توظيف الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله : دراسة تحليلية على عينة من المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد في مدينة الرياض

اعداد

نورة بنت محمد بن أحمد الجوير

أستاذ مساعد في قسم الدعوة في المعهد العالي للدعوة والاحتساب بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

توظيف الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله: دراسة تحليلية على عينة من المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد في مدينة الرياض

نورة بنت محمد بن أحمد الجوير

قسم الدعوة في المعهد العالي للدعوة والاحتساب بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

البريد الالكتروني: nmgawir@imammu.edu.sa

الملخص :

يهدف البحث إلى إبراز أهمية الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله، وضوابطه، ومجالاته، ومدى توظيف المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات لفن الانفوجرافيك.

واعتمدت على منهجين من مناهج البحث العلمي هما: المنهج الاستقرائي والمسحي.

وقد تم تقسيم البحث إلى تمهيد وثلاثة مباحث، **المبحث الأول:** مجالات استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله وضوابطه. **المبحث الثاني:** خطوات تصميم الانفوجرافيك الدعوي، **المبحث الثالث:** توظيف الانفوجرافيك عند المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في مدينة الرياض.

ويستخدم الانفوجرافيك في مجال الدعوة إلى الإسلام، والتعريف بشعائره، وتصحيح المفاهيم التي يثيرها أعداء الإسلام. كما أن من الضوابط الشرعية في المحتوى المستخدم في الانفوجرافيك: أهمية الاعتماد على المصادر الشرعية، وضبط المصطلحات ووضوحها. وقد ظهر اهتمام مكاتب الدعوة بتوظيف الانفوجرافيك في الدعوة من خلال حساب المكاتب في تويتر، وإن تفاوتت درجة الاهتمام في ذلك.

كما اعتنت مكاتب الدعوة بالمعلومات والحقائق مع الاحصائيات والأرقام، وتنوعت أشكال الانفوجرافيك بين الرسوم التوضيحية والجداول وغيرها.

الكلمات المفتاحية: توظيف–الدعوة – الانفوجرافيك –المكاتب التعاونية

In the name of Allah, the Merciful The employment of infographics in calling to the way to Allah: an analytical study on a sample of cooperative offices for advocacy and guidance in the city of Riyadh.

Nora bint Mohammed bin Ahmed Al-Juwair
Department of advocacy at the Higher Institute for Propagation and Accountability at Imam Muhammad bin Saud Islamic University
Email: nmgawir@imammu.edu.sa

Abstract:

The research aims to highlight the importance of infographic in calling to the way to Allah, its controls and fields, and the extent of employing cooperative offices for advocacy and guidance and educating communities about the art of infographic.

It relied on two scientific research approaches: the inductive and survey approach.

The research has been divided into an introduction and three topics, **the first topic**: the fields of using infographic in calling to the way to Allah and its controls. **The second topic:** Steps to design the advocacy infographic, **the third topic**: the employment of infographic at the cooperative offices for advocacy, guidance and community awareness in the city of Riyadh.

Infographic is used in the field of calling to the way to Islam, introducing its rituals, and correcting the concepts raised by the enemies of Islam. Also, among the legal controls in the content used in the infographic are: relying on legitimate sources, and controlling terminology and clarity. The interest of the advocacy offices in employing infographics in the calling to the way to Allah was shown through the offices' Twitter account, even if the degree of interest in this is varied.

The call offices took care of information and facts, along with statistics and figures, and the infographics varied between illustrations, tables, and others.

Key words: Employment - Advocacy - Infographic - Cooperative Offices

المقدمة

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا وسيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له ومن يضلل فلا هادي له، وأشهد أن لا إله الله وحده لا شريك له، وأشهد أن محمداً عبده ورسوله. أما بعد:

إن الدعوة إلى الله على بصيرة من أشرف الأعمال، وهي وظيفة الأنبياء والرسل عليهم السلام؛ قال تعالى: ﴿ قُلْ هَٰذِهِۦ سَبِيلِىٓ أَدْعُوٓا۟ إِلَى ٱللَّهِ ۚ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا۠ وَمَنِ ٱتَّبَعَنِى ۖ وَسُبْحَٰنَ ٱللَّهِ وَمَآ أَنَا۠ مِنَ ٱلْمُشْرِكِينَ ﴾ [يوسف:١٠٨].

وتشتد الحاجة اليوم إلى التجديد في وسائل الخطاب الدعوي بما يحقق أهداف الدعوة الإسلامية، وقد ظهرت في عصرنا الحاضر وسائل متعددة وتقنيات حديثة ينبغي على الداعي إلى الله الإفادة منها؛ ومن تلك الوسائل: فن الانفوجرافيك، وهو نوع من أنواع التصميم الجديد الذي يسعى إلى تحويل المفاهيم والمعلومات إلى رسوم بصورة واضحة ومشوقة وميسرة.

ومن هنا جاء هذا البحث للتعريف بهذه الوسيلة، وكيفية توظيفها في خدمة الدعوة إلى الله.

ومع ما سبق من أهمية الموضوع؛ فإن من أسباب اختياره:

- حاجة الخطاب الدعوي اليوم إلى التطوير بما يتناسب مع الواقع ولا يتعارض مع الشرع.
- ما يتميز به فن الانفوجرافيك من قوة التأثير بما يحمله من عناصر التشويق، وعالمية إيصال الرسالة بإمكانية نشرها على الشبكة العنكبوتية، ومواقع التواصل الاجتماعي، وسهولة الاستخدام، وقلة التكلفة والجهد.

أهداف البحث:

١.التعرف على مفهوم الانفوجرافيك وتاريخه.

٢.إبراز أهمية الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله.

٣.بيان عناصر الانفوجرافيك.

٤.بيان مجالات استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله.

٥.التعرف على ضوابط استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله.
٦.الوقوف على خطوات تصميم الانفوجرافيك الدعوي.
٧.التعرف على مدى توظيف الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله من خلال المكاتب التعاونية للدعوة والارشاد.

تساؤلات البحث:

سيجيب هذا البحث –بإذن الله–عن الأسئلة الآتية:

- ما مفهوم الانفوجرافيك وأنواعه؟
- ما أهمية استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله؟
- ما مجالات استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله؟
- ما ضوابط استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله؟
- ما عناصر الانفوجرافيك؟
- ما خطوات تصميم الانفوجرافيك الدعوي؟
- ما مدى اهتمام المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بفن الانفوجرافيك؟
- ما مدى اهتمام المكاتب التعاونية للدعوة والارشاد بتصميم الانفوجرافيك باللغات الأخرى؟
- ما العناصر المكونة لفن الانفوجرافيك المستخدم عند المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد؟

الدراسات السابقة:

اجتهدتُ في البحث عن دراسات علمية أفردت توظيف الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله، فلم أجد إلا بعض الدراسات التي تناولت هذا الموضوع من جوانب أخرى وهي:

أولاً: ما يتعلق بتقنية الانفوجرافيك ومنها:

- فاعلية توظيف تقنية الانفوجرافيك (الثابت–المتحرك) في تنمية مهارات حل المسألة الوراثية في العلوم الحياتية لدى طالبات الصف العاشر الأساسي، للباحثة: عبير أبو عريبان، رسالة ماجستير، كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة، عام ١٤٣٩هـ.

تناولت الباحثة في هذه الدراسة مفهوم الانفوجرافيك وخطوات تصميمه في العملية التعليمية ثم مهارات حل المسألة الوراثية من خلال الانفوجرافيك.

- أثر توظيف فيديو قائم على بعض متغيرات الانفوجرافيك لتنمية مهارات التفكير البصري وبقاء أثر التعلم في مادة العلوم الحياتية لدى طالبات الصف الحادي عشر بغزة، للباحثة: عائشة عودة، رسالة ماجستير، كلية التربية في جامعة الأزهر، عام ١٤٣٩هـ

جاء في هذه الدراسة التعريف بتقنية الانفوجرافيك والتفكير البصري، ثم علاقة الانفوجرافيك بالتفكير البصري وبقاء أثر التعلم.

ثانياً: ما يتعلق بوسائل الدعوة إلى الله ومنها:

- التقنية الحديثة وأثرها في الدعوة إلى الله بالتطبيق على شبكة الانترنت والهاتف النقال وال mp3، للباحث: خليفة العاقب، رسالة ماجستير، كلية الدعوة في جامعة أم درمان الإسلامية، ٢٠١٥م.

بين الباحث في هذه الدراسة أهداف التقنية وأهميتها ثم اقتصر الحديث على بيان مفهوم الانترنت والهاتف النقال وال mp3، ومجالات استخدامها في الدعوة، بجانب تقديم دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي التقنية الحديثة.

منهج البحث:

ارتكز هذا البحث على منهجين من مناهج البحث العلمي هما:

- **المنهج الاستقرائي:** وهو "ما يقوم على تتبع الأمور الجزئية مستعيناً على ذلك بالملاحظة والتجربة وافتراض الفروض لاستنتاج أحكام عامة منها"(١).

وسيتم توظيف هذا المنهج بتتبع وجمع المعلومات في فن الانفوجرافيك للإفادة منها في مجال الدعوة إلى الله.

- **المنهج المسحي:** ويُعنى " بجمع المعلومات والبيانات عن ظاهرة أو حدث أو واقع ما وذلك بقصد التعرف على الظاهرة ودراستها وتحديد الوضع الحالي لها والتعرف على جانب القوة والضعف فيها من أجل معرفة صلاحية هذا الوضع أو مدى الحاجة لإحداث تغييرات جزئية أو أساسية فيه"(٢). واستخدمتُ في هذه الدراسة أداة تحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات في المبحث الثالث لمعرفة مدى توظيف عينة الدراسة للانفوجرافيك.

مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث في مواقع المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في مدينة الرياض على تويتر، واختارت الباحثة خمسة مكاتب منها، شملت الشمال والشرق والغرب والجنوب؛ وذلك لكونها قد وظفت حساب المكتب على تويتر بفاعلية، وهي كالآتي:

١. مكتب الدعوة بالبديعة (٣).

---

(١) البحث العلمي: حقيقته ومصادره ومادته ومناهجه، عبد العزيز عبد الرحمن الربيعة، (الطبعة ٦، ١٤٣٣هـ)، ص: (٢٠٧).

(٢) البحث العلمي: (مفهومه وأدواته وأساليبه)، ذوقان عبيدات وآخرون، (دار الفكر، د.م، د.ط، د.ت)، ص: (٢٠١).

(3) https://twitter.com/BadeeaIC?s=08

٢. جمعية الدعوة وتوعية الجاليات بالربوة[١].
٣. مكتب الدعوة بالروضة[٢]
٤. دعوة شمال الرياض[٣].
٥. جمعية الدعوة والإرشاد بالصناعية القديمة[٤].

وقد بلغت إجمالي العينة (١٩٣) مفردة.

حدود البحث:

حدود البحث الزمانية: تم دراسة نماذج الانفوجرافيك في الفترة ٢٠١٩/٧/١م-٢٠٢٠/٧/١م.

حدود البحث المكانية: المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في مدينة الرياض.

(1) https://twitter.com/OfficeRabwah?s=08
(2) https://twitter.com/arrawdah?s=08
(3) https://twitter.com/haqweb?s=08
(4) https://twitter.com/senaiah2?s=08

تقسيمات البحث:

جاء هذا البحث في مقدمة وتمهيد وثلاثة مباحث وخاتمة وفهرساً للمصادر والمراجع كما يلي:

المقدمة: وتشتمل على:

أهمية الموضوع وأسباب اختياره –أهداف البحث –تساؤلات البحث – الدراسات السابقة – منهج البحث – مجتمع البحث وعينته – حدود البحث – تقسيمات البحث.

التمهيد: ويشتمل على:

أولاً: مفهوم الانفوجرافيك وتاريخ نشأته.

ثانياً: أهمية توظيف الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله.

المبحث الأول: مجالات استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله وضوابطه.

المطلب الأول: مجالات استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله

المطلب الثاني: ضوابط استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله.

المبحث الثاني: خطوات تصميم الانفوجرافيك الدعوي.

المطلب الأول: عناصر الانفوجرافيك.

المطلب الثاني: خطوات تصميم الانفوجرافيك الدعوي.

المبحث الثالث: توظيف الانفوجرافيك عند المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في مدينة الرياض.

المطلب الأول: التعريف بالمكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات ودورها في الدعوة إلى الله.

المطلب الثاني: عرض نتائج الدراسة التحليلية ومناقشتها.

الخاتمة وحوت أهم نتائج هذا البحث وتوصياته.

فهرس المصادر والمراجع.

التمهيد

أولاً: مفهوم الانفوجرافيك وأنواعه:

كلمة (انفوجرافيك infographic) هي اختصار لمصطلح المعلومات التصويرية information graphic وتعني نوعا من الصور التي تمزج بين البيانات والتصميم وتساعد الأشخاص والمؤسسات في توصيل رسائلهم إلى جماهيرهم.

وفي الاصطلاح يمكن تعريف الانفوجرافيك بأنه التجسيد البصري للمعلومات أو الأفكار سعياً لتوصيل معلومات معقدة لجمهور ما بطريقة تمكنهم من فهمها واستيعابها بسرعة.

وفي الموقع والكتب الأجنبية مسميات كثيرة تطلق على انشاء الانفوجرافيك ونشره مثل: التجسيد البصري للبيانات data visualization

أو تصميم المعلومات information design

أو العمارة المعلوماتية information architecture.(١)

وتعرف الباحثة الانفوجرافيك الدعوي بأنه:

فن تحويل المضامين الدعوية إلى رسوم مصورة وعرضها بطريقة واضحة وجذابة ومختصرة.

أنواع الانفوجرافيك:

هناك أنواع عدة للانفوجرافيك تختلف باختلاف الشكل والغرض؛ فمن حيث العرض يمكن القول بأن للانفوجرافيك ثلاثة أنواع:

١- **الانفوجرافيك الثابت:** تصميمات ثابتة تعرض المعلومات بصور أو رسومات بسيطة إما بشكل أفقي أو رأسي أو مصمت أو قابل للنقر.

٢- **الانفوجرافيك المتحرك:** توصيل المعلومات بطريقة متحركة سواء كانت عن طريق:

(١) انظر: الانفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج، شلتوت، ص: (١٠٨-١١٠).

أ – **تصوير فيديو:** وهو تحويل المعلومات إلى فيديو متحرك.

ب– **انفوجرافيك متحرك كامل:** يتميز بتصميم متحرك بشكل كامل ويتطلب هذا النوع سيناريو لتصميمه، ويتطلب الكثير من الابداع في التصميم.

٣– **الانفوجرافيك التفاعلي:** وهو أحد أنواع الانفوجرافيك من حيث الشكل النهائي وهو عبارة عن التصاميم التي تسمح للمتلقي بالتحكم في طريقة عرض المعلومات المعروضة له عن طريق بعض أدوات التحكم.

ومن حيث الغرض يمكن القول بأن من أنواع الانفوجرافيك:

- **الاستقصائي:** ويقوم على عرض المعلومات بصورة تفصيلية.
- **الحواري:** وهو إعطاء فكرة عامة عن الموضوع بصورة نقاط مختصرة.
- **الدعائي:** أكثر أنواع الانفوجرافيك انتشارا عبر شبكات التواصل الاجتماعي ويستخدم في الأغراض الاعلانية.
- **العلاقات العامة:** وتحديد الاتجاهات تجاه قضايا محورية.
- **التفسيري:** يركز على عرض التفسيرات الأعمق للموضوع بالصور الأكثر من النصوص.

كما يمكن القول بأن من أنواع الانفوجرافيك من حيث الشكل والتخطيط: مخطط بياني–خرائط – قوائم – جداول – رسوم توضيحية.[١]

(١) انظر: نمطا تقديم الانفوجرافيك (الثابت–المتحرك) عبر الويب وأثرهما في تنمية التفكير البصري لدى أطفال التوحد واتجاهاتهم نحوه، أماني ودرويش الدخني، مجلة تكنولوجيا التعليم، العدد الثاني، مصر، عام ٢٠١٥م، ص: (٢٦٥–٣٦٤). دراسة تحليلية للانفوجرافيك ودوره في العملية التعليمية في سياق الصياغات التشكيلية للنص، عادل عبد الرحمن وآخرون، مجلة البحوث في التربية الفنية والفنون، جامعة حلوان مصر، العدد السابع والأربعون، عام ٢٠١٦م، ص: (١–١٧). مقال: فن الانفوجرافيك بين التشويق والتحفيز على التعلم، محمد شتلوت، مجلة التعليم الالكتروني، جامعة المنصورة، العدد الثالث عشر، عام ٢٠١٤م.

ثانياً: أهمية استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله

إن الأصل في استخدام وسائل الدعوة إلى الله الاباحة إلا أن يرد النص على تحريمها، وفي الوقت الحاضر تشتد الحاجة إلى التجديد في وسائل الدعوة وفق ضوابط الشرع للوصول إلى أكبر عدد من المدعوين.

ومن وسائل الدعوة التي يتحقق بها مقصود الدعوة الإسلامية استخدام تقنية الانفوجرافيك؛ لما لها من قوة في التأثير والجذب، حيث اكتشف العلماء في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا أن الرؤية تعتبر هي الجزء الأكبر في فسيولوجيا المخ، وأن حوالي ٥٠% تقريبا من قوة المخ موجهة بشكل مباشر أو غير مباشر نحو وظيفة الابصار. وتؤكد هذه النتائج الإحساس القائل بأن معالجة المخ للمعلومات المصورة (الانفوجرافيك) يكون أقل تعقيدا من معالجته للنصوص الخام. ومن أهم الأسباب التي تجعل المخ يعالج المعلومات المصورة بطريقة أسرع من معالجته البيانات النصية هو أن المخ يتعامل مع الصور دفعة واحدة بينما يتعامل مع النص بطريقة خطية متعاقبة.(١)

ومما يتميز به استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله، ويؤكد على أهميته:

- إن التنوع في استخدام وسائل الدعوة وأساليبها منهج شرعي؛ فقد وردت في القرآن الكريم الكثير من الأساليب التي تتناسب مع حال المدعوين، ومنها: ضرب الأمثال كما في قوله تعالى: ﴿ مَثَلُ ٱلَّذِينَ حُمِّلُواْ ٱلتَّوۡرَىٰةَ ثُمَّ لَمۡ يَحۡمِلُوهَا كَمَثَلِ ٱلۡحِمَارِ يَحۡمِلُ أَسۡفَارَۢاۚ بِئۡسَ مَثَلُ ٱلۡقَوۡمِ ٱلَّذِينَ كَذَّبُواْ بِـَٔايَٰتِ ٱللَّهِۚ وَٱللَّهُ لَا يَهۡدِي ٱلۡقَوۡمَ ٱلظَّٰلِمِينَ ﴾ [سورة الجمعة: ٥]، وأسلوب القصص كما في ذكر قصص الأمم السابقة مع أنبيائهم، وقصة صاحب الجنتين.

(١) انظر: مقال: المرتكزات الأساسية لتفعيل استخدام الانفوجرافيك في عمليتي التعليم والتعلم، حسين عبد الباسط، مجلة التعليم الالكتروني، العدد الخامس عشر، عام ٢٠١٥م.

كما سلك النبي محمد ﷺ في تعليمه لأمته كل الوسائل المتاحة والمناسبة للمدعوين، ومنها: ما كان حسياً كالرسم؛ فعَنْ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ خَطَّ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ خَطًّا بِيَدِهِ ثُمَّ قَالَ هَذَا سَبِيلُ اللَّهِ مُسْتَقِيمًا قَالَ ثُمَّ خَطَّ عَنْ يَمِينِهِ وَشِمَالِهِ ثُمَّ قَالَ هَذِهِ السُّبُلُ وَلَيْسَ مِنْهَا سَبِيلٌ إِلَّا عَلَيْهِ شَيْطَانٌ يَدْعُو إِلَيْهِ ثُمَّ قَرَأَ ﴿ وَأَنَّ هَٰذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَن سَبِيلِهِ ﴾ (١) [سورة الأنعام: ١٥٣].

واستخدم عليه الصلاة والسلام الحركة والإشارة، فعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ الله ﷺ: «لَا تَحَاسَدُوا، وَلَا تَنَاجَشُوا، وَلَا تَبَاغَضُوا، وَلَا تَدَابَرُوا، وَلَا يَبِعْ بَعْضُكُمْ عَلَى بَيْعِ بَعْضٍ، وَكُونُوا عِبَادَ الله إِخْوَانًا الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ، لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يَخْذُلُهُ، وَلَا يَحْقِرُهُ التَّقْوَى هَاهُنَا» وَيُشِيرُ إِلَى صَدْرِهِ ثَلَاثَ مَرَّاتٍ «بِحَسْبِ امْرِئٍ مِنَ الشَّرِّ أَنْ يَحْقِرَ أَخَاهُ الْمُسْلِمَ، كُلُّ الْمُسْلِمِ عَلَى الْمُسْلِمِ حَرَامٌ، دَمُهُ، وَمَالُهُ، وَعِرْضُهُ».(٢)

كما علَم عليه الصلاة والسلام أمته تعاليم الإسلام بصورة عملية مرئية؛ يقول جابر ﷺ: "رَأَيْتُ النَّبِيَّ ﷺ يَرْمِي عَلَى رَاحِلَتِهِ يَوْمَ النَّحْرِ، وَيَقُولُ: «لِتَأْخُذُوا مَنَاسِكَكُمْ، فَإِنِّي لَا أَدْرِي لَعَلِّي لَا أَحُجُّ بَعْدَ حَجَّتِي هَذِهِ».(٣) إلى غير ذلك من وسائل الايضاح والتعليم.

---

(١) أخرجه الامام أحمد في مسنده، رقم: (٤٤٣٧)، (٤٣٦/٧). انظر: (مسند الامام أحمد بن حنبل، أحمد بن حنبل، تحقيق: شعيب الأرنؤوط –عادل مرشد وآخرون، اشراف: د. عبد الله التركي، مؤسسة الرسالة، ط١، ١٤٢١هـ). قال الحاكم: حديث صحيح الاسناد ولم يخرجاه. (المستدرك على الصحيحين، الحاكم النيسابوري، تحقيق: مصطفى عطا (دار الكتب العلمية، بيروت، ط١، ١٤١١هـ).

(٢) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب البر والصلة والآداب، باب تحريم ظلم المسلم، رقم: (٢٥٦٤)، (٩٨٦/٤). (صحيح مسلم، مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، (دار إحياء التراث العربي، بيروت، د.ط، د.ت).

(٣) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب الحج، باب استحباب رمي جمرة العقبة يوم النحر راكبا..، رقم: (١٢٩٧)، (٩٤٣/٢).

- ارتباط الكلمات بالصورة وترتيب المضامين الدعوية في هياكل وما تحتويه من ألوان وأشكال متناسقة تسهم في توصيل المعلومات بيسر وسهولة.
- ترسيخ المحتوى في أذهان المدعوين بما تحتوي عليه هذه التقنية من الصور والرموز والألوان.
- مناسبة هذه الوسيلة لحال المدعوين، حيث يمكن انتقاء المناسب من الصور والأشكال للمدعو.
- عنصر التشويق وجذب الانتباه في تنظيم المضامين الدعوية وتقديمها عبر أشكال الانفوجرافيك.
- اقناع المدعو بما يقدم من خلال هذه التقنية من معلومات شرعية مع الأشكال والرموز الدالة عليها؛ حيث أن اعتمادها على المؤثرات البصرية يجعل هذه الوسيلة أكثر فعالية.
- ترميز المضمون في الانفوجرافيك إما على شكل رسوم ثابتة أو متحركة يقود إلى الاختصار.
- قابلية هذه الوسيلة للمشاركة يضمن الانتشار الواسع لهذه التقنية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتعلم الالكتروني.

المبحث الأول

مجالات استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله، وضوابطه.

المطلب الأول

مجالات استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله

هيأ الله جل وعلا في هذا العصر من الوسائل والتقنيات ما يعين الدعاة إلى الله في تبليغ رسالتهم إلى الناس، ومنها تقنية الانفوجرافيك التي يتحقق من خلالها الآتي:

- التعريف بالإسلام ودعوة غير المسلمين من خلال عرض وبيان مراتب الدين وتشريعاته ومحاسنه، وبيان حاجة الناس إليه، وترجمة ذلك إلى كل اللغات، ونشره عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- تصحيح المفاهيم، والرد على الشبهات التي يثيرها أعداء الإسلام، وتعزيز الأمن الفكري ومحاربة الأفكار الضالة من خلال بيان أصل الشبهة ونقضها بأسلوب ميسر.
- التعريف بالعقيدة الصحيحة وبيان ما يضادها، ونشر عقيدة أهل السنة والجماعة، والتحذير من سبيل المخالفين من الفرق المنحرفة وكشف باطلهم.
- التعريف بشعائر الإسلام وبيان الأحكام الشرعية المعينة على أداء حق الله تعالى وفق ما يريده جل وعلا. كما يمكن من خلال الانفوجرافيك التذكير بفضائل الأعمال ومواسم الخيرات.
- نشر العلم الشرعي من خلال بيان العبر والعظات من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية وتوضيح الألفاظ الغريبة فيها. ومن العلم النافع استخلاص أبرز الموضوعات والفوائد من مؤلفات أهل العلم ورسائلهم، وكذلك ابراز أهم عناصر المحاضرات والدروس العلمية، وتحريرها وتمثيلها بيانيا بالصور والرموز.
- بيان الأحكام الشرعية المتعلقة بالنوازل والمستجدات.

- التعريف بجهود المؤسسات الدعوية وفعالياتها بعرض المشاريع والتقرير السنوي لهذه المؤسسات، والاحصائيات المرتبطة بها.

وتتحقق عالمية الدعوة ووصولها إلى أعداد كبيرة بنشر تصاميم الانفوجرافيك الدعوي عن طريق الوسائل الآتية:

١- مواقع التواصل الاجتماعي مثل: تويتر- انستقرام- الواتس اب- الفيس بوك- التليجرام.
٢- المواقع التي تتيح حفظ الصور ومشاركتها.
٣- المواقع والمنتديات الحوارية.
٤- القوائم البريدية.
٥- الملصقات والمطويات والنشرات.

المطلب الثاني

ضوابط استخدام الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله

إن الأصل في استخدام الانفوجرافيك باعتبارها وسيلة دعوية هي الاباحة حيث لم يرد نصاً على الأمر بها، أو النهي عنها؛ لكن العمل بها يجب أن يكون وفق ضوابط شرعية وفنية لتتحقق الأهداف المرجوة منها. وتتمثل الضوابط في جانبين هما:

أولاً: الجانب الشرعي.

ينبغي أن يراعى في المضمون الدعوي الآتي:

١- الاعتماد على المصادر الأصلية وهي كتاب الله وسنة رسوله ﷺ وسيرته العطرة، وسيرة الصحابة ﷺ فسيرتهم تطبيقاً عملياً لمنهج النبي عليه الصلاة والسلام.
٢- التدرج وفقه الأولويات من خلال تقديم الأهم من موضوعات الدعوة بالنظر إلى أحوال المدعوين، والتدرج بالانتقال من الأصول إلى الفروع. كما يقتضي فقه الأولويات استخدام الأوضح والأمثل من المعلومات والتصاميم.

فمراعاة التدرج والتسلسل المنطقي للمعلومات في العرض الدعوي؛ ليطيقها المدعوين، وتتقبلها النفوس.

٣- ضبط المصطلحات ووضوح دلالتها: إن تحديد الألفاظ بشكل واضح يسهم في عملية التواصل الصحيح؛ لذا كان من حكمة الله جل وعلا أن أرسل رسله بلسان أقوامهم، قال تعالى: ﴿ وَمَآ أَرۡسَلۡنَا مِن رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوۡمِهِۦ لِيُبَيِّنَ لَهُمۡ ﴾[إبراهيم: ٤]، وقال علي ﷺ: "حدثوا الناس بما يعرفون أتحبون أن يكذب الله ورسوله".(١)

فعلى الداعية إلى الله تفسير الألفاظ المجملة بالألفاظ الواضحة، والابتعاد عن الألفاظ الغريبة والمنهي عنها.

٤- التركيز على الأصول والفروع المتفق عليها، والقول الراجح بالدليل للمختلف فيه، وتجنب ذكر الآراء الخلافية.

٥- التركيز على موضوع واحد من موضوعات الدعوة حتى لا يتشتت الذهن، وعدم عرض أفكار متعددة في مقطع واحد؛ للمحافظة على تركيز المدعو واستيعابه.

٦- لاستخدام الرسم والتصوير للمضمون الدعوي في الانفوجرافيك صوره وأحكامه، منها:

- كل ما ليس له روح كالحجر والشجر (الجماد) سواء كان مجسماً -له ظل-أو مسطحاً -لا ظل له -فإن جمهور الفقهاء على جواز تصويره(٢).

(١) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب العلم، باب: من خص بالعلم قوما دون قوم، رقم: (١٢٧)، (٣٧/١). (صحيح البخاري، محمد بن اسماعيل البخاري، تحقيق: محمد الناصر، (دار طوق النجاة، الطبعة ١، ١٤٢٢هـ).

(٢) انظر: رد المحتار على الدر المختار، ابن عابدين الدمشقي، (دار الفكر، بيروت، ط٢، ١٤١٢هـ)، (٣٦١/٦)، مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، محمد الخطيب الشربيني، (دار الكتب العلمية، ط١، ١٤١٥هـ)، (٢٤٨/٣)، كشاف القناع عن متن الاقناع، منصور البهوتي، (دار الكتب العلمية، د.ط، د.ت)، (٢٨٠/١)

- رسم ذوات الأرواح التي لها ظل متفق على حرمته بين الفقهاء [١].
- حرمة تصوير ورسم ما ليس له ظل عموما بدون شروط وهذا رأي جمهور الفقهاء والعلماء المعاصرين -رحمهم الله تعالى- [٢]، وجوزه ثلة من الفقهاء شريطة أن تكون مهانة ومشوهة وناقصة عضو [٣] .
- جواز تحريك الرسوم من غير ذوات الأرواح من الأشجار والجمادات وغيرها في الانفوجرافيك المتحرك؛ بناء على رأي كثير من العلماء بجواز التصوير بالفيديو [٤].

٥- امتثال الأخلاق الإسلامية أثناء إعداد الانفوجرافيك، ومنها:

- الاخلاص بتجريد القصد لله ﷻ، وعدم السير وراء حظوظ النفس وطلب السمعة و المنزلة؛ فالانفوجرافيك عمل ظاهر في أوساط المدعوين، والداعي إلى الله عرضة للرياء فيه، وحب الظهور أكثر من غيره من الأعمال.

فالإخلاص سلاح الداعي إلى الله في مواجهة المعوقات، وهو مظنة قبول الناس لتصميمه، ومحتوى دعوته في الانفوجرافيك.

---

(١) انظر: الشرح الكبير، ابن قدامة المقدسي، (جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الشريعة، الرياض)، (٣٤٢/٤)، الشرح الصغير على أقرب المسالك إلى مذهب الامام مالك، أحمد الدردير، (دار المعارف، مصر، ١٣٩٢هـ)، (٥٠١/٢).

(٢) انظر: الجواب المفيد في حكم التصوير، عبد العزيز بن باز، (رئاسة إدارة البحوث العلمية والافتاء، ط٦، ١٤١٨هـ)، ص: (١٣-١٨)، غاية المرام في تخريج أحاديث الحلال والحرام، محمد الألباني، (المكتب الإسلامي، بيروت، ط٣، ١٤٠٥هـ)، ص: (١٠١).

(٣) انظر: بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، علاء الدين الكاساني، (دار الكتاب العربي، بيروت، ١٩٨٢م)، (١١٦/١)، المهذب في فقه الامام الشافعي، إبراهيم الشيرازي، تحقيق: محمد الزحيلي، (دار القلم -الدار الشامية، دمشق-بيروت، ط١، ١٤١٧هـ)، (٢٢٧/٤)، كشاف القناع، منصور البهوتي، تحقيق: هلال مصيلحي هلال، (دار الفكر، بيروت، ١٤٠٢هـ)، (٢٨٠/١).

(٤) انظر: فتاوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية، جمع: أحمد الدويش، موقع الرئاسة العامة للبحوث العلمية والافتاء، الفتوى رقم: (٨١٢٨)، (٢٧٨/٢٦). الشرح الممتع، محمد العثيمين، (دار ابن الجوزي، ط١، ١٤٢٢-١٤٢٨هـ)، (٢٠١/٢).

- الاتقان: وهو الإحكام، فقد حض الإسلام على الاتقان والإحسان، فقال عليه الصلاة والسلام: "إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملا أن يتقنه"(١). والعمل الدعوي من أشرف الأعمال عند الله؛ لذا يجب بذل الجهد وحسن إخراج العمل؛ فعن شداد بن أوس ﷺ قال: ثنتان حفظتهما عن رسول الله ﷺ: «إن الله كتب الإحسان على كل شيء، فإذا قتلتم فأحسنوا القتلة، وإذا ذبحتم فأحسنوا الذبح، وليحد أحدكم شفرته، فليرح ذبيحته»(٢). قال الأبي –رحمه الله–: "فيه أهمية الإجادة في الأعمال المشروعة، فحق من شرع في شيء منها أن يأتي به على الكمال "(٣). ومن متطلبات الاتقان حسن التخطيط والتدريب، وتقييم الأداء وتطويره، والاستفادة من التقدم التقني.
- الأمانة العلمية: وهي فضيلة من الفضائل الأخلاقية التي تندرج تحت المفهوم العام للأمانة التي جاء الحث عليها في القرآن الكريم؛ فقد وصف الله –سبحانه وتعالى–المؤمنين المفلحين بعدة صفات، منها: الأمانة، قال تعالى: ﴿قَدْ أَفْلَحَ الْمُؤْمِنُونَ﴾ إلى أن قال سبحانه:﴿وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ﴾ [سورة المؤمنون، الآيات:١–٨]. وأمر النبي ﷺ بأدائها بقوله: «أدِّ الأمانة إلى من ائتمنك، ولا تخن من خانك»(٤).

(١) أخرجه أبو يعلى في مسند عائشة، أحمد الموصلي، تحقيق: حسين أسد، (دار المأمون، دمشق، ط١، ١٤٠٤هـ)، رقم: (٤٣٨٦). (٣٤٩/٧). قال الشيخ الألباني: حديث حسن. انظر: (صحيح الجامع الصغير وزيادته، محمد الألباني، المكتب الإسلامي، د.ط،د.ت)، (٨٣/١).

(٢) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب الصيد والذبائح، باب: الأمر بإحسان الذبح والقتل، رقم: (١٩٥٥)، (٥٤٨/٣).

(٣) صحيح مسلم مع شرحه إكمال إكمال المعلم للإمام محمد الأبي، (دار الكتب، بيروت، د.ط، د.ت)، (٢٨٨/٥).

(٤) أخرجه الإمام أبو داود في سننه، كتاب: الإجارة، باب: في الرجل يأخذ حقه من تحت يده، رقم: (٣٥٣٧)، (٣١٣/٣)، والإمام الترمذي في سننه، كتاب البيوع، باب: ما جاء في النهي للمسلم أن يدفع إلى الذمي الخمر يبيعها له، رقم: (١٢٦٤)، (٥٦٤/٣). قال الشيخ الألباني: «حديث حسن صحيح». انظر: السلسلة الصحيحة، مرجع سابق، (٧٨٣/١).

وتتطلب الأمانة العلمية الدقة في نقل المعلومات وعدم تحريفها، والحفاظ على حقوق الآخرين بالإشارة إلى مصادرها.

ثانياً: الجانب الفني.

إن العناية بالجوانب الفنية لها أهمية كبيرة في تصميم الانفوجرافيك؛ فهو يكتسب صفاته الجمالية من خلال استيعابه للمحتوى المرئي، وإبرازه بشكل أفضل.

ومن تلك الجوانب:

- اختيار المحتوى الدعوي الذي يراد له تصميم الانفوجرافيك اختياراً جيداً بحيث يسهل تمثيله بصريا بشكل مخطط أو هيكل؛ ليدرك المدعو علاقات المخطط بعضها ببعض من خلال الترابطات الصورية.
- الاهتمام باختيار العنوان من حيث عنصر الجاذبية والتشويق ومناسبته للمحتوى.
- اختيار موضوع واحد لكل تصميم، ومراعاة التسلسل في المعلومات، والتناسق بين الأشكال والرموز والألوان مع المحتوى [١].
- ترك مساحة بين عناصر المحتوى وتفريعاته؛ لمنع الالتباس والتداخل.
- الايجاز في الكلمات المكتوبة في التصميم، والمنطوقة في الانفوجرافيك المتحرك [٢].
- الحبكة: وهي سياق الأحداث والأعمال وترابطها لتؤدي إلى خاتمة. وهي ضرورية لإثارة المشاهد والسامع واندماجه مع الشخصيات أو الرموز المتحركة. [٣]

---

(١) انظر: مقال: فن الانفوجرافيك بين التشويق والتحفيز على التعلم، محمد شتلوت، مرجع سابق.

(٢) انظر: معايير الانفوجرافيك التعليمي، أمل حسن، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، مصر، العدد الخامس والثلاثون، يناير، عام٢٠١٧م، ص: (٧٧-٨٠).

(٣) انظر: كتابة الرواية من الحبكة إلى الطباعة، لورانس، ترجمة: صبري حسن، (دار الجمهورية للصحافة، عام ٢٠٠٩ م)، ص: (٥).

وتعتمد الحبكة على الشخصيات والأحداث؛ فالحدث يمثل الشخصية وهي تعمل. (١)

- عنصر الحركة: ويشمل مفهوم الحركة في تصميم الانفوجرافيك نوعين:

١- الحركة في الانفوجرافيك المتحرك: وهو مصطلح يدل على التغير في الأوضاع المكانية خلال فترات زمنية معينة.

وتتضمن الحركة فكرتين هما التغير والزمن فالتغير يحدث موضوعيا في أعمال المجال المرئي أو ذهنيا في عملية الإدراك أو كليهما معا.

والزمن هنا يدخل في جميع الحالات، وعليه فإن هناك فرق بين النواحي الموضوعية والذهنية للحركة (٢).

٢- الحركة في الانفوجرافيك الثابت. وهي ناتج تفاعل عناصر وأسس التصميم في حركة إيهامية من خلال العلاقات البنائية المكونة للعنصر الحركي(٣)، أي: عند تقارب أو تباعد أشكال التصميم باتجاه معين تظهر وكأنها مندفعة نحو ذلك الاتجاه لتوهم بالتحريك (٤).

فالحركة تلعب دوراً في ترسيخ المحتوى في ذهن المدعو ضمن تسلسلها من بداية العرض إلى نهايته؛ حيث يقوم مصمم الانفوجرافيك بإيهام المشاهد بالحركة من خلال تدرج الصور من الصغير إلى الأكبر أو العكس أو من اليمين لليسار أو تباين القيم اللونية أو تدرج الصور فتتداخل مع الاستخدامات التقنية الأخرى لإضفاء تنوع حركي على مجمل الناتج

(١) انظر: فن رسم الحبكة السينمائية، ليندا ج كاوغيل، ترجمة: محمد الأصبحي، (المؤسسة العامة للسينما، دمشق، عام ٢٠١٣م)، ص: (٢٥-٢٧).

(٢) انظر: أسس التصميم، روبرت سكوت، ترجمة: عبد الباقي ابراهيم وآخرون، (نهضة مصر، القاهرة، عام ١٩٨٠م)، ص:(٤٧).

(٣) انظر: فاعلية الحركة في التصميم الطباعي، بشرى مصطفى، مجلة الأكاديمي، العدد: السابع والثمانون، ٢٠١٨ م، ص: (٣).

(٤) انظر: التكوين في الفنون التشكيلية، عبد الفتاح رياض، (دار النهضة العربية، القاهرة، عام ١٩٧٤م)، ص: (١٧٤).

التصميمي، وبالتالي تحقيق قيم جمالية ووظيفية تعزز من فاعليـــة الوســـيلة الدعوية على جذب انتباه المدعو والتأثير عليه [١].

- الخط: هو مجموعة من النقاط التي تتقارب مع بعضها إلى الحد الـــذي تختفي فيه المسافات بينها، فتشكل كياناً جديداً، ويمكن تعريـــف الخـــط أيضاً على أنه شكل ضيق جداً.

وللخط وظائف عديدة منها: الحس بالحركة داخل الفـــراغ أو حولـــه وذلك لما للخط من مقدرة على جعل العين تتابع حركته أينما اتجـــه. ومـــن وظائفها أنها تحدد الأشكال في العمل، وتعطيها هيئتها، وتبني هيكل التصميم والشكل، وتحصد الفراغ في التصميم العام وتحقق التباين والحركة.

وللخطوط تعبيرات معينة: فالخطوط المستقيمة الناعمـــة تعبـــر عـــن الهدوء والاستقرار، أما الخطوط المتقاطعة والمتعارضة والمتعاكســـة فـــي اتجاهاتها تعبر عن الحركة والحيوية والتفاعل[٢].

كما للخط دورا بارزاً في تصميم الانفوجرافيك الثابت والمتحرك حيث له دلالات ومقاصد؛ حيث يمكن تقسيم الخطوط إلى[٣]:

١- الخطوط البسيطة وهي:

أ - الخطوط المستقيمة وهي: التي ترتبط بالثبات والقوة والاستمرارية. ولها ثلاثة أوضاع (أفقية -رأسية -مائلة)، ولكل شكل مدلوله.

فالخط الأفقي يعطي المشاهد الإحساس بالثبـــات والراحـــة والهـــدوء والاستقرار، ويرتبط في إدراكنا بالأرض ويكون وسيلة لتقدير مدى الأشكال

(١) انظر: فاعلية الحركة في التصميم الطباعي، مرجع سابق، ص:(٨).

(٢) انظر: مقال: دور عناصر التصميم الجرافيكي في تصميم الملصق الفني، موفق عبد المجيد-عبد المحسن الصائغ، مجلة البحث في التربية وعلم النفس، العدد الأول، المجلد الخامس والثلاثون، عام ٢٠٢٠م، ص: (١٦٠).

(٣) انظر: الخط واللون ودورهما في تحقيق الحركة بالمعلقات النسجية المطبوعة، مروة حمود، مجلة التصميم، العدد الثاني، عام ٢٠١٨م، ص: (٤٠٠).

أو قربها من عين المشاهد.

أما الخط الرأسي فهو يرمز إلى القوة الناميـــة والشـــموخ والعظمـــة والوقار، وحين تتكرر الخطوط الرأسية يزداد إحســـاس القـــوة والصـــلابة، ويختفي هذا الإحساس إذا انتهى الخط الرأسي بانحناءه فـــي قمتـــه، وأمـــا الخطوط المائلة فهي تعبر عن الحركة والسقوط والعنف.

ب- الخطوط غير المستقيمة وهي: التي لا تأخذ في مسارها اتجاها ثابتـــا. ومنها الخط المنحنى وتعد زيادة المنحنيات والمبالغة فيهـــا فـــي غيـــر موضعها مما يضعف التصميم، كما أن العلاقة بـــين الخـــط المســـتقيم والمنحني تزيد من جمالية التصميم. ومنها أيضاً: الخط المقوس وهـــو نابع من الخط المنحني. أما الخط الانسيابي وهو خط ذو حركة دائريـــة مفتوحة من أحد طرفي الخط، يبدأ بانحناءة مقوسة ثم تقل تدريجيًا حتى طرفه الآخر، وهو أكثر إيقاعاً من الخط المستقيم؛ لأنه يغيـــر حركـــة مساره.

٢- الخطوط المركبة وهي: الخطوط التي تعتمد على تكرار نوع أو أكثـــر من الخطوط البسيطة (المستقيم وغير المستقيم)، وهي تساعد في نقـــل المشاهد من مكان لآخر.

- اختيار الألوان المناسبة للمحتوى الدعوي ولأصناف المدعوين. كما أنه لا يمكن إنكار الدور الذي يلعبه اللون في فنـــون الخـــداع البصـــري؛ فيستخدم كوسيط من خلال اللوحات لإظهار عناصر وإخفاء أخرى وفي إضفاء إيحاءات واحساس بالحركة والعمق والظل والنور.

ويبدو أثر اللون في معلقات الخداع البصري من خلال تكرار القـــيم اللونية الفاتحة وتدرجها إلى الغامق من المركز أو العكس، أو فـــي المـــزج البصري للون الذي ينتج من وضع مساحات صغيرة من بقع لونية متجاورة

فتقوم العين بمزجها بصرياً [١].

- التشويق والجاذبية: وهي قوة الشد المباشر الناتج من طاقة قوية ناشئة إما من مجال طاقة طبيعية عالية، وإما من موضوع فيه تباين بين أشياء مرئية[٢].

ويمكن تحقيق التشويق على التصميم الدعوي من حيث التنظيم للشكل والمحتوى كما يلي:

١- شكل التصميم إما هرمي أو مخروطي أو دائري أو إشعاعي أو حلزوني ونوع الهيكل والأيقونات

٢- نوع الحركة واللون وتباين وتوافق الخط في الألوان والحجم والاتجاه.

٣- طريقة عرض المحتوى من حيث تحديد البداية والمنتصف والنهاية. والعرض بتسلسل تدريجي من السهل للصعب ومن البسيط للمركب، أو يبدأ بعرض مشكلة أو حدث قريب من المدعو ويتطلب لها حل مما يضفي جانب الإثارة.

- الوضوح والبساطة في التصميم، والتنوع في أساليب العرض، والتناسب في حجم الأشكال والصور؛ لتوصيل المحتوى وبلوغ الهدف.

ومما يختص به الانفوجرافيك المتحرك:

- عدم استخدام اللقطات البعيدة إلا قليلاً حين يكون المقصود إظهار بيئة الشكل عند اظهار التفاصيل للمشاهد.
- عدم استخدام حيل المزج بين الصور بصورة متكررة؛ فالوضوح ووصول المعلومة هو الهدف الأول، وليس اظهار المهارات الفنية للمصمم.

---

(١) انظر: الرؤية بأسلوب الخداع البصري بين الحركة والإثارة في المعلق النسجى المطبوع، محمد إبراهيم، مجلة علوم وفنون، جامعة المنصورة، العدد الثالث، عام ٢٠١١م، ص: (٢٣٣ -٢٤٨).

(٢) انظر: أسس التصميم، مرجع سابق، ص: (٢٨).

- استخدام الايقاع البطيء في بعض الأحيان، وإعادة بعض المشاهد بهدف التأكد من وصول الرسالة.
- عدم المبالغة في استخدام المحسنات الفنية.
- مراعاة تنوع اللقطات سواء في اظهار التفاصيل، أو اظهار الأشكال في خلفياتها [١].

(١) انظر: ضوابط انتاج برامج التلفزيون التعليمية، عبد العظيم الفرجاني، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم –المركز العربي للتقنيات التربوية، العدد: الثاني والعشرون، عام ١٩٨٩م، ص: (١٠-١٢).

المبحث الثاني
خطوات تصميم الانفوجرافيك الدعوي
المطلب الأول
عناصر الانفوجرافيك

تتنوع أشكال الانفوجرافيك وتختلف باختلاف الأدوات والعناصر المستخدمة فيها، إلا أن هناك مكونات رئيسية تشترك بها[١]، ومن أهمها:

١-العنصر البصري ويتضمن:

- الألوان: ويعرف اللون بأنه القيمة التي تتحدد في عنصر أي مادة من خلال الضوء المنعكس منها، وهو ذو تأثير فسيولوجي وإحساس لا وجود له خارج الجهاز العصبي للإنسان ناتج عن استقبال العين للضوء المنعكس عن سطح عنصر ملون[٢].

وصفة اللون والإشباع والإضاءة واللمعان وغيرها لها تأثير كبير في تعزيز المحتوى وإيصال الرسالة بصورة أكثر فاعلية.

- الرسوم: الرسم في اللغة هو: "الأثر الباقي من الدار"[٣]، والرسم في الاستعمال المعاصر بمعنى: الصور المسطحة، أو التصوير المسطح إذا كان معمولاً باليد، ولا تسمى الصورة الفوتوغرافية رسما.[٤]

فعلى الداعية إلى الله أن يراعي عند تصميم الانفوجرافيك الدعوي الضوابط الشرعية في الرسم والتصوير، وأن يستخدم الرسوم والصور في الانفوجرافيك لتوجيه الرسائل الدعوية لما تتميز به من سرعة

---

(1) An overview of infographics,brandy thatcher&Mehdi zadeh,14th- nov.2012 https://www.slideshare.net/ICCTLC2/an-overview-of-infographicsv5-0-15179863

(٢) انظر: الانفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج، محمد شتلوت، مرجع سابق، ص: (٦٨).

(٣) المعجم الوسيط، إبراهيم مصطفى وآخرون، مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، (٤٥/١).

(٤) انظر: الموسوعة الفقهية الكويتية، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الكويت، (١٤٠٤-١٤٢٧هـ)، (٩٥/١٢).

الاستجابة وسهولة الانقياد مثل صفة الصلاة والحج وغيرها من الأحكام والآداب؛ لأنها تعد دعوة بالممارسة والتطبيق خاصة في الانفوجرافيك المتحرك.

- الرموز: الرمز مصطلح متعدد السمات غير مستقر وعلامة تحيل على موضوع ما وهو وسيط تجريدي للإشارة إلى عالم الاشياء(١). وقيل: كل إشارة أو علامة محسوسة تذكر بشيء غير حاضر مثل العلم يرمز للوطن.(٢)

والرمز في الرسالة الدعوية يعني كلمة أو عبارة أو تعبير أو رسم، فالهلال-على سبيل المثال-يرمز للمسجد وعن إقامة الصلاة.

- الهياكل والتقسيمات: ويقصد بها الجداول والأشكال والتصاميم سواء أكانت هرمية رأسية أو أفقية هندسية مكونة من مجموعة الأجزاء والعناصر المرتبطة ببعضها البعض بينها علاقات تفاعلية.

ويمكن أن ينفرد الانفوجرافيك المتحرك بالصوت والذي يمكن التحكم به، وتوظيفه بشكل فعال.

٢- **المحتوى النصي:** ويشمل النصوص المكتوبة، والتي ينبغي أن تكون مختصرة اختصاراً يؤدي للمقصود ومرتبطة بالعنصر البصري.

٣- **المعرفة:** وهي آلية تقديم الانفوجرافيك بحيث يمثل المفهوم والمعرفة المراد ايصالها.

كما تتوفر على شبكة الانترنت العديد من البرامج والمواقع التي تساعد في تصميم الانفوجرافيك من خلال توفير قوالب تصميم جاهزة، ومن أمثلتها:

---

(١) انظر: معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، سعيد علوش، (دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط١، ١٩٨٥م)، ص: (١٠١-١٠٢).

(٢) انظر: المعجم الأدبي، جبور عبد النور، (دار العالم لملايين، بيروت، ط٢، ١٩٦٣م)، ص: (١٨٣).

أ. المواقع الالكترونية

من المواقع المجانية والتي تدعم اللغة العربية:

- Easelly: يحتوي على قوالب جاهزة وقابلة للتعديل، كما تشمل جميع التخصصات والمجالات.
- Infogram: يختص بالرسوم البيانية ويمكن التعديل عليها لذا يمكن الإفادة منها بالإحصائيات والأرقام في الدعوة إلى الله.
- Venngage: وهذا الموقع يحتوي على قوالب تختص في الغالب بالتسويق مما يمكن الإفادة منها في الإعلان عن المناشط الدعوية.
- Piktochart: يمكن استخدامه في جميع أنواع المحتويات من النصوص والرسوم البيانية والخرائط المكانية.

ب. البرامج[1]:

- Adobe Illustrator: البرنامج الأول لما يتمتع به من المرونة، وقابليته لإعطاء نتائج جذابة.
- Inkscape: برنامج مجاني بديل لAdobe Illustrator .
- Tableau: برنامج مجاني يعمل في نظام الويندوز فقط، ويستخدم لإنتاج التصاميم الملونة.

ومن برامج تصميم الانفوجرافيك المتحرك:

- Adobe After Effect: من البرامج الأولى في التأثير البصري وإنشاء الرسوم المتحركة.
- Apple motion: برنامج خاص بشركة آبل يختص بعمل التأثيرات ولديه إمكانات كبيرة جدا.

(١) انظر: أثر توظيف فيديو قائم على بعض متغيرات الانفوجرافيك لتنمية مهارات التفكير البصري وبقاء أثر التعلم في مادة العلوم الحياتية لدى طالبات الصف الحادي عشر بغزة، عائشة عودة، رسالة ماجستير، كلية التربية في جامعة الأزهر، عام ١٤٣٩هـ، ص: (٢١-٢٣).

المطلب الثاني

خطوات تصميم الانفوجرافيك الدعوي

لا بد للداعي إلى الله قبل تصميم الانفوجرافيك من التخطيط والتنظيم، وتكمن أهمية التخطيط في أنه مبدأ رباني يضمن السلامة من التخبط والفشل؛ قال تعالى: ﴿ وَأَعِدُّواْ لَهُم مَّا ٱسْتَطَعْتُم مِّن قُوَّةٍ وَمِن رِّبَاطِ ٱلْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِۦ عَدُوَّ ٱللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَءَاخَرِينَ مِن دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ ٱللَّهُ يَعْلَمُهُمْ ۚ وَمَا تُنفِقُواْ مِن شَىْءٍ فِى سَبِيلِ ٱللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ﴾ [سورة الأنفال: ٦٠].

لذا فإن عملية تصميم الانفوجرافيك الدعوي تقوم على ثلاثة أركان أساسية يجب أن تحدد من البداية وهي:

١- **المصمم:** وهو الذي يقوم على التخطيط وعملية التنفيذ للانفوجرافيك؛ وذلك لتوصيل الرسالة الدعوية. ولعل أهم صفاته اللازمة في عملية التصميم أن يكون مؤهلاً علمياً وفنياً.

٢- **المشاهد:** وهو المدعو الذي يستقبل وتنتهي عنده رسالة الانفوجرافيك الدعوي.

٣- **المحتوى:** وهي الرسالة التي تمثل نقطة اتصال بين المصمم والمشاهد. ويتكون المحتوى من معلومات وبيانات من خلال مزيج من النص والصورة(١).

وتتمثل مراحل تصميم الانفوجرافيك الدعوي(٢) فيما يلي:

أولاً: تحديد أولويات التصميم؛ وذلك من خلال الآتي:

- تحديد الهدف من تصميم الانفوجرافيك: يضع الداعي إلى الله بأن أعظم هدف يقوم به هو عبادة الله ﷻ، ونشر التوحيد، ونبذ الشرك والبدع، ونشر العلم والمعرفة ؛ فقد أشار شيخ الإسلام ابن تيمية -رحمه الله- إلى الغاية من الدعوة بقوله: "بتحقيق الألوهية لله وتوحيده

(١) انظر: أثر توظيف فيديو قائم على بعض متغيرات الانفوجرافيك لتنمية مهارات التفكير البصري، مرجع سابق، ص: (٢٠).

(٢) انظر: الانفوجرافيك من التخطيط للإنتاج، محمد شلتوت، مرجع سابق، ص: (١٤٥-١٥١).

وامتناع الشرك وفساد السموات والأرض بتقدير إله غيره والفرق بين الشرك في الربوبية والشرك في الألوهية وبيان أن العباد فطروا على الإقرار به ومحبته وتعظيمه وأن القلوب لا تصلح إلا بأن تعبد الله وحده كمال لها ولا صلاح ولا لذة ولا سرور ولا فرح ولا سعادة بدون ذلك وتحقيق الصراط المستقيم صراط الذين أنعم الله عليهم من النبيين والصديقين والشهداء والصالحين وغير ذلك مما يتعلق بهذا الموضع الذي في تحقيقه تحقيق مقصود الدعوة النبوية والرسالة الإلهية وهو لب القرآن وزبدته وبيان التوحيد العلمي القولي.. فإن هذا بيان لأصل الدعوة إلى الله وحقيقتها ومقصودها"(١).

- تحديد الجمهور المستهدف من خلال معرفة خصائص المدعوين واحتياجاتهم: إن معرفة سمات المدعو وقدراته وامكاناته مهم في عملية الدعوة؛ وهي من البصيرة التي أمر الله نبيه عليه الصلاة والسلام بالتزامها في الدعوة؛ قال تعالى: ﴿ قُلْ هَٰذِهِۦ سَبِيلِىٓ أَدْعُوٓا۟ إِلَى ٱللَّهِ ۚ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا۠ وَمَنِ ٱتَّبَعَنِى ۖ وَسُبْحَٰنَ ٱللَّهِ وَمَآ أَنَا۠ مِنَ ٱلْمُشْرِكِينَ ﴾ [يوسف: ١٠٨].وعندما بعث الرسول صلى الله عله وسلم معاذا ﷺ إلى اليمن أخبره عن حال المدعوين الذين سيوجه لهم الدعوة، وأنهم أهل كتاب؛ قال عليه الصلاة والسلام: "إِنَّكَ تَقْدَمُ عَلَى قَوْمٍ أَهْلِ كِتَابٍ، فَلْيَكُنْ أَوَّلَ مَا تَدْعُوهُمْ إِلَيْهِ عِبَادَةُ اللَّهِ، فَإِذَا عَرَفُوا اللَّهَ، فَأَخْبِرْهُمْ أَنَّ اللَّهَ قَدْ فَرَضَ عَلَيْهِمْ خَمْسَ صَلَوَاتٍ فِي يَوْمِهِمْ وَلَيْلَتِهِمْ، فَإِذَا فَعَلُوا، فَأَخْبِرْهُمْ أَنَّ اللَّهَ فَرَضَ عَلَيْهِمْ زَكَاةً مِنْ أَمْوَالِهِمْ وَتُرَدُّ عَلَى فُقَرَائِهِمْ، فَإِذَا أَطَاعُوا بِهَا، فَخُذْ مِنْهُمْ وَتَوَقَّ كَرَائِمَ أَمْوَالِ النَّاسِ"(٢). يقول الحافظ ابن حجر –رحمه الله –مبيناً حكمة ذلك: "هي كالتوطئة للوصية لتستجمع همته عليها لكون أهل الكتاب أهل علم في

(١) انظر: مجموع الفتاوى، أحمد بن تيمية، تحقيق: عبد الرحمن بن قاسم، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، المملكة العربية السعودية، ١٤١٦هـ، (١٦٣/١٥).

(٢) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الزكاة، باب: لا تؤخذ كرائم أموال الناس في الصدقة، رقم: (١٤٥٨)، (١١٩/٢).

الجملة، فلا تكون العناية في مخاطبتهم كمخاطبة الجهال من عبدة الأوثان "[١]. كما أن الإحاطة بأحوال المدعو وخصائصه يعطي الداعي إلى الله حكم ظني مسبق من حيث تقبله وإدراكه، وطبيعة المحتوى الذي يناسب عقله ومستواه الاجتماعي والثقافي، كما يساعد في توفير المعلومات المناسبة التي تشبع حاجة المدعو المعرفية، وتعين على تحديد الرسومات والرموز والاشكال ونوع الانفوجرافيك المناسب.

- تحديد المحتوى الدعوي بالرجوع إلى مصادر الدعوة الإسلامية الأصلية، والإفادة من المؤلفات الحديثة في الدعوة إلى الله.

ويراعي الداعي إلى الله في تحديد المحتوى تنوع المادة الدعوية وتتابعها وتسلسلها وتكاملها وتناسق أجزائها.

- تحديد الإطار الزمني للتصميم كتحديد شهرين قبل موسم الحج للترغيب في الحج وفضله وحث المسلمين عليه وغيرها.

ثانياً: مرحلة التصميم: تصميم المخطط الشكلي لعناصر الانفوجرافيك وتشمل الآتي:

- صياغة المحتوى العلمي بحيث يسهل تمثيله بصريا.
- تحديد نوع الانفوجرافيك المناسب للمحتوى، ومساحة التصميم، فعلى سبيل المثال: تصميم ملصق انفوجرافيك لتغريدات برنامج تويتر يختلف في الأبعاد والأحجام عن البرامج الأخرى.
- اختيار برامج التصميم المناسبة، والإفادة من مواقع التصميم المجانية القابلة للتعديل.
- تحديد الخطوط المستخدمة ومناسبتها للموضوع، ومراعاتها للوضوح وسهولة القراءة –عند طباعة الملصق (الصفحة)–مع التفريق بين خطوط العناوين والمتن، والحرص على التوازن في استخدام الخطوط؛ فالكثرة ربما تكون مشتتة للانتباه.

(١) فتح الباري شرح صحيح البخاري، أحمد بن حجر العسقلاني، صححه: محب الدين الخطيب، (دار المعرفة، بيروت، ١٣٧٩هـ)، (٣٥٨/٣).

- تحديد الألوان بحيث تكون متناسقة وتجذب الانتباه.
- اختيار الصور والهياكل: وذلك من خلال وضع التصور الشكلي أو الهيكلي لإبراز وعرض الفكرة في مضمون سهل ومبسط.
- تحديد عناصر التفاعل والأيقونات وطريقة التخاطب –الحوار–مع أسلوب الفكرة من خلال سيناريو مناسب لتوصيل الفكرة، وخاصة مقاطع الانفوجرافيك المتحرك.

ثالثاً: الإنتاج.

يتم إنتاج النموذج الأولي بتطبيق المخطط الشكلي، وتبدأ عملية الإنتاج بتجميع العناصر البصرية (أيقونات–أشكال–خطوط).

- استخدام أحد برامج تصميم الجرافيك في إنشاء الانفوجرافيك.
- المراجعة الفنية للتأكد من أن المحتوى كاملاً قد تم تمثيله بصرياً.
- تسلسل المعلومات: بحيث يكون هناك ترابط وتسلسل منطقي أو تاريخي أو موضوعي، وترتبط المعلومات بعنوان المحتوى.
- صحة العناصر المستخدمة.
- سلامة اللغة: يلزم الداعي إلى الله مراعاة سلامة اللغة من الأخطاء النحوية والإملائية، والاهتمام بمسالك وقواعد اللغة العربية.

رابعاً: التقويم.

ينبغي أن يكون التقويم مستمراً من بداية اختيار المحتوى وتحديده والتنسيق والخطوط والهياكل والايقونات إلى آخر مرحلة وهي الاخراج في صورته النهائية، ويلزم الداعي إلى الله أن يهتم في التقويم بما يلي:

- مدى مناسبة الانفوجرافيك لحاجات المدعوين.
- مدى مناسبة تصميم الانفوجرافيك للمحتوى العلمي، من حيث الشكل واللون ونوع الخط والايقونات والصور والسيناريو والشخصيات.
- تقديم الدعوة من خلال وسيلة الانفوجرافيك ومدى فاعليتها.[1]

(١) انظر: الانفوجرافيك من التخطيط للإنتاج، محمد شلتوت، مرجع سابق، ص: (١٥٠).

المبحث الثالث
توظيف الانفوجرافيك عند المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في مدينة الرياض
المطلب الأول
التعريف بالمكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات ودورها في الدعوة إلى الله

المكاتب التعاونية هي جهة تطوعية تُعنى بتبليغ رسالة الإسلام وتعاليمه إلى المواطنين والمقيمين في المملكة العربية السعودية، وتقوم وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد بالإشراف عليها.

ومن أهدافها:

- دعوة غير المسلمين للدخول إلى الإسلام وتعريفهم به.
- رعاية المسلمين الجدد، وتعليمهم أصول الإسلام.
- نشر العلم النافع، وتبصير المسلمين بأمور دينهم.
- تأهيل الدعاة إلى الله لتبليغ رسالة الإسلام.

ويبلغ عدد المكاتب في المملكة العربية السعودية ما يقارب (٣٩٧) مكتبا تعاونيا، وفي منطقة الرياض (٦٨) مكتبا[١] تقوم بنشر الإسلام والدعوة إليه والتصدي للشبهات المثارة ضد الإسلام ورعاية شؤون المسلمين وخدمة الجاليات المسلمة.

ومن أبرز وسائل الدعوة في المكاتب التعاونية إقامة الدروس والمحاضرات والدورات العلمية والمسابقات وطباعة الكتب وتوزيع المصاحف والنشرات والحقائب الدعوية.

(١) يعتبر الدليل الاحصائي للعام المالي ١٤٣٨-١٤٣٩هـ هو الأحدث في موقع وزارة الشؤون الاسلامية https://www.moia.gov.sa/Statistics/Pages/Details.aspx?ID=9

ولأهمية التقنية الحديثة والوصول إلى عدد كبير من المدعوين بكل أصنافه؛ اتجهت بعضاً من المكاتب التعاونية إلى الإفادة من مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص تويتر في الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وذلك ببث المنشورات، ومقاطع الصوت والفيديو التوعوية بصورة جذابة ومشوقة.

المطلب الثاني
عرض نتائج الدراسة التحليلية ومناقشتها

تتناول هذه الدراسة عينة من الانفوجرافيك المستخدم في مكاتب الدراسة من خلال تويتر حيث تم حصرها في (١٩٣) نموذجا، اقتصرت على النماذج المصممة من مكاتب الدراسة دون غيرها.

وتمت دراسة هذه النماذج من حيث أنواعها وأشكالها وأهم الموضوعات التي تناولتها ومدى ترجمة هذه النماذج إلى اللغات الأخرى.

وظهرت نتائج الدراسة على النحو الآتي:

أولاً: اهتمام مكاتب الدراسة بفن الانفوجرافيك

جدول رقم (١)

المكتب	التكرار	النسبة
البديعة	٢٤	١٢,٤
الربوة	٢٣	١١,٩
الروضة	٣٢	١٦,٦
شمال الرياض	٩٦	٤٩,٧
الصناعية القديمة	١٨	٩,٣
المجموع	١٩٣	١٠٠

يُظهر الجدول رقم (١) اهتمام مكتب شمال الرياض بتوظيف

الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله من خلال موقع تويتر مقارنة بباقي مكاتب العينة، يلي ذلك مكتب الروضة بالمرتبة الثانية، بينما يأتي كل من مكتب البديعة والربوة في المرتبة الثالثة بشكل متقارب، حيث بلغ عددها في مكتب البديعة (٢٤) مفردة و(٢٣) مفردة في مكتب الربوة، بينما يظهر أن توظيف الانفوجرافيك في مكتب الصناعية القديمة هو الأقل بين مكاتب العينة.

مما سبق يتضح اهتمام مكاتب الدعوة بتوظيف الانفوجرافيك دعوياً من خلال حساباتها في تويتر، وإن كان محدوداً في بعض المكاتب.

ثانياً: الموضوعات التي يعرضها الانفوجرافيك.

جدول رقم (٢)

الموضوع	البديعة		الربوة		الروضة		شمال الرياض		الصناعية القديمة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التوعية والارشاد	١١	٤٥,٨	١٣	٦,٥	٤	١٢,٥	٥٠	٥٢	٦	٣٣,٣
الإعلان عن المشاريع الدعوية	٢	٨,٣	٩	٩,١	٢٢	٨,٧	٣١	٣٢,٢	٩	٥٠
الإنجازات	١١	٤٥,٨	١	٤,٣	٦	١٨،٧	١٥	١٥,٦	٣	١٦,٦
المجمـــوع	٢٤	١٠٠	٢٣	١٠٠	٣٢	١٠٠	٩٦	١٠٠	١٨	١٠٠

يتضح من الجدول السابق اهتمام مكاتب الدعوة –عينة الدراسة– بالتوعية والإرشاد بأمور الشريعة الإسلامية، والاعلان عن برامج ومشاريع المكتب الخيرية وانجازاتها.

فقد جاء اهتمام مكتب البديعة بالتوعية والإرشاد، وبيان إنجازات المكتب بنسبة متقاربة بلغت (٤٥,٨%)، بينما عُني مكتب الربوة وشمال الرياض بالتوعية والإرشاد بنسبة مرتفعة حيث بلغت نسبة عناية مكتب الربوة (٥٦,٥%) ومكتب شمال الرياض (٥٢%).

أما الإعلان عن المشاريع والبرامج الدعوية فقد أولى مكتب الروضة والصناعية القديمة اهتماماً كبيراً، بلغ عند مكتب الروضة (٦٨,٧%) ومكتب الصناعية القديمة (٥٠%).

ثالثاً: اهتمام المكاتب بترجمة الموضوعات إلى اللغات الأخرى في الانفوجرافيك

جدول رقم (٣)

المكتب	التكرار	النسبة
البديعة	٩	٤٠,٩
الربوة	٠	٠
الروضة	٠	٠
شمال الرياض	١٠	٤٥,٥
الصناعية القديمة	٣	١٣,٦
المجموع	٢٢	١٠٠

يظهر من الجدول رقم (٣) اهتمام مكتب شمال الرياض والبديعة بعرض نماذج مترجمة من اللغة العربية إلى اللغات الأخرى، في حين لم تقم بذلك أي من مكاتب الدراسة مع أهمية توظيف الانفوجرافيك في دعوة المسلمين وغيرهم من غير الناطقين باللغة العربية.

رابعاً: أشكال الانفوجرافيك من حيث العرض

جدول رقم (٤)

المكتب	الثابت		المتحرك	
	ك	%	ك	%
البديعة	٢٤	١٦,٢	٠	٠
الربوة	٢٣	١٥,٥	٠	٠
الروضة	٢٧	١٨,٢	٥	١١,١
شمال الرياض	٥٦	٣٧,٨	٤٠	٨٨,٩
الصناعية القديمة	١٨	١٢,٢	٠	٠
المجموع	١٤٨	١٠٠	٤٥	١٠٠

يتضح من الجدول رقم (٤) تميُز مكتب شمال الرياض والروضة في استخدام الانفوجرافيك المتحرك، واكتفاء بقية مكاتب الدراسة باستخدام الانفوجرافيك الثابت مع أهمية الجمع بين الصورة والصوت والحركة في التأثير على المدعوين.

خامساً: أشكال الانفوجرافيك من حيث التخطيط

جدول رقم (٥)

الشكل	لبديعة		الربوة		الروضة		شمال الرياض		الصناعية القديمة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
جداول	١٠	٣٥،٧	١٠	٣٣,٣	١٤	٣٤,١	١٣	١٢,٣	١١	٤٥,٨
علاقات	١	٣،٦	٣	١٠	٤	٩,٨	٢	١,٩	٠	٠
شعاعي	٣	١٠,٧	٥	١٦,٧	٩	٢١,٩	٣٢	٣٠,٢	٢	٨,٣
قوائم	٣	١٠,٧	٨	٢٦,٧	٣	٧,٣	١٩	١٧,٩	٢	٨,٣
رسوم توضيحية	١١	٣٩,٣	٤	١٣,٣	٧	١٧،١	٣٧	٣٤,٩	٩	٣٧,٥
تدرج عمليات	٠	٠	٠	٠	٤	٩,٨	١	٠,٩	٠	٠
مخطط بياني	٠	٠	٠	٠	٠	.	٠	٠	٠	٠
خرائط	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٠,٩	٠	٠
مخطط زمني	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٠,٩	٠	.
المجموع[١]	٢٨	١٠٠	٣٠	١٠٠	٤١	١٠٠	١٠٦	٠٠	٢٤	١٠٠

من الجدول رقم (٥) يتضح أن مكاتب الدراسة تنوعت في استخدام أشكال الانفوجرافيك؛ حيث جاء استخدام الرسوم التوضيحية بالمرتبة الأولى بين الأشكال، يلي ذلك الشعاعي، ثم الجداول، ثم القوائم. بينما جاء استخدام العلاقات وتدرج عمليات والخرائط والمخطط الزمني بصورة قليلة. ولم يستخدم المخطط البياني فيما عرضته مكاتب الدراسة من نماذج في تلك الفترة.

(١) المجموع لا يساوي عدد العينة، لاستخدام أكثر من شكل أو عنصر في الانفوجرافيك الواحد.

سادساً: العناصر المقروءة للانفوجرافيك

جدول رقم (٦)

العنصر	البديعة		الربوة		الروضة		شمال الرياض		الصناعية القديمة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إحصائيات وأرقام	١١	٤٥,٨	٣	١٣,٠	١٨	٥٠	١٥	١٥,٦	٢	١١,١
معلومات وحقائق	١٣	٥٤,٢	٢٠	٨٦,٩	١٨	٥٠	٨١	٨٤,٤	١٦	٨٨,٩
المجموع	٢٤	١٠٠	٢٣	١٠٠	٣٦	١٠٠	٩٦	١٠٠	١٨	١٠٠

يبين الجدول رقم (٦) اهتمام مكاتب الدراسة باستخدام المعلومات والحقائق والاحصائيات والأرقام في تصميم الانفوجرافيك، وجاء عنصر المعلومات والحقائق في المرتبة الأولى.

كما يلاحظ وجود استخدام للأرقام والمعلومات في الانفوجرافيك الواحد كما مكتب الروضة حيث تساوت النسبة في ذلك.

الخاتمـــة

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، حمداً طيباً مباركاً فيه كما يحب ربنا ويرضى، حمداً يليق بجلاله وعظيم نعمه على ما يسر وأعان حتى إتمام هذا البحث، والتي تحدثت فيه عن توظيف الانفوجرافيك في الدعوة إلى الله: دراسة تحليلية على عينة من المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد في مدينـــة الرياض.

وفي نهاية هذا البحث أختم بذكر أهم النتائج والتوصيات على النحـــو الآتي:

- يستخدم الانفوجرافيك في مجال الدعوة إلى الإسلام والتعريف بشعائره، وتصحيح المفاهيم التي يثيرها أعداء الإسلام.
- إن من الضوابط الشرعية في المحتوى المستخدم فـــي الانفوجرافيـــك: الاعتماد على المصادر الشرعية، وضبط المصطلحات ووضوحها.
- إن مما يجب الاهتمام به في تصميم الانفوجرافيك من الناحيـــة الفنيـــة تسلسل المعلومات، والتناسق بين الأشكال والرموز والألوان.
- يقوم فن الانفوجرافيك على العنصـــر البصـــري والمحتـــوى النصـــي والمعرفة.
- تتثمل مراحل عملية تصميم الانفوجرافيك بتحديد أولويات التصميم ثـــم التصميم ثم الإنتاج ثم التقويم.
- اهتمام مكاتب الدعوة بتوظيف الانفوجرافيك في الدعوة من خلال حساب المكاتب في تويتر، وإن تفاوتت درجة الاهتمام في ذلك.
- ضعف ترجمة الانفوجرافيك إلى اللغة الأخرى مع الحاجة إلـــى دعـــوة غير الناطقين باللغة العربية.
- قلة استخدام مكاتب الدعوة للانفوجرافيك المتحرك مع فاعليته وتـــأثيره، والاعتماد على الانفوجرافيك الثابت.
- اعتنت مكاتب الدعوة بالمعلومات والحقائق مع الاحصائيات والأرقـــام،

وتنوعت أشكال الانفوجرافيك بين الرسوم التوضيحية والجداول وغيرها.

التوصيات:

- ضرورة زيادة اهتمام مكاتب الدعوة والعاملين في مجال الدعوة الى الله بتوظيف الانفوجرافيك في الدعوة.
- الاهتمام بتوظيف الانفوجرافيك المترجم إلى اللغات الأخرى لدعوة غير الناطقين باللغة العربية.
- إعداد الدعاة المؤهلين في مجال الانفوجرافيك والإفادة من التطور في التقنية الحديثة في الدعوة إلى الله.

فهرس المصادر والمراجع

- القرآن الكريم.
- أثر توظيف فيديو قائم على بعض متغيرات الانفوجرافيك لتنمية مهارات التفكير البصري وبقاء أثر التعلم في مادة العلوم الحياتية لدى طالبات الصف الحادي عشر بغزة، عائشة عودة، رسالة ماجستير، كلية التربية في جامعة الأزهر، عام ١٤٣٩هـ.
- أسس التصميم، روبرت سكوت، ترجمة: عبد الباقي ابراهيم وآخرون، (نهضة مصر، القاهرة، ١٩٨٠م).
- الانفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج، محمد شلتوت، (مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، الطبعة ١، ١٤٣٧هـ).
- البحث العلمي: حقيقته ومصادره ومادته ومناهجه، عبد العزيز عبد الرحمن الربيعة، (الطبعة ٦، ١٤٣٣هـ).
- البحث العلمي: (مفهومه وأدواته وأساليبه)، ذوقان عبيدات وآخرون، (دار الفكر، د.م، د.ط، د.ت).
- بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، علاء الدين الكاساني، (دار الكتاب العربي، بيروت، د.ط، ١٩٨٢م).
- التكوين في الفنون التشكيلية، عبد الفتاح رياض، (دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧٤م).
- الجواب المفيد في حكم التصوير، عبد العزيز بن باز، (رئاسة إدارة البحوث العلمية والافتاء، ط٦، ١٤١٨هـ).
- الخط واللون ودورهما في تحقيق الحركة بالمعلقات النسجية المطبوعة، مروة حمود، مجلة التصميم، العدد الثاني، ٢٠١٨م.

- دراسة تحليلية للانفوجرافيك ودوره في العملية التعليمية في سياق الصياغات التشكيلية للنص، عادل عبد الرحمن وآخرون، مجلة البحوث في التربية الفنية والفنون، جامعة حلوان مصر، العدد السابع والأربعون، ٢٠١٦م.
- الرؤية بأسلوب الخداع البصري بين الحركة والإثارة في المعلق النسجى المطبوع، محمد إبراهيم، مجلة علوم وفنون، جامعة المنصورة، العدد الثالث، ٢٠١١م.
- رد المحتار على الدر المختار، ابن عابدين الدمشقي، (دار الفكر، بيروت، ط٢، ١٤١٢هـ)، (٣٦١/٦).
- سلسلة الأحاديث الصحيحة، محمد بن ناصر الألباني، (مكتبة المعارف، الرياض، الطبعة الأولى، ١٤١٥هـ).
- سنن أبو داود، سليمان بن الأشعث السجستاني، محمد محيي الدين عبد الحميد، (المكتبة العصرية، صيدا –بيروت، د.ت).
- سنن الترمذي، محمد بن عيسى الترمذي، تحقيق وتعليق: أحمد محمد شاكر وآخرون، (شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي، مصر، الطبعة الثانية، ١٣٩٥ هـ).
- الشرح الصغير على أقرب المسالك إلى مذهب الامام مالك، أحمد الدردير، (دار المعارف، مصر، د.ط، ١٣٩٢هـ).
- الشرح الكبير، ابن قدامة المقدسي، (جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الشريعة، الرياض د. ط، د.ت).
- الشرح الممتع، محمد العثيمين، (دار ابن الجوزي، ط١، ١٤٢٢-١٤٢٨هـ).
- صحيح البخاري، محمد بن اسماعيل البخاري، تحقيق: محمد الناصر، (دار طوق النجاة، الطبعة ١، ١٤٢٢هـ).

- صحيح الجامع الصغير وزيادته، محمد الألباني، (المكتب الإسلامي، د.ط، د.ت).
- صحيح مسلم مع شرحه إكمال إكمال المعلم للإمام محمد الأبي، (دار الكتب، بيروت، د.ط، د.ت).
- صحيح مسلم، مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، (دار إحياء التراث العربي، بيروت، د.ط، د.ت).
- ضوابط انتاج برامج التلفزيون التعليمية، عبد العظيم الفرجاني، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم المركز العربي للتقنيات التربوية، العدد: الثاني والعشرون، عام ١٩٨٩م.
- غاية المرام في تخريج أحاديث الحلال والحرام، محمد الألباني، (المكتب الإسلامي، بيروت، ط٣، ١٤٠٥هـ).
- فاعلية الحركة في التصميم الطباعي، بشرى مصطفى، مجلة الأكاديمي، العدد: السابع والثمانون، ٢٠١٨ م.
- فتاوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية، جمع: أحمد الدويش، موقع الرئاسة العامة للبحوث العلمية والافتاء.
- فتح الباري شرح صحيح البخاري، أحمد بن حجر العسقلاني، صححه: محب الدين الخطيب، (دار المعرفة، بيروت، ١٣٧٩هـ).
- فن رسم الحبكة السينمائية، ليندا ج كاوغيل، ترجمة: محمد الأصبحي، (المؤسسة العامة للسينما، دمشق، ٢٠١٣م).
- كتابة الرواية من الحبكة إلى الطباعة، لورانس، ترجمة: صبري حسن، (دار الجمهورية للصحافة، ٢٠٠٩ م).
- كشاف القناع، منصور البهوتي، تحقيق: هلال مصيلحي هلال، (دار الفكر، بيروت، د.ط، ١٤٠٢هـ.

- مجموع الفتاوى، أحمد بن تيمية، تحقيق: عبد الرحمن بن قاسم، (مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، المملكة العربية السعودية، ١٤١٦هـ).
- المستدرك على الصحيحين، الحاكم النيسابوري، تحقيق: مصطفى عطا (دار الكتب العلمية، بيروت، ط١، ١٤١١هـ)
- مسند أبي يعلى، أحمد الموصلي، تحقيق: حسين أسد، (دار المأمون، دمشق، ط١، ١٤٠٤ه).
- مسند الامام أحمد بن حنبل، أحمد بن حنبل، تحقيق: شعيب الأرنؤوط- عادل مرشد وآخرون، اشراف: د. عبد الله التركي، (مؤسسة الرسالة، ط١، ١٤٢١هـ).
- معايير الانفوجرافيك التعليمي، أمل حسن، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، مصر، العدد الخامس والثلاثون، ٢٠١٧م.
- المعجم الأدبي، جبور عبد النور، (دار العالم لملايين، بيروت، ط٢، ١٩٦٣م).
- معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، سعيد علوش، (دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط١، ١٩٨٥م).
- المعجم الوسيط، إبراهيم مصطفى وآخرون، (مجمع اللغة العربية -دار الدعوة، د.ط، د.ت).
- مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، محمد الخطيب الشربيني، (دار الكتب العلمية، ط١، ١٤١٥هـ).
- المهذب في فقه الامام الشافعي، إبراهيم الشيرازي، تحقيق: محمد الزحيلي، (دار القلم -الدار الشامية، دمشق-بيروت، ط١، ١٤١٧هـ).
- الموسوعة الفقهية الكويتية، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الكويت، (١٤٠٤-١٤٢٧هـ).

- نمطا تقديم الانفوجرافيك (الثابت–المتحرك) عبر الويب وأثرهما في تنمية التفكير البصري لدى أطفال التوحد واتجاهاتهم نحوه، أمـــاني ودرويـــش الدخني، مجلة تكنولوجيا التعليم، العدد الثاني، مصر، ٢٠١٥م.

المقالات:

- دور عناصر التصميم الجرافيكي في تصميم الملصق الفني، موفق عبـــد المجيد–عبد المحسن الصائغ، مجلة البحث في التربية وعلم النفس، العـــدد الأول، المجلد الخامس والثلاثون، عام ٢٠٢٠م.
- فن الانفوجرافيك بين التشويق والتحفيز على التعلم، محمد شتلوت، مجلة التعليم الالكتروني، جامعة المنصورة، العدد الثالث عشر، عام ٢٠١٤م.
- المرتكزات الأساسية لتفعيل استخدام الانفوجرافيك في عمليتـــي التعلـــيم والتعلم، حسين عبد الباسط، مجلة التعليم الالكتروني، العدد الخامس عشر، عام ٢٠١٥م.

المواقع الالكترونية:

- موقع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد
https://www.moia.gov.sa/Statistics/Pages/Details.aspx?ID=9

- **المراجع الأجنبية:**

- An overview of infographics,brandy thatcher&Mehdi zadeh,14th- nov.2012 https://www.slideshare.net/ICCTLC2/an-overview-of-infographicsv5-0-15179863

رابعاً :
أصول الفقه