



استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك دراسة تحليلية مقارنة*

أ. عبير محمد سليم بُبد**



*تاريخ التسليم: 2016/4/24م، تاريخ القبول: 2017/8/2م.
**مدرس/ جامعة الأمة للتعليم المفتوح/ فلسطين.

ملخص:

Issues and data presented through info-graphics are also different. The issue of wars and violations occupied the highest interest with a 33.33%, while the refugees issue came next with a 16.13%, then the prisoners' issue with a 12.9%, and finally the siege issues with a 4.3%.

Keywords: Info-graphics, visual communication, websites design

المقدمة:

يمتاز العصر الحالي بأنه عصر المعلومات، الذي جاء نتيجة تدفق المعلومات وزيادتها، وهذا أدى إلى الاهتمام بالتصميم المرئي للمعلومات المكثفة والمعقدة، حيث يتم تنظيمها بطريقة منهجية وسهلة الفهم، وفي السنوات الأخيرة لوحظ زيادة استخدام الانفوجرافيك في وسائل الإعلام، وخاصة الإعلام الجديد، ويقوم الانفوجرافيك على تقديم محتوى المعلومات المعقدة بطريقة منتظمة ليسهل فهمها وإدراكها⁽¹⁾.

وتستمد الانفوجرافيك فعاليتها من كونها تركز على العنصر البصري، حيث يتلقى البشر المدخلات أو المعلومات من حواسهم الخمسة (البصر، اللمس، السمع، الشم، الذوق)، ولكنها تكون أكثر تأثيراً بالرؤية مقارنة بالحواس الأخرى، حيث يخصص الدماغ البشري ما نسبته 50% إلى الوظائف البصرية، وعادة ما تكون معالجة الصور أسرع مقارنة بالنصوص التي تأخذ وقتاً أطول⁽²⁾، حيث أثبت عالم النفس ألبرت محرابيان Albert Mehrabian أن 93% من الاتصال الذي نمارسه هو اتصال غير لفظي، فقد وجدت الدراسات أن الدماغ البشري يحل عناصر الصورة في وقت أقصر، في حين يتم فك اللغة في صورة خطية، وبشكل متتابع مما يأخذ المزيد من الوقت للمعالجة، وأن البشر لديهم ولع فطري بالصور والمناظر الطبيعية⁽³⁾، وهذا ما ساعد في زيادة شعبية الانفوجرافيك وفعاليتها، فمن خلاله يمكن التعبير عن موضوع بسهولة، مع مراعاة فترة الانتباه القصيرة لمستخدمي الإنترنت للأخبار ومطالعتها.

فالانفوجرافيك هي العروض المرئية للمعلومات التي تستخدم عناصر التصميم لعرض المحتوى، وتُعتبر الانفوجرافيك عن الرسائل المعقدة للمشاهدين بطريقة تعزز فهمهم لصور غالباً ما تكون امتداداً لمحتوى المادة المكتوبة⁽⁴⁾، ويمكن استخدام الانفوجرافيك كوسيلة لتبسيط المعلومات المعقدة أو العديدة، ومن خلاله تكون أسهل للفهم وأكثر شعبية بين الجمهور، يمكن النظر للانفوجرافيك على أنها تكملة للقصص الإخبارية، أو كشكل من يعرض قصة مستقلة.

ومع تغير عادات القراء الذين أصبحوا يميلون للقراءة السريعة، ومطالعة العناوين، والاكتفاء بالصور، وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي، وما صاحبه من تطور، جعل الصحافة تواكب التطورات، وتتجه نحو التركيز على العنصر البصري في ظل التدفق المعلوماتي الهائل، وانطلاقاً مما سبق تهدف الدراسة إلى التعرف إلى فن الانفوجرافيك في المواقع الفلسطينية الإلكترونية؛ لكونه أحد عناصر الاتصال المرئي، وما يتميز به من تبسيط المعلومات وتوضيحها، إضافة إلى قدرته على خدمة القضية الفلسطينية من خلال توضيح الانتهاكات، والحروب التي يتعرض لها الفلسطينيون بصور ورسوم مع القليل من النصوص المكتوبة.

تهدف الدراسة إلى التعرف إلى درجة اهتمام المواقع الفلسطينية الإلكترونية بفن الانفوجرافيك، وأهم مجالات استخدامه، بالإضافة إلى أهم العناصر المكونة لفن الانفوجرافيك وأكثر العناصر التي يتم التركيز عليها، بجانب أهم القضايا والموضوعات التي يطرحها الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية، وقد استخدمت الباحثة في دراستها منهج الدراسات المسحية، معتمدة على أسلوب تحليل المضمون، كما استخدمت استمارة تحليل المضمون كأداة في جمع المعلومات، على عينة بلغت (93) مفردة.

كشفت الدراسة اهتمام مواقع الدراسة بفن الانفوجرافيك - وإن اختلفت درجة اهتمامها وشكل الاهتمام - حيث أظهرت مواقع الدراسة اهتماماً في العناصر المرئية بنسبة (70.69%) وفي العناصر المقروءة بنسبة (29.31%)، ويصدر موقع شبكة القدس الإخبارية مواقع الدراسة في اهتمامه للعناصر المرئية والمقروءة كافة بنسب ملحوظة، وتنوعت القضايا التي يطرحها الانفوجرافيك في مواقع الدراسة، فكان في المقدمة قضايا الحروب والعدوان بنسبة (33.33%)، يليه قضايا اللاجئين بنسبة (16.13%)، ومن ثم قضايا الأسرى بنسبة (12.9%)، وجاء بالمرتبة الأخيرة قضايا الحصار بنسبة بلغت (4.3%).

الكلمات المفتاحية: الانفوجرافيك، التصميم المرئي، مواقع إخبارية إلكترونية.

The Use of Info-graphics in Palestinian Websites Comparative Analytical Study

Abstract:

This study aims at identifying the interest of Palestinian media websites to use info-graphics in their content, the most important fields of using them, and their most important elements as well as their most used elements. In addition, this study sheds light on the most important issues and topics raised through info-graphics in media websites

The researcher used the survey methodology, depending on the content analysis method. The researcher also used the content analysis form as a tool to collect information on a sample of (93) individuals.

The study, through its research sample, revealed that there is a high tendency in the interest of utilizing info-graphics among different websites, even if the level and form of interest varies from one website to another. These websites showed a 70.69% of interest in visual elements and a 29.31% in readable ones. For example, "Quds News" website has a very high interest, represented through noticeable percentages, in visual and readable elements of info-graphics.

أهم الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بالاطلاع والبحث عن دراسات متعلقة بالموضوع، ووجدت قلة من الدراسات التي تناولته؛ وهذا يرجع إلى حداثة مفهوم الانفوجرافيك بعد ما أدخل عليه تطورات نتيجة التطورات والتكنولوجيا في الاتصال، إضافة إلى حداثة استخدامه بالمفهوم الحديث في مجال الصحافة والإعلام، وفيما يلي أهم الدراسات التي توصلت إليها الباحثة:

دراسة Waralak Siricharoen & Nattanun Siricharoen

2015 (5):

يوضح البحث النهج المستخدم في تقييم الانفوجرافيك في العديد من الجوانب والأساليب، ويقدم تعريف الانفوجرافيك وأهم استخداماته، وأنواعه مع ذكر أمثلة توضيحية، وأهم الوسائط المتعددة والتفاعلية، وتوصل إلى ضرورة الاهتمام بالعناصر المكونة لانفوجرافيك واستخدام الصور والألوان، ويجب أن يعرض الانفوجرافيك معلومات صحيحة، وعرضها بأسلوب جميل وجذاب، ويتم تقييم الانفوجرافيك من خلال المعلومات التي يقدمها، والعناصر المكونة له، وأنواع الرسوم البيانية.

دراسة (6) (Murray Dick (2014):

تدرس القيم الإخبارية وممارسات العمل في إنشاء الانفوجرافيك التفاعلية في المواقع الإخبارية على الإنترنت في المملكة المتحدة، من خلال الاعتماد على مقابلات معمقة مع الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام الوطنية في المملكة المتحدة، إلى جانب الملاحظة لفترة قصيرة للأخبار، وتوصلت إلى هيمنة القواعد التنظيمية على المعايير الصحفية التقليدية، وتأثيرها في تشكيل الاختيار ومعالجة الانفوجرافيك التفاعلية، وأيضاً أن وفرة المعلومات لا يؤثر في تقديمها كانفوجرافيك وإن كانت الأرقام والإحصائيات هي الأكثر استخداماً، وتفضيل الجمهور للانفوجرافيك في الأخبار الوطنية.

دراسة (7) (Banu İnanç Uyan Dur (2014):

يعرض البحث أهم نقاط التحول في تاريخ الانفوجرافيك، واستخداماتها في الصحافة، إضافة إلى أنواعها وأساليب عرض المحتوى، والاختلافات بين التصاميم الثابتة، والتصاميم المرئية من تطبيقات الانفوجرافيك التفاعلية في نطاق تصميم الاتصالات المرئية بما يتماشى مع متطلبات عصر المعلومات.

وتوصلت إلى أن الانفوجرافيك أصبح حاجة ضرورية في هذا العصر، في ظل الاهتمام بالاتصال المرئي visual communication، حيث يجعل الانفوجرافيك المعلومات، والظواهر التي يصعب فهمها عندما تقرأ نصاً أكثر قابلية للفهم، وجذب الانتباه، حيث يعمل على تقديم معلومات معقدة وغير منظمة في هياكل مفهومة وواضحة.

دراسة (8) (marvin milatz (2013):

تسعى الدراسة لاستكشاف أثر الانفوجرافيك التفاعلي على عملية التذكر لدى المستخدم، حيث اعتمد الباحث على التجربة كأداة للتعرف إلى تأثير أنواع الانفوجرافيك (الثابت، التفاعلي، الجدول) في تذكر المعلومات، من خلال تصميم انفوجرافيك لخريطة أوروبا

توضح الهجرة الألمانية، على عينة بلغت 122 فرداً من المناطق الألمانية أو الأفراد ذوي المهارات اللغوية الألمانية.

وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين الانفوجرافيك التفاعلي وعلمية الاستعادة الشاملة للمعلومات، حيث أشارت النتائج إلى أن استخدام الجداول يظهر قدرات أقل في استدعاء المعلومات لدى المشاركين أو استعادتها.

دراسة (9) (Waralak Siricharoen (2013):

تعرض الدراسة تاريخ استخدام الانفوجرافيك، حيث استخدم في الثمانينيات لدعم الموضوعات في الصحافة، وفي ظل تغير نمط الحياة في العصر الرقمي الذي يحتاج إلى السرعة والسهولة، أصبح الانفوجرافيك يستخدم لنقل القصة الصحفية، فعادة ما تكون الصور والرسوم البيانية والانفوجرافيك أكثر اهتماماً وجذباً للقراء الذين يميلون للقراءة السريعة ومطالعة العناوين، وتتضمن أيضاً أهمية الانفوجرافيك وأدوات صناعته وأهم المبادئ التوجيهية للانفوجرافيك، وأظهرت أن الانفوجرافيك يقدم المعلومات بمساحة محدودة وبشكل فني، مع تمرير المعلومات والحقائق بسرعة وبطريقة ممتعة للقراءة والفهم، وفي ظل التكنولوجيا المتقدمة يمكن للانفوجرافيك أن تقدم مفهوم متكامل للوسائط المتعددة من خلال الجمع بين الصوت والحركة التي تعد أكثر اهتماماً وإثارة.

دراسة (10) (Murray Dick & Pablo medina (2012):

توضح الدراسة تأثير إنتاج الانفوجرافيك ونشرها على إدارة سير عمل شركات الإعلام، بالاعتماد على أمثلة من الانفوجرافيك، والرسوم البيانية المنشورة في صحيفة نيويورك تايمز المطبوعة، والنسخة الإلكترونية لمعرفة تطور استخدام الانفوجرافيك، والاحتمالات والتحديات في هذا المجال الناشئ في المجال الصحفي، وتأثيرها على أنشطة المؤسسات الإعلامية، من خلال تحليل المضمون لـ 50 نموذجاً من الانفوجرافيك وإجراء مقابلات مع مصممي الانفوجرافيك.

وأظهرت تزايداً كبيراً في نشر الانفوجرافيك في صحيفة نيويورك تايمز في السنوات الأخيرة، وأن تطوير الانفوجرافيك التفاعلية يتطلب إنشاء إدارات متخصصة في الصحف تعمل بشكل مستقل، وأظهر تحليل المضمون لأمثلة من الانفوجرافيك من صحيفة نيويورك تايمز أن العناصر التفاعلية تشكل أساساً في تصور البيانات، وساعدت الانفوجرافيك التفاعلية قراء الصحف للعمل على تطوير ثقافتهم من خلال الروايات البصرية الإعلامية والمرئية.

دراسة (11) (Li Yanyan (2010):

تعرض الدراسة كيفية عمل الفن الانفوجرافيك على إيجاد قراء من الإنترنت، من خلال استخدامه في التقارير الإخبارية؛ للتعبير عن الحدث بصورة سهلة وسريعة، بخاصة في ظل التغير في عادات القراءة للقراء، وأظهرت أن الانفوجرافيك يعد أداة قوية للصحفيين لنقل القصص الصحفية بمعلومات غنية، وبشكل واضح في وقت محدود لقراء الإنترنت، ويمكن للانفوجرافيك نقل القصص في العمق وبسرعة، إضافة إلى دورها في دعم الوسائط المتعددة، ومن خلال دمج أنواع وسائل الإعلام المختلفة في قصة واحدة.

مما سبق يتضح أن الدراسات التي تناولت فن الانفوجرافيك،

بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه، أو استكماله، أو تطويره، ولا تقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها⁽¹²⁾.

وقد اعتمدت الباحثة على منهج الدراسات المسحية الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية، ويعد جهداً علمياً منظماً يساعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات عنها⁽¹³⁾، واستخدمت في إطاره أسلوب تحليل المضمون من خلال استمارة تحليل المضمون، بجانب منهج المقارنة المنهجية التي تكشف مواضع الاختلاف والتشابه بين مواقع الدراسة، واستخدمت هذه الدراسة استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات، وهي مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات المرتبطة بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي الموضوعي، والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى⁽¹⁴⁾.

فئات استمارة تحليل المضمون:

تضمنت الدراسة مجموعة من الفئات الفرعية، وهي:

1. العناصر المكونة لفن الانفوجرافيك: وهي مكونة من عنصرين، هما: العنصر البصري، ويضم: الصور، والرسوم، والألوان، والخرائط، والعنصر المقروء، ويحتوي على: إحصائيات وأرقام، ومعلومات وحقائق.

2. أنواع فن الانفوجرافيك: ينقسم الانفوجرافيك إلى نوعين، هما: الانفوجرافيك الثابت: عبارة عن صورة ثابتة تضمن المعلومات والإحصائيات، والانفوجرافيك المتحرك، وهو عادة ما يقدم على شكل مقطع فيديو.

3. القضايا التي يعرضها فن الانفوجرافيك: تهدف إلى تحديد القضايا التي يعرضها فن الانفوجرافيك بشكل مبسط، وتجلت أهم تلك القضايا في: قضايا اللاجئين، وتضمنت اللاجئين الفلسطينيين سواء كانوا في فلسطين أو خارجها، بجانب اللاجئين السوريين وكل ما يتعلق بهم، قضايا الأسرى، وتتناول كل القضايا التي تتعلق بالأسرى وأعدادهم والاعتقال الإداري، وغيرها من القضايا والمشاكل التي يواجهها الأسرى، قضايا الحروب والعدوان على فلسطين، ويندرج تحتها القضايا المتعلقة بالحروب والعدوان الذي يشهده الاحتلال الإسرائيلي، منذ بداية احتلال فلسطين مروراً بالنكسة انتهاءً لما يحدث الآن، وما نجم عنه من أضرار في القطاعات المختلفة، أو الضحايا وعدد الشهداء وغيرها، وأيضاً الأضرار التي لحقت في الجانب الإسرائيلي والقتلى، بجانب الأمور العسكرية، وأيضاً رد الفعل الفلسطيني تجاه الاحتلال بمختلف المدن الفلسطينية، القضايا الاقتصادية: ويقصد بها الأزمات الاقتصادية ومشاكل البطالة وعدم توفر فرص عمل وغيرها، قضايا الحصار: يندرج تحتها القضايا التي نجمت عن الحصار الذي يتعرض له القطاع، من قوافل الحرية وغيرها، قضايا تقنية وتكنولوجية: وهي الموضوعات التي تتعلق بالتكنولوجيا والتطورات الحادثة على صعيد مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت كافة، أو على صعيد الهواتف الذكية وغيرها، وقضايا أخرى: وهي تشمل قضايا لم يرد ذكرها بالسابق.

4. مصدر تصميم فن الانفوجرافيك: ويقصد به القائم بعملية

درسته من حيث تأثيره على سير العمل في الصحافة، وأيضاً تأثيره على عملية التذكر واستيعاب المعلومات المقدمة، في حين تناولت بعض الدراسات تاريخ فن الانفوجرافيك واستخدامه في الصحافة وأنواعه، وأهميته وأدوات صناعته، بينما تناولت الدراسة الحالية الانفوجرافيك كفن من فنون العمل الصحفي، ومدى استخدامه في المواقع الإخبارية الفلسطينية.

مشكلة الدراسة:

تبين للباحثة من خلال دراسة استكشافية قامت بها على المواقع الإخبارية الفلسطينية: لمعرفة مدى استخدامها لفن الانفوجرافيك، قلة المواقع التي تستخدم الانفوجرافيك في تقديم المعلومات، إضافة إلى الاستخدام المحدود لانفوجرافيك، وعليه تدرس الباحثة من خلال هذه الدراسة طبيعة استخدام الانفوجرافيك وأهم مجالات استخداماته، وتتلخص مشكلة الدراسة في دراسة استخدام المواقع الفلسطينية الإلكترونية للانفوجرافيك.

أهمية الدراسة:

1. تغير عادات القراءة لدى القراء في ظل التطورات والتغيرات، فأصبحت القراءة السريعة من أهم سمات العصر الحالي.
2. الحاجة لتبسيط المعلومات المعقدة والإحصائيات في ظل الثورة المعلوماتية.
3. قلة الدراسات التي درست الانفوجرافيك كفن من الفنون الصحفية.
4. إثراء المكتبة الإعلامية في دراسات إعلامية تواكب التطورات في مجال الكتابة الصحفية.

أهداف الدراسة:

تتلخص أهداف الدراسة في التعرف إلى:

1. درجة اهتمام المواقع الفلسطينية الإلكترونية بالانفوجرافيك.
2. أهم استخدامات الانفوجرافيك ومجالاته في المواقع الفلسطينية الإلكترونية.

أهم تساؤلات الدراسة:

- ◀ ما مدى اهتمام مواقع الدراسة بفن الانفوجرافيك؟
- ◀ ما العناصر المكونة لفن الانفوجرافيك في مواقع الدراسة؟
- ◀ ما أنواع فن الانفوجرافيك المستخدم في مواقع الدراسة؟
- ◀ ما أهم المجالات التي يعرضها فن الانفوجرافيك في مواقع الدراسة؟
- ◀ ما مصدر تصميم فن الانفوجرافيك المستخدم في مواقع الدراسة؟

نوع الدراسة ومنهجها وأداتها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث، والظواهر، والمواقف والآراء، وتحليلها، وتفسيرها،

الانفوجرافيك هي اختصار Information Graphic وتعني عرض المعلومات بصورة مرئية، من بيانات أو رسوم أو خرائط أو صور أو الخلط بينهم، ويعد الانفوجرافيك من المجالات الحديثة في البحوث والدراسات، وقد تطور فن الانفوجرافيك في السنوات الأخيرة: لكي يصبح جزءاً من وسائل الاتصال الجماهيري، حيث إن فن الانفوجرافيك ليس فناً جديداً بل يعود إلى ما يزيد عن 200 عام، حيث تم استخدامه من قبل علماء الفلك لتوضيح الظواهر الكونية وغيرها، ولكن لم يتم انتشاره بشكل كبير إلا مع دخول الجيل الثاني من الإنترنت وهو ما يعرف بمصطلح (web 2.0.15).

حيث مثلت المنحوتات على جدران الكهوف واللوحات والمخطوطات المرسومة أو المكتوبة في العصور الحجرية والوسطى شكلاً من أشكال الانفوجرافيك، وظهر في أوائل العصر الحديث من خلال استخدام العلماء الخرائط والرسومات لتقديم النتائج التي توصلوا إليها، هذا إضافة إلى المخططات والرسومات التي استخدمتها الممرضة فلورنس لإصلاح المستشفيات العسكرية في بريطانيا⁽¹⁶⁾، وساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الانفوجرافيك في أنحاء العالم كافة، حيث أظهر أول حساب متخصص في انفوجرافيك على تويتر كان عام 2011م⁽¹⁷⁾.

واستخدمت الرسوم البيانية في وسائل الإعلام في أوائل القرن 18، حيث استخدمت خريطة الخليج العربي أثناء حرب الخليج في التسعينيات بصحيفة كوران، إلا أن الانتعاش في استخدام الانفوجرافيك كان في القرن العشرين، لاسيما خلال الحرب العالمية الثانية ومع ظهور الإنترنت انتشر استخدام الانفوجرافيك في وسائل الإعلام والمؤسسات بمختلف مجالاتها⁽¹⁸⁾.

أما التاريخ الحديث للانفوجرافيك يعود إلى ظهور الخرائط في البرامج الموجهة للمكتب، لاسيما إكسل (Excel) وباوربوينت (PowerPoint)، وهذا أدى إلى سهولة استخدام أدوات المعلومات المرئية أو البصرية (data visualization)، وانتشر استخدامه في الأوساط الأكاديمية وتعميم المعلومات التجارية⁽¹⁹⁾.

في أوائل عام 2000 ظهر اتجاه جديد على شبكة الإنترنت وتمثل في ويب 2.0 وتطبيقات الويب التي سهلت المشاركة وتبادل المعلومات بين المحرر والمستخدم، وأيضاً سمح استخدام التقنيات الحديثة في تطور الإنترنت كوسيلة ومصدر للمعلومات من خلال استخدام برامج كأدوبي فلاش الذي ساعد في تصميم واجهات تفاعلية مع المستخدم، وانتشار البرامج الخاصة بالتصميم الجرافيكي مكن الأشخاص تعلم الانفوجرافيك، وساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على نشر تلك الانفوجرافيك وعرضها على نطاق واسع⁽²⁰⁾.

2. تعريف الانفوجرافيك:

هناك العديد من المسميات لهذا الفن: الانفوجرافيكس Info graphics، البيانات التصويرية – التفاعلية Data Visualization، التصميم المعلوماتية Information Design.

والانفوجرافيك كمصطلح يطلق على فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق، ويتميز هذا الأسلوب بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة⁽²¹⁾.

التصميم لفن الانفوجرافيك، وتضم: الموقع، أي أنه يوجد طاقم فني يقوم بعملية التصميم، مصمم، أي أنه يتم تكليف مصمم أو الاستعانة بتصميمات مصمم من خارج الموقع وتوكل له مهمة التصميم، نقلاً عن مواقع، ويقصد به الاستفادة من فن الانفوجرافيك لموقع ونقله لموقع الدراسة.

مجتمع الدراسة وعينته:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المواقع الفلسطينية الإلكترونية المتوفرة على شبكة الإنترنت، في حين اختارت الباحثة أربعة مواقع إلكترونية منها؛ لكونها تستخدم فن الانفوجرافيك في مواقعها، وتمثلت تلك المواقع في: موقع القدس الإخبارية، ووكالة شمس الإخبارية، ووكالة فلسطين اليوم، والمركز الفلسطيني للإعلام.

حيث يخصص موقع القدس الإخبارية ووكالة شمس الإخبارية قسماً خاصاً لفن الانفوجرافيك، في حين يستخدم موقعاً المركز الفلسطيني للإعلام، ووكالة فلسطين اليوم الانفوجرافيك كجزء من عرضها لبعض الأخبار، ونظراً لحداثة استخدام فن الانفوجرافيك في المواقع الفلسطينية الإلكترونية، تم دراسة الانفوجرافيك منذ بداية استخدامه بالموقع وحتى تاريخ 31 أغسطس 2015، وبلغت إجمالي العينة (93) مفردة.

إجراءات الصدق والثبات:

قامت الباحثة بمجموعة من الإجراءات لتحري الدقة والصدق في الأداة للوصول إلى نتائج تتسم بالدقة، التي يمكن تعميمها فيما بعد، وتمثلت الإجراءات: بإخضاع مواقع الدراسة إلى التجربة، وتحليلها لمدة عشرة أيام قبل البدء بعملية التحليل؛ بهدف التأكد من صحة الفئات وجدواها، وعرض أداة التحليل على محكمين في المجال الإعلامي وتكنولوجيا المعلومات*.

إجراءات الثبات: قامت الباحثة بالتأكد من ثبات النتائج من خلال إعادة التحليل مرة أخرى لعينة من المواقع عينة الدراسة لمدة ثلاثة أيام تم اختيارها بطريقة عشوائية عن طريق القرعة.

تقسيم البحث:

تم تقسيم البحث إلى مقدمة، ومبحثين، تتناول المقدمة الإجراءات المنهجية للدراسة، أما المبحث الأول: يتعرض لفن الانفوجرافيك، من خلال تاريخه وتطوره، ومكوناته وأهم أنواعه، واستخدامه في الإعلام، بينما تناول المبحث الثاني: نتائج الدراسة التحليلية، ومن ثم عرض لأهم نتائج الدراسة والتوصيات.

المبحث الأول

الانفوجرافيك Infographics

1. تاريخ فن الانفوجرافيك وتطوره:

*الأساتذة المحكمين:

1. طلعت عيسى أستاذ الصحافة المشارك بالجامعة الإسلامية في غزة
2. أيمن أبو نقيرة أستاذ الصحافة المساعد بالجامعة الإسلامية بغزة
3. أحمد شقورة عضو مجلس إدارة شركة أطيايف للتصميم.
4. إبراهيم شقورة مصمم في موقع وكالة فلسطين اليوم.

- أما من حيث المحتوى، ينقسم الإنفوجرافيك إلى⁽²⁶⁾:
 - ◆ إحصائيات Statistics: تقديم المعلومات عن الشركة، صناعة البحوث.
 - ◆ المفاهيم Concepts: توضح قيادة الفكر، أو الفلسفة.
 - ◆ نماذج Models: العملية التجارية، والخدمات التي تقدمها.
 - ◆ الرسوم Cartoons: الأفكار، والمفاهيم، والتصورات، والثقافة.
 - ◆ المعلومات Information: صناعة الموارد، والمواصفات، وصحائف الغش، والمقارنات.
 - ◆ الجدول الزمني Timelines: التطور والتقدم، والتاريخ، والجدول الزمنية.
- 4. مكونات الإنفوجرافيك:
 - ◆ العناصر البصرية Visualelements: وتتضمن: الألوان، والرسومات، والرموز، والإشارات، والخرائط.
 - ◆ عناصر المحتوى Content elements: وتحتوي على: النص، والحقائق والإحصاءات، والأطر الزمنية، والمراجع.
 - ◆ المعرفة Knowledge: وتتمثل بنقل رسالة شاملة للمعلومات والوقائع، من خلال الحقائق والاستنتاجات لنقل القصة بصورة كاملة.
- 5. فن الإنفوجرافيك في الإعلام:
 - تعد المعلومات المرئية مهمة في الصحافة نظراً لأنها تضيف المصداقية، والثقة على المعلومات، ومع انتشار استخدام الكمبيوتر، وبرامج النشر المكتبي زاد الوعي لأهمية الرسوم البيانية والإنفوجرافيك، حيث تساعد القراء على فهم و المعلومات ومعالجتها بسرعة، وتمتاز الإنفوجرافيك في إخبار القراء بمحدث، وخلق اهتمام لمتابعة القراءة، ويعد وسيلة إقناع سريعة⁽²⁸⁾.
 - واستخدمت الصحف والمجلات الإنفوجرافيك منذ 1940: بهدف تعزيز شمول و القارئ وضمان فهمه الحدث خلال فترة زمنية قصيرة، واليوم تستخدم في الأحداث الاقتصادية، والتطورات التكنولوجية، والأحوال الطقس، ولم يقتصر استخدام الإنفوجرافيك في الصحافة، وإنما أصبحت العلوم كافة تستخدمه، في التقارير السنوية للمؤسسات، وفي النشرات الطبية، الفواتير .. غيرها، ومع ظهور الإنترنت، وانتشار الهواتف الذكية والهواتف اللوحية، وتزايد أعداد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي زاد من انتشار الإنفوجرافيك واستخدامه في مواقع الصحف، والمجلات، إضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي⁽²⁹⁾.
 - فيمثل استخدام الإنفوجرافيك في الصحافة الحديثة تأسيس نهج جديد، وقوي في تسهيل فهم الأخبار بالاعتماد على الثقافة البصرية، حيث فرض استخدام الإنفوجرافيك على الصحافة إنشاء إدارة متخصصة لتشكيل الإنفوجرافيك، وصناعته، في ظل التغيرات التكنولوجية التي أدت إلى تطور في المهن المختلفة، فأصبح على الصحفي تطوير مهاراته ليحترف بالقدر الكافي لامتلاك الخبرة، والكفاءة التي تسمح له إنتاج المحتوى العالمي من خلال البرامج،

ويقصد بالإنفوجرافيك بالمفهوم الحديث الاستخدام المدعوم للكمبيوتر؛ بهدف عرض المعلومات الضخمة بصورة مرئية وسهلة الفهم، وبمعنى آخر هو تمثيل مرئي للمعلومات والبيانات لتوضيح المعلومات الصعبة ودمجها بسرعة وبشكل واضح⁽²²⁾.

وعرفه فاليرو الإنفوجرافيك مساهمة إعلامية وضعت في الصحف المكتوبة، وذلك مع عناصر مبدعة والمطبعة، التي تسمح أو يسهل فهم الأحداث الجارية أو إجراءات أو بعض من جوانبها الهامة، وترافق أو يحل محله النص المعلوماتي⁽²³⁾.

وخلال ندوة في مومباي بالهند في عام 2005 تم تعريف الإنفوجرافيك INFOGRAPHIC على أنها: (رسوم بيانية توضح وتشرح النقاط الخفية والمعقدة من النص، وأن العرض المرئي للنصوص لا يعنى ترجمته للقراءة البصرية، بل يجب أن تكون هذه الرسومات تشمل ما يلي: ترشيح المعلومات، وتحديد العلاقات وتوضيحها، وتقديم المعلومات، وأخيراً في هذه الطريقة يمكن للجمهور أن يفهم المعلومات)⁽²⁴⁾.

وترى الباحثة أن الإنفوجرافيك بمفهومه الحديث، ارتبط بتطور برامج الكمبيوتر المتعلقة بمجال التصميم، وساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على انتشاره تلبية لطبيعة القراءة السريعة، والاكتفاء بالصور والعناوين، وتعرف الباحثة الإنفوجرافيك على أنه فن يجمع بين العناصر المرئية، أو البصرية، والعناصر المقروءة، بطريقة جذابة وبسيطة؛ لتوضيح المعلومات والأحداث وتبسيطها، مستفيداً من الإمكانيات التي توفرها التكنولوجيا من مواقع تساعد على تصميم الإنفوجرافيك، أو برامج خاصة بتصميم الإنفوجرافيك.

3. أنواع الإنفوجرافيك:

- ينقسم الإنفوجرافيك من حيث التصميم إلى ثلاثة أنواع، و لكل نوع منها خصائص⁽²⁵⁾:

- ◆ النوع الأول: الإنفوجرافيك الثابت: وهو يشرح المعلومات المعقدة عن موضوع معين، وعادة ما تكون ذات تأثير سريع وفوري على القارئ، وأحياناً يكون عبارة عن دعاية ثابتة إما أن تطبع أو توزع أو تنشر على صفحات الإنترنت.

- ◆ النوع الثاني: الإنفوجرافيك المتحرك: وتلعب دوراً كبيراً في العروض التقديمية، ويتم تقديم المعلومات بشكل تسلسلي، وهو يضم نوعين، هما:

- تصوير فيديو: ويوضع عليه البيانات والتوضيحات بشكل جرافيك متحرك تظهر بعض الحقائق والمفاهيم على الفيديو نفسه وهو قليل في الاستخدام.

- تصميم الإنفوجرافيك متحرك: وهو عبارة عن تصميم البيانات، والتوضيحات، والمعلومات بشكل متحرك كامل، حيث يتطلب هذا النوع الكثير من الإبداع، واختيار الحركات المعبرة التي تساعد في إخراجه بطريقة شيقة، وممتعة، وكذلك يكون لها سيناريو كامل للإخراج النهائي لهذا النوع، وهذا أكثر الأنواع استخداماً الآن.

- ◆ النوع الثالث: الإنفوجرافيك التفاعلية: ومن خلاله يشارك الجمهور، حيث يتم تقديم المعلومات وفقاً لاختيار القارئ، ويختار ما يريد عرضه من مجموعة معقدة من المعلومات المفيدة.

يُظهر الجدول اهتمام موقع شبكة القدس الإخبارية بفن الانفوجرافيك مقارنة بباقي مواقع العينة، ويتجلى اهتمامه من خلال تخصيص قسم خاص لفن الانفوجرافيك على الصفحة الرئيسية للموقع، وحرصها على نشر المزيد من الانفوجرافيك في القسم، حيث يعود نشر أول انفوجرافيك على الموقع إلى أكتوبر من العام 2013م.

ويأتي كل من موقعي المركز الفلسطيني للإعلام، ووكالة شمس نيوز بالمرتبة الثانية بعد شبكة القدس الإخبارية بالاهتمام، وإن اختلفا في مكان نشر الانفوجرافيك على الموقع، حيث خصصت وكالة شمس نيوز قسماً خاصاً على صفحتها الرئيسية لفن الانفوجرافيك، في حين ضمنه المركز الفلسطيني للإعلام لقسم الوسائط المتعددة بالموقع.

ويتضح أن الفرق بالاهتمام بين مواقع (المركز الفلسطيني للإعلام، ووكالة فلسطين اليوم، ووكالة شمس نيوز) متقارب مقارنةً بينها وبين شبكة القدس الإخبارية، وحيث تفاوتت عددها في (12) مفردة في المركز الفلسطيني للإعلام ووكالة شمس نيوز، و(11) في وكالة فلسطين اليوم.

مما سبق يتضح اهتمام المواقع الفلسطينية الإعلامية بفن الانفوجرافيك، وإن كان محدوداً في عدد من المواقع، وهذا الاهتمام ملاءمة لتلبية لضرورة العصر الذي يعتمد على الاتصال -visual communication، فمن خلال الانفوجرافيك يتم تقديم المعلومات والمعقدة وغير المنظمة التي يصعب فهمها نصياً لصور أكثر قابلية للفهم والجذب في هياكل مفهومة وواضحة.

2. العناصر المكونة لفن الانفوجرافيك:

والمواقع التي تساعده على ذلك، وبذلك أصبحت الصحافة تحتاج لاستثمار الوقت، والموارد لخلق مواد ذات جودة عالية مصممة للنشر عبر الإنترنت⁽³⁰⁾.

حديثاً، قد أدرجت مجال الصحافة تطبيق الرسوم المعلومات (الانفوجرافيك) إلى الأخبار، بحيث تتضمن القصص، والنصوص، والصور، والرسومات، وهذا يتطلب من قاعات التحرير تنظيم قصة متضمنة جميع المكونات بنجاح، وقد استخدمت العديد من المواقع الرسوم المعلومات الانفوجرافيك التفاعلية التي يمكن للمستخدم استخراج معلومات عن الموضوع من خلال الرسوم⁽³¹⁾.

المبحث الثاني

نتائج الدراسة التحليلية

يتناول هذا المبحث نتائج الدراسة التحليلية لعينة من فن الانفوجرافيك المستخدم في مواقع الدراسة، حيث تم حصرها في (93) نموذجاً، وتم دراستها من حيث العناصر المكونة، وأنواعها، وأهم القضايا التي تتناولها، إضافة إلى مصدرها.

1. اهتمام مواقع الدراسة بفن الانفوجرافيك:

جدول (1)

اهتمام مواقع الدراسة بفن الانفوجرافيك

الموقع	درجة الاهتمام	التكرار	موقع الانفوجرافيك
شبكة القدس الإخبارية	58	58	الصفحة الرئيسية (HomePage)
المركز الفلسطيني للإعلام	12	12	الصفحات الداخلية
وكالة فلسطين اليوم	11	11	الصفحات الداخلية
وكالة شمس نيوز	12	12	الصفحة الرئيسية (HomePage)
المجموع	93	93	

جدول (2)

العناصر المكونة لفن الانفوجرافيك

الموقع العناصر ك	شبكة القدس الإخبارية ك	شبكة القدس الإخبارية %	المركز الفلسطيني للإعلام ك	المركز الفلسطيني للإعلام %	وكالة فلسطين اليوم ك	وكالة فلسطين اليوم %	وكالة شمس نيوز ك	وكالة شمس نيوز %	الاتجاه العام ك	الاتجاه العام %
الصور	19	12.26	1	3.57	7	23.33	6	18.18	33	13.43
الرسوم	51	32.9	11	39.3	8	26.67	8	24.24	78	31.7
العناصر المرئية	58	37.5	12	42.85	11	36.67	12	36.36	93	37.8
الخرائط	27	17.34	4	14.28	4	13.33	7	21.22	42	17.07
المجموع	155	70.15	28	70	30	71.43	33	73.33	246	70.69
إحصاءات وأرقام	31	47	7	58.33	3	25	8	66.67	49	48.04
العناصر المقروءة والحقائق	35	53	5	41.67	9	75	4	33.33	53	51.96
المجموع	66	29.85	12	30	12	28.57	12	26.67	102	29.31
الإجمالي	221	100	40	100	42	100	45	100	348	100

المجموع لا يساوي عدد العينة؛ لاستخدام أكثر من عنصر في نفس الانفوجرافيك الواحد

أما على صعيد العناصر المقروءة، تساوت أغلب مواقع الدراسة في استخدامها للعناصر المقروءة بنوعيتها وجاءت بنسبة (11.76%)، في حين اعتمدت شبكة القدس الإخبارية على العناصر المقروءة في كافة الانفوجرافيك وجاءت بنسبة (64.72%)، وبذلك تتفوق أيضا شبكة القدس الإخبارية على باقي مواقع الدراسة في استخدامها لكل العناصر المكونة لفن الانفوجرافيك بكل أنواعها.

في الوقت الذي اهتمت شبكة القدس الإخبارية بالأرقام والإحصائيات بنسبة (63.27%)، ولم تولِ وكالة فلسطين اليوم لها أهمية بالدرجة نفسها فبلغت نسبتها (6.12%)، في حين اهتمت وكالة فلسطين اليوم بالحقائق والمعلومات بنسبة (16.98%) مقارنة مع موقعي المركز الفلسطيني للإعلام ووكالة شمس نيوز، أما شبكة القدس الإخبارية تصدر أيضا باهتمامها للمعلومات والحقائق بنسبة بلغت (66.04%).

وتتفق نتائج الجدول السابقة مع ما توصلت إليه دراسة Waralak Siricharoen & Nattanun Siricharoen، التي أكدت أهمية استخدام الألوان والصور في تصميم الانفوجرافيك؛ لكونها تجذب الانتباه وتلخص الحدث، إضافة لمراعاة تغيير عادات القراءة لدى القراء الذين أصبحوا يميلون للقراءة السريعة، ومطالعة العناوين فقط.

3. نوع فن الانفوجرافيك من حيث التصميم والعرض:

يُبين الجدول (2) حرص مواقع الدراسة على استخدام العناصر المرئية والمقروءة كافة في تصميم الانفوجرافيك وبنائه، وإن تفاوتت في الاستخدام، فعلى صعيد العناصر المرئية، تتصدر شبكة القدس الإخبارية مواقع الدراسة في استخدامها للعناصر المرئية وأنواعها كافة، فبلغت نسبتها (63%) مقارنة مع المواقع الأخرى، ويليه موقع وكالة شمس نيوز بنسبة (13.42%)، ومن ثم وكالة فلسطين اليوم والمركز الفلسطيني للإعلام بنسب (12.2%)، و(11.38%) على الترتيب.

وعلى صعيد كل عنصر من العناصر المرئية، تفاوت اهتمام مواقع الدراسة بالعناصر البصرية المستخدمة في الانفوجرافيك، فاهتم موقع شبكة القدس الإخبارية بكل العناصر المرئية مقارنة بباقي مواقع الدراسة، حيث بلغت نسبة الصور المستخدمة في الانفوجرافيك في شبكة القدس الإخبارية مقارنة بمواقع الدراسة (57.58%)، في الوقت الذي بلغت فيه في موقع المركز الفلسطيني للإعلام (3.03%) وهي الأقل بين مواقع الدراسة، فيما يتعلق بالرسوم بلغت (65.38%) في شبكة القدس الإخبارية، ويليه المركز الفلسطيني بنسبة (14.12%)، في حين تساوى اهتمام موقعي وكالة فلسطين اليوم ووكالة شمس نيوز بالرسوم بنسبة قدرت (10.25%)، أما عن الخرائط المستخدمة في فن الانفوجرافيك، فتميز موقع شبكة القدس الإخبارية باستخدامها بنسبة (64.29%) ويليه في الاهتمام موقع وكالة شمس نيوز بنسبة (16.67%).

جدول (3)
نوع فن الانفوجرافيك

الموقع	شبكة القدس الإخبارية		المركز الفلسطيني للإعلام		وكالة فلسطين اليوم		وكالة شمس نيوز		الاتجاه العام
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
ثابت	58	100	11	91.67	11	100	12	100	92
متحرك (فيديو)	0	0	1	8.33	0	0	0	0	1
المجموع	58	100	12	100	11	100	12	100	93

الوسائط المتعددة من خلال الجمع بين الصوت، والحركة التي تعد أكثر تأثيراً وجذباً، إلا أن الدراسة أظهرت قلة في استخدام الانفوجرافيك المتحرك أو الفيديو؛ ويرجع ذلك للتكلفة العالية، والوقت، والجهد الذي يتطلبه إعداد الانفوجرافيك المتحرك وتصميمه.

4. القضايا التي يعرضها فن الانفوجرافيك:

يُظهر جدول (3) تميز موقع المركز الفلسطيني للإعلام في استخدام انفوجرافيك متحرك على شكل فيديو، في حين لم تستخدم أي من باقي مواقع الدراسة، واكتفت باستخدام الانفوجرافيك الثابت بنسبة (100%).

ورغم أن دراسة WaralakSiricharoen أكدت أن الانفوجرافيك يقدم المعلومات بطريقة متكاملة، والجمع بين

جدول (4)
القضايا التي يعرضها فن الانفوجرافيك

الموقع	شبكة القدس الإخبارية		المركز الفلسطيني للإعلام		وكالة فلسطين اليوم		وكالة شمس نيوز		الاتجاه العام
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
اللاجئون	9	15.52	3	25	0	0	3	25	15
الأسرى	7	12.07	4	33.33	0	0	1	8.33	12
حروب وعدوان	21	36.21	2	16.67	3	27.27	5	41.67	31

الموقع	شبكة القدس الإخبارية		المركز الفلسطيني للإعلام		وكالة فلسطين اليوم		وكالة شمس نيوز		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اقتصادية	3	5.17	0	0	4	36.36	0	0	7	7.53
حصار	2	3.45	1	8.33	1	9.09	0	0	4	4.3
تقنية وتكنولوجية	8	13.79	0	0	1	9.09	0	0	9	9.68
أخرى	8	13.79	2	16.67	2	18.19	3	25	15	16.13
المجموع	58	100	12	100	11	100	12	100	93	100

فلسطين اليوم، أما وكالة شمس نيوز لم تستخدم فن الانفوجرافيك في توضيح قضايا الحصار والاقتصاد، وانحصر اهتمامها في اللاجئيين بنسبة (25%) من إجمالي عينتها، وأولت اهتماماً ملحوظاً لقضايا الحروب التي جاءت بنسبة (41.67%).

5. مصدر تصميم فن الانفوجرافيك في مواقع الدراسة:

يتضح من الجدول السابق، اهتمام مواقع الدراسة في استخدام فن الانفوجرافيك لتوضيح القضايا والانتهاكات التي يتعرض لها الفلسطينيون، وتجلي ذلك في قضايا اللاجئيين، والأسرى، والحروب والحصار، وتصدرت شبكة القدس الإخبارية تلك القضايا بنسب على التوالي (60%) و(58.34%) و(67.74%) و(50%)، في الوقت نفسه لم تحظ قضايا اللاجئيين، والأسرى باهتمام وكالة

جدول (5)
مصدر تصميم فن الانفوجرافيك

الموقع	شبكة القدس الإخبارية		المركز الفلسطيني للإعلام		وكالة فلسطين اليوم		وكالة شمس نيوز		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
طاقم الموقع	4	6.9	6	50	11	100	12	100	33	35.48
مصمم خارجي	12	20.69	0	0	0	0	0	0	12	12.9
نقلًا عن مواقع	42	72.41	6	50	0	0	0	0	48	51.62
المجموع	58	100	12	100	11	100	12	100	93	100

القدس الإخبارية مواقع الدراسة في اهتمامها للعناصر المرئية والمقروءة كافة بنسب ملحوظة.

3. اعتمدت مواقع الدراسة على الانفوجرافيك الثابت بنسبة (98.92%)، فيتميز موقع المركز الفلسطيني للإعلام في استخدامه للانفوجرافيك المتحرك (فيديو) بنسبة (1.08%).

4. تنوعت القضايا التي يطرحها الانفوجرافيك في مواقع الدراسة، فكان بالمقدمة قضايا الحروب والعدوان بنسبة (33.33%)، يليه قضايا اللاجئيين بنسبة (16.13%)، ومن ثم قضايا الأسرى بنسبة (12.9%)، وجاء بالمرتبة الأخيرة قضايا الحصار بنسبة بلغت (4.3%).

5. تنوعت مواقع الدراسة في اعتمادها على فن الانفوجرافيك، فبلغت نسبتها (51.62%) نقلًا عن مواقع أخرى، في حين بلغت نسبة اعتمادها على طواقمها أو مصمميها بنسبة (35.48%).

أهم التوصيات:

1. ضرورة زيادة الاهتمام بفن الانفوجرافيك على صعيد وسائل الإعلام الفلسطينية كافة؛ لما تتمتع به من قدرة على تبسيط المعلومات، والأحداث، وتوصيلها بصورة سهلة وسريعة.

2. الاهتمام بتصميم فن الانفوجرافيك، من حيث البساطة والجاذبية، وأيضاً من خلال الاهتمام بالعناصر المكونة لفن الانفوجرافيك، والتأكد من صحة المعلومات ودقتها.

3. العمل على إعداد كوادر مؤهلة لعمل الانفوجرافيك،

من الجدول (5) يتضح أن مواقع الدراسة تنوعت في مصادرها لفن الانفوجرافيك، حيث مثلت نسبة اعتماد مواقع الدراسة على طواقمها الفنية، أو مصمميها في فن الانفوجرافيك (35.48%)، بينما وصلت نسبة اعتمادها على مواقع أخرى (51.61%)، وهي الأعلى بين المصادر.

اعتمد موقعا وكالة فلسطين اليوم، ووكالة شمس نيوز على طواقمهم الفنية في تصميم الانفوجرافيك الخاص بالموقع، وجاء ذلك بنسبة (100%) في كليهما، وهذا يمنحهما التميز وامتلاك حقوق النشر للانفوجرافيك الخاصة بهما، فلاحظت الباحثة استعانة بعض المواقع بالانفوجرافيك الخاص بوكالة فلسطين اليوم مع الإشارة إلى الموقع المصدر.

وترى الباحثة أن تميز الموقع في استخدام الانفوجرافيك يتطلب قسماً خاصاً بتصميم الانفوجرافيك، وهذا ما أظهرته دراسة Murray Dick & Pablo medina، التي أظهرت أن إنتاج انفوجرافيك يمتاز بالتفاعلية على صحيفة نيويورك تايمز يلزم إنشاء إدارة خاصة بذلك، هذا علاوة على الجهد، والوقت اللذين يلزمان لتصميم انفوجرافيك.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

1. اهتمام مواقع الدراسة بفن الانفوجرافيك، وإن اختلفت درجة اهتمامها وشكل الاهتمام.

2. اهتمت مواقع الدراسة بالعناصر المرئية بنسبة (70.69%) والعناصر المقروءة بنسبة (29.31%)، وتصدر موقع شبكة

http://eshwamin.blogspot.com/2015/04/0152 متوفر على /blog-post_4.html

16. Ella Davidson, A Brief History of Infographics and Data Visualization, inspirationfeed website, 22nd Feb., 2012, retrieval at: <http://inspirationfeed.com/articles/design-articles/a-brief-history-of-infographics-and-data-visualization>

17. ابراهيم الشوامين، مرجع سابق، متوفر على http://eshwamin.blogspot.com/2015/04/blog-post_4.html

18. Maryam Salami & Amir Mazaheri, The Use of News Graphics and Infographics in Iran's Modern Public Relations, the Asian conference on media and mass communication official conference proceedings – japan: Osaka, 2011, p. 27

19. Visually, History of Infographics, retrieval at: <http://visually.ly/history-of-infographics>

20. Laura Mol, The Potential Role for Infographics in Science Communication, Master Thesis Communication Specialization, Vrije University: Amsterdam, 2011, p. 15

21. محمود شلتوت، فن الانفوجرافيك بين التشويق والتحفيز على التعلم، موقع انفوجرافيك عربي، 26 أغسطس 2015، متوفر على الرابط /arinfographic.net/?p=1198

22. Waralak Siricharoen, Op. Cit. , p. 169

23. Marco Giadina & Pablo Medina, Op. Cit. , p. 247

24. Maryam Salami & Amir Mazaheri, Op. Cit. , p.26

25. انظر إلى: - محمود شلتوت، فن الانفوجرافيك بين التشويق والتحفيز على التعلم، موقع انفوجرافيك عربي، 26 أغسطس 2015، متوفر على الرابط /arinfographic.net/?p=1198 / Daniel Adams, Op. Cit., retrieval at: <http://www.instantshift.com/2011/03/25/what-are-infographics-and-why-are-they-important>

26. mark Smicklas, The Power of infographics, 30th Sep. 2011, retrieval at: <http://www.slideshare.net/msmicklas/the-power-of-infographics?related=1> Danny Ashton, The 8 Types of Infographic, 25th Feb. 2013, retrieval at: <http://neomam.com/blog/the-8-types-of-infographic>

27. Brandy Thatcher & Mehdi Zadeh, An Overview of Infographics, 14th Nov. 2012, retrieval at: <http://www.slideshare.net/ICCTLC2/an-overview-of-infographic-sv5-0-15179863>

28. Waralak Siricharoen, Op. Cit. , p. 169

29. Baun Dur, Op. Cit. , p8-9

30. Marco Giadina & Pablo Medina, Op. Cit. , p. 247

31. موقع ويكيبيديا، متاح على الرابط: <https://en.wikipedia.org/wiki/Infographic>

وتصميمه، إضافة للاستفادة مما توفره التكنولوجيا الحديثة من إمكانيات في مجال تصميم الانفوجرافيك.

المصادر والمراجع:

1. Banu İnanç Uyan Dur, Interactive Infographics on The-Internet, Online Journal of Art and Design, volume 2, issue 4, 2014, p2

2. Wikipedia, Infographic, retrieval at: <https://en.wikipedia.org/wiki/Infographic>

3. Mike Parkinson, The Power of Visual Communication, retrieval at: <http://www.billiondollargraphics.com/infographics.html>

4. Daniel Adams, What Are Infographics and Why Are They Important?, Instantshift Website, 25th March 2011, retrieval at: <http://www.instantshift.com/2011/03/25/what-are-infographics-and-why-are-they-important>

5. Waralak Siricharoen & Nattanun Siricharoen, How Infographic Should be Evaluated?, The 7th International Conference on Information Technology, Jordan: Amman, Volume: ISSN 2306-6105

6. Murray Dick, Interactive Infographics and News Values, Digital Journalism, Volume 2, issue 4, 2014, page 490-506

7. Banu İnanç Uyan Dur, Op. Cit. , Pages: 1-14

8. Marvin Milatz, Moving Graphics: The Effects of Interactive Infographics on Media Users' Recall Accuracy, Master's Thesis, Erasmus mundus master journalism: Media and Globalization, 2013

9. Waralak Siricharoen, Infographics: The New Communication Tools in Digital Age, The International Conference on E-Technologies and Business on the Web (EBW2013)- Thailand page 169- 174

10. Marco Giadina and Pablo Medina, Information Graphics Design Challenges and Workflow Management, International Conference on Communication Media Technology and Design " ICCMTD", 9-11 May 2012. Istanbul- Turkey

11. Li, Y., How to Generate Readers from Infographics in A Networked Society, 2010, retrieval at: <http://goo.gl/WglqMV>

12. سمير حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، ط2 (القاهرة: عالم الكتب، 1995م) ص 131.

13. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 1992م) ص 93.

14. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 2000م) ص 220

15. ابراهيم الشوامين، فن الانفوجرافيك، مدونة شخصية، منشور في 5 أبريل