

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



■ رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

■ رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

■ مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

■ مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.م.د / إبراهيم بسيوني - الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

■ سكرتير التحرير: د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

■ التدقيق اللغوي: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● العدد السادس والسبعون - الجزء الثاني - ربيع الثاني ١٤٤٧هـ - أكتوبر ٢٠٢٥م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي عبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة
المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم،
الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة
الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات
ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات
وفقاً للقواعد الآتية:

○ يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين
المتخصصين في تحديد صلاحية المادة
للتنشر.

○ ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة
علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.

○ لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا
يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة
الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.

○ يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي
والفرعي) عن ٢٠ كلمة.

○ يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية
وأخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠
كلمة.

○ يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث
مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD،
على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه
على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع
والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في
نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.

○ لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها
وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم
الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر
مادة نشرت فيها.

○ تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.

○ ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

٨٣٣

■ تمثيلاتُ المشاعرِ في الأخبارِ الرَّقْمِيَّةِ الخوارزمية: مقارنةٌ سيميولوجيةٌ
في تحليلِ الذكاءِ العاطفيِّ الآليِّ أ.م.د/ أسماء أحمد أبو زيد علام

٩٠١

■ دور الدراما التليفزيونية في تعزيز الوعي المجتمعي وكسر حاجز الصمت
تجاه التحرش بالأطفال: دراسة حالة لمسلسل (لام شمسية) وتحليل
لوقائع تحرش بالأطفال في السياق المصري المعاصر
أ.م.د/ إيمان عاشور سيد حسين

٩٧٥

■ تحليل فعالية تطبيق بلاغ تجاري في إدارة اتصال الأزمات: دراسة وصفية
في مدينة أبها، منطقة عسير د/ محمد عبد الرحمن الأسمرى
رنا تركي الرساسمة

١٠٥٥

■ فاعلية الاستثمار الرياضي في تشكيل الصورة الذهنية للدول العربية
لدى الجمهور المصري والإنجليزي «دراسة ميدانية»
د/ رضا رجب مبروك صالح

١١٦٧

■ توظيفُ السُّردِ القصصِيِّ في بناءِ هُويَّةِ العلامةِ التَّجاريَّةِ للشركات
الناشئة في برنامج شارك تانك مصر Shark Tank Egypt -دراسةٌ تحليليةٌ
د/ هيام سعد أبو الفتوح طلخان

١٢٨٥

■ دور العناصر البنائية التصميمية لرأس الصفحة في تشكيل الهوية
البصرية للمواقع الصحفية الإلكترونية (دراسة تحليلية مقارنة)
د/ مروة سعيد شعبان خليفة

- تأثير التصميم الأرغونومي لإعلانات الفيديو بزاوية 360° على تعزيز الانغماس لدى جيل Z في تجارب التجارة الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية
١٣٤٣ د / شيماء محسن محمد مبارك
-
- العوامل المؤثرة في فاعلية صحافة المواطن في المواقع الإخبارية المصرية والتحديات التي تواجهها- دراسة تطبيقية د / ليديا صفوت إبراهيم
١٤٣١
-
- اتجاهات طلاب الإعلام نحو المراهنات الإلكترونية وعلاقتها بتشكيل السلوكيات العدائية لديهم.. دراسة ميدانية
١٤٩١ د / نشوى فتحي المغاوري حماد
-
- معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الجرائم الإلكترونية
١٥٤٥ ماجدة أحمد شمس
-

تقييم «مجلة البحوث الإعلامية» لآخر ست سنوات

						
م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	نقاط المجلة السنة
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2025 7
2	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2024 7
3	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023 7
4	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2022 7
5	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2021 7
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2020 7

دور العناصر البنائية التصميمية لرأس الصفحة في تشكيل الهوية
البصرية للمواقع الصحفية الإلكترونية (دراسة تحليلية مقارنة)

- The Role of Header Design Structural Elements in
Shaping the Visual Identity of Online News Websites
(A Comparative Analytical Study)

د/ مروة سعيد شعبان خليفة ●

مدرس الصحافة بكلية الإعلام- جامعة عين شمس

Email: marwa.said@masscomm.asu.edu.eg

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة تحليل العناصر البنائية التصميمية المكونة لرأس الصفحة في المواقع الصحفية الإلكترونية المصرية، وما تنتجه من دلالات متوافقة مع مضمون الموقع، ودورها في تشكيل هوية بصرية واضحة ومميزة تعبر عنها لجذب انتباه المستخدمين بالبيئة الرقمية، بتطبيق دليل التحليل الكيفي السيميولوجي على مواقع (اليوم السابع- المصري اليوم- مصراوي- الوطن)، وقد تبين اتفاق مواقع الدراسة في ترسيخ هوية بصرية مميزة في ذهن القارئ من خلال اسم الموقع والشعار بنوعيه النصي والمُصوّر، إضافة لاستخدام ألوان ثابتة تجعله واضحًا ومرئيًا لتعكس شخصية الموقع، كما اتضح فاعلية الرموز غير اللفظية التي استخدمتها المواقع لتعكس معانٍ تؤكد هويتها، وقد تبين فاعلية الأيقونات البصرية في تحقيق التميّز البصري لدى المستخدمين.

الكلمات المفتاحية: الهوية البصرية، المواقع الصحفية الإلكترونية، واجهة الموقع، التحليل السيميولوجي، التصميم الجرافيكي.

Abstract

This study aimed to analyze the structural design elements that make up the header section of Egyptian online news websites, and the meanings these elements convey in alignment with the website's content. It also examined their role in forming a clear and distinctive visual identity that attracts user's attention in the digital environment. A qualitative semiotic analysis guide was applied to the websites Youm 7, Al-Masry Al-Youm, Masrawy and Al- Watan.

The findings showed a consensus among the analyzed websites in reinforcing a distinctive visual identity in the reader's mind through the site name, both textual and visual logos and the consistent use of specific colors that make the brand clear and visible, reflecting the site's personality. Additionally, the effectiveness of non-verbal symbols used by the websites was evident, as they conveyed meanings that reinforce their identity. Moreover, visual icons were found to play a significant role in achieving visual distinction among users.

Keywords: Visual Identity, Digital News Websites, Website Interface, Semiotic Analysis, Graphic Design.

تُعد الهوية البصرية للصحيفة محور الاتصال البصري الذي توظفه الصحف لتحقيق أهدافها، حيث تمثل رأس الصفحة البؤرة البصرية المهمة؛ إذ تقع عليها عين القارئ مباشرة كونها تمثل الهوية المميزة والواضحة لكل صحيفة؛ لذلك يعتمد تصميم هوية مميزة للمواقع الصحفية الإلكترونية في بنائها الشكلي، على ما تنتجه من دلالات متوافقة مع مضمون الصحيفة وسياساتها التحريرية المتبعة، مما يجعل للموقع الإلكتروني شخصية تميزه عن غيره من المواقع، وهذا يعزز بدوره الصورة الذهنية لدى المتلقي، من خلال صياغة مبتكرة للدلالات والرموز التي تعمل على تكوين روابط عاطفية ووجدانية وعقلية بين المتلقي والموقع الصحفي.

وفي الوقت الذي أصبح التحول من النمطية إلى الابتكار ضرورة ملحة بسبب المنافسة الشديدة بين المواقع الإلكترونية على جذب انتباه وتهيئة المتلقي لقبول مضمون الصحيفة، ظهرت الحاجة لتحول الهوية البصرية التقليدية (المطبوعة) للصحف المصرية إلى هوية بصرية (رقمية) واضحة ومميزة تعبر عنها بصرياً.

لذلك يمثل التصميم أحد العوامل الأساسية التي تسهم في نجاح المواقع الصحفية الإلكترونية، إذ أحدث التطور التكنولوجي طفرة هائلة سمحت بأن يتضمن الموقع الإلكتروني عديداً من الإمكانيات والمزايا الجمالية والتفاعلية على حد سواء، إذ تُعد أسس التصميم الفنية في المواقع الإلكترونية من العناصر المهمة التي من شأنها أن تؤثر في تعرض المستخدم لأي موقع.

وتُعد جودة التصميم من أهم وسائل الجذب إلى المواقع الصحفية وإبرازها، وتقديمها بشكل واضح يثير الانتباه من خلال الاستفادة من توزيع المساحات، والألوان، والأحجام،

والأشكال، وتحويلها إلى أشكال فنية جذابة تعمل على توفير الراحة والمتعة لزائر الموقع من حيث سهولة التصميم ويسر الاستخدام.

كما يعمل التصميم البصري للموقع الإلكتروني على جذب الانتباه الأول للمحتوى المقدم، وتحقيق الانطباع الإيجابي الأول يسهم في اهتمام المستخدمين بالبقاء في الموقع، والتحفيز على إعادة زيارته مرة أخرى، وذلك بتوفر مؤشرات البساطة والجاذبية والابتكار في توزيع العناصر البنائية وترتيبها، واستخدام الألوان خاصة في رأس الصفحة.

مراجعة الدراسات السابقة:

بعد مراجعة أدبيات الدراسة قسّمت الباحثة الدراسات السابقة إلى محورين يتعلق كل محور بجانب من جوانب الدراسة، وهما:

المحور الأول: دراسات تناولت تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية.

المحور الثاني: دراسات تناولت العلاقة بين سيميولوجيا الهوية البصرية والتصميم الجرافيكي للمواقع.

وفيما يأتي عرض لهذه الدراسات:

أولاً: محاور الدراسات التي تناولت تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية:

تناولت الدراسات مرونة وحسن تصميم وإخراج صفحات المواقع الإلكترونية، من خلال التعرف على توظيف الموقع الصحفي للوسائط المتعددة للاستحواذ على المدارك البصرية والسمعية للمتلقي، بجانب خلق بيئة بصرية تنظم المحتوى المقدم.

فأكدت عديد من الدراسات تكاملية العناصر المرئية الخاصة بالشكل واللون والحجم في تصميم المواقع الإلكترونية لخلق بيئة بصرية مناسبة لمحددات الرؤية والإدراك والتذكر عند المتلقي، فقد سعت دراسة (Lin Wang, et al, 2025)⁽¹⁾ للتعرف على تأثير اختيار

الألوان في تصميم واجهات المواقع الإلكترونية للمدن في اليابان، من خلال تحليل 130 موقعاً إلكترونياً، وقد أوضحت الدراسة أن اللونين الأزرق والأخضر حصلوا على أعلى درجات التفضيل عند المستخدمين؛ مما يعكس التأثير النفسي الإيجابي لهما. كما أظهرت النتائج تباينات واضحة في تفضيلات الألوان عند المستخدمين حسب الفئة العمرية، والنوع، والخلفية الثقافية، فقد فضل المستخدمون اليابانيون اللونين الأبيض والأخضر، بينما فضل الألمان الأزرق والأخضر، في حين أظهر الصينيون ميلاً للأخضر

والأحمر، أما على مستوى الفئات العمرية؛ فقد فضل الشباب الألوان الزاهية كالأصفر والأخضر، في حين فضل كبار السن الأبيض والأسود والأخضر، وعلى مستوى الجنسين؛ فقد أظهرت النساء تفضيلاً أعلى للأحمر والأخضر مقارنة بالرجال؛ وهذه الاختلافات ليست عشوائية، لكنها نتيجة تفاعل العوامل الثقافية والنفسية والاجتماعية التي تُشكل وعي الإنسان واستجابته البصرية.

وفي السياق نفسه، هدفت دراسة (Nidal Al Said, et al, 2022)⁽²⁾ إلى التعرف على تأثير التصميم الجمالية لمواقع الأخبار في إدراك المستخدمين وتذكّرهم للمعلومات، خاصة "طلاب الجامعات"، وذلك من خلال عرض المواقع على 214 طالباً في الجامعات العربية، وأظهرت النتائج أن المواقع التفاعلية والغنية بالعناصر البصرية تعزز الفهم والتذكّر عند الجمهور؛ مما يساعد على تطوير قوالب المواقع الإخبارية لتصبح أكثر فاعلية، إذ يرتبط تصميم واجهة الموقع الإلكتروني بتحسين إدراك المستخدم للأخبار ورفع مستوى تذكّرها.

كما هو الأمر في دراسة (ماجد المنزلاوي، 2022)⁽³⁾، التي هدفت إلى التعرف على مستوى تحقق جودة التصميم في المواقع الصحفية المصرية والأجنبية، وما إذا كان هناك اختلافات فيما بينها، خاصة أن جودة التصميم من أهم وسائل الجذب للمواقع الصحفية وإبرازها، وتقديمها بشكل يثير الانتباه من خلال الاستفادة من توزيع المساحات، والألوان، والأحجام والأشكال، وتحويلها إلى أشكال فنية جذابة تعمل على توفير الراحة والمتعة لزائر الموقع، وقد توصلت النتائج إلى اهتمام موقع اليوم السابع بمواكبة التحول نحو الرقمية في الصحافة المصرية، إذ اهتم بالعناصر البنائية التفاعلية والتواصلية، في حين كشفت عن ضعف الاهتمام في المواقع المصرية والأجنبية عينة الدراسة بجودة دقة الصور وكذلك حجم الصور الذي جاء غير مناسب لأهميتها.

في سياق متصل، بحثت دراسة (هاني السمان، 2019)⁽⁴⁾ عوامل التقنية المؤثرة في أساليب تصميم الصفحة الرئيسة للمواقع الإخبارية؛ للكشف عن طريقة استخدامها للعناصر التصميمية بالصفحة والتقنية الإلكترونية والتفاعلية كالموسائط المتعددة، وذلك من خلال إجراء دراسة شبه تجريبية على ثلاث مجموعات مختلفة بتعريضهم لبوابة إخبارية

صممت بثلاثة أنماط مختلفة في استخدامها للعوامل التقنية والتصميمية، وشملت عينة الدراسة التحليلية 7 بوابات إخبارية، وتوصلت الدراسة إلى استخدامها لتقنية الفيديو التي تمثل أهم العوامل التقنية المؤثرة في تصميم الصفحة الرئيسية، التي تساعد على تحقيق الانتباه.

في السياق نفسه، هدفت دراسة (عائشة عاطف، 2016)⁽⁵⁾ إلى الكشف عن الأبعاد والسمات الخاصة بتصميم صفحات مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية، وكشفت أن وكالة الأنباء الفرنسية والأناضول الأكثر اهتماماً بتحقيق يسر الاستخدام والتعامل من خلال الاهتمام بالعناصر البنائية التيبوغرافية والجغرافية، والاهتمام بتقديم خدمات تفاعلية تواصلية ومعلوماتية، خاصة على الصفحة الرئيسية لموقع الوكالة. واستخدمت دراسة (Anthony Chow, et al, 2014)⁽⁶⁾ نظريات سلوك البحث عن المعلومات لفهم احتياجات المستخدمين عند تصفح المواقع الإلكترونية، واتضح من التحليل وجود اتفاق في تصميم الصفحة الرئيسية للموقع، بحيث تقع عناصر الإبحار في أعلى مركز الصفحة أو الجانب الأيسر من الصفحة، كما أن الصفحات التي بها رسومات أو جرافيك تميل إلى أن تكون منظمة بطريقة هرمية، واستخدام الألوان كان فعالاً في تحقيق تباينات عالية بين خلفيات الموقع والنصوص؛ وقد ساعد ذلك على تحقيق يسر القراءة.

وعن العلاقة بين التصميم البصري للموقع الإلكتروني وسهولة الاستخدام، فقد رصدت دراسة (هيثم خطاب، 2024)⁽⁷⁾ العلاقة بين أثر توظيف المستحدثات التكنولوجية في تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية الصادرة باللغة الأجنبية، وعلاقة ذلك بسهولة ويسر استخدام الصفوة لها، من خلال الاعتماد على منهج المسح للمواقع، وعينة عمدية قوامها 148 مفردة من الصفوة (الأكاديميين- الصحفيين) مستخدمي هذه المواقع، وأظهرت النتائج اتفاق غالبية الصفوة على يسر استخدام المواقع الإلكترونية الأجنبية للصحف المصرية، وتصميمها الذي يتسم بالسهولة، مما يساعد على تحقيق الدور الوظيفي للموقع.

في السياق نفسه، أثبتت دراسة (Manuel Franco, et al, 2013)⁽⁸⁾ وجود علاقة بين التصميم البصري والجماليات الوظيفية، إذ تبين أن التصميم البصري البسيط للموقع هو أحد العوامل المؤثرة في الانطباعات العاطفية في البيئة الإلكترونية، والتصفح السهل للمتلقين؛ لذلك يطالب المستخدمون بضرورة أن يكون شكل الموقع ممتعاً بالنسبة لهم، ولكن بشرط ألا يأتي الاهتمام المبالغ فيه بالشكل الجمالي على حساب الدور الوظيفي للموقع، كما تقوم واجهة المجلة الإلكترونية بالترويج لها من خلال التصميم المعتدل، من حيث الألوان والرسومات والقوة البصرية التي يعكسها.

ثانياً: محور الدراسات التي تناولت العلاقة بين سيميولوجيا الهوية البصرية والتصميم الجرافيكي للمواقع

تناولت الدراسات وصف التصميم الجرافيكي للمواقع الصحفية الإلكترونية، من خلال التعرف على تصميم صفحاتها الرئيسية، والعناصر البنائية المكونة لها، وأساليب إخراجها، وسيميولوجيا عناصر التصميم التي تشكل في المقام الأول الشخصية التصميمية الخاصة بالموقع والهوية البصرية التي تميزه عن غيره من المواقع.

فأكدت عديد من الدراسات فاعلية تصميم رأس الصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية لتحقيق هوية بصرية من خلال البناء الشكلي لعناصر رأس الصفحة، فقد تناولت دراسة (Lyu Liang, et al, 2024)⁽⁹⁾ تحليلاً من المستوى الثاني لأبحاث الشعارات خلال السنوات الخمس الأخيرة (2019-2023)، وجمعت الباحثة 331 مقالاً من قواعد بيانات "Web of science, Scopus"، واختارت عينة من 50 مقالاً رئيساً لتحليلهم بعمق، وكشفت النتائج أهمية الشعارات كعنصر رئيس في ترسيخ الهوية البصرية للمؤسسة؛ إذ إن التعرض المتكرر للشعار على المواقع ووسائل التواصل الاجتماعي يعزز الألفة والاحتفاظ بالعلامة في الذاكرة، كما أكدت النتائج تأثير عناصر الشعار التصميمية المختلفة، كالألوان، والخطوط، والرموز، في تصورات المستخدمين؛ إذ إن التنسيق بين العناصر البصرية يؤثر بطريقة ملحوظة في جودة الإدراك والتفاعل مع العلامة.

في سياق متصل، بحثت دراسة (Ozden Pektas Turgut, 2023)⁽¹⁰⁾ فاعلية وأهمية الهوية البصرية ذات التصميم الجرافيكي في تصميم المجلات الإلكترونية، وتأثيرها في تطوير التصميم المرئي في ظل الانفتاح الرقمي، وتوصلت الدراسة إلى نجاح المجلات

عينة الدراسة في تحقيق هوية بصرية معبرة عن مضمونها من خلال إضافة الصورة والصوت الذي كان عاملاً معززاً لمضمون الصورة لجعلها أكثر حيوية لتفاعل القارئ معها وتذكرها، خاصة الغلاف "نافذة المجلة" الذي احتوى على عناوين ومساحات رسومية ملونة وجذابة؛ لذلك صُممت غالبية المجلات الإلكترونية باستخدام عناصر ثابتة تشبه تصميمات صفحات المجلات المطبوعة من (نصوص، وصور، وألوان، وخطوط، ومسافات، وأشكال) لتكوين الصورة المرئية هوية المجلة.

وهذا ما نجحت دراسة (هند رأفت، 2023)⁽¹¹⁾ في تحقيقه من خلال تصميم واجهة موقع وزارة السياحة والآثار التي حرصت فيه على تأكيد الهوية المصرية من خلال الصور والرسوم، بتوظيف ألوان العلم المصري (الأحمر والأبيض والأسود) مع الحرص على توزيع المساحات بطريقة جيدة تسمح للعين بالتجول داخل التصميم وسهولة قراءة النص، كما استخدمت صور نفرتيتي والمعابد وخريطة مصر المعبرة عن الطابع المصري، وشعار الوزارة، (النسر) على خلفية العلم، وجاءت النصوص كلها باللغة العربية تأكيداً للهوية المصرية الثقافية، وذلك بعد تحليل الباحثة لمواقع إلكترونية حكومية (بوابة الحكومة الإلكترونية- وزارة الصحة والسكان- وزارة السياحة والآثار)، التي جاءت غير معبرة بالقدر الكافي عن الهوية المصرية؛ بسبب استخدام المصمم قوالب جاهزة، وعدم اللجوء لتصميم قالب خاص بالمؤسسة الحكومية نتيجة التركيز على المحتوى دون الشكل، وإغفال ضرورة ارتباط التصميم الشكلي للمواقع الإلكترونية الحكومية بالهوية الثقافية للمجتمع، من خلال الصور والرسوم والنصوص والألوان والعلاقات التصميمية التي تجمع بينهم.

في السياق نفسه، هدفت دراسة (شيرين إسحق، 2021)⁽¹²⁾ إلى التعرف على مدى إمكانية توظيف طبيعة العلاقة بين تصميم الشعار والهوية البصرية في تصميم شعارات مجلات الأطفال، وخلصت الدراسة إلى فاعلية أغلفة المجلات محل الدراسة في جذب الفرد لمطالعتها، وذلك بالنظر إلى اعتماد مكونات الشعار بالهوية البصرية التصميمية على عدد من العناصر المرئية التي يدركها الفرد بأسلوب بسيط عن طريق البصر، وتضمن الشعار التصميمي لاسم المجلة رمزاً أو علامة دلالية توصل المعنى للمتلقى بشكل بصري، بحيث يكون مكماً ومتماً للمعنى اللفظي.

في سياق متصل، سعت دراسة (رحاب محمد، 2018)⁽¹³⁾ للكشف عن فاعلية تصميم رأس الصفحة الرئيسة بالصحف الرياضية لتحقيق هوية بصرية من خلال بناء شكلي متوافق دلالي مع المضامين الفكرية للصحيفة الرياضية، وتوصلت الدراسة إلى أن الرموز غير اللفظية (الشعار والألوان) التي استخدمتها المواقع الرياضية محل الدراسة تعكس معاني ودلالات تؤكد هوية الموقع، وكان المعنى الأكثر استخداماً في تلك الرموز هي تلك المرتبطة بالتعبير عن النشاط والحركة، وجاء شعار الموقع الإلكتروني للصحيفة الرياضية يحمل طاقات تعبيرية تتيح تجسيد مضمون الموقع من جانب، وتحقيق الجاذبية من جانب آخر، بوصفهما هدفين أساسيين في عملية التصميم.

واختلقت هذه النتائج مع دراسة (Tamer Ibrahim Hassan, 2017)⁽¹⁴⁾ التي سعت لتحديد الوضع الحالي لمواقع الصحف المصرية على الإنترنت، وكيفية مساعدتها على تطوير طرق تقديم نفسها من خلال هويتها البصرية، خاصة مع زيادة عدد الصحف والتقنيات التكنولوجية لمقدمي المحتوى الصحفي؛ لذلك ظهرت حاجة إلى تشكيل هوية بصرية قوية ومميزة من أجل المنافسة في الإعلام الرقمي، بالتطبيق على ثلاثة مواقع صحفية، هم (الأهرام- الأخبار- الجمهورية)، وكشفت الدراسة بأن الصحف المصرية تتقدم ببطء في المجال الرقمي بسبب عدم القدرة على تحقيق الدمج الكامل بين طبعاتها الورقية وشبكة الإنترنت، وعلى الرغم من الطفرة التكنولوجية فإن هناك ثباتاً على التصميم القديم للهوية البصرية متجاهلاً استخدام الألوان لخطوطهم، إذ يعد اسم الصحيفة العنصر الأبرز للهوية البصرية، الذي وُضع بعناية داخل الموقع بصفته العنصر الرئيس الموروث من النسخة المطبوعة، والذي يخلو من التجديد لتشكيله القيمة الثقافية للصحف الثلاث.

في السياق نفسه، اتفقت دراسة (سلوى أبو العلا، 2015)⁽¹⁵⁾ التي هدفت إلى التعرف على مدى تأثير تصميم المواقع الإلكترونية للمحافظات المصرية بالثقافات الفرعية لها، الذي يمثل عنصراً فعالاً في تصميم الهوية البصرية للصفحات الرئيسة، وكشفت الدراسة عن ضعف تصميم بعض مواقع المحافظات، وعدم وجود لغة مرئية حقيقية في شكل المواقع، وانتشار الأسلوب النمطي في تصميمها، إذ أدى ذلك إلى التشابه فيما بينها، وربما يعود

ذلك إلى الاعتماد على النماذج المعدة مسبقاً لتصميم المواقع، مما أدى إلى غياب التميز والتجديد والافتقار الجمالي، وكذلك وجود تشويه بصري في الرموز البصرية المستخدمة ناتج عن المعالجة الجرافيكية غير الناجحة، مما يحدث نوعاً من الخلل في العملية الاتصالية.

وفي إطار سيميولوجيا عناصر التصميم للمواقع الصحفية الإلكترونية، فقد أشارت الدراسات إلى توظيف عديد من الرموز غير اللفظية بتصميم المواقع، إذ بحثت دراسة (Natalia Laba, 2024)⁽¹⁶⁾ تحليل الهوية البصرية في الصفحات الرئيسة لمواقع أربع جامعات أسترالية من خلال منهج التحليل السيميائي، وذلك بالاعتماد على عينة قوامها 400 صورة، وتوصلت النتائج إلى اعتبار الصفحة الرئيسة وسيلة تواصل فعالة لهوية المؤسسة؛ إذ تستخدم المواقع رموزاً بصرية لتعكس أبعاداً متعددة لهويتها البصرية مثل؛ العمل الجماعي، والشعور بالانتماء، والطموح نحو التميز؛ بهدف تعزيز التفاعل مع الجمهور الرقمي، وترسيخ صورة المؤسسة ككيان متكامل.

في السياق نفسه، استخدمت دراسة (هدى عباس، 2017)⁽¹⁷⁾ انعكاسات نظرية المعرفة على الصورة الصحفية ودورها الاتصالي في تصاميم المواقع الإلكترونية، بالتطبيق على الصور التي نشرتها مجلة تايم الأمريكية عام 2013، وتوصلت إلى نجاح الصورة في ترجمة وبناء قاعدة معلوماتية موائمة لعناصرها الشكلية، وما تحمله من رموز تعبيرية وفكرية استمدت من فاعليتها الاتصالية بما يحقق التواصل المعرفي، كما شكّلت الألوان عنصراً ناجحاً للشد والجذب البصري.

واهتمت دراسة (بيرق الربيعي، 2013)⁽¹⁸⁾ بالعناصر البنائية للصفحة الرئيسة للصحف الإلكترونية العراقية بما تقدمه من دلالات فنية ووظيفية لإيجاد العلاقة بين الصحف والمتلقي، وأكدت الدراسة ضرورة تضمين مواقع الصحف لقطات فيديو تساعد على تفسير الأخبار وتوضيحها، واستخدام الصور والرسوم المتحركة التي تظهر تسلسل الأحداث وتضفي الحيوية على الموقع، والاهتمام بالمعنى الدلالي الوظيفي لكل عنصر مستخدم في الموقع يساعد على تحقيق الوحدة والاتساق.

التعليق على الدراسات السابقة:

- بمراجعة الدراسات السابقة، تبين للباحثة تركيز عديد من الدراسات العربية والأجنبية على المناهج الوصفية في عملية التحليل، لذلك اهتمت الدراسة الحالية بدراسة العناصر البنائية لرأس الصفحة باستخدام المنهج الوصفي من خلال التحليل الكيفي؛ مما يعطي نتائج أكثر عمقاً وموضوعية، ويوضح الواقع الفعلي والفروق، سواء بالسلب أو الإيجاب في إشكاليات تصميم المواقع، خاصة في تشكيل الهوية البصرية للموقع الصحفي.
- اتفقت الدراسات على وجود ارتباط وثيق بين تصميم واجهة الموقع الإلكتروني وتحقيق بناء شكلي متوافق دلاليًا مع مضمونه، مما يدعم إجراء الدراسة الحالية لدراسة العلاقة بين تصميم الموقع الصحفي الإلكتروني وتشكيل هوية بصرية للموقع تميزه عن غيره من المواقع.
- اهتمت الدراسات بدراسة الكيفية التي ينتبه إليها القارئ للعناصر البنائية المستخدمة في تصميم المواقع الإلكترونية، مثل دراسات Nidal Al Said، وهاني إبراهيم محمد السمان، وكيفية الاستفادة منها لتصبح المواقع أكثر فاعلية وتأثيراً على القارئ، لكنها لم تبدِ الاهتمام الكافي بتحليل تلك العناصر المكونة للهوية البصرية التصميمية في واجهة الموقع الصحفي الإلكتروني.
- أكدت الدراسات تفضيل المستخدمين للمواقع المصممة بشكل جذاب وبسيط، وطريقة سهلة تضمن سرعة وصولهم للمعلومة، وتصميم مرئي يعكس هوية الموقع كالألوان والصور والرسوم؛ لذلك اهتمت الدراسة الحالية بدراسة العناصر اللفظية وغير اللفظية المكونة للهوية البصرية للمواقع الصحفية الإلكترونية.
- دعم عدد من الدراسات دور الألوان وتأثيرها في التصميم البصري للهوية، مع الأخذ في الاعتبار الخصائص الثقافية والديموغرافية والنفسية للمستخدمين مثل دراسة Lin Wang؛ لذلك سعت الدراسة الحالية لتحليل الألوان والدلالات الرمزية التي تعكسها، بهدف فهم تأثيرها في تشكيل الانطباعات البصرية للمستخدمين، ودورها في تعزيز الهوية البصرية للمواقع.

- اهتمت الدراسات بدراسة تأثير الموروث الثقافي في تصميم المواقع للتأكيد بقوة على العناصر الثقافية كأحد المتطلبات الأساسية في تصميم الهوية وبناء الموقع الإلكتروني، مثل دراسات **هند محمد رأفت**، و**سلوى أحمد أبو العلا**؛ لذا فمن الأهمية أن يؤخذ بعين الاعتبار عند تصميم مواقع الويب الاختلافات الثقافية التي تعكس قيماً ودلالات مختلفة، ومن ثم إمكانية ربط العناصر البنائية وتحقيق أكبر قدر من الاتساق في تصميم هوية الموقع البصرية.
- أظهرت الدراسات أهمية الشعارات كعنصر رئيس في تشكيل الهوية البصرية للمواقع، وتأثيرها في الإدراك والانتباه والذاكرة، مثل دراسات **Lyu Liang**، **Ozden Pektas Turgut**، و**شيرين عزت إسحق**؛ لذلك ركزت الدراسة الحالية على تحليل العناصر البصرية المرتبطة بالشعار مثل؛ الخطوط والألوان والرموز، بهدف التعرف على كيفية تأثير هذه العناصر في تشكيل إدراك المستخدمين.
- تناول عدد من الدراسات كيفية تصميم وتطوير مواقع إلكترونية من قبل الباحثين كتجربة بحثية، والعوامل المؤثرة في تصميم المواقع كدراسات **هند محمد رأفت**، و**شيرين عزت إسحق**، ولكن لم تركز أياً من الدراسات السابقة على تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية، إلا في دراسة **Ozden Pektas Turgut** التي صممت نماذج لمجلات إلكترونية باستخدام عناصر ثابتة تشبه تصميمات صفحات المجلات المطبوعة.
- اهتمت الدراسات بتناول العناصر البنائية ومدى الاستفادة من العناصر التكنولوجية والتفاعلية التي تتيحها الشبكة لصفحات المواقع الإلكترونية بصفة عامة، وليس بالتحليل السيميولوجي الدلالي لعناصر بناء رأس الصفحة (الاسم، والشعار، والألوان، والخطوط، والرموز، والأحجام، والمساحات)، إلا في دراسة **رحاب الداخلى محمد** التي اهتمت بتحليل الاسم والشعار والألوان في مواقع الصحف الرياضية.
- تباينت الدراسات التي تناولت المواقع المصرية باختلاف مضمونها، فعلى الرغم من الطفرة التكنولوجية فإن هناك ثباتاً على التصميم القديم للهوية البصرية، مع غياب التميز والتجديد، والافتقار الجمالي للتصاميم المختلفة، كما في دراسات **Tamer**

Ibrahim Hassan، وسلوى أحمد أبو العلا، وهند محمد رأفت. في حين كشفت نتائج دراسة رحاب الداخلى محمد نجاح المواقع الرياضية محل الدراسة في استخدام دلالات تعكس الحركة والنشاط تأكيداً لهويتهم البصرية.

وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في معرفة الاتجاهات الحديثة في دراسة تصميم المواقع في ظل التحول الرقمي والتطورات التكنولوجية، وقد انعكس ذلك على تحديد إطار معرفي ملائم لطبيعة الدراسة، ومن ثم محاولة الاستفادة منه في صياغة فئات دليل التحليل الكيفي للمواقع الصحفية، للتركيز على تحليل مكونات الهوية البصرية للمواقع، بصفاتها عنصراً محورياً في تكوين الصورة الذهنية عند المستخدمين.

الإطار المعرفي للدراسة

الهوية البصرية كمنظومة جرافيكية للصحف الإلكترونية:

تشق كلمة هوية (Identity) من الكلمة الفرنسية (Identite) ومن اللاتينية (Identitas)، وتعني مجموعة الصفات أو الخصائص التي من خلالها يمكن تعريف الشيء أو التعرف عليه، فهي تعني في الأساس التفرد من خلال مكوناتها البصرية سواء كانت اسماً، أو شعاراً، أو لوناً، أو خطأ (Mencuyao Yu, et al, 2024)⁽¹⁹⁾.

لذلك تعد الهوية البصرية استراتيجية تعني بالتمييز والتعريف والتذكر بالصحيفة، وهي التي تمنح المنظومة الجرافيكية لغة واضحة تتم من خلالها الخطط التصميمية طويلة الأجل، وذلك من خلال التحكم في العناصر المرئية للهوية، المتمثلة في الشعار والألوان والأشكال الجرافيكية الأخرى (Lisa George, 2013)⁽²⁰⁾. كما أن اتساق وأصالة الهوية البصرية وعناصرها يعد أمراً حاسماً في بناء صورة ذهنية ومهنية وموثوقة، ويقوي الروابط العاطفية، ويزيد من تفاعل المستخدمين مع المؤسسة (Putri Dwitasari, et al, 2025)⁽²¹⁾.

وتبعاً لما سبق، يمكن أن تحدد الباحثة تعريفاً إجرائياً للهوية البصرية للمواقع الصحفية على أنها: "رسالة/ تعبير مرئي مُحكم للدلالة عن شخصية الموقع الصحفي تشمل منظومة العلامات المرئية المصممة، التي تتضمن عدداً من الجمل التشكيلية للخطوط، والرسوم، والكتابات، والألوان والرموز التي لها مدلولات بصرية تصيغ مجموع التصورات

التي تشكلها المؤسسة الصحفية، وتعبّر عن نشاطها من حيث الرؤية، والأهداف والقيم لتوجه إلى الجمهور المتلقي لكي تضمن أن تكون معروفة وراسخة في أذهانهم".

الخصائص التصميمية للهوية البصرية في الصحف الإلكترونية:

لا بدّ من توافر بعض الأساليب لتحقيق الهوية البصرية للموقع الصحفي لضمان فاعليتها، إذ هناك عديد من المواقع الصحفية الإلكترونية التي تتصارع على جذب انتباه المتلقي، ويمكن إجمال هذه الخصائص في تصميم رأس الصفحة فيما يلي:

(1) **الخصوصية والتفرد:** يجب أن تتميز الهوية البصرية بخصوصية تصميمية من حيث الشكل والمضمون وما تنقله من معلومات ودلالات رمزية للمتلقي، إذ يشترط أن تكون الهوية متفردة من حيث البناء الشكلي والرمزي، وذلك فيما يخص الاسم والشعار والمجموعة اللونية المستخدمة في بناء رأس الصفحة (هشام عبد الرحمن، وآخرون، 2021)⁽²²⁾.

(2) **البساطة:** فالشعار عنصر مرئي وظيفي تدفعه بساطته إلى مزيد من الفاعلية والتأثير وقابلية التذكر، لأنها تلبّي أغلب متطلبات التصميم، وتجعله أكثر يسراً في الإدراك (السيد بهنسي، 2025)⁽²³⁾.

(3) **سهل التذكّر:** في غياب قدرة الهوية على التذكّر يفقد تأثيره، فالشعار المزدحم بالتعقيدات والتفاصيل يصعب الاحتفاظ به (Putri Dwitasari, et al, 2025)⁽²⁴⁾.

(4) **جذب الانتباه:** لا بدّ أن تستحوذ الهوية على ذهن المتلقي؛ فالتصميم الجيد بما يحتويه من ألوان ورسوم يعمل على جذب انتباه المتلقي إلى الموقع، وترك انطباع جيد في نفس المتلقي (Mencuyao Yu, et al, 2024)⁽²⁵⁾.

(5) **الثبات وتكامل عناصره وتوازنها:** الشعار عنصر مرئي دائم الوجود، يجب أن يعكس تفاصيل الهوية البصرية من ألوان وخطوط وأشكال، وأن يدعم كل منها الآخر (Lyu Liang, et al, 2024)⁽²⁶⁾.

(6) **الوضوح:** تعني أن تكون العلاقة بين عناصر الهوية البصرية المستخدمة قوية وواضحة لا تحتاج إلى بذل جهد كبير في التعرف عليها، وبهذا يسهل على المتلقي استيعابها بسهولة (Lin Wang, et al, 2025)⁽²⁷⁾.

7) الارتباط: وهو أحد الشروط الأساسية في مجال الهوية، لأنه يسمح بتكوين الصورة المسئولة عن عملية التذكّر والارتباط في ذهن المتلقي بعلاقات متوافقة مع طبيعة مضمون المواقع (Catarina Lelis, et al, 2024)⁽²⁸⁾.

التقنيات الرقمية ودورها في تصميم الهوية البصرية:

يعد التصميم أهم أدوات تحقيق الهوية البصرية لما له من قدرات اتصالية وتأثيرية؛ لجذب جمهور البيئة الرقمية وبما يتناسب مع الهدف والرؤية، (Daud Gezha, 2025)⁽²⁹⁾ وذلك من خلال العمليات التصميمية، واستخدام الرموز والعلامات التي تعبر عن المضمون الصحفي وتوضح الملامح الشخصية للصحيفة، ولا بد أن تعكس كل هذه العناصر التشكيلية دلالات تُعمق الإحساس بمضمونها، وتسهم في توصيل الرسالة الاتصالية؛ لذلك يمثل التصميم الجرافيكي خصوصية مضمون الموقع، وهو جزء لا يتجزأ من مجتمعاتنا وثقافتنا (Richard Poulin, 2012)⁽³⁰⁾.

وقد ساعدت الثورة التكنولوجية المعاصرة على تطور التصميم الجرافيكي لتعكس استجابة الشكل البنائي للتقنيات الحديثة في التصميم (Blake Lee Galbreath, et al, 2018)⁽³¹⁾. فالعلاقة بين التكنولوجيا والتصميم الجرافيكي علاقة ارتباطية، فالتصميم الجرافيكي يستخدم ويوجه التكنولوجيا نحو بلوغ الصياغة المادية للأفكار من خلال طرق ومواد الإنتاج، والتكنولوجيا هي المجال الحيوي دائم التطور الذي يضيف أبعاداً تشكيلية وتنفيذية تمكن المصمم من تنفيذ أفكاره بأعلى كفاءة ويكثر من البدائل التي تساعد على الوصول إلى تصميم مميز للموقع الصحفي (إبراهيم التوام، 2022)⁽³²⁾.

وقد أسهم التصميم الجرافيكي كثيراً في الشكل الذي تظهر به المواقع الصحفية الحالية، فيشارك في تكوين الهيكل المادي للموقع، ويؤدي دوراً رئيساً في تحديد هويته، فيشير بوضوح إلى سياسة الموقع التصميمية، كما يستطيع المصمم تطويع الأشكال الفنية في خدمة المفهوم التحريري، فالتصميم يمثل وسيلة من وسائل التعبير الفني والنهج الإبداعي للمضمون الصحفي (سالى الشحات، 2022)⁽³³⁾.

ويتأثر التصميم الجرافيكي بمجموعة من العوامل التي تتعلق ببيئة العمل الداخلية والخارجية، منها السياسة التحريرية للموقع، وقدرات المصممين، والتقنيات المتوفرة في الموقع، ومستوى التصميم في المواقع المنافسة، والقدرات الاقتصادية للموقع، والنظم والسياسات الإعلامية في المجتمع، إضافة إلى ظروف العمل التي يتعرض لها مصمم المواقع الصحفية، وما تتضمنه من قوانين ولوائح تنعكس بشكل إيجابي أو سلبي على مزاجيته، التي تحتاج إلى استقرار نفسي وأجواء خاصة ليظهر قدراته الإبداعية في تصميم المواقع.

سيمولوجيا عناصر التصميم لواجهة الصحف الإلكترونية:

لا شك أن للصفحة الرئيسية أهمية خاصة، فهي بمثابة واجهة الموقع الصحفي من خلال ما تعكسه من جوانبها المتميزة المتمثلة في شخصيتها الخاصة المرتبطة بسياساتها التحريرية، كما أنها الباب الذي ينفذ منه القراء إلى بقية موضوعات الموقع الصحفي، إذ تحتوي على أهم عناوينه، وكثير من الارتباطات المفيدة التي تنقل المستخدم إلى مختلف صفحات الموقع (بيرق موسى، 2015)⁽³⁴⁾، لذلك كان الاهتمام بالتعرف على تصميم صفحات المواقع الصحفية الإلكترونية الرئيسية، والعناصر البنائية المكونة لها، وأساليب إخراجها.

وتنقسم واجهة المواقع الإلكترونية إلى ثلاثة أجزاء؛ هي: رأس الصفحة (Header)، وجسم الصفحة (Body)، وتذييل الصفحة (Footer)، ولكل قسم من هذه الأقسام أهميته الشكلية والوظيفية للموقع الصحفي الإلكتروني، فالرأس يمثل هوية الموقع ويتضمن اللافتة والشعار والعنق، أما الجسم فيضم محتويات وموضوعات الموقع والإعلانات والوصلات التشعبية، أما الذيل فيضم الحقوق الفكرية والملكية للموقع وروابط الأقسام، فضلاً عن معلومات عامة عن الموقع مثل (سنة إنطلاقه) على الشبكة وغيرها (ماهر الشمايلة، وآخرون، 2015)⁽³⁵⁾.

ويشكل رأس الصفحة أحد العناصر الرئيسية في إعطاء الموقع هويته الشكلية البصرية، وهي تمثل الجزء العلوي للموقع، ومن خلالها يتميز الموقع عن غيره من المواقع الأخرى، إذ تُعد وسيلة الضمان للموقع الصحفي والمستخدم في آن واحد، فهي تمنع اختلاط المواقع

مع بعضها، كما تحوي العناصر البنائية الثابتة نسبياً في الموقع (اللافتة- شعار الصحيفة- العنق- الألوان) (مرفت عزب، 2023)⁽³⁶⁾.

وتُعبّر اللافتة عن شخصية الموقع الصحفي واتجاهاته السياسية؛ لذلك تُولي عناية خاصة باختيارها وطريقة تقديمها، فهناك من يضيف عليها مؤثرات بصرية (لونية، وحركية)، التي تكون مختصرة وواضحة، كما تستخدم فيه حروف كبيرة حتى يكون بارزاً لكي يتميز الموقع من خلاله، ومن خصائص اللافتة الاستقرار والثبات لمدة طويلة وإن كان نسبياً، حيث تمثل هوية الموقع التعريفية الرسمية (مرفت عزب، 2023)⁽³⁷⁾.

كما يُعدُّ الشعار من العناصر البنائية الثابتة في تصميم المواقع، وهو عبارة عن رمز يأتي دائماً مصاحباً للفتة، ويختلف موقع الشعار من صحيفة لأخرى وفقاً لرؤيتها الخاصة، وهو عبارة عن مجموعة من الخطوط المعبرة بشكل رمزي عن سياسة الصحيفة، كما يسهم الشعار في تعزيز هوية الموقع وترسيخها في ذهن المستخدمين من خلال ما يُعرف بـ "ألغة العلامة" (Lyu Liang, et al, 2024)⁽³⁸⁾.

ويمثل العنق حيزاً ضيقاً يوضع للفصل بين الرأس وجسم الصفحة، وذلك لإبراز التباين في الصفحة ويمتد بامتداد رأس الصفحة، ويتضمن عادة على الروابط الأفقية التي تدل في الغالب على معلومات خاصة عن الموقع والصحيفة الإلكترونية مثل (اتصل بنا- الافتتاحية- تصفح Pdf- الأرشيف.. وغيرها) (بيرق موسى، 2015)⁽³⁹⁾.

لذلك يمثل رأس الصفحة عنصراً دلاليًا ومفتاحاً نفتح به المضمون الكامن؛ لذلك لا بدّ أن يتفق تصميم رأس الصفحة مع طابعها العام لتحقيق الوحدة حتى لا يفقد رأس الصفحة هويته ويصبح خالياً من حدود ملامحه، وهنا نجد أن المضامين الكامنة والموجهة في رأس الصفحة الرئيسية للموقع ومجمل عناصر بنائها لا بدّ وأن ترتبط بالبنية الكلية للموقع الإلكتروني، ذلك أن المعنى الدلالي لأي شكل لا يظهر إلا من خلال تضافر علاقاته مع الوحدات الأخرى ضمن النسق الذي يوجد فيه، أي ضمن البنية الكلية للموقع الصحفي (رحاب محمد، 2018)⁽⁴⁰⁾.

لذلك تعزز عملية تصميم المواقع الصحفية الصورة الذهنية لدى المتلقي، الذي يتحقق من خلال صياغة مبتكرة للدلالات والرموز التي تعمل على تكوين روابط عاطفية

ووجدانية وعقلية بين المتلقي والموقع الصحفي، خاصةً عندما يكون هناك توافق دلالي بين الصحفية المطبوعة وموقعها الإلكتروني بتشكيل هوية بصرية فعّالة لترسيخ أهداف المؤسسة الصحفية (نرمين محمد، 2025) ⁽⁴¹⁾.

وتمتاز صحف الإنترنت بإخراجها وتصميمها للصفحة الرئيسة من خلال اختيار الوحدات البنائية التي تمتاز بسهولة ومرونة الاستخدام، ويسرها وفعاليتها على موقع الصحيفة (شريف اللبان، 2007) ⁽⁴²⁾؛ لتعزيز تجربة التفاعلية للمستخدم أو لزوار الموقع، كما أن شكل الأيقونات يُعد جانباً مهماً من جوانب إبراز جمالية وفاعلية الواجهة (الصفحة الرئيسة) للمواقع الإلكترونية، خاصة رأس الصفحة (خلود غيث، 2011) ⁽⁴³⁾، إذ على المصمم مراعاة استخدام الألوان والمساحات الفارغة وحجم حروف كتابة اسم الصحيفة الإلكتروني والشكل الرمزي للشعار لخلق الهوية البصرية المميزة للموقع الصحفي.

ويعتمد نجاح الموقع الإلكتروني بدرجة كبيرة على حسن إخراج صفحاته، خاصة الصفحة الرئيسة التي تمثل الواجهة الرئيسة للموقع، بصفتها أول ما يقع عليه عين القارئ (المستخدم)، كما أنها تعطي انطباعاً عاماً عن قدرات الموقع وإمكانياته (على كنعان، 2020) ⁽⁴⁴⁾.

ويجمع الخبراء على أن هناك علاقة وثيقة بين تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية والصحف المطبوعة، إذ إن 80% من قواعد تصميم وإخراج المطبوعات يمكن استخدامها في المواقع الصحفية الإلكترونية، خاصة ما يتعلق باستخدام الألوان والفراغات والتباين، وهو ما يؤدي إلى تشابه جوانب التصميم في الوسيّلتين إلى حد ما، ويستخدم مصممو الصحف الإلكترونية العناصر نفسها التي يستخدمها مخرجو الإصدارات الورقية تقريباً من عناوين ونصوص وصور وألوان وفواصل وجداول، إلى جانب عناصر أخرى جديدة، خاصة بالإصدارات الإلكترونية، مثل الوصلات ووسائل الإبحار لخلق بيئة بصرية يشعر المستخدم بالانجذاب لتصفحها (بيرق موسى، 2015) ⁽⁴⁵⁾.

عناصر الهوية البصرية في رأس الصفحة الرئيسية:

أولاً: الشعار:

يمثل رمز الموقع الصحفي وواجهته ومركز هويته البصرية، والعنصر الذي يستطيع أن يقف وحده دالاً عليه، فالشعارات المصورة تأتي في مقدمة العناصر القادرة على صنع التأثير المطلوب، ولا يشغل الشعار المصور حيزاً كبيراً في مساحة التصميم، ولكنه يمثل مساحة حقيقية في أذهان المستخدمين، نظراً لما يمثله من مكانة بين عناصر تصميم الهوية البصرية، تتمثل في: جذب انتباه الجمهور، ومساعدة الجمهور على التذكر، إذ إن التعامل مع المعلومات المرئية أسرع وأكثر كفاءة من الكلمات والنصوص، والحفاظ على ولاء الجمهور للموقع الإلكتروني (السيد بهنسي، 2025)⁽⁴⁶⁾.

ويعتمد الشعار على التعبير بالرمز وما يثيره في تفكير الإنسان من تداعٍ للمعاني وترباط للأفكار المتصلة بالموضوع الذي يعبر عنه، من خلال بناء فني تشكيلي مبتكر مميز بالألوان أو من دونها، ويتكون من شكل، وكلمة، وحرف، ودمج الشكل مع الكلمة، والكلمة مع الرمز، أو الجمع بين أي من هذه العناصر، كمفردات موجزة ومركزة (أميرة خليل، 2008)⁽⁴⁷⁾.

وتتعدد أنواع الشعارات، ومنها (السيد بهنسي، 2025)⁽⁴⁸⁾:

- الشعار النصي: هو أكثر شكل كلاسيكي للشعارات، فهو ببساطة عبارة عن اسم الموقع الإلكتروني من خلال استخدام الاسم كامل ليدركه المستخدم بشكل فوري، ويعمل الشعار النصي جيداً عندما يكون الاسم جذاباً وقابلاً للتذكر وسهلاً كي يرتبط في أذهان الجمهور.

- الشعار ذو الحرف الواحد/ الأحرف المتعددة: يتكون عادة من الحرف الأول للموقع أو الحروف الأولى من الاسم الكامل للموقع الصحفي، ويتميز بالبساطة وسهولة التعرف والتذكر، وقابلية التطوير في استخدام الخطوط المناسبة.

- الشعار التصويري: هو عبارة عن صورة أو رمز يعبر عن قصة الموقع الإلكتروني أو مفهومه، وهو يُعدّ اختياراً جيداً لإيصال فكرة معينة للمستخدم أو خلق صورة ذهنية من خلال تصميم بسيط.

- **الشعار المركب:** يمكن أن يمزج هذا الشعار بين الصور والرسوم والكلمات والأحرف، ويتميز بأنه مرّن يسمح بإعادة البناء السهل والقابل للابتكار والاستخدام، كما يمكن فصل الشعار إلى قسمين: أحدهما يحتوي على الصورة، والآخر على الاسم، واستخدام كليهما معاً أو كل واحد منهما منفرداً.

ثانياً: اسم الصحيفة الإلكترونية (الخطوط):
تُعد الخطوط المستخدمة في كتابة الاسم من الأدوات المؤثرة بقوة في هوية الموقع الإلكتروني، فهو عنصر يسهم في تقديم رسالتها وشخصيتها، ليس من خلال اختيار الخط فحسب، بل وأيضاً من خلال الترتيب المرئي للحروف، وتنسيق المسافات والأحجام والأوزان.

وتُعد الخطوط لغة مرئية قادرة على تحقيق الإقناع ووضوح الفكرة والتعبير الجمالي، وإيجاد العلاقة بين المحتوى والشكل، وعند انتقاء الخطوط بحيث تحمل سمات الهوية البصرية للموقع الإلكتروني، فإنها تصبح جزءاً أساسياً من إدراك الجمهور وتذكره لها، وكأن الخطوط تنتمي إلى عائلة مرئية متسقة يمكن إدراكها بسهولة، وهذا يتطلب مراعاة ما يلي: (السيد بهنسي، 2025)⁽⁴⁹⁾:

- البساطة في التصميم، والتقليل من الخطوط المزخرفة، وتجنب الخطوط غير التقليدية.

- اختيار نوع الخط المناسب مع طبيعة المضمون.

- تجنب المبالغة في تمييز الاسم؛ لأن ذلك يؤدي إلى تشتت القارئ.

- وضوح الخطوط وقابليتها للقراءة، وجاذبيتها للجمهور المستهدف.

ثالثاً: الألوان:

تبرز الألوان كعنصر مسيطر وبارز التأثير، فهي ليست عنصراً مكماً أو تالياً في الأهمية، وإنما تتداخل كمكون أساسي بكل عناصر الهوية البصرية، ويعد استخدام الألوان بمثابة البصمة المميزة لكل موقع، فالمستخدم يربط بصرياً بين الألوان الموجودة على الموقع وتذكره له (محمد خليل، وآخرون، 2023)⁽⁵⁰⁾.

ويجب أن يراعي المصمم للموقع الصحفي ملاءمة قائمة ألوان الهوية البصرية للدلالات الخاصة التي تعكسها بين جمهورها، وكذلك الاختلافات الثقافية، فبعض الألوان تملك

معايير وارتباطات مختلفة في السياقات الثقافية المختلفة، وأيضاً استخدام مجموعة لونية متوافقة ومتناغمة لا تسبب ازعاجاً للعين، وتحقيق التباين الذي يساعد على إبراز كل لون للآخر (السيد بهنسي، 2025)⁽⁵¹⁾.

وينقسم استخدام الألوان في المواقع الإلكترونية إلى: الألوان الأمامية، وهي التي تستخدم في الخطوط والأيقونات والصور والرسوم والجداول والفواصل، والألوان الخلفية التي تستخدم كخلفية للموقع والعناصر ملء الفراغ داخل الوحدات المستخدمة في التصميم.

رابعاً: الصور والرسوم:

تميز الصور والرسوم في تفسير وتجسيد المعاني وإدماج الجمهور يجعلها أداة فائقة التأثير في بناء الهوية البصرية، وتتمثل أهم أنواعها في: الصور الفوتوغرافية، والرسوم التوضيحية، والأيقونات التي تستخدم الرموز البسيطة لتقديم المفهوم أو الفكرة (Euripides Vrachnos, et al, 2014)⁽⁵²⁾.

سيمولوجيا عناصر الهوية البصرية:

اعتمدت الدراسة في بنائها على مدخل التحليل السيميولوجي، إذ يُعدُّ لغة جديدة عبارة عن مجموعة من المفاهيم التي تُستخدم عند مشاهدة العناصر الجرافيكية، وتدور حول الكيفية التي تتولد بها المعاني، ويتم توصيلها عبر إشارات وعلامات محددة، بالتعامل مع الصور والرسوم والرموز مثلما يكون التعامل مع اللغة على أساس أهمية العلاقات التي تربط بين أجزائه، وليس على أساس كون هذه العلاقات مجرد أشياء لا تدل على شيء (عاطف المطيعي، 2025)⁽⁵³⁾.

ونحن نستخدم هذه الرموز والعلامات من خلال خبرة مرسل الرسالة (الذي يُشار إليه في الدراسة الحالية بالمصمم الجرافيكي)، الذي يستخدم اللغة المرئية التي تناسب المضمون والسياسة التحريرية للموقع، وكذلك الجمهور المتلقي الذي يُفسرها على أساس تقاسم اللغة والمعرفة مع مرسلها.

فالدلالة تشمل اللغة اللفظية والوضعية، ودلالة الحركة، ودلالة الرمز؛ مثل: العلامات والإشارات التي تعطي معنى كإشارات المرور وإشارات السفن، ودلالة الهيئة كالزّي واللون والسلوك الحركي والتعبيري، ودلالة الخط والصورة، وكذلك الأحرف التي ترمز إلى

الأشياء، ولا يمكن إنكار الأهمية الكبيرة للرموز في سائر ميادين المعرفة، إذ هي قادرة على تمثيل كل الموضوعات والأحداث، وإظهار العلاقات القائمة فيما بينها (حسام إلهامي، 2017) (54).

ونستطيع أن نحدد تاريخ السيميولوجيا من خلال الإحالة إلى عالمين من أعلام الفكر الانساني الحديث، وهما الأمريكي شارل بيرس الذي تناولها فلسفياً، أما السويسري فريدريش دي سوسير فقد اعتمد على قاعدته الشهيرة المركبة من "الدال والمدلول"، بحيث يستحيل تصور العلامة دون تحقق الطرفين، ويُعد سوسير العلامة وحدة ثنائية المبني، تتكون من وجهين يشبهان "وجهي الورقة"؛ الأول هو الدال *signifiant*، الذي يمثل حقيقة نفسية أو صورة سمعية تحدثها في دماغ المستمع سلسلة الأصوات التي تلتقطها أذنه، وتستدعي إلى ذهن هذا المستمع صورة ذهنية أو مفهوم هو المدلول *signifie*؛ كقولنا كلمة "قلم" فالمدلول هو المتصور الذهني أي صورة القلم التي تقفز في أذهاننا حين نطق بالثلاثة أحرف "ق ل م"، وبهذه النظرية جعل العلاقة ثابتة بين الدال والمدلول (سلوى أبو العلا، 2015) (55).

ولأن الدلالات الشكلية تحمل معلومات ورسائل معينة توصلها للإنسان، فينتقل عن طريقها الشكل والعادات والتقاليد التي هي ركن من أركان التواصل بين الإنسان والإنسان أو الإنسان والطبيعة، فالسلوك الدلالي للشكل هو بالضرورة سلوك إنساني، فالإنسان هو الوحيد بين المخلوقات الذي يستخدم الأشكال كأنماط من السلوك تتشكل من رموز قد اصطلح عليها المجتمع ويستخدمها في حياته اليومية (إبراهيم المكي، 2021) (56).

فالتعرف على دلالات الشكل يتطلب شفرة مشتركة بين أفراد المجتمع الذي يستخدم الدلالة، التي تعبر عن المفاهيم العامة التي تُتقل وتُداول تعبيرياً من خلال الصور والكلمات والأصوات والابتسامات ومختلف أشكال التعبير، وعنصر المظهر أو العرض ويُقصد به السمات البصرية الظاهرة، مثل العناصر الجرافيكية وخطوط الكتابة والألوان وترتيب العناصر والتتابع والخصائص البارزة هي أداة لتوصيل الأفكار والمعاني، فاللون الأسود علامة الحداد في بعض الدول، بينما في دول أخرى يدل الأبيض على الموت، فاللون مثلاً يكتسب دلالته من السياق الثقافي، ومع ذلك لا يغير ذلك من كون اللون -

الأسود أو الأبيض- مقوماً دلاليًا يستخدم لتوصيل رسالة معينة إلى متلق ما (سيزا قاسم، وآخرون، 1986)⁽⁵⁷⁾.

وقد أصبح المحور الأساسي في الدراسات الكيفية الإعلامية يدور حول الرموز في الرسالة التي تقدمها وسائل الإعلام ودلالاتها، أو العلاقة بين الرمز والمعنى، وطرق بناء الأفكار وأهدافها، ويُفسر المتلقي هذه الرموز من خلال إطاره المرجعي؛ لذلك يرى علماء الدلالة أن الرسالة الإعلامية عبارة عن خليط من العناصر المتماسكة: (كلمات، إشارات، صور، رسوم، جرافيك، موسيقى)، وكلها وضعت في كود وفي نظام معين بحيث تعبر عن معنى أو معانٍ معينة، ويُفسر النص من خلال تحويله إلى مجموعة من العناصر، والكشف عن نظام العلاقات التي تُتَظَم بنيته والأعراف الثقافية التي تسهم في توضيح معناه (نشوى اللواتي، 2021)⁽⁵⁸⁾.

وتبعاً لما سبق، يمكن القول أن "رأس الصفحة هو بمثابة رمز مكثف يتكون من مجموعة من الرموز الفرعية، فكل شيء هو رمز؛ مثل: الأسماء والشعارات، سواء المرئية أو اللفظية والأحجام والخطوط والألوان والمساحات والتكوينات؛ كلها رموز تساعد على نقل المعنى الذي يقصده القائم بالاتصال في تشكيل الهوية البصرية للموقع الإلكتروني".

وهو ما يدعم الدراسة الحالية في توظيفها للإطار المستخدم، إذ تعني الباحثة بالتحليل الدلالي في سياق هذه الدراسة إحدى أدوات التحليل الكيفي التي تقوم بواسطتها باستخراج دلالات ومعانٍ ظاهرة وكامنة ورموز لغوية وغير لغوية في رأس الصفحة، من خلال تحليل الأسماء والشعارات والعلامات والرموز والأشكال والألوان والتكوينات البصرية المستخدمة في تصميم الهوية البصرية للمواقع الصحفية الإلكترونية؛ للكشف عن دلالة التكوين البصري لرأس الصفحة، كما يمكن للتحليل السيميولوجي أن يقدم بجانب وصف المضمون، الكشف عن خصائص منتجي الهوية البصرية والذين يرسخونها في ذهن المتلقي، ويفيد بصفة خاصة البحوث التقييمية التي تهدف إلى اكتشاف الأيديولوجية الكامنة داخل المؤسسات الصحفية المختلفة.

مشكلة الدراسة:

دخلت صناعة الصحافة مرحلة جديدة تتحكم فيها التقنية الرقمية؛ إذ أتاحت مجاًلاً واسعاً ومرناً في التصميم لخلق بيئة بصرية تنظم المحتوى المُقدم، خاصة رأس الصفحة الذي يشكل أحد العناصر الرئيسية في إعطاء الصحيفة والموقع الإلكتروني هويته البصرية، ونظراً لحداثة الدراسات العربية التي تناولت الهوية البصرية للمواقع الإلكترونية عامة، والمواقع الصحفية خاصة؛ فقد تبلورت المشكلة البحثية في: «مدى فاعلية تصميم رأس الصفحة بالمواقع الصحفية الإلكترونية كأداة لتحقيق هوية بصرية مميزة، وذلك عن طريق التحليل السيميولوجي للعناصر البنائية وما تنتجه من دلالات متوافقة مع مضمون الموقع وسياسته التحريرية المتبعة، والمقارنة بين عينة الدراسة لفهم كيفية توظيف المواقع للتقنيات الرقمية في تصميم عناصر الهوية البصرية».

أهداف الدراسة:

- التعرف على الهوية البصرية للموقع الإلكتروني، ومحاولة الربط بين الخواص والمحددات الشكلية لعناصر بناء رأس الصفحة؛ إذ تمثل العناصر البنائية لغة مرئية تحمل معاني ودلالات عميقة حول المضمون.
- التعرف على مدى توظيف المواقع الصحفية الإلكترونية للصور والألوان والتصميمات البصرية لتحقيق هوية مرئية متوافقة دلاليًا مع المضامين التي تقدمها المواقع الإلكترونية، في إطار التحليل الكيفي والسيميولوجي.
- الوقوف على جوانب الاتفاق والاختلاف بين المواقع الصحفية الإلكترونية في تشكيل وتصميم الهوية البصرية، من ناحية التصميم والشكل والعناصر التكوينية لرأس الصفحة.
- تقديم رؤية مستقبلية ومقترحات لكيفية توظيف التطور التكنولوجي في مجال تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية، والذي يؤدي بدوره في تغيير شكل المواقع في إطار رسم ملامح مستقبل الصحافة الرقمية ومواكبة التطورات.

أهمية الدراسة:

بالنسبة للأهمية العلمية:

- أهمية الهوية البصرية للصحف إذ تُشكل هويتها المرئية المتميزة والجذابة، فهي تُعد رمزاً مكثفاً يستخدم العناصر التكوينية من الاسم والشعار والألوان والخطوط والأحجام والمساحات، مما يعكس أهمية تحليلها دلاليًا وكيفيًا.

- دراسة أثر تكامل عناصر الهوية البصرية (الشعارات- الألوان- الخطوط- الرموز) مع المحتوى في المواقع الصحفية الإلكترونية وبناء الثقة مع المستخدمين.

- بمراجعة الباحثة للتراث العلمي -كما سيتبين لاحقاً- يتضح محدودية الدراسات العربية التي تناولت الهوية البصرية للمواقع الصحفية الإلكترونية، إذ اهتمت معظم الدراسات بكفاءة تصميم المواقع وكيفية توظيفها للوسائط المتعددة لتحقيق الانقراءة وسهولة الاستخدام، في حين لم تركز على واجهة الموقع الصحفي الإلكتروني المتمثل في عدد من العناصر أهمها رأس الصفحة وتشكيله للهوية البصرية للموقع.

بالنسبة للأهمية العملية:

- توظيف المواقع الصحفية الإلكترونية للتقنيات الرقمية الحديثة في عملية التصميم الحاجة للتطوير والتجديد في تصميم رأس الصفحة، إذ إن مستقبل الصحافة الرقمية يتطلب التغيير والإبداع لمواكبة التطورات.

- تحسين دور القائمين على تصميم المواقع وإخراج المحتوى في ضوء التطورات التكنولوجية الحديثة، وذلك من خلال التحليل الدلالي للعناصر البنائية لرأس الصفحة للتعرف على عناصر الجذب لبناء هوية بصرية قادرة على تقديم الفكرة الأساسية التي يقوم عليها محتوى الموقع مع الالتزام بأسس التصميم.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

- المواقع الصحفية الإلكترونية: هي تلك الصحف التي تُصدر وتُتشر على شبكة الإنترنت، سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ لصحف ورقية مطبوعة، أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كصحف إلكترونية ليست لها إصدارات مطبوعة، وتتضمن مزيجاً من الأخبار والتقارير والتحقيقات والمقالات والصور.

- **الهوية البصرية:** رسالة/ تعبير مرئي مُحكم للدلالة عن شخصية الموقع الصحفي تشمل منظومة العلامات المرئية المصممة التي تتضمن عدداً من الخطوط، والرسوم، والكتابات، والألوان والرموز التي لها مدلولات بصرية تصيغ مجموع التصورات التي تشكلها المؤسسة الصحفية، وتعبّر عن نشاطها من حيث الرؤية، والأهداف والقيم توجه إلى الجمهور المتلقي لتضمن أن تكون معروفة وراسخة في أذهانهم.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن تساؤل رئيس، هو:

- ما أهم الملامح/ والعناصر التكوينية التي تميز تصميم رأس الصفحة الرئيسية في المواقع الصحفية الإلكترونية التي تعكس الهوية البصرية لها؟
ويندرج تحت هذا التساؤل عددٌ من التساؤلات الفرعية:

1. ما العناصر البنائية التي تُشكل الهوية البصرية للمواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة؟
2. ما مدى قدرة العناصر البنائية المستخدمة في تصميم رأس الصفحة لعينة الدراسة في دعم الهوية البصرية لها؟
3. ما خصائص الشعار المرئي واللفظي في عينة الدراسة؟
4. ما دلالة الألوان وعلاقتها بالمكونات التصميمية في رأس الصفحة في عينة الدراسة؟
5. ما دلالة (الخطوط- الأحجام- المساحات) المستخدمة في تشكيل ودعم الهوية البصرية لعينة الدراسة؟
6. ما المعاني والدلالات التي تحملها العناصر الجرافيكية المستخدمة في رأس الصفحة التي تعبر عن الهوية المميزة لعينة الدراسة؟
7. كيف حقق التصميم البصري التوافق الدلالي مع المضامين الموجهة من المواقع الصحفية الإلكترونية؟
8. كيف حققت المواقع الصحفية عينة الدراسة أسس التصميم الفنية بواجهتهم الرئيسية؟

9. ما أوجه الاتفاق/ والاختلاف بين المواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة في تشكيل الهوية البصرية من ناحية التصميم والشكل والعناصر التكوينية لرأس الصفحة؟

10. كيف تسهم عناصر الهوية البصرية (الشعارات- الخطوط- الألوان) في تعزيز وضوح طبيعة المحتوى المقدم على الموقع؟

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف وصف عناصر بناء رأس الصفحة الرئيسة بالمواقع الصحفية الإلكترونية، من خلال ما تحمله الهوية البصرية من أشكال مرئية وصور وألوان وشعارات لها دلالات سيميائية، والوقوف على نقاط القوة والضعف في تصميمها.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح، بمسح تصميم رأس الصفحة في المواقع الصحفية الإلكترونية محل الدراسة، ثم تحليل البيانات وتفسيرها في إطار النتائج، وذلك باستخدام التحليل الكيفي السيميولوجي لتوضيح كيفية تشكيل الهوية البصرية من خلال تحليل وتفسير العناصر البنائية لرأس الصفحة الرئيسة؛ للتعرف على الدلالات التي تشير إليها لتحقيق التوافق الدلالي مع المضامين الموجهة من المواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة، والكشف عن دور التصميم في تحقيق هذه الهوية.

إضافة إلى استخدام المنهج المقارن بوصفه منهجاً مساعداً حيث وُظِفَ من خلال: المقارنة بين المواقع الصحفية الإلكترونية من حيث العناصر والدلالات التي يعكسها التصميم البصري في رأس الصفحة، فتصبح النتائج المستخلصة مدعومة بالمقارنات لتوضيح الاتفاق والاختلاف في تشكيل الهويات البصرية كما يعكسها تصميم المواقع عينة الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في جميع المواقع الصحفية الإلكترونية المصرية التي تستهدف الجمهور العام.

عينة الدراسة:

اختارت الباحثة أربعة مواقع صحفية إلكترونية مصرية تُعدُّ أكثر المواقع من حيث الزيارة على مستوى مصر، وذلك من خلال تقرير موقع Similar Web (www.similarweb.com) يوليو 2025، الذي يتيح معرفة ترتيب أي موقع في العالم. وقد حصل موقع "اليوم السابع" (www.youm7.com) التابع لصحيفة اليوم السابع اليومية المطبوعة على الترتيب الأول، وهو نموذج لمواقع صحفية تابعة لمؤسسات صحفية خاصة، ثم موقع "المصري اليوم" (www.almasryalyoum.com) التابع لصحيفة المصري اليوم المطبوعة اليومية في الترتيب الثاني كنموذج لمواقع صحفية تابعة لمؤسسات صحفية خاصة، يليه موقع "مصري" (www.masrawy.com) الحاصل على الترتيب الثالث، الذي تصدر أكثر المواقع الإخبارية المصرية من حيث مدة زيارة المستخدمين للموقع الصادر عن مركز "رع" للدراسات الاستراتيجية 2021، وكذلك موقع "الوطن" (www.elwatannews.com) التابع لصحيفة الوطن المطبوعة اليومية في الترتيب الرابع كنموذج لمواقع صحفية تابعة لمؤسسات صحفية خاصة.

وعن العينة الزمنية؛ فيتسم تصميم رأس الصفحة الرئيسة بالصحيفة الإلكترونية بالثبات النسبي، وقد تحدث تغيرات طفيفة لا تؤثر في تصميم وبناء رأس الصفحة للحفاظ على الهوية البصرية الواضحة والمميزة للموقع الصحفي؛ لذلك اعتمدت الباحثة على عينة عمدية امتدت لمدة شهرين، بدأت من 15 أبريل وانتهت 15 يونيو 2025م.

أدوات جمع البيانات:**دليل التحليل الكيفي:**

التوصيف الكيفي والدلالي للعناصر البنائية لرأس الصفحة الرئيسة للمواقع الصحفية الإلكترونية، وما تحمله الهوية البصرية من أشكال مرئية وصور وألوان وشعارات لها دلالات سيميائية والوقوف على نقاط القوة والضعف في تصميمها، ورصد أوجه

الاختلاف والتشابه بين الكيفية التي يوظف بها مواقع الدراسة عناصر التصميم على الموقع لتحقيق هذه الهوية.

صدق الأداة¹:

عُرض دليل التحليل الكيفي على عدد من المُحكِّمين من أساتذة الإعلام، للتأكد من صلاحية أدوات الدراسة للتطبيق، وقد أجرت الباحثة التعديلات المطلوبة ليحقق الدليل الهدف المرجو منه، ومن ثم كان الدليل جاهزاً للتطبيق بعد إجراء اختبار قبلي على عينة من المواقع الصحفية الإلكترونية، لمعرفة أبرز الملاحظات على دليل التحليل الكيفي، بحيث يمكن الاعتماد عليه في التفسير والتعميم.

نتائج الدراسة:

استندت الباحثة في تحليلها إلى ستة محاور تفي بمتطلبات البحث، وتسهم في تحقيق أهدافه، معتمدة على التحليل الكيفي السيميولوجي للمواقع الصحفية الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

أولاً: مكونات الهوية البصرية لرأس الصفحة الرئيسية في المواقع الصحفية محل الدراسة: اعتمد تصميم رأس الصفحة في المواقع الصحفية الإلكترونية على توظيف العناصر اللفظية والرموز غير اللفظية بما يحقق الهوية البصرية المميزة لترسيخها في ذهن المتلقي، وقد رصدت الدراسة ما يلي:

- تصميم هوية رأس الصفحة الرئيسية لموقع اليوم السابع:

يوضح شكل (1) رأس الصفحة الرئيسية لموقع اليوم السابع، إذ يتصدر اسم الموقع أعلى يمين الصفحة بالحروف السميكة "Bold" باستخدام لونين الأسود والأحمر على أرضية بيضاء بهيئته الموجودة في النسخة المطبوعة، مما حقق تبايناً لونياً قوياً، ومستخدماً اللونين ذاتهما، وكتابة رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير بجانب اسم الموقع، وقد ظهر الإعلان في المساحة المتبقية من رأس الصفحة، مما أدى إلى ظهور رأس الصفحة مزدحماً بكثير من العناصر المليئة بالألوان والحركة، وزاد من وقت تحميل الموقع.

¹ أسماء السادة المحكمين:

- أ.د. السيد بهنسي- أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة عين شمس.
- أ.م.د. مي حمزة أستاذ مساعد بكلية الإعلام جامعة عين شمس.
- د. منة عبد الحميد مدرس بكلية الإعلام- جامعة عين شمس.

وقد تكرر اسم الموقع بحجم أصغر أعلى رأس الصفحة بالهيئة نفسها للحفاظ على هويته البصرية، ثم أيقونة جرافيكية على شكل ميكرفون، بجانبها كلمة إعلان باللون الأحمر، وفي الزاوية اليسرى تقع أيقونتان صغيرتان يعبران عن التاريخ والساعة باللون الأحمر، بينما الكتابة باللون الأسود.

وعُرضت قائمة المحتويات باللون الأبيض على خلفية سوداء أعلى رأس الصفحة (الرئيسية- عاجل- سياسة- تقرير- حوادث- عرب- عالم- تحقيقات- اقتصاد- رياضة- كرة عالمية- المزيد) مع وضع عنصر جرافيكي على شكل منزل بجانب تبويب الرئيسية، كما عرض الموقع خدماته أسفل رأس الصفحة، كخدمة "تيكرز" المكتوبة باللون الأبيض على أرضية حمراء أسفل اسم الموقع، التي أطلقها اليوم السابع في نوفمبر 2015 لتتيح لمتصفح الموقع الحصول على أحدث 100 خبر عاجل في صفحة واحدة، ثم في اليسار مستطيل خدمة البحث باللون الأبيض، بينما الكلمة مكتوبة باللون الأبيض في مربع أصفر على خلفية حمراء.



شكل (1) رأس الصفحة الرئيسية لموقع "اليوم السابع"

- تصميم هوية رأس الصفحة الرئيسية لموقع المصري اليوم: يوضح شكل (2) رأس الصفحة الرئيسية لموقع المصري اليوم، ويبرز شعار الموقع بوضوح أعلى يمين رأس الصفحة مكتوباً بخط كلاسيكي أسود اللون، وأعلاه مباشرة سلوجن "من حقك تعرف" بخط أصغر انسيابي باللون الأحمر، يلي الشعار أيقونة جرافيكية باللون الأحمر تشير إلى عدد اليوم، وأيقونة على شكل comment زي النهاردة باللون الأحمر للإشارة إلى الأحداث التاريخية التي حدثت في مثل هذا اليوم، ثم أيقونات متعارف عليها عالمياً لحسابات الصحيفة على وسائل التواصل الاجتماعي مثل: (فيسبوك- منصة X "تويتر سابقاً")، وخدمة RSS التي تتيح توزيع المحتوى بشكل تلقائي على شبكة الإنترنت.

وقد ظهر بعد ذلك أيقونات شعارية مميزة لمواقع أطلقها موقع المصري اليوم، هي: ملاعب الكلمة المكتوبة باللون الأسود والمتداخلة مع رمز كرة القدم بالأبيض والأسود ليعكس مضمونه عن تغطية الأخبار الرياضية، وعند الضغط عليه تتحول الكلمة للون الأحمر، يليه الموقع الثاني أيقونة المكتوبة بخط مائل باللون الأسود وهو ملحق يصدر أسبوعياً لإلقاء الضوء على القضايا الاجتماعية والثقافية والفنية بشكل معاصر تحت إشراف الكاتبة سيلفيا النقادي، وعند الضغط عليه تتحول الكلمة إلى اللون البرتقالي، ثم الموقع الثالث لايت، المعروف باسم "المصري لايت" المكتوب باللون الرمادي، حيث يقدم محتوى خفيفاً يشمل الأخبار الطريفة، والقصص الإنسانية، والحكايات العربية التي تهم القارئ، وعند الضغط عليه تتحول الكلمة إلى اللون السماوي، أما عن الموقع الأخير فهو Egypt Independent الذي تأسس منذ عام 2009 كموقع إلكتروني تابع لمؤسسة المصري اليوم لتقديم التغطية الإخبارية والتحليلية المتعمقة باللغة الإنجليزية للجمهور الدولي، وتم كتابة كلمة Egypt باللون الأبيض على خلفية حمراء، بينما Independent باللون الأسود.

وعُرضت قائمة المحتويات باللون الأبيض على خلفية سوداء أسفل شعار المصري اليوم (أخبار- عرب وعالم- رياضة- حوادث- رأي- اقتصاد- تعليم- فنون- المزيد)، مع وضع عنصر جرافيكي على شكل منزل بجانب تبويب أخبار، ثم في اليسار أيقونات صغيرة رمزية للإشارة إلى أعداد الصحيفة PDF من خلال حرف A منحنية باللون الأحمر، يليها كلمة أيقونة التي تم الإشارة لها فيما سبق باللون الأحمر، ثم أيقونة عدسة المصري اليوم بثلاث ألوان الأحمر والبرتقالي والأزرق، وفي النهاية باليت الرسم باللون الأحمر إشارة إلى الكاريكاتور بالموقع.

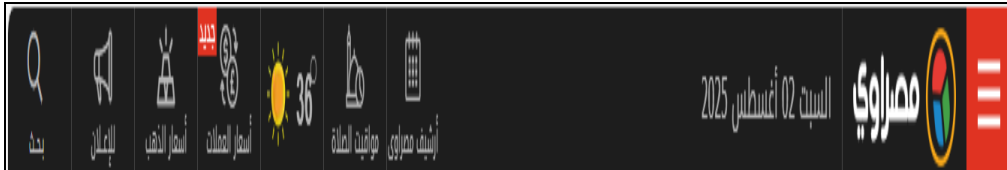


شكل (2) رأس الصفحة الرئيسية لموقع "المصري اليوم"

- تصميم هوية رأس الصفحة الرئيسية لموقع مصراوي:

يوضح شكل (3) رأس الصفحة الرئيسية لموقع مصراوي، حيث تظهر كلمة مصراوي بخط عربي واضح وبسيط باللون الأبيض على خلفية سوداء، يرافقها رمز دائري على شكل ميكروفون مُحاط بخط خارجي برتقالي اللون، ويحتوي على ألوان داخلية متعددة (الأحمر- الأزرق- الأخضر)، يلي الشعار مباشرة تاريخ اليوم، ثم تظهر عدد من الأيقونات الرمزية تعكس كلاً منها دلالة معينة: تبدأ برمز التقويم الذي يشير إلى أرشيف الموقع، يليه رمز المسجد مع ساعة أسفله كلمة مواقيت الصلاة.

بعد ذلك، تظهر درجة الحرارة من خلال رسم جرافيك يغير حسب التوقيت، حيث تُعرض الشمس باللون البرتقالي نهاراً، وتتحول إلى شكل رمادي ليلاً، ثم أسعار العملات برسم دائرتين متداخلتين تحملان رمزي الدولار \$، واليورو €، وتدور حولهما أسهم صغيرة في حركة دائرية، بينما أسعار الذهب جاءت على شكل ميزان، ويبرز في نهاية الشريط أيقونة جرافيكية على شكل ميكروفون أسفلها كلمة للإعلان، ثم كلمة بحث أسفل رمز العدسة المكبرة.



شكل (3) رأس الصفحة الرئيسية لموقع "مصراوي"

- تصميم هوية رأس الصفحة الرئيسية لموقع الوطن:

يوضح شكل (4) رأس الصفحة الرئيسية لموقع الوطن، حيث جاء اسم الموقع على أرضية بيضاء كبيرة أعلى يمين الصفحة بالحروف "Bold" باستخدام لونين الأسود والبرتقالي على خلفية بيضاء بهيئته الموجودة في النسخة المطبوعة، وأسفله مباشرة سلوجن "صحيفة يكتبها القارئ" بخط أصغر باللون الأسود الباهت، وقد ظهر الإعلان في المساحة المتبقية من رأس الصفحة بجواره كلمة "إعلن معنا" مما أدى إلى ظهور رأس الصفحة مزدحماً بكثير من العناصر المليئة بالألوان، ولا شك أن ذلك يزيد من وقت تحميل الموقع.

ويعلو شعار الموقع شريط بعرض رأس الصفحة باللون الأسود، وقد برز عليه تاريخ اليوم باللون الأبيض، يليه أيقونة تسجيل الدخول باللون البرتقالي، ثم أيقونة رمزية للشمس والقمر للإشارة إلى حال الطقس، ثم أيقونات متعارف عليها عالمياً لحسابات الصحيفة على وسائل التواصل الاجتماعي مثل: (فيسبوك- منصة X (تويتر سابقاً)- اليوتيوب- إنستجرام).

ومن خلال شريط عريض أسفل رأس الصفحة تم عرض قائمة المحتويات باللون الرمادي على خلفية بيضاء التي تتحول للون الأسود عند الضغط على القائمة المنسدلة (أخبار مصر- أخبار العالم- اقتصاد وبورصة- محافظات- فن وترفيه- كتاب الرأي- المزيد)، ثم صندوق البحث من خلال رمز العدسة المكبرة.



شكل (4) رأس الصفحة الرئيسية لموقع "الوطن"

ثانياً: خصائص أسماء المواقع الصحفية محل الدراسة: يعد اختيار الخطوط وأنماطها هدفاً رئيساً في تشكيل الهوية البصرية للموقع الصحفي، والإسهام في إضفاء لمسة تصميمية شخصية مميزة، وقد نجحت مواقع الدراسة في اختيار أسماء مناسبة تعكس طبيعتها الإخبارية العامة وهويتها الوطنية المصرية، بما يتوافق مع الاتجاهات والسياسة التحريرية باعتباره عنواناً للموقع الصحفي الإلكتروني. كما أضفى مصممو المواقع عينة الدراسة دعماً لتسهيل قراءة نصوصها الكتابية من خلال استخدام حروف بسيطة بعيداً عن الحروف المعقدة والمائلة والزخرفية الجمالية، التي غالباً ما تُحدث ابتعاداً عن طبيعتها الوظيفية.

فقد جاء اسم موقع اليوم السابع (شكل 5) أعلى يمين رأس الصفحة بخط عربي سميك باللونين الأسود والأحمر على أرضية بيضاء مما جعله واضحاً وجاذباً للانتباه؛ لذلك لا يحتاج الاسم إلى عناصر جرافيكية إضافية، بل أصبح علامة قوية كافية للدلالة

على الموقع، وهو ما يعكس نجاحه في بناء هوية شعبية مرئية واضحة، تعكس أسلوبه الإخباري الجريء في الطرح. كما أبرز الموقع الاسم مرتين في رأس الصفحة لترسيخ هويته البصرية عند القراء، وليؤكد ثقة الموقع بنفسه واعتماده على انتشاره الجماهيري.



شكل (5) "اليوم السابع"

بينما حافظ موقع المصري اليوم (شكل 6) على هويته البصرية التقليدية المتعارف عليها من جانب جمهور الإصدار الورقي للصحيفة، بتوظيف نوع خط واحد من خلال استخدام الخط العربي الكلاسيكي بما يعزز ربطه بصرياً بصحيفة المصري اليوم الورقية، كما أن بساطة تصميم الاسم الذي لا يميل إلى الزخرفة يشير إلى الاستقرار التحريري والطابع البسيط المحافظ، واستخدام الحروف السوداء السمكية على أرضية بيضاء لإبراز الاسم وإشارة إلى الحياد والمهنية.



شكل (6) "المصري اليوم"

وقد تصدر اسم موقع مصرأوي (شكل 7) رأس الصفحة بخط عربي واضح وبسيط باللون الأبيض؛ مما يحقق وضوحاً عالياً على الخلفية السوداء الداكنة، بما يضمن أن يكون اسم الموقع مقروءاً، كما أن اختيار الخط العربي يرسخ هوية الموقع المصرية، ورغم أنه خط عربي تقليدي، إلا أن بساطته وخلوه من الزخرفة الزائدة يجعله أقرب إلى الحداثة ولا يشتت انتباه القارئ في تفاصيل لا تضيف جديد، كما أنه يسمح بدمج عنصر بصري قوي وهو رمز الميكروفون دون أن يحدث تنافر بصري، ولكن بالرغم من ذلك كان

الاسم يحتاج لمساحة بيضاء حوله تجعله أكثر وضوحاً خاصة مع تداخل أكثر من لون في تصميم الاسم والشعار.



شكل (7) "مصراوي"

في حين ظهر اسم موقع الوطن (شكل 8) بخط عريض واضح أعلى يمين رأس الصفحة على أرضية بيضاء؛ ليخاطب القارئ مباشرة دون تشتت بصري فيسهل تمييز الاسم بمجرد رؤيته، وقد جاء الاسم مكتوباً بحروف سميكة باللونين: الأسود الذي يرمز إلى القوة والثقة بما يوحي بأن الموقع لديه رؤية واضحة وموقف تحريري واضح، بينما البرتقالي الذي يضيف لمسة حيوية معاصرة، ويعطي توازناً بين الجدة والمرونة، كما أن توافر الفراغ حول الاسم والشعار جعل الحروف والكلمات واضحة وسهلة القراءة.



شكل (8) "الوطن"

ثالثاً: خصائص الشعار في رأس الصفحة للمواقع الصحفية محل الدراسة: يقوم الشعار بعملية ربط بصري بين القارئ والموقع الصحفي، حيث يعدُّ أحد أهم العناصر المكونة لرأس الصفحة الرئيسية للموقع وكذلك للهوية البصرية التي تميزه عن غيره من المواقع، وتمثل البساطة أساس تصميم الشعار حتى يسهل إدراكه وتذكره. وقد اعتمدت معظم مواقع الدراسة على الشعار النصي؛ خاصة أن أسماء المواقع جذابة وقابلة للتذكر، ويسهل أن ترتبط في أذهان الجمهور، خاصة عندما يكون للموقع إصدار

ورقي مألوف ومرتبطة ذهنياً لدى الجمهور، وقد دعم المصممون الاسم بشعار نصي موجز وملون Slogan لترسيخ الهوية البصرية للموقع ورسالته وجعلها سهلة التذكر.

وأكد موقع المصري اليوم التزامه بتقديم المعلومة باعتبارها حقاً أساسياً لكل مواطن من خلال الشعار اللفظي "من حقلك تعرف"، ودلالة اللون الأحمر هنا لا يعكس الاندفاع بل عنصر تحفيزي بصري لجذب انتباه المستخدم نحو رسالة الموقع، ووجودها أعلى الاسم يعكس قيمتها التحريرية المهمة بالنسبة للموقع، فهي البوصلة التي تقود المؤسسة الصحفية، بينما الاسم هو الواجهة العامة، بما يعبر عن البساطة والرصانة والاتساق مع الهوية الصحفية التقليدية.

وقد أشار الشعار اللفظي لموقع الوطن "صحيفة يكتبها القارئ" إلى أن الصحيفة مسؤولية مشتركة بين الموقع والقارئ، في إشارة إلى أن القارئ له دور في تحرير المادة الصحفية من خلال الاعتماد على المحتوى التفاعلي وإسهامات القراء، وقد جاء الشعار أسفل الاسم مباشرة باللون الأسود الباهت كي لا يطغى الشعار المكتوب على الاسم نفسه بصرياً، بل أن يكون مكملاً له، بما يعبر عن رؤية الموقع لتحقيق التوازن بين المصادقية المهنية والرغبة في إشراك القراء، وإعطائه مساحة ليكون جزءاً من صناعة المحتوى. بينما استخدم موقع واحد فقط الشعار المركب الذي يعد اختياراً جيداً لخلق صورة ذهنية من خلال تصميم بسيط جرافيكي رمزي لمصاحب الاسم الموقع لتحقيق الحضور المرئي القابل للتذكر.

وذلك حينما دمج موقع مصراوي اسمه مع الشعار المصور، وهو الشكل الدائري وبداخله ميكروفون الذي يمثل عنصر جرافيكي بصري بارز ومركزي في الهوية البصرية؛ ليعبر بوضوح عن اهتمام الموقع بالمحتوى المسموع والمسجل، سواء عبر البودكاست أو الفيديو أو التقارير المصورة، كما أن الشكل الدائري يرمز إلى التكاملية والاستمرارية في تقديم الخدمة الإخبارية وأحداث الساعة للمستخدمين، ويمنح اللون البرتقالي دفئاً بصرياً للشعار يعزز الشعور بالحيوية كما أنه لون وسيط بين الأحمر (الاندفاع)، والأصفر (البهجة)، مما يوحي إلى التوازن بين الجدة والمرونة. بينما استخدم ألوان الأحمر والأزرق والأخضر في الميكروفون يعكس الجراءة التحريرية من خلال اللون الأحمر، بينما

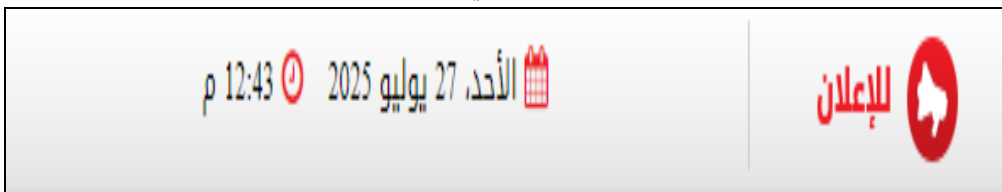
الأزرق يعبر عن المصادقية، في حين الأخضر يعكس التنوع والمرونة في مناقشة القضايا المختلفة؛ وتم توظيف هذا العنصر بشكل دال ومباشر ليحمل المعنى الرمزي لرأس الصفحة الرئيسية، ويعكس الطابع الرقمي للموقع الذي يمزج بين النص والصوت والصورة.

في حين لم يستخدم موقع اليوم السابع أي عنصر جرافيكي أو صورة أو شعار لفظي مصاحب لاسم الموقع كما في النسخة المطبوعة، بل استخدم اللون الأحمر ليس كعنصر زخرفي جاذب للنظر فحسب، بل كرمز لوني بصري لأسلوب الموقع في تحقيق الانفرادات الصحفية والتغطية الحصرية للأخبار، بينما أضاف الأسود نوعاً من الاحترافية.

رابعاً: دور العناصر الجرافيكية الرمزية في رأس الصفحة للمواقع الصحفية محل الدراسة:

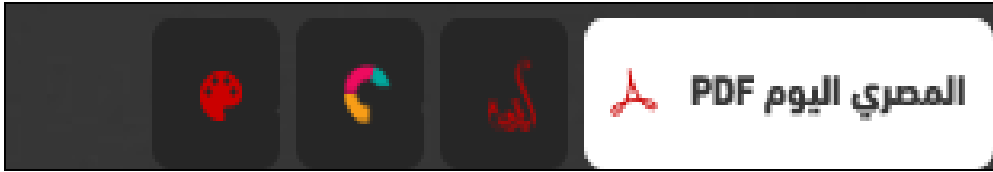
كشف التحليل الكيفي أن مواقع الدراسة اعتمدت على تصميمات جرافيكية وأيقونات بصرية تعكس محتواها للقارئ، فجاء الرمز يتمتع بقدر كبير من الأهمية والبساطة للتعبير بصرياً عن مضمون المواقع؛ مما يعكس حرصهم على بناء هوية بصرية متكاملة لا تقتصر على الألوان والشعارات، بل كذلك أي مكون بصري في تصميم واجهة الموقع، على أن يكون الرمز المستخدم واضح ويتم ربطه بفكرة الموقع الصحفي بصورة واضحة ومفهومة تؤكد عملية الاتصال مع المستخدمين.

واستخدم موقع اليوم السابع (شكل 9) عناصر جرافيكية ملونة لتوجيه القارئ بشكل سريع وفعال لأهم ما يميز الموقع، مثل أيقونة الميكروفون بجانب كلمة إعلان باللون الأحمر لتمييز الإعلانات بشكل فوري، واستخدم أيقونات صغيرة باللون الأحمر للتاريخ والساعة لتقديم خدمة ومعلومات مباشرة بشكل بسيط وواضح للقارئ، وكذلك بالنسبة لأيقونة المنزل لتبويب الرئيسية كعنصر جرافيكي دال بصرياً مما يسهل الوصول إليه.



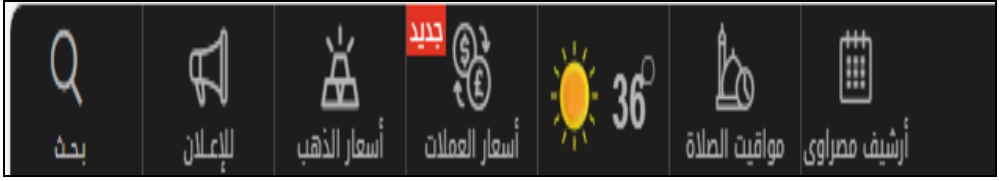
شكل (9) "اليوم السابع"

بينما صمم موقع **المصري اليوم** (شكل 10) أيقونات شعارية لكل موقع فرعي تعكس محتواه بشكل بصري، حيث دمج كلمة ملاعب مع كرة القدم بالأبيض والأسود للدلالة على محتواه الرياضي، وعند الضغط عليه يتحول لونه إلى الأحمر ليعزز الانتباه عند القارئ، إضافة إلى ذلك تبرز الأيقونات الرمزية في شريط الموقع الرئيس: كأيقونة المنزل لتبويب الأخبار، وحرف A المتعارف عليه في إشارة لأعداد الصحيفة PDF، وعدسة التصوير الملونة بالأحمر والبرتقالي والأزرق للتعرف على قسم التصوير داخل الموقع، بينما عبّر عن قسم الكاريكاتور من خلال باليت الألوان التي جاءت باللون الأحمر لتعزيز التمييز البصري عند القارئ. كما أشار الموقع من خلال أيقونات مختصرة بصرية للتعبير عن منصات وسائل التواصل الاجتماعي مثل: (الفيسبوك- منصة X "تويتر سابقاً") بالشكل نفسه المتعارف عليه عالمياً.



شكل (10) "المصري اليوم"

وظّف موقع **مصرأوي** (شكل 11) التصميمات الجرافيكية الرمزية بشكل يسهّل على المستخدم فهم المعلومات المقدمة دون الحاجة إلى قراءة مطوّلة، وجاء رمز التقويم للدلالة على أرشيف الموقع، ثم ظهر رمز المسجد متداخلاً مع الساعة في توظيف للرمز الديني للدلالة على مواقيت الصلاة، أما أسعار العملات ظهرت من خلال دائرتين متداخلتين كلاً منهما تحمل رمزي الدولار واليورو، وتدور حولهما أسهم صغيرة في حركة دائرية ترمز إلى تغيرات سوق العملات المستمرة، بينما يجسد سعر الذهب برسم الميزان في إشارة إلى القيمة والوزن، وكذلك رسم الميكروفون بجانب كلمة إعلان باللون الأحمر لتمييز الإعلانات بشكل فوري، ثم رمز العدسة المكبرة لكلمة بحث كأداة للاستكشاف والبحث داخل الموقع الصحفي.



شكل (11) "مصرأوي"

اعتمد موقع الوطن (شكل 12) على التصميمات البسيطة flat design بألوان محايدة لتوجيه انتباه القارئ إلى العناصر المختلفة دون ازدحام بصري في رأس الصفحة، حيث عرض أيقونات وسائل التواصل الاجتماعي مثل: (الفيسبوك- منصة X "تويتر سابقاً"- اليوتيوب- إنستجرام) بالرموز المتعارف عليها عالمياً؛ ليسهل التعرف عليها وتشجيعه للمشاركة والمتابعة على المنصات المختلفة، في حين استخدم رسماً جرافيكياً يجمع بين الشمس والقمر للدلالة على حالة الطقس اليومية.



شكل (12) "الوطن"

خامساً: دور الألوان في رأس الصفحة بالمواقع الصحفية محل الدراسة: تُعدّ الألوان أحد أكثر العناصر تأثيراً في تشكيل الهوية البصرية، في القدرة على إيجاد التباين والتركيز على النقطة المحورية في التصميم، وتنظيم الأفكار المقدمة، حيث تؤدي دقة اختيارها إلى إبراز مكونات الهوية في رأس الصفحة، والتمييز البصري بين العناصر، وجعلها أكثر جاذبية.

وظّف موقع المصري اليوم (شكل 13) الألوان بشكل يعكس أهميتها في إثارة الانتباه بما يناسب مضمون الموقع وتبويباته المختلفة، حيث لم يعتمد الموقع في ملحق أيقونة على عنصر جرافيكى بل شعار لفظي مكتوب بخط مائل، عند الضغط عليه يتحول إلى اللون البرتقالي ليعطي طابعاً عصرياً يناسب محتواه الثقافي، بينما تميز لايت باللون الرمادي الذي يعكس محتواه الخفيف ثم يتحول للون السماوي عن التفاعل في دلالة على الترفيه والقصص الطريفة، أما موقع Egypt Independent فقد استخدم ألوان الأحمر

والأبيض والأسود ألوان العلم المصري ليعكس الهوية الوطنية للإصدار الموجه للجمهور الدولي.



شكل (13) "المصري اليوم"

استخدم موقع مصرأوي الألوان بشكل يعزز التفاعل البصري للمستخدم مع الوقت الفعلي من خلال الرسم البصري المتغير للتعبير عن درجة الحرارة من خلال الشمس البرتقالية نهاراً والرمادية ليلاً.

اكتفى موقع الوطن باستخدام اللون البرتقالي لأيقونة تسجيل الدخول لتلفت انتباه المستخدم للتفاعل والتسجيل، كما تتحول تبويبات شريط المحتويات للون الأسود عند الضغط عليه مما يوفر تميزاً بصرياً يسهل عملية التصفح لدى المستخدم.

كما جاءت الألوان في مقدمة ما يدرك من الهوية البصرية حيث ظهرت كعنصر بارز التأثير في التعبير عن فكرة معينة، فقد ظهر اللون الأحمر في شعار موقع اليوم السابع للتعبير عن المحتوى والعناوين الجذابة، والتميز في تحقيق الانفرادات الصحفية.

دفع أهمية اللون الأحمر على جذب الانتباه، وقدرته على الإيقاف البصري للحظات، لتوظيفه من جانب مواقع اليوم السابع، والمصري اليوم، ومصرأوي في رأس الصفحة بشكل لافت للنظر، لتجذب الجمهور إلى مزيد من الاهتمام والتركيز على العناصر المكونة للهوية البصرية.

كذلك كان استخدام الألوان المحايدة: الأبيض، والأسود، والرمادي ليس بالقليل في تصميم رأس الصفحة، حيث إنها المحفز الأساسي الذي يقف خلف اللون الرئيسي والألوان الثانوية، فقد وفرت تلك الألوان خلفية مناسبة لإبراز الأيقونات، وساعدت على تمكين بقية الألوان المستخدمة في رأس الصفحة للمواقع عينة الدراسة على الوضوح والرؤية والتميز.

سادساً: أسس تصميم رأس الصفحة الفنية بالمواقع الصحفية محل الدراسة:
الأسس الفنية للتصميم هي مجموعة من المبادئ والقواعد التي يعتمد عليها المصمم لتنظيم وترتيب العناصر المكونة للصفحة بشكل يحقق التوازن بين الوظيفة والشكل الجمالي، أهمها:

- الوحدة في التصميم:

تنشأ الوحدة البصرية من خلال تشكيل عناصر الشكل تكويناً مترابطاً فيما بينها، ورؤية العناصر البصرية في تشابك وترابط بين عناصر تصميم رأس الصفحة، فالعين تربط دائماً بين الأشكال المتشابهة أو المساحات أو الألوان. وقد حققت المواقع عينة الدراسة الوحدة في رأس صفحاتها من خلال عدة إجراءات تصميمية، منها:

- تكرار الألوان في مواضع مختلفة من تصميم رأس الصفحة، مما جعل العين تشعر بالترابط فيما بينهم، فقد حققت مواقع اليوم السابع، والمصري اليوم، ومصر اوي الوحدة باستخدام اللون الأحمر وتكراره في أجزاء مختلفة من تصميم رأس الصفحة، سواء في أسماء المواقع أو شعارها النصي، أو الأيقونات البصرية التفاعلية على المواقع، كما ظهر التنوع في استخدام اللونين الأبيض والأسود في أسماء المواقع والأرضيات كما حدث في موقعي المصري اليوم، ومصر اوي.
- كما حقق موقع الوطن الوحدة باستخدام اللون البرتقالي وتكراره في اسم الموقع وأيقونة تسجيل الدخول، كذلك استخدم اللون الأسود في اسم الموقع والأرضية وعند تفاعل المستخدم بالضغط على تبويبات الموقع الرئيسية.
- كما تحققت الوحدة في المواقع عينة الدراسة من خلال استخدام نوع خط موحد مناسب ومقروء في تبويبات المواقع الرئيسية، مع تشابه أو اختلاف في الحجم والكثافة.

- الحركة في التصميم:

تنشأ الحركة البصرية من خلال توزيع عناصر بناء الصفحة بشكل يحافظ على استمرار حركة عين القارئ في نطاق حيز التصميم حتى يفرغ منها، مع مراعاة ألا تكون هناك ثغرات تسمح للعين بالهروب العرضي من التصميم، وقد تحققت الحركة في مواقع الدراسة من خلال:

- الاتفاق على نقطة مركزية أعلى يمين الصفحة التي تمثلت في اسم الموقع الصحفي؛ لجذب بصر القارئ وتحديد بداية حركة العين على رأس الصفحة، ثم التنقل على عناصر الشعار بنوعيه اللفظي والمصور وتأكيدا بلون لتوجيه العين في التنقل بعد ذلك عبر باقي تصميم رأس الصفحة.
- الاعتماد على استخدام الاتجاه الأفقي في كتابة اسم الموقع والشعار؛ مما نظم حركة عين القارئ عبر التصميم، والتنقل للأيقونات المكونة لرأس الصفحة.

- الاتزان في التصميم:

- يشير الاتزان إلى التساوي في القيمة والثقل، حيث يتطلب ذلك غالباً وجود محور مركزي في مجال التصميم تتزن حوله كل العناصر المكونة لرأس الصفحة، وقد حققت المواقع عينة الدراسة الاتزان في رأس صفحاتها من خلال عدة إجراءات تصميمية، منها:
- استخدام مواقع الدراسة العناصر الثقيلة في رأس الصفحة على الجانب الأيمن "المركز البصري"، متمثلة في اسم الموقع وشعاره، أما بقية المساحة فتتوزع باقي العناصر الثقيلة، حيث نجح موقعاً المصري اليوم، ومصرأوي في توزيع باقي عناصرهم في رأس الصفحة حول النقطة المركزية الموجودة يمين رأس الصفحة، بينما وضع موقعاً اليوم السابع، والوطن إعلانات في المساحة المتبقية من رأس الصفحة، مما جعل العين مشتتة، خاصة مع كثرة ألوانها المتداخلة وظهور حركة داخل هذه الإعلانات، ومما زاد من تحميل هذه المواقع والعناصر المكونة لرأس الصفحة.

- التباين في التصميم:

- يتمثل التباين في إيجاد نوع من التضاد بين الألوان المختلفة، لإعطاء تأثير بصري له قوة جذب عالية، ولتحقيق الوضوح الكافي للعناصر المكونة لرأس الصفحة، وقد تحقق التباين في رأس صفحة مواقع الدراسة من خلال:
- علاقة العناصر مع الأرضية من حيث التنوع اللوني بين الأسود والأبيض والرمادي، واستخدام الأحمر للإبراز.

-الإيقاع في التصميم:

ينشأ الإيقاع من خلال تكرار العنصر الشكلي بصورة ثابتة بشكل يوجه عين القارئ من عنصر إلى آخر، مما يؤدي إلى تحقيق الحركة والوحدة في التصميم، وقد نجحت مواقع الدراسة في تحقيق الإيقاع في التصميم من خلال:

- استخدام التكرار في عرض تبويبات القائمة الرئيسة بالشكل والمساحة والألوان على مسافات منتظمة؛ مما ترتب عليه الوصول إلى إيقاع هادئ ومنظم.
- استخدم موقع مصراوي الفواصل الطولية المتكررة بين تبويبات القائمة الرئيسة بنفس الحجم والشكل واللون والبياض بينهم؛ مما حقق نوعاً من الإيقاع البسيط بتكرار العنصر الشكلي.

-الفراغ في التصميم:

يتمثل الفراغ في المسافة أو المساحة بين العناصر المكونة لرأس الصفحة، فلا يكفي لنجاح التصميم إجادة تحديد أوضاع العناصر في أماكن معينة، بل أيضاً مراعاة الفراغات بينها التي تسهل التنقل من إحداها إلى الأخرى، وتعطي راحة للعين، وتنظم عملية متابعة العناصر الموجودة، وقد استخدمت مواقع الدراسة الفراغ في تصميم رأس الصفحة بفاعلية من خلال:

- إحاطة أسماء مواقع اليوم السابع، والمصري اليوم، والوطن وشعاراتهم اللفظية بنسبة من الفراغ الكافي؛ مما جعل عين القارئ تتجه تلقائياً إلى أسماء المواقع برغم احتواء رأس الصفحة على عناصر أخرى، بعكس موقع مصراوي الذي لم يترك بياضاً كافياً لوضوح اسم الموقع وشعاره المصور بالنسبة للقارئ.
- نجح موقع مصراوي في خلق رابطة بين عنصري الاسم والشعار المصور بتقليل الفراغ بينهما؛ مما جعل القارئ يستشعر بقوة الربط بينهما. كما خلقت مواقع اليوم السابع، والمصري اليوم، والوطن الرابطة نفسها، لكن بين الاسم والشعار اللفظي Slogan.
- ازدحم موقعاً اليوم السابع، والوطن بالإعلانات والتي اعتبرت عنصر تشويش لعناصر رأس الصفحة الرئيسة.

مناقشة نتائج التحليل الكيفي للهوية البصرية في مواقع الدراسة:

- اتفقت مواقع الدراسة في اختيار خطوط بسيطة غير مزدحمة أو مزخرفة في كتابة أسماءها وتبويباتها لعدم تشتيت انتباه المستخدمين عن تصفح الموقع، كما أن بساطة الخطوط جعلها تهتم بتوظيف المساحات البيضاء، واستخدام التباينات المناسبة لها؛ بما يجعلها واضحة قابلة للقراءة عبر الشاشات الرقمية، الذي يعدّ هذا الأمر بالغ الأهمية بالنسبة لقراء المواقع. وهذا ما توصلت إليه دراسة (رحاب محمد، 2018)، حيث أضفى مصممو المواقع الرياضية أسماء بحروف بسيطة غير مزخرفة لتحقيق الطبيعة الوظيفية في تشكيل الهوية البصرية لأسماء المواقع بشكل فعال.

- اتفقت مواقع اليوم السابع، والمصري اليوم، والوطن التي لها إصدار مطبوع بالثبات على الخطوط المستخدمة في كتابة الأسماء؛ للحفاظ على الهوية البصرية التي تعود عليها نظر القارئ بالصحيفة المطبوعة حتى لا يفقد الموقع هويته المتعارف عليها.

- أبرز موقعا المصري اليوم، والوطن لزيادة فاعلية استخدام الشعار النصي، من خلال دعم الاسم بشعار نصي Slogan بخط مميز وواضح ومقروء يعكس جوهر الموقع الصحفي، مع استخدام الألوان التي تعبر عن مفهوم عمله لدى القراء.

- اهتم موقعا المصري اليوم، والوطن بتصميم الخطوط بنظام التسلسل الهرمي، الذي يستهدف توجيه عين القارئ عبر اسم الموقع والشعار اللفظي المكتوب، مما يساعد على توضيح درجات الأهمية من خلال نوع الخطوط وأحجامها والألوان ودرجات التباين والمواضع الأكثر أهمية، حيث كان لشعار المصري اليوم الأولوية من حيث قيمته التحريرية بالنسبة للموقع، لذلك فضل استخدام اللون الأحمر مع الشعار وكتابته أعلى اسم الموقع، في حين جاء شعار الوطن مكملاً لطبيعة عمل الموقع، لذلك ظهر باللون الأسود الباهت أسفل اسم الموقع.

- اتسم موقع اليوم السابع بالإثارة البصرية في كتابة الاسم وذلك من خلال استخدام اللونين الأسود والأحمر متجاورين، خاصة على أرضية بيضاء تحقق التباين اللوني لتزيد من قدرة القراء في التعرف على الموقع وإدراكه وتذكره وتدفعه إلى مزيد من الاهتمام،

مثلاً حَقَّقَ موقع الوطن التباين اللازم لاسم الموقع مع الأرضية لتحقيق أقصى درجات الوضوح.

- وعلى صعيد أن الصورة لغة عالمية يمكن التقاطها وفهمها في مختلف الثقافات، فقد استخدم موقع مصراوي الشعار التصويري لرغبته في أن يكون اسمه مرئياً وليس نصاً فقط؛ ونجح في إيصال فكرة معينة للمتلقي من خلال استخدام الميكرفون، ولكن أخفق في استخدام الألوان الثلاث في العنصر الجرافيكي مع ضيق مساحة الشعار جعلته غير مرئي بوضوح بالنسبة للمستخدم. بعكس موقع الوطن الذي ترك فراغاً مناسباً حول الاسم والشعار، مما جعل الحروف والكلمات واضحة وسهلة القراءة.

- استخدمت مواقع الدراسة الأيقونات الرمزية البسيطة من خلال تأثير مرئي أو لوني جاذب للانتباه، يسمح للمستخدم بالتركيز والفهم دون أي تشويه غير ضروري، أو ملء للمساحة في رأس الصفحة دون جدوى، مثل أيقونات التقويم والساعة والمنزل والميكرفون والعدسة المكبرة الذين تم تكرارهم في معظم المواقع.

- وعلى مستوى الثراء الرمزي؛ فقد كشف التحليل أن الرموز غير اللفظية التي استخدمتها موقعا المصري اليوم، ومصراوي تعكس دلالات ومعاني تؤكد هوية الموقع، فقد عززت الأيقونات البصرية بشكل فعال التميز البصري لدى المستخدمين، إذ دمج المصري اليوم كلمة ملاعب مع كرة القدم، وعدسة التصوير الملونة، وباليات الألوان لتشكيل المعنى الرمزي وتحقيق الجذب البصري والتوظيف المطلوب، في حين استخدم مصراوي الرمز الديني "المسجد"، ورموز العملات "الدولار واليورو"، ورمز القيمة والوزن "الميزان"، وحركة الأسهم الصغيرة الدائرية؛ لتعزز العنصر البصري وتعكس معاني ودلالات مرتبطة بمضمون التصميم والكلمة المصاحبة له. وهو ما يتفق مع دراسة (رحاب محمد، 2018)، التي أكدت استخدام المواقع الرياضية الرموز غير اللفظية في شعارها لتعكس هوية الموقع، وكان المعنى الأكثر استخداماً في تلك الرموز هو ما يرتبط بالتعبير عن النشاط والحركة، مثل رسم الشخص الرياضي في موقعي "الأهرام سبورت" و "الأهلي نيوز"، وكذلك دراسة (Nidal Al Said, et al, 2022)، التي أظهرت أن المواقع التفاعلية

والغنية بالعناصر البصرية تعزز الفهم والتذكر عند الجمهور؛ مما يساعد على تطوير قوالب المواقع الإخبارية لتصبح أكثر فاعلية.

- أشار موقعاً المصري اليوم، والوطن لأيقونات رمزية مختصرة وبصرية متعارف عليها عالمياً للتعبير عن منصات وسائل التواصل الاجتماعي على واجهة الموقع الرئيسة (فيسبوك- منصة X "تويتر سابقاً"- يوتيوب- إنستجرام)؛ ليسهل التعرف عليها وتشجيع المستخدم للمشاركة والمتابعة على المنصات المختلفة.

- كشف التحليل الكيفي توظيف الألوان كوسيلة اتصال في رأس الصفحة، مما ساعد على تكوين شخصية وهوية بصرية مميزة خاصة للموقع لتذكره، إذ اعتمد موقع اليوم السابع على اللون الأحمر للتعبير عن هوية الموقع المميزة باعتباره أكثر الألوان الجذابة لعين القارئ، وللسبب نفسه استخدمه موقعاً المصري اليوم، ومصرأوي في مواضع مختلفة في رأس الصفحة؛ ليكون ذا شكل بصري فعال. عكس موقع الوطن الذي اعتمد على اللون البرتقالي لخلق "بصمة لونية" مميزة يسهل تمييزها بين بقية المواقع المنافسة، وليعكس العصرية وصورة الموقع المتابع بشكل مستمر لتطور الأحداث، وهذا يختلف مع دراسة (Lin Wang, et al, 2025) التي أظهرت أن اللون الأحمر كان الأقل تفضيلاً بين المستخدمين لمواقع المدن الإلكترونية، بينما برزت الألوان الزاهية كالأزرق والأخضر والأصفر خاصة بين الفئات العمرية الأصغر سناً.

- كما اتفقت مواقع الدراسة في استخدام الألوان المحايدة الأبيض، والأسود، والرمادي في أرضيات رأس الصفحة؛ لحدوث تباين قوي بين الأشكال والأيقونات والأرضية، وذلك لإبراز العناصر بشكل واضح. وهو ما يتفق مع دراسة (Anthony Chow, et al, 2014)، التي أكدت أن استخدام الألوان يعمل بشكل فعال في تحقيق تباينات عالية بين خلفيات الموقع والنصوص؛ وقد ساعد ذلك على تحقيق يسر القراءة.

- كما أبرز موقعاً المصري اليوم، والوطن تبويبات الموقع الرئيسة من خلال استخدام الألوان المتغيرة عند تفاعل المستخدم بالضغط عليها؛ مما زاد من وضوحها البصري وسهولة التفاعل، خاصة عندما يتحول اللون من لون محايد إلى لون بارز مثل؛ الأبيض إلى الأسود، أو الأحمر، أو البرتقالي، أو من الرمادي إلى السماوي.

- استخدم موقع **الوطن** أسلوب التصميم البسيط flat design الذي يتميز بخلوه من التأثيرات البصرية المعقدة كالتدرجات والظلال، وبألوان محايدة؛ حتى تكون واضحة ولا تشتت انتباه المستخدم للمواقع الصحفية.

- اهتمت مواقع الدراسة بتحقيق العلاقة الوظيفية والقيمة الجمالية بين العناصر المكونة لرأس الصفحة، فقد راعى التصميم توفير فراغ كاف بين العناصر المرئية بطريقة مريحة للعين، مما ساعد على ظهورها بوضوح، كما أن توافر الفراغ حول الاسم والشعار اللفظي أضاء موضعهما، وجعل الحروف والكلمات واضحة وسهلة القراءة، باستثناء موقع **مصراوي** الذي لم يترك البياض الكافي حول الاسم والشعار المصور، مما أثر في الجانب الوظيفي لعنصر برأس الصفحة. وهذا ما توصلت إليه دراسة (Manuel Franco, et al, 2013) بضرورة أن يكون شكل الموقع ممتعاً بالنسبة للمستخدمين، ولكن بشرط ألا يأتي الاهتمام المبالغ فيه بالشكل الجمالي على حساب الدور الوظيفي للموقع، كما تقوم واجهة المجلة الإلكترونية بالترويج لها من خلال التصميم المعتدل من حيث الألوان والرسومات والقوة البصرية التي يعكسها.

- كشف التحليل لأسس التصميم الفنية اتفاق مواقع الدراسة تكرار الألوان في مواضع مختلفة من تصميم رأس الصفحة، مما جعل العين تشعر بالوحدة والترابط فيما بينها، فقد كررت مواقع **اليوم السابع**، **المصري اليوم**، و**مصراوي** اللون الأحمر في أجزاء مختلفة من تصميم رأس الصفحة لإحداث التناغم والتناسب لمجمل العناصر الموجودة، وللسبب نفسه كرر موقع **الوطن** اللون البرتقالي.

- استخدمت مواقع الدراسة الخط السميك (bold) في كتابة التبويبات الرئيسة؛ باعتبارها نقاط تفاعل رئيسية تحتاج للإيضاح ولفت انتباه القارئ لها من خلال إبرازها في رأس الصفحة مما يعبر عن أهميتها في تصميم المواقع.

- اهتمت مواقع الدراسة بتحقيق الإيقاع الحركي بتكرار العناصر الفنية، سواء كانت أشكالاً أو فواصل أو خطوطاً أو ألوان بالهيئة نفسها والحجم ذاته، مما أوحى للقارئ بالراحة والتصاميم الجمالية التي تجذب العين للموقع لمتابعته.

- أظهرت النتائج أن تحقيق الحركة البصرية يعتمد بدرجة كبيرة على التوزيع المنطقي والمدرّوس للعناصر البصرية داخل حيز رأس الصفحة، مع تجنب الفراغات غير المبررة التي قد تشتت انتباه المستخدم، وقد اتفقت **مواقع الدراسة** على تحديد نقطة بصرية مركزية في تصميم واجهة الموقع تمثلت في اسم الموقع والشعار، مع استخدام الألوان لتوجيه حركة العين بشكل تسلسلي، والانتقال بسهولة إلى الأيقونات والعناصر الأخرى التي تشكل رأس الصفحة.

- اهتمت **مواقع الدراسة** بتحقيق الإيقاع البصري الذي يسهم في تعزيز الوحدة والحركة داخل تصميم الموقع، من خلال التكرار المنتظم للعناصر البصرية، لا سيما في تبويبات القائمة الرئيسية، كما تميز موقع **مصرأوي** باستخدام الفواصل المتكررة بين التبويبات بالحجم واللون والشكل والمساحة نفسها؛ مما أسهم في إضفاء نوع من الإيقاع البسيط والفعال.

- عززت **مواقع الدراسة** الهوية البصرية لها من خلال وضع اسم الموقع والشعار بنوعيه اللفظي والمصور في الزاوية اليمنى العليا، مما جعل من السهل تمييزه، كما تماشى مع العادة البصرية للقارئ العربي، وكذلك أعطى ثقلاً ووزناً بصرياً على رأس الصفحة لجذب عين القارئ له بمجرد الدخول للموقع. وهذا يختلف مع دراسة (سلوى أبو العلا، 2015)، التي لاحظت وضع بعض شعارات المحافظات يسار الصفحة الرئيسية بدلاً من جهة اليمين، وهو ما لا يتفق مع المنطق البصري في تصفح الموقع، إذ إن مسار العين في تصفح المواقع العربية من اليمين إلى اليسار.

- وجّه موقعاً اليوم السابع، والوطن تركيز القارئ بعيداً عن المحتوى الرئيس للموقع، عندما استعانت بوضع الإعلانات الكبيرة والملونة في المساحة المتبقية من رأس الصفحة؛ فأصبح لدى القارئ عنصران ثقيلان (اسم الموقع- الإعلان)، وهذا يشتت ذهنه، ويغطي على عناصر أكثر أهمية يجب لفت نظره لها في رأس الصفحة. وهو ما يتفق مع دراسة (Fatih Kurtcu, 2012)⁽⁵⁹⁾، التي أكدت أن الشكل المرئي المزدحم للموقع والحركة المستمرة أمر مزعج بالنسبة للمستخدم، لذلك فمن الضروري تطبيق قواعد وأسس التصميم بشكل يسهل عملية استخدام الموقع ويوفر القراءة السلسة له.

- اهتمت مواقع الدراسة بتكبير اسم الموقع واستخدام ألوان ثابتة ومميزة لتعكس شخصية الموقع، وجعله مرئياً واضحاً؛ مما يساهم في ترسيخ هويتها البصرية في ذهن القارئ. كما أوضحت (Jurica Dolic, et al, 2008)⁽⁶⁰⁾ أن النقطة المركزية التي تتواصل مع القارئ هي واجهة موقع المجلة، لذا في الغالب تحافظ المجلات على تصميم بصري موحد مع إبراز اسم المجلة أو شعارها بوضوح، وهو غالباً ما يكون معروفاً ويُعد جزءاً مركزياً من هوية المجلة البصرية.

- أظهرت النتائج أن رأس الصفحة الرئيسية في المواقع الصحفية عينة الدراسة كان أداة محورية في التعبير عن الهوية البصرية، من خلال دمج العناصر اللفظية والرمزية بشكل يعكس هويتها ويعزز من حضورها الرقمي، بما يخلق انطباعاً قوياً وثابتاً لدى القارئ.

مقترحات الدراسة:

أولاً: توصيات الدراسة:

- ضرورة إعادة النظر في تصميم واجهات المواقع الصحفية، من خلال إزالة الإعلانات من رأس الصفحة، وذلك لتجنب التزاحم البصري الذي يُضعف من وضوح و بروز الشعار المؤسسي، ويشوش على الهوية البصرية للموقع.
- توظيف المساحات البيضاء والفواصل البصرية بشكل منهجي ضمن تصميم صفحات الموقع، بما يساهم في إبراز العناصر الأساسية للهوية البصرية، ويعزز من راحة المستخدم خلال عملية التصفح، وتوجيه الانتباه نحو المكونات الرئيسية للموقع.
- توظيف الألوان والرموز بشكل دلالي فعال ضمن التصميم البصري، يتماشى مع سياسة الموقع التحريرية وطبيعة الجمهور المستخدم، وليس اعتمادها فقط لأغراض جمالية.
- تطوير كفاءة المصممين من خلال برامج تدريبية متخصصة، تركز على المعايير العالمية لتصميم المواقع، مع مراعاة الخصوصية الثقافية والبصرية للمستخدم، وبما يضمن تناسبها مع تفضيلات الجمهور.

ثانياً: مقترحات على مستوى البحوث والدراسات المستقبلية:

- دراسة ميدانية عن العلاقة بين الهوية البصرية للمواقع الصحفية وثقة القارئ بالمحتوى.
- دراسة تحليلية مقارنة لدلالات الرموز المستخدمة في واجهة المواقع الصحفية المصرية والأجنبية.
- دراسة سلوكية للمستخدم المصري عند التعرض لواجهة الموقع الصحفي الرئيسة لتحسين التصميم وزيادة رضا المستخدم.
- دراسة فاعلية الألوان ودلالاتها البصرية في تصميم واجهة المواقع الصحفية الرئيسة ومدى تأثيرها على المتلقي.

مراجع الدراسة:

- 1- Lin Wang, et al. "Research on visual design of urban multimedia portal", **Scientific Reports, Nature Portfolio**, 15, 2025, p.1-14.
<https://doi.org/10.1038/s41598-025-09384-2>
- 2- Nidal Al Said, et al. "The effect of visual and informational complexity of news website designs on comprehension and memorization among undergraduate students", **Ai & Society**, (37), 2022, p.401-409.
<https://www.proquest.com/docview/2628402868?sourcetype=Scholarly%20Journals>
- 3- ماجد إبراهيم حسن المنزلاوي، "جودة تصميم المواقع الصحفية في عصر التحول الرقمي: دراسة تحليلية على عينة من المواقع المصرية والأجنبية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، الجزء 80، 2022، ص1111-1143.
https://journals.ekb.eg/article_266463.html
- 4- هاني إبراهيم محمد السمان، "العوامل التقنية المؤثرة في أساليب تصميم الصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بانتباه الجمهور وتذكره للأخبار". **رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2019.**
- 5- عائشة محمود عاطف، "تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية وعلاقته ببسر استخدام هذه المواقع للحصول على الأخبار -دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي هذه المواقع"، **رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2016.**
- 6- Anthony Chow, et al. "The website Design and Usability of US Academic and Public Libraries: Findings from a Nationwide Study", **Reference&User Services Quarterly**, 53 (3), 2014, p.253-265.
<https://www.jstor.org/stable/refuserserq.53.3.253>
- 7- هيثم خطاب، "أثر المستحدثات التكنولوجية في تصميم المواقع الأجنبية للصحف المصرية وعلاقتها ببسر استخدام الصفوة لها"، **مجلة كلية الآداب، الزقازيق، العدد 90، 2024.**
<https://doi.org/10.21608/artzag.2024.247146.1241>

8- Manuel Franco, et al. "Users' Perception of Visual Design and The Usefulness of A Web-based Educational Tool", **Procedia- Social and Behavioral Sciences**, 93 (4), 2013, p.1916-1921.

https://www.researchgate.net/publication/311681269_The_importance_of_visual_design_and_aesthetics_in_e-learning

9- Lyu Liang, et al. "Logo Impact on Consumer's Perception, Attitude, Brand Image and Purchase Intention: A 5 Year Systematic Review", **International Journal of Academic Research In Business and Social Sciences**, 14 (3), 2024, p.848-887.

<http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v14-i3/20084>

10- Ozden Pektas Turgut. "Visual Identity of Electronic Design Magazines", **Procedia- Social and Behavioral Sciences**, (83), 2023, p.990-994.

https://www.academia.edu/33321207/Visual_Identity_of_Electronic_Design_Magazines

11- هند محمد رأفت يوسف، "تعزيز الهوية الثقافية في المواقع الإلكترونية الحكومية كمدخل لتصميم مواقع إلكترونية مبتكرة"، **بحوث في التربية الفنية والفنون**، العدد 23، الجزء 1، 2023، ص27-39.

https://journals.ekb.eg/article_283415.html

12- شيرين عزت إسحق، "العلاقة التكاملية بين تصميم الشعار والهوية البصرية لمجلات الأطفال كمدخل تصميمي للقصاص التربوية"، **بحوث في التربية الفنية والفنون**، العدد 21، الجزء 2، 2021، ص210-221.

https://journals.ekb.eg/article_172309.html

13- رحاب الداخلي محمد، "الهوية البصرية في تصميم المواقع الإلكترونية المصرية -دراسة تحليلية مقارنة"، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، الجزء 22، 2018، ص188-211.

https://jkom.journals.ekb.eg/article_108402_53d39386fa2aa4e1a76055be41836ffa.pdf

14- Tamer Ibrahim Hassan. "Arabic Typography and Visual Identity in Online Newspaper: Case Study in The Egyptain Online Journalism", **Acta Graphica**, 28 (4), 2017, p.149-168.

[10.25027/agi2017.28.v28i4.147](https://doi.org/10.25027/agi2017.28.v28i4.147)

15- سلوى أحمد أبو العلا، "الثقافات الفرعية كما يعكسها تصميم المواقع الإلكترونية المحلية -دراسة تحليلية لمواقع المحافظات المصرية"، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد 11، أغسطس 2015، ص58-87.

https://jkom.journals.ekb.eg/article_110028.html

16- Nataliia Laba. "From image to identity icon: Discourses of organizational visual identity on Australian university homepages", **Discourse& Communication**, 18 (5), 2024, p.768-788.

[10.1177/1750481324124162](https://doi.org/10.1177/1750481324124162)

17- هدى فاضل عباس، "نظرية المعرفة وانعكاساتها على الصورة الصحفية في تصاميم المواقع الإلكترونية"، **مجلة الأكاديمي**، الجزء 84، 2017، ص211-230.

<https://search.mandumah.com/Record/1116258/details>

18- بيرق حسين جمعه الربيعي، "الدلالة الوظيفية للعناصر البنائية في الصحف الإلكترونية -دراسة وصفية"، **بحث مقدم للمؤتمر العلمي السابع**، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2013، ص1-26.

19- Mencuyao Yu, et al. "Effects of Brand Visual Identity on Consumer Attitude: A Systematic Literature Review", **Preprints**, 2024, p.1-32.

[10.20944/preprints202405.1109.v1](https://doi.org/10.20944/preprints202405.1109.v1)

20- Lisa George. "Out of Print: Newspaper, Journalism and the Business of News in the Digital Age", **eBook.**, 2014, p.48-50.

<https://doi.org/10.1177/1329878X1515400122>

21- Putri Dwitasari, et al. "Internal Perspectives on Visual Identities in Higher Education: A Case Study of Top-Ranked Universities in Indonesia", **F1000research**, 19 (2), 2025, p.1-23.

<https://doi.org/10.12688/f1000research.159232.2>

22- هشام عبد الرحمن، وآخرون، "دراسة تحليلية لعناصر الهوية البصرية في تصميم أجنحة العرض الإعلانية لجامعة أم القرى"، **المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية**، الجزء 18، 2021، ص205-227.

<https://doi.org/10.33193/IJoHSS.18.2021.186>

23- السيد بهنسي، "الهوية البصرية وبناء العلامات التجارية"، **عالم الكتب**، الطبعة الأولى، 2025، ص1-374.

24- Putri Dwitasari, et al, **The same reference**, p.1-23.

<https://doi.org/10.12688/f1000research.159232.2>

25- Mencuyao Yu, et al, **The same reference**, p.1-32.

[10.20944/preprints202405.1109.v1](https://doi.org/10.20944/preprints202405.1109.v1)

26- Lyu Liang, et al, **The same reference**, p.848-887.

<http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v14-i3/20084>

27- Lin Wang, et al, **The same reference**, 15, p.1-14.

<https://doi.org/10.1038/s41598-025-09384-2>

28- Catarina Lelis, et al. "The Realms of Participation in Visual Identity Design", **Preprints**, 27, 2024, p.106-119.

<https://link.springer.com/article/10.1057/s41299-021-00134-4>

29- Daud Gezha. "Prevab Kutai National Park (TNK) digital branding design as a special interest tourism in East Kutai", **3rd International Conference on Technology, Informatics, and Engineering**, 2025, p.3179.

<https://doi.org/10.1063/5.0277736>

30- Richard Poulin. "The Language of Graphic Design: An Illustrated Handbook of Understanding Fundamental Design Principles Gloucester", **Rockport Publishers**, 2012, p.163- 170.

<https://www.perlego.com/ereader/2066835>

31- Blake Lee Galbreath, et al. "Primo New User Interface: Usability Testing and Local Customizations Implemented in Response", **Information Technology and Libraries**, 37 (2), 2018, p.10-35.

[10.6017/ital.v37i2.10191](https://doi.org/10.6017/ital.v37i2.10191)

32- إبراهيم حسن المرسي التوام، "الاتجاهات العالمية في بحوث تصميم المواقع الإلكترونية -دراسة نقدية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 1، الجزء 80، يوليو 2022، ص117- 181.

https://journals.ekb.eg/article_266151.html

33- سالي أسامة الشحات، "الإقناع البصري في تصميم معالجة قضايا التنمية المستدامة بالمواقع الإخبارية الصحفية -مبادرة حياة كريمة نموذجاً"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 61، الجزء 3، 2022، ص1436-1480.

https://jsb.journals.ekb.eg/article_238150.html

- 34- بيرق حسين موسى، "فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية"، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015، ص1- 220.
- 35- ماهر عودة الشمالية، وآخرون، "الصحافة الإلكترونية الرقمية". دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015، ص1- 217.
- 36- مرفت صبري محمد عزب، "العناصر البنائية والشكلية للمواقع الإخبارية الإلكترونية العربية دراسة مقارنة"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، العدد 26، الجزء 1، 2023، ص657- 675.
https://sjsj.journals.ekb.eg/article_328044_f19632152af5cbe8c77e93c53678d335.pdf
- 37- مرفت صبري محمد عزب، *المرجع السابق*، ص657- 675.
https://sjsj.journals.ekb.eg/article_328044_f19632152af5cbe8c77e93c53678d335.pdf
- 38- Lyu Liang, et al, (2024). **The same reference**, 848-887.
<http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v14-i3/20084>
- 39- بيرق حسين موسى، *المرجع السابق*، ص1- 220.
- 40- رحاب الداخلي محمد، *المرجع السابق*، ص188- 211.
https://jkom.journals.ekb.eg/article_108402_53d39386fa2aa4e1a76055be41836ffa.pdf
- 41- نرمين نصر محمد، "دور المواقع الإلكترونية المصرية في تشكيل الصورة الذهنية للجمهورية الجديدة - دراسة تحليلية-"، *المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي*، العدد 7، الجزء 1، 2025، ص228- 267.
https://journals.ekb.eg/article_406087_78aca4c7deec958240f2713fec564e09.pdf
- 42- شريف درويش اللبان، "الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع". *الدار المصرية اللبنانية*، الطبعة الثانية، 2007، ص1- 227.
- 43- خلود بدر غيث، "مدخل إلى التصميم الجرافيكي"، دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011، ص24.
- 44- علي عبد الفتاح كنعان، "الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، كتاب رقمي، 2020، ص1- 144.
- 45- بيرق حسين موسى، *المرجع السابق*، ص1- 220.
- 46- السيد بهنسي، "الهوية البصرية وبناء العلامات التجارية"، *عالم الكتب*، الطبعة الأولى، 2025، ص1- 374.
- 47- أميرة خليل، "الهوية البصرية في تصميم شعارات المحافظات في مصر"، رسالة ماجستير الإسكندرية، غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، 2008.
- 48- السيد بهنسي، *المرجع السابق*، ص1- 374.
- 49- السيد بهنسي، *المرجع السابق*، ص1- 374.
- 50- محمد سيد خليل، وآخرون، "توظيف الهوية البصرية في الاتصالات التسويقية لمنصات المشاهدة والبث الرقمي -دراسة تحليلية-"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مؤتمر كلية الإعلام جامعة النهضة، العدد 22، الجزء 3، 2023، ص487- 604.
- 51- السيد بهنسي، *المرجع السابق*، ص1- 374.
- 52- Euripides Vrachnos, et al. "Design and evaluation of a web-based dynamic algorithm visualization environment for novices", 5th International Conference on Software Development and Technologies for Enhancing Accessibility and Fighting Info-exclusion, **Procedia Computer Science**, 27, 2014, p.229- 239.
<https://www.researchgate.net/publication/259181675>

- 53- عاطف المطيعي، وآخرون، "التحليل السيميائي (الأيكونوغرافي) للنصوص البصرية بالصور الصحفية"، *المجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية*، العدد 10، الجزء 50، 2025، ص368-393.
- [10.21608/mjaf.2023.213325.3111](https://doi.org/10.21608/mjaf.2023.213325.3111)
- 54- حسام محمد إلهامي، "الرموز غير اللفظية على مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لموقع "فيس بوك" في ضوء مدخل التحليل السيميولوجي"، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، العدد 10، 2017، ص327-382.
- https://journals.ekb.eg/article_88581_e52b74ee1bd235f87aa84ece2532c1ef.pdf
- 55- سلوى أحمد أبو العلا، "الثقافات الفرعية كما يعكسها تصميم المواقع الإلكترونية المحلية -دراسة تحليلية لمواقع المحافظات المصرية"، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد 11، أغسطس 2015، ص58-87.
- https://jkom.journals.ekb.eg/article_110028.html
- 56- إبراهيم أيت المكي، "في سميات الأنساق البصرية: العلامات الأيقونية والتشكيلية"، *سيميائيات*، العدد 17، الجزء 1، 2021، ص133-148.
- 57- سيزا قاسم، وآخرون، "أنظمة العلامات في اللغة والأدب والثقافة -مدخل إلى السيميوطيقا"، *دار إلياس العصرية، الطبعة الأولى*، 1986، ص1-361.
- 58- نشوى يوسف أمين اللواتي، "التحليل السيميولوجي لصور جائحة كورونا في المواقع الإخبارية-دراسة مقارنة بين موقعي DW الألماني وFrance24 الفرنسي في نسختها الناطقة بالعربية-"، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 58، الجزء 4، يوليو 2021، ص1704-1764.
- https://jsb.journals.ekb.eg/article_189172_0592e812287be0e945eac9573e983379.pdf
- 59- Fatih Kurtcu. "An analyze of high school web interface designs in terms of graphic design", *Procedia Social and Behavioral Science*, 46, 2012, p.5661- 5665. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812022288>
- 60- Jurica Dolic, et al. "Contemporary Magazine Design", *faculty Graphic*, 2008, p.149-168.

References

- Lin Wang, et al. "Research on visual design of urban multimedia portal", **Scientific Reports, Nature Portfolio**, 15, 2025, p.1-14.
<https://doi.org/10.1038/s41598-025-09384-2>
- 2- Nidal Al Said, et al. "The effect of visual and informational complexity of news website designs on comprehension and memorization among undergraduate students", **Ai & Society**, (37), 2022, p.401-409.
<https://www.proquest.com/docview/2628402868?sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Almanzilawi, M. (2022). "jawdat tasmim almawaqie alsahufiat fi easr altahawul alraqmii: dirasat tahliliat ealaa eayinat min almawaqie almisriat wal'ajnnabiati", *almajalat almisriat libuhuth al'ielami*, 4(2).1111- 1143.
https://journals.ekb.eg/article_266463.html
- Alsaman, H. (2019). "aleawamil altaqniat almuathirat fi 'asalib tasmim alsafhat alrayiysiat libawaabat al'ikhbariat ealaa shabakat al'iintirnit waecalagatiha biaintibah aljummhur watudhakurih lil'akhbari". risalat dukturah, ghayr manshuratin, jamieat Suhaj, kuliyat aladab, qism al'ielami.
- Atif, A. (2016). "tasmim mawaqie wikalat al'anba' alealamiatalnaatiqat biallughat alarabiat waecalagatih biusr aistikhdam hadhih almawaqie lilhusul ealaa al'akhbar - dirasat maydaniat ealaa eayinat min mustakhdimi hadhih almawaqiei", risalat majistir, ghayr manshuratin, jamieat Alqahira, kuliyat al'ielami, qism alsahafati.
- 6- Anthony Chow, et al. "The website Design and Usability of US Academic and Public Libraries: Findings from a Nationwide Study", **Reference&User Services Quarterly**, 53 (3), 2014, p.253-265.
<https://www.jstor.org/stable/refuseserq.53.3.253>
- khatib, H. (2024). "uthr almustahdathat altiknulujiat fi tasmim almawaqie al'ajnnabiati lilsuhuf almisriat waecalagatiha biusr aistikhdam alsafwat liha", *majalat kuliyat aladab, Alzaqaziq*, 90(2).
<https://doi.org/10.21608/artzag.2024.247146.1241>
- 8- Manuel Franco, et al. "Users' Perception of Visual Design and The Usefulness of A Web-based Educational Tool", **Procedia- Social and Behavioral Sciences**, 93 (4), 2013, p.1916-1921.
https://www.researchgate.net/publication/311681269_The_importance_of_visual_design_and_aesthetics_in_e-learning
- 9- Lyu Liang, et al. "Logo Impact on Consumer's Perception, Attitude, Brand Image and Purchase Intention: A 5 Year Systematic Review", **International Journal of Academic Research In Business and Social Sciences**, 14 (3), 2024, p.848-887.
<http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v14-i3/20084>
- 10- Ozden Pektas Turgut. "Visual Identity of Electronic Design Magazines", **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, (83), 2023, p.990-994.
https://www.academia.edu/33321207/Visual_Identity_of_Electronic_Design_Magazines
- Yusef, H. (2023). "taeziz alhuai althaqafiat fi almawaqie al'ilikturuniat alhukumiat kamadkhal litasmim mawaqie 'iiliktruniat mubtakaratin", *buhuth fi altarbiat alfaniyat walfununi*, 23(3).
https://journals.ekb.eg/article_283415.html

-Ishaq, S. (2021). "alealaqat altakamuliat bayn tasmim alshiear walhuiat albasariat limajalaat al'atfal kamadkhal tasmimiin lilqisas altarbawiat", buhuth fi altarbiat alfaniyat walfunun, 21(2).210- 221.

https://journals.ekb.eg/article_172309.html

-Muhamad, R. (2018). "alhuiat albasariat fi tasmim almawaqie al'iiliktruniat almisriat - dirasat tahliliat muqaranati", almajalat alearabiat libuhuth al'ielam waliatisali, 22(2), 188-211.

https://jkom.journals.ekb.eg/article_108402_53d39386fa2aa4e1a76055be41836ffa.pdf

14- Tamer Ibrahim Hassan. "Arabic Typography and Visual Identity in Online Newspaper: Case Study in The Egyptain Online Journalism", **Acta Graphica**, 28 (4), 2017, p.149-168.

[10.25027/agj2017.28.v28i4.147](https://doi.org/10.25027/agj2017.28.v28i4.147)

-Abu Al-Ela, S. (2015). "althaqafat alfareiat kama yaekisuha tasmim almawaqie al'iiliktruniat almahaliyat -dirasat tahliliat limawaqie almuhafazat almisriati", almajalat alearabiat libuhuth al'ielam walaitisali, 11(2). 58-87.

https://jkom.journals.ekb.eg/article_110028.html

16- Nataliia Laba. "From image to identity icon: Discourses of organizational visual identity on Australian university homepages", **Discourse& Communication**, 18 (5), 2024, p.768-788.

[10.1177/1750481324124162](https://doi.org/10.1177/1750481324124162)

-Abbas, H. (2017), "nzariat almaerifat waneikasatuha ealaa alsuwrar alsahufiat fi tasamim almawaqie al'iiliktruniati", majalat al'akadimi, 12(2). 211-230.

<https://search.mandumah.com/Record/1116258/details>

- Alrabiei, B. (2013). "aldalalat alwazifiat lileanasir albinayiyat fi alsuhuf al'iiliktruniati -dirasat wasfiati", bahath muqadim lilmutamar aleilmii alsaabiei, jamieat Baghdad.

19- Mencuyao Yu, et al. "Effects of Brand Visual Identity on Consumer Attitude: A Systematic Literature Review", **Preprints**, 2024, p.1-32.

[10.20944/preprints202405.1109.v1](https://doi.org/10.20944/preprints202405.1109.v1)

20- Lisa George. "Out of Print: Newspaper, Journalism and the Business of News in the Digital Age", **eBook.**, 2014, p.48-50.

<http://doi.org/10.1177/1329878X1515400122>

21- Putri Dwitasari, et al. "Internal Perspectives on Visual Identities in Higher Education: A Case Study of Top-Ranked Universities in Indonesia", **F1000research**, 19 (2), 2025, p.1-23.

<https://doi.org/10.12688/f1000research.159232.2>

-Abdel Rahman, H. (2021), "dirasat tahliliat lieanasir alhuiat albasariat fi tasmim 'ajinihat aleard al'ielaniat lijamieat Om Alquraa", almajalat aldawliat lileulum al'iinsaniat walijajtimaieati, 18(4). 205- 227.

<https://doi.org/10.33193/IJoHSS.18.2021.186>

- Bahinsi, A. (2025). "alhuiat albasariat wabina' alealamat altijariati", Aalam Alkutub, altabeat al'uwlaa.

24- Putri Dwitasari, et al, **The same reference**, p.1-23.

<https://doi.org/10.12688/f1000research.159232.2>

25- Mencuyao Yu, et al, **The same reference**, p.1-32.

[10.20944/preprints202405.1109.v1](https://doi.org/10.20944/preprints202405.1109.v1)

26- Lyu Liang, et al, **The same reference**, p.848-887.

<http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v14-i3/20084>

27- Lin Wang, et al, **The same reference**, 15, p.1-14.

<https://doi.org/10.1038/s41598-025-09384-2>

28- Catarina Lelis, et al. "The Realms of Participation in Visual Identity Design", **Preprints**, 27, 2024, p.106-119.

<https://link.springer.com/article/10.1057/s41299-021-00134-4>

29- Daud Gezha. "Prevab Kutai National Park (TNK) digital branding design as a special interest tourism in East Kutai", **3rd International Conference on Technology, Informatics, and Engineering**, 2025, p.3179.

<https://doi.org/10.1063/5.0277736>

30- Richard Poulin. "The Language of Graphic Design: An Illustrated Handbook of Understanding Fundamental Design Principles Gloucester", **Rockport Publishers**, 2012, p.163- 170.

<https://www.perlego.com/ereader/2066835>

31- Blake Lee Galbreath, et al. "Primo New User Interface: Usability Testing and Local Customizations Implemented in Response", **Information Technology and Libraries**, 37 (2), 2018, p.10-35.

[10.6017/ital.v37i2.10191](https://doi.org/10.6017/ital.v37i2.10191)

- Altawam, I. (2022). "aliatijahat alealamiyat fi buhuth tasmim almawaqie al'iiliktruniat - dirasat naqdiatin", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, 1(3). 117- 181.

https://journals.ekb.eg/article_266151.html

-Al-Shahat, S. (2022). "al'iinae albasariu fi tasmim muealajat qadaya altanmiat almustadamat bialmawaqie al'iikhbariat alsahufiat -mubadarat hayaat karimat nmwdhjan", majalat albuuhuth al'ielamiati, 61(2).1436- 1480.

https://jsb.journals.ekb.eg/article_238150.html

- Musaa, B. (2015). "fin al'iikhraj alsahufii limawaqie aljarayid al'iiliktruniat", dar ghayda' llnashr waltawziei, altabeat al'uwlaa.

-Al-Shamali, M. (2015), wakhrun, "alsihafat al'iiliktruniat alraqamiatu". dar al'iesar aleilmii llnashr waltawziei, altabeat al'uwlaa.

-Azab, M. (2023), "aleanasir albinayiyat walshakliat lilmawaqie al'iikhbariat al'iiliktruniat alarabiat dirasat umqarn", almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 26(3). 657- 675.

https://sjsj.journals.ekb.eg/article_328044_f19632152af5cbe8c77e93c53678d335.pdf

https://sjsj.journals.ekb.eg/article_328044_f19632152af5cbe8c77e93c53678d335.pdf

38- Lyu Liang, et al, (2024). **The same reference**, 848-887.

<http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v14-i3/20084>

https://jkom.journals.ekb.eg/article_108402_53d39386fa2aa4e1a76055be41836ffa.pdf

-Muhamad, N. (2025). "dawr almawaqie al'iiliktruniat almisriat fi tashkil alsuwrat aldhiniyat liljumhuriat aljadidat -dirast tahliliati-", almajalat alarabiat libuhuth aliatisal wal'ielam alraqamii, 7(1). 228- 267.

https://journals.ekb.eg/article_406087_78aca4c7deec958240f2713fec564e09.pdf

-Al-Labba, S. (2007), "alsihafat al'iiliktruniat dirasat fi altafaeuliat watasmim almawaqiei". aldaar Almisriat allubnaniati, altabeat althaaniatu.

-Ghaith, K. (2011), "madkhal 'iilaa altasmim aljirafikii", dar al'iesar aleilmii llnashr waltawziei, altabeat al'uwlaa.

- kanean, A. (2020). "alsahafat al'iilikturuniat fi zili althawrat altiknulujiati", dar al-yazurii aleilmiat lilnashr waltawziei, kitab raqmay.
- Bahinsi, A. (2025). "alhuia albasariat wabina' alealamat altijariati", ealam al-kutub, al-tabeat al'uwlaa.
- khalil, A. (2008). "alhuayt albasarit fay tasmim shiearat almuhafazat fi masara", rusalat majsitir al'iiskandiriati, ghayr minshawratin, kuliyat alfunun aljamilati.
- Khalil, M. (2023), "tawzif alhuia albasariat fi alaitisalat altaswiqiat liminasaat almushahadat walbathu alraqamii -dirasat tahliliati-", al-majalat almisriat libuhuth alraay aleami, mutamar kuliyat al'ielam jamieat Alnahda, 22(3). 487- 604.
- 52- Euripides Vrachnos, et al. "Design and evaluation of a web-based dynamic algorithm visualization environment for novices", 5th International Conference on Software Development and Technologies for Enhancing Accessibility and Fighting Info-exclusion, **Procedia Computer Science**, 27, 2014, p.229- 239.
<https://www.researchgate.net/publication/259181675>
- Al-Mutaie, A. (2025). "altahlil alsimyayiyi (al'ayqunughrafi) lilnusus albasariat bialsuwar alsahufiati", al-majalat aleimarat walfunun waleulum al'iinsaniatu, 10(2). 368-393.
[10.21608/mjaf.2023.213325.3111](https://www.researchgate.net/publication/259181675)
- Ilhami, H. (2017). "alrumuz ghayr allafziat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii dirasatan tahliliatan limawaqie "fis buk" fi daw' madkhal altahlil alsimyuluji", al-majalat aleilmiat libuhuth alealaqat aleamat wal'ielani, 10(3). 327- 382.
https://journals.ekb.eg/article_88581_e52b74ee1bd235f87aa84ece2532c1ef.pdf
- Aabwaleila, S. (2015). "althaqafat alfareiat kama yaekisuha tasmim almawaqie al'iiliktruniat almahaliyat -dirasat tahliliat limawaqie almuhafazat almisriati", al-majalat alarabiat libuhuth al'ielam walaitisali, 11(3). 58-87.
https://jkom.journals.ekb.eg/article_110028.html
- Almakiy, I. (2021). "fi simyayiyaat al'ansaq albasariati: alealamat al'ayquniat waltashkiliatu", simyayiyaati, 17(4). 133- 148.
- Qasim, S. (1986). wakhrun, "anzimat alealamat fi allughat wal'adab walthaqafat - madkhal 'ilaa alsimyutiqa", dar Elias aleasriati, al-tabeat al'uwlaa.
- Allawati, N. (2021). "altahlil alsimyulujiu lisuar jayihat kuruna fi almawaqie al'iikhbariati-dirasat muqaranat bayn mawaqieay DW al'almanii wa24France alfaransii fi nuskhathima alnaatiqat bialearabiati-", majalat al-buhuth al'ielamiati, 58(2). 1704- 1764.
https://jsb.journals.ekb.eg/article_189172_0592e812287be0e945eac9573e983379.pdf
- 59- Fatih Kurtcu. "An analyze of high school web interface designs in terms of graphic design", **Procedia Social and Behavioral Science**, 46, 2012, p.5661- 5665.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812022288>
- 60- Jurica Dolic, et al. "Contemporary Magazine Design", **faculty Graphic**, 2008, p.149-168.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication



Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Assistant professor at Faculty of Mass Communication,
Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

- **Issue 76 October 2025 - part 2**
- **Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555**
- **International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X**
- **International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110**

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.