرق المستخدمة في تمثيل البيانات وتحليلها عينة البحث؟
- (٦) ما المعلومات التي تم تمثيلها بصريا في جريدة القدس العربي ؟
- (٧) ما وسائل الجذب الفنية والبصرية المستخدمة في جريدة القدس العربي ؟
- (٨) ما أنواع الرسوم المستخدمة في جريدة القدس العربي ؟
- (٩) ما الخطوط والألوان المستخدمة في جريدة القدس العربي ؟
- (١٠) ما أنواع الأعمدة وأنواع الخطوط المستخدمة في جريدة القدس العربي ؟
- (١١) ما عناصر التصميم المستخدمة في جريدة القدس العربي ؟
- (١٢) ما المصطلحات الحسابية المستخدمة في جريدة القدس العربي ؟

ثانياً: أهمية البحث والحاجة إليه:

تتبع أهمية البحث من عدة عوامل مترابطة ورصد أهم المقاربات، وذلك على النحو الآتي: أيعد البحث محاولة بحثية للتعرف على المعايير الفنية والبصرية والأساليب المختلفة المستخدمة في العينة.

ب- يعد محاولة لمعرفة كيفية إضفاء شكل مرئي جديد لتجميع وعرض المعلومات أو نقل البيانات في صورة جذابة إلى القارئ، وكيف تغير طريقة الناس في التفكير تجاه البيانات والمعلومات المعقدة.

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

د- توصلنا أهمية البحث لفهم المعايير الفنية والبصرية المستخدمة في الانفوغرافيك، كتمثيلات بصرية تظهر المعلومات التي يراد نشرها بوضوح وبدون الكثير من الكلمات.

هـ- تتضح أهمية البحث بأنه يلقي الضوء على فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها وإستيعابها بوضوح وتشويق.

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

ثالثا: هدف البحث:

تحدد هدف البحث في التعرف على المعايير الفنية والبصرية المستخدمة، الأمر الذي يعطى أهمية كبرى للتركيز على ذلك عن طريق تحليل مضمون الانفوغرافيك عن مختلف الموضوعات المطروحة، للمدة من (٢٠١٦/٥/١ لغاية ٢٠١٧/٥/١)، لذلك تحدد هدف البحث في الإجابة عن التساؤل الرئيس والاسئلة المتفرعة عنه والتي طرحتها المشكلة وكالاتي:

- ١) التعرف على المعايير الفنية المستخدمة في الانفوغرافيك في جريدة القدس العربي.
- ٢) الوقوف على المعايير البصرية المستخدمة في الانفوغرافيك في جريدة القدس العربي.
- ٣) الكشف عن طبيعة القضايا والموضوعات التي ركز عليها الانفوغرافيك.
- ٤) الاطلاع على مراحل أنجاز الانفوغرافيك في جريدة القدس العربي.
- ٥) الكشف عن الطرق المستخدمة في تمثيل البيانات وتحليلها.
- ٦) الوقوف على المعلومات التي تم تمثيلها بصريا في جريدة القدس العربي.
- ٧) تحديد وسائل الجذب الفنية والبصرية المستخدمة في جريدة القدس العربي.
- ٨) إظهار أنواع الرسوم المستخدمة في جريدة القدس العربي.
- ٩) الكشف عن الخطوط والألوان المستخدمة في جريدة القدس العربي.
- ١٠) الكشف عن أنواع الأعمدة وأنواع الخطوط في جريدة القدس العربي.
- ١١) الاهتمام بعناصر التصميم الانفوغرافيكي في جريدة القدس العربي.
- ١٢) إظهار المصطلحات الحسابية المستخدمة في جريدة القدس العربي.

رابعا: مجالات البحث ومجتمعه:

حدد البحث ثلاثة مجالات رئيسة هي المجال الزمني المتمثل بالمدة من (٢٠١٦/٥/١ لغاية ٢٠١٧/٥/١) والمجال الموضوعي المتمثل بالانفوغرافيك، والمجال المكاني المتمثل في جريدة القدس العربي، النسخة الالكترونية، أما مجتمع البحث فتمثل في جميع الانفوغرافيك المنشورة للمدة المحددة ونتج عنها (٢٤٧) أنفوغرافيك.

خامسا: منهج البحث:

أتبعت الباحثة المنهج الوصفي، كونه من البحوث الوصفية التحليلية تسعى إلى تجاوز وصف المحتوى الظاهر والكشف عن المعاني الكامنة، ودلالاتها، والاستدلال على الأبعاد المختلفة للظاهرة الاتصالية، للوصول إلى نتائج تحليلية دقيقة ومفيدة في مجال إثراء الدراسات البحثية الوصفية المقدمة التي تعتمد على تحليل المضمون في كشف الموضوعات محل البحث.

سادسا: إجراءات البحث المنهجية

تحدد إجراءات البحث بالآتي:

- ١- **نصوص الانفوغرافيك نفسها:** وذلك لجمع بيانات مضامينها ومعاييرها الفنية والبصرية.
 - ٢- **تحليل المضمون الكمي والكيفي:** بهدف تحليل وتفسير الانفوغرافيك من خلال تحويل المؤشرات الكمية الدقيقة إلى نتائج كيفية.
- وتمكن الباحثة من الحصول على (٢٤٧) أنفوغرافيك من (النوع الثابت) وجدت أنها يمكن أن تفي بمتطلبات البحث وتجيب عن تساؤلاته المطروحة، وتوافر إمكانية تحديد المعايير الفنية والبصرية، وقامت بإخضاع كل أنفوغرافيك منها للتحليل، ما يمكن أن نعهده عينة صدفة، وباستخدام أسلوب الحصر الشامل الذي وجدت فيه تمثيلا لبحث متغيرات موضوع الانفوغرافيك، ولأجل الحصول على نتائج دقيقة وموضوعية ومتوازنة أتبعنا الخطوات الآتية:

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

ب- الصدق: أجرت الباحثة الصدق الظاهري للوصول إلى صدق الاستمارة، وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين،^(١) لإختبار مدى ملائمتها لتحقيق أهداف البحث ومدى صلاحيتها لقياس متغيراته، وعملت الباحثة على إجراء التعديلات التي أبدأها المحكمين على استمارة التحليل، والأخذ بالملاحظات التي أبدوها على الصيغة الأولية للاستمارة.

ج- الثبات: يقصد بهذا الاختبار مدى ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات، والتأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة^(٢). وتم اختيار الثبات كالاتي:

-قامت الباحثة بتعريف فئات التحليل وشرح وحدات التحليل لمحلل آخر^(٣) والذي قام بتحليل عينة بلغت ١٠% من مجموع المواد التي خضعت للتحليل والتي سبق للباحثة أن قامت بتحليلها.

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

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2}{2+1} = 0.67$$

٢ = عدد الحالات التي يتفق عليها الباحثان.

١ = عدد الحالات التي توصل إليها الباحث الأول.

٢ = عدد الحالات التي توصل إليها الباحث الثاني.

$$= \frac{2 \times 2}{2 + 2} = 0.5$$

$$= \frac{4}{5} = 0.8 = 80\%$$

وبعد تطبيق المعادلة بلغ معامل الثبات للدراسة التحليلية (٩٠%) وهي قيمة تدل على صلاحية التحليل بدرجة مرتفعة حسب قيمة معامل الثبات.

ب- جدولة الفئات: أو ضحت نتائج مجتمع البحث الحصول على (٢١) فئة رئيسية و(١٦٧) فئة فرعية، وفيما يأتي عرض للفئات الرئيسية التي ظهرت في أثناء عملية تحليل المضمون والتعريف بها^(٤):

(١) **محاور الانفوغرافيك:** الموضوعات والقضايا التي تناولها الانفوغرافيك، كالمحور الإنساني، الأمني، السياسي، أخرى.

- ٢) **طبيعة موضوعات الانفوغرافيك:** توصيف جغرافية الحدث: عربيا، إقليميا، عالميا.
- ٣) **أنواع الانفوغرافيك:** شروحات قصصية/ شروحات إحصائية / شروحات/ زمنية / شروحات خرائطية/ شروحات رقمية.
- ٤) **خطوات عملية تنفيذ الانفوغرافيك:** تضمن تصميم الانفوغرافيك خمسة مراحل: كالتأليف، التنقية، السياق، الجمع، الاتصال.
- ٥) **مراحل إنجاز الانفوغرافيك:** كالتسلسل الزمني، وتمثيل المعلومات، والمقارنات، والصورة، والمخططات، وتحليل البيانات، والأرقام.
- ٦) **اختيار الألوان وقياسها:** كالألوان الأساسية: عبارة عن أصباغ الألوان التي يتم مزجها من الناحية النظرية لإبتكار كافة الألوان الأخرى المستخدمة في الانفوغرافيك، والألوان الثانوية: يتم الحصول على لون ثانوي من خلال مزج اثنين من الألوان الأساسية، وتضم الأخضر والبنفسجي والبرتقالي، والألوان الثلاثية: وتسمى الألوان المتوسطة، وتتكون من خلال المزج بين الألوان الأساسية والألوان الثانوية، فضلا عن الألوان الساخنة، والباردة، اما قياس اللون فهناك ثلاثة معايير لقياس الألوان وهي: **التدرج:** وهو في سلم الألوان من الاحمر الى البنفسجي، **والتشبع:** وهو كمية تشبع الألوان بكثافة معينة، فمثلا ١٠٠% من الاحمر هو احمر صاف متشبع، **والبريق:** وهو الخاصية التي تعتمد على نسبة الضوء في اللون وتدرج من الصفر ٠% وهو الإظلام التام الذي يصل إلى الاسود حتى ١٠٠% وهو الاضاءة الكاملة التي تصل إلى الابيض.
- ٧) **إعتماد التسلسل والنمطية في سرد المعلومات:** ويتضمن: أفقي، دائري، مربع، هرمي، شعاعي.
- ٨) **نسبة استخدام المعلومات والصور:** أي نسبة استخدام الصور، والرموز والدلالات، والكتابة، وغيرها.
- ٩) **عدد موضوعات تصميم إنفوغرافيك:** يتم استخدام موضوعا واحدا، في الانفوغرافيك الواحد، أو موضوعان، أو ثلاث موضوعات.
- ١٠) **المعلومات الممثلة بصريا، وأخرى غير ممثلة:** الممثلة بصريا مرسومة ومنقولة صوريا، وأخرى مكتوبة مباشرة على سطح الانفوغرافيك، دون رسمها فنيا، فالمعلومات البصرية كلمات أو أرقام مدمجة، معروضة بطريقة بصرية، مثل المعلومات المصورة أو الخريطة.
- ١١) **العناوين المستخدمة في الانفوغرافيك:** كالعناوين الرئيسية والفرعية.
- ١٢) **جمل المعلومات:** كالجمل القصيرة والطويلة والجمل التي تجمع بينهما.
- ١٣) **مصادر المعلومات والبيانات:** توفر مصدر للمعلومات التي يستخدمها التصميم في الانفوغرافيك الواحد، أو غير متوفر، أو استخدام أكثر من مصدر.
- ١٤) **أنواع الرسوم المستخدمة:** كالرسم البياني العمودي، والرسم البياني الخطي، والرسوم البيانية الديناميكية، والرسوم المختلطة.
- ١٥) **تصميم قصة المعلومات:** بعضها تبدأ برقم، أو تبدأ بكلمات عن الحدث، أو تبدأ برمز عن الحدث، أو تبدأ بصورة عن الحدث، أو تبدأ بعرض للحدث فقط، أو بعرض مصحوب بشرح، أو عرض لروايات إنسانية.
- ١٦) **أقسام البيانات من حيث النوع:** كالبيانات الوصفية، غير الرقمية كالجنس والعرق ولون البشرة مثلا، وبيانات كمية: يمكن التعبير عنها بأرقام عددية، أو إحصائية، أو حسابية.
- ١٧) **طريقة الرسومات في تصميم الانفوغرافيك:** كالرسومات على شكل أعمدة، أو أشطرة، أو خطوط، أو أشكال الكعكة المعروفة بالتصميم.
- ١٨) **أنماط الخطوط:** تساعد في توضيح طبيعة العلاقة بين البيانات، وتساهم في تحديد اتجاه سياق القصة الصحفية، فالكثير من الأشكال والأنماط المختلفة للخطوط تعكس كل منها معنى محددا ومنها: **فئة الوزن:** مدى سمك الخط ويعد مؤشرا لمدى أهمية النص أو الصورة المشار إليها، ويعبر سمك الخط عن مدى عمق العلاقة بين البيانات التي يتم الربط بينها، **وفئة لون الخط:**

باستخدام الألوان في الخطوط لإبراز الاختلافات، ويحمل معنى مرتبطاً بمعنى اللون نفسه، وفئة نهاية الخط: تستخدم لإظهار معان معينة ذات ارتباط بجهة القصة، وفئة الطول: التي يستخدم طول الخط للتعبير عن مدى بعد أو قصر المسافات بين البيانات، وللتعبير عن الفترات الزمنية بين البيانات، وفئة نمط الخط: يكون الخط مستقيماً أو مكوناً من نقاط متباعدة، وتشير كثافة الجزئيات المكونة للخط إلى عمق العلاقة بين البيانات، وفئة اتجاه الخط: يحدد مسار القصة الصحفية، ويساعد القارئ على تتبع تدفق البيانات.

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

٢٠) **المصطلحات الحسابية:** وأبرزها: **فئة المنوال:** الرقم الأكثر تواجداً في مجموعة البيانات أو القيمة الأكثر شيوعاً أو تكراراً في حالة تكرار رقم واحد يتم اختياره كمنوال، وفي حالة تكرار رقمين بنفس القيمة يتم اختيارهما معاً إذا زاد أحدهما على الآخر فيتم عدد مرات التكرار اختيار ذي التكرار الأكبر وفي حالة عدم تكرار أي رقم يكون المنوال قيمته لا شيء أولاً يوجد منوال، **وفئة الوسيط:** يمثل الوسيط القيمة التي تكون التكرارات التي تسبقها تساوي التكرارات التي تليها، فالنقطة التي تقع تماماً في منتصف توزيع البيانات يسبقها نصف عدد البيانات ويتلوها النصف الآخر، أو القيمة التي تقسم البيانات إلى مجموعتين متساويتين بعد ترتيبها تصاعدياً أو تنازلياً، **وفئة الوسيط الحسابي:** القيمة التي تعطى لكل مفردة في الأصل ليكون مجموع قيم المفردات الجديدة مساوياً لمجموع قيم المتغيرات على عددها، **وفئة النسبة المئوية:** نسبة عادية مقامها ١٠٠، تبين العلاقة بين كميتين، ويعبر عنها بعدة صور.

٢١) **عناصر التصميم الانفوغرافيكي:** أبرزها: **فئة البيانات، المادة الخام للقصة الصحفية، وفئة السياق:** المسار الذي يحمل البيانات، **وفئة الألوان:** يساعد على توصيل الفكرة الرئيسية، **وفئة الرموز:** تساعد في اختصار النص والتعبير عن البيانات، **وفئة النص:** يعد عاملاً مكملًا ومساعدًا في التصميم، **وفئة الأحجام:** يعطي دلالة لحجم وطبيعة وأهمية البيانات، **وفئة الخطوط:** تساعد في توضيح طبيعة العلاقة بين البيانات، وتساهم في تحديد اتجاه سياق القصة الصحفية، **وفئة الرسم البياني:** تأخذ الأشكال صوراً عدة ويحمل كل منها معنى مختلفاً، فالدوائر تستخدم لتمثيل نسبة متغير واحد من بين مجموعة من المتغيرات المختلفة، بينما يستخدم الرسم الخطي لتحديد الاتجاه.

سابعا: تحديد المصطلحات والمفاهيم:

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

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

المبحث الثاني: مفهوم صحافة الانفوغرافيك:

أن إتيمولوجيا، مفردة غرافيتي (Graffiti) في بنيتها ودلالاتها اللغوية المعاصرة إيطالية الأصل أشتقت من فعل (Graffiare) ويعنى (يخدش ويكشط)، ألحقت بسوق التداول المعجمي والمصطلحي لأول مرة في القواميس الإنجليزية بداية ١٨٥١م، لينفرض المصطلح في القواميس الفرنسية بمفردة (Graffito) عام ١٨٨٦م، وقبلها كلمة (Graffite) عام ١٨٧٨، ذكرت عنها قواميس التجذير وتعليل أصل الكلمات والالفاظ انها ذات اصول لاتينية ويونانية في البداية، وإيطالية حيث اكتسبت دلالاتها النهائية المعاصرة، مع مرور الوقت عرفت تعرجات دلالية متعددة، على مستوى المعنى والاشتقاق، بعدما كانت تدل على تلك النقوش العتيقة التي خلفها الانسان الأول على جنبات الكهوف والمغارات والصخور، ويسوق المفهوم في لغات العالم ببنى ومعاني متعددة، لكنها متقاطعة في دلالة مشتركة، ففي اللغة الاغريقية نجد كلمة (Graphein) تعني يكتب، يرسم، وبعض المرات يلون، اما في اللغة اللاتينية فأصل الكلمة يعود لمفردة (Graphein) وتعني يخربش، يخدش، ويكشط، في حين نجدها في اللغة الايطالية مشتقة من مفردة (Sgraffito) وتعني يخدش ويخربش، تطور اشتقاقها الى (Graffito) مفرد كلمة (Graffite) ومعناه كتب وخدش أو خمش، أو حك سطحا، وبشكل عام تشير كلمة كرافيتي في اللغات الأوربية إلى أية كتابة أو رسم، أو خدش كرافت على الجدران، وما شاكلها من الدعامات غير المخصصة لذلك، باستخدام أدوات كتابة تقليدية أو معاصرة كالقلم والاصباغ والرذاذ، وتباينت السجلات والمناكفات حولها، إذ يرقىها ويقدها البعض لدرجة العمل الفني القيم، بينما يحتقرها ويدنسها البعض الآخر وينزلها لدركة الفعل التخريبي، للممتلكات العامة والخاصة^(٥) وفي التاريخ القديم منذ آلاف السنين كان الانسان ينقش الصور والرموز للحيوانات والبيئة المحيطة على جدران الكهوف كوسيلة للتواصل ونقل المعلومات وهي بذلك تعد شكلا من اشكال الانفوغرافيك، ولكن بعد الثورة التقنية والمعلوماتية اعتمدت وسائل الإعلام على هذا الفن، لسهولة إتقانه باستخدام التكنولوجيا الحديثة، ولقدرته على لفت الانتباه، ويرى رواد هذه الصحافة أن المرء في العصر الرقمي يكاد يغرق في سيل البيانات والمعلومات والأخبار المتدفقة من مصادر لا حصر لها، وأن المشكلات والظواهر المعاصرة تزداد تعقيدا، ويستعصي على الكثيرين فهمها، وهذا ما أدى، حسب الصحافية كارولين غولار، إلى ظهور مطلبين أساسيين جديدين في عالم الصحافة، وهما: ضرورة غربلة البيانات المتعلقة بهذه الظواهر وإستخراج ما ينفع الجمهور، وتوفير الخبرة التي تسمح بإستخراج المعنى من الكم المتراكم من البيانات والمعلومات ذات الصلة، فجاءت صحافة الانفوغرافيك لتلبية هذين المطلبين، وتجسدت عبر قيامها بالعديد من العمليات المتداخلة: جمع البيانات وفحصها ومقارنتها، وتحليلها، وإستخدامها لصياغة سيناريو يتجسم مرئيا عبر أشكال وخرائط ورسوم بيانية، تسمح بعرض الأفكار الأساسية التي يمكن إستخلاصها من المعطيات حتى يفهمها الجمهور ببسر، وتعتمد صحافة البيانات على المنطق المرئي الذي تعبّر عنه "الرسوم الغرافية" التفاعلية، فصحافة البيانات ستنتقل الصحافة من الخطاب إلى المعلومات، إذ تمزج الانفوغرافيك المعلومات مع التصميم الرسومي لتمكين التلقي البصري وتساعد عملية الدمج هذه في تقديم المعلومات المعقدة بطريقة أسهل وأسرع في الفهم.

والانفوغرافيك مصطلح تقني يشير الى تحويل المعلومات والبيانات المعقدة الى صور ورسوم، وعرضها بشكل مبتكر وجذاب ليسهل على من يراها استيعابها دون الحاجة الى قراءة الكثير من النصوص، ويعد أحد الوسائل الهامة والفعالة هذه الايام وأكثرها جاذبية لعرض المعلومات خصوصا عبر الشبكات الاجتماعية، فهي تدمج بين السهولة، السرعة، والتسلية في عرض المعلومة وتوصيلها الى المتلقي، فالانفوغرافيك فن عريق الاختراع، حديث الاستخدام ولد مع التقنية من جديد ليجد قاعدة نشر أوسع بحيث لا يكاد يخلو موقع معرفة أو تصميم أو تقنية من قسم خاص بالانفوغرافيك، وبشكل عام يُطلق معنى الانفوغرافيك على أي رسومات أو تصاميم

تتضمن معلومات أو إحصائيات في موضوع محدد بشكل يجعل هذه المعلومات سهلة الفهم لدى القارئ، فأي تمثيل للمعلومات على هيئة رسومات يُمكن أن نصنفه تحت خانة الإنفوغرافيك، أي تحويل كمية معينة من البيانات والمعلومات النصية المعقدة إلى مزيج من الصور والرسومات والنصوص ليسمح للقارئ استيعاب الفكرة الأساسية للموضوع بصورة أسهل وأسرع، وهناك العديد من المسميات لهذا الفن: الإنفوغرافيك، البيانات التصويرية-التفاعلية، التصاميم المعلوماتية، صحافة الرسومات المعلوماتية، ويقوم العمل الصحفي على عنصرين رئيسيين هما الحصول على القصص، وسرد تلك القصص للمتلقى، فالعنصران هما أساس صحافة الإنفوغرافيك ولا يضاف اليهما إلا عبارة "بأفضل طريقة ممكنة" أي الحصول على القصص الصحفية بأفضل طريقة ممكنة من بين ثانيا أطنان هائلة من الأرقام والمعطيات، لأن القصة برمتها مرتبطة بالأرقام، فضلا عن سرد القصة الصحفية بأفضل طريقة ممكنة، أي بطريقة مبتكرة تتناسب مع الكم الهائل من المعطيات الذي تحتويه القصة الصحفية، وفي الوقت ذاته تتماشى مع تطلعات القارئ ورغبته في التفاعل مع المحتوى^(١). وتتخذ البيانات التي يمكن عرضها أو إيصالها باستخدام الإنفوغرافيك أشكالاً عديدة أبرزها: الإحصائيات: كأعداد السكان والمواليد والوفيات والصادرات والواردات وإحصائيات الاستخدام، والإجراءات، كإجراءات أو خطوات عمل معين ما، يتعلق بحياة الناس أو مشاريعهم وغيرها، والأفكار كالاطروحات والمفاهيم والنظريات العلمية والتعميمات والأفكار السياسية، والفنية والاقتصادية والاجتماعية والحياتية عموماً، والتسلسل الزمني أو التاريخي، الذي يرصد تاريخ الأحداث وترتيبها والخرائط والجدول الزمنية والانسانية، والوصف الجغرافي، الذي يكشف عن المواقع والمناطق الجغرافية ومساحات البلدان والمدن وغيرها، التشريح، كالعناصر والقوائم والمكونات والفقرات، والتسلسل الهرمي المتعلق بأحتياجات الآخرين ومراحل التطور لديهم، والهيكل التنظيمية المختلفة، والعلاقات، المرتبطة بين أمور داخلية أو خارجية كدول أو اشخاص أو خدمات عامة أو خاصة، أو منتج أو مشروع، والشخصيات، كأن يتناول الإنفوغرافيك شخصية مؤثرة في أحد المجالات، وخاصة الشخصيات المشهورة والقيادية والسياسية وغيرها، والإنفوغرافيك نوعان:

-الأول: الثابت: عبارة عن دعاية ثابتة إما أن تطبع أو توزع أو تنشر على صفحات الانترنت، ومواقع الصحف الالكترونية ومحتوى الإنفوغرافيك الثابت يشرح بعض المعلومات عن موضوع معين يختاره صاحب الإنفوغرافيك، ويعتمد هذا الفن على مصادر المعلومات الموثقة في جميع المجالات المختلفة، وعلى إبداع المصمم في تنفيذ تحويل المعلومة الى رسمة مبسطة وسهلة، **والنوع الثاني متحرك:** وفيه نوعان: الأول: تصوير فيديو عادي يوضع عليه البيانات والتوضيحات بشكل جرافيك متحرك لأظهار بعض الحقائق والمفاهيم على الفيديو نفسه، والثاني: عبارة عن تصميم البيانات والتوضيحات والمعلومات بشكل متحرك كامل حيث يتطلب هذا النوع الكثير من الابداع واختيار الحركات المعبرة التي تساعد في إخراجها بطريقة شيقة وممتعة وكذلك يكون لها سيناريو كامل الاخراج النهائي لهذا النوع وهذا أكثر الانواع إستخداماً، أي أن أنواع الأنفوغرافيك من حيث طريقة العرض هي: ثابت يعرض في صورة صور، ومتحرك يعرض في صورة فيديو، وتفاعلي يتحكم من المشاهد، ومن حيث التخطيط فهو: تدرج عمليات، جداول، رسوم توضيحية، مخطط بياني، خرائط، علاقات، قوائم، شعاعي^(٢)، وكما موضح في الشكل (١).



شكل (١) يبين نموذجين من الأنفوغرافيك الثابت

وتكمن أهمية صحافة البيانات في ^(٨):

(تصفية تدفق البيانات، وأساليب جديدة لسرد الأخبار، وتشبه الصحافة المصورة ولكن باستخدام الكمبيوتر المحمول، وتحليل الأرقام وصياغة الكلام، وتحديث مجموعة مهارات الصحفي، وحل لتفاوت المعلومات، وحل لمشكلات العلاقات العامة المبنية على البيانات، وتوفير تفسيرات مستقلة للمعلومات الرسمية، والتعامل مع سيل البيانات، ووسيلة لتوفير الوقت، وجزء أساسي من أدوات الصحفي، والتكيف مع المتغيرات فيما يحيط بنا من معلومات، وطريقة لرؤية الأمور التي قد لا نراها في غياب البيانات، وطريقة لسرد أخبار أكثر ثراءً) وتتحدد مكونات الأنفوغرافيك بعدة امتيازات تجعله جذاباً ومفهوماً لدى المتلقي وهذه المكونات هي:

١- **العنصر البصري (Visual parts)** يركز في مضمونه على استخدام الألوان والرسوم كالصور والأشكال والرسوم البيانية، ومختلف الأشكال التلقائية.

٢- **المحتوى النصي (Contents)** أي البيانات والمعلومات المكتوبة والتي تكون مرتبطة ارتباطاً مباشراً بالتصميم البصري فقط.

٣- **المعرفة أو المفهوم (Knowledge)** الطريقة التي يتم بها تقديم النصوص والصور سواء أكانت أرقام أم أسماء أم معلومات أحصائية متعددة ومتفرعة ومتجزة وفق متطلبات التصميم.

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

الانفوغرافيك بـ(الفكرة، البحث، البيانات، الفترة، التنسيق، التخطيط، الأدوات، الإخراج)^(٩) ووفق الشكل (٢).



شكل (٢) يبين مراحل التصميم الأنفوغرافيكي

٩- **جريدة القدس العربي:** جريدة عربية تصدر في لندن تأسست عام ١٩٨٩، تعاقب على رئاسة تحريرها عدد من الصحفيين العرب أبرزهم عبدالباري عطوان، ومازالت مستمرة بالإصدار.

١٠- تفسير نتائج التحليل:

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

أولاً- فئات موضوعات الانفوغرافيك:

- أظهرت المؤشرات المستخلصة من مضامين الانفوغرافيك بأن موضوعاته تتضح بالجدول (١) وكالاتي:

١- **المحور الإنساني:** جاءت أكثر القضايا المطروحة استخداماً في الانفوغرافيك وأخذت المرتبة الأولى بواقع (٩٩) تكراراً وبنسبة (٤٠,٠٨%)، وتناولت تلك المضامين موضوعات معاناة النازحين وإنقاذ المهاجرين وأعتنت بحقوق الإنسان، ومعاناة الملايين من الجوع في جنوب السودان، وكيف تمارس دول العالم التعذيب، والمساعدات الإنسانية للمدنيين المحاصرين، والممرات الإنسانية في حلب، وبرزت المواقع التراثية والثقافية التي دمرها الجهاديون، وحرية الإعلام، وقرصنة الإنترنت وتأثيرها على المتلقي، وغيرها.

٢- **المحور السياسي:** حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٨٧) تكراراً وبنسبة (٣٥,٢٢%) إذ ركزت الانفوغرافيك على مختلف القضايا السياسية مثل الانتخابات الأمريكية والفرنسية والمغربية، والصراعات والحروب في سوريا واليمن ومعركة الموصل، والانقلاب التركي، وإجراءات صارمة في تركيا، ما بعد الانقلاب، وحملة تطهير واسعة بعد الانقلاب، ومحاولة إنقلاب دامية في تركيا، وفضيحة أوراق بنما، وتسريباتها التي تكشف فضائح مالية لقادة العالم، ورؤساء دول أقيلو أو أجبروا على الاستقالة، وامين عام الأمم المتحدة، المادة ٥٠ بوابة الخروج

من الاتحاد الأوروبي، ومحاولة غزو الولايات المتحدة لخليج الخنازير عام ١٩٦١ وموضوعات أخرى.

٣- **المحور الأمني:** واحتلت المرتبة الثالثة بواقع (٥٢) تكرارا وبنسبة (٢١,٠٥%) وتضمنت عمليات العنف والإرهاب في العالم، في فرنسا وألمانيا ودول أخرى، والهجمات الكيميائية، ومسارات الخروقات الأمنية في دول أو ربا، والاعتداءات على رجال الأمن في الدول، وموضوعات أمنية أخرى.

٤- **أخرى:** وجاءت بالمرتبة الرابعة بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (٣,٦٤%) وتضمنت موضوعات عديدة أبرزها، نسبة المسلمين في العالم، الزهايمر وأمراض الخرف، عمدة لندن صادق خان، مخاطر الزلازل في أوروبا، العمال الأكثر سعادة في العالم يوم العمال العالمي، اللغات في باكستان، جوائز نوبل ٢٠١٦، الممثلون العشرة الذين يتقاضون أعلى أجور بحسب تصنيف مجلة فوربز السنوي، الفهد الصياد في طريقه للانقراض.

جدول (١) يبين الفئات الرئيسية للموضوعات

ت	محاور الموضوعات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	المحور الإنساني	٩٩	٤٠,٠٨%	الأولى
٢	المحور السياسي	٨٧	٣٥,٢٢%	الثانية
٣	المحور الأمني	٥٢	٢١,٠٥%	الثالثة
٤	أخرى	٩	٣,٦٤%	الرابعة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

ثانيا. فئات طبيعة موضوعات الانفوغرافيك: تتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (٢) كالآتي:

١- **عالمي:** وجاءت هذه الفئة بواقع (١٢٢) تكرارا وبنسبة (٤٩,٣٩%) وأخذت المرتبة الأولى، حيث ركزت الانفوغرافيك على موضوعات عالمية خاصة في الموضوعات السياسية المهمة التي حدثت في العالم مثل قضية الانتخابات الأمريكية أو العمليات الإرهابية في الدول الأوروبية والاكتشافات الطبية أو غيرها من الموضوعات التي اكتسبت صفة العالمية.

٢- **أقليمي:** وحصلت على المرتبة الثانية بواقع (٩٢) تكرارا وبنسبة (٣٧,٢٤%)، والتي ركزت على أحداث في دول تحيط بالعالم العربي وخاصة الانقلاب التركي أو دول حلف شمالي الأطلسي، وغيرها من الموضوعات التي تعنى بمشكلات ما يحيط بالوطن العربي.

٣- **عربي:** احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٣٣) تكرارا وبنسبة (١٣,٣٦%)، إذ تناولت الموضوعات العالم العربي بأحداثه المختلفة مثل الانتخابات في المغرب أو معارك وحروب الموصل أو حلب، أو معاناة الجوع في السودان أو للنازحين أو الهاربين من جحيم الإرهاب.

جدول (٢) يبين طبيعة الموضوعات

ت	فئات طبيعة الموضوعات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	عالمي	١٢٢	٤٩,٣٩%	الأولى
٢	اقليمي	٩٢	٣٧,٢٤%	الثانية
٣	عربي	٣٣	١٣,٣٦%	الثالثة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

ثالثا. فئات أنواع الانفوغرافيك: تتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (٣) وكالآتي:

١- **شروحات قصصية:** حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٧١) تكرارا وبنسبة (٢٨,٧٤%) هو شرح لقصة حدث ما وشرح تفاصيلها، مثل الشخص الذي نفذ اعتداءات ميونخ ووصف بأنه مختل

عقليا، وقصة إستهداف المسيحيين في العالم وقتلهم بسبب دينهم، وغيرها من شروحات لقصص مختلف الموضوعات.

٢- **شروحات إحصائية:** اخذت المرتبة الثانية بواقع (٦٩) تكرارا وبنسبة (٢٧,٩٣%) تركز في شروحاتها على إحصائيات تنتمي الى الحدث أو القضية سواء كانت هذه الإحصائيات تكون عن عدد الضحايا أو عدد السكان أو إحصائيات لدول أو افراد أو غيرها، مثل عدد المسلمين في العالم ونسبة كل دولة منهم، وإحصائيات أعداد قتلى الارهاب في دول العالم وغيرها.

٣- **شروحات زمنية:** حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (٤٧) تكرارا وبنسبة (١٩,٠٢%) والتي ركزت على المدد أو الفترات الزمنية المختلفة، مثل تاريخ وصول الانسان الى الولايات المتحدة، أو تاريخ المعارك والتفجيرات أو تاريخ المناظرات في إنتخابات الرئاسة الامريكية منذ تأسست إلى الان وغيرها.

٤- **شروحات خرائطية:** جاءت بالمرتبة الرابعة بواقع (٣٨) تكرارا وبنسبة (١٥,٣٨%) وهي التي تقدم شروحات على وفق خرائط تنتمي للحدث أو القضية المتناولة سواء كانت هذه الخرائط لدول أم خرائط توضيحية لأحداث أو لقضايا وغيرها.

٥- **شروحات رقمية:** اخذت المرتبة الخامسة والاخيرة بواقع (٢٢) تكرارا وبنسبة (٨,٩٠%) وتركز فيه على شرح ما تم تناوله من أرقام عن مختلف الموضوعات التي تتضمن أرقاما، وتفسير هذه الأرقام ومقارنتها بغيرها مثل شروحات لعدد المرشحين أو الناخبين في الولايات المتحدة أو فرنسا أو المغرب أو غيرها وأعمارهم، أو أرقام الموازنات المالية للدول وتوزيعها على الوزارات ووضع تفسير لهذه الأرقام وهكذا.

جدول (٣) يبين أنواع الانفوغرافيك

ت	فئات انواع الانفوغرافيك	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	شروحات قصصية	٧١	٢٨,٧٤%	الأولى
٢	شروحات إحصائية	٦٩	٢٧,٩٣%	الثانية
٣	شروحات زمنية	٤٧	١٩,٠٢%	الثالثة
٤	شروحات خرائطية	٣٨	١٥,٣٨%	الرابعة
٥	شروحات رقمية	٢٢	٨,٩٠%	الخامسة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

رابعا- خطوات عملية تنفيذ الانفوغرافيك: خلال تحليلنا لها تتكون من مراحل عدة وهي:

١- **المرحلة الأولى/مرحلة التأليف:** تتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (٤) وكالاتي:
أ- بيانات ومعلومات بدون اسئلة: احتلت المرتبة الأولى بواقع (٨٣) تكرارا وبنسبة (٣٣,٦٠%) وهي بيانات ومعلومات خالية من أية أسئلة مجرد تضمينها تلك المعلومات.

ب- **بيانات ومعلومات احتوت على اسئلة عدة:** اخذت المرتبة الثانية بواقع (٧١) تكرارا وبنسبة (٢٨,٧٤%) أي تطرح عدة اسئلة تتعلق بالحدث المتناول.

ج- **بيانات ومعلومات بسؤال واحد:** حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (٥٣) تكرارا وبنسبة (٢١,٤٥%) يتم طرح سؤال في بداية الانفوغرافيك أو طرح سؤال واحد في نهاية الحدث المتناول أو القصة المتناولة، مثلا: ماهي أولويات ترامب في موازنة ٢٠١٨، وغيرها.

د- **بيانات ومعلومات تجيب عن اسئلة:** حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٢٦) تكرارا وبنسبة (١٠,٥٢%) أي تتضمن إجابة عن سؤال ضمن سياق تناول الحدث.

هـ- **بيانات ومعلومات احتوت اسئلة واجابت عن اسئلة:** اخذت المرتبة الخامسة بواقع (١٤) تكرارا وبنسبة (٥,٦٦%) تضم اسئلة واجوبة عن الحدث المتناول عن مختلف الموضوعات،

خاصة تلك الاحداث التي تتضمن عدة احتمالات في التفسير كما هي قضية الانقلاب التركي، أو قضية احتلال الموصل.

جدول (٤) يبين الفئات الفرعية لخطوات تنفيذ عملية الأنفوغرافيك/مرحلة التأليف

ت	خطوات التنفيذ/ التأليف	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	بيانات ومعلومات بدون اسئلة	٨٣	٣٣,٦٠%	الأولى
٢	بيانات ومعلومات احتوت على عدة اسئلة	٧١	٢٨,٧٤%	الثانية
٣	بيانات ومعلومات بسؤال واحد	٥٣	٢١,٤٥%	الثالثة
٤	بيانات ومعلومات تجيب عن اسئلة	٢٦	١٠,٥٢%	الرابعة
٥	بيانات ومعلومات احتوت اسئلة واجابت عنها	١٤	٥,٦٦%	الخامسة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

٢- المرحلة الثانية/ مرحلة التنقية: وتتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (٥) وكالاتي:
 أ-بيانات ومعلومات ذات جودة نقية متفقة مع بعضها: واخذت المرتبة الأولى بواقع (١٩٧) تكرارا وبنسبة (٧٩,٧٥%) أي أنها معروفة للمتلقي، وأنها خالية من الحشو والاضافات والتكرار أو التهكم أو الفرض لمعلومات غير معروفة.
 ب-بيانات ومعلومات غير نقية لم تتفق مع بعضها: وحصلت على المرتبة الثانية بواقع (٤١) تكرارا وبنسبة (١٦,٥٩%) أي فيها من المعلومات غير المعروفة للمتلقي وفيها شروحات زائدة ومحشوة بطريقة التكرارات والاضافات أو الفرض وغيرها، مثل أنفوغرافيك إعتداء نيس، أو أنفوغرافيك عن قرصنة الانترنت وغيرها.
 ج-بيانات ومعلومات نقية وغير نقية معا: واحتلت المرتبة الثالثة بواقع (٩) تكرارا وبنسبة (٣,٦٤%) وتتضمن عبارات وافكار عن الموضوع بطريقة محشوة مرة ومختزلة مرة، مثل الانفوغرافيك عن معارك الموصل، أو الهجمات الكيميائية في سوريا وهكذا.

جدول (٥) يبين الفئات الفرعية لخطوات تنفيذ عملية الأنفوغرافيك/مرحلة التنقية

ت	خطوات التنفيذ/التنقية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	بيانات ومعلومات ذات جودة نقية متفقة مع بعضها	١٩٧	٧٩,٧٥%	الأولى
٢	بيانات ومعلومات غير نقية لم تتفق مع بعضها	٤١	١٦,٥٩%	الثانية
٣	بيانات ومعلومات نقية وغير نقية معا	٩	٣,٦٤%	الثالثة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

٣- المرحلة الثالثة/ مرحلة السياق: تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (٦) وكالاتي:
 أ-معلومات وبيانات مفسرة للقصة المتناولة: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٧٦) تكرارا وبنسبة (٣٠,٧٦%) تحتوي معلومات وبيانات يتم تفسيرها ليتبين المتلقي تفاصيل القضية.
 ب-معلومات وبيانات معلومة الغرض والتوجه: اخذت المرتبة الثانية بواقع (٦٣) تكرارا وبنسبة (٢٥,٥٠%) يستعين الانفوغرافيك بمعلومات وبيانات واضحة الغرض وموجهة للهدف الاساسي منها.
 ج-معلومات وبيانات مجهولة الغرض والتوجه: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٤٢) تكرارا وبنسبة (١٧%) تم عرض انفوغرافيك لقضية ما دون أن يبين الغرض أو الاسباب أو المناسبة المرتبطة بالحدث المتناول.

د-معلومات وبيانات سردية غير مفسرة للقصة: اخذت المرتبة الرابعة بواقع (٣٩) تكرارا وبنسبة (١٥,٧٨%) عرض لمعلومات وبيانات دون ان يتم تفسيرها أو استنبائها، مجرد بيانات معروضة فقط.

ه-معلومات وبيانات عرض معالجة فنيا وبصريا: حصلت على المرتبة الخامسة بواقع (٢٧) تكرارا وبنسبة (١٠,٩٣%) تضمنت معلومات وبيانات معالجة فنيا وبصريا وفق معايير الفن الانفوغرافيكي وإدراكها بصريا وفق ذلك.

جدول (٦) يبين الفئات الفرعية لخطوات تنفيذ عملية الأنفوغرافيك/السياق

ت	خطوات التنفيذ/ السياق	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	معلومات وبيانات مفسرة للقصة المتناولة	٧٦	٣٠,٧٦%	الأولى
٢	معلومات وبيانات معلومة الغرض والتوجه	٦٣	٢٥,٥٠%	الثانية
٣	معلومات وبيانات مجهولة الغرض والتوجه	٤٢	١٧%	الثالثة
٤	معلومات وبيانات سردية غير مفسرة للقصة	٣٩	١٥,٧٨%	الرابعة
٥	معلومات وبيانات عرض معالجة فنيا وبصريا	٢٧	١٠,٩٣%	الخامسة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

٤-المرحلة الرابعة/ الجمع: تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (٧) وكالاتي:

١-بيانات ومعلومات تجمع عدة اخبار: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (١٨٤) تكرارا وبنسبة (٧٤,٤٩%) يتضمن الأنفوغرافيك عدة أخبار تتعلق بالحدث المتناول، سواء كانت هذه الاخبار معلومة أو منشورة سابقا ويتم شرحها وتفسيرها أو الاضافة عليها أو يتم توضيحها ودعمها بمعلومات أكثر سعة.

٢-بيانات ومعلومات تستند إلى خبر واحد: احتلت المرتبة الثانية بواقع (٦٣) تكرارا وبنسبة (٢٥,٥٠%) تتضمن خبرا واحدا تبني عليه أحداث تاريخية عدة أو معلومات تفسيرية أو غيرها.

جدول (٧) يبين الفئات الفرعية لخطوات تنفيذ عملية الأنفوغرافيك/الجمع

ت	خطوات التنفيذ/الجمع	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	بيانات ومعلومات تجمع عدة اخبار	١٨٤	٧٤,٤٩%	الأولى
٢	بيانات ومعلومات تستند الى خبر واحد	٦٣	٢٥,٥٠%	الثانية
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

٥-المرحلة الخامسة/الاتصال: تتضح الفئات الفرعية على وفق الجدول (٨) وكالاتي:

١-تصور المعلومات في رسومات بيانية: احتلت المرتبة الأولى بواقع (٦٧) تكرارا وبنسبة (٢٧,١٢%) تتوضح المعلومات بشكل رسوم بيانية وفق تراتبيتها المعلوماتية، لإعطاء القارئ معلومات سريعة موضحة برسوم بيانية يمكن أدراكها بصريا.

٢-تصور المعلومات في خرائط: اخذت المرتبة الثانية بواقع (٥١) تكرارا وبنسبة (٢٠,٥٤%) توضح هذه الفئة كيفية تصور المعلومات في خرائط لمختلف الموضوعات سواء كانت خرائط بلدان أو بيئات أو اماكن أو حالات مختلفة وهكذا.

٣-تصور المعلومات رسوم كرافيتية: حصلت المرتبة الثالثة وبواقع (٤٢) تكرارا وبنسبة (١٧%) تستند على رسوم كرافيتية لجذب القارئ بضرورة الاطلاع عليها، خاصة وان الرسم الكرافيتي يتميز بقدرته على جذب القراء وفق طبيعة إدراكهم البصري للفن الذي يتميز به.

٤-تصور المعلومات في رواية للقصة: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٣٩) تكرارا وبنسبة (١٥,٧٨%) توضع المعلومات بقالب قصصي سهل وموجز ومختصر في تناوله لمختلف القضايا المطروحة في الانفوغرافيك.

٥-تصور المعلومات بتطبيقات الاخبار: حصلت على المرتبة الخامسة بواقع (٣٠) تكرارا وبنسبة (١٢,١٤%) أي تضمينها وفق التناول الاخباري الذي يصور المعلومات فيها.

٦-تصور المعلومات بدراسات حالة في القصة: حصلت على المرتبة السادسة بواقع (١٨) تكرارا وبنسبة (٧,٢٨%) أي توضح قصة معينة لشخص ما وتصور المعلومات عنه وتضع اسم الشخص فقط في مقدمة الانفوغرافيك ومن ثم تسرد قصته، وهو شبيه بدراسة الحالة في البحث العلمي مثل (صادق خان) الذي انتخب عمدة لندن عام ٢٠١٦ و(سعد الحريري) الذي انتخب رئيسا للوزراء في لبنان وهكذا.

جدول (٨) يبين الفئات الفرعية لخطوات التنفيذ /الاتصال

ت	خطوات التنفيذ/الاتصال	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	تصور المعلومات في رسومات بيانية	٦٧	٢٧,١٢%	الأولى
٢	تصور المعلومات في خرائط	٥١	٢٠,٥٤%	الثانية
٣	تصور المعلومات رسوم كرافيتية	٤٢	١٧%	الثالثة
٤	تصور المعلومات في رواية للقصة	٣٩	١٥,٧٨%	الرابعة
٥	تصور المعلومات بتطبيقات الاخبار	٣٠	١٢,١٤%	الخامسة
٦	تصور المعلومات بدراسات حالة في القصة	١٨	٧,٢٨%	السادسة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

خامسا: مراحل أنجاز الانفوغرافيك: تتضمن عدة مراحل ووفق الاتي:

١-المرحلة الأولى/ تسلسل المعلومات: تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (٩) وكالاتي:

أ- تسلسل زمني تراتبي: احتلت المرتبة الأولى بواقع (٨٥) تكرارا وبنسبة (٣٤,٤١%) مما يوضح كيفية تسلسل المعلومات والبيانات بشكل زمني تراتبي متتالي يتلائم مع الحدث المتناول، لتحفيز الجمهور وإثارة اهتمامه وهكذا.

ب- تسلسل زمني متفرق: حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٨٣) تكرارا وبنسبة (٣٣,٦٠%) تضمنت تسلسلا زمنيا متفرقا سواء كان من الاعلى الى الاسفل أو بالعكس بالنسبة للسنيين ومثله بالنسبة للاحصائيات وتسلسلها وهكذا.

ج- تسلسل تراتبي زمني معا: اخذت المرتبة الثالثة بواقع (٧٩) تكرارا وبنسبة (٣١,٩٨%) تضمين الانفوغرافيك تسلسلا تراتبيا ومتفرقا معا للكثير من الاحداث التي تناولها.

جدول (٩) يبين الفئات الفرعية لمراحل الانجاز/ تسلسل المعلومات

ت	فئات تسلسل المعلومات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	تسلسل زمني تراتبي	٨٥	٣٤,٤١%	الأولى
٢	تسلسل زمني متفرق	٨٣	٣٣,٦٠%	الثانية
٣	تسلسل تراتبي زمني معا	٧٩	٣١,٩٨%	الثالثة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

٢-المرحلة الثانية/ تمثيل البيانات: تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (١٠) وكالاتي:

أ-تمثيل البيانات للمعلومات والأرقام معا: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (١٣٣) تكرارا وبنسبة (٥٣,٨٤%) وتمثلت البيانات للمعلومات والأرقام معا التي يتضمنها الانفوغرافيك بصورة صورية مجتمعة وفق الجمع بين مختلف أدوات الانفوغرافيك وخاصة مضمونه.

ب-تمثيل البيانات للمعلومات: اخذت المرتبة الثانية بواقع (٧١) تكرارا وبنسبة (٢٨,٧٤%) ويتضح من مجموعة الانفوغرافيك ان هناك تمثيلا للمعلومات فقط ترصد فيها الاحداث والقضايا التي تبين حجم وطبيعة هذا الحدث.

ج-تمثيل البيانات للأرقام: حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (٤٣) تكرارا وبنسبة (١٧,٤٠%) تضمنت تمثيلا للأرقام ومحاولة إظهارها أو استعمالها بطريقة توضح اهميتها في الانفوغرافيك.

جدول (١٠) يبين الفئات الفرعية لمراحل الانجاز/تمثيل البيانات

ت	فئات مراحل الانجاز/تمثيل البيانات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	تمثيل البيانات للمعلومات والارقام معا	١٣٣	٥٣,٨٤%	الأولى
٢	تمثيل البيانات للمعلومات	٧١	٢٨,٧٤%	الثانية
٣	تمثيل البيانات للأرقام	٤٣	١٧,٤٠%	الثالثة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

٣-المرحلة الثالثة/ المقارنات: تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (١١) وكالاتي:

أ-المقارنات: احتلت المرتبة الأولى بواقع (١٤٤) تكرارا وبنسبة (٥٨,٢٩%) والتي تضمنت مقارنات بين الحدث الواحد أو عدة احداث، وبين موضوع أو غيره أو بين شخص واخر أو مشكلة واخرى وهكذا.

ب-بدون مقارنات: احتلت المرتبة الثانية بواقع (١٠٣) تكرارا وبنسبة (٤١,٧٠%) خلت الانفوغرافيك من أية مقارنات تعقدها لإستبيان قضية ما أو حدث وهكذا.

جدول (١١) يبين الفئات الفرعية لمرحلة الانجاز/ المقارنات

ت	فئات مرحلة الانجاز/ المقارنات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	المقارنات	١٤٤	٥٨,٢٩%	الأولى
٢	بدون المقارنات	١٠٣	٤١,٧٠%	الثانية
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

٤-المرحلة الرابعة/ الصورة: تتضح الفئات الفرعية لطبيعة وأنواع الصورة وفق الجدول (١٢) وكالاتي:

١-صور فوتوغرافية: احتلت المرتبة الأولى بواقع (٦٣) تكرارا وبنسبة (٢٥,٥٠%) تضمين الانفوغرافيك صورا فوتوغرافية للحدث أو صور مدن أو أعمال أرهابية أو تفجيريات، وغيرها.

٢-صور معلومات وبيانات: حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٦١) تكرارا وبنسبة (٢٤,٦٩%) بينت الانفوغرافيك صورا للمعلومات والبيانات بطريقة صورة منقولة وفق صورتها السابقة.

٣-صور فوتوغرافية + صور معلومات وصور بيانات: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٥٧) تكرارا وبنسبة (٢٣,٠٧%) تشكلت الصور بشكل مختلط وتضمنت صور فوتوغرافية ومعلوماتية وبيانية في الانفوغرافيك الواحد تتحدث عن مختلف القضايا والاحداث.

٤-صور فوتوغرافية شخصية: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٥١) بنسبة (٢٠,٦٤%) وتضمنت صورا لشخصيات الحدث المتناول أو القضية المعروضة.

٥-صور فوتوغرافية للأماكن: اخذت المرتبة الخامسة بواقع (١٥) تكرارا وبنسبة (٦,٠٧%) حيث تضمنت صورا مختلفة عن أماكن وقوع الاحداث التي يتناولها الانفوغرافيك.

جدول (١٢) يبين الفئات الفرعية لمراحل الانجاز/الصورة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	فئات طبيعة وانواع الصورة	ت
الأولى	٢٥,٥٠%	٦٣	صور فوتوغرافية عامة	١
الثانية	٢٤,٦٩%	٦١	صور معلومات وبيانات	٢
الثالثة	٢٣,٠٧%	٥٧	صور فوتوغرافية + صور معلومات وبيانات	٣
الرابعة	٢٠,٦٤%	٥١	صور فوتوغرافية شخصية	٤
الخامسة	٦,٠٧%	١٥	صور فوتوغرافية للأماكن	٥
	١٠٠%	٢٤٧	المجموع	

٥- المرحلة الخامسة المخططات: تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (١٣) وكالاتي:

١-مخططات بيانية: احتلت المرتبة الأولى بواقع (٦١) تكرارا ونسبة (٢٤,٦٩%) وتضمنت مخططات بيانية للأحداث المتناول فيما يخص كل الموضوعات المطروحة في الانفو غرافيك.

٢-مخططات رسوم خرائط: حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٥٩) تكرارا ونسبة (٢٣,٨٨%) وتضمنت مخططات رسوم خرائط تبين طبيعة الاحداث والموضوعات التي تم تناولها.

٣-مخططات رسوم توضيحية: اخذت المرتبة الثالثة بواقع (٤٤) تكرارا ونسبة (١٧,٨١%) تضمنت مخططات لرسوم توضيحية تجيب عن الكثير من الاحداث المتناولة بقصد جذب القارئ ولفت انتباهه وإدراكها بصريا والتعامل معها.

٤-مخططات رسوم اشخاص: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٣٦) تكرارا ونسبة (١٤,٥٧%) تم تخطيط رسوم لشخصيات الحدث في الانفو غرافيك.

٥-مخططات جداول: اخذت المرتبة الخامسة بواقع (٢٩) تكرارا ونسبة (١١,٧٤%) تضمنت مخططات لجداول تعبر عن الحدث والقضية المتناولة يتم فيها الشرح والتوضيح.

٦-مخططات شعاعية: حصلت على المرتبة السادسة بواقع (١٨) تكرارا ونسبة (٧,٢٨%) تضمن مخططات شعاعية تتميز برسم شعاع متواز أو متعاكس أو وفق متطلبات الحدث.

جدول (١٣) يبين الفئات الفرعية لمراحل الانجاز/المخططات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	فئات المخططات	ت
الأولى	٢٤,٦٩%	٦١	مخططات بيانية	١
الثانية	٢٣,٨٨%	٥٩	مخططات رسوم خرائط	٢
الثالثة	١٧,٨١%	٤٤	مخططات رسوم توضيحية	٣
الرابعة	١٤,٥٧%	٣٦	مخططات رسوم اشخاص	٤
الخامسة	١١,٧٤%	٢٩	مخططات جداول	٥
السادسة	٧,٢٨%	١٨	مخططات شعاعية	٦
	١٠٠%	٢٤٧	المجموع	

٦- المرحلة السادسة تحليل البيانات: تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (١٤) وكالاتي:

أ-عرض الاسباب والنتائج مرفقة بإحصائيات: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٧٣) تكرارا ونسبة (٢٩,٥٥%) وتتضمن عرضا مفصلا للأسباب والنتائج أو للمشكلة أو القضية مرفقة بمختلف الاحصائيات وعن مختلف الموضوعات في الانفو غرافيك.

ب-إيضاح العلاقات بين عناصر الحدث مع أرقام: اخذت المرتبة الثانية بواقع (٦٩) تكرارا ونسبة (٢٧,٩٣%) تضمنت ايضاحات للعلاقات بين عناصر الحدث وارتباطه بالأرقام المذكورة مما يمثل لغة بصرية تجذب القارئ.

ج-مخططات بيانية دالة مفسرة بأرقام وتواريخ: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٤٤) تكرارا ونسبة (١٧,٨١%) ويمثل الانفوغرافيك مخططات بيانية دالة مفسرة بأرقام وتواريخ للحدث المتناول وعرض المعلومات البصرية بأسلوب أخاذ، لجذب القارئ بصريا لأهمية الحدث.

د-مخططات زمانية رقمية مفسرة: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٣٢) تكرارا ونسبة (١٢,٩٥%) تضمنت مخططات لأحداث زمانية تضم الأرقام المفسرة التي تجذب القارئ.

هـ-جداول مفسرة بأرقام وتواريخ: واخذت المرتبة الخامسة بواقع (٢٩) تكرارا ونسبة (١١,٧٤%) تجيب الانفوغرافيك بجداول مفسرة لمختلف التواريخ والاحصائيات وغيرها من الأرقام باستخدام التقنيات البصرية لمساعدة الجمهور لـ"إدراك الفكرة".

جدول (١٤) يبين الفئات الفرعية لمراحل الانجاز/ تحليل البيانات

ت	فئات تحليل البيانات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	عرض الاسباب والنتائج مرفقة بإحصائيات	٧٣	٢٩,٥٥%	الأولى
٢	ايضاح العلاقات بين عناصر الحدث مع ارقام	٦٩	٢٧,٩٣%	الثانية
٣	مخططات بيانية دالة مفسرة بأرقام وتواريخ	٤٤	١٧,٨١%	الثالثة
٤	مخططات زمانية رقمية مفسرة	٣٢	١٢,٩٥%	الرابعة
٥	جداول مفسرة بأرقام وتواريخ	٢٩	١١,٧٤%	الخامسة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

٧-المرحلة السابعة الأرقام: تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول رقم (١٥) وكالاتي:

أ-أرقام تواريخ الحدث والقصة: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٩٨) تكرارا ونسبة (٣٩,٦٧%) تعبر عن ضرورة الاستعانة بالتواريخ والأرقام لغرض توضيح الفكرة وإيصالها، من خلال وضع تواريخ للحدث وللقصة.

ب-أرقام نسب مئوية: احتلت على المرتبة الأولى بواقع (٨٣) تكرارا ونسبة (٣٣,٦٠%) ركزت الانفوغرافيك على الاستعانة بالنسبة المئوية في رصدها للأحداث وخاصة ما يتعلق بالموضوعات السياسية والانسانية والامنية.

ج-أرقام تواريخ واحصائيات ونسب معا: اخذت المرتبة الثالثة بواقع (٦٦) تكرارا ونسبة (٢٦,٧٢%) جمعت الانفوغرافيك بين تواريخ الاحداث والاحصائيات عنها لإقناع المتلقي بصديقتها وجذبه لمتابعتها، باستخدام لغة الجمهور التجميلية.

جدول (١٥) يبين الفئات الفرعية لمراحل الانجاز/الأرقام

ت	فئات سحابة الكلمات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	كلمات متنوعة بحجم الحروف	٨٧	٣٥,٢٢%	الأولى
٢	كلمات بحروف متوسطة الحجم	٧٨	٣١,٥٧%	الثانية
٣	كلمات بحروف صغيرة	٦٥	٢٦,٣١%	الثالثة
٤	كلمات ناعمة الحرف	٩	٣,٦٤%	الرابعة
٥	كلمات بحروف كبيرة	٨	٣,٢٣%	الخامسة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

٨-المرحلة الثامنة سحابة الكلمات: تتضح الفئات الفرعية وفق الجدول (١٦) وكالاتي:

أ-كلمات متنوعة بحجم الحروف: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٨٧) تكرارا ونسبة (٣٥,٢٢%) تضمنت كلمات متنوعة بحجم الحروف العادية المستخدمة في الصحف التقليدية.

ب-كلمات بحروف متوسطة الحجم: اخذت المرتبة الثانية بواقع (٧٨) تكرارا ونسبة (٣١,٥٧%) استخدمت كلمات بحروف متوسطة الحجم مثل (١٤، ١٦، ١٨، ٢٠) وهكذا.

ج-كلمات بحروف صغيرة: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٦٥) تكرارا وبنسبة (٢٦,٣١%) مثل كلمات بحجم (١٠, ١١, ١٢) وهكذا.

د-كلمات ناعمة الحرف: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٩) تكرارا وبنسبة (٣,٦٤%) مثل كلمات بحجم (٨, ٩) وغيرها.

هـ-كلمات بحروف كبيرة: اخذت المرتبة الخامسة بواقع (٨) تكرارا وبنسبة (٣,٢٣%) مثل كلمات بحجم (٢٠, ٢٢, ٢٤) وهكذا.

جدول (١٦) يبين الفئات الفرعية لمراحل الانجاز/ سحابة الكلمات

ت	فئات الارقام	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	ارقام تواريخ الحدث والقصة	٩٨	٣٩,٦٧%	الأولى
٢	ارقام نسب مئوية	٨٣	٣٣,٦٠%	الثانية
٣	ارقام تواريخ واحصائيات ونسب معا	٦٦	٢٦,٧٢%	الثالثة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

سادسا: الألوان: المرحلة الأولى: إختيار الألوان: كالألوان الاساسية والثانوية والثلاثية التي تتناسب مع الحدث: وتتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (١٧) وكالاتي:

١-الألوان الاساسية: احتلت المرتبة الأولى بواقع (٩٣) تكرارا وبنسبة (٣٧,٦٥%) تضمين الانفوغرافيك الألوان الاساسية المعروفة.

٢-الألوان الثانوية: حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٩١) تكرارا وبنسبة (٣٦,٨٤%) استعان الانفوغرافيك بالألوان الثانوية، لأجل جذب القارئ لأن اختيار الألوان هو جزء من جذب القارئ واستمالته، ليفهم الفرق بين عرض الوقائع البصرية وتمثيل الأفكار.

٣-الألوان الثلاثية: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٦٣) تكرارا وبنسبة (٢٥,٥٠%) تضمين المزج بين الألوان الاساسية والألوان الثانوية.

جدول (١٧) يبين الفئات الفرعية لإختيار الألوان

ت	فئات الالوان	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الالوان الاساسية	٩٣	٣٧,٦٥%	الأولى
٢	الالوان الثانوية	٩١	٣٦,٨٤%	الثانية
٣	الالوان الثلاثية	٦٣	٢٥,٥٠%	الثالثة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

سادسا: الألوان: المرحلة الثانية: قياس الألوان: هناك ثلاثة معايير لقياس اللون، وتتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (١٨) وكالاتي:

١-التدرج اللوني: واحتلت المرتبة الأولى بواقع (١٢١) تكرارا، وبنسبة (٤٨,٩٨%) وتميزت الألوان بالتدرج لغرض التأثير في القارئ والمتلقي.

٢-التشبع اللوني: حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٧٩) تكرارا وبنسبة (٣١,٩٨%) تضمين الانفوغرافيك الألوان المركزة والمشبعة بنقائها وبريقها اللوني.

٣-البريق اللوني: اخذت المرتبة الثالثة بواقع (٤٧) تكرارا وبنسبة (١٩,٠٢%)

جدول (١٨) يبين الفئات الفرعية لقياس الألوان

ت	فئات قياس الألوان	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	التدرج اللوني	١٢١	٤٨,٩٨%	الأولى
٢	التشبع اللوني	٧٩	٣١,٩٨%	الثانية
٣	البريق اللوني	٤٧	١٩,٠٢%	الثالثة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

سابعاً: اعتماد التسلسل والنمطية في سرد المعلومات: تتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (١٩) وكالاتي:

- ١- أفقي + دائري + مربع + شعاعي + قوائم: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٧٩) تكراراً وبنسبة (٣١,٩٨%) اعتمدت الانفوغرافيك على التسلسل والنمطية في سرد معلومات الحدث، بأختيار التسلسل الدائري والافقي والمربع وشعاعي وعلى شكل قوائم في شكله.
- ٢- دائري + مربع + قوائم: اخذت المرتبة الثانية بواقع (٦٨) تكراراً وبنسبة (٢٧,٥٣%) اعتمدت على الشكل الدائري والمربع والقوائم.
- ٣- مربع + شعاعي + أفقي: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٤٧) تكراراً وبنسبة (١٩,٠٢%) اختارت المربع والشعاعي والافقي.
- ٤- هرمي + قوائم + شعاعي: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٣٢) تكراراً وبنسبة (١٢,٩٥%) استعانت بالهرمي والقوائم والشعاعي.
- ٥- شعاعي + دائري + أفقي: حصلت على المرتبة الخامسة بواقع (٢٢) تكراراً وبنسبة (٨,٩٠%) تضمنت العمل بالشعاعي والدائري والافقي.

جدول (١٩) يبين الفئات الفرعية لاعتماد التسلسل والنمطية في سرد المعلومات

ت	فئات التسلسل في سرد المعلومات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	افقي + دائري + مربع + شعاعي + قوائم	٧٩	٣١,٩٨%	الأولى
٢	دائري + مربع + قوائم	٦٨	٢٧,٥٣%	الثانية
٣	مربع + شعاعي + أفقي	٤٧	١٩,٠٢%	الثالثة
٤	هرمي + قوائم + شعاعي	٣٢	١٢,٩٥%	الرابعة
٥	شعاعي + دائري + أفقي	٢٢	٨,٩٠%	الخامسة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

- ثامناً: نسبة استخدام المعلومات والصور والمخططات: تتضح الفئات الفرعية في الجدول (٢٠) حددنا فيه نسبة كل فن داخل الانفوغرافيك وفق تقسيم الجزء على الكل وكالاتي:
- ١- الصور: ٤٠% كانت نسبة الصور من مجموع العينة، فالصور نفسها كناقلات للمعلومات.
 - ٢- الكتابة: ٣٠% نسبة الكتابة من مجموع العينة، لتوصيل حجة مقنعة للمتلقي.
 - ٣- الرموز والاسهم والدلالات: ١٥% نسبة الرموز والاسهم والدلالات من مجموع العينة.
 - ٤- الجداول: ١٠% نسبة الجداول من مجموع العينة، تستخدم كأدلة بصرية.
 - ٥- المخططات: ٥% نسبة المخططات من مجموع العينة، لتوضيح المفاهيم المعقدة.

جدول (٢٠) يبين الفئات الفرعية لنسبة استخدام المعلومات والصور والمخططات

المرتبة	النسبة المئوية	نسبة استخدام المعلومات والصور والمخططات والجداول والرموز	ت
الأولى	٤٠%	الصور	١
الثانية	٣٠%	الكتابة	٢
الثالثة	١٥%	الرموز والاسهم والدلالات	٣
الرابعة	١٠%	الجداول	٤
الخامسة	٥%	المخططات	٥
	١٠٠%	المجموع	٦

تاسعا: عدد موضوعات تصميم انفوغرافيك: تتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (٢١):

١-موضوع واحد: احتلت على المرتبة الأولى بواقع (١٧٦) تكرارا ونسبة (٧١,٢٥%) تضمنت الانفوغرافيك موضوعا واحدا فقط يتناول قضية واحدة أو حدث واحد.

٢-موضوعان: حصل على المرتبة الثانية بواقع (٦٣) تكرارا ونسبة (٢٥,٥٠%) تناول الانفوغرافيك موضوعان معا متقاربان لعرض الحدث أو القضية، ويشارك فيهما.

٣-ثلاثة موضوعات: اخذت المرتبة الثالثة بواقع (٨) تكرارا ونسبة (٣,٢٣%) اختارت ثلاثة قضايا معا يرتبطان في موضوع واحد ويدعمان بالمعلومات والبيانات.

جدول (٢١) يبين الفئات الفرعية لعدد موضوعات تصميم الانفوغرافيك

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	عدد الموضوعات في التصميم الواحد	ت
الأولى	٧١,٢٥%	١٧٦	موضوع واحد	١
الثانية	٢٥,٥٠%	٦٣	موضوعان	٢
الثالثة	٣,٢٣%	٨	ثلاثة موضوعات	٣
	١٠٠%	٢٤٧	المجموع	

عاشرا: المعلومات الممثلة بصريا: أتضحت الفئات الفرعية وفق الجدول (٢٢) وكالاتي:

١-معلومات ممثلة بصريا وغير ممثلة معا: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٢٣٧) تكرارا ونسبة (٩٥,٩٥%) معلومات مكتوبة وموزعة على سطح الانفوغرافيك كتابة ونقل للمكتوب من وثائق أخرى، لجذب القراء واستمالتهم، وإعطائهم طريقة للتواصل مباشرة مع المحتوى.

٢-معلومات ممثلة بصريا فقط: احتلت المرتبة الثانية بواقع (٦) تكرارا ونسبة (٢,٤٢%) معلومات معمولة بصريا دون كتابتها مباشرة على سطح الانفوغرافيك وانما نقلها مكتوبة كما هي و اضافتها للتصميم، لأجل جذب القارئ، وتستخدم شكلاً بصرياً لتقديم الوقائع المستبطنة.

٣-معلومات غير ممثلة بصريا: اخذت المرتبة الثالثة بواقع (٤) تكرارا ونسبة (١,٦١%) معلومات مكتوبة وموزعة مباشرة على سطح الانفوغرافيك.

جدول (٢٢) يبين الفئات الفرعية للمعلومات الممثلة بصريا

ت	المعلومات الممثلة بصريا	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	معلومات ممثلة بصريا وغير ممثلة معا	٢٣٧	%٩٥,٩٥	الأولى
٢	معلومات ممثلة بصريا فقط	٦	%٢,٤٢	الثانية
٣	معلومات غير ممثلة بصريا	٤	%١,٦١	الثالثة
	المجموع	٢٤٧	%١٠٠	

أحد عشر: العناوين المستخدمة في الانفوغرافيك: اتضحت الفئات الفرعية وفق الجدول (٢٣) وكالاتي:

- ١-عنوان واحد مع عناوين فرعية: اخذت المرتبة الأولى بواقع (١٢٧) تكرارا وبنسبة (%٥١,٤١) يتضمن الانفوغرافيك عنوانا واحدة رئيسيا وعناوين فرعية متفرقة.
- ٢-عناوين رئيسية وفرعية: حصلت المرتبة الثانية بواقع (٧٩) تكرارا وبنسبة (%٣١,٩٨) تضمن عناوين رئيسية وفرعية مختلفة.
- ٣-عنوان واحد بارز فقط: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٤١) تكرارا وبنسبة (%١٦,٥٩) تضمن عنوان واحد بارز فقط.

جدول (٢٣) يبين الفئات الفرعية للعناوين المستخدمة

ت	فئات العناوين المستخدمة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	عنوان واحد مع عناوين فرعية	١٢٧	%٥١,٤١	الأولى
٢	عناوين رئيسية وفرعية	٧٩	%٣١,٩٨	الثانية
٣	عنوان واحد بارز فقط	٤١	%١٦,٥٩	الثالثة
	المجموع	٢٤٧	%١٠٠	

اثنا عشر: جمل المعلومات: تتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (٢٤) وكالاتي:

- ١-جمل طويلة وقصيرة معا: اخذت المرتبة الأولى بواقع (١١٢) تكرارا وبنسبة (%٤٥,٣٤) يتضمن جمل طويلة وقصيرة ضمن معيار طول الجملة وقصرها وفق المقياس اللغوي.
- ٢-جمل قصيرة: احتلت المرتبة الثانية بواقع (٧٣) وبنسبة (%٢٩,٥٥) تضمنت جملا قصيرة فقط.
- ٣-جمل طويلة: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٦٢) بنسبة (%٢٥,١٠) تضمنت جملا طويلة فقط.

جدول (٢٤) يبين فئات جمل المعلومات

ت	فئات جمل المعلومات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	جمل طويلة وقصيرة معا	١١٢	%٤٥,٣٤	الأولى
٢	جمل قصيرة	٧٣	%٢٩,٥٥	الثانية
٣	جمل طويلة	٦٢	%٢٥,١٠	الثالثة
	المجموع	٢٤٧	%١٠٠	

ثلاثة عشر: مصادر المعلومات والبيانات: تتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول (٢٥) وكالاتي:

- ١-مصدران: اخذت المرتبة الأولى بواقع (١٢٤) تكرارا وبنسبة (٥٠,٢٠%) أي يسند الانفوغرافيك معلوماته بمصدرين يذيل فيهما الانفوغرافيك في نهايته.
- ٢-مصدر واحد: حصلت على المرتبة الثانية بواقع (١١٨) تكرارا وبنسبة (٤٧,٧٧%) يذيل به الانفوغرافيك معلوماته.
- ٣-ثلاثة مصادر: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٥) تكرارا وبنسبة (٢,٠٢%) تذييل في الانفوغرافيك المعلومات المعروضة.

جدول (٢٥) يبين الفئات الفرعية مصادر المعلومات

ت	فئات مصادر المعلومات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	مصدران	١٢٤	٥٠,٢٠%	الأولى
٢	مصدر واحد	١١٨	٤٧,٧٧%	الثانية
٣	ثلاثة مصادر	٥	٢,٠٢%	الثالثة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

- أربعة عشر: أنواع الرسوم المستخدمة: اتضح من فئاتها الفرعية وفق الجدول (٢٦) وكالاتي:
- ١-الرسوم المختلطة معا: احتلت المرتبة الأولى بواقع (٨٢) تكرارا وبنسبة (٣٣,١٩%) تضمن الانفوغرافيك رسوما مختلطة بالتصميم الواحد.
- ٢-الرسم البياني الخطي: جاءت بالمرتبة الثانية بواقع (٦٢) تكرارا وبنسبة (٢٥,١٠%) تضمنت رسوما بيانية خطية لسهولة التعرف على الحدث والقضية المتناولة.
- ٣-الرسم البياني الافقي: حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (٥٩) تكرارا وبنسبة (٢٣,٨٨%) تضمنت رسوما بيانية افقية لجذب القارئ واستمالته للحدث المتناول.
- ٤-الرسم البياني العمودي: اخذت المرتبة الرابعة بواقع (٤٤) تكرارا وبنسبة (١٧,٨١%) وتضمنت رسوما بيانية عمودية لسهولة الجذب للقراء.

جدول (٢٦) يبين انواع الرسوم المستخدمة

ت	فئات انواع الرسوم المستخدمة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الرسوم المختلطة معا	٨٢	٣٣,١٩%	الأولى
٢	الرسم البياني الخطي	٦٢	٢٥,١٠%	الثانية
٣	الرسم البياني الافقي	٥٩	٢٣,٨٨%	الثالثة
٤	الرسم البياني العمودي	٤٤	١٧,٨١%	الرابعة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

- خمس عشر: تدرج عمليات تصميم قصة المعلومات: اتضحت فئاتها الفرعية وفق الجدول (٢٧) وكالاتي:

- ١-تبدأ بكلمات لعرض الحدث: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٧٤) تكرارا وبنسبة (٢٩,٢٥%) ترصد الانفوغرافيك بدايته بالتركيز على بعض الكلمات لعرض الحدث فيما بعد بالتفصيل.

- ٢- تبدأ بأرقام لشرح الحدث: احتلت المرتبة الثانية بواقع (٥٣) تكرارا وبنسبة (٢١,٤٥%) تبدأ واجهة الانفوغرافيك برقم يرتبط بالحدث المتناول سواء كان رقما تاريخيا أو إحصائيا، أو رقما عدد أو نسب ما، لاجل تحويل إنتباه القارئ للاستمرار في قراءته.
- ٣- تبدأ برمز أو دلالة عن الحدث: اخذت المرتبة الثالثة بواقع (٥٢) تكرارا وبنسبة (٢١,٠٥%) وتضمنت الانفوغرافيك رمز ما أو دلالة مرتبطة بالحدث والقضية المتناولة.
- ٤- تبدأ بصورة عن الحدث: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٤٧) تكرارا وبنسبة (١٩,٠٢%) تبدأ الانفوغرافيك بوضع صورة تنتمي وتفصح عن الحدث المتناول.
- ٥- تبدأ بعرض مصحوب بشرح: اخذت المرتبة الخامسة بواقع (٢١) تكرارا وبنسبة (٨,٥٠%) تبدأ بشرح قصة الحدث وتتبع تفاصيلها فيما بعد.

جدول (٢٧) يبين الفئات الفرعية لتدرج عمليات تصميم قصة المعلومات

ت	فئات تدرج عمليات القصة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	تبدأ بكلمات لعرض الحدث	٧٤	٢٩,٢٥%	الأولى
٢	تبدأ بأرقام لشرح الحدث	٥٣	٢١,٤٥%	الثانية
٣	تبدأ برمز أو دلالة عن الحدث	٥٢	٢١,٠٥%	الثالثة
٤	تبدأ بصورة عن الحدث	٤٧	١٩,٠٢%	الرابعة
٥	تبدأ بعرض مصحوب بشرح	٢١	٨,٥٠%	الخامسة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

- سنة عشر: أقسام البيانات من حيث النوع: اتضحت فئاتها الفرعية وفق الجدول (٢٨):
- ١- بيانات مختلطة: اخذت المرتبة الأولى بواقع (٩٢) تكرارا وبنسبة (٣٧,٢٤%) أي يذكر فيها كل ما متوفر من معلومات عن القصة أو الحدث المتناول لجذب القارئ.
- ٢- بيانات كمية لغة الأرقام: احتلت المرتبة الثانية بواقع (٦٨) تكرارا وبنسبة (٢٧,٥٣%) هناك بيانات تتحدث عن أرقام لها صلة وثيقة بالحدث المتناول.
- ٣- بيانات وصفية سردية: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٥٥) تكرارا وبنسبة (٢٢,٢٦%) بتضمين الانفوغرافيك بيانات وصفية سردية عن الحدث والقضية المتناولة.
- ٤- بيانات لغة الجسد: اخذت المرتبة الخامسة بواقع (٣٢) تكرارا وبنسبة (١٢,٩٥%) بيانات مرسومة بواسطة لغة الجسد ويتم الاستعانة بها لجذب القارئ خاصة في الموضوعات الانسانية والموضوعات السياسية وغيرها.

جدول (٢٨) يبين الفئات الفرعية لأقسام البيانات من حيث النوع

ت	فئات اقسام البيانات من حيث النوع	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	بيانات مختلطة	٩٢	٣٧,٢٤%	الأولى
٢	بيانات كمية لغة الأرقام	٦٨	٢٧,٥٣%	الثانية
٣	بيانات وصفية سردية	٥٥	٢٢,٢٦%	الثالثة
٤	بيانات لغة الجسد	٣٢	١٢,٩٥%	الرابعة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

سبعة عشر: طريقة الرسومات في تصميم الانفوغرافيك: اتضحت الفئات الفرعية وفق الجدول (٢٩) وكالاتي:

- ١- اعمدة: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٥٨) تكرارا وبنسبة (٢٣,٤٨%) اختار المصمم طريقة وضع الاعمدة في تصميم الانفوغرافيك لأضفاء وسيلة جذب أكثر تأثيرا.
- ٢- أشرطة: اخذت المرتبة الثانية بواقع (٤٩) تكرارا وبنسبة (١٩,٨٣%) اختار المصمم طريقة وضع اشرطة متعددة تتلائم مع الحدث المتناول.
- ٣- اشكال الكعكة: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٤٢) تكرارا وبنسبة (١٧%) اشتهرت طريقة استخدام شكل الكعكة في الانفوغرافيك وإبرازها كوسيلة جمالية ولجذب القارئ.
- ٤- دوائر: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٤١) تكرارا وبنسبة (١٦,٥٦%) تضمن الانفوغرافيك الدوائر المتعددة وبأحجام مختلفة في تصميمه.
- ٥- جداول: احتلت المرتبة الخامسة بواقع (٣٤) تكرارا وبنسبة (١٣,٧٦%) تضمنت الانفوغرافيك استخدام الجداول كأسلوب إقناعي في عرض المادة التي تفصح عن الحدث.
- ٦- شعاع: اخذت المرتبة السادسة بواقع (٢٣) تكرارا وبنسبة (٩,٣١%) استندت الانفوغرافيك على استخدام الشعاع في الرسوم التي تجيب عن تفاصيل الحدث.

جدول (٢٩) يبين الفئات الفرعية لطريقة الرسوم

ت	فئات طريقة الرسوم	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	اعمدة	٥٨	٢٣,٤٨%	الأولى
٢	اشرطة	٤٩	١٩,٨٣%	الثانية
٣	اشكال الكعكة	٤٢	١٧%	الثالثة
٤	دوائر	٤١	١٦,٥٦%	الرابعة
٥	جداول	٣٤	١٣,٧٦%	الخامسة
٦	شعاع	٢٣	٩,٣١%	السادسة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

ثمانية عشر: أنماط الخطوط: اتضحت الفئات الفرعية وفق الجدول (٣٠) وكالاتي:

- ١- الوزن: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٥٨) تكرارا وبنسبة (٢٣,٤٨%) أي توضيح سُمك الخط لإبراز أهمية النص أو الصورة، وعمق العلاقة بين البيانات، لجذب القارئ أكثر.
- ٢- لون الخط: اخذت على المرتبة الثانية بواقع (٤٩) وبنسبة (١٩,٨٣%) تم الاستعانة بها لإبراز الاختلافات بين البيانات، كأحد أساليب الإقناع.
- ٣- نهاية الخط: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٤٢) وبنسبة (١٧%) أستخدمت لإبراز معاني معينة بين البيانات المختلفة.
- ٤- الطول: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٤١) تكرارا وبنسبة (١٦,٥٦%) أستخدم التصميم طول الخط للتعبير عن مدى بُعد أو قصر المسافات بين البيانات لجذب القارئ.
- ٥- نمط الخط: حصلت على المرتبة الخامسة بواقع (٣٤) تكرارا وبنسبة (١٣,٧٦%) أستخدم التصميم بحيث يكون الخط مستقيما أو مكونا من نقاط بعيدة لعمق العلاقة بين البيانات.
- ٦- إتجاه الخط: اخذت المرتبة السادسة بواقع (٢٣) وبنسبة (٩,٣١%) حدد اتجاه الخط مسار القصة الصحفية، كي يتابع القارئ تدفق البيانات.

جدول (٣٠) يبين أنماط الخطوط

ت	فئات انماط الخطوط	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الوزن	٥٨	٢٣,٤٨%	الأولى
٢	لون الخط	٤٩	١٩,٨٣%	الثانية
٣	نهاية الخط	٤٢	١٧%	الثالثة
٤	الطول	٤١	١٦,٥٦%	الرابعة
٥	نمط الخط	٣٤	١٣,٧٦%	الخامسة
٦	اتجاه الخط	٢٣	٩,٣١%	السادسة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

تسعة عشر: أنواع الأعمدة: يوضح الجدول (٣١) الفئات الفرعية ووفق الآتي:

١- الأعمدة المزدوجة: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٥٨) تكرارا وبنسبة (٢٣,٤٨%) قارنت الانفوغرافيك بين عدة متغيرات بينهم علاقة، لإطلاع الناس على مسألة معينة أو على دعوتهم إلى التوغل فيها.

٢- الأعمدة المركبة: أخذت المرتبة الثانية بواقع (٤٩) تكرارا وبنسبة (١٩,٨٣%) أستخدمت للمقارنة بين مجموعات فرعية من البيانات في مدة زمنية واحدة وترتب المجموعات الفرعية التابعة تصاعديا، عبر عمل فني سيستجيب له الجمهور المستهدف.

٣- الأعمدة المقسمة: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٤٢) تكرارا وبنسبة (١٧%) تقارن علاقة المجموعات الفرعية من البيانات إجمالاً في مدة زمنية، وتأخذ البيانات نسبة مئوية.

جدول (٣١) يبين أنواع الأعمدة

ت	فئات أنواع الأعمدة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الأعمدة المزدوجة	٥٨	٢٣,٤٨%	الأولى
٢	الأعمدة المركبة	٤٩	١٩,٨٣%	الثانية
٣	الأعمدة المقسمة	٤٢	١٧%	الثالثة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

عشرون: المصطلحات الحسابية: يتضح من الجدول (٣٢) الفئات الفرعية وهي:

١- المنوال: أخذت المرتبة الأولى بواقع (٧٦) تكرارا وبنسبة (٣٠,٧٦%) تم إستخدامه لغرض إبراز الأرقام الأكثر تواجدا وشيوعا وتكرارا في مجموعة البيانات.

٢- الوسيط: حصلت المرتبة الثانية بواقع (٦٢) تكرارا وبنسبة (٢٥,١٠%) تم إستخدامه لإبراز القيمة التي تقسم البيانات إلى مجموعتين متساويتين وترتيبها تصاعديا وتنزليا.

٣- الوسيط الحسابي: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٦١) تكرارا وبنسبة (٢٤,٦٩%) تم إستخدام قيم المفردات الجديدة مساويا لمجموعة البيانات القديمة، لجذب القارئ وإستمالته.

٤- النسبة المئوية: نالت المرتبة الرابعة بواقع (٤٨) تكرارا وبنسبة (١٩,٤٣%) تم إستخدام النسب المئوية التي تبين العلاقة بين كميتين بالرمز (%) لتبنيه المتلقي لأهميته.

جدول (٣٢) يبين المصطلحات الحسابية

ت	فئات أنواع الأعمدة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	فئات المصطلحات الحسابية	التكرارات	النسبة المئوية	الأولى
٢	المنوال	٧٦	٣٠,٧٦%	الثانية

الوسيط	٦٢	٢٥,١٠%	الثالثة
الوسيط الحسابي	٦١	٢٤,٦٩%	الرابعة
النسبة المئوية	٤٨	١٩,٤٣%	الخامسة
المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

أحد عشر: عناصر التصميم الانفوغرافيكي: اتضح من الجدول (٣٣) الفئات الفرعية ووفق الآتي:

١-البيانات: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٤٧) تكرارا وبنسبة (١٩,٠٢%) جاءت في سياق القصة الصحفية التي تسعى لتوصيلها للقراء.

٢-الألوان: نالت المرتبة الثانية بواقع (٤١) تكرارا وبنسبة (١٦,٥٩%) حرص التصميم على اختيار ألوان تتناسب مع الحدث فيما بينها وذات معنى مرتبط بالبيانات.

٣-الرسم البياني: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٣٨) تكرارا وبنسبة (١٥,٣٨%) تم استخدام الاشكال التي تأخذ صوراً عدة ويحمل كل منها معنى مختلفاً، لجذب القارئ واستمالته.

٤-السياق: احتلت المرتبة الرابعة بواقع (٣٢) تكرارا وبنسبة (١٢,٩٥%) تم إيصال سرد البيانات بوضوح للقارئ دون أن يحتاج للكثير من المفاتيح الاسترشادية.

٥-النص: نالت المرتبة الخامسة بواقع (٣٠) تكرارا وبنسبة (١٢,٩٥%) تم استخدام النص بعناية ليكون عنصراً مساعداً لتوضيح العلاقات بين البيانات.

٦-الاحجام: حصلت على المرتبة السادسة بواقع (٢٧) تكرارا وبنسبة (١٢,١٤%) اعطت دلالة لحجم وطبيعة البيانات واهميتها، ليسهل على القارئ إستيعاب قصة الحدث والفرق بين النسب والأوزان المختلفة للبيانات.

٧-الخطوط: نالت المرتبة السابعة بواقع (٢١) تكرارا وبنسبة (١٠,٩٣%) ساعدت في توضيح طبيعة العلاقة بين البيانات، واسهمت في تحديد اتجاه سياق القصة الصحفية.

٨-الرموز: اخذت المرتبة الثامنة بواقع (١١) تكرارا وبنسبة (٤,٤٥%) استخدمت لأختصار النص والتعبير عن البيانات لجذب القارئ واستمالته.

جدول (٣٣) يبين عناصر التصميم الانفوغرافيكي

ت	فئات عناصر التصميم	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	البيانات	٤٧	١٩,٠٢%	الأولى
٢	الألوان	٤١	١٦,٥٩%	الثانية
٣	الرسم البياني	٣٨	١٥,٣٨%	الثالثة
٤	السياق	٣٢	١٢,٩٥%	الرابعة
٥	النص	٣٠	١٢,١٤%	الخامسة
٦	الاحجام	٢٧	١٠,٩٣%	السادسة
٧	الخطوط	٢١	٨,٥٠%	السابعة
٨	الرموز	١١	٤,٤٥%	الثامنة
	المجموع	٢٤٧	١٠٠%	

❖ الاستنتاجات:

- ١- جسدت مضامين الانفوغرافيك الموضوعات الانسانية والسياسية والامنية بطريقة جذابة للقارئ وبتابع أساليب تقنية فنية وبصرية لإقناع القارئ.
- ٢- رصدت طبيعة (جغرافية) الموضوعات في الانفوغرافيك/ عربية/ أقليمية/ عالمية.
- ٣- أظهرت أنواع الانفوغرافيك المختلفة للشروحات القصصية، والشروحات الإحصائية، والشروحات الزمنية، والشروحات الخرائطية، والشروحات رقمية.
- ٤- وضحت خطوات التصميم في عملية تنفيذ الانفوغرافيك، كالتأليف، والتنقية، والسياق، والجمع، والاتصال، وهذه الخطوات تم إبرازها عن طريق التصميم المتتالي.
- ٥- كشف تصميم الانفوغرافيك مراحل أنجازه، كالتسلسل الزمني، وتمثيل البيانات، والمقارنات، والصورة، والمخططات، وتحليل البيانات، والأرقام، وسحابة الكلمات.
- ٦- تبين من البحث أن صحافة الانفوغرافيك أستخدمت أكثر من طريقة للتعبير عن الحدث والقضية المتناولة، فأستخدم التصميم الألوان والخطوط والرسومات والصور الفوتوغرافية والكرافيتية، بطريقة تشكل تأثيرا مباشرا ومؤثرا على القارئ، وإختيار الألوان والخطوط، التي تتلائم مع الموضوعات لجذب القارئ وإستمالته.
- ٧- ركزت الانفوغرافيك على إظهار الرؤى والاتجاهات وتحديد الموضوعات، وبيان تفاصيلها بصورة مختصرة وسريعة القراءة والتمعن، وأعتمدت التسلسل والنمطية في سرد المعلومات، وإضفاء التصميم الذي يحتوي السرد بالصورة.
- ٨- أعتمدت على إستخدام المعلومات والصور والمخططات، والخرائط، والرسومات، أكثر من الكتابة، أي أنها وضحت المعلومات التي يمكن تمثيلها بصريا، فضلا عن غيرها التي لم تمثل بصريا، والاكثار من إستخدام الأدوات البصرية لجذب القارئ.
- ٩- أعتمدت أنواع الرسوم، والرموز الدالة والمعبرة، فضلا عن تدرج عمليات، أي تصميم قصة المعلومات، وأستخدمت طريقة الرسومات في التصميم بأستخدام أشكال متنوعة للتعبير عن المعلومات، وهذه الأشكال تقوم مقام الكلمات، كالرسم البياني والخرائط، والدوائر والأرقام والملفات وتحليل الخطاب وتصميمات الانفوغرافيك المتنوعة.
- ١٠- أستعملت الانفوغرافيك، الجمل القصيرة، والطويلة للتعبير عن الموضوعات التي تناولتها، ومحاولة الاقتراب من فهم القارئ، فضلا عن أستعانتها بالعناوين الرئيسية والفرعية معا، مثلما أختارت العنوان الواحد.
- ١١- أختصرت الانفوغرافيك الكتابة المكثفة ببعض الكلمات التي تجيب عن الاسئلة الستة في الصحافة التقليدية لسهولة إيصالها للمتلقى، وشيوع إستخدام الألوان المختلفة لجذب القراء.
- ١٢- أستحوذت صحافة الانفوغرافيك على إهتمام الجريدة عينة البحث من خلال إصدارها يوميا وبتأقان عال في النسخة الالكترونية، وإستخدامها للإستimalات ووسائل الجذب لإقناع القراء لتتبعها، بمساعدة التطورات التقنية والسرعة في التكنولوجيا.
- ١٣- أظهرت الجريدة عناصر التصميم المستخدمة في الانفوغرافيك، في مختلف الموضوعات، فضلا عن إستخدامها الوسط الحسابي وأنواع الخطوط والأعمدة، والألوان.
- ١٤- كانت البيانات مصدراً لصحافة البيانات والأداة التي يتم عن طريقها سرد الاحداث، أو أن تكون كليهما، ومثل أي مصدر آخر، ينبغي أن تعامل بشيء من الشك؛ ومثل أية أداة، ينبغي أن نذكر كيف يمكنها تشكيل، وأيضاً تقييد، الأخبار التي تصنعها.

١٥- ابرزت الجريدة بأن المعلومة مقدمة على الرأي الشخصي، وهي مرتبطة بتحليل لإيجاد معنى ووضع هيكلية لسيل البيانات غير المتناهية، والكشف عن اساليب انجازها وتطبيقاتها بعيدا عن الصحافة التقليدية.

المصادر والمراجع والهوامش:

-
- (١) المحكمون هم: أ.م.د عبد الامير الفيصل.
أ.م.د. سعد كاظم
م.د فلاح الخطاط.
 - (٢) سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث الإعلامي، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٦)، ص ٣١٠.
 - (٣) محلل ثاني: أ.م.د. سعد كاظم .
 - (٤) أعتمدت الباحثة في كتابة المعايير الفنية والبصرية وإخراج فئاتها الرئيسية والفرعية، على كتاب: عمرو العراقي: صحافة البيانات، خطوات جمع وتحليل البيانات وتصميم الانفوغرافيك، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م).
 - (٥) باي بوعلام، "ظاهرة" الممارسة الغرافيتية" وإشكالية المقاربات المنهجية"، مجلة الحوار الثقافي، جامعة مستغانم: الجزائر: عدد ربيع وصيف، ٢٠١٥، ص ١٠٣.
 - (٦) عمرو العراقي، صحافة البيانات، خطوات جمع وتحليل البيانات... مرجع سابق، ص ٣٧ .
 - (٧) شكل الانفوغرافيك يوضح انواع الانفوغرافيك من حيث العرض والتخطيط، متاح على الموقع الالكتروني: <http://ijnet.org/ar/stories/124143>.
 - (٨) حسنين شفيق، صحافة الزمن القادم وصلات تحرير المستقبل، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص ٣٠٢.
 - (٩) المرجع نفسه ، (الشكل منقول من ص ٣٠٤).