

الهوية البصرية في تصميم المواقع الإلكترونية للصحف "المواقع الرياضية أنموذجاً"

د. رحاب الداخلي محمد

مدرس بقسم الإعلام - كلية الآداب
جامعة أسيوط

مقدمة:

تعد الهوية البصرية للصحيفة أحد أدوات الاتصال البصري الذي توظفه الصحف لتحقيق أهدافها، فالهوية البصرية إستراتيجية تعنى بالتمييز والتعريف والتذكر بالصحيفة، وهي التي تمنح المنظومة الجرافيكية لغة واضحة تتم من خلالها الخطط التصميمية طويلة الأجل، فالتصميم الجرافيكي يحمل خصوصية مضمون الصحيفة، وهو جزء لا يتجزأ من مجتمعاتنا وثقافتنا، ويسهل التواصل مع المجموعات المختلفة (Barnard, 2013).

وبناء الخصوصية للهوية البصرية للصحيفة الإلكترونية لا يكون ترفاً، بل هو حقائق موضوعية يبرزها التوجه البنائي لعناصر رأس الصفحة الرئيسية، وإبراز لمعطيات التوافق بين الشكل الظاهر للصفحة الرئيسية والمضامين الفكرية لمجمل التوجهات الفكرية للصحيفة ككل، ولاشك أن للصفحة الرئيسية أهمية خاصة فهي بمثابة واجهة موقع الصحيفة، كما أنها الباب الذي ينفذ منه القراء إلى باقي موضوعات الصحيفة، حيث تحتوى على أهم عناوين الصحيفة، والكثير من الارتباطات المفيدة التي تنقل المستخدم إلى مختلف صفحات الموقع.

ولم تكن المواقع الرياضية بمنأى عن تلك الخصوصية في التصميم، فتصميم المواقع الرياضية هو عملية تعزز الصورة الذهنية لدى المتلقي والذي يتحقق من خلال صياغة مبتكرة للدلالات والرموز التي تعمل على تكوين روابط عاطفية ووجدانية وعقلية بين المتلقي والموقع الرياضي، وخاصة لما تحويه المواقع الرياضية من مناقشة شديدة، وتمجيد للفرق الرياضية، وحشد وترغيب للجماهير، وبذلك يمكن أن يكون تصميم رأس الصفحة الرئيسية رسالة اتصالية مفعمة لترسيخ أهداف الموقع الرياضي.

ونظراً لأهمية عناصر رأس الصفحة من الناحية الشكلية والدلالية في تحقق البناء البصري للموقع؛ جاء الهدف من البحث في الكشف عن فاعلية تصميم رأس الصفحة الرئيسية بالصحف الرياضية على شبكة الإنترنت لتحقيق هوية بصرية من خلال البناء الشكلي لعناصر رأس الصفحة؛ لتكون متوافقة دلاليًا مع المضامين الفكرية والموجهة من الصحيفة الرياضية.

الدراسات السابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلى محورين يتعلق كل محور بجانب من جوانب الدراسة وهما:
أولاً- دراسات تناولت تصميم المواقع الرياضية.
ثانياً- دراسات تناولت العلاقة بين التصميم الجرافيكي والهوية البصرية.

المحور الأول: دراسات تناولت تصميم المواقع الرياضية:

انتهت تلك الدراسات إلى عدد من النتائج التي أمكن تقسيمها في إطار العناصر الآتية:

1- استخدام المواقع الرياضية للإمكانيات التكنولوجية: وتناولت دراسة (Fondevila, 2016) الموارد الرقمية في الصحافة الرياضية، وتوصلت إلى أن إنتاج المحتوى الرياضي عبر الإنترنت يتميز بالوفرة التكنولوجية، وزيادة المنصات الرياضية مما ساعد على ولاء المشجع للفريق الرياضي، وأشارت نتائج دراسات أخرى أن المواقع الرياضية التابعة للمؤسسات الرياضية والفرق الرياضية الأكثر قيمة هي التي تبنت التكنولوجيا التي تتيحها شبكة الإنترنت بصورة أفضل، فيظهر الانفوجراف بمساحة كبيرة وخاصة

وتعد رأس الصفحة الرئيسية من أكثر العناصر قيمة في الصفحة الرئيسية، في الوقت نفسه تعد وسيلة الضمان للموقع الصحفي والمستخدم في آن واحد، فهي تمنع اختلاط المواقع مع بعضها البعض، "والرأس هي الجزء الوحيد الثابت بالجريدة كلها، وهي الوسيلة الأولى لتمييز الصحيفة عن غيرها، والتعرف عليها دون باقي الصحف، ولذلك يجب أن يتميز تصميمها بشيء من الثبات، لأنها من المعالم المهمة الواضحة لشخصية الصحيفة، ولذلك أيضًا تُوضع دائماً في الثلث العلوي من الصفحة الرئيسية" (صالح، 1987)، وهناك خصائص رئيسية وملامح مشتركة بين تصميم النسخ المطبوعة والإلكترونية وكذلك العناصر التصميمية المشتركة (Revista, 2009).

ولتصميم الصفحة الرئيسية Home page أهميته، فلكل موقع صحفي مظهره الخاص الذي يعبر عن شخصيته التي ترتبط بشكل وثيق بسياسته التحريرية، وطبيعة مضمونه، ولا بد أن يتفق تصميم رأس الصفحة مع طابعها العام؛ لتحقيق الالتصاق والوحدة بين موضوعات الموقع الإلكتروني للصحيفة، حتى لا يفقد رأس الصفحة هويته ويصبح خاليًا من حدود ملامحه، الذي يعتمد نمط بناءه الشكلي وما ينتجه من دلالات قد تكون غير متوافقة مع بناء هيكل الموقع ككل، وهنا نجد أن المضامين الكامنة والموجهة في رأس الصفحة الرئيسية للصحيفة ومجمل عناصر بناءها لا بد وأن ترتبط بالبنية الكلية للموقع الإلكتروني، ذلك أن المعنى الدلالي لأي شكل لا يظهر إلا من خلال تصافر علاقاته مع الوحدات الأخرى، ضمن النسق الذي يوجد فيه، أي ضمن البنية الكلية للموقع الصحفي.

وتتشكل عناصر الهوية البصرية من الاسم والشعار والألوان، فالاسم يمثل نقطة الجذب الأولى أو المفتاح لتصميم رأس الصفحة، وبعد هذا الاستيقاف للجذب البصري يبدأ توجيه الانتباه وتحويله نحو المفاتيح الأخرى في رأس الصفحة، وهذه المفاتيح تحدث الحركة وعملية التوجيه، فعملية إقامة الصلة بين عناصر بناء رأس الصفحة؛ هي التي تمكننا من الاستجابة للتصميم وفق مبدأ توجيه بناء العناصر الشكلية والدلالية لتجسيد هوية تحمل خصوصية الصحيفة، إذ تحمل دورًا جوهريًا في تحديد مدركات وأحاسيس المستخدم نحو هذه الصحيفة.

الحرص على عدم الانحياز حتى يحدث التفاعل بطريقة ايجابية (Zundel,2002).

المحور الثاني- دراسات تتعلق بعلاقة التصميم الجرافيكي بالهوية البصرية:

اهتمت الدراسات والبحوث المتعلقة بتصميم الصحف على الإنترنت بدراسة العناصر البنائية للصحف بأنواعها المختلفة، كما اهتمت بدراسة القائمين على التصميم وتوصلت إلى أن الذين يقومون بعملية التصميم الخاصة بالصحف الإلكترونية هم أشخاص لديهم معرفة بتقنيات وبرامج تصميم الحاسب الآلي وليس لديهم معرفة بالعوامل التي تؤثر على تصميم الصحف ويأتي في مقدمتها المضمون والسياسة التحريرية للصحيفة.

أجرى (Tsou, 2016) دراسة حول استخدام الرموز في الصفحة الأولى في الصحف على الإنترنت، وحاولت الدراسة الإجابة على التساؤل الآتي: كيف يمكن أن يرتبط تصميم رأس الصفحة بالبنية الكلية للصحيفة؟ وتوصلت الدراسة إلى أن المضامين الكامنة والموجهة في رأس الصفحة تحمل معنى دلاليًا يحمل التوجهات الفكرية لسياسة الصحيفة.

وتناولت دراسة (Kocak,2015) الهويات في الصحف من زاوية مختلفة، وهي القصص المصورة وبحثت كيفية تمثيل هويات الشرق الأوسط في الصحافة المصورة، وتوصلت إلى أن صحافة القصص المصورة (الكوميكس) تمثل الهويات الوطنية، وقد أصبحت الصحافة المصورة بديلاً عن الصحافة السائدة في تغطية الاضطرابات في الشرق الأوسط مثل تغطية القضية الفلسطينية وحرب البوسنة، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع صحافة القصص المصورة في الحروب ووقت الأزمات مثلما حدث في تغطية هجمات 11 سبتمبر 2001م. اجتمعت دراسة (الشيخ، 2013م) حول تصميم الصور الموحدة ودورها في تأكيد الهوية البصرية لمدينة جرش الأثرية، ودراسة (خليل، 2008م) عن الهوية البصرية في تصميم شعارات المحافظات في مصر على اعتبار الهوية البصرية أداة اتصال بصري، ويعتبر الشعار من أهم العناصر الأساسية في إظهار الهوية، ويعتمد نجاح الشعار بما يحققه من أهداف وظيفية وجمالية، كما يعتبر وسيلة للتمييز واحد أنماط الاتصال الجماهيري، فهو من أسرع وابلغ وسائل الاتصال في تبليغ الرسالة.

فيما يتعلق بالموضوع الرئيسي بالصفحة الرئيسية، وكذلك الرسوم التوضيحية، مع توفير خدمات وأدوات تفاعلية بصورة دائمة منها التعليق على الموضوعات ومشاركة الأخبار والموضوعات مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واستطلاعات الرأي، وخدمة البحث (عبد العظيم، 2015). وأشارت دراسة (Peter,2011) إلى أن التغطية الرياضية على الويب تؤثر على تغطية وسائل الإعلام وخاصة الصحف المطبوعة، حيث يستخدمها الصحفيون في إعداد تقاريرهم الإخبارية.

2- الخدمات التي تقدمها المواقع الرياضية وحدود تأثيرها على ولاء الأفراد للفريق الرياضي:

أكدت دراسة (Galily, 2017) أن التوسع في إنتاج المحتوى ونقل الخدمة الإخبارية عن طريق أجهزة المحمول؛ جعل الصحف الرياضية أكثر انتشارًا، وأثار ذلك ثورة في مجال إنتاج واستهلاك الأخبار، وانتهت بعض الدراسات إلى أن المواقع الرياضية تشجع على توفير بيئة مناسبة لمناقشة أفكار مشجعي الرياضة (ratten, 2015). وتؤكد دراسة (Filo & Karg, 2015) أن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي أثر تأثيرًا عميقًا على توصيل الأخبار الرياضية والتفاعل والمشاركة وتبادل المحتوى المقدم من المستخدمين وساعد ذلك على تنمية العلاقات (تسويق العلاقة) بين الأفراد والنوادي الرياضية، وتوصلت دراسة (Filo, 2009) أنه كلما زاد اعتماد الموقع على تقديم خدمات أكثر للمستخدمين، زاد تسويق الموقع لأخباره ولن يثبت من الدراسة أن هناك علاقة بين الخدمات التي يقدمها الموقع وبين تغيير المواقع تجاه الفرق الرياضية من قبل المستخدمين، وتوصلت إحدى الدراسات إلى وجود بعض القصور في تقديم الخدمات الرياضية بالمواقع الإلكترونية، أهمها: الاهتمام بلعبة كرة القدم وتجاهل باقي الألعاب الرياضية، وعدم الاهتمام بالتحديث الفوري لمحتوى المواقع في بعض الأحيان، وكذلك ربط المواقع الرياضية بالمواقع الإعلانية في المقام الأول ومواقع إخبارية عامة في المقام الثاني (عبد العظيم، 2015). واستهدفت دراسة أخرى تقييم تسويق العلاقة للفرق الرياضية المتنافسة في أمريكا الشمالية، وذلك من خلال ملاحظة قدرة الموقع الرياضي على إدارة العلاقة بين المستخدم والنادي الرياضي، وكشفت النتائج أن الاتحادات الرياضية المحترفة تدير العلاقة عبر الإنترنت بشكل أفضل من غيرها مع

مجموعة لونية وعناصر جرافيكية قادرة على تقديم القيم الأساسية، وفلسفة المؤسسة بشكل بصري فعال.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض أهم الدراسات السابقة والمتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، يمكن استخلاص النقاط الآتية حولها:

- ندرة الدراسات التي ترصد العلاقة بين الهوية البصرية في تصميم الموقع الإلكتروني للصحف وبين التوجهات الفكرية لسياسة الصحيفة، واتضح أيضاً ندرة الدراسات التي تتناول تصميم رأس الصفحة الرئيسية بما تتضمنه من عناصر تعبر عن خصوصية الصحيفة وتسهم في تشكيل هوية الصحيفة، بما بها من أدوات فكرية وشكلية تربطها بالبنية الكلية للصحيفة، حيث ركزت بعض الدراسات الأجنبية على بحث الهويات في الصحافة المصورة لاسيما في تغطية الاضطرابات في الشرق الأوسط (دراسة Kocak)، وتناول بعضها الهوية المرئية للصحافة الإلكترونية وأوضحت الملامح والممارسات المشتركة بين النسخ المطبوعة والإلكترونية وعناصر التصميم المشتركة، كما ظهر من خلال دراسات (دراسة Revista Latina، دراسة Tsou، دراسة Angel، دراسة رحاب الداخلي، دراسة منار فتحي)، وتناول بعضها تأثير الصور والألوان في تأكيد الهوية البصرية كما هو الحال في دراسات (دراسة زينة الشيخ، دراسة أميرة خليل)..

- أما الدراسات والبحوث التي تناولت المواقع الرياضية، بعضها اهتم بدراسة استخدام المواقع الرياضية للتكنولوجيا التي تتيحها شبكة الإنترنت، والمشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنها دراسات (دراسة Galily، دراسة Peter، دراسة Fondevila، دراسة كريم عبد العظيم)، ودراسات أخرى اهتمت بتقييم العلاقة بين الخدمات التي يقدمها الموقع الرياضي وولاء المستخدمين للموقع للفرق الرياضية، بمعنى تسويق العلاقة للفرق الرياضية المتنافسة ومنها دراسة (Filo)، ودراسة العلاقة بين شهرة المؤسسة الرياضية وتميز موقعها على الإنترنت في تقديم الخدمات الرياضية والثناء في استخدام الوسائط المتعددة، وإتاحة أدوات تفاعلية بين المستخدمين والرياضيين.

- وركز جزء كبير من الدراسات السابقة على دراسة تصميم الصفحة الرئيسية في المواقع الصحفية، ومدى الاستفادة من العناصر التكنولوجية والتفاعلية التي تتيحها الشبكة، ووصف

واستهدفت دراسة (الداخلي، 2011م) تقييم تصميم مواقع المجالات النسائية العربية والأجنبية على شبكة الإنترنت، وذلك بالتطبيق على أربعة مجلات (مصرية وعربية) وأربعة مجلات أجنبية (أمريكية وبريطانية)، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع المجالات النسائية الأجنبية كانت حريصة على تحقيق الهوية المرئية للموقع من خلال تكرار اللافتة في أغلب الصفحات مع استخدام الصورة النصية الدالة على المضمون كأبرز أشكال اللافتة المستخدمة، كما توصلت الدراسة أن استخدام الإعلان في رأس الصفحة الرئيسية في المجالات الأجنبية كان يخص نسختها والاشتراك فيها، وجاء على شكل صورة ثابتة وليس إعلاناً تجارياً متحركاً، أما المجالات المصرية والعربية فوضعت إعلانات تجارية بتقنية الفلاش بجوار اللافتة مما أدى إلى تشويش العين وحدوث فوضى إدراكية، وتراجع مرجعية تحديد هوية الصحيفة، وقد أحدث الإعلان منافسة مع اسم المجلة وشعارها.

ورصدت دراسة (فتحي، 2009) أسس تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية إضافة إلى كشف أثر التقنيات على تصميم تلك المواقع، وتوصلت إلى أن صحف الدراسة كانت حريصة على الحفاظ على هويتها البصرية من خلال الحفاظ على تصميم رأس صفحتها الأولى حيث ظهر اسم الصحيفة على هيئة صور تم مسحها بجهاز المسح الضوئي من إصدارها الورقي.

واستهدفت دراسة (عبد الرزاق، 2008م) الكشف عن فاعلية الإخراج الصحفي لتحقيق بناء شكلي متوافق دلالي مع المضامين الفكرية الموجهة للصحف الثقافية، وتوصلت الدراسة أن تضافر العلاقات بين العناصر الداخلة في بنية رأس الصفحة الأولى من شكل ولون واتجاه، يعتمد على طبيعة المعنى الناتج عنه لتحقيق الفهم المشترك لجميع القراء. وقدمت دراسة (عبد العظيم، 2008م) إستراتيجية لونية جديدة لصياغة نظم الهوية البصرية المؤسسة في الإعلان، ووضعت دليل لمقياس الهوية البصرية والذي يحتوي على جميع المعايير والاستراتيجيات والمقاييس الخاصة بالعلامة التجارية والأشكال الجرافيكية والكتابات والألوان، على أن يتم وضع برامج واشتراطات تصميم الهوية بواسطة عدد كبير من العاملين بالمؤسسة إلى جانب فريق التصميم، وأكدت الدراسة أن البرامج الناجحة للهوية البصرية هي التي تحتوي على رموز بسيطة وجذابة ومتميزة وسهلة التذكر، إلى جانب

الإلكترونية... وقد تحددت مشكلة البحث في الإجابة على التساؤل الآتي: كيف يُوظف رأس الصفحة الرئيسية في إطار المواقع الصحفية الرياضية على شبكة الإنترنت لتحقيق هويتها البصرية؟

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة فيما يأتي:

- تناولها لموضوع الهوية البصرية للصحيفة الإلكترونية كموضوع بحثي، والذي يحاول الربط بين الخواص والمحددات الشكلية لعناصر بناء رأس الصفحة وتحقيق هوية بصرية للصحيفة.

- الحاجة للتوجه لتطوير وتجديد تصميم رأس الصفحة الأولى للصحف الإلكترونية لتحقيق هوية بصرية تتوافق مع المستحدثات التكنولوجية في مجال تصميم المواقع الإلكترونية باعتماد الأسس العلمية والفنية المعتمدة.

- أن هذا البحث يعمل في دائرة حيوية ومهمة تتسم بالعمق في دراسة البعد التصميمي للعناصر البنائية في رأس الصفحة الرئيسية بالمواقع الرياضية، ودوره في إيصال مضمون الموقع للمستخدم حيث تحمل العناصر البنائية لغة خطابية مرئية تحمل معانٍ ودلالات عميقة حول المضمون.

- تكمن أهمية البحث في جانبين، هما: الجانب المعرفي فيما يقدمه هذا البحث من تعريف ماهية الهوية البصرية ودلالات استخدامها في رأس الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني، والجانب التطبيقي: من خلال وصف الكيفية التي وظفت بها المواقع الرياضية العناصر البنائية في رأس الصفحة الرئيسية لبناء هوية بصرية قادرة على تقديم الفكرة الأساسية التي يقوم عليها محتوى الموقع مع الالتزام بأسس التصميم.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في الكشف عن فاعلية تصميم رأس الصفحة الرئيسية بالصحف الإلكترونية الرياضية، لتحقيق هوية بصرية من خلال بناء شكلي متوافق دلالي مع المضامين الفكرية الموجهة للصحيفة الرياضية، وينبثق عن هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية التي تسعى إلى معرفة:

- 1- مكونات الهوية البصرية لرأس الصفحة الرئيسية في الصحف الرياضية الإلكترونية محل الدراسة.
- 2- مدى التطوير والتجديد في تصميم رأس الصفحة الرئيسية

وتقييم العناصر البنائية والوحدات المكونة للموقع الإلكتروني، والتكامل بين الصحافة والإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، وذلك في إطار النموذج المهجن والذي أحدث نمطاً جديداً من الاتصالات ساعد على مزيد من الانتشار للرسالة الاتصالية منها دراسة Bassano.

- أغلب الدراسات السابقة دراسات وصفية واعتمدت في تعاملها مع المشكلة البحثية وسعيها إلى تحقيق أهدافها على منهج المسح بشقيه التحليلي، حيث تم تحليل المضمون من حيث الشكل، ثم مجموعة من الدراسات التي اعتمدت على منهج المسح الميداني الذي اعتمدت عليه لدراسة الجمهور والمستخدمين للمواقع الصحفية، إضافة إلى دراسة آراء المصممين والصحفيين من خلال المقابلات نحو العوامل المؤثرة على تصميم الصحف.

- ومن خلال استعراض الدراسات السابقة، يتضح أن الدراسة الحالية تشترك مع الدراسات السابقة في كونها من الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح وأسلوب تحليل المضمون من حيث الشكل، وتنفرد الدراسة الحالية بدراسة واقع تصميم رأس الصفحة الرئيسية في مواقع الصحف الرياضية، ودراسة الهوية البصرية للصحف الرياضية من خلال دراسة العناصر البنائية المكونة لرأس الصفحة الرئيسية، وهي: الاسم، والشعار، والتركيب اللوني المستخدمة في التصميم.

مشكلة الدراسة:

نظراً لحدثة وندرة الدراسات العربية التي تعرضت للهوية البصرية للمواقع الإلكترونية بشكل عام والمواقع الرياضية بشكل خاص كأساس للدراسة، وبالرغم من أهمية تصميم هوية مميزة لرأس الصفحة الرئيسية بالمواقع الرياضية تعتمد في بنائها الشكلي علي ما تنتج من دلالات متوافقة مع مضمون الصحيفة وسياستها التحريرية المتبعة، في الوقت الذي أصبح التحول من النمطية إلى الابتكار ضرورة ملحة بسبب المنافسة الشديدة بين المواقع الإلكترونية علي جذب انتباه وتهيئة المتلقي لقبول مضمون الصحيفة فإن مشكلة البحث تتمثل في وصف واقع تصميم رأس الصفحة الرئيسية في الصحف الرياضية الإلكترونية المصرية، والكشف عن فاعلية التصميم لتحقيق هوية بصرية، والكيفية التي تم بها البناء الشكلي لرأس الصفحة الرئيسية ليكون متوافقاً دلاليًا مع المضامين الرياضية الموجهة من خلال الصحيفة

الصفحة اعتماداً على النموذج المهجن. وتعتمد الدراسة على منهج المسح باعتباره من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية، ومن خلال منهج المسح تم جمع المعلومات من مصادرها الأولية، وتم مسح التراث العلمي والدراسات السابقة وتمت الاستفادة منها وفقاً لأهداف البحث، وتم مسح تصميم رأس الصفحة في الصحف الرياضية الإلكترونية، ثم تحليل البيانات وتفسيرها في إطار النتائج. وقد اعتمدت الدراسة على أسلوب تحليل المضمون من حيث الشكل لرأس الصفحات الرئيسية في صحف الدراسة والمتمثلة في أربعة مواقع رياضية لمحاولة توضيح كيفية تصميم عناصر الهوية البصرية، والكشف عن دور التصميم في تحقيق هذه الهوية.

عينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة التحليلية في المواقع الرياضية على شبكة الإنترنت، ووقع الاختيار على أربعة مواقع رياضية تعد أكثر المواقع من حيث الزيارة على مستوى مصر وذلك من خلال موقع أليكسا العالمي www.alexacom الذي يتيح معرفة ترتيب أي موقع في العالم، وقد حصل موقع "سوبر كوره" www.youm7.com/superkora التابع لبوابة اليوم السابع على الترتيب التاسع وهو نموذج لصحف رياضية تابعة لمؤسسات صحفية خاصة، يليها موقع "يلا كوره" www.yallakora.com الحاصل على الترتيب السادس عشر وهو الموقع الرياضي الأول في الشرق الأوسط كنموذج للصحف الرياضية التابعة لمؤسسات إعلامية خاصة، وذلك وفقاً لإحصائية 28/3/2017. ووقع الاختيار على موقع الأهرام سبورت sports.ahram.org.eg كنموذج للصحف الرياضية التابعة لمؤسسات قومية، وكذلك وقع الاختيار على موقع النادي الأهلي www.el-ahly.com كنموذج للصحف الرياضية التابعة للأندية.

العينة الزمنية: يتسم تصميم رأس الصفحة الرئيسية بالصحف الإلكترونية بالثبات النسبي، فلا يتم تغيير تصميم رأس الصفحة الرئيسية دفعة واحدة، وإنما قد يحدث تغييرات طفيفة على الموقع دون إحداث تغيير جوهري في تصميم وبناء رأس الصفحة الرئيسية، ومن ثم طول الفترة الزمنية في التحليل لا يُعد ذا جدوى تذكر إلا في الدراسات التي

بمواقع الدراسة.

- 3- مدى توافق اسم الصحيفة الرياضية الإلكترونية مع مضمونها.
- 4- خصائص الشعار في الصحف الرياضية الإلكترونية محل الدراسة من حيث:
 - أنواع الشعارات المستخدمة في المواقع الرياضية.
 - مدى ارتباط الشكل الرمزي للشعار بمضمون الموقع.
- 5- دور اللون وانعكاساته الدلالية في تأكيد الهوية البصرية في مواقع الدراسة.
- 6- أسس التصميم التي يتم من خلالها توزيع العناصر البنائية في مواقع الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

- تتمحور الدراسة حول سؤال رئيسي، وهو: ما ملامح تصميم رأس الصفحة الرئيسية في الصحف الرياضية الإلكترونية؟ وكيف حقق هذا التصميم التوافق الدلالي مع المضامين الفكرية الموجهة من الصحيفة الرياضية؟ وانبثق من هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية، وهي:
- 1- ما مكونات الهوية البصرية لرأس الصفحة الرئيسية في مواقع الدراسة؟
 - 2- كيف طورت مواقع الدراسة تصميم رأس الصفحة الرئيسية بما يتوافق مع المستحدثات التكنولوجية في مجال تصميم الصحف؟
 - 3- ما مدى التوافق بين اسم الصحيفة الرياضية الإلكترونية مع مضمونها؟
 - 4- ما خصائص تصميم الشعار في مواقع الدراسة؟
 - 5- ما علاقة اللون بالمكونات التصميمية الأخرى في رأس الصفحة؟
 - 6- ما الأبعاد الوظيفية والتعبيرية للون في رأس الصفحة؟
 - 7- ما أسس التصميم التي استخدمتها مواقع الدراسة في رأس الصفحة الرئيسية؟

الإطار المنهجي والإجرائي:

نوع الدراسة ومنهجها وأداتها:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، إذ تقدم وصفاً لعناصر بناء رأس الصفحة الرئيسية بالصحف الرياضية الإلكترونية وذلك باستخدام التحليل الكيفي لمحتوى رأس

جورج جلدر Gilder George، ويرتبط هذا النموذج بما تشهده صناعة الصحافة من تطورات على المستوى التقني أبرزها الإصدارات الإلكترونية على الويب، حيث يقوم المتلقي باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها إضافة إلى حفظ المادة التي يريدها.

يقوم النموذج المهجن على معادلة أساسية في بنائه هي: النموذج المهجن = النموذج الثابت + النموذج الديناميكي، ويقوم في مجال الصحافة الإلكترونية على المزوجة بين الصحافة والكمبيوتر، حيث يكون الثاني مكملًا للأولى في أداء دورها، وقد مكن النموذج المهجن الجمع بين الثقافة التقليدية والثقافة الرقمية، مما أدى إلى تحسين جودة الأخبار وتطوير أشكالها. (الصفتي، 2000).

وأكد (Bassanom, 2017) أن التكامل بين وسائل الإعلام التقليدية والإنترنت والشبكات الاجتماعية وفقاً للنموذج المهجن ساعد على خلق نمط جديد من الاتصالات وحقق مزيداً من الانتشار للرسالة الاتصالية.

ويصلح هذا النموذج في دراسة تصميم مواقع الإنترنت؛ حيث يتم الاستعانة بالوسائط المتعددة والنصوص الفائقة في بناء صفحاتها، بوصفها أدوات تمثل النموذج الديناميكي، إضافة إلى النصوص والصور الثابتة، التي تمثل النموذج الاستاتيكي (الثابت) حتى يتحقق التكامل الشكلي في صفحات الموقع.

ولذلك فإن الصحف على الإنترنت طبقاً للنموذج تجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدي المتمثلة في الصور والرسوم والعناوين... وتكنولوجيا الإنترنت الحديثة المتمثلة في النص الفائق والرسوم المتحركة وتطبيقات الوسائط المتعددة، إضافة إلى استخدامها للعناصر التفاعلية المتمثلة في البحث والأرشيف والبريد الإلكتروني وغيرها من العناصر (لبد، 2014).

وفي دراسة (Angel, 2016) التي استهدفت تحليل هيكل ومحتويات صحيفة El Espanol - إحدى الصحف الإلكترونية التي تم إطلاقها في إسبانيا- خلال بداياتها أي أول ثلاثة أشهر لتقييم التغيرات في المادة الصحفية، وتوصلت الدراسة إلى أن الخدمات الإضافية التي قدمها الموقع مثل الاشتراك في القائمة البريدية وخدمة RSS واستفتاءات الرأي حول القضايا المثارة زادت من إقبال المستخدمين على الموقع، وقد اتفقت النسخة المطبوعة والإلكترونية في تقديم بعض الأخبار والصور.

تسعى إلى دراسة التغيير على المدى البعيد، بينما تهدف هذه الدراسة إلى توصيف ورصد واقع تصميم رأس الصفحة الرئيسية بالموقع الصحفية الرياضية على شبكة الإنترنت، وقد اعتمدت الباحثة في تحليل مواقع صحف الدراسة على عينة عمديه امتدت شهراً واحداً، بدأت من 1 أبريل وانتهت في 30 أبريل من عام 2017م.

مصطلحات الدراسة:

الهوية البصرية: هي تعبير مرئي محكم للدلالة عن شخصية الصحيفة ومحتواها الفكري وهي الطريقة التي يمكن من خلالها الوصول إلى فلسفة الموقع الصحفي، وتحديد شخصيته، ويعد التصميم أهم أدوات تحقيق الهوية البصرية لما له من قدرات اتصالية وتأثيرية، وذلك من خلال استخدام الرموز والعلامات والشعارات التي تعبر عن المضمون الصحفي وتوضح ملامح الشخصية للصحيفة الإلكترونية.

تصميم رأس الصفحة الرئيسية: يقصد به طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية في رأس الصفحة الرئيسية، مع مراعاة حركة العين وأسس التصميم والثبات في الشكل، وتشمل العناصر البنائية كل العناصر المقروءة والمرئية الموجودة في رأس الصفحة كالصور الثابتة والرسوم المتحركة والنصوص والألوان.... وغيرها من العناصر المكونة لرأس الصفحة.

المواقع الصحفية الرياضية: هي تلك الإصدارات الصحفية ذات المضمون الرياضي التي تصدر على شبكة الإنترنت وتستخدم فنون وآليات ومهارات العمل الصحفي مضافاً إليه مهارات آليات تقنيات المعلومات التي تتناسب الفضاء الإلكتروني -كوسيلة اتصال- مستخدمة في ذلك عناصر الوسائط المتعددة والنص الفائق للتعامل مع محتويات الموضوعات بحيث يتاح للمتلقي التفاعل بإيجابية حسب احتياجاته وقدراته في تصفح الموقع واستيفاء الأنباء الآنية وغير الآنية، وإمكانية حفظه للمعلومات والأخبار وطباعتها.

الإطار النظري للدراسة:

النموذج المهجن:

تبني الباحثة دراستها على النموذج المهجن الذي قدمه

الهوية البصرية كأحدى أدوات الاتصال في مجملها إلى التأثير في الاتجاهات والدوافع والسلوك لدى المتلقي بما يتلاءم مع الأهداف العامة للموقع الإلكتروني من خلال تكوين الصورة الذهنية (Barnard, 2013).

ويمكن أن نجل أهمية الهوية البصرية في الصحيفة الإلكترونية في ثلاث نقاط:

- 1- توفر الرؤية والتعرف والتميز.
- 2- تسهم في تكوين الصورة الذهنية للصحيفة الإلكترونية لدى المتلقي.
- 3- تعبر بصرياً عن مضمون الصحيفة.

أساليب تحقيق الهوية البصرية للصحيفة الإلكترونية:
إذا كان دور الهوية البصرية هو إظهار المضمون الخاص بالصحيفة؛ فإن هناك بعض الأساليب لتحقيق الهوية البصرية للموقع الصحفي لضمان فاعليتها، ويمكن أن نجملها في تصميم رأس الصفحة فيما يلي:

- 1- الاختلاف: ويعني التميز والتفرد، إذ يشترط أن تكون الهوية مختلفة بدرجة تسمح لها بالتميز والخصوصية وذلك فيما يخص الاسم والشعار والمجموعة اللونية المستخدمة في بناء رأس الصفحة.
- 2- الوضوح: يعني وضوح التصميم الذي تقدم من خلاله الهوية البصرية، حيث تعمل جميع العناصر المرئية على توصيل أو تأكيد نفس الفكرة بطريقة سهلة وواضحة.
- 3- الثبات: وهو أحد الشروط الأساسية في مجال الهوية بصفة عامة، لأنه يسمح بتكوين الصورة المسئولة عن عملية التذكر والارتباط.
- 4- الوصف: وذلك بأن يحمل رأس الصفحة الرئيسية معلومات واضحة عن الصحيفة الإلكترونية.
- 5- الارتباط: يجب أن يرتبط تصميم رأس الصفحة في ذهن المتلقي بعلاقات متوافقة مع طبيعة مضمون الصحيفة.
- 6- البعد الصوتي: تستطيع رأس الصفحة الرئيسية عن طريق البعد الصوتي أن تعطي انطباعاً قوياً عن الصحيفة الإلكترونية.

أهمية الصفحة الرئيسية لتحقيق الهوية البصرية في الصحيفة الإلكترونية:

الصفحة الرئيسية هي الصفحة التي يقع عليها عين

وتستفيد هذه الدراسة من نموذج المدخل المهجن في معرفة مدى دمج المواقع الصحفية الرياضية بين العناصر التقليدية والعناصر الإلكترونية والوسائل التفاعلية في تصميم رأس الصفحة لتحقيق هوية بصرية للصحيفة الإلكترونية.

الهوية البصرية في رأس الصفحة الرئيسية بالمواقع الإلكترونية للصحف:

تشتق كلمة هوية (Identity) من الكلمة الفرنسية (Identite) ومن اللاتينية (Identitas) وتعني مجموعة الصفات أو الخصائص التي من خلالها يمكن تعريف الشيء أو التعرف عليه، كما أنه مجموعة السلوك والطباع الشخصية التي تجعل الفرد مميزاً أو معرّفاً في جماعته (Basiroen, 2015). والهوية في الأساس تعني التفرد (أديب، 2016، ص 67). ومصطلح الهوية البصرية بمعناه الحديث لم ينتشر إلا في القرن العشرين حين اكتشفت أهميته في التعريف والتمييز خلال الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي (Brock, 2013).

ويعد التصميم أهم أدوات تحقيق الهوية البصرية لما له من قدرات اتصالية وتأثيرية، وذلك من خلال العمليات التصميمية التي يتم التخطيط لها خلال استخدام الرموز والعلامات والشعارات التي تعبر عن المضمون الصحفي وتوضح الملامح الشخصية للصحيفة، فلا بد أن تحمل هذه الرموز والعلامات والشعارات أشكالاً ودلالات تعمق الإحساس بمضمون الصحيفة، وتسهم في توصيل الرسالة الاتصالية (Poulin, 2012). وتعتبر الهوية هي الطريقة الذي يمكن من خلالها الوصول إلى فلسفة الموقع الصحفي وتحديد شخصيته، حيث تعتبر شخصية الموقع الصحفي هي مركز وأساس الهوية.

وتعمل الهوية البصرية على جعل الإستراتيجية والبناء والمحتوى الذي يقوم عليه الموقع الصحفي مرئياً، لذلك كلما زادت المنافسة واجهت المواقع الرياضية صعوبة أكبر في عملية التميز، لذا ظهرت أهمية الهوية والتي تهدف في المقام الأول إلى التميز والتعريف. وتمنح الهوية البصرية المنظومة الجرافيكية لغة واضحة تتم من خلالها الخطط التصميمية طويلة الأجل، وذلك من خلال التحكم في العناصر المرئية للهوية والمتمثلة في الشعار والألوان والأشكال الجرافيكية الأخرى والعناصر التيبوغرافية (Brock, 2013). وتهدف

- 2- أن يعكس الاسم والشعار طبيعة المضمون الذي يقدم.
- 3- تجنب الشعارات المعقدة أو المزخرفة.
- 4- ابتكار شعار غير مرتبط بزمن.
- 5- تجنب استخدام الحروف غير عادية أو حروفًا غامضة أو غير صحيحة.
- 6- العناية بكيفية بلورة الكتابة والحروف وموائمتها مع الأشكال الرمزية.
- 7- أن يحافظ المصمم عند تصميم رأس الصفحة استمرار حركة العين في نطاق حيز التكوين حتى يجذب انتباه المتلقي باستخدام بعض الأساليب ليوّجه المتلقي منها الإيقاع، والتكرار، والمساحات البيضاء.
- 8- وعي المصمم بعملية الإبداع الملتزم بالفكرة ومكونات وأسس التصميم والتي تعتبر المقومات الأساسية الثابتة لبناء رأس صفحة للموقع الإلكتروني الناجح.

عناصر الهوية البصرية في رأس الصفحة الرئيسية بالصحيفة الإلكترونية:

تقوم الهوية البصرية على مجموعة من العناصر التي تكون رأس الصفحة لتحقيق أهدافها الاتصالية، والتي تبدأ باسم الصحيفة الإلكترونية والشعار والمجموعة اللونية المستخدمة في بناء رأس الصفحة.

أولاً- اسم الصحيفة الإلكترونية:

يعتبر تصميم اسم الصحيفة أحد المكونات الأساسية للهوية البصرية، وهو تركيب لفظي يوضح الاتجاهات الخاصة بالصحيفة، ويعد أول العناصر التيبوغرافية التي تجذب اهتمام القارئ، وتعتبر الخطوط (fonts) المستخدمة في كتابة الاسم من الأدوات المؤثرة بقوة في هوية الموقع الإلكتروني، وتقوم بدور كبير في إبراز الصورة الذهنية المراد ترسيخها في عقول المتلقين. ويجب أن تتميز بالجاذبية والاحتواء على قيم جمالية بالإضافة إلى تحقيق الوظيفة الاتصالية والتي تشمل التمييز والتفرد والقدرة على القراءة بسهولة بالإضافة إلى مواكبة روح العصر.

وتشكل الحرف من أهم العوامل التي تؤثر على عملية يسر القراءة، ويقصد به الطريقة التي يظهر بها الحرف على الشاشة، ويعني أيضًا منظره المنفرد الذي يميزه عن غيره من الحروف (شفيق، 2009). ويمكن أن يتخذ تشكيل الحروف

المستخدم بمجرد أن يسجل عنوانها الإلكتروني، وفيها يتم تعريف المستخدم بالموقع، وما يتضمنه من معلومات أساسية ورئيسية حول محتوى الموقع، كما أنها تحتوي على العديد من الوصلات، وآليات التجوال التي تنقل المستخدم للصفحات الأخرى، سواء داخل الموقع، أو عبر وصلات مشتركة مع مواقع أخرى.

وتتكون الصفحة الرئيسية لأي صحيفة إلكترونية من ثلاثة أجزاء مهمة هي: الرأس، والجسم، والذيل، ولكل منها وظيفته وأهميته في الموقع، ولا بد من وجود الثلاث مكونات في أي موقع ناجح، فلكل جزء من تلك الأجزاء مكوناته الخاصة التي تعبر عن شخصية الموقع، فالرأس يمثل هوية الموقع، والجسم يضم محتويات وموضوعات الموقع، أما الذيل فيضم الحقوق الفكرية والملكية للموقع وروابط أقسام وغيرها.

وتقع رأس الصفحة Header في الجزء العلوي من الصفحة الرئيسية، وهي عبارة عن شريط يختلف اتساعه من موقع لآخر، ويحتوي على عناصر رئيسية وهي: الشعار، والاسم، والألوان ونظرًا لأهمية رأس الصفحة؛ لأنه يعطي الانطباع الأول لزائر الموقع، إضافة إلى مساعدة المستخدم بالتعرف على طبيعة الموقع وأهدافه، يوجد في أعلى صفحات الموقع؛ ليسهل على المستخدم الرجوع إلى الصفحة الرئيسية من خلال رأس الصفحة، ويعتبر رأس الصفحة عنصرًا دلاليًا، ومفتاحًا نفتح به المضمون الكامن.

والمصمم لا يسعى لأن يقدم رمزًا اتصاليًا فحسب، بل يتوخى تقديم أكثر من الوظيفة الرمزية خلال بناء رأس الصفحة الرئيسية في الموقع الإلكتروني، إذ يعتمد قدرته الإبتكارية لتوجيه معالجته الفنية والتقنية، لتضفي أبعادًا تعبيرية عن مجمل التوجهات الفكرية خلال صفحات الموقع، وبما تحمله السياسة التحريرية من أهداف خاصة بهذا الموقع (عثمان، 1984).

وهنا نجد أن عملية التكيف البنائي للوحدات التيبوغرافية والجرافيكية لرأس الصفحة الرئيسية تعتمد البساطة أساسًا والتركيز لتوفير التحفيز البصري نحوها دون حالة التشويش الإدراكي، بما يضمن وضوح التوجهات الفكرية للصحيفة. وهناك قواعد عامة يجب مراعاتها عند تصميم رأس الصفحة أهمها:

- 1- إيجاد حالة من الانسجام والتوافق بين عناصر التصميم لتصبح مترابطة ويشير كل منها إلى الآخر.

الإنسان من تداع للمعاني وترباط للأفكار المتصلة بالموضوع الذي يعبر عنه، ومن أجل التعبير عن موضوع ما في هيئة شعار يقوم المصمم بترجمة هذه الأفكار والمعاني التي يرشده إليها الموضوع في صورة فتنتقل إليهم المعاني والأفكار نفسها (مصطفى، 2008م).

وتظهر أهمية تصميم الشعار كأحد وسائل الاتصال البصري الذي يعتمد على الإيجاز في نقل الفكرة أو الرسالة، إضافة لأهميته في التعبير والاتصال بالجمهور من خلال بنائه الشكلي ذي الدلالة الذي يعمل على إثارة عين المشاهد بأسلوبه البنائي وتحضير ذهنه للتفكير فيما يرتبط به من معان.

ويعتمد تصميم الشعار على بناء فني تشكيلي مبتكر مميز بالألوان أو بدونها ويتكون من شكل أو عدة أشكال أو كلمة أو حرف أو أكثر أو دمج الشكل مع الكلمة أو الكلمة مع رمز أو علامة أو الجمع بين أي من هذه العناصر، كمفردات موجزة ومركزة، تتجاوز حدود الأجيال والجنسيات (خليل، 2008).

ويضم الشعار الأنواع الآتية:

1- الشعار المعتمد على الرمز أو الصورة: هو عبارة عن صورة أو رمز أو رسم، ولا بد أن يكون الشكل أو الرمز المستخدم على درجة عالية من المعرفة والانتشار وأن يكون بسيطاً واضحاً، وأن يدعم مضمون الموقع (أديب، 2012م).

2- الشعار القائم على الكلمة: وهو عبارة أو أقوال مأثورة أو آية قرآنية أو بيت شعر يعبر عن مضمون الصحيفة وأهدافها (العسكر، 1998م).

3- الشعار المعتمد على الحروف: هو تصميم يتكون من حرف واحد أو مجموعة من الأحرف، وهذا النوع من الشعارات يتمتع بالبساطة والإبداع ويكون مميّزاً تصميمياً.

4- الشعار المركب: وهو شعار مكون من الكلمة إلى جانب الشكل، ويفضل استخدام هذا النوع من العلامات لأنها تجمع بين مزايا الكلمة والصورة.

وهناك عدة خصائص يجب أن يتمتع بها الشعار الجيد للصحيفة، وهي:

- الوضوح وسهولة الفهم: فيجب أن يتميز الشعار بالسهولة والوضوح حتى يتمكن المتلقي من فهم الشعار بمجرد لمحة سريعة ثم يراه بإتقان إذا أثار اهتمامه فيما بعد ولذلك من الأفضل أن تتميز أشكال الشعار بالبساطة والبعد عن التعقيد حتى يكون من السهل فهمه.

في تصميم اسم الصحيفة مسارات مختلفة مثل المسار المنحني أو البيضاوي أو الدائري مما يتبعه معالجة لأشكال الحروف وارتفاعها وزوايا الميل للحصول على تصميم تتوافر فيه عناصر الجذب وتحقيق كل من الأبعاد البنائية والدلالية والوظيفية. وهناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في سير قراءة حروف اسم الموقع على صفحات الويب (تربان، 2008)، وهذا يتطلب مراعاة ما يلي:

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

2- تجنب المبالغة في تمييز الاسم، أو استخدام أكثر من وسيلة تميز بشكل متجاور، لأن ذلك يؤدي إلى تشتت القارئ.

3- اختيار نوع الخط المناسب مع طبيعة المضمون.

ثانياً- الشعار:

هو الصورة الجرافيكية البصرية التي تمثل الهوية، ويمثل الشعار مجموعة من الخبرات التي تكون الإدراك في ذهن المتلقي (Graver, 2012)، وهو الذي يقدم شخصية الصحيفة، ويقوم بعملية ربط بصري بين القارئ والصحيفة (أديب، 2014)، ويعتبر الشعار أحد أنواع الاتصال البصري، فهو أسرع وسيلة اتصال في تبليغ فكرة أو رسالة، كما أن الشعار علامة مميزة، لتمييز جماعات أو أفراد (الشيخ، 2013).

ويعد الشعار أحد المتطلبات المهمة في الموقع الصحفي لإضفاء الهوية بوصفه شعاراً دائماً للموقع، ولتحقيق الرغبة في الانتشار المحلي والعالمي، ولذلك يجب أن يميز كل موقع بشعار يخصه ويرمز لهدفه بما يفيد في الكشف عن هويته. ويعتمد نجاح الشعار على جانب كبير بمدى تحقيق أهدافه الوظيفية والجمالية، ويعد الشعار بهذا المفهوم وسيلة للتمييز وأحد أنماط الاتصال الجماهيري، فهو من أسرع وأبلغ وسائل الاتصال في تبليغ فكرة أو رسالة (خليل، 2008م).

وشعار الصحيفة وسيلة اتصال مرئية في سبيل التمييز يلجأ المصمم إلى الحذف والإضافة في الأشكال حتى يرمز إلى بعض المعاني التي يريد أن ينقلها للمتلقي لكي ينجح في توصيل رسالة إليه، فيتحكم المصمم في العلاقات الشكلية بين العناصر البنائية وذلك ليتمكن من أن يحمل الشعار المعنى الذي ينشده دون إضاح بالكلمات.

ويعتمد الشعار على التعبير بالرمز وما يثيره في تفكير

فعلى سبيل المثال اللون البنفسجي يرمز في الولايات المتحدة الأمريكية للغموض والروحانية والاستقرابية والعاطفة، بينما يرمز في البرازيل إلي الحزن والموت (Alina,2005).
- الابتعاد عن التفضيل الشخصي في اختيار الألوان المستخدمة.

ويقوم اللون بدور وظيفي مهم في مجال تحديد الهوية والتعريف البصري (Krista, 2008)، ويظهر هذا الدور بوضوح عند تصميم رأس الصفحة الرئيسية للموقع الرياضي، وتتعدد وظائف اللون للصحيفة كالاتي:
- جذب الانتباه: تمتاز الألوان بقوة كبيرة في جذب الانتباه، لذا تسعى المواقع الإلكترونية إلى استخدامها فالألوان قد تكون انطباعاً مميّزاً بصورة تسهل على المتلقي تذكرها بمجرد رؤيته للموقع الإلكتروني.

- إيجاد تأثيرات نفسية: يمكن للون توليد تأثيرات معينة في نفس المتلقي تشير إلى العديد من المعاني والأفكار المرتبطة بحياة الإنسان.

- يساعد اللون على التذكر: عند وصف شي ما فإننا عادة ما نشير إلى لونه، لما له من قيمة تذكيرية عالية فمن الضروري أن يكون هناك لون مسيطر على هوية رأس الصفحة الرئيسية في الموقع الإلكتروني لأن ذلك يساعد المتلقي على تذكر ما سبق أن رآه.

- يعمل على تداعي المعاني: حيث يمكن استدعاء ما سبق وأن رآته العين من خلال اللون.

وينقسم استخدام الألوان في المواقع الإلكترونية عموماً، إلى الألوان الأمامية: وهي التي تستخدم في الخطوط، والحدود، والوحدات، والصور، والرسوم، والجداول، والألوان الخلفية: التي تستخدم لتحقيق وظائف اتصالية معينة، تتمثل في إحداث آثار تقنية وملء الفراغ داخل الوحدات المستخدمة في التصميم، وأثار نفسية لدى المتلقي.

فمع تطور برامج الكمبيوتر تم الاعتماد على تقنية للألوان هي نمط RGB، والذي يتكون من الألوان: الأحمر، الأخضر، والأزرق، ويمكن أن تمزج هذه الألوان مع بعضها لتكون ألواناً مغايرة، ويجب مراعاة أنه كلما زاد عدد الألوان زاد حجم الملف، مما يؤثر على سرعة التحميل. ويتيح الكمبيوتر استخدام 256 درجة لونية لكل لون من الألوان الأساسية المكونة للضوء المرئي، ويوجد عدد من هذه الألوان -216 لون - هي الألوان الآمنة للظهور على مواقع شبكة الإنترنت،

- حداثة الفكرة والخروج عن المألوف: فحداثة فكرة الشعار وإخراجها بأسلوب غير تقليدي من شأنه أن يعمل على زيادة الأهتمام بالرسالة وترسيخها في ذاكرة المتلقي؛ بتقديم تصاميم جديدة بشرط أن يتوافق ذلك مع مضمون الشعار وأهدافه الوظيفية والجمالية.

- أن يجمع الشعار بين الجمال والبساطة ليعرف المتلقي شكله ويحفظه في مخيلته.

- إذا كان الشعار يحتوي على كلمات فيجب أن تكون الحروف سهلة غير معقدة.

- أن تكون الألوان المستخدمة في الشعار تتناسب مع دلالات الفكرة أي لها مبرر لوصفه.

ثالثاً - الألوان:

يعد استخدام الألوان في المواقع الصحفية بمثابة البصمة المميزة لكل موقع، فالمستخدم يقوم بالربط البصري بين الألوان الموجودة على الموقع وتذكره للموقع، ففي عملية الإدراك البصري يقرأ العقل اللون بعد تسجيل الشكل وقبل قراءة المحتوى. فالألوان تشكل رموزاً لدى الإنسان ارتبطت بحياته تاريخياً مما يدل على رمزيته للتعبير عن الرسالة التي يحملها، فالاختيار الأمثل لعناصر البناء الشكلي للصحيفة يعود بالضرورة إلى تحقيق البعد الدلالي في اللون (علي،) ويساهم في بناء هوية محددة تربط بين الصحيفة وتوجهها الرياضي، وبذلك يرتبط استخدام اللون بثلاث تأثيرات رئيسية:
1- تأثيرات ذات قيمة تشكيلية: وتختص ببحث الزوايا التي تتعلق بعلم الجمال.

2- تأثيرات سيكولوجية: وتختص ببحث تأثيرات اللون على نفسية الفرد وسلوكياته.

3- تأثيرات فسيولوجية: وتختص ببحث تأثير اللون على جسم الفرد.

فاستخدام الألوان في الصحافة الإلكترونية يراعي هذه التأثيرات الثلاثة بما يتناسب مع الأهداف المراد تحقيقها من الموقع حيث لا بد أن تكون الألوان مرتبطة سيكولوجياً بمعانيها وموضوعاتها فتؤثر على المتلقي التأثير المطلوب. ولاختيار اللون المناسب لتصميم اسم الصحيفة يجب مراعاة الآتي:

- الخصائص الديموجرافية للجمهور المستهدف.
- في حالة الصحافة الإلكترونية يجب مراعاة رمزية وعالمية استخدام اللون حتى لا يؤدي إلى نتائج عكسية،

وبقية الألوان ربما لا تظهر على المواقع الإلكترونية.

المتطلبات الأساسية لبناء هوية بصرية في رأس الصفحة في الصحيفة الإلكترونية:

إن تحقيق أهداف رأس الصفحة الرئيسية في الموقع الإلكتروني تعتمد على بناء الصلة بين الموقع والمستخدم لتأكيد عوامل التحفيز البصري والإدراكي، ولابد من الاستناد على القواعد العلمية لاتخاذ القرارات في مجال بناء رأس الصفحة الرئيسية شكلاً ومضموناً وأهم هذه المتطلبات هي: الفكرة: تعد من أولي الخطوات التي تصل بالتصميم إلى مرحلة النضوج والتكامل، كما أنها تعد جوهر العملية التصميمية، وتحمل مجمل المبادئ الأساسية التي تتخذها المؤسسة لإظهار هويتها أهدافها، تقوم فكرة تصميم رأس الصفحة على عملية الإعداد لوضع الهياكل الوظيفية والجمالية للعناصر البنائية لرأس الصفحة باعتبارها الجانب التعريفي في الموقع (Graver, 2012). وتعتمد الفكرة على التميز والخصوصية، باستحداث واقع دلالي مرتبط بتطابق المحفزات البصرية والصور الذهنية المدركة عنها (عبد الرزاق، 2008).

نقطة الارتكاز: وهي النقطة التي تكون بمثابة المفتاح لتصميم رأس الصفحة، وتمثل النقطة الأولى التي يسقط عليها نظر القارئ، وغالباً ما تكون اسم الصحيفة ويشترط أن تكون النقطة الأكثر جذباً منذ الوهلة الأولى (العربي، 2005).

الشكل الدال (الشعار): وهو عملية تشكيل بنائي خاص، مستنبط من تفاعل رمزية الخطوط والأشكال والألوان ويعبر عن المضامين الموجهة لسياسة الصحيفة (عبد الرزاق، عباس، 2008، ص9)، فالفكرة تحتاج إلى أدوات وعناصر لتحقيقها وجعلها أمراً ملموساً بما تحمله هذه العناصر من قدرة تعبيرية على نحو يثير انفعالاً جمالياً وموضوعياً "كامناً" فيها (بل، 2001).

المعنى: يقصد به الرسالة المراد توصيلها إلى المتلقي عن الموقع الإلكتروني، حيث يتيح المعنى للموقع الإلكتروني تقديم نفسه بالصورة التي يريدها من خلال عناصر هويتها بطريقة غير مباشرة تصل إلى المتلقي بسهولة.

التميز: وهو إعطاء خاصية لرأس الصفحة يرى المتلقي أنها فريدة من نوعها، وذلك من خلال ابتكار أفكار جديدة تجذب نظر المتلقيين (عمران، 2016).

الجذب البصري: يركز بناء رأس الصفحة في الصحيفة وفق مبدأ الجذب البصري وتوجيه بناء العناصر الشكلية والدلالية لتجسيد هوية الصحيفة، فالتكثيف الشكلي في رأس الصفحة يؤدي إلى تشويش المدركات الحسية (العين) ويؤدي إلى فوضى إدراكية، إلى جانب تراجع مرجعية تحديد هوية الموقع (عبد الرزاق، 2008).

التكامل: إن الترابط والتماسك يقودا رأس الصفحة إلى تكاملها، ويحدث الترابط عندما تكون جميع عناصر رأس الصفحة مشتركة تحت هوية واحدة.

الأصالة: إن الهدف الرئيسي من تصميم رأس الصفحة الرئيسية هو محاولة تميز المواقع عن بعضها البعض التي تمتلك ذات التوجه، مما يعني أن رأس الصفحة الرئيسية في بنائها التصميمي لابد أن يكون فريداً ومميزاً، ومن جانب آخر لابد وأن تحمل في صفاتها ووحداتها البنائية اختلافاً عن باقي المواقع الأخرى؛ ليسهل التعرف عليه والرسوخ في ذاكرة القارئ لتمييز هذا الموقع عن ذلك (العربي، 2005).

التبسيط: يعد التبسيط قاعدة أساسية لبناء رأس الصفحة الأولى الدالة للصحف، إذ يسعى المصمم لتسليط الضوء نحوها، من خلال تصفية المحيط من التفاصيل الكثيرة المؤدية إلى إضفاء تأويلات تتعارض مع المضامين الموجهة لبناء الرسالة الاتصالية فيها.

الاختزال: وتستند حالة الاختزال في بناء رأس الصفحة الأولى على انتخاب الأشكال الأساسية التي تتحمل عبء عملية التواصل والجذب البصري، فالمصمم يمتلك الحرية والقدرة على ابتكار صيغ متعددة ومتنوعة في إظهار الهوية البصرية للموقع الإلكتروني.

الموقع: يعد تحديد موقع اللافتة من المتطلبات الأساسية في تنظيم مجمل رأس الصفحة وبما تشكله من تكوين مركز جذب خاص بها يساعد على تجسيد الهوية، ويؤسس نظاماً مركزياً واسعاً ومهيماً على مركز القوى للوحدات التيبوغرافية والجرافيكية الأخرى في رأس الصفحة.

نتائج الدراسة التحليلية:

تحقيقاً للوصول إلى أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته استندت الباحثة في تحليلها إلى ما تمخض عنه الإطار النظري من مؤشرات تمثل خلاصة لأدبيات التخصص، وشملت النتائج خمسة محاور تقي بمتطلبات البحث وتسهم

"الأهرام سبورت" تم توظيف عنصرين جرافيكين بشكل بالغ الدلالة، فقد تم تركيب صورة الكرة كأرضية لصورة شخص يرفع ذراعيه ليحتضن اسم الموقع -AHRAM SPORT الذي ظهر ببنت صغير نسباً وبتفريغ للاسم من على الأرضية السوداء محققاً بذلك التباين بين الاسم والأرضية، وتم التراكب بين اسم المؤسسة الأم - الأهرام - وبين الشعار المصور للموقع، وحافظت كلمة الأهرام على ثباتها وظهرت بنفس هيئتها الموجودة في النسخة المطبوعة وكذلك باقي الإصدارات الإلكترونية.

وقد ظهر الإعلان في المساحة المتبقية من رأس الصفحة مما أدى إلى ظهور رأس الصفحة مزدحمًا بالكثير من العناصر المليئة بالألوان والحركة ولاشك أن ذلك يزيد من حجم الملف ويزيد من وقت تحميل الموقع، فالتبسيط قاعدة أساسية لبناء رأس الصفحة الأولى الدالة للصحف، ولذلك يجب تصفية المحيط من التفاصيل الكثيرة المؤدية إلى إضفاء تأويلات تتعارض مع المضامين الموجه لبناء الرسالة الاتصالية فيها.



شكل (2) رأس صفحة موقع الأهرام سبورت. Sports. ahram.org.eg

تصميم هوية رأس الصفحة الرئيسية في موقع يلا كوره: ويظهر الشكل (3) رأس موقع يلا كوره، ومن خلاله يبين أن رأس الصفحة الرئيسية للموقع مكوناً فقط من صورة للكرة باللونين الأبيض والأسود تتداخل مع اسم الموقع - yallakora - مع حدوث ميل في كتابة اسم الموقع محدثاً بذلك حركة عن طريق الحروف المستخدمة في كتابة اسم الموقع، وقد ظهر التضاد اللوني بتفريغ الاسم من الأرضية السوداء وارتفعت بذلك الطاقة الضوئية، واستخدم الموقع الشعار اللفظي - الكرة في ملعبك - غير أنه كان غير واضح عند القراءة وذلك بسبب صغر حجم الحروف مع ضعف التباين اللوني بين الحروف والأرضية، وتم عرض خدمات الموقع في المساحة المتبقية من رأس الصفحة وكذلك عرض لقائمة المحتويات ولم يظهر في رأس الصفحة أي إعلانات مما ساعد ذلك على وضوح وبساطة التصميم،

في تحقيق أهدافه، معتمد التحليل الكيفي لعينة من المواقع الصحفية الرياضية على شبكة الإنترنت، وهذه المحاور هي:

أولاً: مكونات هوية رأس الصفحة الرئيسية في المواقع الرياضية محل الدراسة:

اعتمد تصميم رأس الصفحة في المواقع الرياضية على توظيف العناصر اللفظية والرموز غير اللفظية في إطار الموضوعات الرياضية التي ترتبط بالرياضة، وعلى صعيد كل موقع رياضي من المواقع محل البحث رصدت الدراسة ما يأتي:



شكل (1) رأس صفحة موقع سوپر كوره التابع لصحيفة اليوم السابع www.youm7.com

تصميم هوية رأس الصفحة الرئيسية في موقع سوپر كوره: من الشكل (1) الذي يمثل رأس الصفحة الرئيسية لموقع سوپر كوره، جاء اسم الموقع باستخدام لونين فجاءت كلمة Super باللون الأحمر وكلمة kora باللون الأسود، وأسفل اسم الموقع تم وضع عنوانه الإلكتروني مستخدماً حجم خط أصغر من الحجم المستخدم في كتابة اسم الموقع، محققاً تتابع الرؤية بالانتقال من موقع الشد البصري الأول وهو اسم الموقع ثم الانتقال إلى عنوان الموقع الإلكتروني، وتم توظيف شكل سداسي ليمثل شعار الموقع وتم دمج صورة للكرة غير أن ظهورها باللونين الأحمر والأبيض على أرضية الشعار الحمراء أدى إلى عدم وضوحها وخاصة مع تفريغ حرفي S من أرضية الشعار، وهي تمثل الحروف الأولى من اسم الموقع، وقد شغلت باقي مساحة رأس الصفحة بظهور إعلان تضمن العديد من الألوان والحركة مما أدى إلى عدم وضوح اللافتة ونشتيت بصر القارئ.

شكل (1) رأس صفحة موقع سوپر كوره التابع لصحيفة اليوم السابع www.youm7.com

تصميم هوية رأس الصفحة الرئيسية في موقع الأهرام سبورت:

من الشكل (2) الذي يمثل رأس الصفحة الرئيسية لموقع

ثانياً - خصائص أسماء موقع الدراسة:
نجحت مواقع الدراسة في اختيار أسماء تحمل توجهها رياضياً، وتم اختيار أسماء المواقع بما يتوافق مع الاتجاهات والمرجعية باعتباره عنوان تعريف للموقع الإلكتروني. ويضفي المصمم دعماً لتسهيل قراءة نصوصه الكتابية من خلال استخدام حروف بسيطة متحاشياً الحروف المعقدة والزخرفية في مواقع الدراسة والتي غالباً ما تحدث ابتعاداً عن طبيعة الوظيفة في حالة الزيف البصري والارتداد نحوها.

ولجأ المصمم في موقع Super Kora (الشكل 1) إلى استخدام حجم خط كبير في كتابة الاسم؛ للتأكيد على أهمية الكلمة والمعاني التي يحملها الاسم، ثم استخدم المصمم نمطاً صغيراً آخر من الخطوط لكتابة عنوان الموقع الإلكتروني؛ دلالة على أنه أقل أهمية من العنوان، وظهر فراغ كاف بين العناصر المرئية بطريقة مريحة للعين مما ساعد على ظهورها بشكل واضح، كما أن توافر الفراغ حول الاسم والشعار جعل الحروف والكلمات واضحة وسهلة القراءة، مع استخدام اللون الأحمر والأسود في كتابة حروف الكلمات على أرضية فاتحة ساعد ذلك على قوة الوضوح لاسم الموقع.

وقد جاءت المعالجة التقنية لإحداث الشفافية بوصفها خلفية فضائية خاوية لاسم موقع Ahran sport (الشكل 2)، إلا أنها أوجدت عدداً من الارتدادات والزيف البصري نحوها، الأمر الذي أفقد السيادة المركزية نحو العنوان الذي لا يمكن للقارئ إدراكه والتعرف عليه لاحقاً. فتشكيل الحرف من ضمن المتطلبات اللفظية في عملية التوجيه الفكري على اعتبار أن اسم الصحيفة تركيب لفظي يضم عدداً من الحروف ترسم بطريقة خاصة بها.

يضيف المصمم دعماً لتسهيل قراءة اسم الموقع yallakora من توظيف نوع خط واحد (الشكل 3)، واندماج الاسم مع الشعار المصور للموقع وذلك باستبدال حرف O الموجود في منتصف الاسم إلى صورة كورة وذلك لتوافقهم في هيئة الشكل الدائري، وقد نجح المصمم في اختزال العناصر في رأس الصفحة وانتخاب أشكال أساسية نجحت في تحقيق التواصل والجذب البصري وتم توظيف هذه العناصر بشكل دال ومباشر ليحمل المعنى الرمزي لرأس الصفحة الرئيسية. وقد جاء اسم موقع Ahly news (الشكل 4) يحمل خصوصية ويؤكد مرجعية وإمكانية التعرف على الهوية لهذا الموقع، وتمت معالجة اسم الموقع مع شعاره من خلال

عملية التكيف البنائي لعناصر رأس الصفحة تعتمد على التركيز لتوفير التحفيز البصري نحوها دون حالة التشويش الإدراكي.



شكل (3) رأس صفحة الرئيسية في موقع يلا كوره. www.yallakora.com

تصميم هوية رأس الصفحة الرئيسية في موقع أخبار النادي الأهلي:

يوضح الشكل (4) تصميم رأس الصفحة الرئيسية لموقع أخبار النادي الأهلي، الذي يتضح من خلاله مكونات الموقع، وقد تميز التصميم ببساطته واعتماده على اللون الأحمر كأرضية لرأس الصفحة بكاملها وتم تفرغ الشعار البصري واسم الموقع من الأرضية محققاً بذلك التباين مما أعطى تأثيراً بصرياً له قوة جذب عالية، وكذلك تم تفرغ قائمة التجوال الرئيسية من الأرضية الحمراء وظهر اللون الأسود في مواضع بسيطة في رأس الصفحة وكُتبت عليه عبارة توضح الهدف من الموقع وهي - موقع أخبار النادي الأهلي - بحجم خط أقل من حجم اسم الموقع دلالة على ترتيب العناصر اللفظية حسب أهميتها، ومن خلال التصميم يتضح حفاظ الموقع على هوية النادي باستخدامه للون الأحمر وهو رمز النادي الأهلي، وبذلك يتضح أن اللون ودلالاته التعبيرية يعكس معاني تؤكد على هوية الموقع.

وجاء شعار الموقع على هيئة لاعب في وضع أفقي يفتح ذراعيه، ليحتوي اسم الموقع الذي قُسم إلى جزأين: جزء أعلى الشعار المصور ويحمل اسم AHLY، والجزء الثاني من أسفل الشعار المصور ويحمل كلمة NEWS بحجم أقل محققاً بذلك التنوع في حجم الخط.



شكل (4) رأس الصفحة الرئيسية لموقع أخبار النادي الأهلي www.el-ahly.com

ربط واضحة ترسخ في ذهن المتلقي وتمكنه من التعرف على انتماء هذه الصحيفة. وقد تم تكبير أبعاد الشعار في موقع "الأهرام سبورت" ونجح في جذب انتباه المتلقي حيث قام بدمج صورتين في قالب فني واحد، واحتلت صورة الشخص الرياضي المساحة الكبيرة مما ساعد على جذب النظر وإثارة الاهتمام، وقام المصمم بتنوع حجم العناصر في اللافتة للتأكيد على أهمية بعض العناصر.

وقد تضمن الشعار المصور لموقع أخبار النادي الأهلي صورة تظهر النادي الأهلي بالكفاءة والمهارة (الشكل 4)، حيث عبر المصمم عن فكرته من خلال اختياره لصورة مفرغة من أرضية حمراء مألوفة بالنسبة للمتلقي فكان التصميم متسقاً مع استراتيجيات وأهداف الموقع الإلكتروني، وقد عكس تصميم لافتة النادي الأهلي رسالة شكلية إلى المتلقيين، وذلك بجذب الانتباه، وإثارة الاهتمام، واستخدام دلالات تؤدي إلى إثارة الشعور نحو موضوع الشعار، واستخدام أشكال توحى بالإيجابية والنشاط وقد راعى المصمم عند تصميم اللافتة بعض العوامل حتى تكون ذات تأثير قوي يخدم مضمون وأهداف الموقع، ومنها:

- 1- قلة الكلمات المكتوبة لكي تتقل المضمون بسرعة للمتلقي، والحروف بسيطة وسهلة القراءة وغير مبالغ في زخرفتها وتشكيلها.
- 2- استخدام كلمات مختلفة الحجم للسماح لعين المتلقي بأن يدرك الفروق المراد إبرازها، مع مراعاة تناسب حجم الحروف حتى يشعر المشاهد بأنه يرى شعاراً واحداً مترابطاً، كما وضعت الكلمات في الشعار في وضع أفقي يسهل قراءته.
- 3- النظام البنائي الذي تم به تصميم اللافتة والذي يجمع بين أكثر من شكل محققاً وحدة العناصر المكونة لشكل الرموز. وأعتمد المصمم في موقع يلا كورة (الشكل 3) على رسم صورة ذهنية عند الجمهور بشكل عام باستخدام عناصر لفظية ومرئية عالمية خاطب من خلالها جميع الفئات، فاستند المصمم إلى وضع الكوره في منتصف الاسم، وقد استخدم المصمم اللون الأبيض في تباين مع الأسود مما ساعد على جذب الانتباه، وقد استخدم موقع "يلا كورة" قيمًا ضوئية مترابطة "رمادي" على أرضية سوداء في إظهار الشعار اللفظي للموقع وهو "الكورة في ملعبك". وبصفة عامة اتضح من التحليل أن مواقع الدراسة اعتمدت

المزاوجة بين الحروف والشكل الرمزي وتم تحقيق تشكيل أيقوني يمثل لغة شكلية رمزية للتعبير عن مرجعية الموقع. فجاء اسم الموقع وصورة اللاعب الموجود في منتصف الاسم الذي فتح زراعته، وساعد نمط وحجم ولون الخط المستخدم في التأكيد على أهمية الاسم وجذب انتباه الجمهور إليه، وساعد تباين الخط المستخدم في التأكيد على أهمية الاسم حيث جاءت كلمة news بحجم أقل من حجم الاسم Ahly دلالة على ترتيب العناصر اللفظية.

ثالثاً - خصائص الشعار في رأس الصفحة الرئيسية بالمواقع الرياضية:

شعار الصحيفة هو الذي يقدم شخصيتها، ويقوم بعملية ربط بصري بين القارئ والصحيفة، وبعد الشعار أحد أهم العناصر والمكونات لرأس الصفحة الرئيسية للموقع الرياضي الذي يمتاز برمزيته ذات اللغة البصرية المدركة المرتبطة باتجاهات وسياسات الموقع، إذ يتخذ المصمم خلال وسيلته الاتصالية عدداً من الرموز الدالة، يتم الاتفاق على تفسيرها، وربطها بالفكرة للتعريف بالصحيفة بصورة واضحة ومفهومة تؤكد عملية الاتصال.

وقد اعتمدت مواقع الدراسة على الشعار المبني على الصورة والذي يسعى إلى تسهيل المدركات البصرية، فالإحساس بالرمز المقدم في الموقع الرياضي يصنع اتصالاً بين الموقع وبين المتلقيين لأنه يثير رسالة ذات مغزى من شأنها تنشيط الذاكرة البصرية وتحقيق الهدف منها.

ونلاحظ في شعار موقع "الأهرام سبورت" أنه اتخذ شكلاً أيقونياً تداخلت الرمزية مع نمط خطي، وقام المصمم بتصغير اسم الموقع الصحفي (Ahram sport) إلى الحد الذي تراجع فيه الوضوح (شكل 2)، وقد يعجز المتلقي عن فك رموز وحداته المتشابهة، وقد أحدثت معالجات المصمم المبالغة في تصغير أبعاد اسم الموقع إلى تراجع تحقيق العلاقة الدلالية للتعريف بالموقع.

وقد ظهر مع الشعار المصور لموقع الأهرام سبورت تشكيل خطي لكلمة "الأهرام" فبنفس تصميمها في النسخة المطبوعة للأهرام وكذلك النسخة الإلكترونية، وهذا الثبات في تصميم شعار الموقع هو جزء من الشخصية المحافظة للجريدة، وجزء من عراقتها وميراثها التاريخي (صالح، 1987)، وقد نتج عن تراكم الشعار المصور باسم الصحيفة الأم علاقة

التجارب والخبرات السابقة للأفراد (الصحف، 2003)، واتضح من التحليل أن اللون الأحمر هو اللون الأساسي الذي اعتمد عليه تصميم رأس الصفحة بالصحف الرياضية الإلكترونية -محل الدراسة- في تقديم الرسالة الاتصالية، والذي يحمل القيم العامة وأهداف الصحيفة الرياضية الإلكترونية التي تريد توصيلها، فكان عنصرًا من العناصر المرئية التي تميز الصحيفة، وأداة لتمييزها، حيث يتمتع بقدرات تميزه عن غيره من الألوان في لفت الانتباه وإثارة المشاعر، كما أنه يعبر عن النشاط والقوة والدفء والحركة والانفعال، ويخلق أفكارًا معينة وهذا يتناسب مع طبيعة الحدث الرياضي وظهر في مواقع Ahly News و Super Kora و Ahram Sport، كذلك فإن استخدام الرمادي والأسود ليس بالقليل في تصميم رأس الصفحة، وساعد على تمكين باقي الألوان المستخدمة في رأس الصفحة على الوضوح والسيادة والرؤية والتميز.

خامسًا - أسس تصميم رأس الصفحة بمواقع الدراسة:

تمثل أسس تصميم رأس الصفحة النظام والشروط العامة التي يتم من خلالها تنظيم وترتيب العناصر البصرية المختلفة في شكل فني مميز، وهي العوامل التي تساعد على نجاح تصميم رأس الصفحة، ويتم من خلال عدة علامات يمكن إنجازها على النحو الآتي:

الوحدة في تصميم رأس الصفحة بمواقع الدراسة:

تنشأ الوحدة البصرية بين جميع عناصر رأس الصفحة من خلال رؤية العناصر البصرية في تشابك وترابط، وحدث انسجام وتوافق بين جميع عناصر تصميم رأس الصفحة حتى تصبح مترابطة ويشير كل منها للآخر.

وتتحقق الوحدة من خلال جانبيين، هما: التقارب، ويقصد به أن توضع العناصر قريبة من بعضها ضمن نقطة محورية تجذب إليها عين القارئ بما يخلق إحساس قوى بالعلاقة والألفة بينهما والارتباط لتقوية التصميم (محمود، 1992)، والتكرار، ويقصد به تكرار الألوان والأشكال، بما يحقق الوحدة ويشعر القارئ بتماسك الصفحة وربط عناصرها ببعضها البعض، فالتكرار يؤكد اتجاه العناصر وإدراك حركتها.

وقد حققت المواقع الصحفية الرياضية الوحدة في رأس صفحاتها من خلال عدة إجراءات إخراجية، منها:

- تكرار الألوان في مواضع مختلفة من تصميم رأس الصفحة مما جعل العين تستشعر الترابط فيما بينهم، وقد حقق موقع

في تصميم لافتتها على تداخل شعار مع الحرف وذلك بتزاوجه، ليعكس هوية الموقع، وقد راعت المواقع الرياضية البعد عن الحروف والرموز المعقدة لصعوبة قراءتها وتذكرها، لذلك كانت الكتابة بسيطة ملائمة للشكل.

ونجحت مواقع الدراسة في جعل الاسم في هيئة مرئية تجذب العين بسرعة وتستطيع تذكرها بسهولة، وبذلك نجح رأس الصفحة للمواقع الرياضية محل الدراسة في دورها كأداة اتصال لفظي ويصري تعكس دلالة لفظية. ارتباط الشكل الرمزي للشعار بالمضمون الرياضي بمواقع الدراسة:

كشف التحليل الكيفي أن مواقع الدراسة اعتمدت على تصميمات جرافيكية تستخدم الكلمة والصورة معًا لتوصيل مضمون رياضي، وقد أظهرت أشكال ترمز إلى الطبيعة الخاصة للحدث الرياضي الذي يأخذ خصائصه ويكتسب ملامحه وسماته من والسمات العامة للجانب العملي من الرياضة فجاء الرمز يتمتع بقدر كبير من الديناميكية. وعن أنماط العلاقة بين تصميم اللافتة والمضمون فقد كشف التحليل أن أبرز أنماط العلاقة هي تمجيد الفريق الرياضي فظهرت لافتة رياضية للتمجيد في موقع "الأهلي نيوز" والتي تعكس نشاط ومهارة لاعبي فريق النادي الأهلي، كذلك ظهرت لافتة رياضية للتوجيه، وهي اللافتة التي تهدف إلى العناية بالجسم من حيث الصحة وهذا ما عكسه موقع "الأهرام سبورت" وقدمت لافتة موقع "يلا كوره" ترغيب الجمهور للمشاركة في لعبة كرة القدم.

وقد كشف التحليل أن الشعار المستخدم في مواقع الدراسة يعكس معاني ودلالات وكان المعنى الأكثر استخدامًا في تلك الرموز هي تلك المرتبطة بالتعبير عن النشاط والحركة، كما جاء في موقعي "الأهرام سبورت" و"الأهلي نيوز"، كذلك رصد البحث توظيف صورة الكوره في موقع "يلا كوره" بشكل يعكس دلالة صريحة وواضحة مما ساعد على التعبير بصريًا عن مضمون الموقع والإسهام في تكوين الصورة الذهنية للموقع لدى المتلقيين.

رابعًا - دور الألوان في تحقيق الهوية البصرية في رأس الصفحة بمواقع الدراسة:

أحد التأثيرات الأساسية للألوان هو ما تثيره من أفكار، فاللون يعبر عن فكرة أو مجموعة من الأفكار معتمدًا على

داخل التصميم وقيادة حركة بصر القاري عبر تصميم لرأس الصفحة.

وصممت ترويسة Ahly news من خلال الحركة والتي تمثلت بحركة الأيدي بأعلى وأسفل لتحتضن اسم الموقع Ahly news والمتمثل باللون الأبيض مكوناً التضاد اللوني بينه وبين الأحمر، إذ جاء استعمال اللون الأبيض كتفريغ في الكلمة والرسم، وبظهور اللون الأحمر كأرضية للترويسة قد أسس مع الشكل أيقونة أو رمز يمكن شفراتها من خلال فهم المتلقي للرسالة التي تحتويها الترويسة من معان انعكست على الشكل.

التوازن في تصميم رأس الصفحة بمواقع الدراسة:

يلاحظ أن مواقع الدراسة استخدمت أغلب العناصر الثقيلة في رأس الصفحة على الجانب الأيمن، أما بقية المساحة فنقل بها العناصر الثقيلة - وتتضمن إشارة إلى بعض الخدمات التي يقدمها الموقع محل البحث وعرض لقائمة الموقع، والأرشيف والروابط الأخرى وذلك ظهر في موقعي " أخبار النادي الأهلي " و " يلا كوره"، غير أن الموقعين الآخرين وهما " الأهرام سبورت " و "سوبر كوره" فقد حرصا على وضع إعلانات في المساحة المتبقية من رأس الصفحة، فقد أصبحت العين مشتتة خاصة مع ظهور حركة داخل هذه الإعلانات.

التباين في تصميم رأس الصفحة:

هو عملية إيجاد نوع من التضاد بين الهيئات المختلفة؛ لإعطاء تأثير بصري له قوة جذب عالية، وهي من أكثر العناصر أهمية في تصميم رأس الصفحة، وقد تحقق في مواقع الدراسة من علاقة العناصر مع الأرضية من حيث التنوع اللوني، ولجأ موقع " الأهرام سبورت" إلى حدوث التنوع أيضاً من خلال حجم الخط ووزنه في اسم الموقع واسم المؤسسة الأم وكذلك عنوان الموقع الإلكتروني، وكذلك ما حدث لموقع "أخبار النادي الأهلي" وموقع "يلا كوره" حيث اعتمد على التباين الخطي.

وكشف التحليل أن مواقع الدراسة حققت التباين بين الشكل والأرضية من خلال عدة إجراءات إخراجية، منها استخدام الأشكال السلبية المعكوسة فقد جاء موقع " يلا كوره " بهذا الإجراء فقام بتفريغ الحروف من الأرضية السوداء، وكذلك

" الأهرام سبورت" و "موقع أخبار النادي الأهلي" و "سوبر كوره" الوحدة باستخدام اللون الأحمر وتكراره في أجزاء مختلفة من تصميم رأس الصفحة، وقد ظهر التنوع في استخدام اللون الأسود في أجزاء من أسماء المواقع وكذلك الأرضيات كما حدث في موقع " سوبر كوره " وموقع " أخبار النادي الأهلي"، أما موقع " الأهرام سبورت" فجاء التنوع من خلال استخدام تفريغ اسم الموقع من الأرضية فظهر اسم الموقع " Ahram sport باللون الأبيض. - كما حقق موقع الأهرام الوحدة من خلال أسلوب الشفافية وهو حالة من حالات التراكب، فظهرت صورة الخلفية بدرجة أضعف من الصورة الأمامية والتي يمثلها صورة لشخص يرفع زراعته باللون الأحمر.

الحركة في تصميم رأس الصفحة بمواقع الدراسة:

اعتمدت مواقع الصحف الرياضية على خلق نقطة تأثير تجذب بصر القارئ وتخلق تدفقاً لبصره على الصفحة وتمثلت هذه النقطة في اسم الصحيفة، وقد انفقت مواقع الدراسة في استخدام هذه النقطة في أعلى يمين الصفحة، وقد استخدمت مواقع الدراسة العديد من العناصر ذات الجاذبية البصرية، ولم يتم توزيعها على أجزاء مختلفة من رأس الصفحة بل ظهرت في الجانب الأيمن فقط في جميع مواقع الدراسة.

ونظراً للدور الكبير لنقطة التأثير في تحديد بداية حركة العين على رأس الصفحة، فقد تم الحصول على هذه النقطة من خلال التأكيد على اللون، فاستخدم اللون في اسم وشعار الموقع أضاف عمقاً من خلال الارتباط، فاستخدام اللون ساعد على التفاعل بين العناصر بشكل يزيد هذا التأكيد كما اعتمدت مواقع الدراسة على التأكيد على عناصر اللافتة وهي الاسم والشعار بنوعية المصور واللفظي من خلال تجميعها وتأكيدهما بلون لتوجيه العين في التنقل بعد ذلك عبر باقي تصميم رأس الصفحة.

وقد استخدمت مواقع الدراسة الصور المجسمة (الديكورية) في تصميم الشعار وبعد هذا الشكل من الصور أكثر حيوية وحركة من أشكال الصور المنتظمة مما حقق الديناميكية لرأس الصفحة.

ولجأت مواقع الدراسة إلى استخدام الاتجاه الأفقي في كتابة اسم الموقع وكتابة بعض المعلومات الأخرى مثل العنوان الإلكتروني، وبذلك للاسم دور مهم في تنظيم الحركة

الفراغ في تصميم رأس الصفحة:

يتيح وجود فراغ في تصميم رأس الصفحة سهولة الرؤية والراحة للعين، ويعمل على التنظيم المرئي لما هو موجود داخل مساحة رأس الصفحة، وقد أحاط اسم الموقع وكذلك الشعار بنسبة من الفراغ فساعد ذلك على لفت الانتباه وجذب عين المتلقي، وظهر هذا في موقعي "أخبار النادي الأهلي" و"بلا كورة"، في حين أن موقعي "الأهرام سبورت" و"سوبر كورة" ازدحمت رأس صفحاتها بالإعلانات والتي اعتبرت عنصر تشويش لعناصر رأس الصفحة الرئيسية.

وقد أظهرت مواقع الدراسة تركيزاً على الشعار وإحاطته بفراغ كافي يتناسب مع أهميته، فالشعار له وظيفة مهمة لاستخدامه كعلامة للتمييز ولو للتعبير عن مضمون معين، وله فاعلية تذكيرية مؤثرة لتوصيل رسالة، ويعتبر الشعار أداة لنقل الأفكار ووسيلة اتصال بكل الناس في جميع أنحاء العالم، فهو من أبلغ وسائل الاتصال الجماهيرية، لذلك يعد الشعار نمطاً من وسائل الاتصال المهمة التي تساعد المتلقي على تذكر الموقع على مدى بعيد.

غير أن هناك بعض المظاهر السلبية ظهرت في تصميم رأس الصفحة في مواقع الدراسة، منها: كثرة التفاصيل بالكتابة العربية والأجنبية والأشكال الرمزية في لافتة "الأهرام سبورت" فقد ظهر اسم الصحيفة الأم "الأهرام" وظهر اسم الموقع Ahrum sport وظهرت عبارة "بوابة الأهرام الرياضية" كما ظهرت تراكب لصورتين معاً وترتب على ازدحام العناصر وكثرة استخدام الأشكال الرمزية في الشعار تأثير سلبي على القيم الجمالية والوظيفية لرأس الصفحة.

ولقد لجأ موقع "سوبر كورة" إلى استخدام تصميم تقليدي للافتة داخل إطار هندسي، لا يعطي إحساساً بمضمون رسالة الموقع، وكان من الأفضل أن تصاغ رسالة داخل الشعار بحيث يحمل رموز لها دلالات يمكن التعرف عليها تصل إلى المتلقين.

الخلاصة ومناقشة النتائج:

إذا كان هدف الدراسة يتمثل في الكشف عن فاعلية تصميم رأس الصفحة الرئيسية بالصحف الرياضية لتحقيق هوية بصرية من خلال بناء شكلي متوافق دلالي مع المضامين الفكرية للصحيفة الرياضية، فإنها توصلت إلى مجموعة من النتائج التي يمكن مناقشتها فيما يلي:

موقع "الأهلي نيوز"، أما موقع "الأهرام سبورت" فقد جاء التباين ضعيفاً وخاصة مع صغر حجم الحروف وفي كتابة اسم الموقع مما ترتب عليه عسر القراءة.

صممت ترويسة yalla kora باستخدام اللون الأبيض على الأرضية السوداء لتحقيق التضاد اللوني مع الأرضية، كما صممت ترويسة "الأهلي نيوز" باستخدام اللونين الأحمر والأبيض ويمثل اللون الأحمر القوة والثورة وله جاذبية عالية.

الإيقاع في تصميم رأس الصفحة:

وقد لجأت مواقع الدراسة إلى إحداث إيقاع في رأس صفحاتها بالتحكم في عناصرها المختلفة، فاستخدمت التكرار في عرض القائمة بالشكل والمساحة نفسيهما مما خلق إيقاعاً فيما بينها مما ساعد على تحقيق مبدأ الوحدة، ويلاحظ أن الإيقاع يمكن أن ينقل الإحساس أو المزاج السائد، فعند وضع العناصر المختلفة على مسافات منتظمة، يترتب على ذلك التوصل إلى إيقاع هادئ ومنظم، والتغيرات المفاجئة في الحجم والمسافات الفاصلة بين العناصر كالإيقاع السريع يؤدي إلى الإحساس بوجود الإثارة (إسماعيل، 2001).

التناسب في تصميم الصفحة الرئيسية:

إحداث التناسب لمجمل العناصر في رأس الصفحة الأولى ضمن فضائياتها والعناصر يتيح للقارئ متعة الاسترسال في تتابع محتوياتها؛ للانتقال بيسر وسهولة من موقع الشد البصري الأول ألا وهو اسم الصحيفة ومن ثم الانتقال إلى العناصر الاتصالية الأخرى، حيث يتم تحديد مواضع الأشكال والمساحات في شكل جمالي معين.

وحققت مواقع الدراسة التناسب بين مساحة اللافتة وأهميتها فجاءت بمساحة مناسبة، وكذلك حجم الخط في اسم الموقع مناسباً لحجم الخط المستخدم في كتابة الشعار اللفظي وكذلك عنوان الموقع الإلكتروني، غير أن موقع "الأهرام سبورت" لم يراع التناسب في حجم الحروف المستخدمة في كتابة اسم الموقع، فجاءت حجم الحروف صغيرة مقارنة بالاتساع المخصص الذي يشغله واسم المؤسسة الأم.

وحققت صحف الدراسة التناسب أيضاً بين اسم الموقع واتجاهه الفكري، وقد جاءت أسماء صحف الدراسة تحمل توجهاً رياضياً.

الجاذبية والتأثير من جانب آخر، بوصفهما هدفين أساسيين في عملية التصميم، كما جاء في موقعي "الأهرام سبورت" و"الأهلي نيوز"، كذلك رصد البحث توظيف صورة الكوره في موقع "يلا كوره" بشكل يعكس دلالة صريحة وواضحة مما ساعد على التعبير بصرياً من مضمون الموقع والإسهام في تكوين الصورة الذهنية للموقع لدى المتلقيين.

- وبذلك نجح رأس الصفحة الرئيسية في مواقع الدراسة في دوره كأداة اتصال لفظي وبصري تعكس دلالة لفظية تؤكد الهوية البصرية للموقع، وقد أظهرت الرموز المستخدمة في تصميم الشعار الطبيعة الخاصة للحدث الرياضي وسمات الجانب العملي من الرياضة وهو تمتع تلك الرموز بقدر كبير من الديناميكية. حيث تفيد دراسة (Tsou, 2016) أن المضامين الكامنة والموجهة في رأس الصفحة تحمل معنى دلاليًا يظهر من خلال تضافر العلاقة بين عناصر رأس الصفحة والتوجهات الفكرية لسياسة الصحيفة.

- وعلي صعيد رصد أنماط العلاقة بين تصميم رأس الصفحة والمضمون فقد كشف التحليل أن أبرز أنماط العلاقة هي تمجيد الفريق الرياضي فظهرت لافتة رياضية للتمجيد في موقع "الأهلي نيوز" والتي تعكس كفاءة ومهارة الفريق الرياضي، كذلك ظهرت لافتة رياضية للتوجيه، وهي اللافتة التي تهدف إلى العناية بالجسم من حيث الصحة وهذا ما عكسه موقع "الأهرام سبورت" وقدمت لافتة موقع "يلا كوره" ترغيب الجمهور للمشاركة في لعبة كرة القدم.

- كذلك رصد البحث توظيف الألوان كوسيلة اتصال في رأس الصفحة مما ساعد في تكوين شخصية مميزة وهوية خاصة للموقع ويمكن تذكره. واتفقت مواقع الدراسة في استخدام الألوان في أوضاعيات أو خلفيات رأس الصفحة، فاستخدم موقعاً "يلا كوره" و"الأهرام سبورت" اللون الأسود كخلفية لرأس الصفحة، مما ساعد على حدوث تباين قوي بين الأشكال والأرضية، بينما استخدم موقع سوبر كوره اللون الأزرق الفاتح محققاً بذلك تبايناً أيضاً، واستخدم موقع أخبار النادي الأهلي اللون الأحمر حيث إنه يعد من أكثر الرموز البارزة للنادي الأهلي والمرتبطة بشعار النادي وملابس لاعبيه. وقد أكدت دراسة (عبد العظيم، 2008) أن التصميم الناجح للهوية البصرية هي التي تحتوي على رموز بسيطة وجذابة ومنتشرة وسهلة التذكر، إلى جانب مجموعة لونية وعناصر جرافيكية قادرة على تقديم القيم الأساسية، وفلسفة الموقع بشكل بصري

من النتائج العامة أن هناك اتفاقاً بين صحف الدراسة في عدم الاستفادة من الإمكانيات التكنولوجية التواصلية الهائلة التي تتيحها الوسائط المتعددة بالرغم من شهرة مواقع الدراسة وإمكانياتها الكبيرة، وظلت أسيرة لنمط التصميم بالاعتماد على العناصر التقليدية، وهذا على عكس ما توصلت إليه دراسة أمريكية (Fondevila, 2016) أن الموارد الرقمية في الصحافة الرياضية عبر الإنترنت تتميز بالوفرة التكنولوجية والتطور في تصميمها مع استغلال إمكانيات الويب بشكل جيد وقد ساعد ذلك على الحفاظ على ولاء المشجع للفريق الرياضي، وهذا يؤكد على تفوق المواقع الأجنبية في مجال تصميم الصحف على الإنترنت والاستفادة من الإمكانيات التكنولوجية التي تتيحها الويب.

واتضح من خلال التحليل أيضاً ما يأتي:

- تمثلت عناصر الهوية البصرية في الصحف الرياضية الإلكترونية في ثلاثة عناصر أساسية، هي: اسم الموقع الإلكتروني، والشعار، والألوان المستخدمة في رأس الصفحة، وقد تدخل الشعار مع الاسم وذلك بنزوجه معه، وقد نجحت مواقع الدراسة في استخدام شعارات معبرة عن مضمون الموقع، حيث بينت دراسة (الشيخ، 2013م) ودراسة (خليل، 2008م) أن الشعار من أهم وسائل التمييز وأحد أنماط الاتصال الجماهيري، فهو من أسرع وأبلغ وسائل الاتصال في تبليغ الرسالة.

- نجحت مواقع الدراسة في اختيار أسماء تحمل توجهاً رياضياً، وتم اختيار اسم الموقع بما يتوافق مع الاتجاهات والمرجعيات باعتباره عنواناً تعريفياً للصحيفة الإلكترونية، ورصد البحث أن نمط كتابة اسم الموقع اعتمد على الحروف المناسبة مع اختيار الشكل المناسب لها (البنط - الفونت) للتأكيد على أهمية الاسم الذي يحمل المضمون، ثم استخدم نمطاً صغيراً آخر من الخطوط لكتابة الشعار اللفظي دلالة على ترتيب العناصر اللفظية.

- وقد كشف التحليل أن الرموز غير اللفظية 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، وتم توظيف الشعار في إطار الموضوعات الرياضية التي ترتبط بالرياضة مباشرة، وجاء الشعار في المواقع الرياضية يحمل طاقات تعبيرية تتيح تجسيد مضمون الموقع من جانب وتحقيق

بشكل واضح، كما أن توافر الفراغ حول الاسم والشعار جعل الحروف والكلمات واضحة وسهلة القراءة، باستثناء موقع Ahrum sport حيث ازدحمت العناصر مما أثر سلباً على القيم الجمالية والوظيفية لرأس الصفحة. 5- تسهيل فهم الرسالة التي يحملها تصميم رأس الصفحة وذلك بوضوح العناصر (المرئية واللفظية) في مدة وجيزة لدى المتلقي.

وثمة إستراتيجية لإعادة تصميم رأس الصفحة الرئيسية بمواقع الصحف الالكترونية للخروج من النمطية ومواكبة التطور التكنولوجي في تصميم المواقع الالكترونية تتلخص خطواتها فيما يلي:

1- البدء بمجموعات الاختبار ومعرفة آراء القراء والمعلنين في:

- مواطن الضعف والقوة في تصميم رأس الصفحة الرئيسية للصحيفة الالكترونية.
- أنماط الكتابات المستخدمة والمفضلة.
- حجم الكتابات المستخدمة والمفضلة.
- الألوان المستخدمة والمفضلة.
- نسبة مساحة رأس الصفحة إلى مساحة الصفحة بالكامل.

2- تحليل هذه المعلومات وتقديم الحلول التصميمية والتي تتمثل في:

- إعطاء مساحة أكبر من الحرية للمصممين لتصميم رأس الصفحة الرئيسية.
- استخدام أنماط مبتكرة من الحروف مع التأكيد على سهولة القراءة.
- تقديم أكثر من معالجة للتصميم المقترح مثل استخدام الحرف الرفيع والسميك والمحاط بخط واستخدام الظلال.

التوصيات:

توصي الباحثة بما يأتي:

- 1- ضرورة دراسة التشكيل البنائي لشعارات الصحيفة الإلكترونية بما يتضمن البناء الشكلي، إلى جانب التوافق الدلالي مع المؤسسة الصحفية ذاتها.
- 2- القيام بدراسة فاعلية توظيف اللون ودلالاته التعبيرية في تصميم رأس الصفحة ومدى تأثيرها على المتلقي.

فعال.

- غير أن هناك بعض المظاهر السلبية ظهرت في تصميم رأس الصفحة في مواقع الدراسة منها كثرة التفاصيل بالكتابة العربية والأجنبية والأشكال الرمزية في لافتة "الأهرام سبورت" فقد ظهر اسم الصحيفة الأم "الأهرام" وظهر اسم الموقع Ahrum sport وظهرت كتابة "بوابة الأهرام الرياضية"، كما ظهر تراكب لصورتين معاً، وترتب على ازدحام العناصر وكثرة استخدام الأشكال الرمزية في الشعار تأثير سلبى على القيم الجمالية والوظيفية لرأس الصفحة، ولقد لجأ موقع "سوبر كورة" إلى استخدام تصميم تقليدي للشعار داخل إطار هندسي، لا يعطي إحساساً بمضمون رسالة الموقع، وكان من الأفضل أن تصاغ رسالة داخل الشعار وتستخدم رموز لها دلالات يمكن التعرف عليها بسهولة لكي تصل للمتلقين. - كذلك رصد البحث تباين مواقع الدراسة في ظهور الإعلانات في رأس صفحاتها فجاء موقعا "سوبر كورة" و "الأهرام سبورت" بالإعلان التجاري وقد تسببت هذه الإعلانات في حدوث زيج بصري بسبب ما يتضمنه الإعلان من عناصر لونية عديدة، إضافة إلى ظهور الحركة واعتماده على نظام الفلاش في تصميمه، الأمر الذي أفقد اسم الموقع وشعاره السيادة، حيث بينت دراسة (الداخلي، 2011) أن وجود الإعلانات التجارية في رأس الصفحة بجوار عناصر الهوية البصرية للصحيفة يؤدي إلى تشويش العين وحدث فوضى إدراكية، وتراجع مرجعية تحديد هوية الصحيفة، وإحداث منافسة مع اسم الصحيفة وشعارها.

- كما تدل نتائج الدراسة على أن صحف الدراسة نجحت في تحقيق أسس التصميم في رأس الصفحة من خلال:

1- إحداث التناغم والتناسب لمجمل العناصر في رأس الصفحة ضمن فضائياتها، مما أتاح للمتلقى تتابع العناصر ببسر وسهولة من موقع الشد البصري الأول ألا وهو اسم الموقع من ثم الانتقال للعناصر الاتصالية الأخرى.

2- تحقيق الإيقاع الحركي عن طريق تكرار الأشكال باستخدام العناصر الفنية لتوحي التكوينات الإيقاعية بالراحة للمشاهد.

3- تحقيق القيمة الجمالية والعلاقة الوظيفية بين عناصر تصميم رأس الصفحة للوصول إلى التناسب الشكلي لهذه العناصر في التصميم.

4- راعى التصميم توفير فراغ كاف بين العناصر المرئية في رأس الصفحة بطريقة مريحة للعين مما ساعد على ظهورها

3- تطوير المناهج التعليمية المتبعة لتدريس الإخراج الصحفي وتصميم المواقع الصحفية، وإضافة دراسة الهوية البصرية في تصميم المواقع وكيفية صياغتها.
4- لا بد من التأكيد على الهوية البصرية في تصميم المواقع الصحفية، وخاصة في تصميم شعارات الصحف فالعلامات والرموز تقوم بدور مهم في تأكيد المضمون.
5- عمل المزيد من الدراسات التحليلية لأعمال تصميم رأس الصفحة بالمواقع الإلكترونية المتخصصة ومقارنتها مع بعضها.

قائمة المصادر والمراجع: الكتب العربية:

- الصحن، محمد فريد (2003)، الإعلان، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص 246.
- العسكر، فهد (1998)، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ط1، الرياض، دار العبيكان، ص 143- 145.
- العربي، رمزي (2005)، التصميم الجرافيكي، ط1، بيروت، منشورات دار يوسف، ص 51 ، 69.
- إسماعيل، شوقي إسماعيل (2001)، التصميم عناصره وأسسها في الفن التشكيلي، ط2، القاهرة دار الأمل للطباعة والنشر، ص 170.
- بل، كلاف (2001)، الفن، ترجمة: عادل مصطفى، لبنان، النهضة العربية للطباعة، بيروت، ص 10.
- تزيان، ماجد (2008)، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقلة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، ص 259.
- شفيق، حسين (2009)، الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية، ط1، القاهرة، دار الفكر والفن، ص 70، 71.
- صالح، أشرف (1987)، إخراج الأهرام الدولي، القاهرة، الطباعي العربي للطبع والنشر والتوزيع، ص 89، 90.
- عثمان، طلعت همام (1984)، مائة سؤال في الإخراج الصحفي، عمان، دار الفرقان للنشر والتوزيع، ص 57، 58.
- عمران، محمد فهمي (2016)، العلامة التجارية وتصميم هويتها، ط1، عمان، دن، ص 63.

الدراسات والأبحاث العربية:

- أديب، سهي، أثر عناصر الهوية البصرية المؤسسية في تحقيق الربط الذهني بين التصميم المؤسسي وأجنحة العرض، ص 70، 79.

Available at: [http:// acadamia- Arabia.com](http://acadamia-Arabia.com), -
retrieved in 9/1/2017.

- الداخلي، رحاب (2011)، تصميم مواقع المجالات النسائية العربية والأجنبية على شبكة الإنترنت، رسالة دكتوراه

منشور، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص ص 190-185.
- مصطفى، ابتهاج حافظ (2008)، "تأثير مقومات البيئة الاتصالية في الريف المصري على تصميم شعار الخدمات الإرشادية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ص ص 121، 126.

الكتب الأجنبية:

Alina, R.(2005), *Designing Brand Identity : Acomplete Guide To Creating, Building And Maintaining story Brands*, Willy, U.K, 80-102.

Barnard, Malcol (2013), *Graphic Design As Communication*, eBook,78-83, Collection (EBSCOhost). ISBNs: 9780415278126. 9780415278133. 9781136477225. 9781136477294,available online: <https://amrlibrary.gust.edu.kw/>, retrieved in 5/5/2017,78-95.

Brock,George(2013),*OutofPrint: Newspapers, Journalism and the Business of News in the Digital Age*, eBook., London: Kogan Page, 48-50, Database: eBook Index.: www.ekb.egl,retrieved in 7/1/2017.

Graver, Amy (2012), *Best Practices for Graphic Designers, Grids and Page Layouts: An Essential Guideline for Understanding & Applying Page Design Principles*, Beverly, MA: Rockport Publishers, Database: eBook Collection (EBSCOhost), 97-99, available online: <https://eds.a.ebscohost.com/eds/results?vid=0&sid=c38ad5b6-92f5-4035-821e-7195ee317cfd%40sessionmgr4010&bq>, retrieved in16/4/2017.

Poulin, Richard (2012), *The Language of Graphic Design: An Illustrated Handbook for Understanding*

غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة أسيوط.
- الشيخ، زينة (2013)، تصميم الصور الموحدة ودورها في تأكيد الهوية البصرية لمدينة جرش الأثرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة الإسكندرية، ص ص 54-50.

- خليل، أميرة (2008)، الهوية البصرية في تصميم شعارات المحافظات في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة الإسكندرية، ص ص 153،154.
- عبد الرزاق، لمي مسعد - عباس، هدي فاضل، فاعلية الإخراج الصحفي في بناء لغة إبصارية دالة لرأس الصفحة الأولى: الصحف الثقافية الموجهة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2008، ص ص 8-10.

- عبد العظيم، رانيا(2008)، إستراتيجية لونية جديدة لصياغة نظم الهوية البصرية المؤسسية في الإعلان، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
- عبد العظيم، كريم (2015)، تصميم المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها (دراسة تحليلية وميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام ،جامعة القاهرة.

علي، فلاح حسن، اللون وانعكاساته السيميائية في الصحف العراقية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 33، 34، كلية الإعلام، جامعة بغداد available online: <http://mplbci.ekb.eg/MuseProxyID=1105/MuseSessionID=0811vs2fn/MuseProtocol=http/MuseHost=repository.ekb.eg/MusePath/handle/ekb/42886> /,retrieved in 7/2/2017

- فتحي، منار(2009)، تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- ليد، عيبر محمد سليم (2014)، إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة، قسم الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، ص ص 42-34.

- محمود، أحمد محمد (1992) تصميم الصفحات المتخصصة بالصحف المصرية اليومية، دراسة تطبيقية على صحف الأهرام والأخبار والجمهورية، رسالة ماجستير غير

- Filo, K.; Funk, D. C.; Hornby, G. (2009). The Role of Web Site Content on Motive and Attitude Change for Sport Events, *Journal of Sport Management*, Jan, Vol. 23 Issue 1, pp.21-40. ISSN:0888-4773. Database: Business Source Complete, available online: <https://eds.b.ebscohost.com/eds/results?vid=0&sid=9c2f04ce-f1f4-470a-b2b30cedb74c8cc%40sessionmgr103&bquery=The%2Bof%2B>, retrieved in 6/5/2017
- Filo, K., Lock, D. & Karg, A. (2015), Review: Sport and social media research: A review, *Sport Management Review*, May18(2), pp.166-181, ISSN:1441-3523, Database: Science Direct, available online: <https://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=e34cc1b2-7647-4316-878b->, retrieved in 17/5/2017
- Fondevila-Gascón & Joan Francesc, International comparison of the use of digital resources in digital sports journalism: case studies from Spain and France, *Revista VLatina de Comunicación Social*, Issue 71, pp. 124-140, ISSN:1138-5820, Database: Academic Search Complete, available online: <https://eds.a.ebscohost.com/eds/results?vid=0&sid=bf05bf17-e168-4e00-9441->, retrieved in 4/5/2017
- Galily, Yair (2017), Artificial intelligence and sports journalism: Is it a sweeping change? *Fundamental Design Principles*, Gloucester, Rockport Publishers, 163-170, Database: eBook Collection (EBSCOhost), available online: [854d0dc068af%40sessionmgr4008&bquery=The%2BLanguage%2Bof%2B](https://eds.a.ebscohost.com/eds/results?vid=0&sid=854d0dc068af%40sessionmgr4008&bquery=The%2BLanguage%2Bof%2B), retrieved in 14/4/2017.
- Ángel, M. & Bravo, D. (2016), The first one hundred days of El Español. Analysis of the structure and contents of an **online newspaper** during its beginnings, *Revista Latina de Comunicación Social*, Issue 71, pp.527-551 ISSN:1138-5820, Database: Communication & Mass Media Complete, available online: [1c7365145fea%40sessionmgr4006&bquery=El%2BEspa%2B](https://eds.a.ebscohost.com/eds/results?vid=0&sid=1c7365145fea%40sessionmgr4006&bquery=El%2BEspa%2B), retrieved in 9/5/2017.
- Basiroen, C., Gaeta, M. & Piciocchi, P. (2015), Learning the Models of Customer Behavior: From Television Advertising to Online Marketing. *International Journal of Electronic Commerce*. Fall2017, Vol. 21 Issue 4, pp. 95-127, ISSN:1086-4415, Database: Business Source Complete, available online: <https://eds.a.ebscohost.com/eds/results?vid=0&sid=71085dfc-1e7e-462f-9a81->, retrieved in 29/4/2017.

الدراسات والأبحاث الأجنبية:

- <https://doaj.org/article/4a226a1a4c894a78aea499a3ee2cb504>, retrieved in 12/5/2017.
- Peter,R.(2011), Online versus print: a comparative analysis of web-first sports coverage in Australia and the United Kingdom, *Media International Australia incorporating Culture and Policy*. August, Issue 140, pp.147:167, University of Queensland, School of Journalism and Communication,ISSN:1329-878X, available online: <https://eds.a.ebscohost.com/eds/results?vid=0&sid=aa042ffa-111d-4485-8395->, retrieved in 15/5/2017.
- Revista, Latina(** 2009). **Design of Spanish digital press** in the context of technological convergence, *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol 64, pp.766-78, available online: <https://doaj.org/article/f2d7b5a4dcb74cd7ae9e282ceb06c129>, retrieved in 25/4/2017.
- Tsou,Andrew(2016),Howdoesthe front page of the Internet behave? Readability, emoticon use, and links on Reddit, *First Monday*. Nov, Vol. 21 Issue 11, pp.101:123., Database :Library, Information Science & Technology, available online: <https://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=e02e02ee-a189-4b78-9627->, retrieved in 18/5/2017.
- In Technology in Society*, Dec, ISSN: 0160-791X, pp.205-227, Database: Science Direct, available online: <https://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=f7be263e-d160-4b8a-9093->, retrieved in17/5/2017.
- Jabbar, Zeenat (2014)**, The impact of corporate visual identity on brand personality, Brunel University, Electronic Thesis or Dissertation, available online: <http://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?uin=uk.bl.ethos.607553>, Database: British Library EThOS, retrieved in 6/5/2017.
- Kocak, Kena (2015),**The represe ntation of Middle East iden tities in comics journalism**, *University of Glasgow*, available online: <http://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?uin=uk.bl.ethos.637679>, Database : British Library EThOS, retrieved in 4/5/2017.
- Krista ,A. Ehinger (2008), The role of color in visual search in real-world scenes: Evidence from contextual cuing, *Perception & Psychophysics*; Oct, Vol. 70 Issue 7, pp.1366-1378, ISSN: 00315117, retrieved in 11/5/2017.
- Nugroho. P.; Basiroen,V. (2015), **Alternative Design for Visual Identity of Yayasan Batik Indonesia**, *Humaniora*, Vol 6, Iss 1, pp. 113-122, available online: