

دليل المتدربه برنامج فن صناعة الإنفوجرافيك





بسم الله الرحمن الرحيم

برنامج فن صناعة الإنفوجرافيك الدليل التدريبي

الصفحات	المحتويات
3	فهرس
4	ترحيب وتعارف
5	نظام البرنامج
6	إرشادات للمتدربات
9	الوحدة التدريبية الأولى: ماهية الإنفوجرافيك
28	الوحدة التدريبية الثانية: تصميم الإنفوجرافيك
50	الوحدة التدريبية الثالثة: احتراف الإنفوجرافيك
72	الخاتمة



يسرني أن أرحب بكم في

برنامج فن صناعة الإنفوجرافيك

سائله المولى عز وجل أن يوفقنا لتقديم برنامج يجتمع لكم فيه العلم والمتعة

في رحلة نحو التدريب الاحترافي المدعم بالإثباتات النظرية والتطبيقات العملية التي من شأنها زيادة قدرتكم على تقديم التدريب بالشكل المهني المطلوب بما يتماشى مع متطلبات العصر

1. الاسم :

2. المؤهل :

3. الخبرات العملية :

4. العمل الحالي مع شرح طبيعة العمل :

5. الهوايات :

6. تحدث عن نفسك في سطور :

.....

.....

.....

.....

ماهي توقعاتك وأهدافك من البرنامج :

.....

.....

.....

.....





نأمل مراعاة الإرشادات التالية لأهميتها في تحقيق أهداف البرنامج التدريبي:

الالتزام بوجود الحقيبة التدريبية معك طوال البرنامج التدريبي



الأهداف الإضافية

بعد اطلاعك على الأهداف التدريبية للحقيبة، وكذلك أثناء تنفيذ التدريب على محتويات هذه الحقيبة .. قم بتدوين أهداف إضافية ترى أنه من الواجب أن تحققها هذه الحقيبة ؛ وذلك على النموذج والذي يحتوي أهداف الوحدات التي يشير إليها المتدرب ويجد من وجهة نظره يريد ان يتم التركيز عليها او وجد صعوبة في فهمها وتطبيقها ؛ وذلك على سبيل المثال على النحو التالي:

قد تكون هذه الأهداف عامة؛ مثل:

" أرغب في اكتساب أكبر قدر من المعلومات عن " الإنفوجرافيك "

وقد تكون هذه الأهداف أكثر تحديدا؛ مثل:

حددي مدى تحقيق أهدافك الإضافية، ولا تترك أي هدف دون تحقيق دون في النموذج بالصفحة التالية :

النموذج التالي: يوضح الأهداف الإضافية

الوحدة التدريبية	الأهداف الإضافية	مدى التحقق

الوحدة الأولى

ماهية الإنفوجرافيك



الوحدة الثانية

تصميم الإنفوجرافيك

الوحدة الثالثة

احتراف الإنفوجرافيك

الوحدة التدريبية الأولى

ماهية الإنفوجرافيك



ثانياً: دليل الوحدة الأولى:

الجلسة الأولى:

الجلسة	اسم الوحدة	الوقت بالدقيقة	ملاحظات
	ماهية الإنفوجرافيك	60 دقيقة	

الجلسة الثانية:

الجلسة	اسم الوحدة	الوقت بالدقيقة	ملاحظات
	ماهية الإنفوجرافيك	60 دقيقة	



تعريف الإنفوجرافيك

مفهوم الإنفوجرافيك:

هو فن تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى صور ورسوم يسهل على من يراها استيعابها دون الحاجة إلى قراءة الكثير من النصوص وهو علم البيانات التصويرية التفاعلية، أي تحويل البيانات إلى صور وعلاقات تفاعلية.

هو فن إيصال المعلومة بالصور والرموز عوضاً عن الفيديو أو الكتابة وبالنسبة لنا عندما نقول المصطلح (Infographics) فهي مختلفة اختلاف تام عن مصطلح البيانات التصويرية التفاعلية (Data Visualization) لأن التدفق المعلوماتي للبيانات والمعلومات المعقدة يكون بصورة أسرع وواضح ولنقل خرائط جوجل التفاعلية على سبيل المثال فقد يسهل البحث للوصول إلى منطقة أو دولة معينة بضغطة زر أينما توفرت مادة بصرية مرئية تبين معلومات مهمة فهو يسمى بشكل عام إنفوجرافيكس بينما إذا ما احتوت الصورة على مواد تفاعلية تسمى البيانات التصويرية التفاعلية.

إن التصميم الإنفوجرافيكي مهمة جداً لأنها تعمل على تغيير طريقة الناس في التفكير من الناحية البيانية و المعلوماتية و القصصية منها وخاصة في الوقت الراهن ، عندما نستخدم التصميم الإنفوجرافيكي فأنا نزيد من المحتوى العلمي عبر شبكة الإنترنت ونضفي شكل آخر لعرض المعلومات والبيانات بأسلوب جديد والتي تساعد على توصيل الأفكار المعقدة بطريقة واضحة وجميلة.

في حين أن العالم بدأ أكثر تراكماً من الناحية المعلوماتية وهناك المزيد من البيانات و الرسوم البيانية ، فإن التصميم الإنفوجرافيكي لها دور مهم و فعال في تبسيط هذه المعلومات و السهولة في قراءة هذه الكميات الهائلة من البيانات المعلوماتية ، والتي يسهل قراءتها وتمكينها لجعل هذه البيانات أكثر سلاسة في قراءتها ومعرفتها و المقدرة على تحليل هذه البيانات بأسلوب جميل و جذاب وملفت للنظر.

وبهذا وبالإخذ بعين الاعتبار عن جميع التداخلات في المصطلحات المبينة أعلاه ، فما هي العناصر التي تشكل التصميم الإنفوجرافيكي:

- تصورات تقدم المعلومات المعقدة بسرعة وبشكل واضح.
- تصورات تدمج النصوص و الرسومات بهدف كشف عن معلومات وأنماط أو اتجاهات.
- التصورات التي هي أسهل للفهم من النصوص وحدها.
- تصورات جميلة وجذابة للتعبير وإيضاح فكرة معينة (الأحداث-القصص-إلخ).

وهناك العديد من المسميات لهذا الفن :

- الإنفوجرافيكس (Infographics).
- البيانات التصويرية التفاعلية (Data Visualization).
- التصميم المعلوماتية (Information Design).

إن الإنفوجرافيكس كمصطلح يطلق على فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق وهذا الأسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة و الصعبة بطريقة سلسة وسهلة وواضحة وهذه من أكثر التعريفات شيوعاً بين المتخصصين وصفحات الإنترنت.



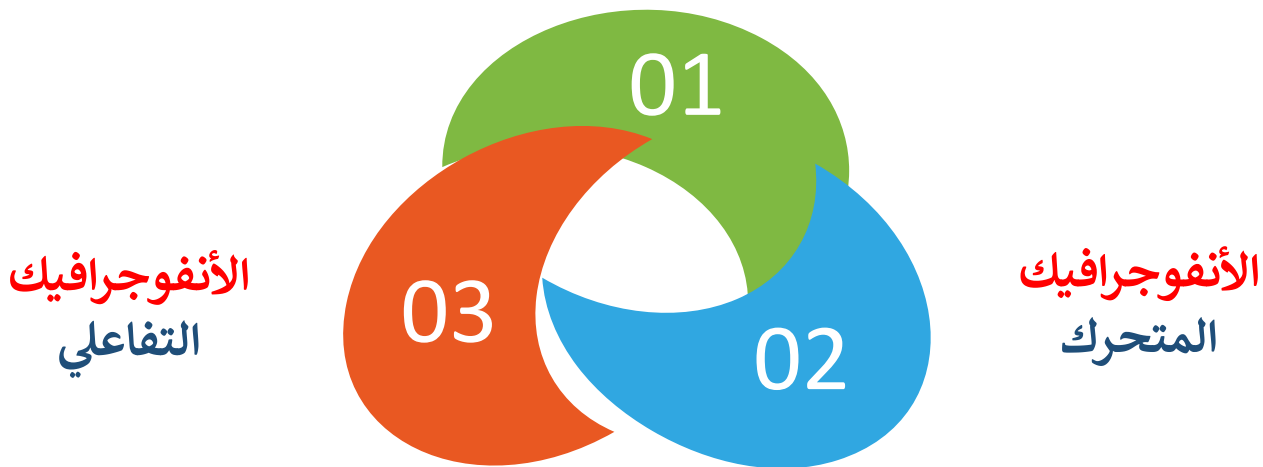
أنواع الإنفوجرافيك

يعتبر الأنفوجرافيك نوعًا من أنواع الفنون التي تعمل على تحويل المعلومات، والبيانات إلى رسومات، وصور من السهل فهمها واستيعابها بكل وضوح، وعرف هذا الفن بأسماء كثيرة منها الإنفوجرافيكس، والبيانات التصويرية، ويطلق أيضًا عليها التصميم المعلوماتية. ويعتبر تصميم انفوجرافيك مهمًا جدًا، لما يملكه من أسلوب مميز في تغيير طريقة تفكير الناس من ناحية عرض البيانات والمعلومات، وحتى السرديات القصصية، والشروحات العلمية، حيث أنه يساعد على توصيل الأفكار المعقدة بطرق جميلة وجذابة، من خلال دمج النصوص البسيطة مع الصور والرسومات، وتختلف طرق عرض، وترتيب مكونات التصميم من نوع لآخر.

أنواع الأنفوجرافيك من حيث العرض:

تقسم أنواع الأنفوجرافيك حسب طريقة العرض إلى ثلاث أنواع رئيسية وهي:

الأنفوجرافيك الثابت



الأنفوجرافيك الثابت:

هو نوع من الأنواع التصميمية، التي تحوي رسم تصويري أو صورة ثابتة تشرح شيء محدد بشكل ثابت لا يحتاج إلى تفاعلية من المتلقي، وعادةً ما يستخدم هذا النوع في الدعاية، والحملات الإعلانية.

الأنفوجرافيك المتحرك:

هو النوع الذي يستخدم الرسوم البيانية، والفيديوهات، والأنميشن، والإحصائيات، لعرض الأفكار للجمهور بأسلوب شيق، يمتاز بالإبداعية والجاذبية.

الأنفوجرافيك التفاعلي:

يشبه هذا النوع الأنفوجرافيك المتحرك إلى حد كبير، إلا أنه يتميز عنه بوجود خاصية التفاعل بين الرسوم المعروضة والجمهور، فمثلًا من الممكن أن يطلب من المتلقي النقر على الصورة لعرض معلوماتها، وغيرها من الحركات التي تشكل نوعًا من أنواع الفت الانتباه أيضًا.



أنواع الأنفوجرافيك من حيث التخطيط:

تتضمن تصاميم الأنفوجرافيات الكثير من الأنواع من حيث التخطيط إلى:

الأنفوجرافيك الإحصائي:

يستخدم هذا النوع من الأنفوجرافيك في عرض نتائج الاستطلاعات، والبيانات ذات المصادر المتعددة حيث يتم التركيز على المعلومات المعروضة من خلال أدوات سرد تعتمد على المخططات البيانية، ذات الصور، والخطوط، والألوان الجذابة، بالإضافة إلى الأيقونات والمخططات الزمنية.

الأنفوجرافيك المعلوماتي:

يستخدم هذا النوع في التصاميم التي تهدف إلى توصيل مفاهيم جديدة أو تخصصية إلى حد ما، كما يمكن استخدامه عند طرح صورة عامة حول موضوع ما، وعادة ما يقسم التصميم إلى أجزاء، يشمل كل منها عناوين وصفية ومن المفضل ترقيم كل جزء من هذه الأجزاء مما يعطي التصميم ميزة تدفقية، تساعد في توضيح كل نقطة من نقاط الموضوع على حدا.

كما من الممكن تميز كل قسم من أقسام التصميم بلون معين لتزيد من جاذبية التصميم ومن الجدير بالذكر أنه في حال كانت المعلومات المعروضة لا تحتاج إلى تسلسل معين، فمن الممكن استخدام المخططات الدائرية.

الأنفوجرافيك الزمني:

يستخدم هذا النوع في التصاميم المخصصة لعرض تواريخ مهمة، أو لإعطاء لمحة عن تسلسل مجموعة أحداث حيث يفيد هذا النوع في خلق صورة واضحة عن الإطار الزمني لسير الأحداث.

أنفوجرافيك المراحل:

يعبر هذا النوع عن التصاميم المستخدمة لعرض المراحل المكونة لعملية ما، حيث يساعد على تبسيط وتوضيح كل مرحلة من المراحل على حدا، وغالبًا ما تكون طريقة عرض المراحل من اليمين إلى اليسار أو من الأعلى إلى الأسفل، ويوجد عدة أمور قد تزيد من فاعلية هذا التصميم مثل الترقيم، وإضافة الأسهم والرموز التوجيهية، التي تلفت نظر الجمهور.

الأنفوجرافيك الجغرافي:

يعبر هذا النوع عن التصاميم المرتبطة بالمواقع الجغرافية، والمعبرة عن البيانات المتعلقة بالتركيب السكاني ويعتمد بشكل أساسي على مخططات الخرائط.

أنفوجرافيك المقارنة:

يستخدم هذا النوع من التصاميم في عرض المقارنات بين مجموعة من الخيارات، باستخدام عدد من الطرق الموضوعية، وعادة ما يحوي هذا النوع خط أفقي أو عامودي في منتصف التصميم مع وضع خيار واحد على كل جانب.

الأنفوجرافيك الهرمي:

يستخدم هذا النوع عادة لتنظيم المعلومات بطريقة هرمية من الأكثر أهمية إلى أقل أهمية، ومن أمثلته الشهيرة تسلسل ماسلو الهرمي للاحتياجات، الذي يعرض تسلسل الاحتياجات الإنسانية بدءًا من أكثرها



أهمية في قاعدة الهرم إلى أقلها أهمية في قمة الهرم، كما يستخدم هذا التصميم المخططات التدفقية، التي تعرض مثلاً تسلسل القيادة داخل شركة أو مؤسسة ما.

أنفوجرافيك القوائم:

يستخدم هذا النوع من التصميم في عرض الإرشادات، وأنواع القوائم المختلفة وتتميز بسهولة تصميمها، وتقديمها للقوائم بشكل جذاب، حيث يستغل العناصر المرئية، والخطوط الإبداعية، والألوان الجذابة، التي تساهم في إبراز عناصر القائمة بشكل مميز وأكثر جاذبية من القوائم التقليدية التي تعتمد على التعداد النقطي.

وما زالت الأفكار الإبداعية في تطور مستمر، لخلق المزيد من التصميم التي من شأنها أن تدخل في مجالات مختلفة من الحياة باعتبارها أسلوب مميز لتوضيح الأفكار، وعرض المعلومات.



اليوم التدريبي الأول دليل تدريب الجلسة الثانية

عنوان الجلسة : تابع ماهية الإنفوجرافيك

مدة الجلسة: 60 دقيقة

موضوعات الجلسة:-

- أهمية الإنفوجرافيك
- المستفيدون من الإنفوجرافيك



أهمية الإنفوجرافيك

يعتبر الأنفوجرافيك شكلاً من أشكال التواصل المرئي الذي حصل على شهرة واسعة في نهاية الثمانينيات توافقاً مع الانفجار التقني والتكنولوجي الذي حدث في القرن الماضي، وجاءت تسميته من اندماج كلمتين إنجليزييتين (Information -Graphic) ويترجم هذا المصطلح في اللغة العربية إلى مخطط المعلومات الرسومي.

حيث تتركز المهمة الأساسية للأنفوجرافيك على تقديم المعلومات، وعرضها بطريقة سهلة، باستعمال عناصر بصرية تتميز بالبساطة والجاذبية، حيث تمثل البيانات باستخدام مخططات تدمج أنواع مختلفة من المعلومات سواء على شكل إحصائيات أو جداول أو حتى نصوص، ومن الممكن أن تدمج كل تلك العناصر في مخطط واحد.

أهمية الأنفوجرافيك بشكل عام:

- يوجد الكثير من الأسباب التي تجعل من استخدام الأنفوجرافيك من الأمور المهمة في مجالات عدة، حيث تكمن أهميته في قدرته على القيام بالأمور التالية:
1. تبسيط المعلومات المعقدة، وشرح المفاهيم الصعبة.
 2. تلخيص وتوضيح الخطوات اللازمة للقيام عمل ما.
 3. عرض البيانات، وشرح المعلومات بطرق شيقة وجذابة.
 4. لفت الانتباه، وتبسيط الضوء على موضوع معين، يحدده التصميم والهدف منه.

أهمية الأنفوجرافيك في التسويق:

يعتبر الأنفوجرافيك من الوسائل التسويقية المهمة، إذ أنه يمتلك فعالية كبيرة في تسويق العلامات التجارية من خلال جذب الجمهور، وزرع الشكل العام للعلامة في أذهانهم باستخدام التأثير البصري على الذاكرة، مما يسرع انتشار العلامة، ويزيد من نسب المبيعات عن طريق مشاركة المحتوى البصري بين أعضاء السوق المستهدف بأسلوب يسمى التسويق الفيروسي، حيث تتمثل أهمية الأنفوجرافيك في هذا المجال فيما يلي:

يعتبر الأنفوجرافيك من العوامل المهمة في نجاح الحملات الإعلانية. يساعد الأنفوجرافيك في تجديد المحتوى القديم، وإضفاء الحيوية والنشاط له. يساهم الأنفوجرافيك في إبقاء العلامة التجارية في أذهان العملاء، حيث يستطيع الجمهور تذكر المعلومات المعروضة بأسلوب مصور لمدة أطول من المعلومات المكتوبة.

أهمية الأنفوجرافيك في التعليم:

وجدت العديد من الدراسات أن العقل البشري قادر على معالجة المعلومات المصورة أسرع بـ 60 ألف مرة من المعلومات النصية، حيث أن 90% من المعلومات التي تصل إلى الدماغ هي معلومات مصورة، كما أن 40% من الناس تستجيب للمعلومات البصرية بشكل أفضل من المعلومات النصية، مما أثبت فعالية الأنفوجرافيك في تنمية وتطوير مهارات التفكير والتحليل، حيث تتجسد مزايا هذا النظام في عمليات التعليم فيما يلي:



- مناسب لكل المجالات، ويمكن استغلاله في اختصاصات متنوعة.
- يعرض الحقائق العلمية باستخدام صور بصرية يسهل استيعابها وفهم محتواها.
- يعتبر من الأدوات المثالية لشرح ما هو غير مألوف للمتلقي.
- يمنح المتلقي فرصة لمقارنة وتحليل المعلومات المقدمة.
- مجالات استخدام الأنفوجرافيك في العمليات التعليمية:**
- يستخدم الأنفوجرافيك في الإحصائيات المتمثلة بأعداد السكان، وأعداد المواليد والوفيات، بالإضافة إلى الصادرات والواردات وغيرها.
- في شرح كيفية القيام بإجراءات معينة مثل عمليات الهضم، والدورة الدموية، ومراحل تشكل الجنين، وحتى دورة المياه في الطبيعة.
- لعرض تسلسل تاريخي معين من خلال عرضها على خرائط زمنية وترتيب أحداثها باستخدام الجداول والمخططات.
- يستخدم لعرض المواقع الجغرافية، ومساحتها باستخدام مخططات مناسبة لذلك.
- في تمثيل التسلسلات الهرمية مثل الهياكل التنظيمية. في عرض عمليات التشرح، وتوضيح مكونات العناصر وغيرها.
- يستخدم في توضيح العلاقات سواء الداخلية أو الخارجية بين جهات مختلفة.
- في شرح المفاهيم والنظريات والأفكار سواء الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية أو الصحية، وغيرها الكثير.

أدوات تصميم الأنفوجرافيك والبرامج المستخدمة:

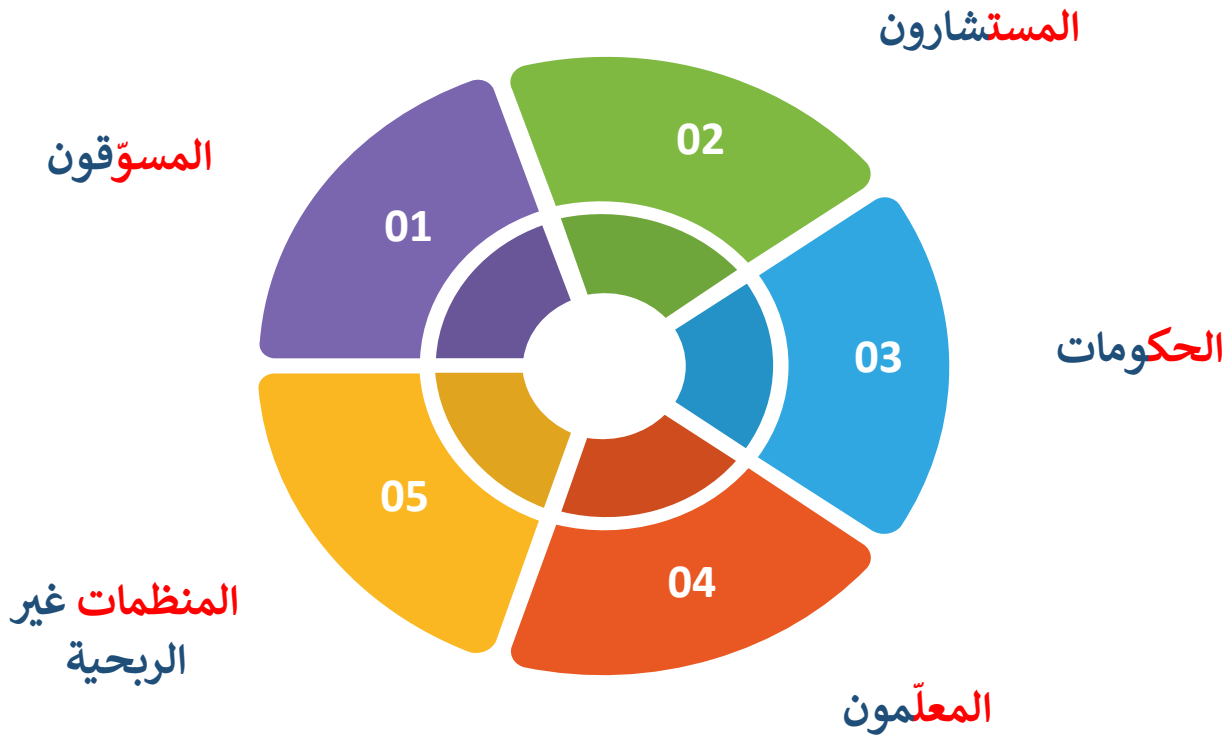
- تعددت استخدامات الأنفوجرافيك، وزادت أهميته في الكثير من مجالات الحياة، مما جعله ضرورة، لم يعد الاستغناء عنها بالأمر السهل، لذلك تعدد مستخدميها، واختلفت الفئات البشرية المستفيدة من هذا النظام، ومن هذه الفئات نذكر ما يلي:
- المهندسون والمصممون العاملون في الشركات والمصانع.
 - المدراء المسؤولون عن تقديم التقارير، وعرض النتائج.
 - محللو البيانات على اختلاف المجالات التي يعملون فيها.
 - صناع المحتوى الرقمي، ومدراء وسائل التواصل الاجتماعي.
 - المسوقون والمدرسون في كافة المجالات وبمختلف المراحل التدريسية.
 - المدونون بما فيهم أصحاب المواقع الإلكترونية.
- ورغم الأهمية الكبيرة للأنفوجرافيك، غير أنه لا يستطيع أن يحقق الهدف منه، إلا باتباع مجموعة من المبادئ الأساسية في تصميمه، مثل اتباع البساطة في اختيار النصوص والألوان، والبعد عن الحشو، ودعم التصميم بالأرقام، واعتماد نوع واحد من التصميم، بالإضافة إلى الالتزام بالتسلسل في عرض المعلومات.

الفئات المستفيدة من الإنفوجرافيك

يمكن استثمار الإنفوجرافيك في معظم أشكال المشاريع التجارية والصناعية بسبب قدرته على إيصال المعلومات المعقدة بأسلوب واضح وبسيط، وهو ما يحتاجه معظم أصحاب الأعمال، ولكن مع ذلك



هناك بعض المجالات التي يمكنها الاستفادة من الإنفوجرافيك أكثر من سواها من المجالات، ونذكر من هذه المجالات:



المسوّقون:

حيث تعتمد العديد من استراتيجيات التسويق الحديثة على الإنفوجرافيك في زيادة التفاعل مع قاعدة العملاء المستهدفة من خلال الإعلانات والبروشورات، بالإضافة إلى شد الانتباه وبناء وعي حول العلامة التجارية واسم الشركة أو المتجر الإلكتروني.

المستشارون:

يستخدم المستشارون في الشركات الإنفوجرافيك لسببين أساسيين: الأول هو استعراض خطير سير مشروع معين تخطط له الشركة بشكل مرئي وواضح، وهو ما يُعرف بانفوجرافيك التغير الزمني (timeline infographic). أما الثاني فهو تبسيط مفاهيم أو مصطلحات خاصة بمشاريع أو منتجات أو خدمات الشركة لعملائها، لا سيما في أعمال شركة لشركة (B2B).

الحكومات:

حيث تستخدم الحكومات عادةً الإنفوجرافيك لتوضيح الدراسات أو الإحصائيات الرسمية التي تجريها للمواطنين بشكل بسيط وعلني.

المعلّمون:

الوحدة التدريبية الثانية

تصميم الإنفوجرافيك



ثالثاً: دليل الوحدة الثانية:

الجلسة الأولى:

الجلسة	اسم الوحدة	الوقت بالدقيقة	ملاحظات
	تصميم الإنفوجرافيك	60 دقيقة	

الجلسة الثانية:

الجلسة	اسم الوحدة	الوقت بالدقيقة	ملاحظات
	تابع تصميم الإنفوجرافيك	60 دقيقة	



اليوم التدريبي الثاني دليل تدريب الجلسة الأولى

عنوان الجلسة : تصميم الإنفوجرافيك

مدة الجلسة: 60 دقيقة

موضوعات الجلسة:-

- مميزات الإنفوجرافيك وعيوبه
- البرامج المستخدمة في تصميم الإنفوجرافيك

نشاط -3

عصف ذهني جماعي

عزيزتي المتدربه ماذا تعرفي عن مميزات الإنفوجرافيك وعيوبه ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



مميزات الإنفوجرافيك وعيوبه

قد يتبادر إلى ذهنك سؤال هل سأستفيد حقًا من استثمار الإنفوجرافيك في حملاتي التسويقية لمشروعي؟ ما هي المميزات التي سأحصل عليها وما هي العقبات التي قد تواجهني عند تبنيّ للإنفوجرافيك في شركتي أو متجري؟ إن الإنفوجرافيك مثل غيره من أدوات الاستعراض المرئية المعاصرة، يملك إيجابيات وسلبيات لذا نستعرض أهم العوامل المؤثرة لكلا الجانبين:

أولاً إيجابيات الإنفوجرافيك:

سهولة الفهم والتذكر:

يمكن لصورة إنفوجرافيك واحدة أن توصل فكرة ما خلال ثوانٍ معدودة مقارنةً بدقائق طويلة سيهدرها العميل في قراءة نص يوضح الفكرة ذاتها فالأشخاص عمومًا يتذكرون 83% من التفاصيل التي يرونها بأعينهم مقارنةً بـ 20% من التفاصيل التي يقرأونها.

لا يحتمل التأويل:

فالكلمات عادةً يمكن تأويلها أو فهمها فهمًا خطأ وذلك اعتمادًا على السياق التي تُذكر فيه، في حين أن الصور والأشكال الترسيمية تكون واضحة ومباشرة ولا تترك مجالًا للتشكيك أو التأويل. بمعنى أنك إن أردت إطلاق منتج أو خدمة مميزة أو فريد للمرة الأولى في السوق وتحتاج إلى توضيح آلية أو طريقة عملها دون التباسات فالإنفوجرافيك هو خيارك الأفضل.

الجاذبية البصرية:

إذ تمتلك صور الإنفوجراف القدرة على شدّ أنظار الجماهير إلى المضمون، بالطبع إن كان التصميم جذابًا والعبارات التسويقية ملفتة.

قابلية المشاركة:

بإمكانك نشر الإنفوجرافيك الخاص بشركتك على وسائل التواصل الاجتماعي، وبسبب سهولة القراءة والجاذبية السريعة للإنفوجرافيك ستجد مشاركات كثيرة من قبل المتابعين، وهذا سيؤمّن لك انتشار منتجك أو خدمتك بسرعة كبيرة لا تتقارب مع أي منشور نصّي أو ترويجي قد تنشره على صفحاتك.

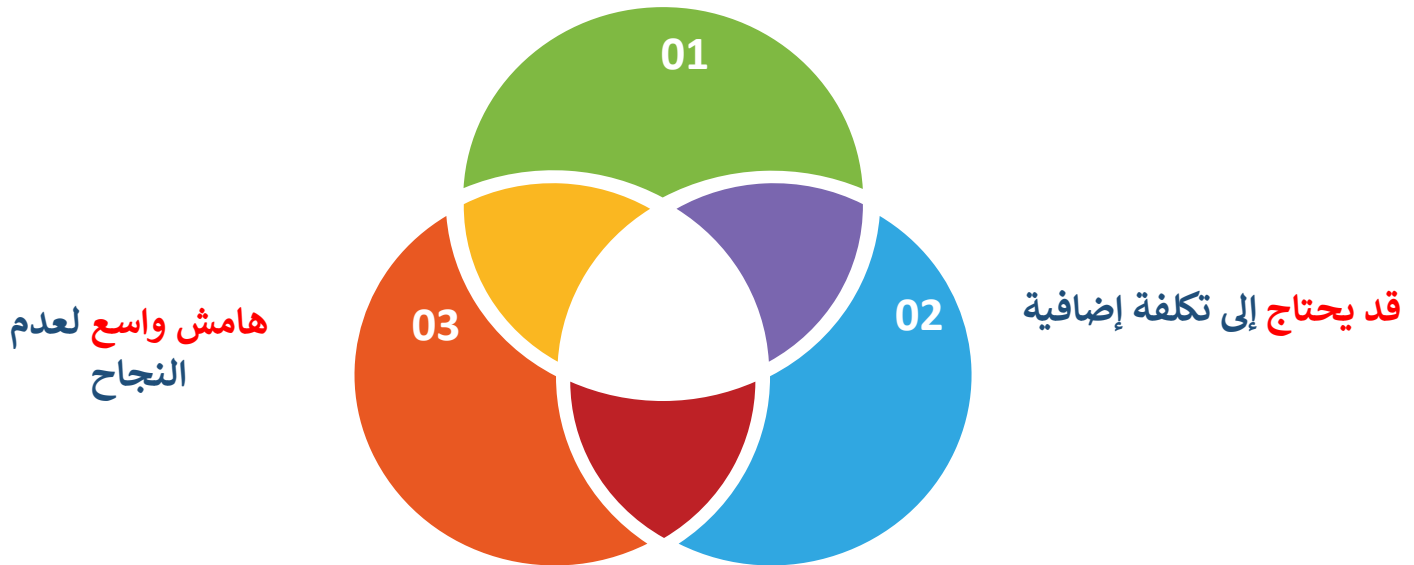
الحصول على زوّار لموقعك:

بإمكانك إرفاق رابط خاص بموقعك أو متجرك ضمن الإنفوجراف ذاته ومشاركته في حساباتك على وسائل التواصل، عندها ستحصل عبر مشاركة المتابعين لمنشورات الإنفوجرافيك على روابط باك لينك لموقعك، وبذلك ستنجح في جذب المزيد من الزوار إلى موقعك ومعهم المزيد من فرص الشراء والعملاء المحتملين.



ثانيًا عيوب الإنفوجرافيك:

تستهلك بعض الوقت



تستهلك بعض الوقت:

إعداد إنفوجرافيك احترافي، بتصميمه ومحتواه يتطلب استثمار الكثير من الوقت والجهد على الرغم من برامج وأدوات التصميم التي سهّلت علينا المهمة، إلا أن عملية صنع المحتوى ودراسة وهندسة الجمل التسويقية والتصاميم والأشكال المرفقة ضمن الإنفوجرافيك تحتاج إلى وقت كبير، قد يكون من الحكمة استغلاله في استراتيجيات تسويقية أكثر فعالية.

قد يحتاج إلى تكلفة إضافية:

إن الإنفوجرافيك مثل غيره من استراتيجيات التسويق الاحترافية يحتاج إلى تخصيص ميزانية له، لذا فإن الشركات والمشاريع التجارية الصغيرة تحتاج إلى توظيف مصمم إنفوجرافيك وهذا ما يضع عبئًا إضافية على ميزانية الشركة، التي قد تكون محدودة جدًا في الأساس لكن هناك حل أفضل لهذه النقطة ألا وهو توظيف مصمم مستقل عبر موقع مستقل، أكبر منصة عمل حر عربية، لإنجاز المهمة بسرعة وأمان وتكلفة مقبولة.

هامش واسع لعدم النجاح:

حتى وإن استثمرت مئات الدولارات في تصميم إنفوجرافيك جميل وجذاب، فقد ينتهي به المطاف إلى جانب المئات وربما آلاف الإنفوجرافيك غير الناجحة على الإنترنت عليك أن تدرك أن تصميم الإنفوجرافيك ليس إلا نصف العمل، أما النصف الآخر فهو الترويج المناسب لها.



البرامج المستخدمة في تصميم الإنفوجرافيك

إن الإنفوجرافيك عبارة عن برنامج تصميم صور يستخدم في الإعلان أو التوعية وهذا البرنامج يتميز بأنه يحتوي على رموز تعبر عن الموضوع أو الهدف منه وتتميز الصور على هذا البرنامج بأنها صور مريحة للعين ومحبوبة للناس في نفس الوقت، بالإضافة إلى احتوائه على أشكال وألوان عالية التقنية في عالم التصميم. أما فيديوهات الإنفوجرافيك فهو الإنفوجرافيك العادي المكون من مجموعة من الصور التي يمكن تحريكها عن طريق استخدام بعض برامج المنتج.

ومن أفضل البرامج المستخدمة في تصميم الإنفوجرافيك:

برنامج أدوبي إيلستريتر (Illustrator Adobe):

هذا البرنامج هو البرنامج الأول في تصميم الإنفوجرافيكس الذي يستخدمه معظم المصممين، وذلك لأن هذا البرنامج يتميز بالمرونة الشديدة والقابلية لإعطاء نتائج جذابة، بالإضافة إلى توفر العديد من الشرح لهذا البرنامج عبر اليوتيوب.

أدوبي فوتوشوب (Adobe Photoshop):

يمكنك استخدام فوتوشوب لتصميم الإنفوجرافيكس، على الرغم من أنه لن يكون بمرونة برنامج إيلستريتر، حيث أنه برنامج تحرير صور في المقام الأول، لكن يمكن أن يستخدم هذا البرنامج ويستغل في أنه عرض البيانات بطرق جميلة كذلك.

إنسكيب (inscape):

هذا البرنامج من البرامج المجانية وهو يعتبر بديل الالستريتر.

تابلوه (Tableau):

هذا البرنامج هو برنامج مجاني يعمل في نظام الويندوز فقط، ويستخدم للقيام بوضع التصاميم الملونة والفريدة من نوعها.

أدوبي فايروركس (Adobe Fireworks):

هو برنامج متميز وجميل يقوم بتصميم الإنفوجرافيكس، لكن هذا البرنامج قليل في الاستخدام في تصميم الإنفوجرافيكس ولكنه فعال بشكل جميل. أهم المواقع التي تستطيع من خلالها العمل على برنامج الإنفوجرافيكس بشكل مجاني.

موقع (piktochart):

هذا الموقع من أهم المواقع التي توفر لك فرصة كبيرة لعمل أفضل الإنفوجرافيكس من خلال استخدام العديد من أشكال التصميمات المختلفة في عدة مجالات مختلفة، كما أن هذا الموقع يوفر لك إمكانية عمل عرض (presentation) بسهولة.

موقع (Canva):

يوفر لك هذا الموقع المجاني العديد من التصميمات لمساعدتك في عمل الإنفوجرافيك لأنه يتميز بوجود العديد من القوالب الجاهزة من الإنفوجرافيك التي تجعلك تقوم بالتصميم بنفسك دون الاحتياج إلى مصمم محترف.



موقع (venngage):

هذا الموقع هو عبارة عن أداة مجانية تساعدك على تصميم الإنفوجرافيك بشكل بسيط وسهل في الاستخدام، بالإضافة إلى أن هذا الموقع يتميز بأنه يحتوي على الكثير من الرسومات المختلفة التي تساعدك في اختيار العديد من المجالات المختلفة من أعمال البيزنس.

موقع (visual.ly):

هذا الموقع هو أداة إضافية أخرى متميزة وهو من أهم الأدوات التي تضم أكثر من 25 ألف مصمم يشاركون بتصميمهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

موقع (easel.ly):

هذا الموقع هو أيضاً أداة أخرى مجانية لا تحتاج إلى تحميل فإنه يمكنك من خلالها إنشاء إنفوجرافيك رائع وفي دقائق قليلة من خلال القيام باتباع بعض النماذج الجاهزة مسبقاً، بالإضافة إلى توفير إمكانية الاختيار من بين العديد من الأشكال.

موقع (Freepik):

هذا الموقع يعتبر واحد من أهم المنصات التي توفر لك القدرة على اختيار كل شيء جديد في عدة مجالات، لكن تختلف هذه الأداة عن غيرها من الأدوات السابقة في أنها تحتاج إلى شخص له خبرة بسيطة في برامج التصميم مثل Photoshop, Illustrator للقيام بالتعديل على التصميمات الجاهزة التي يمكنك تحميلها بشكل مجاني.

موقع (Visme):

هذا الموقع من المواقع المتخصصة في إنشاء الإنفوجرافيك الخاص بالمواقع في حالة إنشاء مخطط من أجل موقع أو مدونة وإضافة بعض الرسوم المتحركة لتوصيل المعلومة إلى أحد القوالب الجاهزة داخل الموقع.



استراحة

اليوم التدريبي الثاني دليل تدريب الجلسة الثانية

عنوان الجلسة : تابع تصميم الإنفوجرافيك

مدة الجلسة: 60 دقيقة

موضوعات الجلسة:-

- مراحل تصميم الإنفوجرافيك
- مصمم الإنفوجرافيك الناجح



مراحل تصميم الإنفوجرافيك

الفكرة:

نعم ستحتاج إلى فكرة قد تكون فكرة بسيطة لمشروع معين أو دراسة أو بحث وتحتاج إلى توفير تصور معين عن طريق استخدام شرح صوري (إنفوجرافيك) عن المشروع والأسئلة هنا هي .. ما هي الفكرة ؟ لماذا تعتقد برأيك أنها فكرة ناجحة ؟ الهدف من وراء هذه الفكرة ؟ الجهة المستهدفة لعرض هذه الفكرة ؟ الفئات المستهدفة لعرض هذه الفكرة ؟ هل تعتقد أن القصة تحتاج إلى سرد ؟ جميع هذه الأسئلة مهمة في وضع تصور معين للمنتج أو المشروع المراد التصميم له.

البحث:

بعد التوصل إلى الفكرة ستحتاج إلى مواد تساعدك في بناء تلك الفكرة ومنها استخدام محركات البحث مثل (جوجل-ياهو-ام اس ان-التافيسا) للوصول إلى أكبر عدد من البيانات و المعلومات الداعمة لفكرة المشروع، ما يتوجب عليك مراعاته أثناء عملية البحث هو حداثة المراجع ومدى مصداقيتها ، تحديد الروابط المرجعية للصفحات أو الدراسات المستخدمة و المستنبط منها البيانات التي سيتم استخدامها في بناء بند معين في التصميم.

البيانات:

ادعم التصميم الإنفوجرافيكي ببيانات موثقة في دراسات أو كتب منشوره مسبقاً مع مراعاة مدى مصداقية المرجع وحداثته لدعم الفكرة بأرقام وإحصاءات مدروسة بشكل موثق ، ابحث عن المواقع التي تستخدم مفهوم البيانات المفتوحة ومنها (Data.or)-(Data.gov) -(opendatafoundation.org)-(data.worldbank.org).

الفلتر:

بعد الانتهاء من توفر المواد البيانية و المعلومات المستخدمة قم فلتر البيانات واستخراج فقط المطلوب و الأساس حتى لا تشكل لك أي حشو أو طمس للفكرة ، استخدم فقط البيانات المتعلقة بالمشروع و المنتج النهائي و اجعل منها أساس بناء الفكرة.

التنسيق:

قم باستخدام البرامج المجانية المتوفرة سواء عبر الإنترنت أو في جهازك كبرنامج (اكسل ، بوربوينت ، وورد) وغيرها من البرامج التي تساعد في بناء المحتوى بشكل منسق و مرتب.

التخطيط:

قم بعمل تخطيط مبدئي عن المشروع ، باستخدام برامج عديدة عبر الإنترنت كموقع (DIGRAME.LY) أو (MINDMAP) إن لم تستطع استخدام هذه البرامج قم باستخدام الورقة و القلم و رسم التصور المراد عمله حتى وإن كنت ضعيف في الرسم ، الفكرة هي وضع التصور الصحيح و السليم لإبراز و عرض الفكرة في مضمون سهل و مبسط ، أيضا قم



باستخدام مواد فعلية في رسم التصور كاستخدام التصوير الضوئي لمبنى أو صور متوفرة عبر الإنترنت لدمج الأفكار و التصور في قالب واحد ليتم التعامل مع المحتوى في الإخراج الفني لاحقاً.

الأدوات:

في هذه المرحلة سيتم تحديد الأدوات المستخدمة في الإخراج الفني واستخدام برامج التصميم ك الفوتوشوب وغيرها من برامج التصميم أثناء اختيار الأدوات يتوجب عليك دراسة المشروع ككل و اختيار الوجهة النهائية وذلك يندرج في الخطوة السابقة التخطيط يجب تحديد لأي وجه ستقوم بإخراج التصميم الإنفوجرافيك سواء كان الإنترنت أو مطبوع (**بوستر** ، **رول أب**) .

يندرج أيضا في قائمة الأدوات التقنيات البرمجية المستخدمة في تطوير تصاميم تفاعلية ذكية ومنها يتم مراعاة اللغات البرمجية المستخدمة ومنها **HTML5** و **D3** للمواد التفاعلية الديناميكية و **CSS3** في تحديد جهوزية تصميم قالب متوافق مع المتصفحات بشكل عام . تحتوي المواد التفاعلية الذكية على رواج أكبر من غيره ويستخدم في التدريب و التطوير وإعطاء لمحة عامة ليشارك بذلك تفاعل المستخدم النهائي ، فهي تعد أحد أقوى المواد الإنفوجرافية الهادفة ولها أصداء أكبر عن غيرها في إخراج البيانات بشكل مرئي تفاعلي هادف.

الإخراج:

في هذه المرحلة يتم إخراج عنصرين في بداية الأمر فأول ما يتم إخرجه هو التصور ما قبل النهائي وقد يكون بعدة أشكال سواء كان تفاعلي أم مصور ، يتم أيضاً مراجعة التصميم و البيانات المدخلة ومراجعة ما إن كان يحتوي على أي مدخلات خاطئة ليتم تصحيحها قبل النشر .

يتم معاينة المنتج النهائي للتصميم وتجربته ، أما في حالة كان التوجه في التصميم كمنتج تفاعلي يتم تجربته على عدة متصفحات للتأكد من مدى جهوزية إخرجه و يتضمن التدقيق أيضاً على اللوغو ثميات المستخدمة ومدى قابلية تفاعل المستخدم النهائي مع التصميم.

مصمم الإنفوجرافيك الناجح

قد يبهرك المسمى الوظيفي لشخص ما عندما تتحدث معه ويخبرك أنه مصمم جرافيك ثم تجد في نهاية الحديث أنه يصمم الكروت الشخصية فقط . بداية يجب أن تعرف أن مصمم الجرافيك وظيفة كبيرة وشاملة للعديد والعديد من الوظائف المتداخلة سنذكر أغلبها:



مصمم الوثائق الدعائية:

وتشمل الإعلانات الداخلية وتصميمات الكتب والبروشورات والكتيبات الصغيرة والمجلات والجرائد والبوسترات وأغلفة المنتجات وأغلفة أشرطة الفيديو والكاسيت والأسطوانات وقوائم الأسعار وقوائم المنتجات والكتالوجات وشعارات الشركات إلخ.

مصمم الإعلانات الخارجية:

وتشمل لوحات للمحلات والأسواق والعيادات والشركات ... إلخ كذلك إعلانات المنتجات والخدمات الخارجية وإعلانات الطرق.

مصمم واجهات المواقع:

وتشمل كل ما يتعلق بتصميمات واجهات المواقع فقط بدون تعليمات برمجية.

مصمم الإعلانات التلفزيونية:

وتشمل التصميمات الثابتة والمتحركة التي تجدها على أغلب محطات التلفزيون وتجد أيضاً مقدمة وخاتمة البرامج وكذلك بعض الكليبات إلخ.

مصمم رسوم متحركة ثنائية الأبعاد:

ومن أمثلتها توم وجيري والكابتن ماجد.

مصمم ستوديوهات:

وتشمل تصوير الأشخاص والعرائس وتعديل الصور وإخراجها بشكل جميل وإضافة المكياج وتحسين الصور.

مصمم ثلاثي الأبعاد تصميمات ثابتة:

وتشمل كل التصميمات ثلاثية الأبعاد الثابتة وتجد أغلبها في شركات المعمار والمقاولات والهندسة.

مصمم ثلاثي الأبعاد تصميمات متحركة:

وهي أقوى أنواع التصميم وأصعبها ومن أمثلتها أفلام الكرتون ثلاثية الأبعاد مثل المسلسل المصري الشهير كرومبو وكذلك نيمو وشركة المرعبين المحدودة ... إلخ وتعتبر الأفلام ثلاثية الأبعاد من أقوى وأنجح الأفلام على مستوى العالم ولاقت رواجاً شديداً .

والآن ماذا تريد...

إذا أردت أن تتخصص في الإعلانات الداخلية والخارجية فعليك احتراف برنامجين على الأقل أحدهم **Raster** والآخر **Vector** وأنصحك بأن تتقن **Photoshop** و **Illustrator** كذلك برنامج **Indesign** لتصميم الجرائد والمجلات.

أما إذا أردت أن تكون مصمم ستوديوهات فعليك احتراف **Photoshop** أما إذا أردت أن تتخصص في الميديا وأفلام الكرتون ثلاثية الأبعاد فعليك احتراف **3D Studio Max** أو **Maya** لأنهما أقوى برنامجين في تصميم الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد وألعاب الكمبيوتر.



أما إذا أردت احتراف أفلام الكارتون ثنائية الأبعاد أنصحك بأن تتقن **Photoshop** و **Illustrator**.

ولاحظ أن مصمم الجرافيك المحترف ليس بكثرة البرامج التي يتعامل معها، ولكن بالإبداع والحس الفني والذوق الرفيع وفهم واستيعاب الشريحة الموجه إليها الإعلان.

كيف تصمم إنفوجرافيك ناجح:

يقترن نمو وزيادة حجم البيانات التي نستهلكها يومياً على شبكة الإنترنت، بانخفاض فترة اهتمام وتركيز المستخدم والقارئ وذلك نتاج مجموعة كبيرة من عوامل التشتت بدءاً من البريد الإلكتروني وصولاً إلى مواقع الشبكات الاجتماعية.

وقد ظهر فن الإنفوجرافيك بتصميماته المتنوعة في محاولة لإضفاء شكل مرئي جديد لتجميع وعرض المعلومات أو نقل البيانات في صورة جذابة إلى القارئ.

ويعد الإنفوجرافيكس فن مبتكر وطريقة خلاقة لفهم المحتوى، إذ يضم نص يشمل أرقام وإحصاءات حول موضوع بعينه يتم تنفيذه وإخراجه بإبداع لتبسيط وتوضيح الرسالة للأفراد وإيصال البيانات المستهدفة للجمهور.

وتسهم تصاميم الإنفوجرافيكس بشكل فعال في زيادة وإثراء المحتوى على شبكة الإنترنت وتعمل شركات أبحاث السوق على إبراز نتائج أبحاثها ودراساتها عبر الإنفوجرافيكس ، فهذا الفن لا يعد فقط مجرد أرقام ورسوم بيانية أو تصاميم، إنما هو مواد ودراسات بحثية معقدة تم تبسيطها وتحليلها وإخراجها برسم بياني مبسط لتسهيل على القارئ التمعن والنظر لجوهر الموضوع.

الأجزاء الرئيسية التي يتكون منها الانفوجرافيكس:



كيفية إعداد وتنفيذ الإنفوجرافيكس في سبعة خطوات:

- البحث عن فكرة مميزة مع مجموعة من الأفكار المُحتملة.
- إنشاء مخطط وهيكل للإنفوجرافيكس.

الوحدة التدريبية الثالثة احتراف الإنفوجرافيك



ثالثاً: دليل الوحدة الثالثة:

الجلسة الأولى:

الجلسة	اسم الوحدة	الوقت بالدقيقة	ملاحظات
	احتراف الإنفوجرافيك	60 دقيقة	

الجلسة الثانية:

الجلسة	اسم الوحدة	الوقت بالدقيقة	ملاحظات
	تابع احتراف الإنفوجرافيك	60 دقيقة	



خطوات مهمة قبل أن تبدأ بتصميمك الجديد

ابدأ أولاً بمصادر الإلهام:

قبل أن تمسك الماوس أو تبدأ بالرسم على الورق أو حتى أن تنشئ مستند فوتوشوب جديد حاول أن تبحث في المعارض العالمية وتشاهد تصاميم أخرى مشابهة لعملك أو حتى غير مشابهة حاول أن تعرف ما عليك القيام به وما هو محظور عليك.. أنشئ مجلد ضع فيه بعض الصور والتصاميم التي أعجبتك ونسقتها ورتبها ليسهل عليك استخدامها.

التخطيط والتنظيم:

من المهم قبل البدء أن تعرف ما يطلبه منك العميل بالضبط وبشكل كامل وأن تجمع كافة المعلومات التي تحتاجها وستحتاجها وحتى الأدوات والبرامج التي ستستخدمها وترتيب أولويات العمل فمثلاً إذا كان المطلوب منك (بoster-كارت فيزيت-شعار-عرض فيديو دعائي-تصاميم مغلفات-واجهة موقع) الأفضل أن تبدأ بالشعار أولاً لأن جميع الأعمال الأخرى معتمدة عليه ثم مثلاً البoster والكارت ثم العرض الدعائي وهكذا.

لاكتفي بالحاسب والإنترنت:

حاول أن تأخذ جولات في أرجاء المدينة والأسواق أو في الحديقة ، قرب البحر وفي الهواء الطلق المهم أن تكون خارج نطاق عملك المباشر وهذه الخطوة ذات أهمية إبداعية كبيرة غير مباشرة حيث قد تساعدك على تنظيم أفكارك وترتيبها أو حتى خلق أفكار جديدة إبداعية لاتعلم من أين تأتي.

ابدأ باستخدام الورق:

هل خطرت ببالك فكرة استخدم الورقة والقلم قبل أن تذهب لأن الأفكار لا تبقى طويلاً يمكنك أيضاً أن تبدأ برسوماتك وأفكارك عليها حيث تتجلى هذه الطريقة بشكل أساسي في الشعارات طبعاً ليست قاعدة لكنها وسيلة مثالية في الشعارات والبوسترات مثلاً في النهاية المهم هو وضع أفكارك على الورق كي لا تضيع وكي تساعدك في التنظيم.

أنشئ لوحة العمل:

قم بطباعة الأشياء المهمة والأساسية في تصميمك الجديد واجمع الصور الفوتوغرافية أو كل مايلهمك من المعارض ورتب المعلومات التي أعطوك إياها أو تصاميمهم القديمة وأضف إليها رسوماتك وأفكارك الورقية وبعض الملاحظات لتحصل بالنهاية على كل مايلهمك بشكل بصري وملموس .. بعيداً عن العالم الافتراضي والإنترنت والمجلدات يمكنك أيضاً إلصاقها بلوح خشبي وتعليقها مؤقتاً على الحائط أمامك أو بالقرب منك قد تعتبر هذه النقطة مثالية بعض الشيء لكنها فعالة جداً ومكلفة قليلاً بتجربة شخصية.

حدد وقت معين لمشروعك الجديد:

حاول أن لاتكون ساعات عملك عشوائية أو أن تعمل يوم ساعة واحدة ويوم آخر 16 ساعة ، هذه المشكلة يمر فيها عادة من يعمل بشكل حر ولا يلتزم بدوام لشركة معينة حيث قد يقضي يوماً كاملاً مع أصدقاءه ويوم قد لا يجد الوقت للحديث مع عائلته .. هذه المشكلة عانيت منها طويلاً فعلياً الحل الأمثل لها بين كل



ما قرأته هو بتحديد وقت معين لإنهاء عملك وحاول أن تلزم نفسك فيه وتخبر العميل عن وقت التسليم ... قد تتأخر يوم أو يومين ولكن بالنهاية ستأكد من أنك أنهيت العمل.

ابدأ بما تحب أولاً:

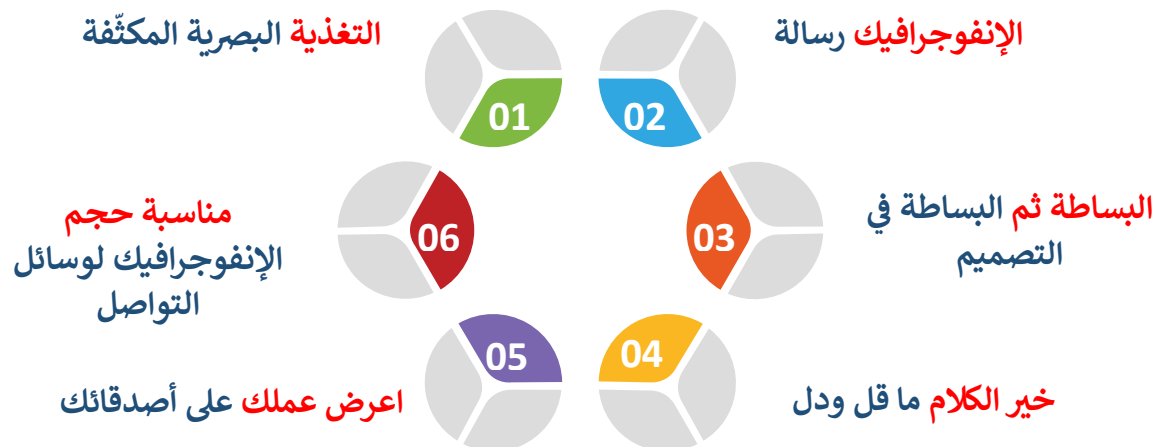
كما ذكرت سابقاً قد يكون عملك متضمن عدة مهمات مختلفة أو خطة دعائية كاملة تتألف من تصميم (لوغو أو شعار- كرت فيزيت- بروشور- عرض أنيميشن للشركة- إلخ) بالتأكيد قد يكون هناك عمل تفضله عن عمل آخر أو قد يكون أكثر تشويقاً من غيره أياً كان ما تفضل القيام به أولاً حاول أن تبدأ به بغض النظر عن الأولوية في العمل فقط كمجرد تطبيق مبدأ لفكرتك هذه الطريقة تضمن لك زيادة نسبة الإبداع في تصاميمك.

راجع أعمالك القديمة:

في بعض الأحيان يصعب علينا إكمال عمل معين حيث نصل إلى طريق شبه مسدود أو حتى يصعب علينا البدء بالعمل بغض النظر عن الحالة النفسية التي يمر بها المصممون وحالات البلوك Block حاول أن تشاهد أعمالك القديمة وتقارن الظروف القديمة التي مرت بك بظروفك الحالية وتدرس الفروقات بينها ولا تتوقف عند أول عائق يمر بك ، بل أعد التفكير من جديد ولا تستسلم واستعن بالله في كل خطوة تقوم بها واشكره على كل شيء.

نصائح لتصميم إنفوجرافيك احترافي

يزداد الطلب على تصميم الإنفوجرافيك، ربما تقوم أنت بتصميم الإنفوجرافيك أو تفكر في دخول مجال تصميم الإنفوجرافيك، وتتلخص أهم النصائح لتصميم إنفوجرافيك احترافي في:





التغذية البصرية المكثفة:

أذكر أن والدي رأني أشاهد الكثير من الصور الفوتوغرافية (لكنها كانت لهواة غير محترفين) فأوصاني بعدم التعرض لصور هواة التصوير الاحترافي، وبدلاً من ذلك ينبغي إشباع العين بالصور الفوتوغرافية الاحترافية؛ لأن المرء عندما يُعود بصره على رؤية الأفضل فحتمًا سينعكس هذا على عمله ويرفع من مستوى عمله، والإكتفاء بمشاهدة الأعمال التي لا بأس بها أو على الأكثر جيدة يعني أنك على الأغلب ستكون أعمالك لا بأس بها أو جيدة؛ لذلك اسعَ للأفضل دوماً لتكون أعمالك دوماً هي الأفضل.

لهذا احرص على متابعة أفضل مصممي الإنفوجرافيك وإن كنت لا تعرف أحداً بحد ذاته، تابع حسابات حكومية -غالباً- سيكون محتوى الإنفوجرافيك الخاص بها احترافياً للشعب عينك منه، والأهم من هذا أن تحلل محتويات الإنفوجرافيك على مستوى المحتوى وعلى مستوى التصميم والعوامل الجمالية، فإن حللتهم فسوف تستطيع تقليد التقنيات -التقنيات المستخدمة لا التصميم- لتستخدمها في تصاميمك.

الإنفوجرافيك رسالة:

الإنفوجرافيك ليس عملاً فنياً بالدرجة الأولى لكنه رسالة ستصل إلى جمهور محدد، لذا عند تخطيطك للإنفوجرافيك حدد تماماً جمهورك الذي تريد إيصال الرسالة له، وحدد المعلومات والرسائل التي تريد إيصالها للجمهور، ثم فكر في الهيكل العام للإنفوجرافيك، ثم الألوان التي ستستخدمها، والأيقونات، والعوامل الجمالية التي ستستخدمها.

البساطة ثم البساطة في التصميم:

إذا قمت بتحليل الكثير من الإنفوجرافيك الاحترافية فإنك ستلاحظ وجود سمة مشتركة فيما بينها، وهي أنها تتسم بالبساطة، أي إنها لا تحتوي على الكثير من التفاصيل الجمالية، فالإنفوجرافيك ليس معرضاً للأيقونات ولا للأشكال، بل هو رسالة مدعّمة بنسبة مقبولة من الأيقونات أو التصاميم، لهذا لا تستخدم الكثير والكثير من التفاصيل في الإنفوجرافيك، بل خير الإنفوجرافيك ما قلّ ودلّ.

خير الكلام ما قل ودل:

تماماً مثل البساطة في التصميم، فإن النص المكتوب في الإنفوجرافيك ينبغي أن يكون أقصر -مما يمكن-، فالإنفوجرافيك ليس صفحة لتُظهر فيها جمال لغتك، عندما تكتب محتوى الإنفوجرافيك.. حاول التقليل من الكلمات، ثم حاول التقليل، ثم حاول التقليل، وكلما كان الإنفوجرافيك يحتوي على عدد أقل من الكلمات كلما كان أفضل، لكن طبعاً دون الإخلال بالمعنى أو بالرسالة المرغوب بإيصالها.

وإذا وسوس لك شيطانك بأن تكتب أكثر، استعذ بالله من الشيطان الرجيم وكتب ما تريد كتابته في المقالة أو النشرة المخصصة للنص فهنا مكان النص والكتابة المطولة -طبعاً بحدود بناءً على نوع المنصة- ولو شعرت بالحاجة الملحة بإيصال العديد من المعلومات، فلم لا تقوم بعمل أكثر من إنفوجراف لتوضح المعلومات إن تطلب الأمر؟!

اعرض عملك على أصدقائك:

هل تذكر في مرات كثيرة أنك عرضت عملاً ما على أحد من أصدقائك وتفاعلت بالملاحظات التي أبداهَا أو أبدتها؟ والأمر نفسه عند صناعة الإنفوجرافيك، فعين أخرى أفضل من عين واحدة كما يقولون، وكثيراً ما تساعد هذه الآراء على تسليط الضوء على الأخطاء وتجنبها، خاصة أن الإنفوجراف كالطفل تماماً ستحبه كما هو وعينك لن تنتبه لأخطائه.

وفي نقطة سؤال الآخرين عن رأيهم في الإنفوجرافيك، فإن الأمر المثالي هو أن تقوم بسؤال مصمم إنفوجرافيك عن رأيه، لكن في حال عدم إمكانية عمل هذا فسؤال الأهل والأصدقاء جيد أيضاً.



لكن ضع في الحسبان أن يكون هناك احتمال بآلا يكون رأي من استشرته -خاصة لو كان بعيدًا عن التصميم- صحيحًا، لكن حتى لو كان خاطئًا فإنك على الأقل قد عرفت رأي فئة من الناس، ربما ستحاول إرضاء ذوقهم أو بعضًا من ذوقهم.

المهم أنه من الجيد دائمًا سؤال أصدقائك عن عملك، لهذا فإن طلب وجهة نظر الآخرين أمر جوهري تمامًا سوف يساعدك في تحسين أعمالك.

مناسبة حجم الإنفوجرافيك لوسائل التواصل الاجتماعي:

طالما أن أكثر انتشار الإنفوجرافيك في مواقع التواصل الاجتماعي فينبغي أن يكون حجم ومساحة الإنفوجرافيك مناسبًا لوسيلة التواصل، فكم هو مزعج أن يكون حجم الإنفوجرافيك كبيرًا جدًا لدرجة أنك بحاجة إلى القيام بتكبيره والحركة يمينا ويسارًا، وقراءة إنفوجرافيك كهذا قد تعني خسارتك لشريحة من الجمهور.

ابحث عن مقاييس نشر- الصور في كل منصة، وفي كل مرة.. يجب أن تغير المقاسات لتتناسب مع المنصة، ولا تتكاسل عن القيام بهذه الخطوة فربما عدم قيامك بهذا الخطوة الصغيرة قد يهدم كل جهودك التي قمت بها، بقيت خطوة أخيرة صغيرة لا تستصغرها.

في النهاية.. تذكر أن الإنفوجرافيك طريقة مهمة جدًا لإيصال الرسائل؛ حيث إنها مقبولة ضمن شرائح مختلفة من الناس، تذكر الأعداد الكبيرة التي ستقرأ الإنفوجرافيك الذي تقوم بتصميمه، إنه أمر عظيم حقًا أن يصل الإنفوجرافيك الخاص بك إلى أعداد كبيرة من الأشخاص، إنها مسؤولية كبيرة وأنت/أنتِ لها إن شاء الله.



استراحة



دليل تدريب الجلسة الثانية

عنوان الجلسة : **تابع احتراف الإنفوجرافيك**

مدة الجلسة: **60 دقيقة**

موضوعات الجلسة:-

- مكونات الإنفوجرافيك
- بعض المعايير المؤثرة في هيكلية الإنفوجرافيك



مكونات الإنفوجرافيك



العنوان:

سبق وأشرنا بأن الإنفوجرافيك يُصنف كنوع من أنواع المحتوى وهو يتفوق من ناحية الأهمية التسويقية عن المحتوى النصي، وحين يقوم أي شخص بكتابة مقالات في إحدى المجالات فإنه يهتم باختيار عناوين مفهومة وجذابة، وكذلك الحال عند اختيار عنوان الإنفوجرافيك، فالعنوان المناسب يساعدك في نشر وتسويق الإنفوجرافيك بشكل سهل وسريع، لذا إليك بعض النصائح السريعة في كيفية اختيار العناوين الخاصة بالإنفوجرافيك بصورة فعالة:

- العنوان الفعال يجب أن يُخبر القراء بالمعلومات والبيانات الأساسية التي يتضمنها الإنفوجرافيك، وأن يكشف بوضوح عن الأشياء التي سيكتشفها القراء دون مواربة أو تضليل.
- يجب أن يتم كتابة عنوان الإنفوجرافيك بأقل كلمات ممكنة، وأقل من تلك المستخدمة في كتابة العناوين الخاصة بالمقالات (5 كلمات على الأكثر).
- يُفضّل إضافة لمحة بسيطة حول الموضوع أسفل العنوان مباشرة، بحيث تُقدم خلالها مقدمة سريعة حول موضوع الإنفوجرافيك.
- يُفضّل اختيار عدة عناوين مختلفة للاختيار بينها بعد الانتهاء من تصميم الإنفوجرافيك بالكامل، وعدم الاكتصار على عنوان واحد عند الكتابة.
- يجب إدراج عنوان الإنفوجرافيك داخل التصميم نفسه وإبرازه بأقصى صورة ممكنة في أعلى التصميم غالباً، إذ يلاحظ في بعض الحالات عدم وجود عنوان الإنفوجرافيك داخل التصميم، وبدلاً من ذلك يتم إدراج العنوان بصورة مكتوبة في الموقع أو المدونة.



المحتوى:

ونقصد به المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الإنفوجرافيك، وينبغي التركيز على النواحي الفنية للمحتوى قدر المستطاع، لأن القارئ يعنيه في الأساس الجزء المتعلق بالمحتوى داخل الإنفوجرافيك، لذا يجب أن يكون هذا الجزء مُصمم بطريقة تلفت نظر القارئ للمعلومات الواردة فيه وعدم تشتيته ببقية الفروع الأخرى التي يتضمنها الإنفوجرافيك. ولا تنسى— أنه بدون وجود بيانات ومعلومات دقيقة وموثقة فإن الإنفوجرافيك يُصبح بلا جدوى، لذلك حاول أن تقوم ببذل المزيد من المجهود في جمع وترتيب البيانات والتحقق من صحتها.

المصادر:

يجب أن يتم تخصيص مساحة واضحة لعرض مصادر المعلومات والبيانات التي تم إدراجها في الإنفوجرافيك، خصوصًا في حال الاستعانة ببيانات أو أرقام محددة وهي مسألة شائعة في الإنفوجرافيك.

الصور والأشكال:

دعونا نتذكر دائمًا قبل إنشاء أي إنفوجرافيك، أننا نلجأ لهذا النوع من المحتوى لأنه يتميز بقيمة فنية وبصرية مقارنة بأنواع المحتوى النصي، بمعنى كلما استطعت خفض كمية المحتوى النصي— داخل الإنفوجرافيك وزيادة الصور والأشكال الدالة على المفاهيم المختلفة، كلما حقق الإنفوجرافيك نتائجًا أفضل، وذلك من حيث زيادة نسبة الانتشار وضمان الاطلاع على نسبة أكبر من المعلومات الواردة داخل الإنفوجرافيك.

اسم الجهة المنفذة وشعارها:

نظرًا لأن الإنفوجرافيك يمتلك شعبية واسعة ونسبة مشاركة كبيرة بين المستخدمين عبر الشبكات الاجتماعية، فمن الجيد الاستفادة من هذه النقطة في الترويج لمنتجك أو العلامة التجارية الخاصة بك فمثلاً لو كنت تمتلك موقعًا أو مدونة، فيُفضل إدراج الشعار، الاسم، عنوان الموقع، وذلك أسفل الإنفوجرافيك وبصورة واضحة، كما يُمكنك إضافة حساباتك على الشبكات الاجتماعية. نفس الشيء ينطبق على بقية المنتجات، بمعنى إدراج أي معلومات ترى أهميتها للمستخدمين أو الزبائن المحتملين، بشرط عدم خلطها مع الجزء المتعلق بالمحتوى.

بعض المعايير المؤثرة في هيكلية الإنفوجرافيك

التعامل مع الأبعاد:

في أي تصميم، تلعب الأبعاد دورًا هامًا في تحديد الشكل العام للإنفوجرافيك وإكسابه مرونة في النشر. عبر الشبكات الاجتماعية والمدونات بصورة مناسبة لذلك قد تتساءل الآن حول الأبعاد المناسبة المتعلقة بالإنفوجرافيك، لكن يؤسفني أن أخبرك بعدم وجود أي أبعاد ثابتة أو محددة عند إنشاء وتصميم الإنفوجرافيك، فنحن لا نتحدث هنا عن تصميم غلاف فيس بوك أو تويتر أو يوتيوب بأبعاد معروفة



ومحددة سلفًا، فالأمر مختلف تمامًا عند تصميم الإنفوجرافيك وهو يعتمد بصورة أساسية على رغبة المصمم وتصوره لكيفية إدراج المعلومات والبيانات ضمن التصميم. لكن من الجيد معرفة بعض المعايير الأساسية الهامة المتعلقة بالأبعاد الخاصة بالإنفوجرافيك والتي سألخصها لكم ضمن النقاط التالية:

التوجه العام:

لو قمنا بإلقاء نظرة سريعة على مجموعة من الإنفوجرافيكس التي حققت رواجًا واسعًا على الشبكة العنكبوتية لوجدنا أن أغلبها تم تصميمه بصورة عمودية (رأسية)، ويمكن القول بأن تصميم الإنفوجرافيكس بصورة رأسية يعتبر من ضمن التوجهات العامة لدى المتخصصين في فن الإنفوجرافيك، وهي تشكل النسبة الأكثر كميًا والأكثر انتشارًا.

وبنظري فإن التصميم بالطريقة الرأسية يوفر مرونة أكبر في عرض البيانات والمعلومات وإدراج الأشكال والصور والمخططات مقارنة بالتصميم بصورة أفقية، حيث يحتاج الأخير لرؤية أكثر إبداعية عند عرض المحتوى وهي مسألة تتطلب بذل المزيد من الجهد وخلق الأفكار الملائمة، وبالتالي سنجد عددًا أقل من النماذج.

ولا يعني هذا تجنب تصميم وإنشاء الإنفوجرافيك بالصورة الأفقية أو المربعة، فكما ذكرت هي مسألة تعتمد على المصمم والفكرة المراد طرحها بواسطة الإنفوجرافيك، وأحيانًا قد يكون التصميم بهذه الطريقة أكثر فاعلية من التصميم بصورة رأسية، فمثلًا إنفوجرافيك الصورة الذي ذكرناه عند حديثنا عن أنواع الإنفوجرافيك في الجزء الأول من السلسلة يتم تصميمه بصورة مربعة أو أفقية في الكثير من الأحيان.

نسبة الأبعاد:

قد يقول قائل "ذكرت أن التصميم بالصورة الرأسية هو الأفضل والأكثر انتشارًا؟ لكن أين الأبعاد الخاصة بالتصميم الرأسي؟"، حسنًا سأجيبك الآن.

بداية، فمن المهم معرفة نسبة الأبعاد الخاصة بالإنفوجرافيك (أي نسبة الطول إلى العرض) وهي تعتبر من ضمن المعايير الهامة عند التصميم، فمثلًا لو اخترت تصميم الإنفوجرافيك بعرض 700 بيكسل فكم يجب أن يكون الطول؟

في الغالب فإن الإنفوجرافيكس المصممة بطريقة رأسية تأتي بنسبة عرض إلى طول (4:1)، فلو كان عرض التصميم 700 بيكسل يكون الطول 2800 بيكسل، كما تراوح نسبة عرض الإنفوجرافيك الرأسي من 600-1200 بيكسل.

أما الإنفوجرافيك الأفقي فمن الأفضل استخدام الأبعاد عرض (1000-1200) بيكسل، طول (800-900) بيكسل، وللإنفوجرافيك المربع فالأمر سيان بشرط أن يكون الطول مساوي للعرض، ومن ثم يمكنك ضبطه كما تشاء.

التعامل مع الألوان:

في البداية دعونا نتفق على أهمية اختيار الألوان المناسبة عند التعامل مع أي تصاميم باختلاف أنواعها، وأعتقد أننا لسنا بحاجة لدعم هذا الادعاء بمجموعة من الدراسات والبحوث النفسية التي تشرح أثر الألوان على الحالة المزاجية للمستخدم وقدرتها على تعزيز المحتوى وإيصال الرسالة بصورة أكثر فاعلية. ونظرًا لأن الإنفوجرافيك يُقدم في طياته مجموعة من البيانات والمعلومات، فينبغي الاهتمام بالألوان بعناية فائقة وإعطائها أولوية قصوى عند التصميم.

ربما يقول قائل بأن مسألة التعامل مع الألوان تقع على عاتق المصمم فقط، وبالتالي هذه المسألة لن تهمني كمسوق أو صاحب منتج، لكن في الحقيقة فإن ترك هذه المسألة بيد المصمم ليست الخيار الأمثل،



فتوجيهك للمصمم بطريقة تتوافق مع متطلباتك يساعد المصمم بتنفيذ الإنفوجرافيك بصورة فعالة أكثر ويُسهل عليه المهمة في اختيار وتحديد الألوان.

أحد أصدقائي الذين يعملون في هذا المجال منذ سنوات، ذكر لي ذات مرة أن معظم التعديلات التي يطلبها العملاء بعد انتهاء التصميم تتعلق بالألوان، إذ أنهم في البداية يتركون الخيار له بصورة كاملة فيختار أفضل الألوان الملائمة للتصميم لكنه يتفاجأ برغبتهم بتغيير بعض الألوان، وبحسب ما رأيت فدائمًا ما تكون اختياراتهم نحو الأسوأ، على الأقل النماذج التي اطلعت عليها، وهذا في أغلب الأحيان ينتج من عدم معرفتهم ببعض المعايير الهامة عند اختيار الألوان ويعتقدون أن المسألة تعتمد على الأذواق، فأنت هنا لست في مطعم فخم لتناول وجبة غذاء وفقًا لذوقك الخاص، أنت هنا بحاجة لاتباع معايير وأسس ثابتة حتى وإن كانت غير متوافقة مع ذوقك الخاص.

وسواءً كنت مصمم إنفوجرافيك، أو أنك تنوي الاستعانة بإحدى الأدوات السابقة في حال عدم اختصاصك، أو ترغب بالاعتماد على مصمم مختص **فمن الضروري أن تعرف هذه الإرشادات الهامة للتعامل مع الألوان عند تصميم الإنفوجرافيك:**

ألوان أقل:

إضافة العديد من الألوان إلى الإنفوجرافيك يعتبر من ضمن أكثر الأخطاء شيوعًا، فكلما كانت الألوان المستخدمة في الإنفوجرافيك أقل، كلما حسن ذلك تجربة القراءة، لذلك يُنصح باستخدام 2-3 لون فقط عند تصميم الإنفوجرافيك، لكن يُمكن عند الضرورة استخدام 4 ألوان ويُفضل ألا تزيد عن ذلك. وبالطبع أقصد هنا الألوان الرئيسية البارزة المستخدمة في التصميم، وليس ألوان الخلفية أو المكملة لعناصر الإنفوجرافيك الأخرى، فيمكن استخدام ألون أخرى للخط أو لبعض الملاحظات الهامشية، بينما حاول أن تحافظ على نسق موحد للخلفية وأن تستعين بصور ومخططات متوافقة مع اللون الأساسي المستخدم في تصميم الإنفوجرافيك.

العلامة التجارية:

من الضروري استخدام الألوان داخل الإنفوجرافيك بصورة متناسقة مع المنتج أو العلامة التجارية التي ترغب بإنشاء إنفوجرافيك حولها، وهذا الأمر ينطبق بنفس الكيفية في حال رغبتك بإنشاء إنفوجرافيك لمنتجك الخاص.

من غير المنطقي أن يقوم أحد الأشخاص بإنشاء إنفوجرافيك يتضمن بعض الإحصائيات عن موقع تويتر ويستخدم بعض الألوان البعيدة عن العلامة التجارية للموقع مثل اللون الأحمر.



نشاط - 6

مناقشة

عزيزتي المتدربه من خلال ما تم شرحه وضحى بعض المعايير المؤثرة في هيكلية الإنفوجرافيك.

[illegible]



كلمة ختام

شكراً لكل من شارك في حضور هذا البرنامج التدريبي، والشكر موصول لإدارة
تطوير الموارد البشرية بالجامعة على إتاحة هذه الفرصة.
وفقنا الله دائماً لما فيه الخير،،



م . هنادي الجهني
الإدارة العامة لتقنية المعلومات