

# الأنفوجرافيك واستخداماته في تسويق الخدمات الإلكترونية لأنشطة العلاقات العامة

## تحليل دلالي

د/ محمد محفوظ الزهري \*

### مقدمة

يدعون رب العزة سبحانه وتعالى الى اعمال الفكر والتأمل واطالة البصر في آياته ومخلوقاته لأهمية نعمة البصر، في حياة البشر لأنها المدخل الطبيعي للمعرفة الحقيقية المبنية على اليقين، فيقول سبحانه وتعالى ( أَقْلًا يَنْظُرُونَ إِلَى الْإِبْلِ كَيْفَ خُلِقَتْ {17} وَإِلَى السَّمَاءِ كَيْفَ رُفِعَتْ {18} وَإِلَى الْجِبَالِ كَيْفَ نُصِبَتْ {19} وَإِلَى الْأَرْضِ كَيْفَ سُطِحَتْ {20} فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ {21} )<sup>1</sup>. ولأهمية البصر ورد ذكره في العديد من الآيات القرآنية منها ( قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ )<sup>2</sup> ولذلك فقد عاب القرآن الكريم على أولئك الذين لا يستخدمون البصر ولا يوظفونه للوصول الى الحقيقة ( أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَنُوكُونَ لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آذَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِن تَعْمَى الْقُلُوبُ الَّتِي فِي الصُّدُورِ )<sup>3</sup>.

والأنفوجرافيك هو نوع من الاتصال البصري القائم على التصور للمعلومات التي تستخدم التصميم الجرافيكي لتعزيز القدرة البشرية لتحديد الأنماط والاتجاهات. ويستخدم شعبياً لدعم انتشار المعلومات. والتعبير البصري مألوف لنا فهو من الاستعمالات الشائعة، ومن الوسائل الأساسية لتشكيل الصورة العقلية ومعالجتها في الحياة العادية، والأشكال البصرية مهمة لتمثيل المعرفة ليس فقط بوصفها أدوات ارشادية وتربوية لكن بوصفها سمات تربط بين التفكير والتعلم، وهذا ما يظهر في فن الأنفوجرافيك بصورة واضحة<sup>4</sup>.

وبدأ استخدام الأنفوجرافيك في السنوات القليلة الماضية كشكل توضيحي لتقديم المعلومات ، ويعد الأنفوجرافيك من أهم الوسائل الترويجية التسويقية الفعالة لأنشطة العلاقات العامة عبر المواقع الإلكترونية للوزارات والشركات لتكوين صورة شاملة عن المعلومات والبيانات وإيصال الرسالة الدالة على تنوع الخدمات عن طريق الرسوم البيانية والمرئيات التي أصبحت شريان الحياة الذي يروي نشاط الشركات حيث تأتي بالأدوات البصرية لمعالجة الحمل الزائد من المعلومات وجذب انتباه الجمهور.

\* أستاذ مساعد بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة جنوب الوادي بقنا.

والآن تتنافس المؤسسات الحكومية والخاصة على تخصيص مواقع لها على شبكة الإنترنت ليكون لها موطئ قدم تتواصل من خلاله مع الجمهور اينما كان لأنه وسيلة سريعة الانتشار وقليلة التكلفة من خلال رسوم وصور الانفوجرافيك والتي أصبحت تحظى بأهتمام متزايد من قبل الجمهور فرسالة الانفوجرافيك المعدة بتقنيات متطوره وبأساليب متنوعة تجعل المعلومات سهلة ومبسطة بأقل جهد.

كما يشهد العالم كمية هائلة أكثر تراكمًا من الناحية المعلوماتية، يمكننا أن نلاحظ المزيد من البيانات والرسوم البيانية والتصاميم الانفوجرافيك التي تلعب دورا مهما وفعالا في تبسيط هذه المعلومات وسهولة قراءة هذه الكميات الهائلة من البيانات المعلوماتية وجعل هذه البيانات أكثر سلاسة في قراءتها وإدراكها مع المقدرة على تحليل هذه البيانات بأسلوب جميل وجذاب وملفت للنظر. وقد برهنت التصاميم الانفوجرافيك على فعاليتها كوسيلة مرئية ترمي إلى تبسيط المعلومات وتسهيل قراءة كم هائل من البيانات. باستعمال الألوان والأشكال والخطوط<sup>5</sup>.

ويعد ظهور التسويق الإلكتروني E-Marketing كمفهوم حديث في ممارسة الأنشطة التسويقية عبر الإنترنت أو وسائل الاتصال الحديثة وهو جزء اساسي من أنشطة التجارة الإلكترونية حيث يعرف بأنه سلسلة وظائف تسويقية متخصصة ومدخل شامل لا يقتصر على المتاجرة بالسلع والخدمات وإن كان يستخدم التقنيات الرقمية كرافعة لتحسين أداء المنظمة بشكل عام<sup>6</sup>.

ولأن التسويق الإلكتروني عبر مواقع الوزارات والشركات له فوائد كثيرة تتمثل بسهولة الأتصال والتعامل بين الوزارات والمصالح والهيئات وبين الجمهور لتقليص الجهد والوقت والسرعة في تقديم المعلومات، لذلك لجأت تلك المؤسسات الي استخدام احدث واقوي استراتيجيات التسويق الإلكتروني وهو الانفوجرافيك الذي يعد من أهم الوسائل الترويجيه التسويقيه الفعاله لتكوين صورة شاملة ينتج عنها مبادرة تسويقية كاملة وإيصال الرسائل الدالة علي تنوع الخدمات السياحية عن طريق الرسوم البيانية والمرئيات .

وفي السنوات الأخيرة، ازداد استخدام الانفوجرافيك بصورة كبيرة عبر شبكة الإنترنت، فالكثير من المواقع والمدونات الإنجليزية والعربية أصبحت تخصص تصنيفاً منفصلاً للانفوجرافيك، وبات لدينا آلاف الانفوجرافيك المنشورة على هذه المواقع، هذا بخلاف المواقع المتخصصة.

ونحاول من خلال هذه الدراسة تحليل الانفوجرافيك بالوزارات والمصالح والشركات عبر مواقعها الإلكترونية وفقاً لمكوناتها الرئيسية من خلال العنصر البصري والذي يتضمن استخدام الألوان والرسوم والأشكال والصور، والعنصر النصي ويتضمن الكلمات والنصوص المكتوبة.

### مشكلة الدراسة:

انتشر فن الأنفوجرافيك في الأونة الأخيرة بصورة كبيرة عبر المواقع الالكترونية للوزارات والشركات والمؤسسات وعبر المواقع الاجتماعية والذي يستخدم الادوات الاتصالية المتعددة لتحقيق التأثير وجذب انتباه المتابع.

ويمكن صياغة المشكلة البحثية في التساؤل التالي: ما الدور الاتصالي للأنفوجرافيك على المستوى البصر من حيث اللون والرسم والشكل والتصميم، وعلى المستوى اللساني من حيث النصوص والكلمات؟.

### أهداف الدراسة:

الهدف العام من الدراسة التعرف على اوجه استخدام الوزارات والشركات والمصالح المختلفة للأنفوجرافيك والمهارات الاتصالية المستخدمة على مستوى العنصر البصري ( اللون-الشكل - الرسم البيانية والصور ) وعلى مستوى النصوص المكتوبة.

### أهمية الدراسة:

- 1-تعتبر أول دراسة عربية على حد علم الباحث تحلل الأنفوجرافيك في مجالات متعددة تحليل دلالي من خلال العناصر البصرية ( لون - شكل - رسم - صور) واللسانية (كلمات).
- 2- هذه الدراسة أضافة للمكتبة البحثية لأنها تقدم مادة معرفية حول التحليل الدلالي للأنفوجرافيك وأستخداماته المعرفية في تسويق الخدمات والمعلومات.
- 3--يمكن من خلال هذه الدراسة فتح باب البحوث في مجال التحليل السيميائي والدلالي لأستخدامات الأنفوجرافيك.
- 4- زيادة أهتمام الوزارات والمصالح والهيئات والشركات في تقديم المعلومات والبيانات من خلال الأنفوجرافيك بأستخدام الرسوم والصور والأشكال, لذا توجد حاجة ملحة لمعرفة المهارات التواصلية المستخدمة في تبسيط المعلومات وآلية تقديمها للجماهير بشكل جذاب.
- 5-الدراسة تهتم بتحليل 20نموذجاً من نماذج الأنفوجرافيك المستخدمة في قطاع التعليم والصحة والسياحة والاتصالات.
- 6- محاولة أثراء الدراسات والبحوث التي اجريت في مجال الدراسات السيميائية أو الدلالية لما لها من دور مهم في التحليل الدلالي والتواصل البصري.

### الاطار النظري للدراسة:

- مفهوم الأنفوجرافيك.
- أنواع الأنفوجرافيك.
- مجالات استخدام الأنفوجرافيك ومميزاته.
- الأسس البنائية لتصميم الأنفوجرافيك.
- عناصر الأنفوجرافيك الناجح.
- الالوان ودلالاتها النفسية.

### أ- مفهوم الأنفوجرافيك:

مصطلح الأنفوجرافيك ما هو إلا تعريب للمصطلح الإنجليزي Infographic والذي هو أساساً دمج للمصطلحين Information وتعني معلومات وحقائق و GRAPHIC وتعني تصويري وبالتالي فهي تعني البيانات التصويرية ما يمكن أن يطلق عليها التصاميم المعلوماتية. والأنفوجرافيك بشكل عام يشير إلى تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى رسوم مصورة يسهل على من يراها إستيعابها بوضوح وتشويق دون الحاجة إلى قراءة الكثير من النصوص مما يوفر تواصل بصري فعال بين كل من المرسل والمستقبل.<sup>7</sup>

الأنفوجرافيك هو التجسيد البصري للمعلومات أو الأفكار سعياً لتوصيل معلومات معقدة لجمهور ما بطريقة تمكنهم من فهمها واستيعابها بسرعة حيث يمزج الأنفوجرافيك بين البيانات والتصاميم للمساعدة في التعلم البصري وتساعد هذه العملية في توصيل المعلومات المعقدة بطريقة يمكن فهمها بصورة أسرع وأيسر.<sup>8</sup>

فالأنفوجرافيك هو تواصل بصري بين المرسل والمتلقي من خلال الرسوم والأشكال والصور التصاميم الثابتة أو المتحركة التي تقدم المعلومات والبيانات بطريقة يسهل على من يراها استيعابها وفهمها بسهولة ووضوح.

### ب- أنواع الأنفوجرافيك:

تتعدد أنواع الأنفوجرافيك المستخدمة في عالم الويب والتصميم ويوجد نوعان من تصاميم الأنفوجرافيك وهي ان يكون ثابتاً او متحركاً ، فهناك من يقوم بتصميم إنفوجرافيك ثابت ويقصد به صورة فيكون دعائية و لكن ثابتة اما ان تطبع او توزع و في الغالب يكون محتواها يشرح شئ ما ، و تعرض احصائيات او معلومات او بيانات ويغلب على هذا النوع ويكثر استخدامه اكثر من النوع الثاني المتحرك .

والنوع الثاني وهو المتحرك ويقصد به الفيديو والانيميشن و هذا هو الاكثر شيوعاً في متابعة الجمهور، ويعتبره المصممين انه من الاعمال اللطيفة و ليست السهلة و لكن تعطيك الفرصة و الاحساس للابداع لتحويل البيانات والمعلومات الى فيديو تفاعلي بطريقة ذكية وجميلة خصوصاً مع اتجاه كثير من مستخدمي الويب الي مشاهدة الوسائط اكثر من المقالات المكتوبة او البيانات او المعلومات الانشائية.<sup>9</sup>

### ج-مجالات استخدام الأنفوجرافيك ومميزاته:

يستخدم الآن الأنفوجرافيك في جميع مجالات الحياة : كالتعليم والتسويق والتوعية وحماية البيئة والجوانب الإنسانية والترفيه والموضوعات الدينية وغيرها.

وفي الكثير من الأحيان يصيب المستخدم نوع من الملل عند قراءة المقالات الطويلة، خصوصاً إذا تضمنت مجموعة واسعة من المعلومات، وبالتالي لن يكون بمقدور الكثير من المستخدمين فهم أو استيعاب المقال للنهاية، فالمستخدم يريد المعلومات بصورة مباشرة وواضحة دون الحاجة لبذل المزيد من الجهد والتركيز لفهمها، وبالتالي فإن طبيعة الأنفوجرافيك تساهم في التغلب على هذه المشكلة حيث يُمكن استخدامه لإيصال فكرة معينة ومعقدة بكل بساطة وسهولة، كما أن تحويل المعلومات على هيئة إنفوجرافيك سيوفر الكثير من الوقت على القارئ، فغالباً يتم اختصار المعلومات عبر الأنفوجرافيك إلى أبسط حد ممكن والاحتفاظ بالمعلومات الهامة فقط.

### د-الأسس البنائية لتصميم الأنفوجرافيك:

ويعرف التصميم بأنه التخطيط والتدبير لأحتياجات الإنسان ومتطلباته وقد تكون هذه المتطلبات على هيئة معلومات يتبادلها عقل المصمم ويرتبها ويصنفها ليؤهلها لعملية التحول إلى صورة أخرى يسهل معها اتخاذ القرارات التي تكون على هيئة حلول (مخرجات)، وهذه العملية الذهنية أساس عملية ابتكار التصميم قبل عملية الإنتاج، لذا فالتصميم يعد عملية اختيار وترتيب لمجموعة من العناصر والمفردات بهدف تطوير فاعلية الاتصال المرضي<sup>10</sup>.

إدوات التصميم الجيد:

-صحة المعلومات ووحدة الموضوع: حيث يجب أن تدور جميع عناصر الأنفوجرافيك حول موضوع واحد. كما لا بد من وضع عنوان بارز وواضح مع التأكد من صحة البيانات المذكورة وحدائتها إضافة إلى خلوها من الأخطاء الإملائية والنحوية.

-بساطة التصميم: بحيث يكون التصميم سريع القراءة وسهل الفهم والا يتضمن كمية كبيرة من المعلومات في انفوجرافيك واحد.

-الالوان المناسبة: بحيث يتم اختيار الالوان المناسبة للمعلومات النصية والمصورة وكذلك الخلفيات.

-بيانات المصمم : بحيث يتم تسجيل أسم مصمم الأنفوجرافيك وبيانات التواصل معا لتسهيل عملية التواصل معه عند الحاجة ولحفظ حقوق التصميم.

## الأنفوجرافيك واستخداماته في تسويق الخدمات الإلكترونية لأنشطة العلاقات العامة

-التوازن : حيث أن توفر التوازن في تصميم الانفوجرافيك يعطيه مزيداً من الأستقرار البصري الذي يمنع بروز أحد العناصر بشكل مخل ولعل الذكاء في استخدام المساحات البيضاء هو عنصر هام في تحقيق التوازن فهي تريح العين وتتيح فرصة أكبر لوضوح العناصر وتمايزها.

التدرج : إنشاء التسلسل الهرمي في العناصر المرئية يساعد القراء على معرفة أين هي أهم المعلومات وهذا يعنى تحديد حجم ومعالجة مختلف العناصر.

العنوان الرئيسي : يكون مكتوباً بأكثر مقاس للخط الذى استخدمه.

العناوين الفرعية : تكون بنفس نوع الخط.

التوجيهات والإرشادات : لا يلزم أن تكون على هيئة نصوص بل يمكن استخدام الأسهم أو أى رسوم أخرى.

محتوى النص: عادة ما يكون ينسق مختلف عما تم استخدامه في العناوين الرئيسية والفرعية ويكون بخط أصغر.

النصوص التفاعلية تكون بخط مختلف يميزها لكل روابط صفحات الويب .

عناوين الرسوم : تكون بنفس مقاس النص المكتوب ولكن بخط مختلف .

-الوحدة والتوائم : ونعنى به أن تتسجم العناصر مع بعضها في التصميم من حيث الألوان والخطوط والخلفيات والحجم وغيرها وقد يتحقق الأمر بسهولة فيما لو قام بالتصميم شخص واحد فقط ولكن عادة ما يشترك عدد من الأفراد في عمل تصميم متكامل فأحدهم ينسق المحتوى والأخر يصمم الايقونات والأخر يجمعها.

-تناسب الأجزاء: على المصمم أن يكون دقيقاً في تمثيل الأرقام وأما تكون صحيحة وتتناسب مساحة التمثيل بالقيم العددية<sup>11</sup>.

### ه-عناصر الانفوجرافيك الناجح:

-التفكير البصري -البناء الفني -الألوان.

1-التفكير البصري: يعبر التفكير البصري عن مهارة الفرد علي تخيل فكرة أو معلومة ما وعرضها باستخدام الصور والرسوم بدلاً من كثير من الحشو الذي نستخدمه مع الآخرين وقد اظهر التمثيل بالأشكال البصرية عديداً من الفوائد التي أوضحت أهمية التفكير البصري عن غيره من انواع التفكير الأخرى ومنها :

-القدرة على رؤية العلاقات الداخلية المكانية للشكل المعروف .

-القدرة على اكتشاف العلاقات النسبية ضمن جسم الشكل المعروف .

## الأنفوجرافيك واستخداماته في تسويق الخدمات الإلكترونية لأنشطة العلاقات العامة

تنمية مهارات الاستدلال. وهذه الفوائد يجب أن ينتبه لها المصمم ويوظفها توظيفاً جيداً عندما يخطط للإنفوجرافيك لأنها تساعد على إيجاد علاقات قوية بين الأشكال الممثلة فيه<sup>12</sup>.

2- البناء الفني : لن تكتمل الصورة بدون أن يكتمل الضلع الثاني من الأضلاع الثلاثة لتصميم إنفوجرافيك ناجح حيث يمثل الضلع الثاني البناء الفني والجماليات الموجودة لأي تصميم ناجح وهو معرفة مفهوم التصميم وعناصره وأسس التصميم الجيد .

3- الألوان وتأثيرها:

ويتحدد اللون من خلال معايير أو قيم نستطيع من خلالها تمييز الألوان وهي :-

-صفة اللون : هي الصفة التي نميز ونفرق بها بين لون واخر، أحمر، أخضر، برتقالي، أزرق، فعند مزج لونين أحمر وأصفر ينتج برتقالي وهذا تغير في صفة اللون .

-القيمة : تعرف بأنها العلاقة بين اللون المضيء واللون المعتم ، بمعنى أخضر فاتح أو أخضر غامق وتتخذ بدورها قيما مختلفة باتجاه الاضاءة أو التعقيم .

-الاشباع : وتمثل الدرجة التي يتصف بها اللون من ناحية عدد الذرات اللونية في المساحة (نقاء الضوء) التي تحدد بقدر اختلاطه بالأبيض والأسود<sup>13</sup>.

### و-الألوان ودلالاتها النفسية:

للألوان دلالات نفسية واجتماعية وثقافية متعددة حسب طرق استخدامها وموقعها حيث أنها تدل علي بعض المعاني الخاصة وتعطي تأثيرات ثابتة :

فاللون الأبيض مثلاً : هو لون يجمع الألوان جميعاً ، وهذا اللون استخدم دائماً للتعبير عن النصر والطهارة وهو يوحي بالغبطة والسلام، ومعناه في اليونانية السعادة والمرح.

الأسود : فهو عكس الأبيض تماماً ، فهو لون الحداد والسلم والبؤس والتشاؤم .

الأصفر : لون أساس يمثل أحياناً الغش والخداع.

الأحمر : لون أساسي وهو يدل علي القسوة والثورة والغضب والإثم والخطر، ويثير الغرائز ، والدم والحروب .

البنفسجي :لون الطغيان والسلطان والحب مع الحكمة وهو لون له دلالات مختلفة فعندما يختلط مع الأبيض أو الأسود فإنه يبدو تشاؤمياً فيه معني الموت والجود.

الأخضر : هو أكثر الألوان تنوعاً ويمكن الحصول عليه في اماكن مختلفة ، وقد فضله الفنانون دائماً علي جميع الألوان، وهو يرمز إلي النبل والأمل والحياة الزاهية.

الأزرق : فهو ثالث الألوان الأساسية وهو لون نبيل ، ويرمز إلي الصدق والحكمة والخلود والاخلاص والثبات<sup>14</sup>.

وجميع الالوان التي استخدمها الفراعنة على جدران المعابد ضعف بريقها وبهتت الوانها ما عدا اللون الازرق ما زال يحتفظ بتميزه عن باقي الالوان رغم مرور الأف السنين.

### نظرية بناء المعنى:

منظم النظرية “جورج هربرت ميد”<sup>15</sup> رأى أن المقدره على الاتصال بالآخرين تعتبر مفتاحاً لأفكار الفرد، ويستطيع أن يتعلم أيضاً كيف يتوقع تصرفات الآخرين وما سوف يعتبرونه سلوكاً مقبولاً اجتماعياً ويرى ولترلييمان أن الناس يتصرفون ليس على أساس ما يحدث أو ما قد وقع فعلاً، ولكن على أساس ما يعتقدون انه الموقف الحقيقي، وهذا الموقف حصلوا عليه من الصور التي نقلتها لهم الصحف، وهي معان وتفسيرات ليس لها في الغالب سوى نصيب محدود مما حدث فعلاً، وهذا من الممكن أن يؤدي إلى سلوك لا علاقة له بحقيقة ما يجري في الواقع الحقيقي . واستفاد الباحث من هذه النظرية بأن الشكل والرسم والصورة التي يقدم من خلالها الأنفوجرافيك وبأستخدام الالوان يعطى معنى ودلالة لدى المتابع وتختلف التفسيرات من شخص لأخر.

### الدراسة السابقة :

من خلال البحث والمتابعه يتبين أن الاهتمام البحثي بالأنفوجرافيك لم يبدأ الا خلال السنوات القليلة الماضية وتقريباً عام 2009 وسيتم عرض تلك الدراسات المتاحة من الأحدث الى الأقدم.

### 1- Siricharoen. W.v (2017) Infographic utility in accelerating<sup>16</sup> better health communication

تؤكد الدراسة على أن الأنفوجرافيك إداة مفيدة في الاتصال الصحي من خلال المشاركة في تقديم الرسوم البيانية المناسبة التي تساعد على زيادة الوعي بالرعاية الصحية، كما يتبين انه يمكن أستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي وغيرها من وسائل الاتصال الجديده فرسائل الأنفوجرافيك التي تقدم من خلال تلك الوسائل تعمل على زيادة إدراك الجمهور لقيمة الرسالة وأهميتها.

### 2- Kruikemeier Hanns and Smit Lecheler G van der nat (2017) 17when



### Does an Infographic Say More Than a Thousand Words?: Audience evaluations of news visualizations

تتساءل الدراسة متى يكون الأنفوجرافيك أكثر من ألف كلمة؟. يتبين من الدراسة انه في السنوات الأخيرة أصبح استخدام الرسوم البيانية للأخبار لها شعبية متزايدة وذلك من خلال قياس تتبع العين التي تقيس استخدام المستهلكين للأخبار والعناصر المرئية, كما تبين أن الأخبار المزودة برسوم تم دمجها بشكل متنسق يسهل فهمها واستيعابها بسهولة .

### 3- Lopez.M.T and Nogueira.A. (2017<sup>18</sup>) Infographics as a mnemonic structure: Analysis of the informative and identity components of infographic online compositions in iberic newspapers

يتبين من الدراسة أن الصحف تستخدم الرسوم البيانية كهدف تذكيري للمعلومات ولتحقيق العديد من أطر للتذكر الأحداث, وتم إجراء دراسة تحليلية على مدى أسبوعين لمعرفة تذكر الجمهور للإخبار ووضوحها وسهولة القراءة من خلال تحليل رسوم الأنفوجرافيك للإخبار والأحداث المستخدمة, وتعكس النتائج التأثير الحسي والوجداني والربط بين الأحداث نتيجة استخدام الصحف للرسوم البيانية.

### 4- Singh, N., Jain, N (2017) <sup>19</sup> Effects of infographic designing on image processing ability and achievement motivation of dyscalculic students

تهدف الدراسة إلى معرفة تأثير تصميم الأنفوجرافيك على فهم الطلاب للصور والعمليات الحسابية, وتم إجراء الدراسة على 48 طالباً من طلاب المدارس الابتدائية, كما تهدف الدراسة إلى معرفة تأثير النوع (ذكور – إناث) على تقبل الصور الأنفوجرافية, وتبين من الدراسة أن تأثير التعرض للأنفوجرافيك يقدم تمارين مفيدة للدماغ تعمل على تحفيز شبكة من الاتصالات العصبية داخل العقل, كما أن معالجة اللغة الرقمية تقلل من الصعوبات المعرفية التي ترتبط مع عملية تعلم الرياضيات والقدرة على معالجة الصور, كما تبين عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في فهم الصور والرسوم .

### 5- DAuria Cemoli,L and others . (2017) <sup>20</sup>Infographic modeling based on 3D Laser surveying for informed universal design in archaeological areas:the Case of oppidum of the ancient city of Tusculum

تقدم الدراسة تصور لنموذج انفوجرافي يعتمد على صورة لمسح ليزر ثلاثي الأبعاد لمكان أثري, وقد ركز هذا النموذج على الأرض والبناء من أجل السيطرة والتحكم في المكان وتبسيط الشكل الأثري لتقدمه من خلال نموذج للمحاكاة يركز على المناظر الطبيعية للأشخاص الذين يعانون من صعوبة التنقل والحركة لمعرفة السياق التاريخي والطبيعي, وتبين من الدراسة امكانية التحقق من امكانية تصميم موقع آخر في الظروف الحقيقية للموقع .

6- Batini actis R and Cabitza Locoro A-6 ( 2017 static and interactive <sup>21</sup>) Infographics in daily tasks:A value-in-use and quality of interaction study

تهدف الى دراسة تفاعلية الرسوم البيانية الثابتة في المهام اليومية وقيمة الاستخدام, وتم دراسة ثلاثة رسوم بيانية لأنماط عامة تضم ( الطقس-الدراسة-العمل ) وتم اجراء دراسة على مجموعتين, وتبين من الدراسة أن جود الانفوجرافيك يتوقف على جودة التصميم وبساطة المعلومات.

7- Nenden sekar Arum (2017) <sup>22</sup> infographic not beautiful visualization university of Birmingham

تبين من هذه الدراسة التي اجرت في جامعة برنجهام أن الانفوجرافيك ليس من السهل تصميمه من قبل شخص عادي ولكن تصميمه يحتاج الى شخص متخصص يستطيع أن يقدم رسم بياني يمكن أن يسهل ويبسط تقديم المعلومة إلى الجمهور, فالانفوجرافيك الذي يتم تصميمه بشكل غير لائق يسبب تأثير سلبي على فهم الجمهور للمعلومات, كما يتبين أن بعض رسوم الانفوجرافيك المزودة بمعلومات قيمة ولكنها مصممة بشكل اقل جاذبية في التصميم فهي أقل جاذبية للجمهور بسبب التصميم الغير لأثق, ولذلك فإن الانفوجرافيك الجيد هو الذي يعتمد على التصميم الجيد ويعالج الرسوم البيانية بشكل منهجي ويعالج البيانات بشكل ايجابي, كما يتبين ان معالجة البيانات بشكل مناسب يمكن أن يجعل الرسوم البيانية أداة قوية في تقديم المعلومات ونقل الأشياء لجعلها اكثر فهما للجمهور, وتشتترط الدراسة تقييم الانفوجرافيك قبل ان يتم توزيعه او نشره لضمان الجودة.

8- AR-based value-added<sup>23</sup> (2017) Mahmoudi, M.T., Mojtahedi, S., Shams, S. visualization of infographic for enhancing learning performance

تركز الدراسة على دور الانفوجرافيك في تعزيز أداء التعلم القائم على الواقع من خلال التركيز علي وسائل الإعلام التعليمية والترفيهية التي يمكن أن تلعب دوراً هاماً في نقل القضايا المعقدة لأغراض التعليم, ويتبين أن للانفوجرافيك دوراً في جذب

انتباه الجمهور بتركيزه على النص والصورة والرسم, كما يتبين أن الرسم البياني القائم على تحسين أداء التعلم له تأثيره على المشاركين.

9- Assessing Attitudes Toward Content and Design <sup>24</sup>(2017)  
Zhang, Y in Alibaba's Dry Goods Business Infographics

تهدف الى دراسة اتجاهات الجمهور تجاه الرسوم البيانية المستخدمة في التسويق التجاري, ويتبين من الدراسة أن الجمهور يفضل الرسوم البيانية المدعمة بالبيانات, وتقترح عند تصميم الرسوم البيانية ضرورة مراعاة المحتوى وسهولة الاستخدام وضرورة مراعاة العنصر البصري العام.

10- Which design components of nutrition <sup>25</sup>(2016)Wansink, B,  
Robbins, R Infographics make them memorable and  
compelling?

تتناول الدراسة ماهي مكونات التصميم التي تجعل من الانفوجرافيك خدمة لا تنسى, يتبين من الدراسة على ثلاثة مجموعات من البالغين من طلاب الجامعات والعاملين بها أن اللون الأسود والأبيض يثير روح الدعابة في الشكل كما ان بساطة العناوين والعناوين الموجهة نحو العمل المحدد تجعل الرسوم البيانية خدمة لا تنسى ومقنعة لدى المتابع .

11- A New approach <sup>26</sup>(2016)Pinar Nuhoglu kibar and Buket  
Akkoyunlu To equip students with visual Literacy skills:use  
of infographics in education

في عالم اليوم البصري أكثر من أي وقت مضى، أصبحت مهارات القراءة والكتابة البصرية أكثر أهمية للمتعلمين. ولذلك فإن تعليم ومحو الأمية البصرية يساعد الطلاب على تفسير وسائل الإعلام المرئية ويصبحون أكثر قدرة على التعلم والفهم في التعليم, واجريت الدراسة على 64 معلماً, وتبين أهمية استخدام الرسوم البيانية كأداة للتعلم والتي يمكن من خلالها الاحتفاظ بالمعلومات المكتسبة لفترة أطول من الطلاب الذين لا يستخدمون الرسوم البيانية فهي تدعم التعليم القوي, وتطالب الدراسة بعدم اقتصار التعليم على استخدام الرسوم البصرية بل تطالب الصحف باستخدام الرسوم البيانية لتعميم هذه الثقافة بين العامة.

12- Infographics for educational purposes: Their <sup>27</sup>  
(2016)Yıldırım, S. structure, properties and reader  
approaches

الرسوم البيانية للأغراض التعليمية: هيكلها، وخصائصها، فالرسوم البيانية هي واحدة من البيانات التعليمية الجديدة المستخدمة لتوفير المعلومات لقراءها بطريقة مرئية. فتصميم الرسوم البيانية لتوفير المعلومات لقراءها باستخدام مختلف الصور مثل النصوص والصور والرسومات والرسوم البيانية، والرسوم البيانية التي بدأت تنتشر على نطاق واسع في الأنشطة التسويقية للمنظمات التجارية والبيئات التعليمية، وتم إجراء الدراسة على 64 مفردة من طلاب جامعة اتاتورك من الذين يتابعون الرسوم البيانية، وتبين من نتائج الدراسة أن الرسوم البيانية مفيدة ويفضلون استخدامها في عمليات التعلم الأساسية بل أن الرسوم البيانية تعتبر واحدة من المواد التعليمية الأساسية بل انها تجعل التعلم أكثر استمراريته.

13- Sun, Q., Chen, R., Chen, C.(2016)<sup>28</sup> Exploration into teaching construction of infographic design in the context of interaction

تهدف إلى دراسة تصميم الانفوجرافيك في عملية التدريس، فالتصميم عملية متكاملة مع المعلومات والاتصالات البصرية ولا بد ان يراعى عند تصميم الانفوجرافيك انه يمر بالعديد من المراحل من حيث التعبير عن المعلومات وتحديد الاتصالات، وجوهر التصميم هو التفاعل وضرورة نقل المعلومات عبر الانفوجرافيك بكفاءة، كما يجب أن يراعى التصميم ثلاثة عناصر هي العواطف والتفكير والعمل، ويمكن التحقق من ذلك من خلال وسائل الإعلام التفاعلية والوسائط المتعددة والتكنولوجيا الافتراضية.

14- Szołtysik Processes of creating infographics for data visualization (2016)<sup>29</sup>

هذه الورقة البحثية لمحة موجزة عن عملية إنشاء الرسوم البيانية لعرض مرئي للمعلومات لاكتشاف ما يحفز الناس على تصميم الرسوم البيانية وما هي مكونات العملية الإبداعية وما هي الاتجاهات المستقبلية في دراسات تصميم الرسوم البيانية.

15- Interactive infographics in German online newspapers (2016)<sup>30</sup> Zwinger, S.

تهدف إلى دراسة الرسوم البيانية التفاعلية في 5 صحف المانية على الانترنت، وتبين من الدراسة أن الصحف تستخدم الرسوم البيانية التفاعلية وبشكل متزايد في الصحف الإلكترونية الألمانية وخاصة في الصحف التي تعتمد على البيانات، وتبين انها تستخدم أدوات قوية في تمثيل المعلومات المعقدة، وأن بعض المستخدمين غير مألوفين مع الرسوم البيانية التفاعلية.

16- دراسة محمد شلتوت (2016) بعنوان الانفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج ويقول المؤلف أنه أول كتاب عربي في مجال الأنفوجرافيك ويحتوى الكتاب على خمسة موضوعات, الموضوع الأول عن التفكير البصري, والثانى عن التصميم, والثالث عن الألوان وتأثيراتها, والرابع الانفوجرافيك في سطور, والخامس الأنفوجرافيك في التعليم.<sup>31</sup>

17- Preferences of knowledge users for two (2015)<sup>32</sup> Crick, K., Hartling,L formats of summarizing results from systematic reviews: Infographics and critical appraisals

تهدف الدراسة إلى مقارنة أوجه المعرفة التى تقدم في حالات الطوارئ بين المعلومات التى يتم صياغتها بشكل رسوم بيانية والأخر تقدم المعلومات كما هى, وتم اجراء الدراسة على 64 من أعضاء الشبكة الوطنية لحالات الطوارئ بالولايات المتحدة الأمريكية, وتضم الباحثين والأطباء والعاملين المهتمون بالرعاية الصحية, وتبين من الدراسة أن 68% من الأطباء و67% من الممرضات و51% من العاملين يفضلن الرسم البيانى, وأشار المبحوثين إلى أن الرسم البيانى سيكون أكثر فائدة للمرضى ومقدمى الرعاية الصحية في المستقبل وأن الرسوم البيانية أكثر جاذبية لتلخيص الأدلة وهى أكثر وضوحا وأكثر قابلية للفهم.

18- Saraza Agudelo,L.M., Silva Cañaverl, S.J.(2015)<sup>33</sup> Interactive infographics A social and educational resource Infografías interactivas: Un recurso socioeducativo

تبين من الدراسة اعترافات مؤسسات التعليم العالى في كولمبيا انه في حالة إعداد الحملات البيئية ضرورة مراعاة الدور المعلوماتى للتصاميم التصويرية وتصميم وسائل الإعلام الرقمية وطريقة تعزيز الحملات الاجتماعية والتعليمية, وكان الهدف تنفيذ حملات بيئية من خلال الرسم البيانى التفاعلى وقبولها كطريقة سرديّة تسهل فهم المحتويات في العصر الرقمية.

19- Infographic aesthetics: <sup>34</sup> (2015)Harrison, L., Reinecke, K., Chang for the first impression Designing

أصبحت الرسوم البيانية وسيلة شعبية متزايدة لنشر البيانات وللحصول على انفوجرافيك جذاب وتم تقييم رأى 1278 مبحوثا بعد اطلاعهم على 500 رسم بيانى, وتبين من الدراسة أن الناس يشكلون الأنطباع الأول الموثوق به من الرسم البيانى

على أساس مجرد التعرض, وهذا الأنطباع الاول يعتمد إلى حد كبير على البعد البصري.

20- Bouquin, D., Epstein, H.-A.B.(2015)<sup>35</sup> Teaching Data

Visualization Basics to Market the Value of a Hospital

Library: An Infographic as One Example مع وجود حاجة ماسة

لإداء أمناء المكتبات في المستشفيات بدور ولتدريبهم على مهارات جديدة وأستخدام مجموعة متنوعة من تقنيات التسويق لأظهار قيمة برامجهم وخدماتهم, وتبين من الدراسة أن الانفوجرافيك والرسوم البيانية يمكن أستخدامها كأدوات تسويقية فعالة في مجال الطب اذا احتوى الانفوجرافيك على معلومات توضح قيمة مكتبة المستشفى والخدمات التي تقدمها للمتريدين.

21- Dick,M-(2015)<sup>36</sup> Just Fancy That: An analysis of infographic propaganda in The Daily Express, 1956–1959

ترى الدراسة أن ظهور الرسوم البيانية كظاهرة منتظمة بدأ في المملكة المتحدة في الاخبار لصحيفة ديلي اكسبريس في منتصف عام 1950, وتم نشر الروايات التحريرية وتم أستخدام الرسوم البيانية كأطار للبيانات الاحصائية في تلك الصحيفة عام 1956, وفي عام 1959 بدأ التحليل السيميائي الهيكلي, وتبين من الدراسة أن الرسوم البيانية في أخبار المملكة المتحدة كانت نتاج استخدام رسوم معبرة وقوية .

22- Dovison Rosemary (2014) <sup>37</sup>Using infographics in the Science

Classroom; Three investigations in which students present Their Results in infographics تهدف الدراسة الى معرفة استخدامات الانفوجرافيك في دراسة منهج الكيمياء من خلال أستخدام الرسوم البيانية لأنها تعطي بعداً أكثر من النص, فالرسوم البيانية تحفز الطلاب على تعزيز المعلومات الضرورية وتقديم الادلة وتستخدم هذه الطريقة بفاعلية في الفترة من سن الروضة الى الصف الثاني عشر وهي طرق لمعرفة ما يتم تمثيله ونقله بالكلمات والرسوم البيانية , والرسوم البيانية والصور والرموز والرياضيات , وتبين من الدراسة ضرورة استخدام الطلاب المخططات والخرائط والنماذج المجردة الأخرى كأدوات تمكنهم من تفصيل أفكارهم أو نتائجهم وتقديمها للآخرين, وتبين ان الدول الرائدة في التعليم تستخدم الرسوم والاشكال في تبسيط مناهجها الدراسية .

23- Sharing infographics on facebook: Motives <sup>38</sup> (2014) Thongmak.M.of youth,s behavior

والهدف من هذه الورقة البحثية هو معرفة مدى أقبال الشباب على الرسوم البيانية عبر الفيسبوك ومعرفة الجوانب المهمة للرسوم البيانية الجذابة، وتبين من الدراسة أن أهم جانبين حاسمين في الرسوم البيانية هما تصميمهما ومحتواهما، كما تبين أن التخطيط واللون والرسوم البيانية والخطوط والصور هو ضروري لجذب انتباه الشباب.

#### 24- Rosemary Davidson Using Info graphics in the Science Classroom<sup>39</sup> (2014): Three Investigations in Which Students present infographic

يتبين من الدراسة استخدام الرسوم البيانية في العلوم لا يقتصر فقط على تنفيذ بحوث مشاريع التخرج، ولكن أيضاً في تقديم نتائج أبحاثهم، ومن المهم دمج الفن في العلم، كما يتبين استخدام معظم الصحف والبرامج الإذاعية والمواقع الإخبارية هذه الرسوم البيانية لجذب الانتباه وتقديم المعلومات القابلة للاستخدام، وتقديم المعلومات المعقدة بسرعة وبشكل واضح، ودمج الكلمات والرسوم للكشف عن المعلومات والاتجاهات، هي أسهل للفهم.

#### 25- Infographics in the united Arab emirates newspapers<sup>40</sup> (2009) Bekhit E

في السنوات الأخيرة، زاد عدد الرسوم البيانية في الصحف الإماراتية بشكل عام. وتنشر الصحف أنواعاً مختلفة من الرسوم البيانية، ولكن ليس على أساس منتظم. وتناولت هذه الدراسة 180 قضية من ست صحف إماراتية، وأجرت استطلاعا مع 19 صحفياً رسمياً، و مقابلات مع رؤساء تحريرهم لاستكشاف الاستخدامات الحالية للرسوم البيانية، والعوامل التي تؤثر على استخدامها، وتصورات الصحفيين الرسامين للرسوم البيانية. وتبين من الدراسة أن الصحف الإماراتية لا تزال متخلفة في استخدام الرسوم البيانية ولا تستخدم جميع أنواع الرسوم البيانية. ويستعينون أساساً بمصادر خارجية للخدمات لحزم الرسوم البيانية أو الرسومات المستندة إلى الرسم التوضيحي. وليس لديهم أقسام منفصلة أو متخصصة في الرسوم البيانية. ونادراً ما يجمعون الرسوم البيانية مع القصص الإخبارية، وخاصة على الصفحات الأولى. كما يتم استخدام الرسومات المستندة إلى النوع بشكل متكرر أكثر من الرسوم البيانية والرسومات المستندة إلى الرسم التوضيحي. كما تبين من الدراسة وجود فرق كبير بين الصحف باللغة الإنجليزية والعربية في نوع الرسوم البيانية المستخدمة واستخدامها على الصفحة الأولى. ويرى الصحفيون أن الرسوم البيانية مكتملة للنص وليست جزءاً أساسياً من محتوى الصحيفة.

### التعليق على الدراسات السابقة:

1- يمكن تقسيم الدراسات السابقة التي اطلع عليها الباحث الى أربعة محاور: المحور الأول يتناول استخدامات الأنفوجرافيك في المجال الطبي والتعليم والصحف وفي مجال الكيمياء , واستخدام الشباب له عبر مواقع التواصل الاجتماعي , المحور الثاني يتناول تأثير الأنفوجرافيك في مجال التعليم والحياء اليومية وفي مجال الترفيه, المحور الثالث يوضح عدم بساطة تصميم الأنفوجرافيك ويتوقف نجاحه على قوة التصميم , المحور الرابع يتبين منه وجود كتاب عربي واحد تناول الأنفوجرافيك بشيء من التفصيل (2016) ودراسة واحدة عن استخدامات الصحف الاماراتية للأنفوجرافيك .

2- أكدت الدراسات الأجنبية على حداثة البحث في اوجه استخدام الأنفوجرافيك في العديد من مجالات الحياة وخاصة في التعليم والصحة والسياحة, و أجريت هذه الدراسات على المجتمعات الأوروبية والأمريكية والآسيوية وتندر الدراسات العربية في هذا الصدد مما يجعل هذا الموضوع جدير بالدراسة.

3- لا يوجد اهتمام عربي بالتحليل السيميائي أو الدلالي لصور ورسوم وأشكال الأنفوجرافيك من خلال التركيز على العنصر البصري والمحتوى النصي للكلمات.

4- استفاد الباحث من الدراسات الأجنبية السابقة في تكوين إطار معرفي عن مفهوم الأنفوجرافيك و اوجه استخدامه وأهميته وتأثيره على الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

### الإجراءات المنهجية :

نوع الدراسة : تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تهتم بوصف وتحليل اشكال وصور الأنفوجرافيك في القطاع التعليمي والسياحي والصحي والاتصالات.

منهج الدراسة : تستخدم الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي وفي هذا الأطار تم عمل مسح لمضمون العديد من الأشكال والرسوم والصور الأنفوجرافية في العديد من الوزارات والشركات والمؤسسات المتخصصة وذلك من خلال الاجابة على تساؤلات محددة وضعها الباحث ورصدها في نقاط تم القيام بوصفها وتفسيرها.

### تساؤلات الدراسة :

1- ما نوعية الخطوط والأشكال والرسوم المستخدمة في تصميم الأنفوجرافيك .

2-الدلالة الرمزية للألوان المستخدمة في الأنفوجرافيك .

3-تفسير دلالة الصور والرسوم المستخدمة في الأنفوجرافيك.



## الأنفوجرافيك واستخداماته في تسويق الخدمات الإلكترونية لأنشطة العلاقات العامة

4- دلالة اللغة المستخدمة في الأنفوجرافيك في القطاع التعليمي والسياحي والصحي والاتصالي.

5- عناصر الجاذبية المتوفرة في الأنفوجرافيك.

**مجتمع الدراسة:** أجرى الباحث دراسة إستطلاعية على أهم الوزارات والقطاعات والشركات التي تستخدم الأنفوجرافيك وتوصلت الدراسة الى ان القطاع التعليمي والصحي والسياحي وقطاع الاتصالات من خلال شبكات الاتصالات الثلاث هي اكثر الهيئات استخداما للأنفوجرافيك واختارها الباحث لتكون مجتمع الدراسة<sup>41</sup> بالإضافة الى ارشادات حماية كلمة المرور عبر شبكة الانترنت لأهميتها في حياتنا العامة والخاصة, ولعل السبب في اختيار هذه القطاعات مايلي:-

1- ثقة الباحث في الموقع الرسمي لوزارة التربية والتعليم لأن معلوماته موثوق بها وجهاز حيوي تابع للدولة يقدم خدمات ملموسة للأسر المصرية.

2- تم اختيار موقع وزارة الصحة للوثوق في ما تقدمه من معلومات تابعة لمصادر رسمية تقدم رسالة خدمية للجمهور.

3- شركة مكسيم تورز من اكبر الشركات المصرية التي تعمل في مجال السياحة (الترفيهيه-الرياضية-الدينية) على المستوى الداخلى والخارجي, بالإضافة الى ان الشركة متخصصة في جميع رحلات التنقل البرى والبحري والجوي.

4- تم اختيار شركات الاتصالات الثلاث: اتصالات-فودافون-اورنج لأنها تعتبر الشركات الثلاث التي تحتكر الاتصالات على مستوى مصر, كما انها توجه اكبر دعاية بشكل يومي بأشكال اتصالية مختلفة, ولا توجد أسرة في مصر الا وتستخدم خدمات تلك الشركات او واحد منها على الأقل.

5- حماية كلمة المرور عبر البريد الإلكتروني مهمة في حياتنا, وما يحدث به احيانا من اختراق لكلمة المرور والتلصص على خصوصيات الأفراد واستخدامه بشكل يسيئ الى صاحبة, يعانى منه الآن الكثيرون.

**عينة الدراسة:** اختيار الباحث 20 شكل انفوجرافيك بشكل عمدي يعبر عن قطاع التعليم والصحة و السياحة والقطاع الاتصالي بواقع 5 اشكال لكل قطاع من القطاعات الأربعة محققاً التوازن العددي بين القطاعات محل الدراسة.

**ادوات الدراسة:** الاداة المستخدمة هي اداة التحليل السيميائي لعينة من صور الأنفوجرافيك التي تقدمها الوزارات والهيئات والشركات في عرض خدماتها, حيث يتم إعداد استمارة ترميز لمحتوى الأشكال والرسوم من خلال العديد من الوحدات التحليلية للأنفوجرافيك الثابت على موقع تلك الشركات على النحو التالي:-

- العنصر البصري (اللون - الرسم - الأشكل - الرسوم البيانية - الصور )
- المحتوى النصي ( اللغة :النصوص المكتوبة و الكلمات ).

وتعد اللغة من أهم آليات التواصل ومن أهم تقنيات التبليغ ونقل الخبرات والمعارف من الأنا إلى الغير, أو من المرسل إلى المخاطب وهذه اللغة على مستوى التخاطب والتواصل ذات مستويين سلوكيين: لفظي وغير لفظي, فالتواصل هو جوهر العلاقات الإنسانية ومحقق تطورهما لذا, فالتواصل له وظيفتان: 1-وظيفة معرفية تتمثل في نقل الرموز وتبليغها في الزمان والمكان بوسائل لغوية وغير لغوية.2- وظيفة تأثيرية وجدانية تقوم على تنمية العلاقات الانسانية وتفعيلها على المستوى اللفظي وغير اللفظي<sup>42</sup>. وحظيت الكلمة بوصفها عنصراً من عناصر النظام اللغوي باهتمام المشتغلين بالدراسات اللسانية قديماً وحديثاً, فالكلمة هي اللفظه الدالة على معنى مقروء<sup>43</sup>

ويعتمد البعد الدلالي لسيميائية الجرافيك علي عدد من المفردات نوجزها كما يلي:-

مفردات متعلقة بالبيئة التراثية

مفردات متعلقة بالبيئة التاريخية

مفردات متعلقة بالبيئة الحضارية

مفردات متعلقة بالاستخدامات اليومية

ومفردات متعلقة بالبيئة المحيطة اجتماعيا وسياسيا واقتصاديا

فلكي تحقق العملية الاتصالية التي يسعى المصمم الوصول اليها عبر العملية الاعلانية لابد أن تحمل قصدا في التصميم الذي تقدمه ليتحقق ذلك الاتصال ، وهذه القصدية تكمن فيما يحمله العمل من معاني.<sup>44</sup>

نتائج الدراسة :

اولا: انفوجرافيك تعليمي :

1-انفوجرافيك عن التعلم :

شكل رقم (1) يبين التعلم



توضح الصورة (بوابة التعليم الإلكتروني) حيث ظهر بالصورة شاشة لجهاز كمبيوتر ليبدل علي أنها الكترونية وكان اختيار موفق, وظهرت الشاشة باللون الأحمر لجذب الانتباه واثارة المشاهد لمعرفة الكثير عن الموقع وكُتب بمنتصفها الموقع بلون ابيض, فاللون الابيض يجمع الالوان جميعا عند تحليله وذلك دليل علي ان الموقع يجمع بداخله كل المعلومات والوان المعرفة, والابيض دائما يُعبر عن الوضوح ليبدل علي وضوح المعلومات في الموقع, ونجد في يسار الصورة الكرة الارضية ليؤكد عالمية الموقع واحتوائه الكثير من المعلومات, واسفل منها أشعة كاشعة الشمس لتؤكد علي وضوح الموقع وصدقه كما أن وجود الموبايل يعتبر اداة من أدوات التواصل. واستخدم الباحث اللغة الأنجليزية ليؤكد على عالمية التعليم الإلكتروني.

2- سلم التعلم:

شكل رقم (2) يبين سلم التعلم



يتناول هذا الشكل (الجانب التعليمي) ويشجع عليه حيث ظهر بالشكل ثلاث مراجع كبيرة علي هيئة سلم وفي نهايته (تاج التخرج) لتؤكد أن النجاح عبارة عن سلم يجب علي الفرد أن يسعى له من بدايته ليصل الي القمة, فنجد تنوع في الوان الكتب ليبدل ذلك علي

تنوع المراحل التعليمية واختلافها وتكاملها مع بعضها البعض ، فنجد اللون (البنفسجي) دليل علي الحب والحكمة ، واللون (الأصفر) يدل علي الاشراق والحماس والضياء لأنه لون الشمس فيعني (شمس المعرفة) واللون (الاحمر) يدل علي الاثارة والشغف بالتعليم، ونجد أنه تم توظيف الالوان بشكل جيد، واستخدام الألوان الجذابة الباهية لجذب الانتباه وصولا لملابس التخرج وهي مرحلة القمة للعملية التعليمية التي يرغبها ويحلم بها الطالب، وجاءت هنا للتحفيز والدعم النفسي، وايضا نجد انهم يمثلون هرم معتدل ليبدل علي توازن العملية التعليمية وتكاملها وايضا لان الهرم من معالم الدولة المميزة وله أثر كبير في نفوس المصريين. وظهر في الصورة الطالب نكرة ليس له شكل أو ملامح أو نوع أو جنس أو طبقة اقتصادية كل هذا يدل علي ان التعليم من حق كل فرد في الدولة وليس مقيدا على اشخاص بعينهم او طبقات دون الأخرى، فالمصمم موفق جدا في اختيار هذا التصميم. وظهرت في الخلفية كلمة بالإنجليزية بمعنى (التعليم أولا) ليبدل علي أهمية التعليم ومن الممكن أن يكون تم اختيارها باللغة الانجليزية لتكون موجهة للعالم أجمع باهتمامنا بالتعليم ولكن اذا كانت بالعربية كان افضل ليبدل علي حفاظنا علي لغتنا ومخاطبة العالم بها . وظهرت الخلفية بلون فاتح ليعطي مساحة كبيرة وخاصة اللون الازرق (السموي) ليبدل علي العلو والارتفاع والمكانة المرموقة التي ربط التعليم بها .

3- موقع المدارس المصرية اليابانية :

شكل رقم (3) يبين موقع المدارس المصرية اليابانية



يتناول هذا الشكل (المدارس المصرية اليابانية) ظهر في الصورة جملة (موقع المدارس المصرية اليابانية) مكتوبة علي سبورة لتدل علي العملية التعليمية مستخدما اللون الاحمر لجذب الانتباه ويثير القارئ لمعرفة ما تمثله الجملة والبحث لمعرفة الكثير. نجد أنها مكتوبة في منتصف الصورة لجذب الانتباه وتكون أول ما يقع عليه عين المشاهد، وتحت هذه الصبورة ثلاث خطوط تمثل مراحل التعليم الاساسية الثلاثة (الابتدائية والاعدادية والثانوية) يظهر في اليسار شعار المدرسة مكتوب باللغة الانجليزية مما يدل علي انها مدرسة دولية علي مستوي عالي من الدقة والتعليم وتتعامل مع الاشخاص المستويات الاقتصادية العالية ويؤكد ذلك الكرة

الأرضية أسفل الشعار ليدل علي أنها ذات مجال واسع وأنها عالمية, ومن الممكن لاي شخص الالتحاق بها حتي لو من خارج مصر يدل علي مداها الواسع وعالميتها. وتظهر علي اليمين مدرسة من الظاهر ان طريقة لباسها أنها تنتمي لطبقة راقية وملابس منسقة وأنها تظهر بشعرها واذا ربطنا كل هذا يدل علي طبقة راقية وتشير بيدها علي الصبورة ولكن يدها مؤشرة علي كلمة المصرية ويدل هذا علي أن مقرها مصر أو ليظهر أنها سيعمل بها كوادر مصرية، والخلفية كلها لون فاتح ليدل علي التفاؤل والمستقبل الناصع، ونجد في الاسفل المزج بالوان كثيرة ليدل علي عالميتها . واستخدم المصمم اللغة العربية على الرغم انها مدرسة دولية ويرجع ذلك للرغبة المصمم مخاطبة الجمهور المصري.

4- بنك المعرفة المصري:

شكل رقم (4) يبين بنك المعرفة المصري



يتناول هذا الشكل (بنك المعرفة المصري) ونجد فيه البساطة واضحة وعدم تعقيدها وذلك دليل واضح لسهولة الوصول للموقع وسهولة استخدامه فظهرت مجموعة كتب علي هيئة هرم قاعدته وقمته بنفس اللون الاصفر للتوازن اللوني, فاللون الاصفر دليل علي السطوع والنور, والاحمر الاثارة والشغف بالتعليم واللون الازرق يدل علي الصدق والحكمة والاخلاص والثبات للموقع وما به من معلومات وكتب, واللون الاخضر يرمز الي الامل والمستقبل المزهر, ومعروف أن المثلث من التراث الفرعوني وهو الشكل الي بنى على أساسه الهرم, وأكد على عبقرية استخدام المثلث, كما نجد أن بنك المعرفة المصري, مكتوب اولا باللغة الانجليزية ليدل علي انه موقع عالمي, وايضا بانه يحتوي علي مراجع من خارج مصر ومكتوب تحتها باللغة العربية, اظهر ذلك حفاظ المصمم علي لغته وحبه لها واهتمامه باستخدامها, وتمت الكتابة باللون الاسود الغامق لجذب الانتباه والتركيز, ولأنه لون سيادي, والخلفيات الوان كثيرة فاتحة لتدل علي كثرة وتنوع المعرفة بهذا الموقع فنجد ان التصميم بسيط لجذب الانتباه وعدم ارهاق المشاهد في فهم معانيه وجاء بشكل مباشر. وزاوج المصمم بين اللغة العربية والانجليزية لعالمية رسالة المعرفة.

5-مركز معلومات التربية والتعليم:

شكل رقم (5) يبين مركز معلومات التربية والتعليم



توضح الصورة (مركز معلومات وزارة التربية والتعليم) تظهر بالصورة اشكال مختلفة من ادوات التواصل (التليفون والبريد ، والليكات، والساعة) بشكل دائري ومعروف أن الشكل الدائري في احدى مدلولاته السميولوجية أشاره إلى الاكتمال والتكامل في نفس الوقت، فنجد كل هذه الادوات متصلة مع بعضها البعض بخط دليل علي انها متواصلة ومتكاملة ومن حق أي شخص استخدام أي منها وبنفس الكفاءة والجودة، وظهر اختصار الموقع من اعلي ناحية اليسار مكتوب باختصار للتوفير في مساحة الصورة والتركيز علي العناصر الحسية بها وايضا دليل علي اختصار هذه الادوات للوقت وسرعة التّواصل، واكد ذلك وجود ساعة في اعلي الصورة في المنتصف فهي لها عدة دلائل للسرعة وتوفير الوقت والدقة في الرد علي الاستفسارات وأيضاً للتدليل علي أن الموقع متاح علي مدار اليوم فنجد المصمم موفق جدا في ربط عناصر الصورة مع بعضها البعض.

#### ثانياً: انفوجرافيك سياحي:

1- انفوجرافيك يوضح الأماكن المقدسة بالمملكة العربية السعودية

شكل رقم (6) يبين الأماكن المقدسة في المملكة العربية السعودية

## الأنفوجرافيك واستخداماته في تسويق الخدمات الإلكترونية لأنشطة العلاقات العامة



تتشرف شركة مكسيم بفتح باب الحجز على رحلات  
عمرة المولد النبوي الشريف لعام 1439 هـ

كل عام وأنتم بخير

وأماكنية التقسيط مع بنك مصر والقاهرة والاهلى  
المصري  
أسعار خاصة للمجموعات والوزارات والهيئات  
والأندية والجمعيات

الخط الأرضي

خدمة على مدار الساعة

22602482 / 86      www.maxim-tours.com      01204701111

تتناول الصورة (حجز رحلات عمرة المولد النبوي الشريف) فظهر شعار الشركة في أعلى الصورة وهو عبارة عن اهرامات مكتوب عليها اسم الشركة, مما يدل علي أن جنسية الشركة مصرية وبخلفها الاهرامات ودائرة مثل الشمس باللون الاصفر لتدل علي مكانة وعلو الشركة, ومن الناحية الأخرى قُسمت الشركة الي اربعة صور, كل صورة تناولت جانب معين من الحج, فصورة واضحة للكعبة وصورة لجبل عرفات, وصورة للمسجد النبوي الشريف, وفي النهاية صورة للكعبة وظهور يد مرفوعة للدعاء, نجد ان الصور تناولت اغلب اركان الحج وذلك للتأكيد على ان الرحلة شاملة, وان تنقل المعتمر في مكة سيكون من مسؤولية الشركة وأيضاً لأثارة عاطفة الأشخاص عند رؤية كل اركان العمرة كاملة وتحرك شعورهم للحجز, دعم ذلك جملة " تتشرف شركة مكسيم بفتح باب الحجز علي رحلات عمرة المولد النبوي الشريف لعام 1439 هجرية ", وبدأت الجملة بكلمة تتشرف لجذب الانتباه وتقدير للحاجز والمعتمر وأنه شرف للشركة ان تعلن عن عمرة للأراضي المقدسة, وجاء الترغيب في الحجز ب ( امكانية التقسيط – أسعار خاصة ) كل ذلك لأثارة وترغيب المعتمر, ومراعاة الظروف الاقتصادية للشعب المصري, ونلاحظ تركيزه على استخدام اللغة العربية كلغة تواصل, مدعماً الشكل بإرقام الهاتف الجوال والأرضي واميل الشركة وتقديم العديد من البدائل الاتصالية لأن الشركة تسعى الي الأنتشار وتحقيق الربح المادي.



2- انفوجرافيك يوضح جمال الأماكن السياحية:

شكل رقم (7) يبين جمال الأماكن السياحية



تتناول الصورة (السياحة الخارجية) حيث ظهر منظر كامل متكامل للطبيعة (للرمال والبحر والجبال والسماء) فجاء تمثيل جيد للألوان، فظهر البحر بلون أزرق هادئ جذاب ليدل على الراحة النفسية التي سيحصل عليها الفرد عند وجوده بهذا المكان، أكد ذلك أن البحر ليس به أي موج، كل ذلك أدلة نفسية على الهدوء، وأكدها ظهور شخصين بالصورة في حالة هدوء، وعدم وجود أشخاص حولهم، مما يؤكد هدوء المكان واحترام خصوصية الأشخاص، وتأكيداً لهدوء المكان ظهرت الأنوار خافتة هادئة توحى بجو من الرومانسية والراحة النفسية، وشاشة عرض للاستمتاع وقضاء الوقت، نجد أن المصمم اهتم بإظهار معالم المكان أكثر من الأشخاص حتى لا يربط المكان بأشخاص بعينهم أو جنسيات دون الأخرى، وليؤكد عالمية المكان فمن رؤية الأشخاص لا يمكننا تحديد عمرهم ولا لونهم ولا جنسياتهم، فكل ما اهتم به المصمم ايضاح المكان، وتوظيف جيد جداً للألوان الهادئة الجذابة، ولم يستخدم المصمم اي كلمات ليوسع من مساحة الخيال لدى المتابع.

3- انفوجرافيك يوضح خصومات خاصة على تذاكر الطيران:

شكل رقم (8) يبين خصومات خاصة على تذاكر الطيران





توضح الصورة خصومات تذاكر الطيران حيث ظهرت طائرة موجه ذيلها علي جملة (خصومات خاصة علي تذاكر الطيران) لجذب الانتباه لها، وظهر في الصورة سماء ، وبحر، وذلك لأن السفر يكون أما بجرأ أو جواً ولأنه خص تذاكر الطيران نجد ظهور طائرة ، ومن حولها أسماء بلدان كثيرة لجميع القارات للتأكيد علي أن الشركة دولية، وأيضاً أن الخصومات تشمل جميع الرحلات وظهر شعار الشركة في اعلي اليسار، ليؤكد علي صدق معلومة الخصم وتأكيداً علي ربطها بالشركة، ودعم الصورة برقمين جوال ورقمين للخط الارضي باللغة الانجليزية، وبريد الكتروني لأتاحة التواصل للجميع بوسائل متعددة. واسماء المدن جاءت باللغة العربية.

4- انفوجرافيك يوضح خصومات السفر مع المنتخب القومي الى روسيا

شكل رقم (9) يبين خصومات السفر مع المنتخب القومي الى روسيا



مفاجأة  
كأس العالم مع مكسيم تورز  
بالتقسيت

سافر إلى روسيا مع  
المنتخب القومي  
شجع واستمتع  
بالتقسيت



ولنوى المعاشات وموظفي الحكومة والقطاع العام  
ورجال الأعمال  
مع البنك الأهلي المصري

وبمقدم حجز ( 2000 جنيه ) الفين جنيه اعتباراً من  
**2017 / 10 / 12**

والعدد محدود والأولوية بأسبقية الحجز  
والبرنامج يشمل التأشيرة والتذاكر والأقامة

17ش الطيران , رابعة العدوية , مدينة نصر  
للحجز والاستعلام : 22602482-22602486

يوضح الشكل السابق ( سياحة رياضية ) بإعلان لكأس العالم روسيا 2018 . ظهرت صورة الكأس في اعلي اليسار من الصفحة, علي خلفية لونها احمر لإثارة القارئ وجذب انتباهه مكتوب من اسفله (روسيا 2018) للدلالة علي مكان الكأس وايضا لتوضيح مكان الرحلة، وجاءت ( مفاجأة كأس العالم مع مكسيم تورز بالتقسيت) ربط كأس العالم بالمفاجأة التي ستمنحها الشركة للمشجعين المصريين جاءت مفاجأة ترغيباً للحجز وأيضاً لإيضاح أن الحجز بالتقسيت وذلك لجذب أكبر عدد من الأشخاص بمختلف المستويات الاقتصادية ( سافر الي روسيا مع المنتخب شجع واستمتع ) لعب علي المشاعر حيث ربط السفر مع المنتخب لتشجيعه ومساندته والوقوف بجانبه وايضاً استمتاع الشخص بالسفر ومشاهدة المباريات ، وأضاف جميع فئات الشعب في رسالته (لذوي المعاشات وموظفي الحكومة والقطاع العام ورجال الأعمال) ذكر جميع فئات الشعب ليؤكد علي أن السفر ليس مقصوراً علي فئة أو مستوي اجتماعي معين، حدد ثمن مقدم الحجز وموعد بدئه ( العدد محدود والأولوية بأسبقية الحجز) جاء بها ترغيب وتخويف, ترغيب لسرعة الحجز وتخويف من عدم

للحاق به، جاء ذلك تأكيداً لسرعة الحجز ( البرنامج يشمل التأشيرة والتذكرة والإقامة ) كل هذا ليبدل علي ان البرنامج متكامل وللترويج في الحجز. اعتمد المصمم علي الكثير من الجمل والكلمات باللغة العربية لغة التواصل مع جميع طبقات المجتمع، وذلك للترويج في الحجز ولشرح كل مميزات الرحلة أو لأن المدة المتبقية لكأس العالم طويلة نوعاً ما والأهم، أنه وضع الكاس وهذا كفيل وشامل لجميع دلالات الرحلة.

5- انفوجرافيك لشركة سياحية:

شكل رقم (10) يبين موقع شركة سياحية



توضح الصورة (شعار شركة مكسيم تورز) ظهر بالصورة الأهرامات وهي علم من معالم مصر السياحية الداخلية وأيضا لشهرتها العالمية وظهرت في الخلفية دائرة لونها بلون الشمس دليل علي شهرة الأهرام وبالتالي عالمية الشركة فربط شعار الشركة برمز من رموز مصر العالمية، واللون الأصفر طاغي علي الصورة وبجميع درجاته ليبدل علي الاشراف والنور، واللون الأصفر من الالوان المثيرة جدا للانتباه .

كتب شعار الشركة بالانجليزية للدلالة علي عالميتها وايضا لمجالها الواسع وكثرة خطوط طيرانها، وكتب الشعار باللون الاسود لاطهاراهميتها، ونجد الصورة واطارها علي شكل نصف دائري مثل الكرة الارضية للدلالة علي انها رحلاتها لجميع دول العالم. ومعروف ان الرمز النصف الدائري في الثقافة الإسلامية يرمز الى الهلال وما يرتبط به من شعائر إسلامية من صوم وحج وطواف.

**ثالثاً: انفوجرافيك صحي :**

1- انفوجرافيك عن ضرورة غسل اليدين :

شكل رقم (11) يبين ضرورة غسل اليدين



الشكل (توعية ارشادية لوزارة الصحة) في اطار اليوم العالمي لغسل الأيدي حيث تم تقسيم الصورة الي أربعة مراكز رئيسية في كل واحد منهم شعار, حيث ظهر في أعلي اليمين شعار ( وزارة الصحة والسكان) ، وفي أسفل اليمين (كلمة مكافحة باللغة العربية) وفي أعلي اليسار (شعار منظمة الصحة العالمية باللغة الإنجليزية) ، وفي اسفل اليسار شعار (لضمان الأوبئة) , ومستطيل باللون البرتقالي بداخله ناحية اليمين اليوم العالمي لغسيل الأيدي باللون الابيض باللغة العربية, ومن ناحية اليسار ترجمة للكلمة باللون الابيض رمز النقاء, وركز المصمم علي التوازن في تقسيم الصورة واطهار هياكل مهمة للتدليل علي أهمية ما ورد في الاعلان وايضا علي ترابط هذه الهياكل فنجد ( اغسل يديك) صيغة أمر للنصح والارشاد, وأيضا للفت انتباه القارئ ( واحمي نفسك واللي حواليك ) ترغيبا في الحفاظ علي صحة من حوله وبالتأكيد أن من حوله هو أقرب الأقرابين له واحبابه معني ذلك الحفاظ علي من حبه ، وأستخدم اللون البرتقالي في كتابة الجمل باللغة العربية, واللون البرتقالي ينتج من مزج اللونين الأحمر والأصفر مع بعضهما البعض ويعبر عن التسلية والترفيه ويستخدم في اللوحات الاستعراضية ويبدل على النشاط والرؤية الي النجاح, وجاءت خلفية الاعلان باللون الأبيض لإعطاء مساحة وتدليلاً علي النقاء وأيضا لتدل علي النظافة , واستخدم المصمم اللون الأزرق للشعارات المستخدمة, فاللون الأزرق هو ثالث الالوان الأساسية ويرمز إلى الصدق والحكمة والخلود والاخلاص, وبالنسبة للغة المستخدمة أستخدم المصمم اللغة العربية لغة التواصل مع الشعب المصري , كما استخدم اللغة الانجليزية لمصلحة اليوم العالمي لغسيل الأيدي لأنها حملة عالمية.

## 2- انفوجرافيك عن دليل طب الأسرة:

شكل رقم ( 12 ) عن دليل طب الأسرة



### دليل طب الأسرة

يوضح هذا الشكل (دليل طب الأسرة) بساطة التصميم حيث ظهرت يدين تحتوي الأسرة, وذلك اشارة الي الاهتمام بصحة الافراد ورعايتهم, لان اليد ترمز الي الرعاية, وجاءت علي شكل دائري لتدل علي الاحتواء, وظهرت العائلة نكرة لتدل علي أنها لجميع فئات الشعب دون تمييز, وجاء اختيار مميز جدا للصورة بأن تضم (الأم والأب والابن) لتدل علي أنها للأسرة جميلة متماسكة اتفاقاً مع جملة ( دليل طب الأسرة ) وجاءت اليد أيضا اشارة للإرشاد من كلمة دليل وضع العنوان في ابطار دائري, ليبدل علي الاتساع المكاني له والشكل الدائري يضم دلالات سيميولوجية عميقة, انه سر للنظام ودليل على الأرض. وجاء اختيار الالوان بشكل موفق, فالأزرق يُعني النقاء والشفاء والازدهار من جميع الامراض, والخلفية البيضاء ايضاً تدعم ذلك, وظهر ابن واحد يتوسط الأم والأب ليبدل علي ان صحة الأسرة في قلة عدد الاولاد.

3- انفوجرافيك عن فوائد الاقلاع عن المخدرات :

شكل رقم ( 13 ) يبين فوائد الاقلاع عن المخدرات



هذا الشكل (ارشادي) يوضح خطورة المخدرات وأثرها على الصحة, وتحذر منها, جاء ذلك واضحاً بظهور يد باللون الأحمر ليبدل علي الخطر, وجاء توقف الادمان بالجانب الاخر على شكل تفاحة باللون الأخضر, واختار المصمم تفاحة

## الأنفوجرافيك واستخداماته في تسويق الخدمات الإلكترونية لأنشطة العلاقات العامة

لترغيب المدمن عن الاقلاع ولكن التفاحة شئ مغري ومميز (تفاحة آدم) واستخدام اللون الأخضر لون الأمان والازدهار، وكلمة (أوقف المخدرات) جاءت أمر للنصح والإرشاد وجذب الانتباه و(غير حياتك) جاءت مبنية علي اوقف المخدرات كأنها جائزة يحصل عليه المدمن بعد العلاج، وهذا الشكل توظيف جيد للألوان حيث استخدم اللونين (الأحمر، والأخضر) يعتبروا في اشارات المرور لونين متضادين فالأحمر للتوقف والأخضر للسير والأمان فشبه حياة المدمن بأن حياته في مرحلة الايمان متوقفة واذا ترك المخدرات تسير حياته للأفضل .

4- انفوجرافيك عن الحماية من سرطان الثدي:

شكل رقم ( 14 ) يبين انفوجرافيك عن الحماية من سرطان الثدي



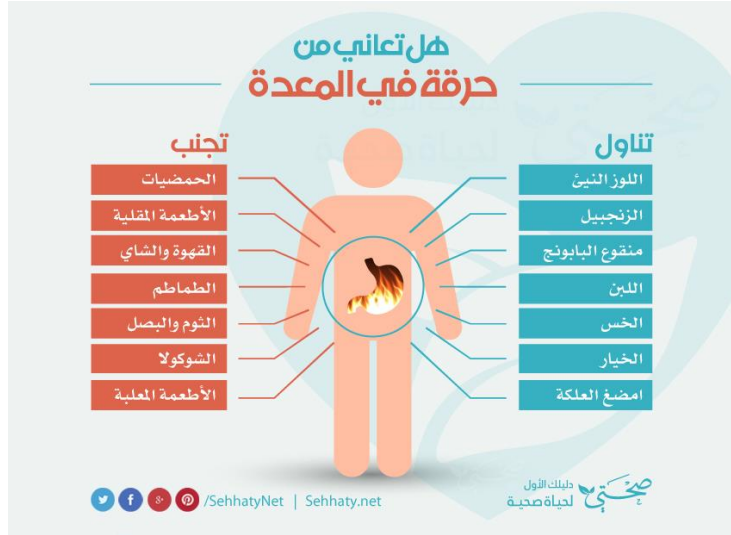
الشكل ( ارشادي صحي ) فجاء ارشادي للوقاية من مرض سرطان الثدي والذي بدأ ينتشر بنسب عالية في البلدان العربية نتيجة الاعتماد على الوجبات الجاهزة وارتفاع نسبة الدهون في الأطعمة وارتفاع نسبة التلوث، وربط الوقاية بتناول الفواكه والخضروات، فوضع جملة (أطعمة تقي من سرطان الثدي) في دائرة كبيرة الي حد ما في منتصف الصورة لايضاح أهمية الجملة وجذب انتباه المتلقي متفرع من هذه الدائرة عدة اطعمة تقي من مرض سرطان الثدي هي:(الجوز – الجرنيل – فول الصويا – الأسماك – الرمان – الشاي الاخضر- الفواكه برتقالية اللون – التوت – البروكولي – الثوم – التفاح ) وصمم كل هذا داخل دوائر صغيرة متفرعة من الدائرة الكبيرة، وجاء كل هذا وربط علي هيئة وردة متفتحة لتدل علي الحياة الجميلة التي تعيشها المرأة التي تحافظ علي صحتها ، وبأسفل الصورة ظهرت سيدات ترتدي أنواع مختلفة من الازياء ليبدل علي أختلاف ثقافتهم واختلاف طرق تفكيرهم لكنهم جميعا مرتبطين بالاعلان وموجهة اليهم، ظهر ذلك من خلال انهم جميعا يمسكن بايدي



بعضهن, وأيضا ليذل علي ان الاعلان موجهة لجميع السيدات، وفي يمين الصورة ظهر شريط باللون الوردى اللون المحبب لدى الأنثى علي هيئة قلب ليذل علي أن الاعلان موجهة من القلب, وأنه ليس تجاري وجاءت الوان مزهرة وهادئة لتدل علي العيشة الهنيئة التي ستسعد بها السيدات عند الحفاظ عل صحتهن واتباع الارشادات, وغب اللون الوردى الفاتح على الشكل, ويقول علماء النفس أن اللون الوردى له تأثير مفعول المهدئات, ويعمل على استرخاء العضلات, كما تبين علمياً أن جزء من المخ يتفاعل مع اللون الوردى عن طريق ابطاله لأفراز هرمون الادرينالين الذى يؤدي بدوره الى تهدئة عمل عضلات القلب ويساعد على تهدئة الاعصاب<sup>45</sup>. واللغة المستخدمة هي اللغة العربية مع ذكر أميل للتواصل.

5- انفوجرافيك عن طرق التجنب من حرقة في المعدة:

شكل رقم (15) يبين انفوجرافيك طرق التجنب من حرقة في المعدة



الشكل السابق (ارشاد صحي) لكيفية التخلص من حرقة المعدة, جاء أعلى الصورة تساؤل ( هل تعاني من حرقة في المعدة ) نلاحظ أن السؤال جاء بلونين مختلفين كل جزء بلون فلون (حرقة في المعدة ) لون احمر الذي يدل علي لون النار وربطه بالاحتراق، وجاء الشخص نكرة للدلالة علي العموم، وظهرت المعدة في المنتصف وهي الجهاز الوحيد الذي ظهر لأنه المقصود ولجذب الاهتمام من أن العلاج لهذا الجهاز وأيضا دعم للنصائح، نجد أن النصائح المسموح بها جاءت باللون الأزرق رمز البقاء، والممنوعة جاءت باللون الاحمر للتحذير , وجاء خلفية هذا الشكل رسم القلب ليؤكد على ان الكلام يخرج من القلب والحرص الشديد على

تقديم النصيحة الطبية المفيدة, واللغة المستخدمة هي اللغة العربية مع ذكر مواقع التواصل الاجتماعي لمن يريد التواصل.

رابعاً: انفوجرافيك دعائي لشركات الاتصالات:

1- انفوجرافيك لشركة اورنج :

شكل رقم (16) يبين شكل دعائي لشركة اورنج



الشكل السابق (تسويق تجاري) للاشتراك في باقات أون لاين للأنترنيت وظهر ترغيب كبير للاشتراك في هذا العرض, واطهر المصمم اتساع مجال العرض وتوفيره الكبير واستخدامه لجميع افراد العائلة, حيث ظهرت أكثر من يد تستخدم الانترنت وباستخدامات متعددة وأجهزة متنوعة (جهاز الاب توب, التابلت, التليفون الخليوي وشريحة التواصل عبر الانترنت) وأظهر أيضا استخداماته المتعددة, فظهرت علامة (اليوتيوب , والفيس) لإظهار انه من الممكن استخدامه بسرعة عالية وفي كل الأمور اليومية, وأيضاً ظهرت علامتي الاعجاب والحب لايك, وهذا دليل علي الاعجاب بهذه الباقة وحبها من قبل المستخدم, كل ذلك جاء ترغيب للمستخدم, ونجد في ناحية اليمين كلمة (انيساط) باللون الابيض في وردة باللون الابيض داخل برواز (باللون البرتقالي) وهذا اللون الذي اتخذته شركة اورنج, لون خاص بها ظهر في جميع اعلاناتها, وظهر أيضا في الصورة في لون (القلب, الاعجاب, اليوتيوب ) ونجد من تحتها جملة (اشترك في باقات أون لاين) ونجد أن الجملة جاءت بصيغة الأمر للنصح والارشاد للترغيب في الاشتراك بالعرض ونجد الخلفية باللون (الازرق السماوي) لون هادئ لراحة العين وجذب الانتباه وهو لون البقاء والخلود .

2- انفوجرافيك لشركة الاتصالات :

شكل رقم ( 17 ) لشركة الاتصالات





الشكل السابق ( تسويق تجاري ) للاشتراك بباقات نت شركة اتصالات حيث تم توظيف ثلاثة رموز دولية ورمز عربي. ففي الصورة نري (ساعة بيج بن) الشهيرة في بريطانيا وتعتبر احد معالم لندن و كدليل علي السرعة وانضباط مواعيد الباقيات ووصولها لأي مكان بجودة عالية، و(برج إيفل) في فرنسا احد معالم باريس الشهيرة ويدل هذا البرج علي العلو والارتفاع وعالمية الشركة وعروضها، وتمثال الحرية بالولايات المتحدة الأمريكية الذي يدل على الانطلاق، و برج المملكة العربية السعودية الشهير في مدينة الرياض والذي يدل على قوة الاقتصاد. و(سيارات) متنوعة للتدليل على وصول الباقيات لكل الأشخاص، وظهرت في يبدو عليه الترفيه بملابس أنيقة و يحمل هاتف جوال ينظر به ويخرج من الموبايل جملة (الآن حتى 2GB موبايل انترنت للتجوال) ومن الواضح اشتراكه في هذا العرض حيث تظهر عليه السعادة فربط المصمم سعادة الشخص باشتراكه بالعرض، ونري أن الشخص في حالة حركة مدلالاً بذلك المصمم أنه لا يمكن استغناء الفرد على الانترنت حتى في حالة تحركة، ويحمل حقيبتين علي ظهره وألوانهم باللون الاخضر والأزرق، وهو اللون الذي أتخذته الشركة في جميع اعلاناتها، كل ذلك يدل علي أنه هناك المزيد من العروض مُخبأة في انتظار المشتركين، لم يظهر منها سوي هذا العرض مما دعم ذلك جملة (الآن حتى 8 جيجا موبايل انترنت للتجوال) والتصاقها بالشخص والحقيبة أي انه هذا العرض فقط الذي ظهر وما زال هناك العديد من المفاجات ، نجد ايضاً جملة (ريخ بالك من القلق وانت مسافر اتصالات هتديك ضعف الباقيات حتى 2 جيجا موبايل انترنت) كان المصمم ذكي وموفق حيث ربط السفر بالعرض، ودليلاً علي ذلك ظهور ساعة بيج بن وبرج ايفل وتمثال الحرية معني ذلك أن الشخص سيتمتع بالعرض في أي مكان وربط المصمم بطريقة رائعة كل هذه العناصر مع بعضها البعض، و( اعرف المزيد ) جاءت مُدلة علي انه هناك الكثير من المفاجاة مخبأة مثل ما رأينا في الحقيبتين الظاهرتين ، ووفق المصمم في تنوع الالوان المستخدمة فأستخدم الألوان الجذابة الزاهية، فظهرت الارضية التي يقف عليها الشخص باللون الاصفر والرصيف باللون الاسود والسماء باللون الازرق، فنجد الالوان اكثر واقعية وقريبة من الواقع لتؤكد علي صدق وواقعية الاعلان. ولغة التواصل هي العربية.

3- انفوجرافيك لشركة فودافون :

شكل رقم ( 18 ) لشركة فودافون



فودافون غيرت لك نظام المحاسبة ووحدت كل أنظمة الكارت

الشكل السابق (تسويق تجاري) لشركة فودافون ، يوضح نظام المحاسبة لكل أنظمة الكارت ( فودافون غيرت لك نظام المحاسبة ووحدت كل أنظمة الكارت ) ، وجاء الحوار كصيغة مخاطبة وأن الشركة غيرت كل الأنظمة من أجل المستخدم ، اتضح ذلك في كلمة غيرت لك لايضاح ان ما تفعله الشركة هو لخدمة العميل وايضا للدلالة علي اهتمامها بالعميل ، وجاء شعار الشركة علي الجانب اليمين باللون الاحمر وهو لون اعلانات وشعار الشركة لجذب الانتباه، و ان هذا الاعلان يخص فودافون، و جاء التليفون والرسائل وعروض الانترنت على هيئة الكرة الأرضية ايضا باللون الاحمر لجذب الانتباه ولربط هذه العروض بالشركة بالتوحد اللوني ، وجاءت جمل ( الدقيقة بفليكس ، الرسالة بفليكس ، الميجابايت بفليكس ) تاكيدا علي توحد نظام المحاسبة ، والخلفية بيضاء لاعطاء مساحة كبيرة ولإبراز اللون الاحمر المميز لشركة فودافون . واللغة المستخدمة هي اللغة العربية.

4- انفوجرافيك اخر لشركة فودافون:

شكل رقم ( 19 ) لشركة فودافون



من الملفت للنظر تنوع اشكال إعلان شركة فودافون للتواصل مع الجمهور وحرصها الشديد على التجديد ففي الشكل السابق تتواصل الشركة مع جمهورها من خلال شكل جديد، تعلن فيه عن (باقات اكستريم ) جاءت كلمة اكستريم مكتوبة باللون

## الأنفوجرافيك واستخداماته في تسويق الخدمات الإلكترونية لأنشطة العلاقات العامة

الابيض ومحاطة حدودها بالاحمر لجذب الانتباه وظهور الكلمة بشكل جميل ومزخرف , وايضا لان اللون الاحمر لون الحب والتواصل هنا, و جاءت في الاسفل جملة ( مفيش ميجابايتس هتروح عليك ) لترغيب المشاهد في الاشتراك في هذه الباقات وحرصها الشديد عليه من الجانب المادي, و جاء في خلفية الصورة, صور عديدة لكل وسائل التواصل للانترنت ( فيس وتويتير وواتس.... الخ ) لتؤكد ان هذه الباقات قوية وكبيرة وتمكنك من استخدام جميع وسائل التواصل الاجتماعي, واستخدم المصمم تدرجات الالوان لتحقيق الجاذبية, واللغة المستخدمة هي اللغة العربية.

5- انفوجرافيك ارشادي لحماية كلمة المرور:

شكل رقم ( 20 ) يبين انفوجرافيك ارشادي لحماية كلمة المرور



الشكل ارشادي لحماية كلمة المرور المستخدمه, وظهر في مركز الصورة قفل مغلق دليلا علي الامان والتحكم في البيانات بواسطة المستخدم لانه هو من يملك مفتاح غلق وفتح القفل وهو (كلمة المرور) جاء القفل متوسطا عدة اوامر, للدلالة علي ان هذه الاوامر الثمانية ستؤدي في النهاية الي الامان, وهذه الارشادات هي: (استخدم كلمة مرور قوية ) جاءت كلمة المرور في أول ارشاد لتدليل علي اهميتها, وجاءت بصيغة امر لجذب الانتباه باهميتها, (لا تستخدم أي معلومات شخصية) جاء هذا الارشاد بصيغة نهية قوية لانهاء المستخدم عن استخدام معلومات شخصية ولفت انتباهه من خطورة هذا التصرف, (لا تستخدم أي كلمات يسهل توقعها أو متسلسلة أو رقمية) جاءت بصيغة النهية ايضا لظهور خطورة الكلمات السهلة في

اختراق الحسابات وجاءت علي خلفية خضراء لتبين سهولة الدخول للكلمات المتوقعة، (انت المسئول عن الحفاظ علي كلمة المرور) أكد علي ان حفظ كلمة السر من مسئولية المستخدم وان أي خلل يحدث هو المسئول عنه، (لاترسل كلمة المرور عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف لأي شخص) صيغة نهى اخري جاءت تحذيرية من ارسال أي معلومات عبر البريد الإلكتروني، (لا تكتب كلمة المرور في مستندات ورقية أو تخزينها الكترونياً) تحذير من كتابة أي معلومة علي أوراق حتى لا يتم تسريبها أو سرقتها فلا تكتبها علي ورق خوفاً من الضياع ولا تسجلها الكترونياً خوفاً من الاختراق، و (إذا نسيت كلمة المرور لا تتردد في تغييرها) نصيحة للمستخدم بتغير كلمة السر فور نسيانها وتبديلها بكلمة جديدة يسهل الوصول إليها، (غير كلمة المرور مرة كل شهر بصفة دورية) نصيحة اخري بتغير كلمة المرور وتبديلها شهرياً، ونجد أن هذه الارشادات الثمانية جاءت أربعة بصيغة النهى (لا) للتحذير وأربعة جمل اخري بصيغة النصح و الارشاد، اي المناصفة بين جمل التحذير وجمل النصح و الارشاد، وجاءت جميع الجمل مترابطة مع بعضها البعض وبنفس الشكل ونفس طريقة الكتابة للتأكيد علي أهميتها جميعاً وترابطها للوصول للحماية الآمنة اللازمة .

خاتمة الدراسة:

من خلال التحليل الدلالي للنماذج السابقة للأنفوجرافيك يتبين ما يلي:

- 1- فن الأنفوجرافيك يستخدم في مجالات متعددة من شئون الحياة كالتعليم والسياحة والصحة والتسويق والطب والجوانب الإنسانية من خلال المواقع الإلكترونية لتلك الهيئات.
- 2- استطاع الأنفوجرافيك ان يثبت نفسه كأداة جذب مهمة تحظى بأهتمام متلقي الرسالة الاتصالية لتقديم المعلومة بطريقة سلسلة وبسيطة تغني عن الكثير من الشرح والتفسير.
- 3- الأنفوجرافيك يخاطب العقل بأستخدامه الأستمالات العقلية المتمثلة في عرض جانبي الموضوع، تقديم الادلة والبراهين، والاستمالات العاطفية المتمثلة في الإثارة -المبالغة -التهديد وإثارة المخاوف.
- 4- الأنفوجرافيك أداة تثقيفية إنسانية تعمل على تحويل كمية معينة من البيانات والمعلومات النصية المعقدة إلى مزيج من الصور والرسوم والنصوص مما يسمح للقارئ استيعاب الفكرة الأساسية للموضوع بصورة أسهل وأسرع.
- 5- تعددت أشكال الأنفوجرافيك المستخدمة في مواقع الوزارت والمصالح والشركات بين الشكل المستطيل والمربع والمثلث ثلاثي الأبعاد والدوائر وأن لكل شكل من تلك الأشكال ابعاد دلالية سيميولوجية.

- 6- يستخدم الأنفوجرافيك العديد من الألوان الذاهية لما لها من دلالة نفسية واجتماعية وثقافية متعددة حسب طرق استخدامها وموقعها حيث انها تدل على العديد من المعانى وتعطى تأثيرات ثابتة.
- 7- تباين اللغة المستخدمة في الانفوجرافيك ما بين اللغة العربية واللغة الانجليزية.
- 8- مصمم الانفوجرافيك يراعي البيئة التراثية والتاريخية والحضارية والإستخدامات اليومية, كما يراعي البعد الاجتماعي والسياسي والاقتصادي.

## مراجع الدراسة:

- الكتب التي استفاد منها الباحث في فهم آلية التحليل الدلالي:
- احمد يوسف , المنطق السيميائي وجبر العلامات, الطبعة الاولى ( الجزائر: الدار العربية للعلوم, 2005).
- امبرتوايكو. التأويل بين السيميائية والتفكيكية, ترجمة سعيد بنكراد, الطبعة الثانية, المركز الثقافي العربي 2004.
- امبرتوايكو, السيميائية وفلسفة اللغة, ترجمة احمد الصمعي , الطبعة الاولى لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية (2005).
- رولان بارت, التحليل النصي: تطبيقات على نصوص من التوراة والانجيل والقصة القصيرة ( دمشق: دار التكوين للتأليف والترجمة والنشر, 2009).
- سعيد بنكراد, السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها , الطبعة الثالثة ( سوريا: دار الحوار للنشر والتوزيع, 2012)
- ش.س. بورس, السيميائيات والتأويل:مدخل السيميائيات, ترجمة سعيد بنكراد , الطبعة الاولى,(المغرب: المركز الثقافي العربي, 2005)
- عصام خلف كامل , الأتجاه السيمولوجي ونقد الشعر( القاهرة : دار فرحة للنشر والتوزيع, 2003).
- كرم زكى حسام الدين , التحليل الدلالي , الجزء الأول اجراءاته ومناهجه.
- -يورى لوتمان , سيميائ الكون , ترجمة عبد المجيد نوس , الطبعة الاولى (المغرب:المركز الثقافي العربي, 2011).
- 1 -سورة الغاشية
- 2 - آية 23 سورة الملك
- 3 - آية 46 سورة الحج
- 4 -محمد شلتوت , الأنفوجرافيك من التخطيط إلى الانتاج , الطبعة الاولى ( الرياض : شركة مطابع هلا , 2016)ص 20
- 5 -هيام حايك, عندما تساوى الصورة الف كلمة :استخدام الانفوجرافيك في المكتبات ,تسويق- المكتبات بـ الانفوجرافيك
- <http://blog.naseej.com.15/11/2017>
- 6 - حميد الطائي(2007م)، الأسس العلمية للتسويق الحديث، عمان , دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ص9.
- 7 - معتر عيسى ( أبريل 2014)، ما هو الإنفوجرافيك: تعريف ونصائح وأدوات مجانية، تاريخ الاسترداد 18 مارس 2015.

- 8 - محمد شلتوت , مرجع سابق , ص 110
- 9 - أنواع الإنفوجرافيك ، متاح علي <http://arinfographic.net/?p=77>
- 10 - محمد شلتوت, مرجع سابق , ص 36
- 11 - نفس المرجع السابق, ص 36 و 37
- 12 - نفس المرجع السابق ، ص 19 .
- 13 - نفس المرجع السابق ، ص 69
- 14 - عفيف البهنسي ، النقد الفني وقراءة الصورة، دمشق - القاهرة ، دار الكتاب العربي ، ص 38
- 15- <https://almnyalsahafa.wordpress.com/2015/04/23/2/>
- 16-Siricharoen.W.v(2017)," Infographic utility in accelerating better health communication", *Mobile Networks and Applications*, pp. 1-11. Article in Press,
- 17- Kruike-meier de Haan.s and Smit LechelerG van der nat(2017)," When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words?: Audience evaluations of news visualizations", (2017) *Journalism Studies*, pp. 1-20. Article in Press.
- 18- Lopez.M.T and Nogueira.A(2017)," Infographics as a mnemonic structure: Analysis of the informative and identity components of infographic online compositions in iberic newspapers", *Communication and Society*, 30 (1), pp. 147-164. Cited 1time
- 19- Singh, N., Jain, N,(2017)," Effects of infographic designing on image processing ability and achievement motivation of dyscalculic students", *CEUR Workshop Proceedings*, 1852, pp. 45-53.
- 20-DAuria Cemoli,L and others,(2017)," Infographic modeling based on 3D Laser surveying for informed universal design in archaeological areas: the case of the ancient city of Tusculum", *ISPRS Annals of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences*, 4 (2W2), pp. 259-264.
- Batini actis R and Cabitza Locoro A(2017)," static and interactive

- Infographics in daily tasks:A value-in-use and quality of interaction study", *Computers in Human Behavior*, 71, pp. 240-257.
- <sup>22</sup> –Nenden sekar Arum(2017), infographic not a beautiful visualization , university of Birmingham, nsa 654@student bham.ac.uk.
- <sup>23</sup>- Mahmoudi, M.T., Mojtahedi, S., Shams, S.,(2017)," AR-based value-added visualization of infographic for enhancing learning performance", *Computer Applications in Engineering Education*, . Article in Press.
- 24-Zhang, Y.,(2017)," Assessing Attitudes Toward Content and Design in Alibaba's Dry Goods Business Infographics", *Journal of Business and Technical Communication*, 31 (1), pp. 30-62.
- <sup>25</sup>- Wansink, B., Robbins, R.,(2016)," Which design components of nutrition infographics make them memorable and compelling?", *American Journal of Health Behavior*, 40 (6), pp. 779-787.
- 26-Pinar Nuhoglu kibar and Buket Akkoyunlu,(2016), A New approach To equip students with visual Literacy skills:use of infographics in education [Communications in Computer and Information Science](#) book series (CCIS, volume 492)
- 27-Yıldırım, S.(2016)," Infographics for educational purposes: Their structure, properties and reader approaches", *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 15 (3), pp. 98-110. Cited 1 time.
- 28-Sun, Q., Chen, R., Chen, C.,(2016)," Exploration into teaching construction of infographic design in the context of interaction", *Proceedings – 2016 8th International Conference on Measuring Technology and Mechatronics Automation, ICMTMA 2016*, art. no. 7488556, pp. 301–305.
- 29-Szołtysik, M.(2016)," Processes of creating infographics for data visualization",25th International Conference on Information Systems Development, ISD 2016, pp. 162-174.
- <sup>30</sup>- Zwinger, S., Zeiller,(2016)," Interactive infographics in German online newspapers



CEUR Workshop Proceedings, 1734, pp. 54-64.

-محمد شلتوت , الأنفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج, الطبعة الأولى(الرياض:شركة مطابع هلا,2016)<sup>31</sup>

32-Crick, K., Hartling, L,(2015)," Preferences of knowledge users for two formats of summarizing results from systematic reviews: Infographics and critical appraisals", PLoS ONE, 10 (10), art. no. A1019, . Cited 1 time.

33-Saraza Agudelo, L.M., Silva Cañaverl, S.J.(2015), Interactive infographics: A social and educational resource [Infografías interactivas: Un recurso socioeducativo],

*Kepes*, 12 (12), pp. 285-303.

<sup>34-</sup> Harrison, L., Reinecke, K., Chang, R,(2015)," Infographic aesthetics: Designing for the first impression", Conference on Human Factors in Computing Systems – Proceedings", - April, pp. 1187-1190. Cited 13 times.

35-Bouquin, D., Epstein, H.-A.B.(2015)," Teaching Data Visualization Basics to Market the Value of a Hospital Library: An Infographic as One Example", Journal of Hospital Librarianship, 15 (4), pp. 349-364. Cited 2 times.

<sup>36-</sup> Dick, M,(2015)," Just Fancy That: An analysis of infographic propaganda in The Daily Express, 1956–1959", Journalism Studies, 16 (2), pp. 152-174. Cited 1 time.

Rosemary Dovidson,(2014)," Using infographics in the Science Classroom:Three 37

investigations in which students present Their Results in infographics",.: The Science Teacher, Vol. 81, No. 3, March.

38-Thongmak.M.,(2014)," Sharing infographics on facebook: Motives of youth,s behavior"

*Vision 2020: Sustainable Growth, Economic Development, and Global Competitiveness - Proceedings of the 23rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2014*, 1, pp. 2119-2129.cited 1 time.

39-ROSEMARY Davidson,(2014)," Using Info graphics in the Science Classroom: Three Investigations in Which Students present infographic"The Science Teacher, Vol. 81, No. 3, March 1, : National Academy of Sciences. National Research Council--

StandardsWeb sites (World Wide Web)StudentsVisualization  
(Computer)

<sup>40</sup>- Bekhit, E.,(2009)," Infographics in the united arab emirates  
newspapers", Journalism, 10 (4), pp. 492-508. Cited 1 time.

g/vodafoneportalWeb/ar/myWorld\_mainPage- <sup>41</sup>

موقع فودافون

<http://www.moe.gov.eg/>

وزارة التربية والتعليم

moe.gov.eg

موقع وزارة التربية والتعليم

[http://www.vodafone.com.eg/vodafoneportalWeb/ar/myWorld\\_mainPage?gclid=EAIaIQobChMI2\\_fwXqrS1wIVohbTCh03NAIHEAA\\_YASAAEgLDiPD\\_BwE](http://www.vodafone.com.eg/vodafoneportalWeb/ar/myWorld_mainPage?gclid=EAIaIQobChMI2_fwXqrS1wIVohbTCh03NAIHEAA_YASAAEgLDiPD_BwE)

موقع فودافون الرسمي

[https://www.orange.eg/ar/?gclid=EAIaIQobChMI2\\_fwXqrS1wIVohbTCh03NAIHEAA\\_YAiAAEgKpNPD\\_BwE](https://www.orange.eg/ar/?gclid=EAIaIQobChMI2_fwXqrS1wIVohbTCh03NAIHEAA_YAiAAEgKpNPD_BwE)

موقع اورنج الرسمي

Orange Egypt- Shop for Mobile Phones, Lines, Internet Plans,  
Apps, Music

Enjoy the ultimate online experience with Orange Egypt. Shop  
online, recharge your account, download ringtones and control your  
business lines

orange.eg

<http://kenanaonline.com/users/MaximToursEgypt/posts/596440>

شركة مكسيم تورز للسياحة

<http://www.etisalat.eg/etisalat/portal/home>

شركة اتصالات

<sup>42</sup>-جميل حمداوي , التواصل اللساني والسميائي والتربوي, الطبعة الاولى , 2015 ص 4 : 10

<sup>43</sup>-كريم زكى حسام الدين , التحليل الدلالي :اجراءاته ومناهجه , القاهرة, 1980 ص 38

<sup>44</sup>-هدى فاضل عباس ، سيميائية الخطاب الاتصالي في التصميم الجرافيكية ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ،

العدد 24 - 25 ، مجلة الباحث الاعلامي ، 2014 ، ص ص 211 : 226 .

45-Forum,brg8.com/t28013.htm/ 12-12-2017