

تاريخ الإرسال (2017-09-10). تاريخ قبول النشر (2017-10-14)

أ.د. جواد راغب الدلو^{1*}

¹ قسم الصحافة / كلية الآداب / الجامعة الإسلامية

* البريد الإلكتروني للباحث المرسل:

E-mail address: jdalou@iugaza.edu.ps

الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة

الملخص:

تهدف هذه الدراسة التعرف على مدى اهتمام صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها وأنواعه ومكوناته ومصادره ومواقع نشره، ومدى ارتباطه بالواقع المحلي لصحيفة الدراسة، وهي تعد من البحوث الوصفية، وفي إطار هذا النوع من البحوث تم استخدام منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، أما أداة الدراسة: فهي استمارة تحليل المضمون، وعينتها عام 2016، بواقع 104 أعداد من الصحيفة المذكورة.

وكشفت الدراسة عن مجموعة من النتائج أهمها: اهتمام صحيفة الرسالة بفن الإنفوجرافيك دون غيرها من الصحف الفلسطينية، وتركيز الإنفوجرافيك على أربع قضايا، هي: السياسية، والمجتمعية، والفصائل الفلسطينية، والانتخابات المحلية، وأن معظم قضايا الإنفوجرافيك ترتبط بالواقع المحلي، وتنشر على الصفحة الأخيرة، ولم يذكر مصدر معلوماتها، إضافة إلى استخدامها بشكل أساسي لثلاثة أنواع من الإنفوجرافيك، وهي: تحليل البيانات، والتسلسل الزمني والتاريخي، وعرض الأفكار، واهتمامها بالعناصر المقروءة والمرئية المختلفة بنسب متباينة، وأوضحت الدراسة أيضاً وجود علاقة بين أنواع الإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها.

كلمات مفتاحية: الإنفوجرافيك - الصحافة - صحيفة الرسالة

Info Graphics In Palestinian News Paper: A Case Study Al Resalah News Paper

Abstract

This descriptive study aims to reveal to what extent Al Reslalla Newspaper is interested in info graphic in terms of its types, constituents, resources , and sites of publications. The study also attempts to identify the extent to which the present situation of the newspaper, subject of the study, is related to the use of info graphic. The study uses the survey approach and reciprocal relationships. Pertaining the research tool ; it is mainly a content analysis card with a sample of 104 issues of the above mentioned newspaper in 2016. The study revealed that Al Reslalla is the only Palestinian newspaper that is interested in the use of info graphic mainly in the domain of politics, community issues, local elections, and faction concerns. It was also found out that the use of info graphic was focusing on local issues , and was mainly concentrated in the final page of the newspaper . in all cases, the information source of the graphic was never mentioned. The study also revealed that newspaper used three types of info graphic : the chronological, the historic, and the topical, and when it came to forms of information, it was found out that the newspaper was interested in the visual and the written forms, yet in different percentage. Finally the study unveiled the relationship between the kinds of the info graphics and the issues that tackled.

Keywords: Info Graphics - News Paper - Al Resalah News Paper

مقدمة:

شهد النصف الثاني من القرن الماضي تطوراً كبيراً في مجال تدفق المعلومات، رافقه تطور في طريقة عرضها وأسلوب تقديمها، وقد اكبت الصحافة هذا التطور كغيرها من العلوم والفنون؛ بل هي من أكثر الفنون مواكبة للتطورات في هذا المجال؛ نظراً لطبيعتها القائمة على رصد حركة الشارع والتطورات التي تحدث في مختلف مجالات الحياة، كونها مرآة تعكس ما يجري ويدور حولها من أحداث بدقة متناهية.

ورافق هذا التطور استخدام الحاسبات الآلية بشكل أكبر في عملية تحرير وعرض البيانات والمعلومات والمواد الإخبارية برسوم توضيحية أو بيانية أو إحصائية، تعطي الجمهور المعلومات المطلوبة بأسلوب سهل وبسيط، وسرعة أكبر من النصوص المكتوبة، وذلك من خلال فن جديد عرف باسم "الإنفوجرافيك".

و"الإنفوجرافيك" هو عرض مرئي للمعلومات يستخدم عناصر التصميم لعرض محتوى المادة المكتوبة - الرسالة الإعلامية- على شكل صورة تزيد من فهم القراء لها، وهذا يعني أنه يستخدم وسيلة لتبسيط البيانات والمعلومات المعقدة، وجعلها أسهل للفهم والاستيعاب عندهم، علماً أنه يمكن استخدامه شكلاً كاملاً للقصص الإخبارية أو شكلاً فنياً مستقلاً يعرض موضوعاً معيناً.

وهو يستمد فاعليته من كونه يركز على الحاسة البصرية أكثر من الحواس الأخرى، لأن الدماغ يخصص 50% من مهماته للوظائف البصرية، لذا كانت معالجة الصورة أسرع من معالجة النصوص، التي غالباً تحتاج وقتاً أطول لاستيعابها وفهمها، خاصة مع زيادة اهتمام القراء بالصور، الأمر الذي يزيد من أهميته وفاعليته في نقل وعرض البيانات والمعلومات وعرضها بسهولة، واختزالها بما يتناسب مع طبيعة القارئ المتعجل اليوم، إضافة إلى كونه أسلوباً جديداً يستخدم في عرض المعلومات والبيانات للناس، وهذا يساعد على تغيير استجاباتهم وتفاعلهم مع المعلومات عند رؤيتها، ويزيد من قدرتهم على استيعابها وفهمها بشكل أسهل وأسرع.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام صحيفة الرسالة بفن الإنفوجرافيك وأنواعه من حيث التصميم والمحتوى، والقضايا التي يتناولها، وأشكاله، والعناصر التي يتكون منها، وكيفية توظيفه، ونوعية المحتوى الذي يستخدم معه. **أولاً: أهم الدراسات السابقة:**

قام الباحث بمسح للدراسات السابقة ذات صلة بالموضوع، فحصل على عدد قليل من الدراسات الأجنبية؛ نظراً لحدثة استخدام الإنفوجرافيك في مجال الصحافة المطبوعة والإلكترونية، وأهم هذه الدراسات هي:

1- دراسة Siricharoen & Siricharoen (2015) (1):

هدفت هذه الدراسة التعرف على مفهوم الإنفوجرافيك وأهم استخداماته وأنواعه، والوسائط المتعددة والتفاعلية المستخدمة معه، وتوصلت إلى ضرورة الاهتمام بالعناصر المكونة له، وخاصة الصور والألوان، إضافة إلى ضرورة

(1) Siricharoen & Siricharoen, How Infographic Should be Evaluated.

عرضه للمعلومة الصحيحة بأسلوب جميل وجذاب، وإن تقييمه يتم من خلال ما يقدمه من معلومات، وما يشتمل عليه من عناصر مكونة له، وأنواع الرسوم التي يستخدمها.

2- دراسة Dick (2014) (1):

هدفت الدراسة التعرف على القيم الإخبارية والممارسات العملية في إنشاء الإنفوجرافيك التفاعلي في المواقع الإخبارية بالمملكة المتحدة، من خلال إجراء مقابلات معمقة مع عدد من الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام الوطنية، إلى جانب استخدام أداة الملاحظة، وتوصلت إلى هيمنة القواعد التنظيمية على المعايير الصحفية التقليدية في معالجات الإنفوجرافيك التفاعلية، وأن كثرة المعلومات لا تؤثر في تقديمها، وأن الأرقام والإحصاءات هي الأكثر استخداماً.

3- دراسة Dur (2014) (2):

هدفت الدراسة التعرف على استخدامات الإنفوجرافيك في الصحافة وأنواعه وأساليب عرضه للمحتوى، والاختلاف بين التصاميم الثابتة والتفاعلية المرئية، وتوصلت الدراسة إلى أن الإنفوجرافيك أصبح ضرورة في هذا العصر في ظل الاهتمام بالاتصال المرئي، فهو يجعل المعلومات الصعبة أكثر قابلية للفهم وجذب الانتباه، كونه يقدم المعلومات المعقدة وغير المنظمة في شكل واضح ومفهوم.

4- دراسة Milatz (2013) (3):

هدفت الدراسة استكشاف أثر الإنفوجرافيك التفاعلي على عملية التذكر لدى المستخدم، حيث استخدم الباحث أسلوب التجربة كأداة للتعرف على تأثير أنواع الإنفوجرافيك (الثابت، والتفاعلي، والجدول) في تذكر المعلومات، من خلال تصميم إنفوجرافيك لخريطة أوروبا موضح عليها الهجرة الألمانية، وطبق ذلك على عينة من 122 فرداً من الناطقين بالألمانية، أو لديهم مهارات لغوية ألمانية، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين الإنفوجرافيك التفاعلي والاستعادة الشاملة للمعلومات، حيث أوضحت النتائج أن استخدام الجداول يظهر قدرات أقل في استعادة المعلومات لدى المشاركين.

5- دراسة Giardina & Medina (2012) (4):

هدفت الدراسة التعرف على تأثير إنتاج الإنفوجرافيك ونشره على إدارة سير عمل شركات الإعلام، بالاعتماد على نماذج من الإنفوجرافيك المنشورة في صحيفة نيويورك تايمز المطبوعة والنسخة الإلكترونية، والوقوف على كيفية استخدامه، وتأثيره على أنشطة المؤسسات الإعلامية، وذلك من خلال تحليل 50 نموذجاً من الإنفوجرافيك وعمل مقابلات مع مصمميها، وتوصلت الدراسة إلى زيادة نشر الإنفوجرافيك في السنوات الأخيرة في صحيفة نيويورك تايمز، وأن تطور الإنفوجرافيك التفاعلي يتطلب إنشاء إدارات خاصة تعمل بشكل مستقل، وأن العناصر التفاعلية تشكل أساساً في تصور البيانات، وأن الإنفوجرافيك التفاعلي يساعد على تطوير قدرات قراء الصحف.

(1) Dick, Interactive Infographic and News Values.

(2) Dur, Interactive Infographic on The Internet.

(3) Milatz, Moving Graphics: The Effects of Interactive Infographics on Media Users.

(4) Giardina & Medina, Information Graphics Design Challenges and Workflow Management.

6- دراسة Yanyan (2010) (1):

هدفت الدراسة التعرف كيف يمكن للإنفوجرافيك أن يستقطب قراء من الإنترنت، من خلال استخدامه في التقارير الإخبارية للتعبير عن الحدث بصورة سهلة وسريعة، خاصة في ظل تغير عادات القراءة لدى القراء، وتوصلت الدراسة أن الإنفوجرافيك يعد أداة مهمة للصحفيين يستخدمونه في نقل القصص الصحفية الغنية بالمعلومات، علمًا أنه يستطيع القيام بذلك بعمق وسرعة، إضافة إلى دوره في دمج خصائص وسائل الإعلام المختلفة في عرض قضية معينة، من خلال استخدامه للوسائط المتعددة.

موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

مما سبق يتضح أن جميع الدراسات السابقة أجنبية، تناولت الإنفوجرافيك من حيث تاريخه واستخداماته وأنواعه، والوسائط المتعددة المستخدمة معه وأساليب عرضه للمحتوى وأثره في عملية التذكر، وتأثيره على أنشطة المؤسسات الإعلامية، وهي جميعها تدخل في إطار البحوث الوصفية، وضمن منهج المسح، وفي إطاره استخدمت أساليب عدة، هي: تحليل المضمون، ومسح أساليب الممارسة، ومسح جمهور وسائل الإعلام.

وتتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة من حيث الهدف ونوع البحث ومنهجه وأساليبه -تحليل المضمون- وتختلف معها من حيث مجتمع الدراسة، والعينة -صحيفة الرسالة- والقضايا التي تناولها الصحيفة المذكورة من خلاله.

ثانيًا: مشكلة الدراسة:

تبين للباحث من خلال متابعته للصحف الفلسطينية استخدام صحيفة الرسالة دون غيرها فن الإنفوجرافيك، وعليه تتلخص مشكلة الدراسة في التعرف على مدى اهتمامها به، وأهم القضايا التي يتم عرضها من خلاله، وأنواعه، ومصادره، وعناصره، والأساليب المتبعة في عرضه للمعلومات، والأشكال المستخدمة في عرضها، ومدى اتصاله بالواقع المحلي، وموقع نشره في الصحيفة المذكورة، ومدى وجود علاقة بين القضايا التي يتناولها وأنواعه.

ثالثًا: أهمية الدراسة:

- 1- تعد الدراسة جديدة في مجالها ؛ هي ترصد واقع الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة، وأنواعه، واستخداماته، ونوعية القضايا والموضوعات التي يعرضها، ليزيد من فهم القراء لها، واستيعابهم لمحتواها.
- 2- يعد الإنفوجرافيك أسلوبًا تحريريًا وإخراجيًا جديدًا على الصحافة العربية عامة والفلسطينية خاصة، وهذا يتطلب دراسة واقعه، وتقديم مقترحات للنهوض به.
- 3- تقييم استخدام صحيفة الرسالة لهذا الفن، ومعرفة مدى التزامها بالأسس والقواعد التي يقوم عليها، وبيان مدى توظيفها له في عرض القضايا الفلسطينية الصعبة والمعقدة.
- 4- قدرة الإنفوجرافيك في تبسيط المعلومات والإحصاءات وتقديمها للجمهور بأسلوب سهل وبسيط وبسرعة أكبر من النصوص المكتوبة، وهذا يقتضى التعرف على خصائصه، والاستفادة منها في عرض مختلف القضايا.

(1) Yanyan, How to Generate Readers from Infographics in A Networked Society.

5- تغير عادات القراءة نظراً للطفرة الهائلة التي يشهدها العالم اليوم في مجال تدفق المعلومات، ومن ثم أصبحت القراءة السريعة هي سمة العصر الحديث، وهذا يتطلب الاستفادة من هذه السمة.

6- بيان مدى ارتباط الإنفوجرافيك بالواقع المحلي، والوقوف على أشكاله وعناصره وأساليبه عرضه للمعلومات في صحيفة الرسالة.

رابعاً: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على مدى اهتمام صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك، وينبثق عنه الأهداف الفرعية التالية:

1- التعرف على أهم القضايا التي يتناولها الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة، ومدى اهتمامها بهذا الفن، وارتباطه بالواقع المحلي.

2- الكشف عن أنواع الإنفوجرافيك الذي تستخدمه الصحيفة المذكورة، ومصادره، وعناصره، ومدى انسجام ذلك مع أسسه الفنية.

3- التعرف على أشكاله الفنية، والأساليب التي تستخدم في عرضه للمعلومات ومدى مناسبة الأشكال والأساليب للموضوعات التي يتناولها.

4- الكشف عن مدى وجود علاقة بين القضايا التي يتناولها الإنفوجرافيك وأنواعه وأشكاله في صحيفة الرسالة.

خامساً: تساؤلات الدراسة:

تم بلورة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: ما مدى اهتمام صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها؟ وينبثق عن هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية على النحو التالي:

1- ما أهم القضايا التي يتناولها الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة؟

2- ما مدى ارتباط الإنفوجرافيك بالواقع المحلي في صحيفة الرسالة؟

3- ما أنواع الإنفوجرافيك الذي تستخدمه صحيفة الرسالة وفقاً لمحتواه؟

4- ما مصادر معلومات الإنفوجرافيك المنشورة في صحيفة الرسالة؟

5- ما مدى تماسك التصميم في عرض محتوى الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة؟

6- ما الأساليب المتبعة في عرض معلومات الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة؟

7- ما العناصر المكونة للإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة؟

8- ما مواقع نشر الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة؟

9- ما العلاقة بين القضايا التي يتناولها الإنفوجرافيك وأنواعه في صحيفة فلسطين؟

سادساً: الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة)، وذلك للتعرف على أهم القضايا التي يتناولها الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة، وأهم الأنواع والعناصر والأشكال التي تحظى باهتمامها.

سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأداتها:

أ. نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تسعى إلى وصف الظواهر والتعرف على عناصرها ومكوناتها عن طريق جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها بما يتيح تقديم صورة دقيقة وموضوعية عن الظاهرة.⁽¹⁾

واستخدمه الباحث لوصف واقع الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة، والتعرف على أنواعه وأشكاله وأسسه الفنية، والكشف عن العلاقة بينه وبين القضايا المطروحة.

ب. منهج الدراسة:

1- **منهج المسح:** هو جهد علمي منظم يهدف إلى الحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة من العدد الحدى من المفردات المكونة لمجتمع البحث، خلال الفترة الزمنية للدراسة،⁽²⁾ وفي إطاره استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون لدراسة الإنفوجرافيك الذي تنشره صحيفة الرسالة، وتقديم وصف كمي وموضوعي ومنهجي لمحتواه الظاهر، للكشف عما تريد أن تقوله الصحيفة للجمهور⁽³⁾، وذلك من خلال التعرف على أهم القضايا التي تتناولها، ومدى ارتباطها بالواقع المحلي، ومصادره، وعناصره، وأنواعه، وأشكاله، والأساليب التي سوف تستخدم في عرضه.

2- **منهج دراسة العلاقات المتبادلة:** وهو يستهدف دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حصول الظاهرة، والوصول إلى استنتاجات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الإيجابي،⁽⁴⁾ واستخدم الباحث في إطاره أسلوبين، هما:

- دراسة الحالة وذلك لدراسة الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة دراسة شاملة مستفيضة معمقة خلال فترة زمنية محددة، بهدف فهم واقع الظاهرة في الصحيفة المذكورة⁽⁵⁾، واستخدمه الباحث للحصول على معلومات شاملة عن واقع الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة.
- دراسة العلاقات الارتباطية، وذلك للتعرف على العلاقة بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة موضع الدراسة، ومن ثم معرفة مدى وجود علاقة بين أنواع الإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها.

(1) عمر، البحث الإعلامي: مفهومه، إجراءاته، ومناهجه (ص211).

(2) حسين، بحوث الإعلام (ص147).

(3) عبد الحميد، بحوث الصحافة (ص93).

(4) حسين، بحوث الإعلام (ص160).

(5) بركات، مناهج البحث الإعلامي (ص45).

ت. أداة الدراسة:

هي استمارة تحليل المضمون التي أعدها الباحث ووضع فئاتها وفقاً لأهداف البحث وتساؤلاته، وهي تنقسم إلى نوعين: فئة الموضوع ماذا قيل؟، وفئة الشكل كيف قيل؟.

- فئة الموضوع: وهي تتضمن مجموعة من الفئات الفرعية التي تتصل بمحتوى الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة، وذلك على النحو التالي:

1- فئة القضايا: وهي القضايا التي يتناولها الإنفوجرافيك، وهي تنقسم إلى:

1/1 القضايا السياسية.

2/1 القضايا المجتمعية.

3/1 القضايا الاقتصادية.

4/1 انتفاضة الأقصى.

5/1 الفصائل الفلسطينية.

6/1 الانتخابات المحلية.

7/1 العسكرية والأمنية.

8/1 الحصار.

9/1 الأسرى.

10/1 أخرى.

2- النطاق الجغرافي: ويقصد بها التعرف على منشأ القضية التي يتناولها الإنفوجرافيك وتم تقسيمها إلى:

1/2 محلي: وهي القضايا التي ترتبط بالواقع المحلي الفلسطيني.

2/2 عربي: وهي القضايا التي يتناولها الإنفوجرافيك وتتصل بشئون الوطن العربي.

3/2 دولي: وهي القضايا التي يتناولها الإنفوجرافيك وتتصل بالدول الأجنبية.

3- أنواع الإنفوجرافيك وفقاً لمحتواه: وتنقسم إلى:

1/3 التسلسل الزمني أو التاريخي: مثل تاريخ الأحداث وترتيبها والخرائط والجدول الزمنية.

2/3 الشخصيات: وهو الإنفوجرافيك الذي يتناول شخصية مؤثرة.

3/3 تحليل البيانات: وهو يتضمن الإحصائيات ومخططات وأحداث زمنية ومعلومات في آن واحد.

4/3 الصورة: وهو يشمل صورة الموضوع المستهدف مع وجود بعض المعلومات المحيطة بها.

5/3 المقارنات: وهي التي توضح الفروقات بين الأشياء المستهدفة.

6/3 عرض الأفكار: وهو الذي يستعرض المفاهيم والأفكار السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

7/3 أخرى: وهو التصميم الذي يشمل أكثر من نوع، أو خلاف ما ذكر.

4- مصادر الإنفوجرافيك: وتنقسم إلى نوعين هما:

1/4 جهة التصميم: وتنقسم إلى:

1/1/4 صحيفة الرسالة.

2/1/4 خارجي: نقلًا عن وسيلة إعلام أخرى.

3/1/4 لم يذكر المصدر.

2/4 مصادر المعلومات: وتنقسم إلى:

1/2/4 ذكر المصدر.

2/2/4 لم يذكر المصدر.

5- تماسك التصميم: وتنقسم إلى:

1/5 التصميم متماسك: وهو الذي يعرض الموضوع بشكل متسلسل ومترايط الأجزاء.

2/5 التصميم غير متماسك: وهو الذي تكون بياناته ومعلوماته غير كافية بخلاف ما سبق.

6- فئة الأساليب المتبعة: وهي الأساليب التي اتبعت في عرض معلومات الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة وتقديمها ن

وتم تقسيمها إلى:

1/6 أساليب تحليلية: وهي التي تعرض البيانات والمعلومات على شكل رسوم بيانية وإحصائية بأسلوب تحليلي.

2/6 أساليب دعائية: وهي التي تروج لفكرة أو جهة أو شخصية معينة دون تقديم معلومات كافية عنها.

3/6 أخرى: وهي خلاف ما سبق.

- فئة الشكل: وهي تتصل بشكل محتوى الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة، وتشمل الفئات الفرعية التالية:

7- فئة الموقع: وهي تعنى الصفحة التي نشر فيها الإنفوجرافيك، وتبين مدى الاهتمام به، وقد تم تقسيمها إلى:

1/7 صفحة داخلية مع إشارة على الصفحة الأولى.

2/7 صفحة داخلية.

3/7 صفحة أخيرة.

8- العناصر المكونة للإنفوجرافيك.

1/8 العناصر المرئية: وهي تشمل الفئات الفرعية التالية:

1/1/8 الصور: وهي الصور الملتقطة بالكاميرا سواء أكانت شخصية أم أماكن أم غيرها.

2/1/8 الرسوم والخرائط: وهي الرسوم اليدوية والإلكترونية والأشكال الهندسية والخرائط والأسم.

3/1/8 صور ورسوم: وهي الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية والإلكترونية.

2/8 العناصر المقروءة، وهي:

1/2/8) المعلومات والحقائق: وهي معلومات عامة وحقائق مؤكدة للموضوع.

2/2/8) الإحصائيات: وهي الأرقام والإحصائيات.

ثامناً: مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الصحف المطبوعة التي تصدر في فلسطين - الضفة والقطاع- وقد تم اختيار صحيفة الرسالة التي تصدر في غزة كعينة عمدية كونها الصحيفة الوحيدة التي تستخدم فن الإنفوجرافيك بشكل دوري -يومي الاثنين والخميس من كل أسبوع تقريباً، حيث يحتل نصف صفحاتها الأخيرة، وهي صحيفة حزبية نصف أسبوعية، تصدر عن حزب الخلاص المقرب من حركة المقاومة الإسلامية حماس.

وقام الباحث باستخدام أسلوب المسح الشامل لفن الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة لمدة عام يبدأ من 2016/1/1، وحتى 2016/12/31، أي حوالي 104 أعداد من الصحيفة المذكورة.

تاسعاً: وحدات التحليل وأسلوب القياس:

وحدة التحليل هي الشيء الذي نقوم باحتسابه، وهي أصغر عنصر من عناصر تحليل المضمون وأكثرها أهمية⁽¹⁾، والوحدة التي سوف يستخدمها الباحث هي الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، وهي الوحدة المتكاملة التي تقدم المادة الإعلامية لجمهور القراء⁽²⁾، وهي هنا فن الإنفوجرافيك، إضافة الى وحدة الموضوع وذلك للتعرف على نوعية القضايا التي يتناولها.

أما أسلوب العد والقياس، وهو نظام التسجيل الكمي المنظم لوحدة المحتوى وفئاته، الذي يمكن من خلاله إعادة بناء المحتوى على شكل أرقام، تساعد على الوصول إلى نتائج كمية، بما يتناسب مع أهداف الدراسة، وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة وحدة التكرار.

عاشراً: إجراءات الصدق والثبات:

استخدم الباحث خطوات عدة لتحقيق صدق الأداة، أهمها: تعريف فئات التحليل بدقة، وتحديد وحدة التحليل وأسلوب القياس وعرض استمارة تحليل المضمون على ثلاثة محكمين، أما الثبات فقد تم من خلال أسلوب إعادة الاختبار الذي قام به الباحث بنفسه بعد شهر من التحليل الأول، وقد بلغت نسبة الثبات (95.2%).

الحادي عشر: التعريفات الإجرائية

1- الإنفوجرافيك: وهو فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم، يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق وسهولة ويسر.

2- الصحافة الفلسطينية: وهي جميع الصحف الفلسطينية الرسمية والخاصة والحزبية التي تصدر في فلسطين - القدس والضفة الغربية وقطاع غزة - بصورة دورية.

(1) العبد، الرأي العام وطرق قياسه (ص173).

(2) حسين، تحليل المضمون (ص81).

3- صحيفة الرسالة: وهي صحيفة حزبية تصدر عن حزب الخلاص المقرب من حركة المقاومة الإسلامية (حماس) ويرأس مجلس إدارتها المهندس كنعان عبيد ومحررها المسئول وسام عفيفة.

الثاني عشر: تقسيم الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى مقدمة ومطلبين، المقدمة وتناولت الإجراءات المنهجية للدراسة، والمطلب الأول: استعرض الإنفوجرافيك وتطوره وأنواعه وعناصره ومكوناته، والمطلب الثاني: تناول نتائج الدراسة التحليلية، ثم أهم النتائج والتوصيات.

المطلب الأول: الإنفوجرافيك

انتشر في السنوات الماضية مصطلح "الإنفوجرافيك" في وسائل الاتصال الجماهيري، رغم أنه ليس فناً جديداً، إذ تعود جذوره إلى العصر الحجري والوسطي، حيث مثلت المنحوتات على جدران الكهوف والمخطوطات المرسومة شكلاً من أشكاله⁽¹⁾، كما استخدمه علماء الفلك قبل أكثر من مائتي عام لتوضيح الظواهر الكونية⁽²⁾، غير أن شهرته ذاعت مع دخول الجيل الثاني من الإنترنت، وهو ما يعرف بمصطلح (Web 2.0)، ومن ثم كثر استخدامه في وسائل الاعلام عامة، ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص، نظراً لأنه يسهل المشاركة وتبادل المعلومات بين المحرر والمستخدم، والتطور الذي طرأ على الإنترنت والبرامج التي تستخدم في تصميمه⁽³⁾.

لذا خصصت كثير من المواقع والمدونات العربية والأجنبية مساحات له، وأصبح لدينا آلاف من رسوم الإنفوجرافيك، ناهيك عن وجود مواقع متخصصة في هذا المجال، علماً أن رسوماته تتمتع بدرجة عالية من المشاهدة والتفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي، إلى جانب حضوره في التلفزيون في عرض بعض البيانات والمعلومات، وخاصة ما يتصل بالأحوال الجوية، وكذلك الصحف المطبوعة والإلكترونية التي برز فيها بشكل واضح في الصفحات المتخصصة، وخاصة الرياضية، علاوة على استخدامه فناً مستقلاً يعرض ويحلل بيانات ومعلومات قضية أو موضوع معين.

فالإنفوجرافيك (Infographic)، اختصار لكلمتين انجليزييتين هما (Information Graplic)، وهو يعني عرض المعلومات على شكل صور وبيانات ورسوم وخرائط أو الخط بينها، بصورة تجعلها سلسلة وسهلة وواضحة للقارئ، علماً أن له تسميات أخرى مثل: إنفوجرافيكس (Infographics)، والتصاميم المعلوماتية (Information Design)، والبيانات التصويرية التفاعلية (Data Visualization).

(1) Davidson, A Brief History of Infographics and Data Visualization.

(2) الشوامين، فن الإنفوجرافيك (مدونة شخصية).

(3) Mol, The Potential Role for Infographics in Science Communication. P.15.

مفهوم الإنفوجرافيك:

يطلق مصطلح الإنفوجرافيك على الرسوم والتصاميم التي تتضمن معلومات أو إحصائيات في موضوع معين، بشكل يجعل هذه المعلومات سهلة الاستيعاب لدى القارئ، وهذا يعني أنّ أي شكل تأخذه عملية وضع المعلومات على هيئة رسوم وتصاميم يمكن أن تصنف ضمن الإنفوجرافيك.

ويعرف بأنه "تحويل لكمية معينة من البيانات والمعلومات النصية المعقدة إلى مزيج من الصور والرسوم والنصوص، مما يسمح للقارئ استيعاب الفكرة الأساسية للموضوع بصورة أسهل وأسرع"⁽¹⁾.

وفي تعريف آخر لا يختلف كثيراً عن سابقه هو "فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق، وهو أسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة"⁽²⁾.

وعرفه فاليرو أنّه "مساهمة إعلامية وضعت في الصحف المكتوبة، مع عناصر مبدعة ومطبعة، حتى تسمح وتسهل فهم الأحداث الجارية أو إجراءات أو بعض من جوانبها الهامة، وهي ترافق أو تحل مكان النص المعلوماتي"⁽³⁾. وخالصة القول إنّ الإنفوجرافيك فن يركز على تحويل البيانات والمعلومات الصعبة أو المعقدة أو الضخمة إلى رسوم أو تصاميم بصرية أو مقروءة، تعطي الجمهور المعلومات الكافية بطريقة واضحة وجذابة، تساعد على فهمها واستيعابها بسهولة ويسر، مستفيداً من الإمكانيات التي توفرها برامج الحاسوب في هذا المجال.

أنواع الإنفوجرافيك:

يمكن تقسيم الإنفوجرافيك إلى أنواع عدة وفقاً لتصميمه ومحتواه، علماً أنّ لكل نوع منهما خصائصه التي تميزه عن الآخر:

أ. أنواعه من حيث التصميم: ويمكن تقسيمه إلى نوعين هما:

1- الإنفوجرافيك الثابت: وهو عبارة عن رسم تصويري يشرح شيئاً محدداً ويأخذ شكلاً ثابتاً ولا يحتاج إلى تفاعل القارئ، وغالباً ما يستخدم هذا النوع مع الإعلانات والدعايات الثابتة المطبوعة أو المنشورة على صفحات الانترنت.

2- الإنفوجرافيك المتحرك: وهو رسم تصويري متحرك يتفاعل معه القارئ، وينقسم إلى نوعين هما:

الأول: تصوير فيديو: وهو يعتمد على الرسوم في تمثيل المعلومات على شريط فيديو بشكل متحرك.

الثاني: تصميم إنفوجرافيك متحرك: وهو وضع البيانات والمعلومات بشكل متحرك، وهذا يتطلب اختيار الحركات المعبرة التي تساعد على إخراجه بشكل جذاب، وهذا يتطلب استخدام جزء من تقنية الرسوم المتحركة.

ب. أنواعه من حيث المحتوى: ويمكن تقسيمه إلى:

(1) مهند، مدخل إلى مفهوم الإنفوجرافيك (موقع الكتروني).

(2) شلتوت، فن الإنفوجرافيك بين التشويق والتحفيز على التعلم (موقع الكتروني).

(3) Giardina, Medina (p 242).

- 1- التسلسل الزمني أو التاريخي: وهو يقوم على رسوم أو تصاميم تقدم عرضاً زمنيًا للبيانات التي تتصل بقضية معينة أو يبرز محطات في حياة شخص أو التطورات التي طرأت على مؤسسة خلال فترة زمنية محددة، وهذا يقتضي وجود تسلسل زمني أو تاريخي منطقي للمعلومات.
- 2- الصورة: وهو يقوم على وضع صورة الموضوع المستهدف والمعلومات والبيانات المتصلة بها.
- 3- المقارنات: وهو يقوم على عمل مقارنات بين موضوعات متناظرة، ويوضح الفرق بينها بسهولة، وهذا يتطلب توفر قدر كافٍ من المعلومات عنها.
- 4- تحليل البيانات: وهو يحتاج إلى معلومات وإحصاءات في وقت واحد؛ لإعطاء القارئ صورة واضحة عن الموضوع، لذا يعد من أكثر الأنواع تعقيدًا، ويحتاج إلى جهد كبير في تصميمه.
- 5- الأرقام والإحصائيات: وهو يستخدم عند وجود كم كبير من الأرقام أو الإحصائيات حول موضوع معين، حيث يستخدم بعضها بعيدًا عن النصوص الطويلة، ويتميز هذا النوع بسهولة وانتشاره.
- 6- الأفكار والمفاهيم: وهو الذي يستخدم لعرض الأفكار والمفاهيم السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها. ويمكن أن نضيف إليها أنواعاً أخرى، مثل: الشخصيات والمخططات وغيرها من الأنواع؛ نظرًا لعدم وجود تصنيف محدد لها.

مكونات الإنفوجرافيك:

يتكون الإنفوجرافيك من ثلاثة أجزاء، هي: (1)

- 1- العناصر البصرية (Visual elements): وهي تشمل الألوان والرسوم، والرموز، والإشارات، والخرائط.
- 2- عناصر المحتوى (Content elements): وهي تتضمن النصوص، والحقائق، والإحصاءات، والأطر الزمنية، والمراجع.
- 3- المعرفة (Knowledge): وتتمثل في نقل رسالة شاملة للمعلومات والوقائع، من خلال الحقائق والاستنتاجات لنقل القصة بصورة كاملة.

مجالات استخدام الإنفوجرافيك:

يمكن استخدام الإنفوجرافيك في جميع مجالات الحياة الإنسانية عامة، والإعلام المقروء والإلكتروني والإعلان والتسويق على وجه الخصوص، علمًا أنه تتوفر اليوم على شبكة الانترنت كثير من المواقع الإلكترونية التي تساعد في تصميم الإنفوجرافيك، من خلال توفير قوالب جاهزة لأنواعه المختلفة، وأبرز هذه المواقع (Infogram, Many Eyes, Stat)، وغيرها. (Planet, Easelly, Canva).

الإنفوجرافيك والصحافة:

(1) Thatcher, Zadeh, An Overview of Infographics.

تعد المعلومات المرئية هامة في الصحافة، فهي تحظى بمصداقية وثقة أكبر من غيرها من المعلومات، علماً أن دخول الكمبيوتر في صناعة الصحافة أسهم في زيادة استخدام الرسوم والتصاميم التي تساعد القراء على الاهتمام بالمعلومات وفهمها والافتناع بها، علماً أن ذلك يمكن أن يتم من خلال استخدام الإنفوجرافيك فناً مستقلاً بذاته يتناول موضوعاً معيناً من أوله إلى آخره لتسهيل فهم القراء له واستيعابه، أو فناً مساعداً مع فنون أخرى كالتقارير الرياضية والاقتصادية وغيرها. ولقد زاد في السنوات الأخيرة استخدامه في شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الانترنت وبعض الصحف والمجلات، حيث لوحظ استخدامها له لإيصال الأخبار والمعلومات مبسطة للقارئ، وجذب انتباهه إليها، وهو ما دفع كثيراً من المؤسسات الإعلامية إلى الاهتمام به، وحث العاملين فيها التعرف على طرق إعداد وتصميمه.

ويمثل استخدام الإنفوجرافيك في الصحافة الحديثة نهجاً جديداً وقوياً نحو تسهيل فهم الأخبار بالاعتماد على الثقافة البصرية، وهو ما دفع الصحف إلى إنشاء إدارات متخصصة لإعداده وتصميمه⁽¹⁾؛ بما يتوافق مع التغيرات التكنولوجية التي طرأت على المهن المختلفة ومنها صناعة الصحافة، وهذا تطلب تأهيل الصحفيين والإعلاميين بالخبرات التي تتواءم مع هذه التغيرات، بما يضمن إنتاج رسائل إعلامية تتوافق مع مقتضيات العصر الحديث في قاعات التحرير.

ولقد اهتمت بعض الصحف الفلسطينية المطبوعة في السنوات القليلة الماضية بالإنفوجرافيك وبرز ذلك جلياً في جريدة الرسالة، حيث كانت بدايات صدوره بشكل غير دوري، وبمساحات مختلفة، تتراوح ما بين صفحة كاملة بحجم التابلويد، وربع صفحة، ومن تاريخ (2016/10/17) أصبح يصدر مرتين في الأسبوع بصورة منتظمة، من حيث الموعد والمساحة والمكان، إذ كان يشغل نصف الصفحة الأخيرة من صحيفة الرسالة يومي الاثنين والخميس من كل أسبوع، علماً أنها كانت في البداية تنقله عن مصادر إلكترونية أخرى، ثم قامت بعد ذلك بإعداده وتصميمه من خلال طاقمها التحريري والفني، وهما في الغالب معد المادة الصحفية (المحرر)، وقد يختلف من موضوع لآخر، ومصمم يقوم بتوزيع عناصره وإخراجه بشكل فني جذاب، علماً أن بعض الصحف الأجنبية قامت منذ زمن بتدريب عدد من العاملين فيها على إعداد الرسوم التوضيحية، فيما أصبح يعرف باسم "المحرر الجرافيكي"⁽²⁾.

أمّا جريدة فلسطين، وهي يومية تصدر بحجم التابلويد من مدينة غزة، فقد اهتمت بالإنفوجرافيك في بداية عام (2017)، بمعدل رسم أو اثنين أسبوعياً، ومساحة تتراوح ما بين نصف وربع صفحة؛ وفقاً لحجم المعلومات التي يتناولها، وتنشره الصحيفة في إحدى صفحاتها الداخلية، علماً أن له معداً قد يختلف من رسم إلى آخر ومصمم⁽³⁾، ولم تهتم باقي الصحف الفلسطينية المطبوعة الأخرى به، رغم أنه أبرز فنون صحافة البيانات التي تستخدم لعرض البيانات والمواد الإخبارية برسوم توضيحية يسهل على القارئ فهمها واستيعابها.

(1) Giardina, Medina, op. Cit. (p.247).

(2) Hilliard. Questions Remain About Roles (p.192).

(3) أبو راس، مخرج صحفي في جريدة فلسطين، مقابلة (3 يوليو 2017).

المطلب الثاني

السمات العامة لمحتوى وشكل الإنفوجرافيك

يتناول هذا المطلب أهم نتائج الدراسة التحليلية التي تتصل بأهم قضايا الإنفوجرافيك، ونطاقها الجغرافي وأنواعه ومصادره والأساليب المتبعة في عرض معلوماته وموقعه وعناصره. أولاً: السمات العامة لمحتوى الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة:

1- قضايا الإنفوجرافيك

يبين الجدول رقم (1) تكرارات ونسب قضايا الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة

جدول (1): يوضح قضايا الإنفوجرافيك في صحيفة الدراسة

النسبة	التكرار	التوزيع الكمي القضايا
23.2	16	السياسية
18.8	13	المجتمعية
11.6	8	الفصائل الفلسطينية
10.1	7	الانتخابات المحلية
7.2	5	الحصار
7.2	5	الأسرى
7.2	5	الاقتصادية
5.8	4	العسكرية والأمنية
4.3	3	انتفاضة القدس
4.3	3	أخرى
100	69	المجموع

بدراسة بيانات الجدول السابق، يتبين أن إنفوجرافيك الرسالة ركز على نوعين من القضايا هما: السياسية بنسبة (23.2%)، والمجتمعية بنسبة (18.8%)، وهي قضايا تتضمن موضوعات تتسم بالتعقيد، وطول الفترة الزمنية للمشكلة، مثل الموضوعات السياسية التالية: العلاقات الفلسطينية الداخلية والخارجية، والنكبة (68 عامًا)، وعشرة أعوام على لقاءات المصالحة، وأبرز المواقف الأمريكية من حماس، ومن أمثلة الموضوعات المجتمعية: أزمة الكهرباء، والبطالة في السلطة الوطنية الفلسطينية، وحوادث الطرق، ويلاحظ أنّ هذه الموضوعات تتناسب بشكل كبير مع فن الإنفوجرافيك، نظرًا لقدرته على شرح المعلومات المعقدة، واختزال البيانات الكثيرة، وتقديمها بأسلوب شيق وجذاب، يسهل فهمها واستيعابها.

أما القضايا الأخرى، فقد حصلت الفصائل الفلسطينية على (11.6%)، والانتخابات المحلية (10.1%)، ولم تتجاوز نسبة انتهاضة القدس (4.3%)، والقضايا العسكرية والأمنية (5.8%)، ولعل ذلك يرجع إلى حداثة الأولى وقلة المعلومات المتوفرة عن الثانية، وهذا يتناقض مع سمات الإنفوجرافيك.

وهذا يشير إلى أن صحيفة الرسالة تعمل على توجيه اهتمام الجمهور نحو قضايا معينة، وتتحكم في طبيعتها ومحتواها، لتجعله يهتم بها، ومن ثم فهي تمثل لديه أهمية أكبر نسبياً من القضايا الأخرى التي تطرحها.⁽¹⁾

2- الأساليب المتبعة في عرض معلومات الإنفوجرافيك:

يبين الجدول رقم (2) تكرارات ونسب الأساليب المتبعة في عرض معلومات الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة.

جدول (2) يوضح الأساليب المتبعة في عرض معلومات الإنفوجرافيك

النسبة	التكرار	التوزيع الكمي
59.4	41	الأساليب تحليلية
40.6	28	دعائية
100	69	المجموع

بتحليل بيانات الجدول السابق، يتبين أنّ (59.4%) من رسوم الإنفوجرافيك استخدمت الأساليب التحليلية في تقديم معلوماتها للجمهور مثل: واقع المعابر التجارية، ومواقف مرشحي الرئاسة الأمريكية من القضية الفلسطينية، ونسبة هطول الأمطار في قطاع غزة (2010-2016)، والنسبة الباقية دعائية وهي (40.6%)، مثل: اغتيال عمر الناييف، ورواتب رؤساء المؤسسات غير الحكومية، والتحرير على قطاع غزة وحصاره.

ومن المعلوم أن الإنفوجرافيك مفيد جداً في تحليل البيانات والمعلومات، وهذا ينسجم مع الوظيفة الإخبارية للإعلام من ناحيتي الجمهور والوسائل، فبعض الأخبار أو الموضوعات تكون غير مفهومة للجمهور وتحتاج إلى شرح وتحليل وتفسير، وقيام الوسيلة الإعلامية بهذا الدور يخرجها من سلبيتها إلى دور أكثر فاعلية⁽²⁾، خاصة إذا كانت المعلومات صعبة وممتدة وتحتوي على تفاصيل كثيرة.

كما أنّ الإنفوجرافيك يفيد كثيراً في المجال الدعائي للترويج لفكرة معينة، أو شخصية أو حزب أو جهة، وقد برز ذلك جلياً في الترويج لبعض الشخصيات مثل: الأسير محمد القيق، واغتيال عمر الناييف، والمساعدات التركية لقطاع غزة، وفي الدعاية الانتخابية لقوائم حماس في بلديات محافظات غزة.

(1) المزاهرة، نظريات الاتصال (ص 328).

(2) حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (ص 71).

3- النطاق الجغرافي لقضايا الإنفوجرافيك:

يبين الجدول رقم (3) تكرارات ونسب النطاق الجغرافي لقضايا الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة.

جدول (3) يوضّح النطاق الجغرافي لقضايا الإنفوجرافيك

النسبة	التكرار	التوزيع الكمي النطاق الجغرافي
82.6	57	محلي
0	0	عربي
11.6	8	دولي
5.8	4	أخرى
100	69	المجموع

بدراسة بيانات الجدول السابق، يتبين أنّ حوالي (82.6%) من قضايا الإنفوجرافيك ترتبط بالمواقع المحلي لصحيفة الدراسة، ومن المعلوم أنّ القرب الجغرافي والنفسي معيار معول عليه في اختيار الأخبار والموضوعات في كل الأنظمة الإعلامية، وهو أمر يتصل بقربها من الجمهور وليس المحرر، لذا جاءت معظم قضايا الإنفوجرافيك على صلة وثيقة بالواقع المحلي، كما يوضح ذلك الجدول رقم (1).

أما القضايا الدولية فلم تتجاوز (11.6%) تتناول كثير منها الانتخابات الأمريكية ومرشحيها، وموقفهم من حماس والقضية الفلسطينية وحركة مقاطعة "إسرائيل" (BDS)، وعلى الجانب الآخر لم تبرز في رسوم إنفوجرافيك الرسالة أي قضية عربية، رغم كثرتها، ووفرة المعلومات عنها، واتصال الكثير منها بالقضايا المحلية.

4- مصادر الإنفوجرافيك:

أ. مصادر معلومات الإنفوجرافيك:

يبين الجدول رقم (4) تكرارات ونسب مصادر معلومات الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة

جدول (4): يوضّح مصادر معلومات الإنفوجرافيك

النسبة	التكرار	التوزيع الكمي مصادر المعلومات
59.4	41	لم يذكر مصدر
40.6	28	ذكر مصدر
100	69	المجموع

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين أنّ حوالي (59.4%) من رسوم الإنفوجرافيك المنشورة في صحيفة الرسالة لم تذكر مصادر معلوماتها، ولعل ذلك يرجع إلى أنّ حوالي (40%) من الرسوم اعتمد على الأساليب الدعائية، الأمر الذي قلل من مصداقيتها والثقة بها.

وهذا يقتضي إسنادها بالحقائق والوثائق والمنشورات الرسمية التي يرى الخبراء أنّها أفضل وسيلة لمصداقية المعلومات⁽¹⁾، علماً أنّ (40.6%) من مصادر معلومات الإنفوجرافيك ذكرت، وهو ما عزز من قدرة هذه الرسوم في إقناع القارئ، وتحقيق الهدف الذي تسعى إليه.

ب. جهة تصميم الإنفوجرافيك:

يبين الجدول رقم (4) تكرارات ونسب جهة تصميم رسوم الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة

جدول (5) يوضح جهة تصميم الإنفوجرافيك

النسبة	التكرار	التوزيع الكمي جهة التصميم
82.6	57	صحيفة الرسالة
11.6	8	غير معروف
5.8	4	خارجي
100	69	المجموع

بتحليل بيانات الجدول السابق، يتبين أنّ الغالبية العظمى من رسوم الإنفوجرافيك من تصميم صحيفة الرسالة، و (11.6%) غير معروف، و (5.8%)؛ نقلًا عن مواقع إلكترونية، مثل: الخليج أون لاين، وفلسطين إنفوجرافيك. وتؤكد النتيجة السابقة اهتمام صحيفة الرسالة بهذا الفن، وإسناد مهمة إعداده وتصميمه لاثنتين من طاقمها التحريري والفني، وهذا ينسجم مع التوجهات الجديدة للصحافة الحديثة، التي تستخدم الإنفوجرافيك لتسهيل فهم الأخبار والموضوعات المختلفة بالاعتماد على الثقافة البصرية، وتقديم مواد ذات جودة عالية⁽²⁾.

ثانياً: السمات العامة لشكل الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة:

1- اهتمام صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك:

يبين الجدول رقم (6) تكرارات ونسب رسوم الإنفوجرافيك التي نشرتها صحيفة الرسالة

(1) مكاري، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة (ص200).

(2) Giadina & Medina (p.247).

جدول (6) يوضح الاهتمام بفن الإنفوجرافيك

النسبة	التكرار	الاهتمام التوزيع الكمي
66.3	69	عدد الرسوم
33.7	35	لا يوجد رسوم
100	104	المجموع

بدراسة بيانات الجدول السابق، يتبين أنّ حوالي (66.3%) من أعداد صحيفة الرسالة التي صدرت خلال عام (2016) والبالغ عددها (104) أعداد صدرت برسوم إنفوجرافيك، علماً أنّ (6) أعداد منها حمل أكثر من رسم، والنسبة الباقية (33.7%) أي حوالي ثلث الأعداد لا يوجد بها رسوم، ولعل ذلك يرجع لحدائثة هذا الفن، واهتمام الصحيفة به في الفترة الأخيرة، إذ أصبح من تاريخ (2016/10/17) يصدر في نصف أسبوعي، يومي الاثنين والخميس، بحجم نصف صفحة، لذا تعد صحيفة الرسالة من أكثر الصحف الفلسطينية المطبوعة اهتماماً بهذا الفن، ولها فضل سبق في هذا المجال، فهي الوحيدة التي تخصص له زاوية دورية.

2- أنواع الإنفوجرافيك:

يبين الجدول رقم (7) تكرارات أنواع الإنفوجرافيك ونسبها في صحيفة الرسالة

جدول (7) يوضح أنواع الإنفوجرافيك

النسبة	التكرار	الأصناف التوزيع الكمي
40.6	28	تحليل البيانات
23.2	16	التسلسل الزمني أو التاريخي
23.2	16	عرض الأفكار
10.1	7	الشخصيات
1.4	1	الصورة
1.4	1	المقارنات
100	69	المجموع

بتحليل بيانات الجدول السابق، يتبين أنّ أكثر أنواع الإنفوجرافيك استخداماً في صحيفة الرسالة هو تحليل البيانات، إذ بلغت نسبته (40.6%)، ولعل ذلك يرجع إلى طبيعة القضايا التي تناولها، إذ يتسم معظمها بامتدادات زمنية طويلة، وأحداث متشعبة، ومعلومات وإحصائيات كثيرة ومعقدة، مثل: الحصار، والبطالة، والأسرى، واللاجئين، وغيرها، الأمر

الذي يجعل فهمها واستيعابها صعباً، لذا تلجأ الصحف لاستخدام هذا النوع من الإنفوجرافيك لتبسيطها وإعطاء القارئ لمحة سريعة ومتكاملة وواضحة عنها.

وجاء بالمركز الثاني نوعا التسلسل الزمني أو التاريخي وعرض الأفكار بنسبة (23.2%) لكل نوع منهما، ومن أمثلة التسلسل الزمني: أبرز المحاولات البحرية لكسر الحصار عن غزة، و 10 أعوام على لقاءات المصالحة، والتاريخي، مثل: 68 عاماً على النكبة، والانشقاقات داخل حركة فتح، ومن أمثلة عرض الأفكار أزمة المياه في فلسطين، والعلاقات العربية الإسرائيلية وغيرها، وهي قضايا مناسبة لهذين النوعين، وتتناسب مع سمات وخصائص كل نوع منهما.

أما باقي الأنواع -الشخصيات والصور والمقارنات- فلم تتجاوز نسبتها مجتمعة (12.9%) من مجموع الأنواع البالغ عددها (69) رسماً، وهذا يقتضي الاهتمام بتنوع الرسوم، وطرق عرض المعلومات والبيانات، الأمر الذي يزيد من تعرض الجمهور لها وتفاعله معها عند رؤيتها، ويسهم في سرعة وصول الأفكار إليه، وتحقيق الاستجابات المطلوبة عنده (1).

وتؤكد النتائج السابقة أن صحيفة الرسالة معنية بتسليط الضوء على أنواع محددة من الإنفوجرافيك، ومن ثم تكرارها لجعلها ضمن اهتمامات القراء، الذين بدورهم يتبنونها وفقاً لترتيب الصحيفة لها، الأمر الذي يدفعهم إلى التفاعل مع الأحداث والقضايا والموضوعات التي تتناولها (1).

3- موقع الإنفوجرافيك:

يبين الجدول رقم (8) تكرارات مواقع نشر الإنفوجرافيك ونسبها في صحيفة الرسالة.

جدول (8) يوضح مواقع نشر الإنفوجرافيك

النسبة	التكرار	التوزيع الكمي	الموقع
92.8	64		الأخيرة
4.3	3		داخلية مع إشارة على الصفحة الأولى
2.9	2		داخلية
100	69		المجموع

بدراسة بيانات الجدول السابق، يتبين أن الغالبية العظمى من رسوم الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة نشرت على الصفحة الأخيرة، بنسبة (92.8%)، وإذا أضفنا إليها الرسوم الداخلية التي تم الإشارة إليها على الصفحة الأولى، وهي بنسبة (4.3%)، يتضح مدى اهتمام الصحيفة المذكورة بالإنفوجرافيك، فمن المعلوم أن دراسات قارئية الصحف تؤكد أن الصفحة الأولى تأتي في المقدمة، يليها الصفحة الأخيرة، ثم الثالثة، ثم صفحتي الوسط، ثم بقية الصفحات (2).

(1) المطيري، علم الإنفوجرافيك (مدونة شخصية).

(1) الحديدي، نظريات الإعلام (ص 61).

(2) حسين، تحليل المضمون (ص 100).

وتؤكد النتيجة السابقة؛ حرص الصحيفة على نشر رسومها على الصفحة الأخيرة، واهتمامها بها مكانياً، أما زمانياً فقد ظلت تصدر دون انتظام حتى (2016/10/17) إذ منذ التاريخ المذكور حرصت على نشر رسومها بانتظام مراعية المساحة والمكان والزمان.

4- تماسك تصميم الإنفوجرافيك:

يبين الجدول رقم (9) التكرارات والنسب التي توضح مدى تماسك تصميم رسوم الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة.

جدول (9) يوضح تماسك تصميم الإنفوجرافيك

النسبة	التكرار	التوزيع الكمي
		تماسك التصميم
60.9	42	التصميم متماسك
39.1	27	التصميم غير متماسك
100	69	المجموع

بتحليل بيانات الجدول السابق، يتبين أنّ معظم رسوم الإنفوجرافيك كانت تصاميمها متماسكة، بنسبة (60.9%)، و (39.1%) تصاميمها غير متماسكة، وهو ما يمثل نقطة ضعف كبيرة في هذا المجال، قد تكون سبباً في عدم تحقيقها الهدف المنشود، وإيصال الرسالة الإعلامية بسهولة ووضوح، ومن ثمّ فهمها واستيعابها، وهذا يقتضي المعرفة الجيدة بخطوات تصميم الإنفوجرافيك التي تبدأ بتحديد هدف التصميم، ثم تحديد الفكرة وجمع البيانات والمعلومات ذات الصلة بها، ثم تحليل البيانات والمعلومات وتقييمها وتصنيفها، ثم التخطيط للعمل وترتيب المحتوى، وأخيراً اختيار الأداة المناسبة للتصميم، وهذا يتطلب إنشاء إدارات متخصصة لإعداد وتصميم رسوم الإنفوجرافيك وتأهيلها وتدريبها بشكل جيد.

4- عناصر المكونة للإنفوجرافيك:

يبين الجدول رقم (10) تكرارات العناصر المقروءة والمرئية المكونة للإنفوجرافيك ونسبها في صحيفة الرسالة.

جدول (10) يوضح العناصر المقروءة والمرئية المكونة للإنفوجرافيك

النسبة	التكرار	التوزيع الكمي	العناصر المقروءة
		العناصر	
68.1	47	معلومات وحقائق	
31.9	22	إحصاءات	
100	69	المجموع	

71	49	رسوم وخرائط	الرسومات
14.5	10	صور	
14.5	10	صور ورسوم	
100	69	المجموع	

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين أن صحيفة الرسالة استخدمت عناصر مقروءة ومرئية في تصميم رسوم الإنفوجرافيك، ففي مجال العناصر المقروءة جاءت المعلومات والحقائق في المقدمة بنسبة (68.1%)، ثم الإحصاءات بنسبة (31.9%)، من مجموع الرسوم البالغ عددها (69) رسماً، وهي عادة تكون مختصرة وترتبط بشكل مباشر بالعناصر المرئية.

فالصحافة الحديثة مسئولة عن تقديم المعلومات للقارئ العادي بصورة مألوفة وبسيطة ومختصرة وخالية من التفاصيل المعقدة، بشكل يجعلها سهلة الفهم والاستيعاب، خاصة إذا كانت كثيرة أو صعبة أو متشابكة، كما أن استخدام الأرقام والإحصاءات يعطي الموضوعات والوقائع قوة وإثباتاً على صحتها وسلامتها، وهي مفيدة عند استخدامها مع الرسوم التي تجسد تطور الميزانيات والمشاريع والأشغال⁽¹⁾.

وعلى صعيد العناصر المرئية جاءت الرسوم والخرائط بالمركز الأول بنسبة (71%) والصور، والرسوم بنسبة (14.5%)، لكل عنصر منهما، من مجموع الرسوم البالغ عددها (69) رسماً، علماً أن جميعها استخدم معها الألوان، ورافقتها أشكال تلقائية ورسوم بيانية وأسهم وخرائط وصور.

ومن المعلوم أنّ الصور والرسوم تساعد على إيضاح المعلومات المتضمنة فيها، بطريقة تساعد الصحيفة على أداء رسالتها المعتمدة على ضرورة وصول موادها الصحفية إلى عامة القراء بأبسط الوسائل، التي تتمثل بمصاحبة الصور الظلية أو الخطية لعدد قليل من الكلمات، لإيضاح المعلومات الصعبة والطويلة لهم⁽²⁾، كما أنّها تساعد على تذكر المعلومات الموجودة في نص الموضوع⁽³⁾، وإيصالها لهم بمفردها أي بمعزل عن النص المصاحب لها، لذا يشبهها البعض بالصورة الخبرية المستقلة⁽⁴⁾.

وتتفق نتيجة هذا الجدول مع ما توصلت له دراسة (Siricharoen & Siricharoen)⁽⁵⁾، التي أكدت أهمية استخدام الألوان والصور في تصميم الإنفوجرافيك، لقدرتها على جذب الانتباه وتلخيص الحدث، ومراعاتها عادات القراء الذين أصبحوا يميلون نحو القراءة السريعة ومطالعة العناوين فقط.

(1) كرم، التحولات نحو الحداثة في تحرير الأخبار (ص271).

(2) العسكر، الإخراج الصحفي (ص41).

(3) Ramapsrad, Informational Graphics In Newspapers (p.98).

(4) Finburg & Itule. Visual Ediring (p.171).

(5) Siricharoen & Siricharoen (p.172).

ثالثاً: العلاقة بين قضايا الإنفوجرافيك وأنواعه:

يبين الجدول رقم (11) تكرارات العلاقة بين قضايا الإنفوجرافيك وأنواعه ونسبها في صحيفة الرسالة.

جدول (11) يوضح العلاقة بين قضايا الإنفوجرافيك وأنواعه

المجموع	المقارنات		الصورة		الشخصيات		عرض الأفكار		التسلسل الزمني والتاريخي		تحليل البيانات		التوزيع الكمي للقضايا	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
23.2	16	-	-	6.3	1	6.3	1	37.5	6	31.3	5	18.8	3	السياسية
18.8	13	7.7	1	-	-	-	-	30.8	4	7.7	1	53.8	7	المجتمعية
11.6	8	-	-	-	-	37.5	3	12.5	1	50.0	4	-	-	الفصائل الفلسطينية
10.1	7	-	-	-	-	-	-	14.3	1	28.6	2	57.1	4	الانتخابات المحلية
7.2	5	-	-	-	-	20.2	1	20.0	1	20.0	1	40.0	2	الحصار
7.2	5	-	-	-	-	20.2	1	20.0	1	-	-	60.0	3	الأسرى
7.2	5	-	-	-	-	-	-	40.0	2	20.0	1	40.0	2	الاقتصادية
5.8	4	-	-	-	-	25.2	1	-	-	25.0	1	50.0	2	العسكرية والأمنية
4.3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	3	انتفاضة القدس
4.3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	1	66.7	2	أخرى
100	69	1.4	1	1.4	1	10.1	7	23.2	16	23.2	16	40.6	28	المجموع

بتحليل بيانات الجدول المذكور يتبين أنّ أبرز أنواع الإنفوجرافيك الذي استخدم مع القضايا السياسية هي: عرض أفكار بنسبة (37.5%)، وهذا يتناسب مع طبيعة القضايا المعقدة التي تناولها مثل: الوضع المائي في قطاع غزة، والنكبة (68) عاماً، وغيرها، إذ استطاع تبسيطها وتقديمها للقارئ بشكل سهل وميسور. وجاء بالمركز الثاني التسلسل الزمني والتاريخي، بنسبة (31.3%) وهذا يعني أنّ النوعين استخدموا مع حوالي ثلثي القضايا السياسية، وذلك لاختصار حقب زمنية وتاريخية طويلة، مثل (10) أعوام على الانقسام الفلسطيني، وأبرز المواقف الأمريكية من حماس، وهذا يعني أنّ صحيفة الرسالة تتوّج في أشكال الإنفوجرافيك بما يتناسب مع طبيعة الموضوع، ويسهم في تحقيق الهدف المنشود، فالنص المُحرر ابن الوسيطة؛ وفقاً لما يقوله مارشال ماكلوهان، لذا لا بد أن يختلف القالب باختلاف الموضوع الذي يوضع فيه.

أما القضايا المجتمعية فقد استخدم أكثر من نصفها (53.8%) تحليل البيانات، علماً أنها من أكثر القضايا استخداماً له، ولعل ذلك يرجع لقيامها بتحليل كثير من البيانات والمعلومات المجتمعية وتفسيرها وتقريبها لذهن القارئ، ومن ثمّ فهمها واستيعابها، مع ما يرافق ذلك من جاذبية وتشويق، من خلال استخدام الرسوم والصور والألوان وغيرها. وجاء في المركز الثاني استخدام عرض الأفكار مع هذا النوع من القضايا، وبالتالي استخدم النوعين المذكورين مع (84.6%) من مجموع القضايا المجتمعية.

ولوحظ أنّ (50%) من قضايا الفصائل الفلسطينية تم عرضها من خلال نوع التسلسل الزمني والتاريخي، منها: الانشقاقات داخل حركة فتح، وتشكيلات المؤتمر السابع لحركة فتح، وغيرها، و(37.5%) استخدم معها إنفوجرافيك الشخصيات، مثل: استعراض حياة الشيخ أحمد ياسين، والدكتور عبد العزيز الرنتيسي، وهي شخصيات مؤثرة، ولها تاريخ وطني حافل، استطاع الإنفوجرافيك اختزاله وتبسيطه للقارئ، وهو بذلك يشبه فناً تحريرية أخرى، مثل: تقرير عرض الشخصيات، وحديث الشخصية، وتحقيق دراسة الشخصية⁽¹⁾.

أما الانتخابات المحلية، فقد استخدم في عرضها نوع تحليل البيانات، بنسبة (57.1%)، وهذا يتناسب مع المضامين التي تناولتها رسوم الإنفوجرافيك، التي حللت وفسرت وشرحت البرامج الانتخابية للمرشحين، وخريطة الانتخابات في مدن الضفة والقطاع وغيرها، خاصة أنها تجري وفق نظام القوائم، وهذا يفسر أيضاً عدم استخدامها إنفوجرافيك الشخصيات الذي يتناسب بشكل أكبر مع النظام الفردي.

وبخصوص باقي القضايا فقد استخدم نوع تحليل البيانات مع جميع موضوعات انتفاضة القدس، ومع (60%) من قضايا الأسرى، و (50%) من القضايا العسكرية والأمنية، و (40%) من قضايا الحصار، ونفس النسبة في القضايا الاقتصادية، وهذا يؤكد أنّ الوظيفة التفسيرية هي السائدة في رسوم إنفوجرافيك صحيفة الرسالة، وهذا يتناسب مع الاتجاهات الجديدة للصحافة المطبوعة، في إطار صراعها مع وسائل الإعلام الإلكترونية على السبق الصحفي، وعدم قدرتها على المنافسة في هذا المجال.

كما تم استخدام أنواع أخرى من الإنفوجرافيك مع القضايا السابقة بنسب متفاوتة، أبرزها: عرض الأفكار بنسبة (40%) مع القضايا الاقتصادية، والتسلسل الزمني والتاريخي والشخصيات بنسبة (25%) لكل نوع منهما مع القضايا العسكرية والأمنية، وهو ما يؤكد حرص القسم الفني على التنوع في إعداد وإدراكه أنّ الرسالة الإعلامية يمكن وضعها في أكثر من قالب وشكل فني، بما يخدم الهدف الذي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقه.

أهم نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة التحليلية لصحيفة الرسالة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

(1) عبد المجيد، وعلم الدين (ص63، 68، 70).

- 1- اهتمام صحيفة الرسالة بفن الإنفوجرافيك دون غيرها من الصحف الفلسطينية، وصدوره بشكل دوري منتظم من حيث الموعد والمساحة والمكان من تاريخ (2016/10/17)، علماً أنّ (66.3%) من أعداد عينة الدراسة احتوت على رسوم إنفوجرافيك.
- 2- تناولت معظم رسوم الإنفوجرافيك أربعة أنواع من القضايا هي: السياسية بنسبة (32.2%)، والمجتمعية بنسبة (18.8%)، والفصائل الفلسطينية بنسبة (11.6%)، والانتخابات المحلية بنسبة (10.1%)، وهي بالغالب قضايا تتسم بالتعقيد وطول الفترة الزمنية للمشكلة، وهي سمات تتناسب مع مميزات الإنفوجرافيك.
- 3- كشفت الدراسة أنّ الأساليب المتبعة في تقديم معلومات الإنفوجرافيك يمكن أن تكون تحليلية أو دعائية، حيث بلغت نسبة الأولى (59.4%) والثانية (40.6%)، وهذا يعني تعدد مجالات استخدامه.
- 4- أوضحت الدراسة أنّ معظم قضايا رسوم الإنفوجرافيك ترتبط بالواقع المحلي بنسبة (82.6%) وهو ما يعطيها فرصة أكبر للاطلاع عليها.
- 5- بينت الدراسة أنّ معظم معلومات رسوم الإنفوجرافيك لم يذكر مصدرها، إذ بلغت نسبتها (59.4%)، وهذا يقلل من مصداقيتها، رغم أنه يحسب للصحيفة أنّ (82.6%) من مجموع رسوماتها من تصميمها.
- 6- اعتمدت صحيفة الرسالة على ثلاثة أنواع من الإنفوجرافيك بشكل أساسي، هي: تحليل البيانات بنسبة (40.6%)، والتسلسل الزمني والتاريخي وعرض الأفكار بنسبة (23.2%) لكل نوع منهما، أما باقي الأنواع فقد استخدمها بشكل ضعيف، وخاصة الصورة والمقارنات.
- 7- كشفت الدراسة أنّ (92.8%) من الإنفوجرافيك نشر على الصفحة الأخيرة، وأنّ (4.3%) كان له إشارة على الصفحة الأولى، مما يدل على اهتمام الصحيفة بإيرازه، وثبات مكان نشره.
- 8- أوضحت الدراسة أنّ (60.9%) من تصميمات الإنفوجرافيك متماسكة، والنسبة الباقية غير متماسكة، الأمر الذي يضعف رسالته، ويحول دون تحقيقه للهدف المطلوب.
- 9- اهتمت صحيفة الرسالة بالعناصر المقروءة والمرئية بنسب متباينة، إذ رافق النوعين معظم رسوم الإنفوجرافيك البالغ عددها (69) رسماً، وهو ما عزز رسالتها ووصولها إلى القراء بوضوح ويسر وفهمها واستيعابها.
- 10- لوحظ تنوع رسوم الإنفوجرافيك التي استخدمت مع كل نوع من القضايا، بما يتناسب مع طبيعة الموضوع، والمعلومات المتوفرة عنه، وإدراك المصمم أن الهدف الواحد يمكن أن يتحقق بأساليب وأشكال مختلفة.

توصيات الدراسة:

خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها:

- 1- ينبغي على الصحافة الفلسطينية الاهتمام بالإنفوجرافيك، فهو يمثل نهجاً جديداً للصحافة الحديثة، التي تعتمد على الثقافة البصرية، لتسهيل فهم الموضوعات واستيعابها.
- 2- إنشاء أقسام خاصة بالإنفوجرافيك في الصحف الفلسطينية، وتدريب الطواقم الصحفية والفنية على أساليب وطرق إعداد وتصميمه، أسوة بما هو معمول به في الصحافة الأجنبية التي أنشأت أقساماً له منذ زمن بعيد.
- 3- ضرورة تنويع صحيفة الرسالة لقضايا الإنفوجرافيك، وعدم التركيز على أنواع محددة وإهمال أخرى، كقضايا الأسرى والحصار، والاقتصادية والعسكرية والأمنية، خاصة أن القضايا المذكورة ذات بعد زمني وتاريخي ومحلي، وامتدادات مختلفة ومتشابكة.
- 4- يجب عدم اقتصار رسوم الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة على القضايا المحلية، إذ يوجد الكثير من القضايا العربية والدولية المعقدة، التي يصعب على القارئ فهمها واستيعابها، بعيداً عن وسائل وأدوات معاصرة كفن الإنفوجرافيك، وهذا يقتضي توظيفه في خدمتها.
- 5- ينبغي أن تحرص صحيفة الرسالة على ذكر مصادر معلومات رسوم الإنفوجرافيك، لزيادة الثقة بها وبمصداقيتها، خاصة أن معظمها من تصميمها، وهو ما يسهل عليها هذه المهمة.
- 6- ضرورة التنوع في استخدام رسوم الإنفوجرافيك، وطرق عرض البيانات والمعلومات، بما يخدم الفكرة، ويلبي احتياجات القارئ، خاصة بعض الأنواع كإنفوجرافيك الصورة والشخصيات والمقارنات.
- 7- يجب تنظيم دورات مهنية للعاملين في إعداد وتصميم فن الإنفوجرافيك في صحيفة الرسالة، والاستفادة مما توفره تكنولوجيا الاتصال في هذا المجال، الأمر الذي يساعد على إنتاج تصاميم أكثر تماسكاً وقدرة على تحقيق الأهداف المرجوة.
- 8- الاهتمام بمختلف عناصر مكونات الإنفوجرافيك، نظراً لأن لكل عنصر دوره ومهمته في إيضاح المعلومات للقارئ، وتسهيل وصولها له، وفهمها واستيعابها.
- 9- ينبغي أن تحرص صحيفة الرسالة بشكل أفضل على تنوع الإنفوجرافيك مع كل نوع من القضايا، وهذا يعني توظيف أكثر من نوع مع القضية الواحدة، بما يتناسب مع طبيعة الموضوع.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- بركات، عبد العزيز (2012). *مناهج البحث الإعلامي*. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- الحديدي، محمد فضل. (2006). *نظريات الإعلام: اتجاهات حديثة في دراسة الجمهور والرأي العام*. ط1. عمان: مكتبة نانسي.
- حسن، حمدي (1991). *الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- حسين، سمير (1983). *تحليل المضمون*. القاهرة: عالم الكتاب.
- حسين، سمير (2006). *بحوث الإعلام*. القاهرة: عالم الكتاب.
- أبو راس، منير. مخرج صحفي في صحيفة الرسالة. جواد الدلو (اتصال شخصي: 2017/7/3).
- شلتوت، محمد شوقي. *الإنفوجرافيك بين التشويق والتحفيز على التعليم*. تاريخ الاطلاع 2017/3/17
(<http://arinfographic.net>)
- الشوامين، إبراهيم. *فن الإنفوجرافيك*. تاريخ الاطلاع 2017/3/5 (<http://eshwamin.blogspot.com/2015/04/blog-post4.html>)
- عبد الحميد، محمد (1992). *بحوث الصحافة*. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد المجيد، ليلى، وعلم الدين، محمود (2016). *فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات*. القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع.
- العبد، عاطف (2005). *الرأي العام وطرق قياسه*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- العسكر، فهد بن عبد العزيز بدر (1998). *الإخراج الصحفي: أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة*. ط1. الرياض: مكتبة العبيكان.
- عمر، السيد (1994). *البحث الإعلامي: مفهومه، وإجراءاته، ومناهجه*. بنغازي: منشورات جامعة قاربيونس.
- كرم، جان جبران (2015). *التحولات نحو الحداثة في تحرير الأخبار: بحث وتطبيق*. ط1. عمان: منشورات معهد الإعلام الأردني.
- المزاهرة، منال. (2012). *نظريات الاتصال*. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- المطيري، سامي. علم الإنفوجرافيك. تاريخ الاطلاع 2017/3/17 (<http://arinfographic.net/?p=636>)
- مكاوي، حسن عماد (1994). *أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة*. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مهند. *مدخل إلى مفهوم الإنفوجرافيك*. تاريخ الاطلاع 2017/3/15 (<http://academy.hsoub.com>)

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Davidson, Ella.(2012). *A Brief History of Infographics and Data Visualization*. Inspirationfeed websit. 22nd Feb. retrieval at: (<http://inspirationfeed.com/articles/design-articles/a-brief-history-of-infographics-and-data-visualization/>)
- Dick, Murray (2014). *Iterative Infographics and news Values*. Digital Journalism, Voluem 2, issue 4.
- Dur, Banu Inanc Uyan (2014). *Iterative Infographic on The Internet*. Online journal of Art and Design, Volume 2, issue 4.
- Finburg. H. I. & Itule. B. D. (1990). *Visual Ediring*. Belmont, CA: Wadsorth.
- Hilliard. Robert. D. (1989). The Graphics Explosion: Questions Remain About Roles. *Journalism Quarterly*. 66. (1).
- Giardina, Marco & Medina Pablo. (2012). Information Graphics Design Challenges and Workflow Management, International Conference on Communication Media Technology and Design “ICCMTD” 9-11 May 2012, Turkey.
- Milatz, Marvin (2013). Moving Graphics: The Effects of Interactive Infographics on Media Users, Recall Accuracy, Master’s Thesis, Erasmus mundus master journalism: Media and Globalization.
- Mol. Laura (2011). The Potential Role for Infographics in Science Communication Specialization. Vrije University: Amsterdam.
- Ramaprasad. Jyotika (1991). Informational Graphics In Newspapers. *Newspapers Research Journal*. 12 (3).
- Siricharoen, Waralak & Nattanun Siricharoen, How Infographic Should be Evaluated? The 7th International Conference on Information Technology. Jordan: Volume: ISSN 2306-6105.
- Thatcher, Brandy & Zadeh, Mehdi (2012) An Overview of Infographics, 14th Nov. 2012. Retrieval at (<http://www.slideshare.net/ICCTL2/an-overview-of-Infographics-v5-0-15179863>).
- Yanyan, Li, Y. How to Generate Readers from Infographics in A Networked society, 2010, retrieval at (<http://goo.gl/wglqmv>).