

تأثیر اینفوگرافیک زندگی نامه‌ها در اشاعه و پخش اطلاعات سرگذشت نامه‌ای

زهرة غفاریان مهربانی^۱

چکیده

هدف پژوهش حاضر، تعیین میزان کاربرد اینفوگرافیک در اشاعه زندگی نامه مشاهیر و نویسندگان و میزان مطالعه و دیدن اینفوگرافیک‌های زندگی نامه در شبکه‌های اجتماعی است. این پژوهش به صنعت نشر و سایر حوزه‌ها کمک می‌کند تا تأثیر افزودن اینفوگرافیک به استراتژی محتوایی و بازاریابی محتوایی را دریابند. پژوهش حاضر به صورت بررسی و تحلیل تجربی انجام شد. در پژوهش حاضر، زندگی نامه تعدادی از استادان و متخصصان رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی و همچنین تعدادی از مشاهیر و شاعران به مناسبت‌های مختلف (تولد، سالگرد، بزرگداشت و...) از تاریخ دهم آبان‌ماه سال ۱۳۹۶ (برابر یکم ماه نوامبر ۲۰۱۷) طراحی و در کانال تلگرامی (@venusinfographics) بارگذاری و منتشر شدند. آمار بازدید اینفوگرافیک‌های طراحی شده در پژوهش حاضر مورد تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که از میان متخصصان حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، اینفوگرافیک زندگی نامه توران میرهادی و زندگی نامه دکتر جعفر مهادی بیشترین بازدیدکننده را داشته‌اند. همچنین از میان مشاهیر و شاعران اینفوگرافیک زندگی نامه فروغ فرخزاد و میرزاتقی خان امیرکبیر بیشترین بازدیدکننده را داشته‌اند. مصورسازی زندگی نامه یا گرافیک اطلاعات زندگی نامه در تلاش است تا روند زندگی، وقایع، حوادث، داده‌ها و اطلاعاتی در خصوص زندگی فردی یک شخصیت علمی، ادبی، دانشگاهی، اجتماعی، اقتصادی یا سیاسی را به تصویر بکشد؛ و اطلاعات پیچیده‌ای از زندگی خصوصی، علمی و اجتماعی فرد را به شیوه‌ای که به سرعت و سهولت قابل درک و فهم باشد، به مخاطب منتقل کند.

کلیدواژه‌ها: اینفوگرافیک، گرافیک اطلاعات، اطلاعات تصویری، زندگی نامه.

^۱ . دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران. رایانامه:

ghafarianz@ymail.com

در آغاز خلقت بشر، تصاویر به عنوان راهی برای انتقال اندیشه‌ها و ایده‌ها ترسیم می‌شد. امروزه نیز همان‌طور است. ۳۵۰۰۰ سال پیش مردم تصاویر قابل توجهی روی صخره‌ها و دیوارها برای برقراری ارتباط می‌کشیدند. امروزه ما دیگر مردان و زنان غارنشین نیستیم؛ اما هنوز تصاویر رسم می‌شوند و مردم دوست دارند که اطلاعات موجود در روزنامه‌ها، کتاب‌ها، روی دستگاه‌های الکترونیکی و روی وب را به صورت مصور و دیداری ببینند (اسمیسیکلاس، ۱۳۹۴، ص. ۲۳).

روند دیدن محتاج صرف انرژی ناچیزی است. ساختمان فیزیولوژیک بینایی انسان به طور خودکار و از طریق سلسله اعصاب عمل می‌کند. هنگام دیدن، ما با صرف حداقل انرژی، به مقدار وسیعی از اطلاعات در سطوح مختلف دست می‌یابیم. به همین دلیل انسان تمایل دارد که اطلاعات خود را از طریق بینایی کسب کند. همچنین انسان به دلایل زیادی خواهان تقویت آگاهی‌های بصری خود است. یکی از مهمترین این دلایل، دریافت اطلاعات به طور مستقیم و بی‌واسطه است؛ و دوم اینکه اطلاعات بصری به تجربه واقعی نزدیک‌تر هستند. هنگامی که سفینه فضایی آپولوی ۱۱ روی ماه فرود آمد و نخستین قدم‌های فضاانورد سطح ماه را لمس کرد، هیچ یک از بینندگان تلویزیون در جهان حاضر نبودند که تصویر زنده و لحظه به لحظه این ماجرا را با یک خبر رادیویی و یا متن نوشته شده عوض کنند. این رویداد تاریخی نمونه‌ای است که نشان می‌دهد انسان اطلاعات بصری را بر دیگر انواع اطلاعات ترجیح می‌دهد (داندیس^۲، ۱۳۶۷).

بینایی، بخش عظیمی از مغز است. تقریباً ۵۰ درصد مغز (مستقیم یا غیرمستقیم) به عملکرد بینایی و دیداری اختصاص داده شده است. شبکه سلول‌ها، سلول‌های عصبی و بافت‌هایی که این فعالیت را بر عهده دارند، بسیار گسترده‌اند. سلول‌های عصبی که مسئول فعالیت‌های دیداری هستند و بخش بزرگی از مغز را در بر گرفته‌اند، تقریباً ۳۰ درصد از سلول‌های خاکستری مغز را تشکیل می‌دهند. به عبارت دیگر، سلول‌های عصبی فقط ۸ درصد برای حس لامسه و ۳ درصد برای حس شنوایی به کار گرفته می‌شوند.

با وجود این شبکه پیچیده نظام بینایی و دیداری، منطقی به نظر می‌رسد که پردازش اطلاعات به وسیله اینفوگرافیک پیچیدگی کمتری نسبت به متن محض داشته باشد. یکی از دلایلی که ما می‌توانیم تصاویر را سریع‌تر از متن پردازش کنیم، شیوه به کارگیری اطلاعات توسط مغز است. پردازش داده‌ها از تصویر به صورت آنی صورت می‌گیرد. حال آنکه، پردازش یک متن به شیوه خطی است. بنابراین، استفاده از اینفوگرافیک، این امکان را به شما می‌دهد که از نظر فیزیکی راحت‌تر با مخاطبان ارتباط برقرار کرده و اطلاعات را منتقل نمایید (اسمیسیکلاس، ۱۳۹۴، ص. ۲۹-۳۰). کمک‌های بصری یک

^۲. Dondis, Donis A.

ابزار قدرتمند برای یادگیری افراد است به این دلیل که مردم اطلاعات بصری را دقیق‌تر، سریع‌تر نسبت به اطلاعات متنی به یاد می‌آورند (ماربلا^۲، ۲۰۱۴). البته درک و دریافت تصویر یا گرافیک و معنا و مفهوم و پیام آن بستگی به سواد بینایی یا بصری افراد دارد. سواد بینایی یا بصری شامل مهارت‌های مشاهده، تفسیر، تحلیل، توانایی درک عناصر ترکیب‌بندی، توانایی تحلیل کار خود، واکنش به رنگ و واکنش عاطفی به تصویرهاست. از این رو، یک اینفوگرافیک مناسب باید دارای مشخصات زیر باشد:

- داشتن پیام روشن و آشکار؛
 - همخوانی و منطبق بودن پیام اینفوگرافیک با هدف‌ها، و محتوای مورد نظر؛
 - سادگی و داشتن جزئیات کم؛
 - هماهنگی با قدرت درک و فهم مخاطبان و انطباق با میزان سواد بصری آنان؛
 - گویا بودن و عدم نیاز به توضیحات نوشتاری یا گفتاری مفصل و طولانی؛ و
 - استفاده از نشانه‌های مناسب در موارد لازم برای درک بهتر (امیر تیموری، ۱۳۸۶).
- کاربرد انواع رسانه‌های تصویری اعم از اینفوگرافیک‌ها که امروزه رایج است، راهی برای بهره‌گیری آن بخش از ظرفیت‌های استفاده نشده ذهن به منظور افزایش بهره‌وری یادگیری و به یادسپاری است. گرافیک اطلاعات یا اینفوگرافیک، تجسم گرافیکی داده‌ها و دانش است تا اطلاعات پیچیده را ساده ارائه دهد، اینفوگرافیک اطلاعات را به سرعت و به وضوح و گسترده ارائه می‌کند که برای تشخیص ویژگی‌ها و روابط بین داده‌ها عالی می‌باشد (لی^۴، ۲۰۱۶). برخی از مهمترین کاربردهای اینفوگرافیک‌ها و تصاویر عبارتند از:

- تأکید بر نکات مهم و جلب توجه مخاطبان نسبت به آن‌ها؛
- ایجاد انگیزه و یادگیری؛
- کمک به حافظه و یادآوری مطالب؛
- بازنمایی واقعیت (اینفوگرافیک‌ها و تصاویر می‌توانند اشیاء و پدیده‌ها را آن طور که هستند نشان دهند تا برای مخاطب ملموس و قابل فهم باشند)؛
- عینی کردن مفاهیم و مطالب مورد نظر؛
- تأثیرگذاری عاطفی یا تغییر نگرش؛ و
- کمک به سازماندهی مطالب با مواد تصویری مانند چارت‌ها، نقشه‌های مفهومی و غیره (امیر تیموری، ۱۳۹۰).

استفاده از اینفوگرافیک‌ها در بهبود یادگیری تأثیر بسزایی دارند؛ موجب درک بهتر اطلاعات، ایده‌ها و مفاهیم می‌شوند؛ باعث افزایش توانایی تفکر انتقادی، گسترش و سازمان‌دهی ایده‌ها در مغز و

^۲ Marabella, Amber

^۴ Li, Zhuo

همچنین بهبود ذخیره و بازنمایی ذهنی اطلاعات می‌شوند. بر اساس تخمین، یادگیرندگان دیداری^۵ تقریباً ۶۵ درصد از کل جمعیت را تشکیل می‌دهند (اسمیسیکلاس، ۱۳۹۴، ص. ۳۱).

«یک تصویر ارزشی برابر با هزار واژه دارد». جمله‌ای که ارزش و اثربخشی ارتباط تصویری را بازگو می‌نماید. اینفوگرافیک، نوعی تصویر است که از طریق ترکیب داده‌ها با طراحی، به افراد و سازمان‌ها کمک می‌کند تا به طور مختصر و موجز، پیام‌ها را با مخاطبان خود در میان بگذارند و با آنان ارتباط برقرار کنند. اینفوگرافیک، ترکیب داده‌ها با طراحی برای آموزش و یادگیری بصری و دیداری است. این روند ارتباطی، به مخاطب کمک می‌کند تا اطلاعات را سریع‌تر و آسان‌تر دریافت و درک نماید (اسمیسیکلاس، ۱۳۹۴، ص. ۲۳).

اینفوگرافیک در حوزه‌های مختلف در انتقال سریع‌تر مطلب و ایجاد تنوع تصویری به مخاطب کمک می‌کند (قربانی، ۱۳۸۷، ص. ۸۷)؛ و در انتقال اطلاعات به صورت نوشتار، ترسیم اشکال هندسی، انواع نمودارها و ایجاد تصاویر مرتبط با موضوع مورد نظر کاربرد دارد (عباسی، ۱۳۸۸، ص. ۱۰۲). اینفوگرافیک‌ها نمایشگران تصویری داده‌ها و اطلاعات هستند که قسمتی از رویداد یا تمام آن را نشان می‌دهند. اینفوگرافیک‌ها، یکی از بهترین شیوه‌های انتقال مطالب نو، ناملموس یا پیچیده به شمار می‌آیند (سمیعی و دیگران، ۱۳۹۲، ص. ۵۹-۶۰).

بیان مسئله

اطلاعات و منابع اطلاعاتی را می‌توان به دو دسته کلی: اطلاعات متنی^۶ (کتاب، مقاله مجله، مقاله همایش، پایان‌نامه، روزنامه و ...) و اطلاعات دیداری^۷ (اینفوگرافیک، عکس، کاریکاتور، کارتون، فیلم و ...) تقسیم کرد (نوروزی و ولایتی، ۱۳۸۹، ص. ۱۸۱). یکی از تفاوت‌های اساسی بین اطلاعات متنی و دیداری، ماهیت دریافت مغزی و نحوه به یادسپاری آنهاست. دریافت مغزی و نحوه به یادسپاری اطلاعات متنی، مبتنی بر کشف شباهت‌های معنایی و نحوی بین موجودیت‌های متنی است. در حالی که دریافت و نحوه به یادسپاری اطلاعات دیداری، مبتنی بر کشف شباهت‌های ادراکی^۸ و تداعی ذهنی است (زاچاری و دیگران^۸، ۲۰۰۱، ص. ۸۴).

یکی از انواع اطلاعات دیداری یا بصری که امروزه بیش از هر زمان دیگری در انواع مدارک اعم از کتاب، مجله، صفحه وب، روزنامه‌ها و غیره، و در حوزه‌های علمی مختلف به ویژه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، روان‌شناسی یادگیری، و بازاریابی کالاها و مدارک استفاده می‌شود، «اینفوگرافیک» یا «گرافیک اطلاعات» است.

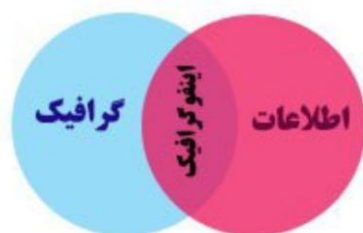
⁵. Visual learners

⁶. Textual information

⁷. Visual information

⁸. Zachary, J.

گرافیک اطلاعات، عبارت است از به تصویر کشیدن داده‌ها و ایده‌هایی که در تلاش هستند تا اطلاعات پیچیده را به شیوه‌ای که به سرعت درک شوند و به راحتی قابل فهم باشند، به مخاطب منتقل کنند (شکل ۱). گرافیک اطلاعات، ترکیب داده‌ها با طراحی برای آموزش و یادگیری بصری و دیداری است. این روند ارتباطی، به مخاطب کمک می‌کند تا اطلاعات را سریع‌تر و آسان‌تر دریافت و درک نماید. فرآیند ایجاد و توسعه و انتشار اینفوگرافیک، دیداری‌سازی (بصری‌سازی یا مصورسازی) داده‌ها، طراحی اطلاعات و یا معماری اطلاعات نامیده می‌شود (اسمیسیکلاس، ۱۳۹۴، ص. ۲۴).



شکل ۱. مفهوم اینفوگرافیک

بر اساس مدل وارک^۹، افراد از چهار روش یادگیری اولیه برای پردازش اطلاعات استفاده می‌کنند:

- دیداری: افراد با مشاهده اشکال ترسیم شده مانند نمودارها، نقشه‌ها، جدول‌های جایگزین واژه‌ها، و اینفوگرافیک یاد می‌گیرند.
- شنیداری: افراد با گوش دادن به واژه‌ها و جمله‌ها یاد می‌گیرند.
- خواندنی/نوشتنی: افراد با خواندن و نوشتن واژه‌ها یاد می‌گیرند.
- جنبشی/حرکتی و عملی: افراد با تجربه کردن و انجام دادن فعالیت‌ها به صورت عملی یاد می‌گیرند.

نویسندگان و تولیدکنندگان محتوا با استفاده از اینفوگرافیک در انتقال ایده‌ها و اطلاعات خود، این فرصت را می‌یابند که شکاف دانش با مخاطبان خود را از بین ببرند. اینفوگرافیک سطح درگیری خوانندگان و بینندگان را بهبود می‌بخشد. به علاوه، مصورسازی اطلاعات به صورت گرافیکی در بهبود یادگیری افراد نیز مؤثر است. استفاده از اینفوگرافیک‌ها در بهبود یادگیری تأثیر بسزایی دارند. موجب درک بهتر اطلاعات، ایده‌ها و مفاهیم می‌شوند؛ باعث افزایش توانایی تفکر انتقادی، گسترش و سازمان‌دهی ایده‌ها در مغز و همچنین بهبود ذخیره و بازنمایی ذهنی اطلاعات می‌شوند. بر اساس تخمین، یادگیرندگان دیداری^{۱۰} تقریباً ۶۵ درصد از کل جمعیت را تشکیل می‌دهند (اسمیسیکلاس، ۱۳۹۴، ص. ۳۱).

^۹. VARK: Visual, Auditory, Read/Write, Kinesthetic

^{۱۰}. Visual learners

امروزه یکی از رایج‌ترین مواد تاریخ‌نگاری، نوشتن زندگی‌نامه یا شرح حال است که خواندن آن در بین مردم عادی طرفداران زیادی دارد. زندگی‌نامه‌ها به خودی خود، تأکید بر نقش افراد در گذشته و وقایع آن زمان‌هاست. با این حال، مورخان هنوز هم با نگاهی احتیاط‌آمیز به زندگی‌نامه‌ها می‌نگرند. زندگی‌نامه یا سرگذشت‌نامه سبکی در ادبیات و دیگر رسانه‌ها از جمله فیلم‌های مستند است که به شرح و توصیف رخدادها و روند زندگی یک یا چند نفر مربوط می‌شود. بیشتر زندگی‌نامه‌ها بر پایه یادداشت‌های شخصی افراد نوشته می‌شوند و داستان‌هایی واقعی هستند. یک زندگی‌نامه صرفاً به فهرست کردن اطلاعات در مورد یک شخص مانند زادگاه، زادروز و تاریخ رخدادها محدود نمی‌شود؛ بلکه به توضیح وقایع زندگی و گاه تحلیل رویدادها می‌پردازد.

از انواع شرح حال‌نویسی و از منابع اولیه تاریخ‌نگاری، زندگی‌نامه خودنوشت یا خودسرگذشت‌نامه است. هرچند باید توجه داشت که به آن‌ها باید با دیده احتیاط نگاه کرد و اصول و معیارهای نقد تاریخی را به دقت در موردشان اجراء کرد و از قابل اعتماد بودن آن‌ها مطمئن شد. وقتی کسی درباره خود دست به قلم می‌برد، به طور طبیعی خودش را در شرایط مطلوبی به نسل آینده نشان می‌دهد. تقریباً در خودسرگذشت‌نامه‌ها و مجموعه خاطرات تک‌نگاشت، موارد متعددی از واقع‌نمایی و یا دفاع از خود نیز دیده می‌شود. با این حال، واقعیاتی هم در آن‌ها می‌توان یافت؛ هرچند برخی از آن‌ها واقعی‌تر از بقیه به نظر برسند.

زندگی‌نامه شامل خاطره است و خاطره، گونه‌ای زندگی‌نامه‌نویسی است. خاطره، حاصل تجربه شخص نویسنده یا صاحب خاطره است. اما زندگی‌نامه‌نویس، ممکن است سال‌ها بلکه قرن‌ها با کسی که زندگی‌شان را نوشته یا می‌نویسد، فاصله داشته باشد (نورائی، ابوالحسنی ترقی، ۱۳۸۹). در سال‌های اخیر، روزنامه‌ها، مجله‌های عمومی و وبگاه‌ها اقدام به انتشار زندگی‌نامه برخی از مشاهیر و نویسندگان در قالب تصویری و اینفوگرافیک نموده‌اند.

اینفوگرافیک زندگی‌نامه یا گرافیک اطلاعات زندگی‌نامه، خلاصه‌ای از زندگی‌نامه افراد است که شامل فشرده تمام مطالب مهم یا فشرده قسمت‌های ویژه یا فهرستی از محتوای آن زندگی‌نامه باشد. مصورسازی یا اینفوگرافیک‌سازی زندگی‌نامه، عمل تهیه اینفوگرافیک از یک زندگی‌نامه است که اغلب شامل نکات و وقایع اساسی آن اثر می‌باشد. اینفوگرافیک‌سازی شامل یک سری فعالیت‌های زنجیره‌ای است که طی آن اطلاعات موجود در یک مدرک (مانند: کتاب، زندگی‌نامه، ...) در ابعاد کوچک‌تری ارائه می‌شوند. برای رسیدن به این هدف انجام دو فرآیند حذف اضافات (یعنی حذف نکات غیرضروری و حفظ نکات ضروری) و عصاره‌گیری (یعنی رسیدن به اصل مفهوم محتوای مدرک) متن ضروری است. اهداف ساختن اینفوگرافیک برای آثار از قبیل زندگی‌نامه‌ها شامل موارد زیر است:

- صرفه‌جویی در زمان مطالعه؛
 - صرفه‌جویی در وقت خواننده یا بیننده؛
 - آشنا کردن خواننده با موضوع مدرک؛
 - دسترسی سریع به نتیجه مدرک؛
 - تسهیل روند تصمیم‌گیری برای مطالعه یا عدم مطالعه متن اصلی؛
 - تسهیل در درک مطلب؛
 - سهولت فهم و درک اطلاعات؛
 - عرضه اطلاعات لازم در مورد مدرک تمام شده‌ای به خواننده؛ و
 - کمک به خواننده برای کسب اطلاع درباره‌ی حوزه موضوعی مورد علاقه‌اش (بی‌آنکه مجبور باشد کل متن یک مدرک را بخواند).
- حوزه نشر در ایران در سال‌های اخیر با بحران‌های مختلفی مواجه شده است. مهمترین دلایل ضروری برای اینفوگرافیک‌سازی کتاب و استفاده از اینفوگرافیک برای تبلیغ محتوای کتاب در صنعت نشر عبارتند از:

- تیراژ پایین کتاب و گردش مالی بسیار پایین ناشران؛
- شرایط دشوار ناشران ایرانی از لحاظ اقتصادی؛
- تعطیلی برخی از ناشران کشور
- عدم محبوبیت صنعت نشر کتاب به نسبت صنایع دیگر، مثل صنایع غذایی؛ و
- سبدهای خالی از کتاب.

پژوهش حاضر درصدد پاسخ به این پرسش است که میزان تأثیر طراحی اینفوگرافیک بر خوانایی آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی چگونه است؟ بنابراین، هدف پژوهش حاضر، تعیین میزان کاربرد اینفوگرافیک در اشاعه زندگی‌نامه مشاهیر و نویسندگان و میزان مطالعه و دیدن اینفوگرافیک‌های زندگی‌نامه در شبکه‌های اجتماعی است. این پژوهش به صنعت نشر و سایر حوزه‌ها کمک می‌کند تا تأثیر افزودن اینفوگرافیک به استراتژی محتوایی و بازاریابی محتوایی را دریابند. این پژوهش می‌تواند به ناشران، سازمان‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی کمک کند و الگو دهد که از فنون و روش‌های اینفوگرافیک‌سازی برای فروش کتاب و ترویج علم (بازنمایی و ارائه نتایج و یافته‌های علمی و پژوهشی در حوزه‌های مختلف) استفاده نمایند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر به صورت بررسی و تحلیل تجربی¹¹ انجام شد. در پژوهش حاضر، زندگی‌نامه تعدادی از استادان و متخصصان رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی و همچنین تعدادی از مشاهیر و شاعران به مناسبت‌های مختلف (تولد، سالگرد، بزرگداشت و...) از تاریخ دهم آبان‌ماه سال ۱۳۹۶ (برابر یکم ماه نوامبر ۲۰۱۷) طراحی و در کانال تلگرامی (@venusinfographics) بارگذاری و منتشر شدند. در مجموع ۱۷ اینفوگرافیک زندگی‌نامه طراحی شد که فهرست اسامی افراد در جدول ۱ و ۲ آمده است.

یافته‌ها

آمار بازدید اینفوگرافیک‌های طراحی شده در جدول ۱ و ۲ آمده است.

جدول ۱. استادان و متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی ایران

| آمار (تعداد دفعات بارگیری/بازدید) | نام و نام خانوادگی |
|-----------------------------------|--------------------|
| ۳۲۰۰۰ | توران میرهادی |
| ۵۸۰۰ | جعفر مهرداد |
| ۴۴۰۰ | رحیم فرحی شاهگلی |
| ۳۹۰۰ | پوری سلطانی |
| ۳۷۰۰ | نوش آفرین انصاری |
| ۳۷۰۰ | عباس حرّی |
| ۳۱۰۰ | محمدحسین دیانی |
| ۲۷۰۰ | رحمت‌الله فتاحی |
| ۲۵۰۰ | علیرضا نوروزی |

جدول ۱ نشان می‌دهد که از میان متخصصان حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، اینفوگرافیک زندگی‌نامه توران میرهادی و زندگی‌نامه دکتر جعفر مهرداد بیشترین بازدیدکننده را داشته‌اند.

¹¹ . Empirical analysis

جدول ۲. مشاهیر و شاعران ایرانی

| آمار (تعداد دفعات بارگیری/بازدید) | نام و نام خانوادگی |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| ۱۲۸۰۰۰ | فروغ فرخزاد |
| ۶۱۰۰ | میرزا تقی خان امیر کبیر |
| ۵۵۰۰ | احمد شاملو |
| ۴۹۰۰ | کتایون ریاحی |
| ۴۸۰۰ | غلامرضا تختی |
| ۳۸۰۰ | حکیم ابوالقاسم فردوسی |
| ۱۷۰۰ | پروین اعتصامی |
| ۱۵۰۰ | سید محمدحسین بهجت تبریزی (شهریار) |

جدول ۲ بیان می‌دارد که از میان مشاهیر و شاعران اینفوگرافیک زندگی نامه فروغ فرخزاد و میرزاتقی خان امیر کبیر بیشترین بازدیدکننده را داشته‌اند.

نتیجه‌گیری

مصورسازی زندگی نامه یا گرافیک اطلاعات زندگی نامه در تلاش است تا روند زندگی، وقایع، حوادث، داده‌ها و اطلاعاتی در خصوص زندگی فردی یک شخصیت علمی، ادبی، دانشگاهی، اجتماعی، اقتصادی یا سیاسی را به تصویر بکشد؛ و اطلاعات پیچیده‌ای از زندگی خصوصی، علمی و اجتماعی فرد را به شیوه‌ای که به سرعت و سهولت قابل درک و فهم باشد، به مخاطب منتقل کند. پژوهش تجربی حاضر نشان داد که اینفوگرافیک زندگی نامه‌ها در شبکه‌های اجتماعی با استقبال خوبی روبه‌رو هستند. نتایج نشان می‌دهد که از میان متخصصان حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، اینفوگرافیک زندگی نامه توران میرهادی و زندگی نامه دکتر جعفر مهرداد بیشترین بازدیدکننده را داشته‌اند. همچنین از میان مشاهیر و شاعران اینفوگرافیک زندگی نامه فروغ فرخزاد و میرزاتقی خان امیر کبیر بیشترین بازدیدکننده را داشته‌اند.

تقدیر و تشکر

از دکتر علیرضا نوروزی که متن حاضر را مطالعه، ویرایش و نظرات ارزشمندی را هم در نگارش مقاله و هم در طراحی اینفوگرافیک‌های زندگی نامه ارائه نمودند، تشکر و قدردانی می‌شود.

منابع

- اسمیسیکلاس، مارک (۱۳۹۴). قدرت گرافیک اطلاعات: استفاده از تصاویر برای برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبان. ترجمه حمید کاظمی، مینا مقدس داراب. ویراستار علیرضا نوروزی. تهران: چاپار.
- امیر تیموری، محمدحسن (۱۳۸۶). رسانه‌های یاددهی - یادگیری. تهران: سالوان.
- امیر تیموری، محمدحسن (۱۳۹۰). طراحی پیام‌های آموزشی. تهران: انتشارات سمت.
- داندیس، دونیس (۱۳۶۸). مبادی سواد بصری. ترجمه مسعود سپهری. تهران: سروش.
- سمیعی، محمد، شکرخواه، یونس و دیگران (۱۳۹۲). دو فضایی شدن نشر: مبانی نشر الکترونیک. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- عباسی، حجت‌الله (۱۳۸۸). خبر تلویزیونی. تهران: انتشارات دانشکده صدا و سیما.
- قربانی، حسن (۱۳۸۷). چگونه گزارش خبری تلویزیونی بسازیم. تهران: سروش.
- نورائی، مرتضی، و ابوالحسنی ترقی، مهدی (۱۳۸۹). مقایسه تحلیلی تاریخ نگاری با تاریخ شفاهی. مجله گنجینه اسناد، (۸۰)، ۹۶-۱۲۲.
- نوروزی، علیرضا، و ولایتی، خالد (۱۳۸۹). نمایه‌سازی موضوعی، نمایه‌سازی مفهومی. تهران: چاپار.
- دانیس، ای دندیس (۱۳۶۷). دانش بصری. ترجمه فرشید ملکی. فصلنامه هنر، (۱۵)، ۱۷۴-۱۹۱.

References

- Li, Zhuo. (2016). *Methodologies for infographics retrieval*. Doctor of Philosophy, Computer and Information Science, University of Delaware.
- Marabella, Amber. (2014). *Communication theories: An infographics development project*. Master of Arts dissertation, Professional Communication, Southern Utah University.
- Zachary, J., Iyengar, S.S., & Barhen, J. (2001). Content based image retrieval and information theory: a general approach. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 52(10), 840-852.