

"المؤثرات البصرية في بنية تصميم الصفحة الرئيسية بالمواقع الإلكترونية الإسلامية، وعلاقتها ببسر القراءة"

"Visual Effects in the Design Structure of the Home Page of Islamic Websites, And Their Relationship to Ease of Reading"

د. أم الرزق محمود عبد العال المقبل

قسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر.

إيميل: Omelriskmahmoud@Azhar.Edu.Eg

الملخص:

استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين المؤثرات البصرية (التقليدية، التقنية، التفاعلية) المستخدمة في بنية تصميم الصفحة الرئيسية، وبسر القراءة بالتطبيق على الصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية الإسلامية (الأزهر الشريف، ودار الإفتاء المصرية)، في الفترة من 1 مارس حتى 30 مارس لعام 2025 م، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي، واعتمدت على أداة تحليل الشكل لجمع البيانات، وخلصت إلى النتائج التالية: - جمع تصميم الشعار في الصفحات الرئيسية محل الدراسة بين المؤثرات البصرية اللفظية، والرمزية، واللونية، كما امتاز بالثبات التصميمي طوال فترة الدراسة. - استعمال عائلة الخطوط حيث تضم خاصية font-family التي تناسب شاشة الكمبيوتر، واستعمل في الخط الإعداد الافتراضي للنظام 100 % ، وحجم الخط: 16 بكسل، وارتفاع الخط: 19. 696 بكسل. - تقديم موقعي الدراسة صوراً مصاحبة للمضامين، وغلب استعمال الصورة الموضوعية حيث جاءت بنسبة 57.56 %، وأتى في ترتيب الصيغ نسق JPG بنسبة 55.35 % ، وتصدر استخدام المستطيل الأفقي الأشكال الهندسية للصُّور. - توظيف الصفحات للألوان بشكل متلائم مع طبيعتها، حيث ظهرت الاستفادة منها في الأرضيات، والعناوين، والنصوص، والأيقونات، والصُّور، والفواصل؛ لتزويد من الجاذبية البصرية للموقع الإلكتروني. - استخدام الفواصل لتنظيم عملية القراءة في الصفحة الرئيسية، وتقدمت مساحات البياض عناصر الفصل المستخدمة في الصفحة الرئيسية بنسبة 42.01 % . - سيطر استعمال النصوص الفائقة (الداخلية) بموقعي الدراسة، فلم تستخدم النصوص الفائقة الخارجية لربط الموقع بمواقع أخرى. - تنوع العناصر التفاعلية التي يتيحها موقعي الدراسة: -1 عناصر تفاعلية معلوماتية؛ لتمنح المستخدمين فرصة الحصول على المعلومات ببسر. -2 تفاعلية تواصلية؛ لتسهيل الاتصال الشخصي مع المستخدمين.

الكلمات المفتاحية: المؤثرات البصرية، التصميم، الصفحة الرئيسية، المواقع الإلكترونية الإسلامية، بسر القراءة.

"Visual Effects in the Design Structure of the Home Page of Islamic Websites, And Their Relationship to Ease of Reading"

Om Al-Risk Mahmoud Abdel-Al Al-Muqbali

Lecturer Of Journalism at the Faculty of Media, Al-Azhar University - Girls.

Email: Omelriskmahmoud@Azhar.Edu.Eg

Abstract:

The study aimed to identify the relationship between visual effects (traditional, technical, and interactive) used in the homepage design structure and readability, applying it to the homepages of Islamic websites (Al-Azhar Al-Sharif and the Egyptian Dar Al-Iftaa) during the period from March 1 to March 30, 2025. This descriptive study utilized a media survey approach and relied on a shape analysis tool to collect data. It concluded with the following results:

- The logo design on the homepages under study combined verbal, symbolic, and color visual effects. It was also characterized by design consistency throughout the study period.
- The font family was used, including the font-family feature to suit the computer screen. The default system setting was 100%, with a font size of 16 pixels and a line height of 19.696 pixels.
- The study websites provided images accompanying the content. Thematic images were used (57.56%), while JPG formats accounted for 55.35% of the total site's use. The horizontal rectangle was the most common.
- Pages utilized colors in a manner consistent with their nature, as they were utilized in backgrounds, headings, texts, icons, images, and dividers, enhancing the website's visual appeal.
- Dividers were used to organize reading on the home page, with white space accounting for 42.01% of the separation elements used on the home page.
- Hypertext (internal) was dominant on both study sites, as external hypertext was not used to link the site to other sites.

Keywords: Visual effects, design, home page, Islamic websites, ease of reading.

المقدمة:

يفتقر يسر القراءة في المواقع الإلكترونية بحسن التوظيف التركيبي اللفظي والبصري لمختلف العناصر البنائية (تبيوغرافية تقليدية أو رقمية أو تكنولوجية) التي تحملها الصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية، لا سيما في ظلّ ترُبّع الجيل الرّقميّ على عرش التكنولوجيا، واتّصافه بالقراءة السريعة، إلى جانب تنافسية المواقع فيما بينها للاستحواذ عليه.

ولذا، فالاعتناء بتصميم المؤثرات البصرية المستخدمة في بناء المواقع الإلكترونية له تأثير فنيّ على تيسير عملية القراءة واجتذاب القارئ الرّقميّ نحوها، لأنّها تحقق له التوازن الشكليّ بين عناصر الموضوع الواحد من جهة، وبين عناصر الصفحة كلّها من جهة أخرى، كما تسهّل عليه استخلاص الرسالة الاتّصالية التي يستهدفها الموقع، حيث تندمج المؤثرات مع بعضها في تماثل هيكليّ مرئيّ مكونة واجهة الصفحة الرئيسية.

وبفضل التطوّرات التكنولوجية المتلاحقة في مجال التصميم الإلكتروني تحثّم على مصمّمي المواقع مواكبة المستجدات المتعلقة بالمؤثرات البصرية المستخدمة في بناء الصفحة الرئيسية للمواقع؛ لأنّ تكيف القارئ على القراءة في البيئة الإلكترونية يتطلّب انتقاء المؤثرات البصرية التي تتماشى مع تطلّعات القراءة في العصر الرّقميّ حتى تهبّي له بنية سهلة الوصول، وغنّة بالمعلومات، ومتنوّعة العناصر، ومرنة التفاعل بأسلوب بسيط النصف، يجذب الانتباه منذ الانطباع البصريّ الأولى؛ فمن الصّعب فصل بنية المعلومة عن طريقة تقديمها.

لذا، فإنّ الاقتصاد على فكرة إنشاء المواقع الإسلامية ودعما بالمحتوى لا يكفي لإيصال رؤية المؤسسات التي تتبّعها في التعريف بالإسلام، ونشر مبادئه، وتكوين مجتمع تواصلٍ سيبراني من قراء شبكة الإنترنت. بل لا بدّ من الاستفادة من مزايا التصميم الإلكترونيّ من خلال التوظيف الجيد للمؤثرات البصرية التي تُترجم مكونات الصفحة الرئيسية للمواقع الإسلامية فنياً؛ لتصبح وجهة إلكترونية سلسلة القراءة، وتلبي احتياجات القراء من مختلف الأجناس بالإضافة لذوي القدرات الخاصة، وترغبهم في متابعتها. تأسيساً على ما سبق، وانطلاقاً من مبدأ التكامل بين التصميم وقراءة المضمون، تظهر أهمية تحليل العلاقة بين المؤثرات البصرية المستخدمة في الصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية الإسلامية قيد الدراسة، ويسر القراءة.

الدراسات السابقة:- أسفر مسح التراث العلميّ عن عدد من الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، وهي: دراسة أميمة أحمد عوض (2025)، سعت لقياس أثر تصميم العناصر الوظيفية في واجهات المواقع التسويقية عند توافقها مع سلوك المستخدم على الهواتف المحمولة في تحسين تجربة المستخدم. وتم إعداد نموذجين لموقع تسويقي خاص بمؤتمر علمي؛ أحدهما يعتمد على التصميم المتجاوب تقنياً فقط، والآخر يطبق مبادئ التصميم للهاتف المحمول أولاً. وشارك في التجربة 60 طالباً من كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي، تم تقسيمهم إلى مجموعتين بواقع 30 طالباً لكل مجموعة. تم جمع البيانات من خلال استمارة الاستبيان، وأظهرت النتائج تفوق النموذج المبني على مبادئ التصميم للهاتف المحمول أولاً من حيث سهولة الوصول إلى زر الإجراء، وسهولة التنقل باستخدام الإبهام، وسلاسة التصفح بإيماءات اللمس، وسرعة إتمام المهام، مقارنة بالنموذج التقليدي، مما انعكس في تحقيق تجربة استخدام أكثر كفاءة ورضاً. كما بيّنت البيانات السلوكية المسجلة تفاعلاً أكبر مع العناصر الوظيفية التي تم تصميمها وفقاً لسلوك المستخدم الفعلي، مثل وضع الأزرار في نطاق الإبهام، واستخدام شريط التنبيهات السفلي بدلاً من القوائم المنسدلة، وتقليل عدد حقول النماذج التفاعلية (1). أما دراسة رحمة محمود سالم ثابت (2024)، فاستهدفت التعرف على الأساليب الإخراجية المستخدمة في تصميم العناصر البنائية التقليدية في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الفلسطينية، مستخدمة منهجي المسح والمقارنة، ووظفت استمارة تحليل المحتوى لجمع البيانات، طبقت على موقعي (الأيام، فلسطين)، وتوصلت

إلى اعتماد صحيفة الأيام على نوع واحد من الخطوط في المتن والعنوان، بينما اعتمدت صحيفة فلسطين على نوعين من الخطوط، وجاءت بأحجام متنوعة. وقد وجد تنوع في ألوان الخطوط والأرضيات، كما بينت أن الصور الموضوعية جاءت في المقدمة تلاها الصور الشخصية (2). واستهدف دراسة **Shuaiqi Roger Shen & Others (2024)**، اقتراح نهج لإدارة التعديل المتكرر للتخطيط الديناميكي لمحتوى الأخبار على الصفحة الرئيسية للموقع في بيئة الوقت الفعلي لزيادة جاذبيته. وتوصلت الدراسة إلى أن نموذج DPLP فعال في نمذجة التخطيط المتغير لموقع إخباري رقمي، حيث يساعد النموذج الصحف الإلكترونية على تطبيق خوارزميات متطورة لتحسين تصميم مواقع الأخبار ديناميكياً وفي الوقت المناسب (3). وناقشت دراسة **Ni (2024)** **Ketut Mirah Dewi Arsani & Others** توظيف العناصر اللفظية والبصرية على مواقع الويب الخاصة بأحد مناطق الجذب السياحي في بالي، وتحديد كيفية تفاعل الموقع مع قرائه، واستكشاف كيف يخلق الخطاب شعوراً بالانتماء أو الإقصاء داخل مجتمعات معينة، استخدمت منهج المسح الإعلامي، وتمثلت العينة في مواقع **Kerta Gosa** على الإنترنت، وتم جمع البيانات بواسطة استمارة تحليل الخطاب. وتوصلت إلى أن موقع كيرتا جوسا يدعم العناصر المرئية كالصور على الموقع الإلكتروني؛ لتشجيع القراء على زيارته، وأن العناصر اللفظية والبصرية على المواقع الإلكترونية لكيرتا جوسا تكمل بعضها البعض، لما لها من دور حاسم في استراتيجية تطوير السياحة في بالي (4). وكشفت دراسة **رنيم يحيى سالم (2024)**، عن الفروقات بين إخراج الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية السعودية والأمريكية، من خلال المقارنة بين عناصر إخراج الصفحة الرئيسية لكل منهما. واعتمدت على منهج المسح والمقارن، طبقت على عدة صحف هي: (الوئام، سبق، واشنطن بوست، نيويورك بوست)، بدءاً من (2022/1/10) إلى (2022/6/27) باستخدام استمارة تحليل الشكل. وأشارت النتائج إلى اختلاف صحف الدراسة حول توظيف عناصر إخراج الصفحة الرئيسية، وكيفية الاستفادة من تقنيات الإنترنت الحديثة في إخراج الصفحة الرئيسية، بجانب وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب إخراج الصفحة الرئيسية لصحف عينة الدراسة (5). واستهدفت دراسة **منال محمد أبو المجد (2024)**، قياس جودة أساليب تصميم واجهات المواقع الإخبارية وأثرها على فعالية الموقع لدى المستخدمين من خلال توظيف أبعاد نموذج Web Qual 4.0 بشكل تجريبي، اعتمدت على بنود جودة تصميم واجهة الموقع التي اقترحها **Layla Hasan** و **Emad Abuelrub** كنموذج نظري يُشكل محددات وأطر التصميم التجريبي، وطبقت على 90 مفردة من طلاب كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في جامعة جنوب الوادي تم تقسيمهم إلى 3 مجموعات، وتوصلت إلى توافق أسلوب الإخراج الرأسي مع جودة تصميم النص، حيث كان لأسلوب التصميم تأثير كبير في تحسين جودة اللون، في حين لم يكن لأسلوب التصميم تأثير يذكر على تحسين فعالية الجاذبية البصرية. كما تحققت الملائمة البصرية في تصميم وتوزيع العناصر البصرية على واجهة الموقع من خلال توظيف مبادئ التصميم بشكل ساعد في ظهور الصفحة بما يتناسب مع آلية البحث وحركة العين بصورة تلبي توقعات المستخدمين (6). وسعت دراسة **أرزاق عبد الخالق عبد العزيز (2024)** إلى التعرف على أساليب التصميم المستخدمة في صفحات شركات الاتصالات المصرية (فودافون – اتصالات)، بالاعتماد على نظرية الاتصال الحواري، مستخدمة منهج المسح التحليلي، وأداة تحليل الشكل لجمع البيانات طبقت على صفحات الشركات (فودافون – اتصالات) وتوصلت إلى إظهار صفحة شركة فودافون شعارها في أعلى يمين الصفحة، واعتمادها على مقاطع الفيديو والروابط المباشرة لسهولة التجول داخل الصفحة، بينما ظهر الشعار في صفحة شركة اتصالات في جهة اليسار، واعتمدت على الصور والرسوم بدرجة كبيرة (7). وقامت دراسة **مرفت صبري محمد (2023)**، برصد وتقويم بنية المواقع العربية الإلكترونية للتعرف على الأساليب التقنية المستخدمة في العناصر البنائية، اعتمدت

على منهجي المسح والمقارنة، واستعانت بأداة تحليل الشكل (Form Analysis). وتمثلت عينة الدراسة في الصفحة الأولى لمواقع (إيلاف، ومحيط، واليوم السابع). وانتهت إلى احتلال الصور الموضوعية الصادرة من حيث أنواع الصور في المواقع الإخبارية الإلكترونية، وأن الصور صغيرة الحجم جاءت في الترتيب الأول من حيث الاستخدام (8). واتجهت دراسة **Fatima Ahmed Mohamed** و**Madiah Sheikh Abdul Aziz** (2022) نحو تقييم الإشارات التي تشكل خداعاً في نصوص وتصميم مواقع الويب الإسلامية من وجهة نظر الخبراء، وذلك باستخدام أسلوب المقابلة كأداة لجمع البيانات. وخلصت إلى وجود العديد من إشارات الخداع على الموقع الإلكتروني الذي يدعي أنه إسلامي مثل: التصميم غير المتناسق، تفاوت تصميم القائمة الرئيسية التي توضع في الرأس، وأن لكل صفحة تصميمها الخاص بها، كما أن أسماء المواقع وعناوين المحتوى مختلفة عن المحتوى نفسه، فضلاً عن افتقارها للتحديثات حيث لم يتم تحديث الموقع منذ إنشائه، بجانب الافتقار الهيكلي من ناحية الإدارة والتنظيم، كما احتوت مواقع الويب على روابط معطلة، فضلاً عن استخدام ألوان الخطوط التي لا تتناسب مع شخصية الموقع (9). واستهدفت دراسة **مأمون محمد إسلام وتومي فضيله** (2022) التعرف على شكل تصميم الصفحات الرئيسية للصحف الإلكترونية الجزائرية، والعناصر البنائية المكونة لها، وأساليب إخراجها، وتم توظيف المنهج المسحي، وأداة تحليل المضمون لجمع البيانات، وتوصلت إلى اعتماد كل مواقع الدراسة على أسلوب الوحدات الإلكترونية والاتجاه الرأسي في إخراج صفحاتها الرئيسية، واستخدام الصور الموضوعية بشكل أساسي مع المضامين في الصفحة الرئيسية (10). أما دراسة **بيريح حسين جمعة الربيعي** (2020)، فسعت للتعرف على العوامل المؤثرة في بناء الإقناع البصري في تصميم الصفحة الرئيسية للمواقع الإخبارية، واعتمدت على منهجي المسح والمقارن، واستعانت بأداة تحليل الشكل لجمع البيانات، وتوصلت إلى اهتمام المواقع بالتواصل التفاعلي مع المستخدمين، واعتماد معيار يسهل الاستخدام لخلق تجربة مستخدم جيدة لتحقيق الإقناع البصري من أجل تصميم جيد وملئم لطبيعة الموقع والمستخدمين (11). وكشفت دراسة **هاني إبراهيم محمد** (2020)، عن التقنيات المستخدمة في تصميم الصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت. واعتمدت منهج المسح التحليلي، واستخدمت استمارة تحليل الشكل كأداة لجمع البيانات طبقت على 7 بوابات إخبارية هي: بوابة الأهرام، وبوابة الشروق، وبوابة الوفد، وبوابة فيتو الإخبارية، وبوابة المصري اليوم، وبوابة الفجر، وأسفرت النتائج عن أن كلاً من بوابة الأهرام وبوابة المصري اليوم وبوابة أخبار اليوم قد اعتمدوا على أسلوب البوابة في عرض مضامينها بنسبة 100%، وأن جميع البوابات الإخبارية محل الدراسة لا توجد بها مقاطع صوتية في صفحاتها الرئيسية بشكل مطلق، وحرصت جميع مواقع بوابة الأهرام على تضمين تقنية الانفوجرافيك في الصفحة الرئيسية بها، إلى جانب اتفاق جميع البوابات محل الدراسة في إتاحة بريد إلكتروني لإدارة البوابة؛ لتسهيل التواصل بين البوابة ومستخدميها بنسبة 100% (12). وارتكزت دراسة **رنيح يحيى باعثمان** 2019، حول التعرف على تأثير إخراج الصحف السعودية الإلكترونية على انقراءة الجمهور، معتمدة على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت استمارة تحليل الشكل لجمع البيانات، طبقت على عدة صحف هي (عكاظ، المدينة، الشرق الأوسط، الرياض) من 2018/8/1 حتى 2018/10/30م، وطُبقت استمارة الاستبيان على (200) مفردة من سكان محافظة جدة المتابعين للصحف السعودية الإلكترونية في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع، وأشارت النتائج إلى احتلال موقع الشعار جهة يمين الرأس ثم جهة منتصف الرأس، واستخدام الصحف التقسيم الثلاثي للصفحة (الرأس والجسم والذيل)، بالإضافة لوجود علاقة ارتباطية بين متابعة المبحوثين للصحف السعودية الإلكترونية وانقراءة تلك الصحف، كما وُجدت بعض الفروق بين دوافع استخدام المبحوثين لتلك الصحف والأساليب الإخراجية بها (13). واتجهت دراسة **محمد توفيق عبد**

الفتاح (2019)، لوصف وتحليل الصفحات الرئيسية لمواقع الصحف الرسمية المصرية بغرض الكشف عن إمكانية الاستخدام من قبل المكفوفين وضعاف البصر في ضوء الالتزام بمعايير الوصول لمحتوى الويب، باستخدام منهج المسح بشقه التحليلي، **وتوصلت إلى** أن الصفحات الرئيسية لجميع المواقع الرسمية متساوية أو متقاربة في الأخطاء من ناحية المشكلات التي تسببت في عدم الوصول إلى الصفحات الرئيسية لمواقع الجرائد الرسمية المصرية، كذلك عدم التزام المصممون بالمعايير التوجيهية ذات الأولوية WCAG 0.1، وأن استخدام أداة Wave يساعد على تحديد الأخطاء بدقة وبسرعة (14). وسعت دراسة **رحاب الداخلي محمد (2018)**، نحو الكشف عن فاعلية تصميم رأس الصفحة الرئيسية في الصحف الرياضية؛ لتحقيق هوية بصرية من خلال بناء شكلي متوافق دلاليًا مع المضامين الفكرية للصحيفة الرياضية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، واستخدمت استمارة تحليل الشكل لجمع البيانات، **وتوصلت إلى** أن هناك اتفاقًا بين صحف الدراسة في عدم الاستفادة من الإمكانيات التكنولوجية التواصلية الهائلة التي تتيحها الوسائط المتعددة بالرغم من شهرة مواقع الدراسة وإمكاناتها الكبيرة (15). وحللت دراسة **هاني إبراهيم أحمد البطل (2018)**، عناصر تصميم الصحف الإلكترونية المصرية التي يتم توظيفها، اعتمدت على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، واستخدمت استمارة تحليل الشكل لجمع البيانات، **وتوصلت إلى** احتلال خطي (Tahoma) و (Times New Roman) أكثر أشكال الخطوط استخدامًا في عناوين الصفحة الرئيسية، كما تم استعمال الألوان في أرضيات مواقع الصحف عينة الدراسة، حيث جاء اللون الرمادي بنسبة (60.51%) في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاء اللون الأسود بنسبة (32.7%)، ثم في المرتبة الثالثة جاء اللون الأحمر بنسبة (6.72%) (16). وفي نفس السياق رصدت دراسة **ماجد سالم ترaban، عبير محمد سليم (2017)**، واقع تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، واستخدمت استمارة تحليل الشكل لجمع البيانات، **وخلصت إلى** أن موقع (معا) الإخباري هو الأطول، حيث يبلغ ارتفاع صفحته 4766 بكسلًا، يليه موقع مركز فلسطين للإعلام، واتفاق المواقع على استخدام القوائم المتفرعة بجانب القوائم المنسدلة، وأتبع في توزيع محتويات الصفحة الرئيسية أسلوب البوابة، كما اعتمد على مقطع الفيديو كأحد أهم أنواع الوسائط المتعددة (83.33%) (17). وتطرق دراسة **ليث عبد الستار عيادة (2016)**، للتعرف على أساليب التصميم المتبعة، وطرق توزيع العناصر البنائية للصفحات، ومعرفة درجة رضا متصفح مواقع الصحف الإلكترونية العراقية عن تصميمها، استخدمت استمارتي تحليل المضمون والاستبيان الميداني، وطُبقت على 240 متصفحًا، **وخلصت إلى** ثبات تصميم مواقع الصحف الإلكترونية طوال فترة التحليل، وأن التصميم العام للصفحة الرئيسية للموقع يعتمد على تقسيم الصفحة إلى ثلاثة أجزاء (الرأس والذيل والجسم)، واعتمد على جملة من الألوان المتوافقة لخلق حالة من الانسجام، وثبات أنواع الخطوط المستخدمة، ورضا عينة الدراسة عن تصميم المواقع الإلكترونية حيث بلغت النسبة 64.2% (18). وحاولت دراسة **سامح مصطفى ذكي (2015)**، تقييم تصميم الصفحة الأولى لأحد المواقع الإخبارية في الفترة من 1995 إلى 2005، لتوضيح درجة التفاعلية بين العناصر الجرافيكية بمستوياتها، ودرجة دمجها في تصميم الصفحة الأولى لصحيفة الجارديان الإلكترونية، **وتوصلت إلى** وجود تطور في التخطيط الصحفي للصفحة الأولى طبقًا للإمكانيات المتاحة للشبكة العنكبوتية، حيث بدأت عام 1996 من خلال تخطيط لعمودين يحتوي كل عمود على عدد من المستطيلات، ومع التطور بدأ ظهور عدد أكبر من الأعمدة (خمس أعمدة) مع وجود جميع العناصر الجرافيكية (صور، رسوم، نصوص)، مع تقديم العناوين الرئيسية والمقتطفات على هيئة تصميم الشبكة، مع وجود روابط لإمكانية تصفح هذه المواضيع بصورة كاملة داخل الصحيفة، واستخدام الألوان بشكل كامل (19). في حين انطلقت دراسة **حردان هادي صايل (2014)** من

تساؤل رئيسي وهو: هل تتيح المواقع الإلكترونية الإسلامية المتاحة باللغة العربية عناصر جودة في تصميم صفحاتها الرئيسية بما يتفق مع معايير شبكة الإنترنت؟ في ضوء نظرية ثراء الوسيلة، استخدمت منهج المسح الإعلامي، وجمعت البيانات باستخدام استمارة تحليل الشكل طبقت على عينة من المواقع (المسلم - دليل الشيعة - طريق الإسلام - مفكرة الإسلام)، وانتهت إلى عدم توظيف المواقع عينة الدراسة للصور المتحركة في الصفحة الرئيسية، واقتصار المواقع عينة الدراسة على الروابط النصية، وعدم نجاح المواقع في خلق حالة تفاعل مع جمهورها بالتعليق والرد، ووظفت بعض المواقع الخدمات المسجلة والمباشرة (20). وسعت دراسة انتصار رسمي (2010)، تحديد معوقات تصميم الصحف الرقمية على شبكة الإنترنت، وتقديم أسلوب تصميمي جديد للصفحة الرئيسية طبقت على عدد 10 من الصحف العربية، استخدمت منهج المسح، واستمارة التحليل لجمع البيانات، وانتهت الدراسة إلى توظيف الصحف وسائل متحركة مختلفة (الشريط الإخباري - الإعلانات المتحركة)، واستخدام الصور بخاصية JPEG بنسبة 100% (21). وتناولت دراسة John Knox (2007) صور الاتصال المرئي واللفظي البصري في الصفحات الرئيسية لثلاث صحف إلكترونية ناطقة باللغة الإنجليزية من ثقافات وطنية مختلفة، وخلصت إلى أن كل صحيفة تظهر ميلاً مماثلاً نحو النصوص الإخبارية التي يتفاعل معها القراء على مدى فترات زمنية قصيرة، وميلاً نحو مزيد من الاتساق في التصميم المرئي اللفظي للأخبار عبر فترات زمنية أطول، ووجود قواعد بصرية خاصة بنوع معين للصفحات الرئيسية للصحف الإلكترونية استجابة لمطالب الوسيلة الجديدة والاتجاهات التاريخية والاجتماعية في إعداد التقارير الإخبارية (22).

التعقيب على الدراسات السابقة:-

أظهرت مراجعة الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث أن تصميم الصفحة الرئيسية حظي باهتمام متزايد في الأونة الأخيرة على مستوى مختلف المواقع الإلكترونية الإخبارية، والصحفية، والسياحية، والرياضية، والتسويقية، والدينية، حيث اهتمت بعض الدراسات بدراسة العناصر البنائية المستخدمة في تصميم المواقع الإلكترونية (التقليدية/ الرقمية/ التكنولوجية)، وتعمقت بعض الدراسات في العناصر البنائية التقليدية، واقتصرت البعض الآخر على العناصر الرقمية، في حين انفردت دراسات باستهداف دراسة تأثير عنصر واحد من العناصر البنائية على عملية التصميم الإلكتروني، وربطت دراسات أخرى بين التصميم الإلكتروني وعمليات الإقناع، وإمكانية الوصول، والانقرائية، ومعوقات التصميم وجودته، أو كشف تأثيرات الخداع التصميمي، وبعضها اتجه نحو تقييم الأدوات التكنولوجية التي تعزز من إمكانات تصميم المواقع. أما الدراسة الراهنة فتهدف إلى دراسة المؤثرات البصرية المستخدمة في بنية الصفحة الرئيسية للمواقع الإسلامية وعلاقتها بتيسير القراءة.

- تنتمي الدراسات السابقة إلى البحوث الوصفية، وهو نفس النوع الذي تنتمي إليه الدراسة الحالية.
- اعتمدت معظم الدراسات على منهج المسح الإعلامي، وأضاف بعضها إليه (أسلوب المقارنة)، ووظفت بعض الدراسات المنهج شبه التجريبي.
- تنوعت الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات: حيث استخدمت بعض الدراسات أداة تحليل الشكل، وركز بعضها على الاستبيان الميداني على الجمهور، أو المقابلة المقننة مع الخبراء، في حين جمعت بعض الدراسات بين استمارتي (الشكل والاستبيان الميداني)، وترتكز الدراسة الراهنة على (تحليل الشكل) كأداة للبحث.
- تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بالنسبة (لعينة الدراسة) إذ طبقت دراسات على مواقع الصحف، واختصت دراسات بالمواقع الإخبارية سياحية، تجارية، صحية، عامة، ودينية

بينما توجهت الدراسة الحالية نحو دراسة المؤثرات البصرية التي تحملها بنية الصفحة الرئيسية لموقعي (الأزهر الشريف- دار الإفتاء المصرية)، وعلاقتها بيسر القراءة. **أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:** استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تعميق الخبرة المعرفية في مجال التصميم، كما تمكنت من ضبط الإجراءات المنهجية، من حيث بلورة موضوع البحث وصياغته علمياً، وبيان حدوده، وتحديد الأدوات، ووضع الأهداف البحثية، وما ارتبط بها من تساؤلات، وكذلك في تحديد عينة الدراسة، وفئات التحليل، وأخيراً بناء استمارة التحليل من أجل الوصول إلى نتائج علمية سليمة.

مشكلة الدراسة: يعد الاستثمار الجيد لأساليب التصميم الإلكتروني عاملاً مؤثراً في جذب المستخدم، حيث يخضع تصميم المواقع الإلكترونية لضغوطات التقنية الرقمية التي قد تؤثر سلباً في سرعة الوصول إلى المعلومات، أو تخل بجمال الصفحة، فيؤدي ذلك إلى عزوف المستخدم عن القراءة؛ وبالتالي تفشل هذه المواقع في القيام بوظيفتها. **ومن هنا، تبلورت مشكلة البحث في دراسة** "بنية تصميم الصفحات الرئيسية بالمواقع الإلكترونية الإسلامية"، كضرورة بحثية لمعرفة درجة استفادتها من المؤثرات البصرية التي تتيحها شبكة الإنترنت في تصميم واجهتها الرئيسية، وانعكاس ذلك على يسر قراءتها، وتميز صفحاتها في أسلوب التقديم.

أهمية الدراسة: تنبثق أهمية الدراسة مما يأتي: 1- ندرة الدراسات التي تتناول العلاقة بين توظيف المؤثرات البصرية في بنية تصميم الصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية، ودورها في تيسير القراءة؛ إذ يزيد التصميم الجيد للموقع من فرصة استقطاب الجمهور وعودته إليه مرةً أخرى، بجانب مساعدته على استرجاع الموضوعات وتبادل الاتصال. 2- اهتمام الدراسة بأحد أشكال وسائل الاتصال التي تعتمد عليها المؤسسات الإسلامية، وهي المواقع الإلكترونية، مما يسهم في الحصول على الاستنتاجات التي تزيد من فاعلية استفادتها من المؤثرات البصرية في تصميمها، الأمر الذي ينعكس إيجابياً على تزايد عدد المستخدمين. 3- الربط بين أبعاد تصميم الويب وإمكاناتها في جذب المستخدمين، وتصميم المواقع الإسلامية، حيث يمثل الهدف الرئيسي لأي موقع إلكتروني هو الاستجابة للتحويلات الرقمية لتحقيق كفاية أعلى في يسر القراءة، تبعاً لفاعلية المؤثرات البصرية التي يستخدمها. 4- قياس قدرات المواقع الإسلامية على الاستفادة من الخيارات التقنية في مجال التصميم التي تتيحها الإنترنت بطريقة تنعكس على تصميم مواقعها، فالجمهور قبلته الاتصالية الآن هي شبكة الإنترنت. 5- إمداد مصممي المواقع الإسلامية ببعض النتائج التي تساعد في رفع كفاءة تصميم المواقع الإلكترونية التابعة لهم، وتطويرها؛ لتأكيد روح السمة الشخصية لها، مما يكسبها هوية بصرية متفردة.

أهداف الدراسة: يتمثل الهدف الرئيسي في التعرف على العلاقة بين المؤثرات البصرية (التقليدية، التقنية، التفاعلية) المستخدمة في بنية تصميم الصفحة الرئيسية، ويسر القراءة بالتطبيق على المواقع الإلكترونية الإسلامية، ويتفرع من هذا الهدف ما يلي:-

- التعرف على الأساليب المستخدمة في توزيع المؤثرات البصرية في تصميم المواقع الإسلامية، ودرجة التزامها بتطبيق مبادئ يسر القراءة.
- بيان درجة اهتمام المواقع الإسلامية بتوظيف المؤثرات البصرية التي توفرها الإنترنت في تقديم خدماتها، وانعكاس هذا التوظيف على تصميم صفحاتها الرئيسية.
- رصد نوعية المؤثرات البصرية المستخدمة في تصميم الشكل العام للصفحة الرئيسية للمواقع الإسلامية.
- توضيح أوجه التشابه والاختلاف في تصميم المواقع الإسلامية بحسب المؤسسة التي تنتمي إليها.

- تساؤلات الدراسة:** انطلقت من الأهداف السابقة عدة تساؤلات تحاول الدراسة الإجابة عنها، وهي:
- ما الأساليب التصميمية المستخدمة في توزيع المؤثرات البصرية في بنية تصميم المواقع الإسلامية؟
 - ما درجة تطبيق المواقع الإلكترونية الإسلامية لمبادئ يسر القراءة من خلال (التصميم العام للصفحة، وتوزيع الموضوعات، ونظام التجوال في المواقع)؟
 - ما نوعية المؤثرات البصرية المستخدمة في بنية تصميم الشكل العام للصفحة الرئيسية للمواقع الإسلامية؟
 - ما أوجه التشابه والاختلاف في تصميم المواقع الإلكترونية الإسلامية بحسب المؤسسة التي تنتمي إليها؟

الإطار المنهجي للدراسة

نوع البحث: تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية Description studies التي تستهدف وصفًا وتحليلًا لموضوع معين كما هو في الواقع، من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع، وبما فيه من متغيرات وعناصر وعلاقات ومؤثرات، وذلك باستخدام المنهج العلمي في كافة إجراءات البحث (23). **وتسعى الدراسة الحالية** إلى توصيف المؤثرات البصرية المستخدمة في بنية تصميم الصفحة الرئيسية في المواقع الإسلامية ودرجة مراعاتها للأدوات الجديدة التي أضافتها الإنترنت، بما يسهل من عملية القراءة، وينعكس على المظهر العام للموقع.

منهج البحث: تعتمد الدراسة الراهنة على منهج المسح الإعلامي؛ باعتباره جهدًا علميًا منظمًا، وبذلك تمكنت الباحثة من الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بموضوع البحث⁽²⁴⁾ لمعرفة أساليب التصميم المتبعة، وآلية توزيع المؤثرات البصرية في الصفحة الرئيسية للمواقع محل الدراسة بما يضمن يسر القراءة. كما استخدمت أسلوب **المقارنة المنهجية**؛ للمقارنة بين المؤثرات البصرية المستخدمة في تصميم الصفحة الرئيسية بموقعي الدراسة.

أداة الدراسة: استخدمت الدراسة **استمارة تحليل الشكل** بوصفها وحدة للعد والقياس فهي تفيد في الحصول على الأرقام والبيانات التي تساعد في الإجابة عن التساؤلات.

خطوات إعداد استمارة التحليل: 1- تم تحديد البيانات المطلوبة عن الموضوع محل الدراسة في ضوء الأهداف والتساؤلات للخروج بدلائل تفيد في إعداد الاستمارة. 2- مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة للاستفادة منها في تحديد فئات التحليل. 3- تطبيق الاستمارة المبدئية على جزء من العينة للتأكد من درجة قابليتها للقياس، ودرجة تغطيتها للأهداف. 4- أخيرًا، عرضت الاستمارة على مجموعة من أساتذة الإعلام، والذين أدلوا بملاحظات تم أخذها بعين الاعتبار.

فئات التحليل: ارتبطت فئات التحليل بتساؤلات البحث، وما يسعى إلى تحقيقه من أهداف، وقسمت فئات التحليل إلى الفئات التالية:-

- **فئة البناء العام للموقع**، ويقصد بها المؤثرات البصرية التي تشكل الهيكل العام للموقع (مساحة الصفحة الرئيسية- هوية الموقع- أجزاء الصفحة).
- **فئة المؤثرات الرقمية** وهي: أ- النص الفائق، ويقاس ب: داخل الموقع/ خارج الموقع.
- ب- الوسائط المتعددة، وتشمل مقاطع الفيديو- مقاطع الصوت- الانفوجرافيك.
- **فئة المؤثرات التفاعلية المعلوماتية** المتاحة للمستخدم، محرك البحث، الأرشفة، استطلاع الرأي، منتديات.

- فئة المؤثرات التفاعلية التواصلية المتاحة للمستخدم، وتحتوي على التعليقات، الاتصال بالموقع، مراسلة المحررين بالبريد، مواقع التواصل الاجتماعي.
- خريطة الموقع: وتشمل أ- فئة التحديث ويقاس من خلال نوع التحديث (كلي/ جزئي)، الدورية.
- ب- فئة الارتباط بمواقع أخرى، وتقاس بواسطة وجود (المواقع الإعلامية/ إعلانية/ خدمية) على الصفحة.
- ت- فئة تصميم القوائم وتقاس عن طريق النوع (منسدلة، ثابتة)، والمكان (أعلى الصفحة، ثابتة أسفل الصفحة، جانب الصفحة، أعلى وأسفل الصفحة).
- ث- فئة أسلوب التصميم (البوابة، الوحدة، المختلط).
- ج- فئة الخدمات الإضافية التي تهتم المستخدمين (اللغات المستخدمة، مواقيت الصلاة، الطقس، خدمة الرسائل القصيرة، RSS).
- فئة الفواصل: وهي العناصر التي تساعد على تحقيق الفصل الكلي أو الجزئي بين وحدات الصفحة، وتشمل الجداول، الإطارات، الخطوط، والمساحات البيضاء، الأيقونات، العناوين، الصور.
- فئة المؤثرات الجرافيكية: وتشمل: أ- فئة الصور المستخدمة سواء كانت مرافقة لموضوعات معينة، أو بمفردها وتقاس عن طريق النوع، صيغة التحميل.
- ب- فئة الألوان: ويقصد بها الألوان المستخدمة في المواقع، وتقاس عن طريق ورودها بالعناوين والمتن، الأرضيات، الصور، الرسوم، وتشمل الدرجات اللونية لـ للأحمر والأخضر والأزرق (RGB).

مجتمع وعينة البحث: يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في الصفحة الرئيسية لجميع المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وسبب اختيار دراسة الصفحة الرئيسية؛ لأنها تمثل أول نقاط التواصل مع المستخدمين. ونظرًا لما تقتضيه طبيعة البحث تم اختيار **الصفحة الرئيسية لموقعي:**

1- الأزهر الشريف، 2- دار الإفتاء المصرية كمجال للدراسة الحالية بداية من 2025/3/1 حتى 2025/3/30م، حيث لا يوجد سبب لإطالة فترة الدراسة نظرًا لثبات التصميم.

وحدات التحليل والقياس:- 1- وحدة التحليل: تمثلت وحدة التحليل في الصفحة الرئيسية للموقع، باعتبارها بوابة الوصول للموقع. **2- وحدة القياس:** وتتمثل في العدد والتكرار الذي يظهر في فئات استثمار الشكل.

إجراءات الصدق والثبات: 1- قياس الصدق: قامت الباحثة بإعداد استثمار التحليل في صورتها الأولية، ثم تم إجراء اختبار أولي لمعرفة معدل صلاحيتها، وأخيرًا تم عرضها على عدد من الأساتذة المتخصصين⁽²⁵⁾ لكشف درجة صلاحيتها للتطبيق. **2- قياس الثبات:** تم اختبار الثبات للباحثة مع نفسها، حيث تم إعادة تحليل عينة قدرها 10% من المادة التي خضعت للتحليل بواسطة عينة عشوائية بسيطة، وبلغت نسبة الاتفاق 93%. **تحليل البيانات:** بعد الانتهاء من تحليل كل الموضوعات وفقًا للمدة الزمنية، تم إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي لاستخراج حساب التكرارات الواردة في كل فئة للخروج بجداول تكرارية بسيطة تدلي بنتائج تساعد على التفسير، وتجيب عن تساؤلات الدراسة.

التعريفات الإجرائية:-

أ- التصميم: الأساليب المتعلقة بتوزيع المؤثرات البصرية التي تساعد في تكوين المظهر العام للمواقع الإلكترونية، والذي يفترض بها أن تتوافق مع قابلية الاستخدام وفق مفهوم يسر القراءة.

ب- الصفحة الرئيسية: واجهة الموقع الإلكتروني التي تضم البيانات الأساسية عن الموقع، بجانب عرض أهم الموضوعات، والخدمات والإرشادات التي يبحر المستخدم من خلالها في أجواء الموقع.

ب- المؤثرات البصرية: وهي العناصر الشكلية التي توظفها المواقع الإلكترونية في تقديم الرسالة الاتصالية للجمهور، وتضم: أ- المؤثرات الأساسية، وتنقسم إلى المؤثرات:

1- التيبوغرافية وهي النص، والفواصل. والجغرافية وهي الصور، والرسوم، والألوان. ب- المؤثرات الرقمية المرتبطة بالتطورات التكنولوجية وتنقسم إلى: 1- المؤثرات التفاعلية، 2- المؤثرات المتعددة الوسائط. 3- مؤثرات خريطة الموقع والنص الفائق.

ج- المواقع الإلكترونية الإسلامية: هي المواقع التي تصدر عن المؤسسات الإسلامية عبر شبكة الإنترنت، وتحتوي على مزيج المقالات والأخبار، والتعليقات والخدمات الإضافية إلى غير ذلك.

الإطار المعرفي للبحث: (أبعاد يسر القراءة في المواقع الإلكترونية).

في عالمنا الرقمي المتزايد، أوضحت الأدبيات العلمية أن قراءة النصوص الإلكترونية تتأثر بمعايير يسر الاستخدام، والتي تتحقق من خلال سهولة القراءة العالية على أي نظام تشغيل (26). وتعتبر الصفحة الرئيسية الواجهة الأساسية التي يقع عليها عين المستخدم، وتتبع أهميتها من كونها الباب الذي ينفذ منه القراء إلى صفحات الموقع (27)، كما تبرز هوية الموقع، والخدمات التي يقدمها لقرائه، فضلاً عن إظهارها لإمكاناته التقنية والتكنولوجية والفنية (28) بل إنها في حد ذاتها عنصر تسويقي لاحتوائها على هياكل جمالية تشجع على الاستجابة لرسائل التواصل (29). وبهذا الشكل، يتمكن المتلقي من خلق عالم مواز للواقع يدعمه أثناء عملية القراءة. ويمكن إيجاز هذه الأبعاد فيما يلي:

- **تعددية المؤثرات البصرية:** تشتمل الصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية على أربعة أنواع من المحتوى: الثابت، والديناميكي، والوظيفي، والتفاعلي (30). فعن طريق التركيب الفني لكل مؤثر من المؤثرات المستخدمة في التصميم المرئي، يستطيع العقل البشري استيعاب كافة المحتويات بطريقة تتجاوز حدود الاستجابة العادية، في ظل تبني الشاشات كوسيط للقراءة والاطلاع في البيئة الإلكترونية (31).

- **الجاذبية:** تسهم المواقع الإلكترونية في إنتاج وتوزيع جميع أشكال المعارف والأخبار. ولكن، إذا كان المحتوى ذا أهمية، فإن الشكل هو مفتاح الوصول إليه (32) فهناك مجموعة من المؤثرات البصرية الجذابة التي تساعد القارئ على فهم معنى النص، وتيسر عملية القراءة من خلال تحقيق المستوى الأمثل من التقارب بين المحتوى وسياق تفسير القارئ، لجعل المحتوى ذا صلة مثالية أثناء القراءة (33) بل لها أيضاً دور كبير في جذب انتباه القارئ ذهنياً وجدانياً بسبب قدراتها على الدلالة في ترسيخ المعنى وتأكيد الوظائف التعبيرية (34). وتعد بساطة المؤثرات البصرية المستخدمة عامل اجتذاب للمستخدم تجاه الموقع، والعكس صحيح فتعقيداتها تؤدي إلى نفور المستخدم من الموقع (35).

- **التكامل بين المؤثرات البصرية:** بالرغم من تتسابق المؤثرات البصرية فيما بينها على تحقيق جذب الانتباه، وتثبيت المعلومات، نتيجة التوظيف المتناغم لها، وإيحاءاتها الدلالية التي تجعل بنية التصميم قادرة على الولوج إلى أذهان القراء (36)، إلى جانب بنائها لعنصر الثقة والمصداقية بين الموقع وقرائه (37) إلا أنه لا يمكن تفضيل أحد المؤثرات على الآخر، فهي تتكامل مع بعضها البعض لتضفي على الموقع الثبات والاستقرار، وتوجه بصر القارئ لتحديد نقاط البدء، كما تساعد المصممين على ترتيب العناصر البنائية بشكل جيد متناسق (38) من خلال استخدام ثلاثة مبادئ

هي: إظهار العناصر حسب الأهمية، والانتظام الهرمي للمعلومات والأشكال، والكل الموحد "التناسق بين المرئيات" (39).

- **الاتساق بين الشكل والوظيفة:** فمن خلال تطبيق مبدأ الشكل يتبع الوظيفة "function follow Form" يمكن عرض التفاصيل بصورة أكثر فعالية⁽⁴⁰⁾، حيث أثبت العلماء في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا " أن الرؤية تشغل حيزًا كبيرًا في فسيولوجيا المخ، وأن حوالي 50 % تقريبًا منها تكون موجهة بشكل مباشر أو غير مباشر نحو وظيفة الأبصار، وعلى هذا فمعالجة المخ للمعلومات المرئية يكون أقل تعقيدًا من معالجة النصوص الخام(41). فالتمثيل المرئي في الصفحة الرئيسية ليس مجرد انعكاس تصميمي، بل هو عملية نشطة من حيث الاختيار والهيكل من أجل استثمار مؤثر ما مع المضمون (42) لتثير دافعية المستخدم. ولذا، حدد الخبراء وظائف المؤثرات البصرية في نموذج (VIEW) على النحو التالي: (Visibility) وتعني القدرة على جذب الانتباه، و (Information) ويقصد بها المعلومات التي توصّلها، و (Emotion) وهي العاطفة التي تثيرها، وأخيرًا (Workability) وتشير إلى المهام الوظيفية التي تؤديها⁽⁴³⁾. ويلاحظ أن النموذج هذا ركّز على حركة العين باعتبارها العنصر الذي يوجّه انتباه المتلقّي ويساعده على التركيز والانتقال من عنصر لآخر، وذلك من خلال التفاعل مع المدركات الحسية والنفسية والذهنية للمتلقّي. لذلك، من المهم اختيار كيفية عرض وتقديم كل نوع منها للقارئ⁽⁴⁴⁾.

- **الملائمة:** فعند استخدام المؤثرات يراعي المصمم أن يقدم تصميمًا مرئيًا، الهدف منه إثراء الصفحة، وابتكار تصاميم تدعم هوية الموقع وتحافظ على شخصيته (45)، ولذا، لا بد من أن تكون عناصر البناء في الصفحة محددة بدقة بحيث لا تشتمل على أشكال غير ملائمة (46).

- **التمكين:** من خلال تنويع طرق عرض المحتوى الإعلامي كي يتناسب مع طبيعة ونوعية الجمهور، كما تلبي احتياجات القراء المبتدئين وذوي الخبرة على حد سواء⁽⁴⁷⁾، فمن خصائص المواقع الإلكترونية تمكين القراء من بسط نفوذهم على المضمون المقدم كالاختيار بين المحتويات المتنوعة، والروابط المختلفة إلى جانب سلسلة الخدمات القائمة على فكرة السرعة؛ لتسمح له باستيعاب كل ما يختزن لدى الموقع من بيانات ومعلومات (48) إلى غير ذلك من مكونات التحكم والانتقال داخل الموقع لتوضّح له موقعه في الموقع وتيسّر له التنقل السهل بين العناصر الوظيفية التي تمّ تصميمها وفقًا لسلوك القراء (49).

- **توظيف التفاعلية مع القراء:** من خلال إتاحة التعليق الفوري على الموضوعات، وتوفير خاصية النسخ والمشاركة إلى غير ذلك.

- **التأكد من خلق الموقع من الأخطاء اللغوية،** مع البعد عن التعقيدات اللفظية التي تعوق عملية القراءة، بجانب الاهتمام بالمشكلات الفنية التي تواجه المستخدمين⁽⁵⁰⁾.

الإطار التطبيقي للدراسة/نتائج الدراسة التحليلية):

جدول رقم (1) السمات العامة للصفحة الرئيسية في المواقع الإسلامية عينة الدراسة.

السمات العامة	الأزهر الشريف	دار الإفتاء المصرية
تعدد متصفح الوصول للموقع	1	1
سرعة التحميل	2.03 ثانية	15.70 ثانية
المساحة	3.7 ميجا بايت	19 ميجا بايت
أجزاء الصفحة الرئيسية	رأس + جسم + ذيل	1
	رأس + جسم	0
تحديث الصفحة	1	1

يوضح الجدول السابق: السمات العامة التي تعكس فعالية الواجهة بما يتناسب مع يسر القراءة، واحتياجات القراء (51) وهي: أ- **تعدد المتصفحات** حيث أتاحا للمستخدمين إمكانية فتح الموقع عبر أكثر من متصفح كـ جوجل كروم أو إنترنت اكسبلور. ولم تلاحظ الباحثة اختلافاً في عرض الصفحة الرئيسية عند استعمال هذه المتصفحات، فبمجرد كتابة URL (عنوان الويب الخاص بالموقع) للصفحة الرئيسية لموقع الأزهر الشريف وهو <https://www.azhar.org>، وكذلك عنوان ويب دار الإفتاء المصرية وهو <https://www.dar-alifta.org/ar> يجد المستخدم نفسه تلقائياً على الصفحة الرئيسية للموقع في أي وقت، ومن أي مكان ويتفق ذلك مع دراسة (52).

ب- **مساحة الصفحة الرئيسية**: باستخدام موقع Pingdom Tools (يقيس مساحة الصفحة) تبين أن المساحة الكلية للصفحة الرئيسية لموقع الأزهر الشريف بلغت 3.7 ميجا بايت، أما مساحة الصفحة الرئيسية لدار الإفتاء المصرية فهي 19.0 ميجا بايت. وتدل نتائج المساحة على وجود فارق كبير بين موقعي الدراسة؛ الأمر الذي انعكس على سرعة التحميل لصالح موقع الأزهر الشريف، فكلما صغرت المساحة زادت سرعة التحميل، والعكس أيضاً صحيح. ولعل من أسباب هذه النتيجة كثرة استخدام الوسائط المتعددة بموقع دار الإفتاء عن موقع الأزهر الشريف، على الرغم من أن الكثافة والتنوع في عدد الموضوعات جاءت بنسبة أعلى في موقع الأزهر كما هو مبين بجدول كثافة الموضوعات رقم (3). ومع هذا فإن الصفحتين لا تزالان ضمن الوقت المقبول الذي يسمح للمستخدم بالاستمرار في قراءة الموضوعات وفقاً للقواعد الإرشادية ليسر القراءة؛ لأن المعدل الطبيعي طبقاً للقواعد أقل من 20 ثانية، فإذا زادت يبدأ القراء في التفكير بالمغادرة، ويتفق ذلك مع دراسة (53). ج- **سرعة التحميل**: بلغ وقت التحميل للصفحة الرئيسية باستخدام موقع Pingdom Tools لصفحة الأزهر 2.03 ثانية. أما الصفحة الرئيسية لدار الإفتاء المصرية فكانت 15.70 ثانية، وبناءً على هذه النتيجة تعد صفحة الأزهر الأسرع تحميلًا. وتقوم (سرعة تحميل) بدور محوري في تشكيل انطباعات الجمهور عن الموقع؛ فالمواقع البطيئة تسبب الإحباط، وتدفع بالمستخدمين إلى المغادرة، بينما توفر المواقع السريعة تجربة أفضل تشجع على التفاعل والعودة مرة ثانية للموقع. ويدل ذلك على مراعاة الموقع لمعيار سرعة التحميل. وعموماً تظهر الدراسات أن الجاليات البصرية للمواقع الإلكترونية ضرورية لجذب الجمهور والاحتفاظ به، ويرجع ذلك أساساً إلى أن الحكم على جودة الموقع يتخذ في أقل من 500 مللي ثانية، ويستند إلى أربع فئات (جمال النص، والرسوم التوضيحية والنص، والتصميم، والهيكل) (54). د- **أن التصميم العام للصفحة الرئيسية للمواقع محل الدراسة يعتمد على أسلوب تقسيم الصفحة إلى ثلاثة أجزاء** (رأس، وذيل) تصميمها ثابت، وتتوسطهما منطقة (الجسم). ولكل جزء من الأقسام الثلاثة وظيفته التي تساعد في تحسين الهيكل العام للصفحة، ويتكون من مجموعة من العلامات المرئية واللفظية البصرية التي تعمل كعناصر متماسكة في نمط مؤثرات بصرية (55)، تمنحك فرصة التعرف على الموقع من النظرة الأولى، وتجعله أكثر قابلية للقراءة والتصفح. (فالرأس) **Header**، تعرف بالجزء العلوي من الصفحة، تحمل في ثناياها العناصر التي تعبر عن هوية الموقع وكذلك القائمة الرئيسية. وقد احتوى رأس الصفحة الرئيسية لموقع الأزهر على القائمة الرئيسية العلوية navigation، وأداة البحث، والتاريخ بالميلادي والهجري، وأيقونات المواقع الاجتماعية للموقع. وأما صفحة موقع دار الإفتاء: فاحتوت مساحة الرأس على القائمة الرئيسية، وأداة البحث يعلوها شريط به اختيار اللغة، والتاريخ بالميلادي والهجري، وأيقونات المواقع الاجتماعية. أما (الجسم) **Main Content Area** فيشمل المحتوى مثل النصوص الرئيسية والفيديوهات والصور والجدول وغير ذلك، بغرض تحقيق عملية التواصل المعلوماتي، وبالنسبة (للذيل) **Footer** الجزء السفلي من الصفحة، فيوضع به معلومات الاتصال، وروابط الانتقال، وقائمة إبحار ثانوية إلى جانب حقوق النشر، وجهة الملكية. وقد اختصت حقوق النشر والملكية

للسفحات الرئيسية بالمواقع عينة الدراسة للمؤسسات التي تشرف على المواقع، فصفاة موقع الأزهر الشريف تتبع مؤسسة الأزهر الشريف، وصفاة دار الإفتاء جميع الحقوق محفوظة لدار الإفتاء المصرية. ويعزز هذا من مستوى شفافية ومصادقية المؤسسات التي تشرف على هذه الصفحات. **ولكنها** لم تتضمن أي بيانات تعريفية (من نحن) عن المؤسسة، ونشأتها، وأهدافها. - وإجمالاً- توافرت الأجزاء الثلاثة المكونة للصفحة في عينة الدراسة مقترنة بعملية تنظيم وتصميم يثير العرض الشكلي للموقع ومكوناته أمام القارئ.

هـ- التحديث: اهتم موقع الدراسة بعملية التحديث لمحتوى الصفحات بما يتناسب مع المستجدات، ويظهر ذلك عن طريق تسجيل تاريخ التحديث باليوم والسنة بصفة يومية. ولكن موقع دار الإفتاء يضيف بعض الموضوعات التي نشرت في سنوات سابقة مع نشر موضوعات حديثة. ومن مزايا تحديث المحتوى أنه يمكن الجمهور من متابعة المضامين الجديدة.

جدول رقم (2) أسلوب التصميم المتبع في الصفحة الرئيسية لموقعي الدراسة.

أسلوب التصميم		الأزهر الشريف	دار الإفتاء المصرية
أسلوب تصميم الصفحة	أسلوب البوابة	0	0
	أسلوب مختلط	1	1
	أسلوب الوحدة	0	0
أسلوب تصميم الموضوعات	أسلوب العرض الأفقي	0	0
	أسلوب العرض الرأسي	1	1

من الجدول السابق: يتبين اتباع موقعي الدراسة في تصميم موضوعات الصفحة الرئيسية من ناحية اتجاه العرض (الأسلوب) العمودي الرأسي (العنوان + أسفله الصورة + أسفله المتن) ويتفق هذا مع دراسة⁽⁵⁶⁾، ويساعد هذا الأسلوب في تسهيل عملية القراءة، ويجعل المستخدم يدرك كل العناصر المستخدمة، ولكن يعاب عليه أنه إذا طال الموضوع يجعل المستخدم يلجأ إلى استعمال شريط التحريك (بجانب الصفحة) ليصل إلى نهاية الموضوع مما يعيق من قدراته على قراءة المضمون ببسر. أما من ناحية تصميم الصفحة فاعتمدت الأسلوب المختلط إذ يتسم بتنوع طرق العرض، ويوفر مساحة لتقديم عدد كبير من الموضوعات ويختلف ذلك مع دراسة⁽⁵⁷⁾ حيث تعتمد أسلوب البوابة. وفقاً لهذا الأسلوب صممت بعض الموضوعات بطريقة البوابة (عناوين ملخصة تحت بعضها). وبعضها الآخر بنظام الوحدات (عنوان الموضوع + صورة + جزء من الموضوع + عبارة التفاصيل)، ومن مزاياها أنها تقدم للمستخدم نبذة مختصرة عن بعض الموضوعات قبل الدخول إلى تفاصيلها الكاملة. فالصفحة الرئيسية بوابة تسهل على القارئ اختيار الموضوعات التي يريد قراءتها.

جدول رقم (3) ثراء التصميم (كثافة الموضوعات، وتنوعها) في الصفحة الرئيسية عينة الدراسة.

ثراء التصميم الموضوعات	الأزهر الشريف	دار الإفتاء المصرية
كثافة الموضوعات	59	35
تنوع الموضوعات	1	1
الإعلانات	1	1

عن طريق عرض الصفحة الرئيسية للمواقع عينة البحث باستخدام F11 في لوحة جهاز الكمبيوتر تم عد الموضوعات التي تتضمنها من أجل كشف حجم الثراء المعلوماتي للموقع، وقد بلغ عدد الموضوعات في صفاة الأزهر الشريف (59) عنواناً عبر المجال المرئي للشاشة (Full Screen)، أما دار الإفتاء فتضمنت (35) عنواناً، وتشير هذه النتيجة إلى ثراء موقع الأزهر مقارنة بدار الإفتاء المصرية. وبذلك سعى موقع الدراسة إلى التنوع والتكامل في نوعية المعلومات التي

تقدم حيث اشتملت على موضوعات تعليمية، دينية، اجتماعية، ثقافية، خدمية، إعلانية، إخبارية إلى جانب الموضوعات التراثية والتاريخية، فمن العوامل التي تؤثر في جذب المستخدمين تجاه عملية قراءة الموقع التنوع في المضمون.

- **الإعلانات:** رغم حرص المواقع الإلكترونية على تخصيص مساحات إعلانية على صفحاتها باعتبارها مصدر تمويل، فضلاً عما تضيفه للموقع من حركة لارتكازها على خاصية الفلاش في التصميم، إلا أن نتائج الدراسة أظهرت تبايناً في توظيف الصفحات الرئيسية عينة البحث للإعلانات. **فخلت الصفحة الرئيسية لموقعي الدراسة من الإعلانات التجارية، واقتصرت على الإعلانات الخدمية. فدار الإفتاء المصرية أعلنت عن الإصدارات التابعة لها عن طريق وضعها في شريط متحرك في الجزء الأسفل من الصفحة، على عكس صفحة موقع الأزهر الشريف حيث احتوت على عدد (15) إعلاناً لوظائف ومسابقات تقدمها مؤسسة الأزهر الشريف، وضعت في الجزء الأيمن من أسفل جسم الصفحة. ويمكن إرجاع هذه النتيجة لطبيعة المؤسسات القائمة على المواقع محل الدراسة فهي مؤسسات دعوية إلى جانب رغبتها في التحرر من ضغوط المعلنين حفاظاً على استقلاليتها.**

جدول رقم (4) تصميم أشكال الإبحار في الصفحة الرئيسية للمواقع عينة الدراسة.

أشكال الإبحار		الأزهر الشريف	دار الإفتاء المصرية
من ناحية الثبات	ثابتة	1	1
	تفرعيه / منسدلة	0	0
	مفعلة	1	1
	غير مفعلة	0	0
	أعلى الصفحة	1	1
	أسفل الصفحة	0	0
	جانب الصفحة	0	0
	مختلط	0	0
خرائط المواقع		1	1
الشرائط		1	1
صفحات الفهرس		0	0

تبين من التحليل: أ- **وجود قوائم تنظيمية تعريفية**- بعينة الدراسة- حيث تساعد المستخدم في الوصول على الموضوعات التي يريدها ويتفق ذلك مع دراسة⁽⁵⁸⁾. وقد صممت بالأسلوب الأفقي وهو يتوافق مع يسر استخدام المواقع ومبادئ التصميم الجيد، وكان بعض التبويبات ظاهرة (ثابتة) وبعضها الآخر مخفي (منسدلة) تظهر محتوياتها على الشاشة عندما يلمسها المستخدم بالفأرة؛ لأنّ تنوع القوائم يلبي اهتمامات القراء⁽⁵⁹⁾، **وبالنسبة للجدول السابق** يظهر احتلال القوائم الثابتة الصدارة بالقائمة الرئيسية لموقعي الدراسة، وقد جاءت القائمة الرئيسية **لصفحة دار الإفتاء** في أعلى الصفحة، واحتوت على (8) أبواب وهي (الرئيسية، فضيلة المفتي، الفتاوى، الإصدارات، الخدمات، المركز الإعلامي، المرئيات، هذا ديننا)، وانتهج في تصميم القائمة الأسلوب الثابت باستثناء باب (الإصدارات) جاءت القائمة (منسدلة) وتضمنت: المجلة، الكتب والموسوعات، المؤتمرات. وامتازت بكون كل التبويبات مفعلة، في حين اشتملت قائمة **صفحة الأزهر** على (10) تبويبات، هي (الرئيسية، مشيخة الأزهر، المجلس الأعلى، مجمع البحوث، قطاع المعاهد، الجامعة، الجامع، الفتوى الإلكترونية، الوافدون، الجريدة وأخيرًا المجلة، واتبع في تصميم القائمة الأسلوب الثابت باستثناء 4 أبواب هي

المشيخة وجاء فيها: عن الإمام- أنشطة الإمام- مكتبة الإمام - أخبار الإمام - أقوال الإمام- وكيل الأزهر- هيئة كبار العلماء - مركز المعلومات، قطاع المعاهد: وفيها رئاسة قطاع المعاهد، والمناطق الأزهرية، الوافدون واحتوت على: الإدارة العامة للطلاب الوافدين، مدن البعوث الإسلامية، مركز تطوير تعليم الطلاب الوافدين، المجلس الأعلى وتضم: الإدارة المركزية للموارد البشرية، صندوق التكافل)، جاءت القائمة (منسدة)، كما وضعت في أعلى جسم الصفحة، وامتازت بكون كل التبويبات مفعلة. ومن فوائد ترتيب المحتوى في أقسام أنه يمكن المستخدمون من التصفح والانتقال بسلاسة بين تلك الأقسام دون أن يشعر بالارتباك بسبب عشوائية وكثرة الموضوعات عندما توجد في قسم واحد لا سيما في المواقع ذات المحتوى المعقد، حيث تمتاز القوائم عن غيرها من أشكال الإبحار بقدرتها على جمع عدد كبير من الاختيارات في مكان واحد بأسلوب بسيط ومنظم وواضح، فغالبًا ما توضع في الجزء الأعلى من الصفحة. ويلاحظ اختلاف في وحدة المعلومات في القوائم التعريفية لموقعي الدراسة وهذا راجع إلى طبيعة الموقع.

ب- خريطة الموقع (Sitemap): وهي آلية توضح كيفية التجول داخل الموقع، وتسهل الخرائط بصيغة HTML على المستخدم التنقل بين صفحات الموقع، فأهميتها تظهر في توضيحها للمسارات التي تساعد القارئ على اختيار المادة التي يرغب في قراءتها، كما تحسن من SEO التي تعمل على العثور على صفحات الموقع وفهرستها بشكل يظهر ترتيب الموقع في نتائج البحث في المتصفحات، ويزيد من عدد الزيارات، فضلاً عن ذلك تعرض الصفحات التي تم تحديثها أو إضافتها للموقع، مما يساهم في تحسين تجربة المستخدم، وقد استعملتها المواقع محل الدراسة. وقد ركز موقع دار الإفتاء المصرية على استعمال تقنيات تبويبية ذات روابط تساعد الجمهور على الوصول لما يريد من الموقع بشكل عام، وبين الأقسام المختلفة فبمجرد الضغط على أيقونة (خريطة الموقع) تعرض للمستخدم نظام التجوال بالصفحة الرئيسية، وجاء موضعها في الجزء الأسفل من الصفحة الرئيسية لدار الإفتاء وتضمنت: (الفتاوى - المركز الإعلامي- خدمات دار الإفتاء- هذا ديننا - فضيلة المفتي- موقع فضيلة المفتي)، بعكس الصفحة الرئيسية لموقع الأزهر الشريف.

ج- الشرائط/ استخدم موقعاً الدراسة الشرائط المتحركة في عرض الأخبار المهمة في الجزء الأعلى من جسم الصفحة، ولكن موقع دار الإفتاء وظف (الشرائط) ثلاث مرات عند عرض (الأخبار، والإصدارات، والمرئيات). وقد وضعت في أماكن متفرقة بجسم الصفحة الرئيسية فجاء شريط الأخبار (أعلى جسم الصفحة)، والإصدارات في (الوسط)، والمرئيات بالجزء (الأسفل منها). د- الفهرس/ وجد في صفحة الأزهر الشريف فهرسة جانبية للموضوعات، ولم توجد في موقع دار الإفتاء.

جدول رقم (5) المؤثرات البصرية المستخدمة في تصميم هوية الصفحة الرئيسية عينة الدراسة.

الهوية	الأزهر الشريف	دار الإفتاء المصرية
شكل الشعار	لفظي	1
	رمزي	1
اللغة المكتوب بها	العربية فقط	1
	العربية + لغة أخرى	0
موقعه واضح وثابت	1	1
التناسق مع الطابع الإسلامي	1	1
متوافق طريقة عرضه في الصفحات الداخلية	0	1

من الجدول السابق يتضح: أن تصميم الشعار في الصفحات الرئيسية محل الدراسة جمع بين المؤثرات البصرية اللفظية، والرمزية، واللونية، وارتبطت بالتعبير عن الهوية التابع لها. وبالتالي، تميز الموقع عن المواقع الأخرى فهو يشكل رمزية المؤسسة لدى القراء، ويتفق ذلك مع دراسة⁽⁶⁰⁾، كما امتاز بالثبات التصميمي بموقعي الدراسة طوال فترة البحث؛ ليرسخ في ذهن المستخدم. علمًا أن المتغيرات التصميمية في تجدد مستمر؛ لإبعاد المتلقي عن الملل والرتابة الناتجة عن تكرار الأشكال⁽⁶¹⁾. وهذا رصد تفصيلي لمكون الهوية أ- في الصفحة الرئيسية لموقع الأزهر الشريف أتى مكون الهوية في أعلى الجزء الأيمن من شاشة جهاز الكمبيوتر بالنسبة للمستخدم العربي، ويمكن إرجاع السبب إلى أن عادة القراءة تبدأ من جهة اليمين ويتفق ذلك مع دراسة⁽⁶²⁾، بمساحة 152 بكسل في 254 بكسل ("البكسل" يعتمد على تباين الشاشة)، ووزن 21.5 كيلوبايت، واحتوى على دالتين أحدهما رمزية، وأخرى لفظية. وقد أظهر هذا التوظيف اسم الموقع، وميزه. فقد أثبتت التجارب أن نقطة بدء الرؤية تكون من الأعلى ثم يتحرك بصر المتلقي يمين المركز ويساره بعدها يتحرك بين مفردات التصميم⁽⁶³⁾. وجاءت الدلالة الرمزية متناسقة مع الطابع الإسلامي حيث دمج صورة مفرغة لـ (مئذنتان أمامهما قبة) للجامع الأزهر الشريف، وظهرت باللون الذهبي- كدلالة على الثقة والتواصل والقدسية-، وإلى جانبها دلالة لفظية (الأزهر الشريف+ سنة التأسيس بالتاريخ الميلادي، والهجري) ملونة باللون الذهبي، ومكتوبة بخط شائع استعماله في الكتابة باللغة العربية، وكتب الشعار بلغتين: 1- اللغة العربية (في الجزء الأعلى من الشعار). 2- اللغة الإنجليزية (في الجزء الأسفل منه). وتوافق حجم الشعار، وموضعه بالنسبة لمعظم الصفحات الداخلية باستثناء صفحة الجامعة، و صفحة مجلة الأزهر.

- أما مكون الشعار في صفحة دار الإفتاء المصرية فأتى في أعلى الجزء الأيمن من شاشة جهاز الكمبيوتر بالنسبة للمستخدم العربي، وفي حالة الدخول بلغة أجنبية من اللغات التي يتيحها الموقع يكون في أعلى الجزء الأيسر من شاشة المستخدم. ويتساير هذا مع نظام القراءة فالمواقع العربية تبدأ من جهة اليمين بعكس المواقع الأجنبية تبدأ من جهة اليسار، بمساحة 135 في 49 بكسل، ووزن 11 كيلوبايت، واحتوى على دالتين أحدهما رمزية، وأخرى لفظية، وقد جاءت الدلالة الرمزية متناسقة مع الطابع الإسلامي حيث دمج (مئذنة واحدة وكتاب)، وظهرت بالأزرق إلى جانب الذهبي كدلالة على الثقة والتواصل والقدسية، وإلى جانبها دلالة لفظية (دار الإفتاء المصرية) كتبت بخط يستعمل في الكتابة باللغة العربية، واستخدم اللون الأسود في كتابتها، واعتمد على اللغة العربية فقط في كتابة الاسم. وتوافق حجم الشعار، وموضعه بالنسبة للصفحات الداخلية أيضًا، ولكن **يلاحظ صغر حجم الشعار بالنسبة للعناصر المجاورة له.**

جدول رقم (6) درجة توظيف الأذنين/ العنق في الصفحة الرئيسية لموقعي الدراسة.

الأزهر الشريف	دار الإفتاء المصرية	
0	0	الأذنين
0	0	العنق

تشير البيانات السابقة إلى خلو موقعي الدراسة من شريط العنق والأذنين، رغم ما لهما من إمكانات تصميمية فالعنق من مزاياه التصميمية؛ تفصل بين الرأس، وجسم الصفحة، كما تتضمن بعض البيانات. وكذا الحال بالنسبة للأذنين إذ قد تتضمن إعلانات، أو أخبار مهمة.

جدول رقم (7) الخطوط المستخدمة في الصفحة الرئيسية لموقعي الدراسة.

الخطوط		الأزهر الشريف		دار الإفتاء المصرية	
الخطوط	نوع الخط	عائلة الخط (المكسد)		(المكسد): Readex Pro	
	لون الخط	#6B6B6B		#212529	
	حجم الخط	16 بكسل		16 بكسل	
	اتساع السطر	19.696 بكسل		24 بكسل	
	تباعـد الحروف:	عادي		عادي	
تقنيات	كثافة الخط	العنوان	المتن	العنوان	المتن
	نوع الخط	Arial	Arial	Arial	Time New و Roman Arial
	لون الخط	الذهبي #97865c ، واللون الأحمر #ff0000 واللون الأسود #333 بنظام HEX	الرمادي #b6b6b6	الرمادي #272727 ، والأزرق #1F8ACB؛ والأسود #484848 والأبيض #F5F5F5	أسود #464646 و رمادي #272727 والذهبي #b17c29 والأبيض #F5F5F5
	حجم الخط	22 بكسل	16 بكسل، و 14 بكسل	19 بكسل	16 بكسل
	عدد الخطوط	1	2	1	2

يوضح الجدول السابق: نوعية الخطوط التي وظفها موقعنا الدراسة وسماتها حيث تمثل الخطوط المستعملة أهمية كبيرة بالنسبة لعملية الاتصال المكتوب. ولذا؛ وجب أن تكون الحروف على درجة من الكفاءة عن طريق التنسيق الجيد؛ لتحقيق درجة عالية من يسر القراءة، لتجعل القارئ يستمر في قراءة أكبر قدر من المتن، وتتمثل العوامل المرتبطة بالخط في (شكل الحرف، وطريقة تصميمه، وحجمه، واتساع السطور)، ولا بد من التنسيق بين هذه العناصر⁽⁶⁴⁾. وقد استخدمت الباحثة إلى خاصية inspect view page في متصفح Google Chrome، للحصول على خريطة تفصيلية عن الخطوط المستعملة في الصفحة الرئيسية بموقعي الدراسة على النحو التالي:-

أ- السمات العامة للخطوط في الصفحة الرئيسية لموقع الأزهر الشريف هي: استعمال عائلة الخط (المكسد) حيث تضمن خاصية font-family التناسب مع شاشة الكمبيوتر؛ مما يزيد من قابلية قراءة النص⁽⁶⁵⁾. ولذا؛ تسمى fallback system؛ بمعنى أقصى حد من التوافق بين المتصفحات وأنظمة التشغيل المختلفة في حالة عدم دعم الخط الأول، يقوم المتصفح باستخدام الخط الثاني، حتى لو لم يكن هذا الخط متوفر بجهاز زائر الموقع، بسبب خاصية الخطوط الافتراضية (الأمنة) CSS Web Safe Fonts لمتصفح الويب. كما استعمل الإعداد الافتراضي للنظام 100%، وحجم

الخط: 16 بكسل فاستخدام خط أكبر حجمًا بشكل معتدل سيؤدي إلى المزيد من المستقبلات البصرية لقراءة رمز على الشاشة فمن الموثق أن النص الأكبر حجمًا يكون أسرع عند عملية القراءة⁽⁶⁶⁾، وكان ارتفاع الخط: 19.696 بكسل، والمحاذاة عمودية: خط أساسي، وتباعد الحروف: عادي، تباعد الكلمات: صفر بكسل، وزن الخط: 400، نمط الخط: عادي. - وبالنسبة لصفحة موقع دار الإفتاء المصرية تمثلت السمات العامة للخطوط في استعمال عائلة الخط (المكس): Readex Pro، الإعداد الافتراضي للنظام 100%، حجم الخط: 16 بكسل، ارتفاع الخط: 24 بكسل، محاذاة عمودية: خط أساسي، تباعد الحروف: عادي، تباعد الكلمات: صفر بكسل، وزن الخط: 400، نمط الخط: عادي.

ب - تفصيليًا: تبين أن المؤثرات البصرية التي صاحبت (العناوين) في الصفحة الرئيسية لموقع الأزهر الشريف كانت الكثافة السوداء للحرف (Bold)، وتم استخدامها لأنها تمتلك ثقلًا يعمل على إبراز الموضوعات، وجاءت بحجم 22 بكسل، واستخدم خط Arial، نظرًا لتوافره في مختلف الأجهزة الإلكترونية، إلى جانب وضوحه عند القراءة، وعدم تغير خصائصه بزيادة حجمه أو صغره وبالتالي، يزد من الانقرائية. وكذلك استعمل الألوان كعنصر إظهار، أما (المتن) فاستخدم حجم 16 بكسل، و14 بكسل وهو مناسب؛ لأن صغر الحجم عن هذا يؤدي لإرهاق عين القارئ. وعمومًا فيما يخص اتساع السطر توجد علاقة طردية مع حجم الخط، وكثافته، واتساع السطور ولذا؛ فتحقيق التوازن بينهم عامل من عوامل تسهيل القراءة. وبالنسبة لصفحة موقع دار الإفتاء المصرية كانت الكثافة السوداء للحرف (Bold) أبرز المؤثرات التي صاحبت العناوين، بحجم 19 بكسل، واستخدام خط Arial، واستعمل في (المتن) حجم 16 بكسل، لأن إنشاء التسلسل الهرمي في العناصر المرئية يساعد القراء على تحديد مكان المعلومات المهمة وهذا يعني تحديد حجم ومعالجة مختلف العناصر⁽⁶⁷⁾. كما استعمل خطي Arial، Time New Roman وهذا جيد لأن استعمال خط واحد أو خطين متباينين يعملان على تحقيق التوازن؛ لكون كثرة الخطوط تسبب تشتيت الانتباه، بالإضافة لعنصر اللون. ولكن يفضل اختيار الخطوط متعددة اللغات في عرض النصوص في حالة توظيف الموقع خاصية (تعدد اللغات) كما في الصفحة الرئيسية لموقع دار الإفتاء. وهو أمر ضروري إذا كان الموقع مستهدف مستخدمين من جنسيات دولية، فمن مزاياها ضمان ثبات التمثيل المرئي للنصوص عند تبديل لغة الموقع إلى لغة أخرى غير العربية، مما يخلق تجربة مستخدم سلسة، مما يشجع المستخدمين على قضاء المزيد من الوقت في القراءة.

جدول رقم (8) أنواع الصور المستخدمة في الصفحة الرئيسية لموقعي الدراسة.

الصور / الرسوم		الأزهر الشريف		دار الإفتاء المصرية		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
النوع	شخصية	33	24.81	21	15.21	54	19.92
	موضوعية	82	61.65	4	2.89	156	57.56
	جمالية	11	8.27	3	2.17	14	5.16
	إعلانية	7	5.26	40	28.98	47	17.34
المجموع		133	100	138	100	271	100
النسق	Jpg	53	39.84	97	70.28	150	55.35
	Jpeg	73	54.88	0	0	73	26.93

0	0	0	0	0	0	GIF	
17.71	48	29.71	41	5.26	7	PNG	
100	271	100	138	100	133	المجموع	
0.73	2	0	0	1.50	2	كبيرة	حجم الصورة بالنسبة للموضوع
79.70	216	76.08	105	83.45	111	صغيرة	
19.55	53	23.91	33	15.03	20	مقاربة	
100	271	100	138	100	133	المجموع	
2.95	8	4.34	6	1.50	2	مربع	نوع القطع
81.54	221	86.23	119	76.69	102	مستطيل أفقي	
15.49	42	9.42	13	21.80	29	مستطيل رأسي	
100	271	100	138	100	133	المجموع	

بينت نتائج التحليل التفصيلية وفقاً للجدول السابق: تقديم موقعي الدراسة صوراً مصاحبة للمضامين بشكل يظهر استفادتهما من عنصر الصورة في نقل الأحداث بصدق وواقعية؛ الأمر الذي يزيد من فرصة تفاعلية المستخدمين الموقع. كما خصص موقع الأزهر الشريف تبويباً في الفهرس الجانبي بالصفحة الرئيسية تحت مسمى (ألبوم الصور) ولكنه غير محدث.

وهذا عرض للمؤثرات التي صاحبت الصور والرسومات: أ- من ناحية نوعية الصور والرسوم التي توظفها المواقع عينة الدراسة سيطر توظيف الصور الموضوعية على أنواع الصور والرسوم الأخرى حيث جاءت في المقدمة؛ ويرجع ذلك إلى قدرتها على تسهيل المعاني المتضمنة فيها. ويتفق ذلك مع دراسة⁽⁶⁸⁾، وأيضاً دراسة⁽⁶⁹⁾ من حيث استعمال الصورة الموضوعية. ولكن الأمر يتطلب الموازنة بين نوعية الصورة التي توظفها المواقع نظراً لأهمية كل نوع.

ب- تظهر النتائج نسق JPG هو الأكثر استخداماً بموقعي الدراسة حيث جاء بنسبة 55.35%، تلاه اختيار نسق JPEG 26.93% وهو قريب من النسق الأول (JPG)؛ لأنهما يعتمدان على نفس خوارزمية الضغط التي تساهم في توفير مساحة تخزين، وتسرع من عمليات التحميل، والتنزيل على الإنترنت بالإضافة إلى كونهما يحتفظان بأكبر قدر من تفاصيل الصورة عند التكبير أو التصغير كما أشارت دراسة⁽⁷⁰⁾، أما صيغة PNG فظهر استعمالها في شكل رسوم جرافيكية. وبذلك استعمل موقعاً الدراسة نفساً متعارف عليها، يمكن تحميلها على مختلف الأجهزة (لاب توب- هواتف)، مراعية بذلك قواعد التصميم من حيث جودة الصور المنشورة وسهولة استخدام المواقع، حيث يجب تقدير الحجم الفعلي لملف الصورة (أي عدد وحدات البايث) التي تشغلها عند التخزين؛ لأن طول الوقت المستغرق يبطئ الموقع خاصة عند استخدام أكثر من صورة⁽⁷¹⁾. ج- من ناحية مساحة الصور مع الموضوع جاءت مساحة الصورة الأصغر في المقدمة. د- من ناحية القطع غلب استخدام المستطيل الأفقي مع قطع الصورة الموضوعية، كما غلب استعمال المستطيل الرأسي مع الصورة الشخصية بموقع الأزهر.

جدول رقم (9) الوسائط المتعددة في الصفحة الرئيسية لموقعي الدراسة

الوسائط المتعددة	الأزهر الشريف	دار الإفتاء المصرية
أعلى جسم الصفحة	1	1
وسط جسم الصفحة	1	0
أسفل جسم الصفحة	0	1
مستقل بذاته	1	1
مكمل للموضوع	0	0
فيديو حي	1	1
الرسوم/ الصور المتحركة	0	0

تشير بيانات الجدول إلى: 1- تخصيص موقع الدراسة أماكن للوسائط المتعددة (الفيديو) بالصفحة الرئيسية، فموقع الأزهر الشريف وضع تبويبا في الفهرس الجانبي يسار الصفحة تحت مسمى (المرئيات)- بمجرد الضغط عليه ينتقل المستخدم إلى الفيديوهات. وقد توفر أثناء مدة البحث عدد 24 فيديو، كما خصصت تبويبا تحت مسمى (فيديوهات تعليمية) بوسط جسم الصفحة لكن النشر غير محدث. ولذا؛ لم تجد الباحثة أي فيديوهات أثناء فترة الدراسة مما يدل على عدم استثمار الصفحة لميزة التقنية الرقمية كما في المواقع الإخبارية. أما موقع دار الإفتاء المصرية فخصص تبويبا في القائمة الرئيسية للموقع أعلى الصفحة تحت مسمى (المرئيات) بمجرد الضغط عليه ينتقل المستخدم إلى صفحة الوسائط المتعددة، كما خصصت مكانا ثابتا في الجزء الأسفل من الصفحة الرئيسية عبارة عن شريط متحرك يعرض عددا من الفيديوهات تحت مسمى (المواد المصورة) أهم فيديوهات الموشن جرافيك، والفتاوى، والأدعية لعلماء دار الإفتاء المصرية، وقد توفر أثناء مدة البحث عدد (13) فيديو، وقد تميزت تلك الفيديوهات بإمكانية المشاهدة عبر صفحة الموقع أو قناة اليوتيوب، وكانت سرعة التحميل عادية، وكذلك مستوى الجودة المرئية عادية 360 بكسل. كما أتاح للمستخدم خاصية تعديل مستوى الجودة، وسرعة التشغيل، والترجمة من قائمة إعدادات الفيديو، وأظهر شريط تحميل الفيديو لمساعدة المستخدم على تشغيل الفيديو وتوقيفه، وتحديد درجة الصوت، وحجم الشاشة، وأتاح للمستخدم فرصة المشاهدة اللاحقة، وأخيرا خاصية المشاركة عبر المواقع الاجتماعية. 2- حرص موقعي الدراسة على توظيف الوسائط المتعددة (الفيديو) كمادة مستقلة بالصفحة الرئيسية، بوصفه أحد أبرز الوسائط التي تجذب المستخدم، وتحقق مصداقية أعلى حيث يعكس الواقعية. 3- غلب استعمال الفيديو الحي بموقعي الدراسة كوسيط على استخدام الصور والرسوم المتحركة، ويتفق ذلك مع دراسة (72) التي أكدت أن المواقع التفاعلية الغنية بالوسائط المتعددة التي تمزج النص بالصور هي الخيار الأمثل للوكالات التي تمتلك مواقع إخبارية، وترغب في تحسين فهم القراءة لدى المستخدمين.

جدول رقم (10) استخدام الألوان في الصفحة الرئيسية لموقعي الدراسة.

اللون	الأزهر الشريف	دار الإفتاء المصرية
الأرضيات	0	1
الشفافة	1	0
البيضاء	1	1
العناوين	1	1
النصوص	1	1
الأيقونات	1	1
الفواصل / الإطارات	1	1
الصور	1	1

- وفقاً للجدول السابق: تظهر تعددية في توظيفات الألوان في المواقع عينة الدراسة بشكل عام، وذلك بفضل ما تحمله من دلالات، فهي تمتاز بخلق المعنى وإثارة شعور المتلقي بطريقة تؤثر على استجاباته للنص⁽⁷³⁾، بل أن تناسب الألوان يساعد في تحقيق يسر القراءة. فالقراء يفضلون الكتابات الملونة إلى جانب أن استخدام التدرجات اللونية بين الألوان (الدافئة والباردة) أو بين الألوان (الرئيسية والفرعية) تنبع منها الخيارات المتعددة التي تحقق التباين بين مختلف العناصر⁽⁷⁴⁾.

- كما جاء استعمال الصفحات للألوان بشكل متلائم مع طبيعتها، حيث ظهر الاستفادة من توظيف الألوان في تحديد الطابع العام؛ لأن اختيار اللون القائم على فلسفة تصميمية يسهم في بناء شخصية متفردة للموقع، حيث يُمكنه من التنافس مع غيره، ويجعله يتلاءم مع أذواق الجمهور⁽⁷⁵⁾، وهذا **عرض تفصيلي:** أ- تمايزت نوعية الخلفيات المرئية التي تحمل العناصر المستعملة في تصميم الصفحة الرئيسية، فباستخدام الباحثة لخاصية inspect view page في متصفح Google Chrome، حصلت على خريطة تفصيلية للخلفيات المستعملة حيث استخدم موقع الأزهر الشريف الخلفية البيضاء #FFFFFF نمط RGB لخلق الإحساس بالاتساع؛ لأن استخدام اللون الأبيض كخلفية للنصوص يعزز الوضوح. وبالتالي، زيادة فرصة القراءة. أما موقع دار الإفتاء المصرية فاستخدم الخلفية الشفافة بدرجة #000000 نمط RGBA؛ لإعطاء التصميم جاذبية ومظهر بسيط؛ لأن الخلفية تتكامل وتتباين مع باقي العناصر الموجودة على الصفحة. وهذا بدوره يؤثر على إدراك المستخدم للموقع، كما أن استخدام الألوان القوية في الأرضية يحقق التباين بين النص والأرضية الذي يظهر عليها ولذا، فالإسراف في استخدام الألوان يؤدي إلى تشويش القارئ، وكذلك تقليل الألوان أو ندرتها يجعل التصميم مملاً ورتيباً⁽⁷⁶⁾. ولذا؛ تمثل الخلفية البيضاء أفضل الأرضيات كما أشارت دراسة⁽⁷⁷⁾.

ب- استعمال اللون في (العناوين والتمت) بموقع الأزهر الشريف غلب استعمال اللون الذهبي #97865c، واللون الأحمر #ff0000، واللون الأسود #333333 بنظام HEX، أما (التمت) فاستخدم اللون الرمادي #b6b6b6. وبالنسبة لموقع دار الإفتاء المصرية فغلب استعمال اللون الرمادي #272727، والأسود #484848 كألوان محايدة لما لها من قدرة على خلق التباين دون أن يحدث أي تأثير على القارئ، وكذلك الأزرق #1f8acb، ومن خصائصه الدلالة على الهدوء والسكينة **بالنسبة للعناوين.** واستعمل في (التمت) اللون الأسود #464646 والرمادي #272727، والذهبي #b17c29. ومن التحليل ظهر استعمال رموز الألوان السداسية في تلوين الخطوط، وهي تمثل عنصراً مهماً في عالم التصميم الإلكتروني، حيث توفر طريقة دقيقة لتغيير لون النص برمجيًا، مما يساعد في تحسين إمكانية قراءة الموضوعات، ويجعل الوصول إلى المستندات أكثر سهولة حيث تتم معالجتها بشكل أسرع بواسطة المتصفحات مقارنة بأنظمة الألوان الأخرى مثل HSL، كما تمنح إمكانية الوصول لذوي الإعاقة (درجات العمى اللوني)، مثلما أشارت دراسة⁽⁷⁸⁾.

ج- استخدم الموقعان أيقونات المواقع الاجتماعية بلونها الطبيعي؛ لأنه من السهل إدراكها من قبل المستخدمين مهما اختلفت ثقافتهم.

د- كما وظف الموقعان الألوان في الصور والرسوم؛ لإظهار ملامحها الفنية وتأكيد المعاني التي تحملها⁽⁷⁹⁾، وكذلك بالنسبة للفواصل، فالاختيار الصحيح للون يُحسن من قابلية الاستخدام والجاذبية البصرية للموقع الإلكتروني، ويساهم في الحصول على استجابات أكثر إيجابية من قبل المستخدمين، كما أكدت دراسة⁽⁸⁰⁾.

جدول رقم (11) نوعية الفواصل المستخدمة في الصفحة الرئيسية لموقعي الدراسة.

الفواصل	الأزهر الشريف		دار الإفتاء المصرية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مساحات البياض	33	52.38	17	30.35	50	42.01
العنوان	8	12.96	6	10.71	14	11.76
الصورة/ الرسوم	13	20.63	5	8.92	18	15.12
الإطارات/ الجداول	9	14.28	28	50	37	31.09
المجموع	63	100	56	100	119	100

يتضح من الجدول السابق: أ- استخدام موقعي الدراسة الفواصل لتنظيم عملية القراءة بين موضوعات الصفحة الرئيسية من أجل الفصل بين عناصر الصفحة الرئيسية، وأيضاً للفصل بين عناصر الموضوع نفسه. وتقدمت مساحات البياض عناصر الفصل المستخدمة في الصفحة الرئيسية بنسبة 42.01%، فمن مزاياها منع تكديس المعلومات، وتسهيل عرض المحتوى بأسلوب يساعد على تيسر عملية القراءة. لا سيما عندما يكون هدف المستخدمين القراءة المطولة كما أشارت دراسة⁽⁸¹⁾، تلاها في الترتيب الثاني الإطارات/ الجداول بنسبة 31.09% بالنسبة للمستوى الإجمالي لموقعي الدراسة. أما بالنسبة لكل موقع على حدة فاعتمد موقع الأزهر على مساحات البياض بنسبة 52.38% باعتباره من عناصر الفصل الحديثة، بينما ارتكز موقع دار الإفتاء على الجداول والإطارات بنسبة 50%. ويمكن تفسير هذه النتيجة أنه في حالة عرض موضوعات متقاربة يفضل استخدام الخطوط الرأسية للفصل بين الموضوعات.

جدول رقم (12) أنماط النصوص الفائقة في الصفحة الرئيسية لموقعي الدراسة.

النصوص الفائقة		الأزهر الشريف	دار الإفتاء المصرية
المكان	داخل الموقع	1	1
	خارج الموقع	0	0
الشكل	كلمات مفتاحية	0	0
	أيقونات	1	1
	عناوين	1	1
	صور / رسوم	1	1
	كلمات نصية	0	1
	مسار التنقل	1	1

يتضح من الجدول السابق ما يلي: أ/ بالنسبة لمنطقة الإبحار التي (تمتاز بأنها غيرت عادات القراءة الخطية بإتاحتها فرصة القراءة الحرة وفقاً لرغبات المستخدم)⁽⁸²⁾، فقد سيطر استعمال النصوص الفائقة (الداخلية) في المواقع عينة الدراسة، فلم تستخدم النصوص الفائقة الخارجية لربط الموقع بمواقع أخرى. وارتبط موقع الأزهر الشريف ببعض مواقع الجهات الحكومية (صفحة الشكاوى الحكومية بمجلس الوزراء).

ب/ شكل النصوص الفائقة: تنوعت أشكال الروابط الفائقة في المواقع محل الدراسة، فأخذ بعضها شكل (العناوين والصور/ الرسوم والأيقونات) في موقع الأزهر الشريف. وجاءت (العناوين والكلمات النصية والأيقونات والصورة/ الرسوم) في الصدارة بموقع دار الإفتاء المصرية. ولم يرد استعمال الكلمات المفتاحية بموقعي الدراسة.

ج/ مسار التنقل: استخدم مسار التنقل الفرعي مع النصوص الفائقة؛ ليقدم للقراء تعزيزاً بصرياً يساعدهم على فهم التسلسل الهرمي؛ ليمكنوا من العودة ثانية إلى صفحة البداية في أي وقت بضغطة واحدة، وهو ما يجعل التفاعل مع الموقع أكثر سلاسة.

جدول رقم (13) العناصر التفاعلية في الصفحة الرئيسية لموقعي الدراسة.

العناصر التفاعلية		الأزهر الشريف	دار الإفتاء المصرية
معلوماتية	محركات البحث	1	0
	بسيط		
	متقدم	0	1
	أرشيف المواد التحريرية	1	1
تواصل	التعليقات	0	0
	استطلاعات الرأي	0	0
	البريد الإلكتروني	1	1
	عام للموقع		
تواصل	المحرر	0	0
	مواقع التواصل الاجتماعي	1	1
	أرقام الهاتف	1	1

تشير بيانات الجدول إلى تنوع العناصر التفاعلية التي يتيحها موقعي الدراسة حيث تضمنت:-

1- **عناصر تفاعلية معلوماتية؛** ففعلت محركات البحث، وأرشفة المواد التحريرية؛ لتمنح المستخدمين فرصة الحصول على المعلومات التي يريدونها، وأيضاً تساهم في توفير جهد القراء ووقتهم، ويتفق ذلك مع دراسة⁽⁸³⁾، ولكنها من ناحية أخرى أغلقت المعلوماتية الجماهيرية فلم تفتح المجال أما استطلاعات الرأي، وتعليقات المستخدمين. وهذا عرض تفصيلي للتفاعلية المعلوماتية:-

- استخدام **محركات البحث** في الصفحة الرئيسية بالمواقع عينة الدراسة؛ لتيسير حصول المستخدم على الموضوعات التي يحتاج إليها⁽⁸⁴⁾ بدلاً عن البحث في صفحات الموقع كلها فالوصول السريع إلى الأخبار أمراً مهماً للقراء لمتابعة لأعمالهم. وبهذا يضمن عدم نفور المستخدم، وبقائه مدة أطول داخل الموقع للاستفادة من المعلومات التي يقدمها. وتم وضع أيقونة **البحث** في الجزء الأعلى من رأس الصفحة باعتبارها أول ما يقع عليه عين المستخدم، فجاءت في الصفحة الرئيسية **لموقع الأزهر** وسط الجزء الأعلى من الصفحة، وفي **موقع دار الإفتاء** جاءت في أعلى الجزء الأيسر من الصفحة الرئيسية. ولكن اختلفت هذه الخاصية بين موقعي بحسب الإمكانيات التكنولوجية التي يعتمد عليها كل موقع، ولذا؛ جاءت في أسلوبين هما **(البحث البسيط)** وهو إمكانية البحث عن أي موضوع في مختلف الأقسام، وتكون نتائج البحث عامة. و**(البحث المتقدم)** وهو إمكانية البحث داخل أحد الأقسام، ومن مميزاته أنه يعطي نتائج تفصيلية دقيقة، وقد استخدم أسلوب **(البحث البسيط)** في **صفحة موقع الأزهر الشريف**، وأتيح بخاصية **(البحث المتقدم)** في **صفحة موقع دار الإفتاء المصرية**. - ولم يتوافر بعينة الدراسة محرك (بحث خارجي)، ولعل هذا حتى لا يترك المستخدم تصفح موضوعات الموقع وقراءتها بالانتقال لغيره.

- **أرشفة المواد التحريرية:** استخدم موقعي الدراسة نظام بناء الروابط الداخلية في الأرشفة لمساعدة المستخدم في الحصول على المزيد من المواد التحريرية السابقة، واستردادها بمنتهى الدقة والسلاسة بغرض إتاحة أكبر قدر من الفعالية للمستخدمين الذين يبحثون عن محتوى معين، ومن مزايا الأرشفة الجيدة أنها تحسن من فرصة ظهور الموقع على محركات البحث حيث تقدم ترتيبه في نتائج البحث عبر المتصفحات كـ(جوجل كروم) أو غيره. وقد تم أرشفة الموضوعات

بتسلسل زمني في موقع الأزهر الشريف، فباستخدام الباحثة لكلمة مفتاحية (غزة) وصل الفرز التنازلي حتى عام 2014م، ولكنه افتقر إلى خاصية العد الإجمالي للموضوعات المتاحة. أما الأرشفة في دار الإفتاء فأتاحت بخاصية العد الإجمالي للموضوعات بالإضافة لعملية الفرز التنازلي.

- التعليقات/ استطلاعات الرأي: تبين من التحليل عدم وجود استطلاعات للرأي، وكذلك عدم تفعيل التعليقات والمنتديات بموقعي الدراسة على الرغم من كونها يساعدان المستخدم في التعبير عن رأيه، كما يساعدان الموقع على قياس آراء المستخدمين نحو جودة الموقع من وجهة نظرهم، لإعطائهما مؤشرات حقيقة عن اهتمامات وتفضيلات المستخدمين.

2- تفاعلية تواصلية: والغرض منها تسهيل الاتصال الشخصي مع المستخدمين، وقد أخذت أكثر من بديل، وفيما يلي توضيح لها كما وردت في موقعي الدراسة: أ- تفاعلية تواصلية تزامنية عن طريق توفيرهما أرقام الهواتف، حيث قدمت نموذج لاستقبال الاتصالات تمثلت في أيقونة "اتصل بنا"، والفتوى الهاتفية عن طريق أرقام تليفون من داخل وخارج مصر، إضافة للخط الساخن، وتكون الاتصالات مسجلة. وتفردت دار الإفتاء بإضافة أيقونات بصرية مصاحبة لآلية التفاعل التواصلي لمساعدة القراء حيث استخدمت (سماعة هاتف + شخص) لطلب الفتوى بالهاتف، و(علامة الاستفهام داخل رسالة) لخدمة الاستعلام، بعكس موقع الأزهر الذي اقتصر على المؤثرات اللفظية.

ب- تفاعلية تواصلية غير تزامنية باستخدام بريد إلكتروني عام للموقع، وبريد طلب فتوى بترك رسالة بالفتوى والاستعلام عنها بعد ذلك، وبريد للاستعمال باستخدام كود خاص، وبريد حجز موعد لمقابلة شخصية مع المختصين، كما قدمت صفحة دار الإفتاء عنوان للبريد السريع، ولكن خلا موقعي الدراسة من البريد الخاص بالمحررين أو المشرفين على أقسام الموقع. كذلك وظف موقعاً الدراسة **المواقع الاجتماعية** لممارسة التأثير الاجتماعي والتواصل والاقتراب من المستخدمين كما أشارت دراسة⁽⁸⁵⁾، وكذلك دراسة⁽⁸⁶⁾. وبين التحليل اتحاد الموقعين في استعمال موقع الفيس بوك Facebook والانستجرام Instagram، والتيك توك، ومنصة X، واليوتيوب YouTube، وهي من أشهر المنصات الاجتماعية استخداماً من قبل المستخدمين، وتميز موقع الأزهر باستخدام الواتساب، واستقبلت دار الإفتاء بالتليجرام، وقد وضعت أيقونات المواقع الاجتماعية بجوار بعض في الجزء الأعلى بالجانب الأيسر من الصفحة، وكذا في الجزء الأسفل منها. بعكس صفحة الأزهر الشريف، حيث وضعتها مقسمة على جزئين في أعلى وأسفل الجانب الأيسر من الصفحة. واستخدمت الرمز القديم لمنصة X تويتر سابقاً. وظهرت أيقونات المواقع الاجتماعية دون عبارات لفظية مصاحبة لها؛ لكونها أيقونات مألوفة بالنسبة للقراء ولا تحتاج إلى عبارات توضيحية. ويمكن تفسير هذه العدد والتنوع في توظيف المواقع الاجتماعية بسبب الانتشار الواسع لها بين الجمهور، ورغبة المواقع في تحقيق المزيد من الانتشار، وتوفير قناة للتواصل والتفاعل مع المستخدمين عبر أشهر من المنصات الاجتماعية.

جدول رقم (14) الخدمات المضافة في الصفحة الرئيسية للموقعي الدراسة.

الخدمة المضافة	الأزهر الشريف	دار الإفتاء المصرية
تعددية اللغات	0	1
التطبيقات الإلكترونية	1	1
الأخبار الهامة	1	1
إصدارات الموقع	1	1
روابط مواقع أخرى	1	0

1	0	مواقيت الصلاة
1	0	البث المباشر
0	0	إمكانية الوصول لذوي الإعاقة
0	1	الطباعة/ التحميل
1	0	الإرسال عبر المواقع الاجتماعية

- من الجدول السابق يتضح: وجود تمايز بين الخدمات التي يقدمها موقعي الدراسة لمستخدميها، ويمكن عرضها على النحو التالي:- أ- اللغات المضافة: تتيح الصفحات محل الدراسة عدد من اللغات المشهورة إلى جانب اللغة العربية، فيتمكن المستخدم بواسطتها من استخدام الموقع بلغته، أو اللغة التي يفضلها عن طريق أيقونة مميزة تحمل معني دلالي واحد بين كل المستخدمين، ومن مزايا تحديد الوسم الخاص بتحديد اللغة أنه يساعد التقنيات على فهم قواعد اللغة المستخدمة، وعرض المحتوى بشكل صحيح⁽⁸⁷⁾ حيث دعم موقع دار الإفتاء المصرية صفحته الرئيسية بلغات متعددة غير لغته الأصلية (اللغة العربية)، ويظهر هذا اهتمامه بالجمهور غير الناطق باللغة العربية إلى جانب اهتمامه بالجمهور العربي⁽⁸⁸⁾ سواء في مصر أو في الخارج، ومن أشهر اللغات المستعملة (اللغة الإنجليزية، الفرنسية، الأردنية، السواحلية، الأمهرية⁽⁸⁹⁾)، فبمجرد دخول المستخدم إلى الموقع يستطيع تحديد اللغة التي يرغب فيها عن طريق النقر على أيقونة اختيار اللغة التي توجد في أعلى الجزء الأيمن من الصفحة عندما يكون الدخول باللغة العربية، وفي حالة استخدام لغة أخرى غير العربية فتوجد في أعلى الجزء الأيسر من الصفحة. في حين اعتمدت الصفحة الرئيسية لموقع الأزهر الشريف على اللغة العربية فقط، ولكن تضمنت بعض الصفحات الداخلية لغة واحدة مضافة أو ثلاث لغات إلى جانب اللغة العربية كالصفحة الداخلية لمشايخة الأزهر، والفتوى الإلكترونية، ومجمع البحوث، باستثناء مرصد الأزهر الذي تضمن 12 لغة إلى جانب اللغة العربية. وتؤثر تعددية اللغة على الموقع من ناحية مراعاة قواعد التصميم في حالة اختيار المستخدم للغة أخرى غير العربية للدخول إلى الموقع، فتصميم المواقع العربية يركز على الجانب الأيمن من الشاشة، بعكس تصميم المواقع الناطقة بغير العربية حيث يتم التركيز على الجانب الأيسر من الشاشة. ويتضح هذا مع عرض المجال المرئي للشاشة باستخدام F11 في شاشة جهاز الكمبيوتر لعرض الصفحة الرئيسية باللغة العربية للمواقع عينة الدراسة ستلاحظ مجيء المجال المرئي في وسط الشاشة بالنسبة للمستخدم العربي؛ لأن اتجاه القراءة يبدأ من جهة اليمين، وترتبط جودة هذه الخدمة بطبيعة الخطوط المستخدمة في الموقع لنلا يحدث خلل تصميمي عند التحويل من لغة لأخرى، ولذلك يتم اختيار خطوط ثنائية اللغة.

- التطبيقات: استخدم موقعي الدراسة التطبيقات على الهاتف المحمول، بسبب تغير الاستهلاك الإعلامي الناتج عن الاندماج التكنولوجي بين تكنولوجيا الحواسيب الشخصية وتكنولوجيا المحمول⁽⁹⁰⁾ حيث وظفت الصفحة الرئيسية لموقع دار الإفتاء المصرية 3 تطبيقات للمستخدمين (Google Play، App Gallery، App Store)؛ لتكيف الوصول عن طريق الهاتف الذكي، فمن مزايا هذه الخدمة أنها توفر واجهة مستخدم تستفيد من إمكانات شاشة أجهزة الهاتف المحمول كاللمس والحركة، بجانب إمكانية استخدام المحتوى دون الحاجة للاتصال بالإنترنت أحياناً، بالإضافة لإرسال إشعارات؛ لاطلاعهم على آخر الأخبار والمستجدات، وقامت الباحثة بفتحها للتجريب الدخول والتواصل ووجدته مفعلاً، بعكس موقع الأزهر حيث استخدم تطبيق واحد (Google Play)، وبالدخول إليه لم يكن مفعلاً.

- إصدارات الموقع: خصصت صفحة دار الإفتاء المصرية تبويماً للإعلان عن الإصدارات الخاصة بها، وتضمن (المجلة- المؤتمرات- الكتب والموسوعات) بمجرد الضغط عليه تنتقل إلى صفحة

الإصدارات، كما عرضت شريطاً متحركاً يعرض ملخصات لإصدارات الدار، لتزويد المهتمين بالمراجع حول مختلف الموضوعات التي تهتم بها الدار، في حين لم يهتم موقع الأزهر بذلك.

- **خدمة الأخبار الهامة:** اهتمت عينة الدراسة بوضع أهم الفاعليات التي تقام والأخبار في شريط أفقي متحرك بشكل دوري، وضع في الجزء الأعلى من جسم الصفحة الرئيسية، ومن مزاياها أنها تسمح للمستخدمين بقراءة، ومعرفة آخر تحديثات الأخبار بأسلوب يمكن المستخدم من متابعة الموضوعات التي يريدها، كما يحقق للموقع تنافسية مع غيره من الوسائل الاتصالية، فضلاً عن أن خاصية الحركة التي تتميز بها هذه الشرائط تسهم في جذب انتباه المستخدم للمحتوى.

- **البث المباشر:** استخدم موقع دار الإفتاء لقطات حية في عرض الموضوعات، وخدمة مواقيت الصلاة، بخلاف موقع الأزهر الشريف الذي قدم خدمة (روابط مواقع أخرى). وافتقد موقعي الدراسة لخدمة إمكانية الوصول التي تساعد ذوي الإعاقة على الاستفادة من محتويات موقعي الدراسة. ويتفق هذا مع دراسة⁽⁹¹⁾ وكذلك دراسة⁽⁹²⁾ التي أشارت إلى تدني اهتمام المواقع العربية بمعايير الوصول التي وضعتها منظمة الويب العالمية W3C.

- **الطباعة/التحميل/الإرسال عبر المواقع الاجتماعية:** استخدم موقعي الدراسة الخدمات البرمجية التي تجعل المعلومات قابلة للتداول من قبل المستخدم عبر إتاحة طباعتها أو تحميلها أو تداولها مع آخرين أو إرسالها لنفسه عبر المواقع الاجتماعية. وقد فعلت الصفحة الرئيسية لموقع الأزهر الشريف خاصية الطبع والتحميل، أما صفحة دار الإفتاء المصرية ففعلت خاصية المشاركة عبر المواقع الاجتماعية كـ (الفيس بوك، والواتساب، والتليجرام، منصة إكس) بوضعها أسفل الموضوعات التي تنشرها.

خاتمة الدراسة، ونتائجها العامة:

باتت الاستفادة من مزايا التصميم الإلكتروني التي تُترجم مكونات الصفحة الرئيسية للمواقع الإسلامية فنياً بتوظيف المؤثرات البصرية أمر ضروري؛ لتصبح وجهة إلكترونية سلسلة للقراءة تلبي احتياجات القراء من مختلف الأجناس بالإضافة لذوي القدرات الخاصة، وتوجههم نحو متابعة القراءة، ومن هذا المنطلق قامت الدراسة الحالية بتحليل المؤثرات البصرية في الصفحة الرئيسية بالتطبيق على موقعي الأزهر الشريف ودار الإفتاء المصرية، وعلاقتها ببسر القراءة. وخلصت إلى النتائج الآتية:-

- اتباع موقعي الدراسة في تصميم موضوعات الصفحة الرئيسية من ناحية اتجاه العرض (الأسلوب) العمودي الرأسى (العنوان + أسفل الصورة + أسفل المتن). أما من ناحية تصميم الصفحة فاعتمدت الأسلوب المختلط.
- جمع تصميم الشعار في الصفحات الرئيسية محل الدراسة بين المؤثرات البصرية اللفظية، والرمزية، واللونية، وارتبطت بالتعبير عن الهوية التابع لها لتمييز الموقع عن المواقع الأخرى، كما امتاز بالثبات التصميمي طوال فترة الدراسة.
- استعمال عائلة الخطوط حيث تضم خاصية font-family التي تناسب شاشة الكمبيوتر؛ مما يزيد من قابلية قراءة النص، واستعمل في الخط الأعداد الافتراضي للنظام 100%، وحجم الخط: 16 بكسل لضمان المزيد من المستقبلات البصرية لقراءة رمز على الشاشة، وارتفاع الخط: 19.696 بكسل، والمحاذاة عمودية: خط أساسي، وتباعداً الحروف: عادي، تباعد الكلمات: صفر بكسل، وزن الخط: 400، نمط الخط: عادي.
- تقديم موقعي الدراسة صوراً مصاحبة للمضامين، وغلب استعمال الصورة الموضوعية 57.56%، وأتى نسق JPG بنسبة 55.35%، وتصدر استخدام المستطيل الأفقي.

- توزيع الصفحات للألوان بشكل متلائم مع طبيعتها، حيث ظهرت الاستفادة منها الألوان في تحديد الطابع العام بالنسبة للأرضيات، والعناوين، والنصوص، والأيقونات، والصور، والفواصل لأن الاختيار الصحيح للون يُحسن من قابلية الاستخدام والجاذبية البصرية للموقع الإلكتروني.

- استخدام موقعي الدراسة الفواصل لتنظيم عملية القراءة بين موضوعات الصفحة الرئيسية من أجل الفصل بين عناصر الصفحة، وأيضاً للفصل بين عناصر الموضوع نفسه، وتقدمت مساحات البياض عناصر الفصل المستخدمة في الصفحة الرئيسية بنسبة 42.01%.

- سيطر استعمال النصوص الفائقة (الداخلية) في المواقع عينة الدراسة، فلم تستخدم النصوص الفائقة الخارجية لربط الموقع بمواقع أخرى.

- تنوع العناصر التفاعلية التي يتيحها موقعي الدراسة حيث تتضمن: 1- عناصر تفاعلية معلوماتية؛ لتمنح المستخدمين فرصة الحصول على المعلومات التي يريدونها كما تساهم في توفر جهد ووقتهم. 2- تفاعلية تواصلية: الغرض تسهيل الاتصال الشخصي مع المستخدمين.

- تميزت الخدمات التي يقدمها موقعي الدراسة لمستخدميها، وافقدهما لخدمة إمكانية الوصول التي تساعد ذوي الإعاقة أو كبار السن على الاستفادة من المحتويات.

توصيات الدراسة:

- التعاون بين مصممي المواقع الإلكترونية والباحثين لحل مشكلات التصميم التي تقع فيها المواقع الإلكترونية، وتنسب في عسر القراءة من قبل المستخدمين.

- الاهتمام بمراعاة قدرات القراء وميولهم حيث تساعد في تحقيق متطلبات القراءة، وتسهل لهم فرصة الوصول إلى المعلومات بسرعة ودون إجهاد بصري.

- مواكبة التقنيات الجديدة في مجال برمجيات التصميم الرقمي للإفادة منها في تحقيق مؤثرات بصرية فاعلة في بيئة تصميم الصفحة الرئيسية.

- التأكيد على التوظيف المتوازن لمختلف المؤثرات البصرية المستعملة في تصميم الهيكل العام للصفحة، وكذلك الموضوعات لتحقيق تأثيراً بصرياً يعزز من قدرة المستخدمين على القراءة.

- الاهتمام بالمؤثرات التفاعلية التي تمنح المستخدمين تفاعلية أكبر على إبداء الرأي (التعليقات- استطلاعات الرأي) حيث تتيح للمستخدم المشاركة في صناعة الأحداث.

هوامش الدراسة:

¹ أميمة أحمد عوض (2025)، أثر تصميم العناصر الوظيفية في واجهات المواقع التسويقية الموجهة للهواتف المحمولة على تجربة المستخدم: دراسة شبه تجريبية، المجلة الدولية لقياسات الرأي العام، ع1، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي.

² رحمة محمود سالم ثابت (2024)، إخراج وتصميم العناصر البنائية التقليدية في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية دراسة تحليلية مقارنة، المجلة الليبية لبحوث الإعلام، ع4، جامعة بنغازي، كلية الإعلام.

³ Shuaiqi Roger Shen & Others (2024), Dynamic content layout optimization for news website front pages, Journal of Modelling in Management, Vol. 19 No. 6, DOI 10.1108/JM2-01-2024-0015

⁴ Ni Ketut Mirah Dewi Arsani & Others (2024), Visual and Verbal Elements on Kerta Gosa Website: A Discourse Analysis Approach, Proceedings Of International Conference On Communication Science (1):47-53, DOI:10.29303/iccsproceeding.v3i1.820

⁵ رنيم يحيى سالم (2024)، إخراج الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية السعودية والأمريكية: " دراسة تحليلية مقارنة لصحيفة سبق الوثام واشنطن بوست، نيويورك بوست"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع38، جامعة الملك سعود، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال.

- ⁶ منال محمد أبو المجد (2024)، جودة أساليب تصميم واجهات المواقع الإخبارية وأثرها علي فعالية الموقع لدى المستخدمين دراسة شبة تجريبية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع15، جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال.
- ⁷ أرزاق عبد الخالق عبد العزيز (2024)، توظيف أساليب التصميم المقنع في المنشورات الإلكترونية علي صفحات شركات الاتصالات المصرية: دراسة تحليلية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع16، جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال.
- ⁸ مرفت صبري محمد عزب (2023)، العناصر البنائية والشكلية للمواقع الإخبارية الإلكترونية العربية دراسة مقارنة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع26، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة والنشر.
- ⁹ Fatima Ahmed Mohamed & Madinah Sheikh Abdul Aziz (2022), The Cues Constitute to Deception in Islamic- Websites Text and Design: Findings from The Interview with Experts, vol2, International Journal on Perceptive and Cognitive Computing (IJCCC).
- ¹⁰ مأمون محمد إسلام وتومي فضيله (2022)، إخراج وتصميم الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية الجزائرية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، ع 6، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي تبسة.
- ¹¹ بيرق حسين جمعة الربيعي (2020)، الإقناع البصري لتصميم الصفحة الرئيسية في المواقع الإخبارية دراسة تحليلية، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، ع 51، جامعة بغداد، كلية الإعلام.
- ¹² هاني إبراهيم محمد السمان (2020)، تقنيات تصميم الصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت (دراسة تحليلية) مجلة كلية الآداب، ع 54، جامعة سوهاج، كلية الآداب.
- ¹³ رنيم يحيى باعثمان (2019)، إخراج الصحف السعودية الإلكترونية وعلاقته بانقرائية الجمهور لهذه الصحف دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع12، المؤسسة العربية للعلوم ونشر الأبحاث.
- ¹⁴ محمد توفيق عبد الفتاح (2019)، الوصول إلى الصفحة الأولى من صفحات الجرائد الرسمية المصرية لضعاف البصر والمكفوفين، مجلة الفنون والعلوم التطبيقية، ع2، جامعة دمياط، كلية الفنون التطبيقية.
- ¹⁵ رحاب الداخلي محمد (2018)، الهوية البصرية في تصميم المواقع الإلكترونية للصحف "المواقع الرياضية أنموذجاً"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع22، جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام.
- ¹⁶ هاني إبراهيم أحمد البطل (2018)، عناصر تصميم مواقع الصحف الإلكترونية المصرية دراسة تحليلية مقارنة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع20، جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام.
- ¹⁷ ماجد سالم تزيان، عيبر محمد سليم (2017)، تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية دراسة تحليلية مقارنة، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، ع25، الجامعة الإسلامية بغزة، شئون البحث العلمي والدراسات العليا.
- ¹⁸ ليث عبد الستار عيادة (2016)، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية العراقية وعلاقتها بجذب المتصفحين لها، مجلة الباحث الإعلامي، ع 31، جامعة بغداد، كلية الإعلام.
- ¹⁹ سامح مصطفى ذكي حسان (2015)، تقييم تصميم الصفحة الأولي: صحيفة الجارديان الإلكترونية من عام 1996 إلي 2015، مجلة التصميم الدولية، ع1، الجمعية العلمية للمصممين.
- ²⁰ حردان هادي صايل (2014)، تحليل عناصر الجودة في المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت: دراسة تحليلية للصفحة الرئيسية للمواقع الإسلامية المتاحة باللغة HOME PAGE العربية مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع2، الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- ²¹ انتصار رسمي (2010)، ابتكار أسلوب تصميمي للصفحة الرئيسية للصحف الرقمية العربية المنشورة على شبكة الإنترنت، مجلة الأكاديمي، ع56، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة.
- ²² John Knox (2007), Visual-verbal communication on online newspaper home pages, Vol 6, <https://doi.org/10.1177/1470357207071464>
- ²³ بركات عبد العزيز (2012)، مناهج البحث الإعلامي "الأصول النظرية ومهارات التطبيق"، دط، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ص56.
- ²⁴ محمد عبد الحميد (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، القاهرة، دار عالم الكتب، ص153.
- ²⁵ عرضت الاستمارة على السادة المحكمين، رتبت أسماؤهم أبجدياً وفقاً للدرجة العلمية:-
- أ.د/ أسامة عبد الرحيم، أستاذ الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- أ.د/ آيات أحمد رمضان، أستاذ الصحافة والنشر، كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر.

- أ.د/ جمال عبد الحي النجار، أستاذ الصحافة والنشر، كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر.
- أ.د/ حلمي محمود محمد محسب، عميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي.
- أ.م.د/ إبراهيم بسيوني، أستاذ الصحافة والنشر المساعد، كلية الإعلام بنين، جامعة الأزهر.
- أ.م.د/ دعاء عبد الحكم الصعيدي، أستاذ الصحافة والنشر المساعد، كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر.
- أ.م.د/ مصطفى شكري محمد، أستاذ الصحافة والنشر المساعد، كلية الإعلام بنين، جامعة الأزهر.
- ²⁶ كريم محمد عادل عبد العظيم(2018)، بسر استخدام تطبيقات الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحية لمواقع الصحف والمواقع الإخبارية دراسة مقارنة بين التطبيقات المصرية والأجنبية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع 14، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 183.
- ²⁷ مأمون محمد إسلام وتومي فضيلة، مرجع سابق، ص 35.
- ²⁸ هاني إبراهيم محمد السمان، مرجع سابق، ص 511.
- ²⁹ Eiman Negm & Passent Tantawi(2015), Investigating the Impact of Visual Design on Consumers' Perceptions towards Advertising , International Journal of Scientific and Research Publications, Vol 5, p: 2.
- ³⁰ İlknur Aydoğdu Karaaslan (2019), The Design of Online Newspapers: A Comparative Analysis on Online Newspapers , Part I: International Perspectives on Digital Communication, © Peter Lang GmbH Internationaler Verlag der Wissenschaften, p269.
- ³¹ - عبابو عبد الجواد، بوخموشه إلياس (2022)، إشكالية المؤثرات البصرية الرقمية في تنمية الفكر السينمائي، مجلة النص، ع3، جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس، ص 694.
- ³² سلوى أحمد أبو العلا (2018)، تصميم المواقع الإلكترونية في ضوء الاتجاهات الحديثة دراسة تحليلية من المستوى الثاني، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع 14، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 58.
- ³³ Alireza Bonyadi and Moses Samuel(2013), Headlines in Newspaper Editorials: A Contrastive Study, April-June 2013: p:p1-2, DOI: 10.1177/2158244013494863
- ³⁴ محمد محمد علي عمارة (2021)، سيميائية توظيف التقنيات الرقمية في بنية أفلام الخيال العلمي فيلم (Spider-Man: Far from Home) أنموذجاً، المجلة العلمية لبحوث الرأي العام، ع3، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 365.
- ³⁵ شيرين محمد أحمد عمر(2017)، تأثير شكل ولون وحجم نصوص الأخبار الإلكترونية في العمليات الإدراكية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع2، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 432.
- ³⁶ بشرى محسن ياسر(2018)، المؤثرات البصرية البصرية في بنية تصميم الإعلان، مجلة كلية التربية الأساسية، ع102، الجامعة المستنصرية، كلية التربية الأساسية، ص 582.
- ³⁷ سالي أسامة شحاته (2022)، الإقناع البصري في تصميم صفحات معالجة قضايا التنمية المستدامة بالمواقع الإخبارية الصحفية مبادرة حياة كريمة نموذجاً، مجلة البحوث الإعلامية، ع 3، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بنين، ص 1437.
- ³⁸ منال محمد أبو المجد، عبدالله عبد الرحيم محمد(2020)، التوجيه البصري وأثره على إدراك المضمون الاخباري في المواقع الصحفية دراسة شبه تجريبية، مجلة البحوث الإعلامية، ع54، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بنين، ص 4132.
- ³⁹ بيرق حسين جمعة الربيعي (2020)، مرجع سابق، ص 114.
- ⁴⁰ نادية محمد عبد الحافظ (2015)، تعرض الشباب الجامعي للمواد البصرية وعلاقتها باستجاباتهم المعرفية والبصرية (دراسة شبه تجريبية)، مجلة بحوث الرأي العام، ع2، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 593.
- ⁴¹ سعيد محمد الغريب (2017)، استخدام فن الإنفو جرافيك في المواقع الإلكترونية المصرية دراسة تحليلية مقارنة بين الشكل والمضمون، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع2، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 8.
- ⁴² أسماء محمد بهاء الدين مصطفى (2023)، تأثير الابهار البصري على إدراك الواقع السياحي بالتطبيق على أغلفة المجلات السياحية دراسة شبه تجريبية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع14، جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام، ص 470.
- ⁴³ شيماء السيد سالم (2015)، تأثير العناصر البصرية واللفظية لعبوات المنتجات الغذائية على القرار الشرائي للمستهلك، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع2، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 134.

- 44 بشرى محمود مصطفى (2024)، الحركة البصرية ودورها في تصميم المطبوعات الإعلانية، مجلة كلية التربية الأساسية، ع30، الجامعة المستنصرية، كلية التربية الأساسية، ص350.
- 45 رضا صلاح محب الدين (2017)، المزاوجة التيبوغرافية، مجلة بحوث التربية النوعية، ع46، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، ص 686.
- 46 مؤمن محمد سلامة الخوالدة (2025)، الأبعاد الإخراجية في تصميم واجهات برامج البودكاست في الصحافة العربية الرقمية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع31، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ص 588.
- 47 مصطفى شكري محمد علوان (2024)، تصميم المواقع العربية والأجنبية الموجهة لذوي الإعاقة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع29، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 164.
- 48 رحمة محمود سالم ثابت، مرجع سابق، ص87.
- 49 أميمة أحمد عوض، مرجع سابق، ص186.
- 50 ماجد إبراهيم حسن المنزلاوي (2022)، جودة تصميم المواقع الصحفية في عصر التحول الرقمي دراسة تحليلية على عينة من المواقع المصرية والأجنبية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع80، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 1126.
- 51 أميمة أحمد عوض، مرجع سابق، ص 185.
- 52 Rasheed Nass & Others (2013), Evaluating design features of Islamic websites: a Muslim user perception , 5th International Conference on Information and Communication Technology for the Muslim World, <http://www.ejisdc.org> .
- 53 ليث عبد الستار عيادة، مرجع سابق، ص123.
- 54 Sara Alves & Andreia Pinto de Sousa (2023), The Impact of Visual Design on Public Participation. Case Study in Cyberjournalism, Perspectives on Design and Digital Communication IV, Springer Series in Design and Innovation, p35, https://doi.org/10.1007/978-3-031-41770-2_3
- 55 John Knox, p 23.
- 56 مأمون محمد إسلام وتومي فضيله، مرجع سابق، ص38.
- 57 هاني إبراهيم محمد السمان، مرجع سابق، ص 523.
- 58 ماجد إبراهيم حسن (2022)، جودة تصميم المواقع الصحفية في عصر التحول الرقمي دراسة تحليلية على عينة من المواقع المصرية والأجنبية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع80، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص1124.
- 59 هاني إبراهيم أحمد البطل، مرجع سابق، ص 20.
- 60 نرمين علاء الدين (2022)، تمثيل أبعاد الهوية الوطنية في التصميمات البصرية للأحداث الرياضية الكبرى: دراسة كيفية التطبيق على العالم، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع24، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص52.
- 61 هدى فاضل عباس (2012)، تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية والتواصل المعرفي (مواقع الصحف العراقية)، مجلة كلية التربية الأساسية، ملحق ع75، الجامعة المستنصرية، كلية التربية الأساسية، ص 390.
- 62 حلمي محمود محسب (2017) تأثيرات محددات الرؤية على مسار العين في الصحف الإلكترونية العربية دراسة شبة تجريبية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع59، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص278.
- 63 بشرى محمود مصطفى (2024)، الحركة البصرية ودورها في تصميم المطبوعات الإعلانية، مجلة كلية التربية الأساسية، ع 30، الجامعة المستنصرية، كلية التربية الأساسية، ص 348.
- 64 مرفت صبري محمد عزب، مرجع سابق، ص 666.
- 65 Nafiseh Hojjati & Balakrishnan Muniandy (2014), The Effects of Font Type and Spacing of Text for Online Readability and Performance, CONTEMPORARY EDUCATIONAL TECHNOLOGY, 2014, 5(2), p: 171.
- 66 Deepti Majumdar & Dhurjati Majumdar (2011), Readability, Subjective Preference and Mental Workload Studies on Young Indian Adults for Selection of Optimum Font Type and Size during Onscreen Reading , Al Ameen J Med Sci; Volume 4, No.2, p:140.
- 67 محمد محفوظ الزهري (2018)، الأنفوجرافيك واستخداماته في تسويق الخدمات الإلكترونية لأنشطة العلاقات العامة تحلي دلالي، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة، ع 14، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص5.
- 68 رحمة محمود سالم ثابت، مرجع سابق، ص95.
- 69 مأمون محمد إسلام وتومي فضيله (2022)، مرجع سابق، ص38.

- ⁷⁰ حسني رفعت حسني (2019)، معايير جودة الصورة الصحفية في المواقع الإلكترونية الإخبارية، مجلة الباحث الإعلامي، ع46، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ص 141.
- ⁷¹ منار فتحي محمد (2011)، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العالم العربي، ص 106.
- ⁷² Nidal Al Said & Khaleel M. Al Said, P: 407.
- ⁷³ محمد محمد علي عمارة، مرجع سابق، ص364.
- ⁷⁴ أسامة عزت مرسي زعي (2018)، الألوان وتأثيرها على البيئة والتصميم الداخلي، مجلة كلية الآداب، ع113، جامعة المنوفية، كلية الآداب، ص 8-9.
- ⁷⁵ مليكة عجيمي، جمال جورديخ (2020)، جماليات توظيف اللون في الصحافة المكتوبة نماذج من الصحف الملونة، مجلة جماليات، ع1، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، مخبر الجماليات البصرية في الممارسات الفنية الجزائرية، ص 325، 326.
- ⁷⁶ شيرين محمد أحمد عمر، تأثير شكل ولون وحجم نصوص الأخبار الإلكترونية في العمليات الإدراكية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع2، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 438.
- ⁷⁷ Durdana Ozretić Došen & Lidija Brkljačić (2018), Key design elements of daily newspapers: Impact on the reader's perception and visual impression, KOME – An International Journal of Pure Communication Inquiry, Vol X Issue Y, p. x-x, DOI: 10.17646/KOME.75692.93
- ⁷⁸ محمد توفيق عبد الفتاح، مرجع سابق، ص4.
- ⁷⁹ رنيم يحيى باعثمان، مرجع سابق، ص 152.
- ⁸⁰ زينب عبد الوهاب صالح (2023)، الإقناع البصري في تصميم المواقع الإلكترونية الصحية وأثره على اتجاهات الشباب الجامعي نحو المضمون الصحي (دراسة شبه تجريبية)، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع14، جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام، ص 199.
- ⁸¹ Manuela Müller (2011), Typography, getting the hang of web typography, Germany, Smashing Media GmbH, Freiburg, p 36.
- ⁸² سعيد محمد الغريب (2017)، الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات تصميم الصحف المطبوعة والصحف الإلكترونية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع 12، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 2.
- ⁸³ بيرق حسين جمعة الربيعي، مرجع سابق، ص119.
- ⁸⁴ İlknur Aydoğdu Karaaslan, p: 265.
- ⁸⁵ بيرق حسين جمعة الربيعي، مرجع سابق، ص120.
- ⁸⁶ حسام الدين محمد رفعت أبو سريخ (2019)، مواقع الحديث الشريف علي شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة، المجلة المصرية لعلوم المعلومات، ع1، جامعة بني سويف، كلية الآداب، ص155.
- ⁸⁷ مصطفى شكري محمد علوان، مرجع سابق، ص186.
- ⁸⁸ سلوى أحمد محمد أبو العلا (2016)، أساليب تحقيق التفاعلية في تصميم المواقع الإلكترونية السياحية الرسمية دراسة تحليلية مقارنة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع3، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص437.
- ⁸⁹ وداد هارون أحمد محمد أرباب (2023)، الوظيفة الاتصالية للمواقع الإلكترونية الإسلامية وفعاليتها في نشر المحتوى الديني على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الحكومية، ع40، جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، ص142.
- ⁹⁰ سماح الشهاوي (2016)، تفضيلات المستخدمين لتصميم المواقع الإخبارية المصرية على الهواتف المحمولة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع1، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص48.
- ⁹¹ مصطفى شكري علوان، مرجع سابق، ص162.
- ⁹² هبة فتحي دنيا (2020)، المواقع الإلكترونية العربية للفتوى والإرشاد: دراسة تحليلية مقارنة لمعمارياتها ومحتواها المعلوماتي، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، ع1، الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات والأرشيف، ص157.