

گرافیک خبری و اطلاع‌رسان

دکتر یونس شکرخواه

و

مریم سلیمی

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها

۱۳۹۳

سرشناسه: شکرخواه، یونس، ۱۳۳۶-
 عنوان و نام پدیدآور: گرافیک خبری و اطلاع‌رسان / یونس شکرخواه، مریم سلیمی،
 مشخصات نشر: تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی، دفتر
 مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، ۱۳۹۳.
 مشخصات ظاهری: ۲۵۹ ص: مصور، جدول، نمودار.
 شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۹۳۴-۴۴۰-۰
 وضعیت فهرست‌نویسی: فیا
 یادداشت: کتابنامه: ص [۲۵۵]-۲۵۹.
 موضوع: گرافیک
 موضوع: طراحی گرافیک (چاپ)
 موضوع: روزنامه‌نگاری مصور
 موضوع: حروف‌ریزی
 موضوع: نشانه‌نویسی
 موضوع: تصویرگری نشریات ادواری
 موضوع: ارتباط دیداری
 شناسه افزوده: سلیمی، مریم، ۱۳۵۶-
 شناسه افزوده: ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
 رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۱ ۴۴۸/ش/۸۴۴۵ NCA
 رده‌بندی دی‌یو: ۷۴۱/۶
 شماره کتابشناسی ملی: ۲۷۲۸۲۸۶

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

گرافیک خبری و اطلاع‌رسان

دکتر یونس شکرخواه

و

مریم سلیمی

چاپ اول: ۱۳۹۳ شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: ریحان

ISBN: 978-964-9934-44-0

شابک: ۹۷۸ ۹۶۴-۹۹۳۴-۴۴۰-۰

e-mail: Publish@rasaneh.org

www.rasaneh.org

نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، شماره ۱۱

تلفن: ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۷۲۴۸، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنویس:

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۷	یادداشت ناشر
۹	پیشگفتار
۱۳	مقدمه
۱۷	۱. رسانه و گرافیک
۲۰	گرافیک هنر یا رسانه
۲۲	انواع گرافیک
۲۴	نیاز رسانه‌ها به گرافیک
۲۸	پی‌نوشت‌ها
۲۹	۲. اطلاع و خبر
۳۰	اطلاع
۳۰	خبر
۳۳	چگونگی ارائه اخبار و اطلاعات در رسانه‌ها
۳۴	تصویر و کلمه
۳۹	مصورسازی
۴۲	پی‌نوشت‌ها
۴۳	۳. گرافیک اطلاع‌رسان
۴۴	مفهوم گرافیک اطلاع‌رسان
۵۲	عناصر و ابزارهای گرافیک اطلاع‌رسان برای بیان اطلاعات
۵۳	ابزارهای گرافیک اطلاع‌رسان
۶۳	انواع گرافیک اطلاع‌رسان
۶۵	از طراحی اطلاعات تا گرافیک اطلاعات

۶۶	دو دیدگاه؛ زیبایی‌شناختی و تحلیلی
۶۷	پیشینه گرافیک اطلاع‌رسان در جهان
۸۰	پیشینه گرافیک اطلاع‌رسان در ایران
۹۳	فرایند و ساختار کلی در طراحی و تولید گرافیک اطلاع‌رسان
۹۷	ترکیب اعضای گروه در تولید گرافیک اطلاع‌رسان
۹۹	برخی نکات و اصول در طراحی انواع گرافیک اطلاع‌رسان
۱۱۲	پی‌نوشت‌ها
۱۱۵	۴. گرافیک خبری
۱۱۵	مفهوم گرافیک خبری
۱۲۰	انواع گرافیک خبری
۱۲۲	پیشینه گرافیک خبری در جهان
۱۲۶	پیشینه گرافیک خبری در ایران
۱۳۲	کاربرد و ویژگی‌های گرافیک خبری
۱۳۷	برخی نکات و اصول در طراحی گرافیک خبری
۱۵۲	فرایند طراحی و تولید گرافیک خبری
۱۶۶	تولید گرافیک خبری در خبرگزاری رويترز
۱۷۴	پی‌نوشت‌ها
۱۷۵	۵. کاربرد گرافیک خبری و اطلاع‌رسان
۱۸۳	کاربرد گرافیک خبری و اطلاع‌رسان از دیدگاه صاحب‌نظران
۱۸۵	تفاوت‌های گرافیک‌های خبری و اطلاع‌رسان از دیدگاه صاحب‌نظران
۱۸۷	الزامات تهیه و تولید گرافیک خبری و اطلاع‌رسان
۱۹۶	پیشنهادهایی برای کاربرد گرافیک خبری و اطلاع‌رسان
۱۹۹	نتیجه
۲۰۳	پیوست ۱. معرفی سایت‌ها، انجمن‌ها و دانشگاه‌های مرتبط با گرافیک خبری
۲۰۸	پی‌نوشت‌ها
۲۰۹	پیوست ۲. معرفی کتاب‌های مفید در حوزه گرافیک خبری و اطلاع‌رسان
۲۲۲	پی‌نوشت‌ها
۲۲۳	پیوست ۳. معرفی برخی سایت‌های مفید در حوزه گرافیک خبری و اطلاع‌رسان
۲۲۵	پیوست ۴. نمونه‌هایی از گرافیک خبری و اطلاع‌رسان
۲۵۳	واژه‌نامه فارسی - انگلیسی
۲۵۵	منابع

یادداشت ناشر

روند رو به رشد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی امکان انتشار آنی اخبار متکی بر جاذبه‌های بصری را فراهم کرده‌است. این در حالی است که تأکید بر استفاده از تصویر در مطبوعات و بهره‌گیری از جاذبه‌های بصری در رسانه‌ها امری ضروری به‌نظر می‌رسد.

گرافیک اطلاع‌رسان یا گرافیک اطلاعاتی (Infographic) نمایش تصویری اطلاعات به‌صورت مصور برای مخاطبان و کاربران است. پیچیده‌ترین فرایندها و شناخته‌شده‌ترین نوع اطلاعات به شکلی واضح و گویا برای مخاطب روایت می‌شود. روایتی که سرآغازی دارد و پایانی.

آنچه در حال حاضر در ایران به‌عنوان "اینفوگرافی" استفاده می‌شود، همان گرافیک اطلاع‌رسان است که با ویژگی‌های خاص خود به تشریح بصری موضوعات مختلف می‌پردازد. واژه اینفوگرافی در ایران، بدون درنظر گرفتن مرزی برای گرافیک اطلاع‌رسان و خبری به‌کار برده می‌شود، در حالی که این کتاب می‌کوشد، ضمن مشخص کردن مرزهای این دو نوع گرافیک و تبیین تفاوت‌ها و شباهت‌های آن‌ها از دید صاحب‌نظران، به معرفی و بیان الزامات، اصول و چگونگی طراحی آن‌ها (با فرم‌های نمایش چاپی، برهم‌کنشی، متحرک و چندرسانه‌ای) و... بپردازد.

همچنین در تلاش است تا افق‌های جدیدی از گرافیک اطلاع‌رسان و خبری را با ارائه نمونه‌ها و مثال‌های عینی در این حوزه، پیش روی تمامی فعالان رسانه‌ای، طراحان گرافیک و سایر علاقه‌مندان بگشاید.

کتاب گرافیک خبری و اطلاع‌رسان، اثری ارزشمند در حوزه گرافیک رسانه است که با راهنمایی‌ها و همکاری استادانه دکتر یونس شکرخواه از صاحب‌نظران حوزه ارتباطات، توسط خانم مریم سلیمی، دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، از منابع معتبر علمی و تخصصی استخراج و با بهره‌گیری از آرا و نظرات برخی صاحب‌نظران این حوزه در سراسر جهان گردآوری شده است.

نو و بدیع بودن، جنبه آموزشی و نشر روان جزو ویژگی‌های شاخص این کتاب است که تقدیم به همه مخاطبان و همکاران عزیز حوزه اطلاع‌رسانی کشور می‌شود.

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها

پیشگفتار

گرافیک اطلاع‌رسان که از آن در ایران با نام‌های اینفوگرافیک، داده‌نما، گرافیک اطلاعاتی و... یاد می‌شود، نمایشگر بصری اطلاعات است که از توان ارائه حجم بالایی از اطلاعات در یک فضای محدود برخوردار است. این نوع گرافیک، ضمن نمایش ساده اطلاعات حجیم و پیچیده، امکان درک سریع و به ذهن‌سپاری آسان‌تر آن‌ها را توسط مخاطبان فراهم می‌کند. گرافیک اطلاع‌رسان که معادل انگلیسی آن Infographic (مخفف Information Graphic) است، به دلیل ارائه و نمایش اطلاعات به صورت ساده، منظم و با مقدار کمی اطلاعات متنی، بلافاصله ایده و هدف اصلی را به بیننده منتقل می‌کند.

گرافیک اطلاع‌رسان، از ترکیب گرافیک، اطلاعات و دانش و مهارت بصری‌سازی حاصل می‌شود که تولید آن مشتمل بر فرایندی از جست‌وجو، استخراج و آماده‌سازی اطلاعات، ارائه یک سناریو به منظور بصری‌سازی و تبدیل اطلاعات به زبان بصری آن‌هم به یاری ابزارهای موجود در این خصوص است که برخی از این ابزارها عبارت‌اند از: نمودار، نقشک (آیکون)، نقشه، علائم، مقیاس‌ها، عکس، طرح (تصویرسازی)، حروف و اعداد و....

انواع گرافیک اطلاع‌رسان به لحاظ ماهیت محتوایی و اهداف تولید شامل گرافیک فوری یا خبری و گرافیک غیرفوری یا غیرخبری است.

همچنین این نوع گرافیک مبتنی بر شیوه نمایش مشتمل بر انواع ایستا یا چاپی، ویدئویی، اینترنتی، متحرک، چند رسانه‌ای و برهم‌کنشی است. گرافیک اطلاع‌رسان و خبری دارای کاربردهای بسیاری هستند که عمده این بهره‌گیری ریشه در قابلیت‌های این گرافیک به‌ویژه در حوزه مطبوعات دارد.

ریشه و پیشینه گرافیک اطلاع‌رسان را عده‌ای در تصاویر نقش‌بسته بر دیواره غارها و برخی به شکل‌گیری اولین نقشه‌ها در چهار هزار سال پیش مربوط می‌دانند ولی تاریخچه شکل‌گیری این نوع گرافیک به انتشار کتاب *اطلس سیاسی و تجاری ویلیام پلیفایر* در قرن ۱۸ در توضیح اقتصاد انگلستان باز می‌گردد. گرچه گرافیک اطلاع‌رسان در تاریخ مطبوعات ایران در دهه‌های ۳۰ و ۴۰ نیز مورد استفاده قرار می‌گرفته ولی بخشی از شکل‌گیری ادبیات این نوع گرافیک و نیز معرفی آن، مدیون دکتر یونس شکرخواه (از صاحب‌نظران حوزه ارتباطات) است که در زمان حضورش در روزنامه *کیهان* موجبات معرفی آن را فراهم کرد که خود زمینه‌ساز آغاز فعالیت مجلات همشهری در سال ۱۳۸۳ و دیگر رسانه‌ها اعم از چاپی و آن‌لاین همچون روزنامه *خورشید*، خبرگزاری «تسیم»، «خبرآن‌لاین»، سایت «اینفوگرافیک»، خبرگزاری «فارس»، سایت «دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای»، خبرگزاری «تسیم»، سایت «فرهنگ نیوز» و... در این حوزه شد. به‌رغم تلاش‌های صورت‌گرفته در حوزه تولید و نشر گرافیک‌های اطلاع‌رسان و خبری در نوع ایستای آن و حتی برگزاری نخستین نمایشگاه گرافیک اطلاع‌رسان در حاشیه بیستمین جشنواره مطبوعات از همین آثار؛ بهره‌گیری از سایر انواع این نوع گرافیک، همچنان همت صاحبان رسانه و متخصصان این حوزه را در ایران طلب می‌کند.

کتاب حاضر که گرافیک خبری و اطلاع‌رسان نام دارد و استخراجی از دو رساله دانشگاهی است، در تلاش است تا در پنج فصل مختلف

(به همراه پیوست‌ها)، به معرفی دقیق و کامل از دو گرافیک مذکور و کاربرد آن‌ها بپردازد.

در فصل اول آن، به رابطه بین رسانه و گرافیک، در فصل دوم به ذکر تفاوت بین اطلاع و خبر و نیز چگونگی ارائه اخبار و اطلاعات در رسانه‌ها، در فصل‌های سوم و چهارم در خصوص گرافیک‌های اطلاع‌رسان و خبری، مفاهیم، انواع، پیشینه (در جهان و ایران)، ویژگی‌ها، تفاوت‌ها، فرایند، نکات مهم در تهیه و تولید آن‌ها و در فصل پنجم، به تبیین کاربرد و الزامات تهیه و تولید گرافیک‌های خبری و اطلاع‌رسان و نیز طرح پیشنهادهایی برای افزایش کاربرد و بهره‌گیری از آن‌ها به‌ویژه در ایران پرداخته می‌شود. بخش پیوست‌های این کتاب نیز به معرفی دانشگاه‌ها، مراکز و انجمن‌ها، کتاب‌ها، سایت‌ها و نمونه‌های موفق مرتبط اختصاص یافته است.

در این کتاب، از منابع مختلف چاپی، دیجیتال و آن‌لاین به زبان‌های اسپانیایی و انگلیسی، همچنین از دیدگاه‌های نوین نظری و آرای صاحب‌نظران جهانی حوزه گرافیک اطلاع‌رسان و خبری استفاده شده است. با پذیرش کاستی‌های احتمالی کتاب حاضر (با توجه به محدودیت منابع اعم از فارسی و لاتین و... در حوزه مورد بحث) امید است این مجموعه، مقدمه‌ای برای انجام فعالیت‌های پژوهشی، علمی و کاربردی در حوزه گرافیک خبری و اطلاع‌رسان و نیز بهره‌گیری هرچه بیشتر از این نوع گرافیک در رسانه‌های کشور باشد.

در پایان لازم است تا از تمامی افرادی که در داخل و خارج از ایران، به نوعی از نقشی مؤثر در مسیر تهیه این کتاب برخوردار بودند، نهایت تشکر را داشته باشم.

از آقایان دکتر یونس شکرخواه، دکتر کامران افشار مهاجر، دکتر امیرمسعود امیرمظاهری، دکتر داود صفایی، دکتر محمد سلطانی‌فر، دکتر امیدعلی مسعودی، دکتر احمد توکلی، دکتر علی گرانمایه‌پور،

علی بختیارزاده، بهروز مظلومی فر، جمال رحمتی، بهزاد احمدی و همچنین خانم‌ها فرزانه پورمند و شبنم یونسی خواه و نیز دکتر آلبرتو کایرو (Alberto Cairo)، خاویر اریا (Errea Javier)، لوئیس شامپیتز (Luis Chumpitaz)، نیگل هولمز (Nigel Holmes)، جان گریم‌وید (John Grimwade)، ساموئل گراندادوز لویز (Samuel Grandos Lopez)، جف مک‌گی (Geoff McGhee)، سارا سالبین (Sarah Slobin)، ژاکوئین گنزالز (Xaquín Gonzalez)، لورا استنتن (Laura Stanton)، کارن یوریش (Karen Yourish)، مکس گادنی (Max Gadney)، جیم پیت (Jim Peet)، جاشوا هیچ (Joshua Hatch)، آنیسل میسر کازاراس (Anibal Maiz Caceres)، والتر لانگر (Walter Longauer)، بیل پیتزر (Bill Pitzer)، مایکل آگار (Micheael Agar)، داگلاس اکازاکی (Douglas Okasaki)، آلوارو والینو (Alvaro Valino)، لیز راموس (Liz Ramos)، رمی جان-مینگ (Remy Jon-Ming)، کی کوئن (Kay Coenen)، نلسون فرناندز (Nelson Fernandez)، دئوین دونالد وی. ترزو (Dwynn Ronald V. Trazo)، استیون درسلر (Steven Dressler)، ایوان کایرو پالمینو هامنی (Ivan Cairo Palomino Huamni)، لیونل فاک وی (Lionel Fock Way)، آنجلا جی اسمیت (Angela J. Smith)، سوزان مانگو کُرتز (Susan Mango Curtis)، رابینسون چوکی‌تاپ هاناو (Robinson Choquetaype Huanahue)، چسی کی استبان (Chiqui esteban) بسیار سپاسگزارم.

مریم سلیمی

بهار ۱۳۹۳