

## "أساليب تصميم المواقع الاقتصادية وعلاقتها بإدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية" (دراسة شبه تجريبية)

عمرو أحمد عمر حسن (\*)

### مقدمة:

يتوقف نجاح الرسائل الاتصالية على جودة التصميم، ذلك أن الرسالة التي تنطلق من أسس علمية، وتعتمد على مهارة مهنية في التصميم تكون أكثر قابلية للوصول، والتأثير، فالمضامين الاتصالية ليست العامل الوحيد لجذب المتلقين، بل أصبح المظهر الخارجي - بما يشتمل عليه من حسن اختيار العناصر المستخدمة في التصميم، وجمال توزيع الوحدات التي تتكون منها الصفحات - عاملاً مهماً يسهم في جذب المتلقين، وزيادة ارتباطهم بالمواقع الإلكترونية، ولذا فإن نجاح الموقع الإلكتروني يعتمد بشكل كبير على حسن إخراج صفحاته خاصة الصفحة الرئيسية التي تمثل الواجهة الرئيسية للموقع، باعتبارها أول ما يقع عليه نظر المستخدم، كما أن الصفحة الرئيسية تعطي انطباعاً عاماً عن قدرات الموقع، وإمكاناته.

وأشارت الأبحاث والدراسات التي أجريت في مجال التصميم والإخراج مثل دراسة، (Taejun Lee and others, 2020)، (بسمة عبود، ٢٠١٦)، (أحمد كمال عبد الحافظ، ٢٠١٤)، (Rebecca A. Grier, 2006) إلى أن الفعالية في إدراك الأخبار والموضوعات الصحفية وتذكرها تقاس بعدد من مجالات تصميم المواقع الصحفية، فاستخدام الألوان والعناصر المرئية في عرض الصفحات تؤدي إلى طريقة أكثر نفعاً للمستخدم مقارنة باستخدام النص الذي يظهر دون صور مصاحبة له، كما أن الأخبار والنصوص الإخبارية إذا صممت بشكل يجمع بين مختلف العناصر التفاعلية مثل الصوت والصورة فإنها تدعم الانتباه والإدراك والتذكر وعملية الفهم لدى الأفراد، حيث يؤدي حسن تنظيم الصفحة وطريقة بناءها دوراً مهماً في مستوى انتباه المستخدم وإدراكه البصري للعناصر التي تحتويها الصفحة من عناوين وصور ونصوص وألوان.

(\*) هذا البحث مستل من رسالة الدكتوراه الخاصة بالباحث، وهي بعنوان: [أساليب تصميم المواقع الاقتصادية وعلاقتها بإدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية" (دراسة تحليلية وشبه تجريبية)] تحت إشراف: أ.د. فوزي عبد الغني خلاف - كلية الآداب - جامعة سوهاج & أ.د. حلمي محمود محسب - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بقنا - جامعة جنوب الوادي - د. طارق زكي موسى - كلية الآداب - جامعة سوهاج.

ولذا نجد أن الأسلوب المتبع في تصميم المواقع الاقتصادية له دور رئيس في عملية جذب انتباه المستخدم وإدراكه إلى الأخبار والموضوعات، باعتبار أن المواقع الاقتصادية في الأساس منتج بصري يعتمد في تصميمها المخرج الصحفي على عنصر الجذب حتى يستطيع أن يوصل الرسالة إلى المستخدم ولن يكون ذلك إلا من خلال البناء الشكلي الجيد ووضوح العناصر التيبوغرافية والجرافيكية. وتعد الطريقة التي يكتسب بها الفرد المعلومات من المواقع الاقتصادية والاستراتيجيات المعرفية التي يتبعها من انتباه وإدراك وتذكر بالإضافة إلى تمثيل المعلومات وتخزينها واسترجاعها عند الضرورة مسألة على قدر كبير من الأهمية، نظرًا للطبيعة المركبة للمنبهات الإخبارية التي تعتمد عليها المواقع الاقتصادية والتي تجمع بين اللفظي والمرئي معًا، ومن ثم لها دور في إحداث الأثر المعرفي لدى المستخدم.

وهذا يعكس أهمية الدراسات الخاصة بتصميم المواقع الصحفية بشكل عام وتصميم المواقع الاقتصادية بشكل خاص في علاقتها بالتمثيل المعرفي والعمليات الإدراكية لدى المستخدمين وأهمية ذلك أيضًا في تطور عملية التصميم الفعال للمواقع الاقتصادية للقيام بوظائفها على أكمل وجه وتحقيق أهدافها.

### مشكلة الدراسة:

يمكن بلورة مشكلة الدراسة في ضوء ما قدمته الدراسات السابقة والرصد العلمي والإنتاج العلمي فيما يتعلق بعملية التصميم والإدراك، فإن ثمة مجموعة من العوامل يمكن أن تؤثر على إدراك مستخدمي المواقع - الصحفية عامة والمواقع الاقتصادية خاصة - للمحتوى الإخباري والعناصر البنائية المكونة لصفحات المواقع الاقتصادية وانجذابهم إليها، تتمثل في عوامل ذاتية تتعلق بالمستخدم (ميوله وخبراته ومعتقداته وحالته النفسية) وعوامل موضوعية تتعلق بالمحتوى المقدم بالمواقع (الشكل والمساحة واللون والموقع والحركة والوضوح). وقد حاول الباحث تحييد العوامل الذاتية قدر الإمكان من خلال تطبيق تجربة الإدراك على مستخدمين متقاربين في السن وفي المستوى التعليمي إلى حد كبير، وتتصدى هذه الدراسة للبحث في تأثير بعض العوامل الموضوعية المتعلقة بشكل المحتوى بالمواقع الاقتصادية وطريقة تصميمه (المساحة والشكل واللون والموقع) في درجة إدراك المستخدمين لهذا المحتوى.

وبناءً على ذلك أمكن تحديد مشكلة الدراسة في العنوان الآتي: "أساليب تصميم المواقع الاقتصادية وعلاقتها بإدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية - دراسة تحليلية وشبه تجريبية".

### أهمية الدراسة:

- تعد الدراسة - في حدود علم الباحث - من أول الدراسات على مستوى البحوث الإعلامية العربية التي تضع مقياساً تفصيلياً للإدراك؛ يقيس تأثير أساليب وعناصر تصميم المواقع الصحفية في عملية إدراك المستخدمين لمحتوى هذه المواقع.
- من المحتمل أن تفيد نتائج هذه الدراسة في تطوير تصميم المواقع الاقتصادية من خلال توجيه القائمين عليها إلى أنسب الأساليب والعناصر التي تسهم في زيادة فاعلية الرسالة الإعلامية وإدراكها من قبل المستخدمين.

### مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

#### المفهوم الاصطلاحي لأساليب التصميم:

يمكن أيضاً توضيح مفهوم أساليب التصميم على أنها طريقة توزيع الموضوعات الصحفية من خلال اختبار أسلوب الوحدات، وأسلوب البوابة أو الأسلوب المختلط، وذلك سواء بالشكل الأفقي أو بالشكل الرأسى، بالإضافة إلى اختبار تأثير الوسائط المتعددة وملفات الفلاش Animation ، (هيثم جوده، ٢٠١٠: ص ١١)

#### المفهوم الإجرائي لأساليب التصميم:

يقصد بأساليب التصميم طريقة ترتيب ووضع عناصر التصميم من نصوص وصور وألوان وخطوط داخل صفحات الموقع وحسن عرضها مع الاستفادة من العناصر التكنولوجية التي أتاحتها شبكة الإنترنت من ملفات صوت، ملفات فيديو، نصوص فائقة وملفات فلاش؛ في تطوير عملية التصميم، عن طريق الاستخدام الأمثل لعناصر التصميم وتوزيعها بشكل يساعد المستخدم على إدراك تلك العناصر ويسهم بفاعلية في تنمية عمليات التفكير والملاحظة، والتفسير والاستنتاج بما يعزز من تذكر محتواها لوقت أطول.

#### - المفهوم الاصطلاحي للأسلوب الرأسى:

ويقصد بالأسلوب الرأسى تقديم الموضوعات والأخبار الصحفية بطريقة رأسية، فهو يسمح بعرض العديد من الأخبار الموضوعات متجاورة مع بعضها البعض، وعليه فإن هذا الأسلوب يتميز بإمكانية عرض أكبر عدد من الموضوعات في شاشة

واحدة متغلبًا بذلك على ضيق المساحة المعروضة أمام القارئ، وهذا الأسلوب يناسب واجهات الصحف والمواقع الإلكترونية التي تعد بوابة ولوج للموضوعات المعروضة في الواجهة، (ماجد تريان، ٢٠٠٧: ص ٢٧١)

#### - المفهوم الإجرائي للأسلوب الرأسي:

يقصد به الباحث في هذه الدراسة عملية تصميم الأخبار والموضوعات على أعمدة متجاورة، حيث تم تقسيم الصفحة داخل التصميم التجريبي الرأسي إلى ٦ أعمدة يشغل العمودين الأيمن والأيسر من الصفحة بعض الخدمات المساعدة والإعلانات بما يعادل ثلث المساحة الكلية للصفحة تقريبًا، فيما تشغل المساحة المخصصة للتمتد ٤ أعمدة متجاورة بمنتصف الصفحة بما يعادل ثلثي (٢÷٣) المساحة الكلية للصفحة تقريبًا، فيما يأتي اسم وشعار الموقع وشريط القوائم الرئيسية في أعلى الموقع ثم العنوان ال رئيس للقضية أسفل منه ثم فقرات الموضوع مصممة بشكل رأسي بحيث تم وضع الفقرات بشكل رأسي في أعمدة متجاورة.

#### - المفهوم الاصطلاحي للأسلوب الأفقي:

يتم في هذا الأسلوب عرض الأخبار والموضوعات بشكل أفقي، ويتميز الأسلوب براحة عين القارئ في مطالعتها للأشكال والنصوص، ويتميز أيضًا بقدرته على تحقيق الوحدة بين عناصر الخبر الواحد، فهو يسمح بعرض موضوع متكامل العناصر مع بعضه البعض، فيمكن عرض النصوص والصور والعناوين في شاشة واحدة، ويعيب هذا الأسلوب قلة عدد الموضوعات التي يراها القارئ في واجهة الموقع، مما يؤدي إلى أن تحظى الموضوعات المطروحة أولاً على انتباه المستخدم، وقد ينصرف المستخدم إلى موقع آخر دون أن يكمل استعراض بقية عناوين الموقع الموجودة في أسفل الصفحة، (ماجد تريان، ٢٠٠٧: ص ٢٧١)

#### - المفهوم الإجرائي للأسلوب الأفقي:

يقصد به الباحث في هذه الدراسة؛ عرض الأخبار والموضوعات بشكل أفقي من أعلي إلى أسفل، حيث تم تقسيم الصفحة داخل التصميم التجريبي الأفقي إلى ٣ أعمدة يشغل العمودين الأيمن والأيسر من الصفحة بعض الخدمات المساعدة والإعلانات بما يعادل ثلث المساحة الكلية للصفحة تقريبًا، فيما تشغل المساحة المخصصة للتمتد عمود واحد بمنتصف الصفحة بما يعادل ثلثي (٢÷٣) المساحة الكلية للصفحة تقريبًا، ويأتي اسم وشعار الموقع وشريط القوائم الرئيسية في أعلى الموقع ثم العنوان ال رئيس للقضية أسفل منه ثم فقرات الموضوع والصور المصاحبة لها مصممة بشكل أفقي بحيث تحتل الفقرة أو الصورة كامل المساحة

المخصصة للمتن تقريباً بعرض الصفحة ثم الفقرة التي تليها أسفل منها وهكذا إلى نهاية الموضوع.

#### - المفهوم الاصطلاحي للأسلوب البؤري:

هو أسلوب يستحوذ أو يسيطر فيه خبر أو عدة روابط لعناوين الموضوعات أو صورة أو أي من عناصر التصميم على مركز الرؤية البصرية بحيث يشغل منطقة منتصف شاشة العرض وما يتميز به هذا الأسلوب من وسائل إبراز كوضع صورة مصاحبة للخبر بمساحة كبير وتحتل منتصف شاشة العرض وتكون مركز جذب الانتباه أو وضع إطار بلون مختلف حول الخبر أو مجموعة من العناوين بمساحة كبير في منتصف شاشة العرض أو وضع الخبر أو مجموعة العناوين على خلفية مختلفة تبرزها وتوضع بقية الأخبار على جانبيها.

#### - المفهوم الإجرائي للأسلوب البؤري:

ويقصد الباحث بالأسلوب البؤري في هذه الدراسة؛ سيطرة عنصر من عناصر التصميم على مركز الرؤية البصرية كوضع صورة مع تعليق مصاحب لها بمساحة كبير في مركز الرؤية البصرية بمنتصف شاشة العرض على خلفية بلون مختلف عن بقية الصفحة كوسيلة للإبراز وجذب انتباه المستخدم مع وضع بقية عناصر التصميم على جانبي الصورة وأسفل منها.

#### المفهوم الاصطلاحي للإدراك:

الإدراك هو عملية تمييز بين المنبهات التي تتأثر بها الحواس وتفسير معاني تلك المنبهات، وهو عملية معقدة يؤديها الدماغ تتضمن الغرلة والتصنيف والتعليل والتفسير لطبيعة تلك المنبهات.. (Schneck, C. M., 2013, pp. 373-374)

ويعتبر الإدراك عملية تفسير الإحساسات وبالتالي إعطاء معلومات عن الأحداث من حولنا، إلا أن إدراكنا للعالم الخارجي يختلف من شخص إلى آخر، ذلك أننا نضفي على البيئة الواقعية تكويننا خاصا نابعا عن حالاتنا النفسية وميولنا ومبنا انطلاقا من خبرتنا الشخصية والاجتماعية، وهذا ما يفسر أن موضوع واحد ليس له نفس الدلالة عند الأشخاص، فالإدراك يتوقف على شخصية الفرد وسنه وثقافته وميوله واتجاهاته وهو عملية تتدخل فيها ذاكرة الفرد وذكائه وخياله. (عادل محمد العدل، ٢٠١٠: ٧٣).

#### المفهوم الإجرائي للإدراك:

يقصد به عملية تنظيم المستخدم للمثيرات البصرية واللفظية المعروضة بالموقع التجريبي الذي يتعرض له وما يترتب على ذلك التنظيم من جانبين؛ الجانب الأول:

قدرة المستخدم على الإدراك البصري لعناصر التصميم، والجانب الثاني: قدرته على الإدراك الذهني والفهم للآراء ووجهات النظر المطروحة حول القضايا المعروضة بالموقع التجريبي الذي يتعرض له.

### أهداف الدراسة:

تنطلق الدراسة شبه التجريبية من هدف رئيس، وهو رصد تأثير أساليب تصميم المواقع الاقتصادية وعناصرها في درجة إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية.

ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية وهي كالتالي:

١- اختبار تأثير استخدام كلاً من الأسلوب الرأسي والأفقي والبؤري في درجة إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية.

٢- الكشف عن تأثير النوع ومستوى المهارة والخبرة في استخدام الإنترنت في درجة إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية.

٣- رصد تأثير السمات الشكلية للعنصر (مساحته وشكله وموقعه داخل صفحات الموقع الاقتصادي) في درجة إدراك المستخدم له .

٤- تحديد تأثير استخدام الانفوجرافيك في درجة إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية.

٥- الكشف عن تأثير استخدام النصوص والصور الثابتة في عرض القضايا الاقتصادية في درجة إدراك المستخدمين لها.

٦- رصد العلاقة بين كل من مستوي خبرة ومهارة الباحثين في استخدام الإنترنت واتجاهاتهم نحو التصميم المستخدم في عرض القضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي وبين درجة إدراكهم للقضايا الاقتصادية.

### فروض الدراسة:

تنطلق الدراسة من فرض رئيس:

**الفرض الرئيس:** توجد علاقة دالة إحصائية بين أسلوب تصميم الموقع الاقتصادي ودرجة إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية المعروضة بالموقع.

ويتفرع من هذا الفرض عدد من الفروض الفرعية الآتية:

١- توجد فروق دالة إحصائية في خبرة ومهارة الباحثين في استخدام الإنترنت تعزي لكلٍ من (متغيري: النوع /المجموعات الثلاث).

٢- توجد فروق دالة إحصائية في اتجاهات المستخدمين نحو التصميم التجريبي الذي تعرضوا له تعزي لكلٍ من (متغيري: النوع /أسلوب التصميم).

٣- توجد فروق دالة إحصائية في درجات إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية تعزي لكلٍ من (متغيري: النوع / أسلوب التصميم).

٤- توجد علاقة دالة إحصائية بين مستوى خبرة ومهارة الباحثين في استخدام الإنترنت وبين اتجاهاتهم نحو التصميم المستخدم في عرض القضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي.

٥- توجد علاقة دالة إحصائية بين مستوى خبرة ومهارة المستخدمين في التعامل مع الإنترنت وبين إدراكهم للقضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي.

### الدراسات السابقة:

١- دراسة (أميمة أحمد عوض، ٢٠٢٢)، التصميم المتجاوب مع محتوى المواقع الإخبارية وأثره على تفاعلية المستخدمين معها: دراسة شبه تجريبية

هدفت الدراسة إلى قياس تأثير التصميم المتجاوب مع محتوى المواقع الإخبارية على تفاعلية المستخدمين، وذلك من خلال قياس كفاءة وفعالية ورضا المستخدمين عن استخدام الموقع الإلكتروني عبر الأجهزة المختلفة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات شبه التجريبية التي استخدمت المنهج التجريبي، واستمارة التجربة كأداة لجمع البيانات من العينة العشوائية التي بلغ عددها ٦٠ مبحوث من طلاب كلية الإعلام، تم تقسيمهم على مجموعتين مستقلتين مجموعة ضابطة وأخرى تجريبية، لأداء التجربة على نموذجين تجريبيين لموقع إلكتروني إخباري مصمم من قبل الباحثة، كما اعتمدت الدراسة على الملاحظة أثناء التجربة من أجل تشخيص ظاهرة الدراسة واستخدمت الدراسة بعض الأساليب الإحصائية المتمثلة في برنامج " SPSS " والاختبارات الإحصائية منها اختبار- ت للعينات المستقلة، واختبار كاي<sup>٢</sup>، واختبار ألفا كرونباخ، وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:

-التصميم المتجاوب يُمكن المستخدمين من الوصول إلى جميع عناصر القائمة ورؤيتها بشكل واضح وغير متداخل ويكون متوافق مع مساحة الشاشة.

- التصميم المتجاوب يحقق سهولة تنقل المستخدمين بين صفحات الموقع الإلكتروني وأقسامه المختلفة، لقدرته على تمكين المستخدمين من العثور على الصفحات والأقسام المطلوبة دون الحاجة إلى التخمين أو أداء المزيد من الإجراءات.

- التخطيطات المرنة في التصميم المتجاوب تعمل على عرض صفحات الموقع الإلكتروني بشكل جمالي وقابل للقراءة على شاشات الأجهزة المختلفة.

- الصور المرنة هي الأمثل لعرض الصور والوسائط المتعددة الخاصة بالمواقع الإلكترونية على شاشات الأجهزة المختلفة، حيث إن استخدام الصور المرنة يعمل على موافقة أحجام صور المواقع الإلكترونية مع أحجام شاشات الأجهزة المختلفة المستخدمة في تصفح المواقع الإلكترونية.
- التصميم المتجاوب يحقق سهولة قراءة النصوص الخاصة بالموقع الإلكتروني على الأجهزة المختلفة.
- التصميم المتجاوب هو الأمثل في تحقيق السهولة في طريقة استخدام أشرطة التمرير أثناء تصفح الموقع الإلكتروني.
- التصميم المتجاوب من العوامل التي تحقق رضا المستخدم أثناء استخدام الموقع الإلكتروني.

٢- دراسة (عبد الله عبد الرحيم، منال أبو المجد، ٢٠٢٠)، التوجيه البصري وأثره على إدراك المضمون الإخباري في المواقع الصحفية – "دراسة شبه تجريبية" تمثل الهدف الرئيس للدراسة في رصد العلاقة بين التوظيف الجيد للعناصر البنائية على الصفحة بما يساعد في الاستحواذ على انتباه المستخدم وتوجيهه لبعض الموضوعات دون غيرها على الصفحة وأثر ذلك على سرعة إدراك المستخدم لمضمون تلك الموضوعات، واعتمدت الدراسة في قياسها لما سيقوم به الفرد أثناء عملية البحث البصري عن المثريات على نموذج البحث البصري الإرشادي Guided Search Model Visual، وبلغ عدد المشاركين ٩٠ طالباً ممن يدرسون بالجامعة الخليجية بمملكة البحرين، وقد تم تقسيمهم إلى ثلاث مجموعات بواقع (٣٠) طالب في كل مجموعة.

تم تصميم (١٢) نموذجاً تجريبياً لصحف إلكترونية افتراضية من قبل الباحثين، حيث تم تصميم ثلاثة نماذج لكل فرض من فروض الدراسة لضمان الوصول إلى نتائج دقيقة، ثم تم التنبيه على الطلاب باتباع تعليمات الباحثين، وترتيب عناصر جذب الانتباه بالترتيب من ١-٣ في كل نموذج، مع مراعاة توجيه الطلاب بالنظر إلى العنصر المراد قياسه، كالعناوين مثلاً أو الصور، حتى لا ينتشنت انتباهه أو ينظر إلى عنصر آخر، كما تم تحديد وقت مدته دقيقة واحدة للتعرض للنموذج ثم يغلق ويطلب من المبحوثين تسجيل إجاباتهم.

وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق بين اتجاه لون العنوان وإدراك المضمون الإخباري، حيث تحظى الألوان (الأحمر- الأخضر- الأزرق) المستخدمة في الدراسة باهتمام القراء أيًا كان اتجاه لون العنوان، وعلى الرغم من ذلك كان



اللون الأحمر الأكثر جذبًا للانتباه، كما جاء اتجاه مساحة العنوان من الأكبر للأصغر (٢٢-٢٠-١٨ نقطة) الأكثر جذبًا للانتباه القارئ، وفيما يتعلق باتجاه مساحة الصورة كان هناك فروق بين اتجاه مساحة الصورة، حيث كان الاتجاه التالي (كبيرة- متوسطة- صغيرة) الأكثر جذبًا للانتباه حيث تشكل الصورة الكبيرة بؤرة الاهتمام على الصفحة، أما بالنسبة لاتجاه شكل الصور جاءت الفروق لصالح اتجاه شكل الصور (مستطيلة-دائرة-مربع)، ويرجع ذلك إلى ما يتميز به الشكل المستطيل بوصفه الشكل الأكثر استخدامًا على المواقع الصحفية، وبالتالي الأكثر جذبًا للانتباه.

### ٣- دراسة (Taejun Lee and others, 2020) أثر نوع المعلومات المعروضة على إدراك المواطن للمواقع الحكومية.

تأتي الدراسة استنادًا إلى نظرية معالجة المعلومات، التي بموجبها يمتلك الأفراد قدرة محدودة لمعالجة المعلومات، والتي لا تتأثر فقط بكمية المعلومات ونوعيتها، بل أيضًا بتفضيلات الشخص لكيفية تقديم المعلومات، واختبرت تلك الدراسة أثر نوع المعلومات المعروضة (معلومات مصورة مقابل النصوص) على العبء الزائد للمعلومات المدركة، إلى جانب التأثير الناتج عن زيادة المعلومات على الفائدة الإدراكية المتوقعة من الموقع، كما أنها قامت بالتحقيق فيما إذا كان الميل إلى معالجة المعلومات الفردية (البصري أو اللفظي) قد حد من تأثير نوع عرض المعلومات على الحمل الزائد المدرك للمعلومات.

وأظهرت نتائج الدراسة أن المعلومات النصية تميل إلى التسبب في زيادة العبء الزائد للمعلومات، خاصة لأولئك الذين لديهم ميل لمعالجة المعلومات المرئية، وأن زيادة العبء الزائد على المعلومات يرتبط بانخفاض إدراك فائدة موقع الويب، علاوة على ذلك، خففت نزع المعلومات الفردية تأثير نوع المعلومات على العبء الزائد للمعلومات المدركة؛ أي أن الأشخاص الذين لديهم ميول لمعالجة المعلومات المرئية تأثروا بشكل أقوى بتقديم المعلومات النصية.

### ٤- دراسة (Jiaxin Cui and others, 2019) إدراك الشكل البصري أمر أساسي لفهم القراءة.

سعت هذه الدراسة للتعرف على مدى فاعلية الإدراك البصري كعامل حاسم لفهم القراءة والشكل الحسابي وذلك في سطور منفصلة من البحث مع مقاييس مختلفة لإدراك الشكل البصري، وتم إجراء تلك الدراسة على ١٠٩٩ طالب من طلاب المدارس الابتدائية الصينية للتعرف على ما إذا كان نفس إدراك الشكل البصري

(الذي تم تقييمه بواسطة مهمة مطابقة الشكل الهندسي) يكمن وراء فهم القراءة والشكل الحسابي.

وأظهرت النتائج أن إدراك الشكل البصري له علاقات وثيقة بكل من فهم القراءة والشكل الحسابي، حتى بعد التحكم في العمر والجنس والعوامل المعرفية مثل سرعة المعالجة والانتباه والذاكرة العاملة والمعالجة المكانية البصرية والذكاء العام، وأوضحت النتائج أيضًا أن علاقات المقارنة الحسابية مع فهم القراءة والشكل الحسابي قد تم حسابها بالكامل من خلال إدراك الشكل البصري، وتشير هذه النتائج إلى أن فهم القراءة والشكل الحسابي قد يشتركان في آلية معالجة شكل بصري مماثل.

٥- دراسة (هاني إبراهيم السمان، ٢٠١٩) العوامل التقنية المؤثرة في أساليب تصميم الصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بانتباه الجمهور وتذكره للأخبار - "دراسة تحليلية وشبه تجريبية"

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين العوامل التقنية المؤثرة على أساليب تصميم الصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت ومستوى الانتباه للأخبار وتذكر محتواها، واعتمدت الدراسة على نظرية تمثيل المعلومات. وتنتمي هذه الدراسة إلى نوعين من الدراسات؛ وهما الدراسات الوصفية التحليلية، والدراسات شبه التجريبية، لذا تم تحديد نوعين من العينات للدراسة: أولاً عينة الدراسة التحليلية: اختار الباحث عينة قدرها ٧ بوابات إخبارية تم تحليلها بشكل يومي لمدة شهر كامل بالنسبة للدراسة التحليلية.

وثانياً: عينة الدراسة شبه التجريبية حيث تم تطبيق التجربة على عينة عمدية قدرها ٩٠ مبحوثاً من طالب قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة سوهاج لتطبيق الدراسة شبه التجريبية عليهم، حيث تم تقسيمهم إلى ثلاث مجموعات كل مجموعة ضمت ٣٠ طالب وطالبة بحيث تتعرض المجموعة الأولى للأخبار بالصفحة الرئيسية التجريبية للبوابة بدون وجود عوامل تقنية بالصفحة، والمجموعة الثانية تتعرض للأخبار بالصفحة الرئيسية للبوابة وبها مجموعة متوسطة من العوامل التقنية، أما المجموعة الثالثة تتعرض للأخبار بالصفحة الرئيسية وبها جميع التقنيات التي استطاع الباحث وضعها في التصميم مع مراعاة الأسس والأساليب التصميمية للبوابات الإخبارية والتي أوضحتها الدراسة التحليلية للبوابات الإخبارية عينة الدراسة.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

- اعتمدت كلاً من بوابة الأهرام وبوابة المصري اليوم وبوابة أخبار اليوم على أسلوب البوابة في عرض مضامينها، بينما اعتمدت كلاً من بوابة الشروق وبوابة الوفد، وبوابة فيتو وبوابة الفجر على الأسلوب المختلط في تصميم الصفحة الرئيسية للبوابة، كما انتهجت جميع البوابات الإخبارية محل الدراسة الطريقة الرأسية في عرض أسلوبها التصميمي بالصفحة الرئيسية للبوابة.

- بينت الدراسة استخدام البوابات الإخبارية محل الدراسة لتقنية النص الفائق الداخلي في جميع البوابات الإخبارية طوال فترة التحليل، بينما لم تستخدم النص الفائق الخارجي أو النص الفائق لقوى فاعلة خلال مدة الدراسة، ويرجع ذلك لأهمية النص الفائق في عملية الملاحاة بالموقع حيث يعد أساس التجول في أي صحيفة إلكترونية أو موقع إخباري أو بوابة إلكترونية على الإنترنت.

- من أهم العوامل التقنية المؤثرة في أساليب تصميم الصفحة الرئيسية والتي تساعد في تحقيق الانتباه للأخبار الموجودة بالصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية؛ تقنية الفيديو، تقنية إتاحة التعليق علي الأخبار، تقنية شريط الأخبار المتحرك.

- ثبوت خطأ الفرض المتعلق بالانتباه والقائل بوجود ارتباط دال بين درجة الانتباه لدي أفراد العينة للعناصر الموجودة بالصفحة الرئيسية للبوابة الإخبارية وبين مستوي تذكرهم للأخبار الموجودة بها، حيث ثبت عدم وجود ارتباط دال بين درجة الانتباه لدي أفراد العينة للعناصر الموجودة بالصفحة الرئيسية للبوابة الإخبارية وبين مستوي تذكرهم للأخبار الموجودة بها.

٦- دراسة (أبو الحسن راشد علي، ٢٠١٨)، أساليب تصميم الصحف الرياضية المتخصصة وانعكاساتها على تذكر المضامين المصاحبة لها - "دراسة تحليلية وشبه تجريبية"

حاولت الدراسة التعرف على أساليب التصميم الكلاسيكية والحديثة المستخدمة في إخراج الصحف الرياضية المتخصصة وانعكاساتها على تذكر المضامين المصاحبة، حيث أن أسلوب التصميم يساهم في تنمية عمليات التفكير والملاحظة والوصف، والتفسير، والتنبؤ، وبناء العلاقات المكانية الزمانية، والاستنتاج، وتذكر المضامين المصاحبة له لفترة أطول.

وتتنمى هذه الدراسة إلى نوعين من الدراسات؛ وهما الدراسات الوصفية التحليلية، والدراسات شبه التجريبية، لذا تم تحديد نوعين من العينات للدراسة: أولاً عينة الدراسة التحليلية للصحف التالية: (صحيفة الكورة والملاعب (صحيفة قومية) - صحيفة أخبار الرياضة (صحيفة قومية عامة) - صحيفة الأهلي (صحيفة تصدر

عن النادي الأهلي)، وثانيًا: عينة الدراسة شبه التجريبية حيث تم تطبيق هذه الدراسة على عينة عشوائية من طلاب كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال (الفرقة الثالثة) بجامعة جنوب الوادي قوامها ١٠٠ مفردة، تم تقسيمهم إلى مجموعتين (مجموعة ضابطة قوامها ٥٠ مفردة عرض عليها النماذج الأصلية للصحف، ومجموعة تجريبية قوامها ٥٠ مفردة تم عرض النماذج التجريبية عليهم) من أقسام (الصحافة والعلاقات العامة والإذاعة والتلفزيون والإعلام الإلكتروني بالكلية) لاختبار جميع فروض الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج فيما يتعلق بالدراسة التحليلية من أهمها: اعتمدت صحيفة الكورة والملاعب في تصميم صفحاتها الأولى على أساليب التصميم الكلاسيكية بنسبة ٥٨% في حين اعتمدت على الأساليب الحديثة بنسبة ٤٢% واعتمدت في تصميم صفحاتها الأخيرة بشكل كبير على الأساليب الكلاسيكية والتقليدية بنسبة ٨٠% في حين اعتمدت الأساليب الحديثة في تصميمها بنسبة ٢٠%.

وتوصلت الدراسة شبه التجريبية إلى عدة نتائج حيث أكدت الدراسة أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين زمن التعرض للصحف الرياضية ومستوى إدراك أساليب التصميم وذلك للمجموعة التجريبية والضابطة على حد سواء، كما كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زمن التعرض للصحف الرياضية وتذكر المضامين المصاحبة لأساليب تصميمها لدى عينة الدراسة، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طريقة تصفح الصحف الرياضية ومستوى الإدراك وذلك للمجموعة التجريبية والضابطة على حد سواء، وكذلك لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طريقة تصفح الصحف الرياضية ومستوى تذكر المضامين المصاحبة لأساليب تصميمها وذلك لكلا من المجموعة التجريبية والضابطة على حد سواء.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أساليب تصميم الصحف الرياضية الكلاسيكية والحديثة وتذكر المعلومات اللفظية لدى عينة الدراسة، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أساليب تصميم الصحف الرياضية الكلاسيكية والحديثة وتذكر المعلومات البصرية لدى عينة الدراسة، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تذكر المعلومات اللفظية البصرية لدى عينة الدراسة، وجاء متوسط مستوى الإدراك بصفة عامة لنماذج أساليب تصميم الصحف الرياضية لصالح الذكور على الإناث.

٧- دراسة (عبد الله عبد الرحيم، ٢٠١٨)، تأثير الرؤية المنظورية على إدراك العناصر المرئية الثابتة والمتحركة في الصحف الإلكترونية العربية – "دراسة شبه تجريبية"

سعت الدراسة إلى رصد العلاقة بين كل من اتجاه وتوجه العناصر المرئية الثابتة والمتحركة المتمثلة في الصور والعناوين وبين مسار رؤية العين، كما هدفت الدراسة إلى رصد العلاقة بين اختلاف منظور ومسافة العناصر المرئية الثابتة والمتحركة وبين مسار رؤية العين، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وتمثلت أدوات الدراسة في استمارة (الملاحظة)، وتم تطبيق الدراسة شبه التجريبية على عينة مكونة من ١٢٠ طالباً من الفرقة الثانية بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة جنوب الوادي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

أثبتت الدراسة صحة الفرض الأول بوجود علاقة ارتباطية بين اتجاه العناصر المرئية الثابتة والمتحركة وبين مسارات رؤية العين في الصحف الإلكترونية العربية حيث أن الاتجاه يؤثر على مسارات رؤية العين أثناء تصفحها للصحيفة الإلكترونية عبر شاشة الكمبيوتر ولكن بأشكال متباينة وعلى مستويات مختلفة.

كما بينت نتائج الدراسة صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباطية بين التوجه الموجود داخل الصور ومسارات رؤية العين في الصحف الإلكترونية العربية حيث وجدت علاقة ارتباطية بين التوجه – كعنصر من العناصر المكونة للرؤية البصرية - ومسارات رؤية العين وانتقالها عبر الشاشة من منظور رؤية مواجه للشاشة.

حيث أظهرت التجربة أن المستخدمين ينظرون إلى عنصر التوجه بالصفحة، ثم يواصلون الانتقال عبر الصفحة بطريقة طبيعية متجاهلين عناصر التوجه لسببين أولهما: أنه داخلي في الصورة ومن ثم يتطلب التركيز بالصورة، أما السبب الآخر: فهو أن عناصر التوجه تشتت المستخدم أثناء انتقاله عبر الشاشة.

### نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات شبه التجريبية Quasi Experimental studies وهي الدراسات التي تهتم بالتوصل إلى الاستنتاجات العلمية والبراهين التجريبية والتي تسهم في درجة عالية من الدقة خاصة في صياغة الناتج مما يساعد على التصميم والتنبؤ في دراسة الظاهرة التجريبية خاصة في حالة نجاح الباحث في ضبط المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة ونجاحه في تحديد العلاقات السببية بين متغيرات الدراسة.

## منهج الدراسة:

### المنهج التجريبي

تنتمي هذه الدراسة إلى فئة البحوث التي تستهدف دراسة العلاقات السببية بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة، ويعد المنهج التجريبي من أكثر مناهج البحث مناسبة لتحقيق هذا الغرض، فعلى الرغم من أن الدراسة شبه تجريبية إلا أنها تلتزم بأسس ومعايير المنهج التجريبي، وتم تطبيق هذا المنهج لرصد واختبار العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في أساليب تصميم المواقع الاقتصادية (الرأسي - الأفقي - البؤري) والمتغير التابع (إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية)، في وجود المتغيرات الوسيطة (الموقع - المساحة - اللون - الشكل) وكذلك (النوع، ومستوى المهارة والخبرة في استخدام الإنترنت)، واعتمدت الدراسة على أسلوب الاختبار البعدي للتصميمات التجريبية.

### مجتمع الدراسة وعيناتها

قام الباحث بعمل حصر شامل لطلاب الفرقة الرابعة بقسم الإعلام خلال أيام تطبيق التجربة وبلغ عددهم ٩٢ طالب واستبعد الباحث طالبين أبدوا عدم استعدادهم للمشاركة في التجربة، وبذلك بلغت عينة الدراسة شبه التجريبية ٩٠ مفردة من طلاب الفرقة الرابعة بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة سوهاج لتطبيق الدراسة شبه التجريبية عليهم، حيث تم تقسيمهم عشوائياً إلى ثلاث مجموعات بواقع (٣٠) طالباً في كل مجموعة، بحيث تتعرض المجموعة الأولى للقضايا المعروضة بالموقع التجريبية بالأسلوب الأفقي، والمجموعة الثانية تتعرض للقضايا المعروضة بالموقع التجريبية بالأسلوب الرأسي، أما المجموعة الثالثة تتعرض للقضايا المعروضة بالموقع التجريبية بالأسلوب البؤري، ويرجع السبب في مراعاة الدراسة التساوي في الأعداد لأن الدراسة تستهدف قياس الارتباط والفروق معاً.

### مجالات الدراسة

المجال البشري (طلاب جامعة سوهاج)

المجال الزمني (شهر أكتوبر ٢٠٢١)

المجال الجغرافي (محافظة سوهاج)

### أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على تطبيق مقاييس تم إعدادها للتعرف على درجات إدراك المستخدمين بالمجموعات التجريبية الثلاث للقضايا الاقتصادية بعد تعرضهم

لأساليب التصميم المختلفة، عن طريق تدوين المستخدمين للاستجابات المرتبطة بمتغيرات الدراسة شبه التجريبية والتي تم توظيفها في أسئلة لجمع البيانات المطلوبة من مفردات العينة، وتتمثل المقاييس التي تم استخدامها في الدراسة في الآتي:

- أ- مقياس خبرة ومهارة المبحوث باستخدام شبكة الإنترنت.
- ب- مقياس يحدد درجة إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية وفقاً لأساليب التصميم المختلفة بالمواقع الاقتصادية.
- ج- مقياس اتجاهات المستخدمين نحو تصميم الموقع التجريبي.

### اختبارا الثبات والصدق

تم عرض المقاييس التي تم وضعها للدراسة على مجموعة من المحكمين المتخصصين من الأكاديميين في مجال الإعلام وعلم النفس والممارسين في مجال الإخراج الصحفي وتصميم المواقع لتحكيم تلك المقاييس وذلك بهدف التأكد من صلاحيتها لقياس متغيرات الدراسة.

كما تحرى الباحث في الدراسة التجريبية ثبات زمن التجربة، وكذلك الزمن بين تصفح الموقع الاقتصادي التجريبي والإجابة عن تساؤلات مقاييس الدراسة بالمجموعات التجريبية الثلاثة.

وقام الباحث أيضاً بتكرار بعض العبارات بصيغ مختلفة في مقياس اتجاهات المستخدمين نحو تصميم الموقع الاقتصادي التجريبي بحيث لا يكتشفها المبحوث وذلك لقياس مدى درجة صدقه ودقته في الإجابة عن تساؤلات الدراسة، فتعمد الباحث وضع بعض العبارات الإيجابية وأخرى سلبية في مقياس اتجاهات المستخدمين نحو تصميم الموقع الاقتصادي لاكتشاف مدى تحري المبحوث الموضوعية والصدق في الإجابة عن التساؤلات الموجودة بالمقياس.

كما تعمد الباحث وضع سؤال مرتبط بقضية العملات الرقمية ليس له إجابة موجودة في البيانات والمعلومات المذكورة داخل الموضوع الخاص بالقضية بالموقع التجريبي لمعرفة نسبة احتمالية إجابة أفراد العينة على هذا السؤال إجابة صحيحة عن طريق الصدفة، وقد أثبت هذا السؤال صدق المقياس في عملية قياس الإدراك وابتعاد المقياس عن العشوائية في الاختيار أو ترك الفرصة للحظ في عملية اختيار أفراد العينة للإجابة الصحيحة.

### المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة تم إدخالها بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جري معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم "SPSS" اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Science، وذلك لإجراء عمليات التحليل المطلوبة وعمل المقارنات بين المجموعات التجريبية لتجربة الإدراك وتم استخدام كل من:

- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد " One Way Anova " ، اختبار دلالة الفروق بين متوسط درجات إدراك أفراد العينة بالمجموعات التجريبية الثلاثة للقضايا الاقتصادية المعروضة بالموقع الاقتصادي التجريبي، كما تم إجراء اختبار T- Test لقياس دلالة الفروق بين متوسط المجموعات.

- اختبار كا<sup>٢</sup>: واستخدمت كا<sup>٢</sup> لحساب دلالة فروق التكرارات أو البيانات العددية التي يمكن تحويلها إلى تكرارات مثل النسب والاحتمال، وسيتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية (٠,٥,٠) فأقل.

- استخدام اختبار المقارنات البعدية شيفيه (Scheffe) للتحقق من اتجاه دلالة الفروق لأي من المجموعات الثلاثة أو أي من مستويات الخبرة لإجراء جميع المقارنات الممكنة بين كل مجموعتين من مجموعات الدراسة وفق نوع المستخدمين، مستوى خبرتهم في استخدام الإنترنت، اتجاهاتهم نحو التصميم التجريبي ومستوى إدراكهم للقضايا الاقتصادية.

### إجراءات تطبيق الدراسة

#### **اختيار مواد تصميم التجربة:**

قام الباحث باختيار القضايا الاقتصادية للدراسة من قضايا موجودة بالفعل على عدد من المواقع الاقتصادية والإخبارية، وقد راعى الباحث عند اختيار القضايا المستخدمة في التصميم التجريبي للدراسة ألا تكون من القضايا التي تم تغطيتها بكثافة في وسائل الإعلام المختلفة، وأيضاً روعي أن تكون موضوعات اقتصادية حديثة نسبياً لم يتم مناقشتها على الساحة الإعلامية لفترات طويلة من الزمن لضمان عدم تعرض المستخدمين لها من قبل عند إجراء التجربة، لضمان عزل تأثير المعرفة المسبقة بالموضوع على الهدف من التجربة.



واشتمل كل تصميم من التصميمات الثلاث على ثلاث قضايا اقتصادية؛ القضية الأولى عن العملات الرقمية والقضية الثانية عن مستقبل السيارات الكهربائية في مصر والقضية الثالثة عن خفض سعر الفائدة بالبنوك المصرية، وروعي في اختيار هذه القضايا الاقتصادية أن تكون مرتبطة بالشأن الاقتصادي المصري أو من القضايا التي لها تأثير عليه؛ نظرًا لأن المستخدمين الذين تم تطبيق التجربة عليهم من طلاب إحدى الجامعات المصرية وهي جامعة سوهاج.

#### المدى الزمني وأسلوب إجراء التجربة:

تم إجراء التجربة على الثلاث مجموعات في ثلاثة أيام متفرده خلال الأسبوع الأول من شهر أكتوبر ٢٠٢١، وذلك مراعاة لعدم تأثير عامل الزمن في وجود فروق بين المجموعات الثلاثة، أعقب ذلك إدخال البيانات إلى برنامج التحليل الإحصائي spss وإجراء التحليلات والمعاملات الإحصائية المطلوبة للتحقق من فروض وأهداف الدراسة.

وتم تقسيم المستخدمين على التصميمات التجريبية الثلاثة بشكل عشوائي، فتم تعريض كل مجموعة تجريبية مكونة من (٣٠) مفردة لواحد فقط من التصميمات الثلاثة وفقًا للهدف من التجربة، وقام الباحث بإخبار المستخدمين بالهدف من الدراسة قبل بدأ التجربة، وهو التعرف على تأثير أسلوب التصميم المستخدم في عرض القضايا بالموقع الاقتصادي التجريبي الذي يتعرضون له في درجة إدراكهم للقضايا الاقتصادية، وتم توزيع مقياس الإدراك ومقياس الخبرة والمهارة في استخدام الإنترنت عليهم بعد الانتهاء من تصفح المواقع.

وتم توحيد زمن تعرض المستخدمين للتصميمات التجريبية بمعدل ١٥ دقيقة لكل مستخدم يقوم بعدها المستخدم مباشرة بالإجابة على مقاييس الدراسة.

## نتائج الدراسة

يمكن تناول التحليل الكمي والكيفي لبيانات المجموعات الثلاثة والمعلومات التي أدلى بها المبحوثين عن الأسئلة الموجهة إليهم في المقاييس الخاصة بالدراسة على النحو الآتي:

أولاً: وصف العينة حسب تحليل مقياس مستوى مهارة وخبرة المستخدمين في استخدام الإنترنت:

### جدول (١)

توزيع المستخدمين عينة الدراسة بين التصميمات التجريبية الثلاث من حيث النوع

المجموع	التصميم البؤري	التصميم الرأسي	التصميم الأفقي	التكرار والنسبة المئوية	البيان
36	12	12	12	التكرارات	الذكور
40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	النسبة المئوية	
54	18	18	18	التكرارات	الإناث
60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	النسبة المئوية	
90	30	30	30	التكرارات	المجموع
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	النسبة المئوية	

تظهر بيانات الجدول السابق أن نسبة تمثيل الإناث داخل عينة الدراسة كانت أكبر من نسبة الذكور حيث بلغت نسبة الإناث ٦٠% بواقع ٥٤ مستخدم، بينما بلغت نسبة الذكور ٤٠% بواقع ٣٦ مستخدم، وذلك بالتساوي بين المجموعات التجريبية الثلاث، حيث ضمت كل مجموعة ١٢ ذكر و١٨ أنثى.

ويعزو الباحث ذلك إلى أن عدد الإناث غالباً ما يكون أكثر من عدد الذكور في الجامعات المصرية، وبما أن الباحث قد وقع اختياره لعينة الدراسة على طلاب قسم الإعلام بجامعة سوهاج، وبما أن أعداد الإناث قد تصل لضعف أعداد الذكور بالقسم فقد التزم الباحث قدر الإمكان بالنسبة والتناسب الموجود في أعداد الطلاب والطالبات بالقسم، وجاءت هذه العينة معبرة بشكل كبير عن تلك النسبة.

## جدول (٢)

وصف عينة الدراسة حسب مدة استخدام الباحثين عينة الدراسة بالتصميمات  
التجريبية الثلاث للإنترنت

السنوات	التكرار والنسبة المئوية	التصميم الأفقي	التصميم الرأسي	التصميم البؤري	المجموع
من عام : أقل من ٣ أعوام	التكرارات	1	2	2	5
	النسبة المئوية	3.3%	6.7%	6.7%	5.6%
من ٣ : أقل من ٥ أعوام	التكرارات	4	4	5	13
	النسبة المئوية	13.3%	13.3%	16.7%	14.4%
من خمسة أعوام فأكثر	التكرارات	25	24	23	72
	النسبة المئوية	83.3%	80.0%	76.6%	80.0%
المجموع	التكرارات	30	30	30	90
	النسبة المئوية	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

يتضح من الجدول السابق أن النسبة الأكبر من إجمالي عينة الدراسة بالتصميمات التجريبية الثلاث تستخدم الإنترنت منذ فترة طويلة فقد جاءت نسبة من يستخدمون الإنترنت منذ خمسة أعوام فأكثر في المرتبة الأولى بنسبة ٨٠,٠٪، وفي المرتبة الثانية من يستخدمون الإنترنت لمدة تتراوح بين ثلاثة إلى خمسة أعوام بنسبة ١٤,٤٪، وفي المرتبة الأخيرة من عام لأقل من ثلاثة أعوام بنسبة ٥,٦٪، فيما تلاشت تكرارات من يستخدمون الإنترنت لمدة أقل من عام، مما يوضح أن غالبية العينة لديهم وعي ببيئة الإنترنت وهو ما تتطلبه الدراسة.

ويرى الباحث أن تلك النتيجة توضح عدم تأثير مستوى خبرة ومهارة الباحثين في استخدام الإنترنت على نتائج الدراسة وبذلك فإن نتيجة ذلك المقياس تثبت عزل عامل الخبرة في التأثير على إدراك المستخدمين للقضايا، وتتبقى أساليب التصميم هي المتحكم الرئيس في عملية التأثير في إدراك المستخدمين للقضايا التي تم عرضها بالموقع الاقتصادي التجريبي الذي تم تصميمه للمجموعات الثلاثة. ويعزو الباحث تقارب جميع أفراد العينة بالمجموعات التجريبية الثلاث في مستوى خبرتهم ومهارتهم في استخدام الإنترنت إلى تقارب العوامل الديموجرافية لعينة الدراسة من حيث السن والمستوى التعليمي والاقتصادي والوضع الاجتماعي للطلاب.

وتتقارب تلك النتيجة مع النتيجة التي كشفتها دراسة هاني السمان حيث أظهرت أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت منذ فترة طويلة، فقد جاءت نسبة من يستخدمون الإنترنت أكثر من خمسة أعوام في المرتبة الأولى بنسبة ٥٨.٩% وفي المرتبة الثانية من ثلاثة إلى خمسة أعوام بنسبة ٣٢.٢% وفي المرتبة الثالثة من عام لأقل من ثلاثة أعوام بنسبة ٧.٨% وفي المرتبة الأخيرة أقل من عام بنسبة ١.١%. (هاني السمان، ٢٠١٩: ص ١٩٨)

### جدول (٣)

وصف عينة الدراسة الأساسية حسب مستوى مهارة المستخدمين في التعامل مع الإنترنت

البيان	التكرار والنسبة المئوية	التصميم الأفقي	التصميم الرأسي	التصميم البؤري
مبتدئ	التكرارات	1	0	1
	النسبة المئوية	3.3%	0%	3.3%
جيد	التكرارات	13	18	17
	النسبة المئوية	43.3%	60.0%	56.7%
محترف	التكرارات	16	12	12
	النسبة المئوية	53.4%	40.0%	40.0%
لست ماهراً على الإطلاق	التكرارات	0	0	0
	النسبة المئوية	0	0	0
المجموع	التكرارات	30	30	30
	النسبة المئوية	100%	100%	100%

يتبين من بيانات الجدول السابق أن غالبية العينة التجريبية محل الدراسة لديهم مهارة في استخدام الإنترنت فقد جاء مستوى الاستخدام الجيد للإنترنت في المرتبة الأولى بنسبة ٥٦,٧٪، تلاه في المرتبة الثانية محترف بنسبة ٤٠,٠٪، وفي المرتبة الثالثة مبتدئ بنسبة ٣,٣٪، ولم تحصل «لست ماهراً على الإطلاق» على أي نسبة.

حيث أشارت نتائج الجدول السابق أن الأفراد الذين يتمتعون بمستوى جيد في التعامل مع الإنترنت يبلغون ٤٣.٣% من إجمالي أفراد عينة المجموعة الأولى، و ٦٠% من أفراد عينة المجموعة الثانية، و ٥٦.٧% من أفراد عينة المجموعة الثالثة، كما بلغت نسبة الأفراد الذين يتمتعون بمستوى محترف في التعامل مع الإنترنت في المجموعة الأولى ٥٣.٤%، وفي كلٍ من المجموعتين الثانية والثالثة بنسبة ٤٠.٠%، فيما تشير نتائج الجدول السابق أن ٣.٣% فقط من إجمالي عينة المجموعتين الأولى والثالثة يفتقدون للخبرة ومازال مستواهم مبتدئ في التعامل مع الإنترنت، فيما تلاشى وجود من يفتقدون للخبرة داخل عينة المجموعة الثانية.

**ثانياً: مقياس اتجاهات المستخدمين بالمجموعات التجريبية الثلاث نحو تصميم**

### **الموقع التجريبي**

أساليب تصميم المواقع الاقتصادية وعلاقتها بإدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية

جدول (٤) مقارنة بين اتجاهات المستخدمين بالتصميمات الثلاثة نحو تصميم الموقع الاقتصادي									
التصميم البؤري			التصميم الرأسي			التصميم الأفقي			اتجاهات المستخدمين عبارات المقياس
الاتجاه الساند	الانحرا ف المعياري	الوسط الحسابي	الاتجاه الساند	الانحرا ف المعياري	الوسط الحسابي	الاتجاه الساند	الانحرا ف المعياري	الوسط الحسابي	
موافق	.776	1.87	موافق	0.960	1.90	موافق	0.691	1.93	يتسم الموقع بسهولة التجول والإبحار بين صفحاته
موافق	.887	2.20	موافق	0.819	1.87	موافق	0.950	2.17	عناصر تصميم الصفحات تتسم بالتناسق وتؤدي دوراً جيداً بالموقع
موافق	1.028	2.33	موافق	0.907	2.07	موافق	1.003	2.40	شعرت بأن صفحات الموقع تعطي إحساساً بالتوازن من خلال مكونات الصفحة
موافق	1.126	2.20	موافق	1.033	2.03	موافق	0.858	2.23	تصميم الموقع كان بشكل جيد واحترافي
محايد	1.137	2.53	محايد	1.066	1.97	محايد	0.828	2.27	يستخدم الموقع ألواناً متناسقة ومريحة
موافق	.935	2.43	موافق	0.928	1.97	موافق	0.999	2.37	أسلوب تصميم الموقع جذاب بصرياً
محايد	1.053	2.83	محايد	0.860	2.13	محايد	0.915	2.70	جذبت صفحات الموقع انتباهي طوال فترة الاستخدام
موافق	1.066	2.37	موافق	0.890	1.97	موافق	1.048	2.27	الموقع كان مكتملاً للعناصر الموضحة لمعلومات الأخبار
موافق	1.074	2.47	موافق	0.817	2.23	موافق	0.868	2.27	الأيقونات الموجودة بالصفحة الأولى داخل كل موضوع واضحة المعني ومعروفة لدي
موافق	1.299	2.63	موافق	0.950	2.17	موافق	0.971	2.23	تصميم الصفحات يحفز ويشجع على التفاعل
محايد	1.236	2.70	محايد	0.997	3.20	محايد	1.185	2.90	نوع الخطوط وأبنائها تعيق عملية قراءة الأخبار
موافق	.730	1.87	موافق	0.730	1.87	موافق	0.718	2.03	تتميز صفحات الموقع ببسرة وسهولة الاستخدام
محايد	1.252	2.53	محايد	1.098	2.97	محايد	1.104	2.77	شعرت بالملل أثناء تصفح الموقع
محايد	1.455	2.57	محايد	1.196	2.87	محايد	1.213	3.10	عناصر صفحات الموقع لم تكن منظمة بشكل كافي
موافق	1.337	2.93	موافق	1.137	2.47	موافق	1.299	2.63	أتمنى تصميم جميع المواقع بهذا الشكل
موافق	.9948	2.100	موافق بشدة	1.064	2.20	موافق	0.664	1.80	ترك مساحات بيضاء بين صفحات الموقع أشعرتني بالارتياح وعدم الارهاق البصري

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق أن الاتجاه العام للمستخدمين بالتصميمات الثلاث نحو تصميم الموقع التجريبي هو اتجاه ايجابي "موافق".

#### جدول (٥)

المتوسط والانحراف المعياري وقيمة (ت) للفروق الإحصائية في خبرة ومهارة المبحوثين في استخدام الإنترنت والتي تعزي لمتغير النوع

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة اختبار ت	مستوى الدلالة
خبرة ومهارة المبحوثين في استخدام الإنترنت	ذكر	36	3.7847	.33356	87.649	1.402	.059
	أنثى	54	3.6574	.47159			
غير دال عند مستوي معنوية ٠.٠٥							

وفقاً لبيانات الجدول السابق يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في خبرة ومهارة المبحوثين في استخدام الإنترنت تعزي لمتغير النوع حيث تبين أن قيمة ت (١.٤٠٢) وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوي معنوية ٠.٠٥ ، وعلي هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض. وبذلك نرفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في خبرة ومهارة المبحوثين في استخدام الإنترنت تعزي لمتغير النوع

#### جدول (٦)

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في خبرة ومهارة المبحوثين في استخدام الإنترنت وفقاً للمجموعات الثلاثة (لأسلوب التصميم)

المتغيرات	البيان	مجموع الدرجات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
المجموعات الثلاثة	بين المجموعات	.129	2	.065	.353	.703
	داخل المجموعات	15.902	87	.183		
	المجموع	16.031	89			
غير دال عند مستوي معنوية ٠.٠٥						

يتبين من خلال بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في خبرة ومهارة المبحوثين في استخدام الإنترنت وفقاً للمجموعات الثلاثة، حيث تبين أن قيمة ف (٠.٣٥٣) عند مستوي دلالة (٠.٧٠٣) وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوي أكبر من ٠.٠٥ ، وعلي هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في خبرة ومهارة المبحوثين في استخدام الإنترنت وفقاً للمجموعات الثلاثة.

جدول (٧)

المتوسط والانحراف المعياري وقيمة (ت) للفروق الإحصائية في اتجاهات المستخدمين نحو التصميم المستخدم والتي تعزي لمتغير النوع

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة اختبارات	مستوى الدلالة
اتجاهات المستخدمين نحو التصميم المستخدم	ذكر	36	2.3764	.42803	79.394	.541	غير دال عند مستوى معنوية ٠.٠٥
	أنثى	54	2.3239	.46576			

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المستخدمين نحو التصميم المستخدم تعزي لمتغير النوع حيث تبين أن قيمة ت (0.541) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، وعلي هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض.

وبذلك نرفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المستخدمين نحو التصميم المستخدم تعزي لمتغير النوع

جدول (٨)

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المستخدمين نحو التصميم المستخدم تعزي للمجموعات الثلاثة (الأسلوب التصميم)

المتغيرات	البيان	مجموع الدرجات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
المجموعات الثلاثة	بين المجموعات	.482	2	.241	1.198	غير دالة
	داخل المجموعات	17.488	87	.201		
	المجموع	17.969	89			
				غير دال عند مستوى معنوية ٠.٠٥		

يظهر من خلال بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الباحثين نحو التصميم المستخدم تعزي للمجموعات الثلاثة، حيث تبين أن قيمة ف (١.١٩٨) عند مستوى دلالة (٠.٣٠٧) وهي قيمة غير دالة إحصائياً



لأنها عند مستوي أكبر من ٠.٠٥، وعلي هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو التصميم المستخدم تعزي للمجموعات الثلاثة.

### جدول (٩)

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية تعزي للمجموعات الثلاثة

المتغيرات	البيان	مجموع الدرجات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
المجموعات الثلاثة	بين المجموعات	0.033	2	0.016	2.176	0.03
	إدراك القضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي	8.100	87	0.093		
	المجموع	8.133	89			
	دال عند مستوي معنوية ٠.٠٥					

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك القضايا الاقتصادية تعزي للمجموعات الثلاثة، حيث تبين أن قيمة ف (٢.١٧٦) عند مستوي دلالة (٠.٠٣) وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوي معنوية ٠.٠٥ وعلي هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك القضايا الاقتصادية تعزي للمجموعات الثلاثة وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (هيثم جودة مؤيد، ٢٠١٠)، والتي أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المجموعات التجريبية التي تعرضت للأسلوب الرأسي والمجموعات التجريبية التي تعرضت للأسلوب الأفقي البوابة في إدراكهم لشكل المواقع الصحفية الإلكترونية. ولمعرفة اتجاه الفروق بين أي المجموعات تم إجراء الاختبار البعدي شيفيه (Scheffe) والجدول التالي يبين نتائج الاختبار:

**جدول (١٠) نتائج اختبار المقارنات البعدية شيفيه (Scheffe)**

الدلالة الإحصائية	الفرق في المتوسطات	الوسط الحسابي	إدراك القضايا الاقتصادية طبقاً للتصميمات الثلاثة
.063	.321	.19890	التصميم الأفقي
.082	.231	.16435	التصميم الرأسي
.035	.429	.21717	التصميم البؤري

يتبين لنا من الجدول السابق أن مستخدمي التصميم البؤري كانوا الأكثر إدراكاً للقضايا الاقتصادية حيث أنه الأعلى من حيث المتوسطات، وتوضح بيانات الجدول أن متوسط إدراك التصميم البؤري بلغت (21717). عند مستوي دلالة ٠.٠٣٥ وهي دالة معنوياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥.

**جدول (١١)**

**المتوسط والانحراف المعياري وقيمة (ت) للفروق الإحصائية في إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية والتي تعزي لمتغير النوع**

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة اختبار ت	مستوى الدلالة
إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية	ذكر	36	.5833	.27041	88	- .057	غير دال .955
	أنثى	54	.5870	.32429			
	غير دال عند مستوي معنوية ٠.٠٥						

وفقاً لبيانات الجدول السابق يظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية تعزي لمتغير النوع حيث تبين أن قيمة ت (٠.٠٥٧) عند مستوي دلالة ٠.٩٥٥ وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوي معنوية ٠.٠٥، وعلي هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض. وبذلك نرفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية تعزي لمتغير النوع.

وتتفق النتيجة الحالية مع دراسة (عبير محمد، ٢٠١١)، التي لم تؤيد نتائجها وجود فروق بين الذكور والإناث في إدراك وتذكر المحتوى، كما تتفق مع دراسة (هيثم جودة مؤيد، ٢٠١٠)، التي أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين

متوسطي درجات الذكور والإناث في إدراكهم للشكل الإخراجي للمواقع الصحفية الإلكترونية.

### جدول (١٢)

معامل ارتباط بيرسون بين مستوي خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت وبين اتجاهاتهم نحو التصميم المستخدم في عرض القضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي

مستوى الدلالة		معامل الارتباط	مستوي خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت
غير دال	.359	-.098	اتجاهاتهم نحو التصميم المستخدم في عرض القضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي

يتضح من خلال الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية بين مستوي خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت وبين اتجاهاتهم نحو التصميم المستخدم في عرض القضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي، وذلك عند مستوي دلالة ٠.٣٥٩، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي معنوية ٠.٠٥.

وبذلك ثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية قوية بين مستوي خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت وبين اتجاهاتهم نحو التصميم المستخدم في عرض القضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي.

وتتفق النتيجة الحالية مع النتيجة التي توصل إليها (هيثم جودة مؤيد، ٢٠١٠)، في دراسته بعدم وجود ارتباط دال إحصائياً بين خبرة ومهارة المبحوثين باستخدام شبكة الإنترنت وبين اتجاهاتهم نحو الشكل الإخراجي للمواقع الصحفية الإلكترونية.

جدول (١٣)

معامل ارتباط بيرسون بين مستوى خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت وبين اتجاهاتهم نحو التصميم المستخدم في عرض القضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي وفقاً لكل مجموعة على حدا

مستوى الدلالة		معامل الارتباط	مستوى خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت	
غير دال	.703	.073	التصميم الأفقي	اتجاهاتهم نحو التصميم المستخدم في عرض القضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي
غير دال	.390	-.163	التصميم الرأسي	
غير دال	.397	-.160	التصميم البؤري	

يشير الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين مستوى خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت وبين اتجاهاتهم نحو التصميم المستخدم في عرض القضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي في كل المجموعات، وذلك عند مستوى دلالة ٠.٧٣ للمجموعة الأولى والتي تعرضت للتصميم الأفقي، وبمستوى معنوية ٠.٣٩٠ للمجموعة الثانية والتي تعرضت للتصميم الرأسي، وعند مستوى معنوية ٠.٣٩٧ للمجموعة الثالثة والتي تعرضت للتصميم البؤري، وهذه القيم جميعها غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

وبذلك ثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت وفقاً لكل مجموعة على حدا وبين اتجاهاتهم نحو التصميم المستخدم في عرض القضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي.

#### جدول (١٤)

معامل ارتباط بيرسون بين مستوى خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت وبين إدراكهم للقضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي.

مستوى الدلالة		معامل الارتباط	مستوي خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت
غير دال	.055	-203	إدراكهم للقضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي

يتضح من خلال الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية بين مستوى خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت وبين إدراكهم للقضايا الاقتصادية التي تم عرضها بالموقع التجريبي، وذلك عند مستوي دلالة ٠.٠٥٥، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي معنوية ٠.٠٥ وبذلك ثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت وبين إدراكهم للقضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي.

#### جدول (١٥)

معامل ارتباط بيرسون بين مستوى خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت وبين إدراكهم للقضايا الاقتصادية بالموقع التجريبي وفقاً لكل مجموعة على حدا

مستوى الدلالة		معامل الارتباط	مستوي خبرة ومهارة المستخدمين في التعامل مع الإنترنت
غير دال	.268	-209	التصميم الأفقي
غير دال	.390	-163	التصميم الرأسي
غير دال	.133	-280	التصميم البؤري

يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية بين مستوى خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت وفقاً لكل مجموعة على حدا وبين إدراكهم للقضايا الاقتصادية التي تم عرضها بالموقع التجريبي، وذلك عند مستوى دلالة ٠.٢٦٨. للمجموعة الأولى التي تعرضت للتصميم الأفقي، وعند مستوى معنوية ٠.٣٩٠ للمجموعة الثانية التي تعرضت للتصميم الرأسي، وعند مستوى معنوية ٠.١٣٣ للمجموعة الثانية التي تعرضت للتصميم البؤري، وهذه القيم جميعاً غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

وبذلك ثبت عدم صحة الفرض الفائق بوجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى خبرة ومهارة المستخدمين في استخدام الإنترنت وبين إدراكهم للقضايا الاقتصادية التي تعرضوا لها بالموقع التجريبي.

### النتائج العامة للدراسة:

- لعبت عادات المستخدمين في التصفح دوراً كبيراً في التأثير على درجة إدراكهم لتفاصيل القضايا والموضوعات التي يتصفحونها وهو ما أظهرته نتائج الدراسة حيث كشفت عن إدراك المستخدمين بدرجة عالية لبعض التفاصيل الموجودة في مواقع أقل نسبياً في الأهمية لاحتواء هذه المواقع على عناصر جذب للانتباه (الصور والتعليقات المصاحبة لها مع توظيف الألوان بشكل يجذب انتباه المستخدم لهذه العناصر) في حين انخفضت درجة إدراك المستخدمين لبعض التفاصيل الموجودة في مواقع أكثر أهمية نسبياً، وذلك لأن غالبية المستخدمين يقومون بمسح صفحات الموقع الذي تعرضوا له بشكل عشوائي من خلال قفزات بصرية والتركيز على بعض العناصر وتجاهل البعض الآخر، وهو ما لاحظته الباحثة حيث كانت درجة إدراك المستخدمين للصور والتعليقات المصاحبة لها أعلى بكثير من درجة إدراكهم لنصوص المتن وهذا يتعلق أيضاً بخصائص المستخدمين وعاداتهم في التصفح فغالبية المستخدمين عينة الدراسة يفضلون تصفح العناوين الرئيسية والصور مع إلقاء نظرة سريعة على باقي تفاصيل الموضوع.

- عندما يكون السؤال عن معلومة سطحية (من الممكن أن تفهم ضمناً من خلال العناوين والصور التي يتضمنها تصميم القضية) أو لا تحتاج إلى تركيز كبير (انتباه لا إرادي أو مرحلة ما قبل الانتباه) تكون نسب الاجابات الصحيحة متقاربة بينما عندما يكون السؤال عن معلومة دقيقة أو تحتاج إلى تركيز كبير (انتباه انتقائي) تكون النسب في صالح أحد التصميمات على حساب التصميمين الآخرين

(نظرًا لامتتع العنصر بأكثر من ميزة داخل التصميم الذي يحصل مستخدميه على نسب إدراك عالية).

- أن كل أسلوب له مميزاته وعيوبه في عرضه للقضايا والموضوعات التي تتضمن معلومات وتفاصيل كثيرة وتنقسم إلى عدة أجزاء مرتبطة جميعًا بالقضية.

### الاستنتاج النهائي

ونستنتج مما سبق أنه على المصمم الاستفادة من مزايا كل أسلوب من أساليب التصميم ومعرفة الوقت الأمثل لاستخدام كل أسلوب مع مراعاة العادات القرائية وسمات المستخدمين عند استخدام أي من هذه الأساليب مع الوضع في الاعتبار طبيعة الموضوع ومدى تعقيد أو سهولة المعلومات التي يحتوي عليها.

وعلى المصمم أن يستخدم عناصر التصميم وتوزيعها بحرفية عالية داخل صفحات الموقع ويفضل أن يكون لديه الحد الأدنى من المعرفة بالنظريات التي تفسر كيفية انتباه وإدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى الصحفي وأن يكون ملماً بالعوامل الموضوعية المؤثرة في انتباه وإدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى الصحفي والتي تتمثل في كل من الألوان والأحجام والخطوط والأشكال المختلفة وغيرها من العوامل.

فإذا كانت المعلومات الأهم داخل الموضوع الصحفي والتي يريد المصمم من المستخدم إدراكها بدرجة عالية تتمثل في نصوص المتن فالأسلوب الأمثل هو الأفقي أما إذا كانت المعلومات الأهم داخل الموضوع الصحفي تتمثل في الصور والتعليقات المصاحبة لها فالأسلوب الأمثل هو البؤري أما إذا كانت المعلومات الأهم داخل الموضوع الصحفي تتمثل في البيانات المصورة والإنفو جراف فالأسلوب الأمثل هو الرأسي.

ومن الممكن أن يمزج المصمم بين أكثر من أسلوب أثناء تصميمه للموضوع الصحفي حيث يمكنه تقسيم الموضوع إلى أجزاء يصمم كل جزء منها بالأسلوب الذي يناسب طبيعة المعلومات التي يحتويها هذا الجزء من حيث كونها نصوص أو صور أو بيانات مصورة.

## توصيات الدراسة

- ينبغي على المواقع الاقتصادية الاستفادة من التقنيات التكنولوجية التي تتيحها شبكة الإنترنت في عملية التصميم من خلال استخدام النص الفائق الخارجي للربط بين المعلومات والأخبار الواردة بالموقع وبين المواقع الأخرى التي قد تتيح معلومات مرتبطة بهذا الخبر وكذلك استخدام تقنية الفيديو جراف، وتقنية قارئ النصوص الإخبارية.
- ينبغي ألا تكتفي المواقع الاقتصادية المصرية بعرض مضمونها باللغة العربية وعليها إضافة أكثر من لغة لعرض محتواها من أجل توسيع قاعدة القراء وتقديم خدمة إخبارية تلبي احتياجات كافة الشرائح لتشمل كل المهتمين بمتابعة الاقتصاد المصري وما يرتبط به من أخبار الاقتصاد العالمي وذلك للمتحدثين بالعربية والإنجليزية سواء كانوا داخل أو خارج مصر.
- ضرورة وجود بريد إلكتروني للمحررين أو بريد إلكتروني للأقسام بالمواقع الاقتصادية ليتمكن المستخدمين من التواصل مع محرري المواقع عن طريقها.
- الاستفادة من العناصر والخدمات التفاعلية عند تصميم المواقع الإلكترونية الاقتصادية والتي تشمل الوسائط المتعددة وغرف الدردشة وخدمة التعليق على الأخبار والاشتراك في النشرة البريدية.
- إجراء دراسات تتناول تأثير الألوان والخطوط على العمليات الإدراكية.
- إجراء دراسات تتناول تأثير مختلف العوامل والمتغيرات المرتبطة بالتصميم مثل التفاعلية والترابطية النصية على العمليات الإدراكية.



## مراجع الدراسة

- ١- أبو الحسن راشد علي، (٢٠١٨)، أساليب تصميم الصحف الرياضية المتخصصة وانعكاساتها على تذكر المضامين المصاحبة لها - "دراسة تحليلية وشبه تجريبية"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام، قسم الإعلام الإلكتروني).
- ٢- أميمة أحمد عوض، (٢٠٢٢)، التصميم المتجاوب مع محتوى المواقع الإخبارية وأثره على تفاعلية المستخدمين معها: دراسة شبه تجريبية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام، قسم الإعلام الإلكتروني).
- ٣- هاني إبراهيم السمان، (٢٠١٩)، العوامل التقنية المؤثرة في أساليب تصميم الصفحة الرئيسية للبوابة الإخبارية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بانتباه الجمهور وتذكره للأخبار- دراسة تحليلية وشبه تجريبية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام).
- ٤- عبد الله عبد الرحيم، (٢٠١٨)، تأثير الرؤية المنظورية على إدراك العناصر المرئية الثابتة والمتحركة في الصحف الإلكترونية العربية - "دراسة شبه تجريبية" رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام، قسم الإعلام الإلكتروني).
- ٥- عبد الله عبد الرحيم، منال أبو المجد، (٢٠٢٠)، التوجيه البصري وأثره على إدراك المضمون الإخباري في المواقع الصحفية -دراسة شبه تجريبية"، مجلة البحوث الإعلامية، (جامعة الأزهر - العدد ٥٤ يوليو)
- ٦- هيثم جودة محمد مؤيد، (٢٠١٠)، تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية، لدي عينة من طلاب الجامعة: في إطار نظرية تمثيل المعلومات، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام).
- ٧- عادل محمد العدل، (٢٠١٠) العمليات المعرفية وتجهيز المعلومات، القاهرة، دار الكتاب الحديث

1. Schenck, C. M. (2013). Visual perception. Occupational Therapy for Children. sixth ed. Mosby Inc, 373-403.

