

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / محمد المحرصاوي

رئيس التحرير: أ.د / عبد الصبور فاضل

مديرا التحرير: أ.د / أحمد أحمد زارع  
د / عبد العظيم خضر

سكرتير التحرير: د / محمد عبد الحميد

المراسلات  
توجه المراسلات باسم سكرتير التحرير على العنوان الآتي:  
القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦  
أو على الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

السعر للنسخة الواحدة  
داخل جمهورية مصر العربية ٧٥ جنيهاً مصرياً  
خارج جمهورية مصر العربية ٤٠ دولاراً أمريكياً

تنفيذ وإخراج: محمد كامل - المدرس المساعد بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة الأزهر

العدد الثامن والأربعون / الجزء الثاني / المحرم ١٤٣٩هـ - أكتوبر ٢٠١٧م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

## الهيئة العلمية

- أ.د. / علي عجوة
- أ.د. / محمود يوسف
- أ.د. / نجوى كامل
- أ.د. / محمد معوض
- أ.د. / جمال النجار
- أ.د. / حسن على
- أ.د. / سامي الشريف
- أ.د. / عبد الصبور فاضل
- أ.د. / فوزي عبد الغني
- أ.د. / شريف اللبان
- أ.د. / خالد صلاح الدين
- أ.د. / عرفة عامر
- أ.د. / حنان جنيد
- أ.د. / إيناس أبو يوسف
- أ.د. / سلوى العوادلي.
- أ.د. / عبد الرحيم درويش
- أ.د. / رزق سعد
- أ.د. / محمود عبد العاطي

## قواعد النشر

- تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .... ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها .... وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## محتويات العدد

- ٣٤٩ ■ ثقافة السلام في نصوص مسرح الطفل العربي «دراسة تحليلية»  
- د/ عمرو نحلة
- ٣٩٣ ■ اتجاهات النخبة الإعلامية الأكاديمية نحو تأثير مواقع التواصل  
الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية - د/ محمد هاشم
- ٤٣٥ ■ التفاعلية بين كُتاب المقالات الصحفية وقرائهم «دراسة تحليلية  
لعينة من المقالات المنشورة على المواقع الالكترونية للصحافة  
المصرية»  
- د/ عبدالحفيظ درويش
- ٤٦٥ ■ العلاقة بين ممارسة طلاب التدريب الميداني للأنشطة الإعلامية  
المدرسية واتجاهاتهم نحو مهنة أخصائي الإعلام التربوي «دراسة  
ميدانية»  
- د/ وائل مخيمر
- ٥٠٩ ■ تأثير التابلت في تنمية المهارات التعليمية والتربوية لطلاب التعليم  
الأساسي- دراسة تطبيقية على طلاب الصفين الرابع والخامس  
الابتدائيين - د/ شيرين البحيري
- ٥٤١ ■ أنشطة العلاقات العامة الإلكترونية الجامعية في الفيس بوك  
وعلاقتها بثقة الطلاب في جامعاتهم - د/ محمد طاحون
- ٥٧١ ■ دور إذاعات الF.M في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول  
الأمّن الاجتماعي - د. ابتسام محمود محمد علي
- ٦٢٣ ■ بحوث ضمن متطلبات الدكتوراه:.  
■ خصائص المتابعة الإخبارية عبر منصات الهاتف المحمول لدى كبار  
السن «دراسة ميدانية»  
- أ/ نهاد محمد

- ٦٥٩ ■ استخدام الطلاب لصفحات الجامعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمصداقيتها لديهم - أ/ كريم العداوي
- 

○ ملخصات رسائل دكتوراه:

- ٦٩١ ■ الأطر الصحفية للتغطية الإخبارية للتيارات السياسية المصرية وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري ، دراسة تطبيقية في الفترة من يوليو ٢٠١٢م إلى يونيو ٢٠١٥م - د/ محمد عبد الحميد
- 

- ٦٩٩ ■ تصميم المواقع الإخبارية العربية والأجنبية وعلاقته بتفضيلات مستخدمي الإنترنت «دراسة تطبيقية» - د/ مصطفى علوان
- 

- ٧٠٩ ■ طر التغطية الصحفية لأحداث العنف السياسي في مصر وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الجمهور المصري «دراسة تطبيقية» - د/ سامح عبدالغني

## «تصميم المواقع الإخبارية العربية والأجنبية وعلاقته بتفضيلات مستخدمي الإنترنت، دراسة تطبيقية».

الدرجة العلمية: الدكتوراه

اسم الباحث: مصطفى شكري محمد علوان

درجة المنح: مرتبة الشرف الأولى، مع التوصية بالطبع والتبادل مع الجامعات المصرية

جهة المنح: كلية الإعلام - جامعة الأزهر

سنة المنح: ٢٠١٧ م.

تقع الرسالة في (٢٨٢) صفحة من القطع الكبير وتنقسم إلى خمسة فصول، إضافة إلى النتائج العامة والتوصيات ومراجع وملاحق الدراسة.

في ظل التزايد المتنامي للمواقع الإخبارية بشكل يومي على شبكة الإنترنت، بات ضرورياً وضع آلية لتمييز المواقع الجيدة عن تلك المواقع التي تعاني من مشاكل تؤثر بالسلب في تفضيلات المستخدم لها، ومع تباين ترتيب تلك المواقع ومدى إقبال الجمهور عليها - كما تعكس إحصائيات محركات البحث وموقع أليكسا- بالرغم من استخدامها لتقنيات متشابهة إلى حد كبير واعتمادها على ملامح مقاربية - يتبادر إلى الذهن بعض الأسئلة عن كيفية اعتماد أساليب التصميم في تلك المواقع، وهل يتوافق تصميم تلك المواقع مع رغبات وميول وأذواق المستخدمين؟

مشكلة الدراسة:

تمثلت المشكلة البحثية في معرفة أوجه التشابه أو الاختلاف في تصميم المواقع الإخبارية العربية والأجنبية، ومدى استفادة كل منهما من الإمكانيات التي تتيحها شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى معرفة مدى التوافق أو التباين بين تفضيلات المستخدمين العرب والأجانب لتصميمات المواقع الإخبارية.

أهداف الدراسة:

انطلاقاً من المشكلة البحثية سعت الدراسة إلى تحقيق هدفين رئيسيين هما:

الهدف الأول:

تحليل المواقع الإخبارية - عينة الدراسة - والتعرف على تصميم الشكل الخاص بها، من خلال التعرف على كيفية استخدام المواقع الإخبارية - محل الدراسة - لكل من العناصر

التصميمية التقليدية والتكنولوجية والتفاعلية في الصفحة الرئيسية، ورصد مدى استخدام مواقع الدراسة للعناصر التصميمية التفاعلية التي تتيحها شبكة الإنترنت.

### الهدف الثاني:

رصد وتحليل تفضيلات مستخدمي الإنترنت لتصميم المواقع الإخبارية، من خلال التعرف على تفضيلات مستخدمي الإنترنت لأساليب تصميم الصفحة الرئيسية بالمواقع الإخبارية، ورصد وتحليل تفضيلات مستخدمي الإنترنت لكل من العناصر التقليدية والتكنولوجية المستخدمة في تصميم الصفحة الرئيسية بالمواقع الإخبارية.

### تساؤلات الدراسة:

قام الباحث بتقسيم التساؤلات على النحو التالي:

#### أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

١. ما الأساليب التي تستخدمها المواقع الإخبارية في تصميم الصفحة الرئيسية؟
٢. كيف تستخدم المواقع الإخبارية - محل الدراسة - العناصر البنائية التقليدية والتكنولوجية في تصميم الصفحة الرئيسية؟
٣. ما مدى قيام مواقع الدراسة بتحديث المحتوى ودعم التحديث التلقائي؟
٤. إلى أي مدى يوجد اتفاق أو اختلاف بين تصميم الصفحة الرئيسية بالمواقع الإخبارية عينة الدراسة؟

#### ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

١. ما تفضيلات مستخدمي الإنترنت تجاه أساليب تصميم الصفحة الرئيسية بالمواقع الإخبارية؟
٢. كيف يفضل متصفحو المواقع الإخبارية استخدام العناصر البنائية التقليدية والتكنولوجية في تصميم الصفحة الرئيسية؟
٣. ما تفضيلات مستخدمي المواقع الإخبارية لاستخدام اللون مع العناصر التصميمية المختلفة كأحد عناصر جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بمحتويات الموقع؟
٤. ما تفضيلات المستخدمين للأشكال التفاعلية في الصفحة الرئيسية؟

### نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث تستهدف رصد وتوصيف السمات والخصائص التصميمية المميزة للمواقع الإخبارية العربية والأجنبية - عينة الدراسة- بالإضافة

إلى وصف تفضيلات الجمهور لتصميمات هذه المواقع.

منهج الدراسة: اعتمد الباحث في دراسته على:

١. منهج المسح الإعلامي «Survey Method»: ويتمثل في إطار هذه الدراسة بنوعيه

كما يلي:

أ - مسح الوسيلة الإعلامية.

ب- مسح الجمهور.

ب- الأسلوب المقارن.

أدوات جمع البيانات:

قام الباحث بالاعتماد على الأدوات الآتية في جمع البيانات:

٢. استمارة تحليل الشكل «Form Analysis»:

٣. المقابلة «Interview»: ويمكن تقسيمها إلى:

المقابلة المقتنة «Structured Interview»:

استخدم الباحث هذه الأداة من خلال إعداد «استمارة مقابلة شخصية»، ساعدت الباحث في إجراء العديد من المقابلات مع بعض مسئولي المواقع الإخبارية العربية والأجنبية، وتتنوعت تلك المقابلات ما بين مقابلات شخصية وجهًا لوجه أو عبر الهاتف أو من خلال التواصل عبر الفيس بوك أو الإيميل، كما استخدم الباحث تلك الأداة مع صحيفة الاستقصاء "Questionnaire"، باعتبارها أداة بحثية مناسبة لجمع البيانات من مفردات عينة الدراسة المتمثلة في الجمهور المستخدم للمواقع الإخبارية، وذلك لمعرفة تفضيلاتهم المختلفة لتصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية ومدى رضاهم عنها وغيرها من التساؤلات، وقام الباحث بتصميم صحيفة استقصاء تضم عددًا من الأسئلة التي تسعى إلى تحقيق أهداف الدراسة الميدانية، ونظرًا لطبيعة الدراسة وارتباطها بالتصميم وما يتعلق به من نماذج متعددة تخص العناصر المتنوعة من «ألوان، صور، رسوم، حروف، إعلانات، أيقونات، وسائط متعددة، خدمات تفاعلية...».

المقابلة غير المقتنة «Unstructured Interview»:

استخدم الباحث المقابلة غير المقتنة مع العديد من مصممي المواقع الإلكترونية بهدف الاستفسار عن العديد من الجوانب المتعلقة بتصميم المواقع، والتعرف على الدورات الخاصة بتصميم وبرمجة وتطوير المواقع الإلكترونية التي ينبغي على الباحث تعلمها حتى يستطيع التعامل مع الأكواد الخاصة بتصميم تلك المواقع.

## ١. أدوات تحليل لغة المصدر «Source Language»:

يُقصد بأدوات تحليل لغة المصدر تلك الأدوات التي يتم من خلالها معرفة البرامج والأكواد المستخدمة في تصميم صفحة الويب، وذلك للتعرف على العناصر التي يستخدمها المصمم في بناء الموقع الإخباري والتي لا يظهر للمستخدم إلا أثرها.

## ٢. مجموعات النقاش المركزة «Focus Group Discussion»:

قام الباحث بعقد خمس مجموعات نقاش مركزة خلال فترة الدراسة، تم عقد الأولى بموقع «اليوم السابع»، والثانية بمقر موقع «اليمين العربي»، والثالثة بمقر موقع «الفجر»، والرابعة في إحدى الشركات الخاصة بتصميم وبرمجة المواقع الإلكترونية، والخامسة عبر برنامج سكايب «Skype».

مجتمع الدراسة، ويشتمل على:

أولاً: مجتمع الدراسة التحليلية: يتمثل في المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت.  
ثانياً: مجتمع الدراسة الميدانية: يتمثل في جمهور المستخدمين للمواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت.

عينة الدراسة، وتشتمل على:

أولاً: عينة الدراسة التحليلية: تم تحديد أربعة مواقع إخبارية عربية وأجنبية اختيرت حسب معدل الزيارة محلياً وعالمياً، واستعان الباحث بمحرك البحث "Google" للوصول إلى أسماء وروابط المواقع، ثم استخدم موقع "Alexa" لرصد معدل تصفحها لمعرفة أكثرها استخداماً، وتم اختيار هذه المواقع بطريقة عمدية لورودها ضمن قائمة المواقع الأكثر شعبية عالمياً "The most popular Sites on the World" بحسب إحصائيات "Alexa"، بالإضافة إلى صدارتها بين المواقع الإخبارية الأخرى محلياً، وعليه تمّ التوصل إلى عينة الدراسة التي تمثلت في مواقع «اليوم السابع، سبق، النيويورك تايمز، الجارديان».

ثانياً: عينة الدراسة الميدانية:

قامت الدراسة بتحليل آراء وتفضيلات عينة من المستخدمين الفعليين للمواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، وذلك من خلال عينة عشوائية من مختلف الأعمار يبلغ عددها (٤٠٠ مفردة)، تم فيها مراعاة المتغيرات الديموجرافية والتي تمثلت في «الجنسية، النوع، السن، المؤهل الدراسي».

الحدود الزمنية للدراسة:

تحددت الفترة الزمنية للدراسة التحليلية بعام واحد يبدأ من (١) يناير (٢٠١٦م) حتى



(٣١) من ديسمبر (٢٠١٦م)، ويرجع السبب في ذلك إلى أنّ مجتمع الدراسة يتصف بالتحديث والتجديد المستمر نتيجة تطور أساليب التصميم الإلكتروني المستخدمة في مواقع الإنترنت، فما هو قبل عام أصبح قديماً في مجال التكنولوجيا الإلكترونية.

### أهم نتائج الدراسة:

#### ❖ اللغة المستخدمة:

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أنّ موقع «النيويورك تايمز» كان الأكثر تميّزاً من ناحية تعدد اللغات، حيث أتاح إمكانية التصفح بثلاث لغات: «الصينية، الأسبانية، الإنجليزية»، تلاه موقع «الجارديان» الذي اقتصر على استخدام اللغة الإنجليزية، ولكنه أتاح تنوع المحتوى وفقاً للجمهور الموجه إليه، بينما اقتصر موقعا «اليوم السابع» و «سبق» على اللغة العربية فقط، مما يعكس عدم اهتمام هذين الموقعين بالجمهور الخارجي غير الناطق باللغة العربية والاقتصار على الجمهور المحلي والعربي.

#### ❖ مكان اسم الموقع:

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية تفاوتاً بين المواقع الأربعة من ناحية مكان وتكرار اسم الموقع، ففي حين قامت مواقع «اليوم السابع» و «سبق» و «الجارديان» بكتابة اسم الموقع أعلى يمين الصفحة، تم وضع اسم موقع «النيويورك تايمز» منتصف أعلى الصفحة، وقامت مواقع «اليوم السابع» و «سبق»، و «النيويورك تايمز» بكتابة اسم الموقع أعلى وأسفل الصفحة، بينما اكتفى موقع «الجارديان» بكتابة اسم الموقع أعلى الصفحة فقط، وأظهرت نتائج الدراسة الميدانية تفاوتاً بين تفضيلات المبحوثين تجاه مكان وتكرار اسم الموقع، ويرى الباحث أنّ مكان اسم الموقع يتأثر بطبيعة اللغة المستخدمة، سواء أكانت لغة عربية أم أجنبية، حيث يتلاءم أعلى يمين الصفحة مع المواقع العربية، بينما يتلاءم أعلى يسار الصفحة مع المواقع الأجنبية، وذلك وفقاً لمسار رؤية العين لدى القارئ العربي والأجنبي.

#### ❖ مساحة الصفحة الرئيسية: أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أنّ موقع «سبق» هو

الأطول بين مواقع الدراسة، وجاء موقع «اليوم السابع» في المرتبة الثانية، واحتل موقع «الجارديان» المرتبة الثالثة، في حين جاء موقع «النيويورك تايمز» في المرتبة الأخيرة، وتميز موقع «الجارديان» بإتاحة دمج أجزاء من الصفحة الرئيسية من خلال أمر «Show & Hide»، بحيث يتمكن مستخدم الموقع من إخفاء الأجزاء التي لا يريد قراءتها أو الاطلاع عليها.

#### ❖ أساليب تصميم الصفحة الرئيسية:

أولاً: أساليب عرض قوائم التحوّل: اعتمدت كل من مواقع «اليوم السابع» و «النيويورك

تايمز» و«الجارديان» أسلوب «أعلى وأسفل الصفحة الرئيسية» لعرض قوائم التجوال، بينما اقتصر موقع «سبق» على أسلوب عرض قوائم التجوال «أعلى الصفحة فقط»؛ وأظهرت نتائج الدراسة الميدانية تفضيل المبحوثين لوضع قوائم التجوال أعلى الصفحة فقط، وذلك في المرتبة الأولى، تلاه موضع «أعلى وأسفل الصفحة»، ثم موضع «بمين الصفحة»، وجاء موضع «يسار الصفحة» في المرتبة الأخيرة.

ثانياً: أساليب عرض الموضوعات: استخدمت مواقع «اليوم السابع، النيويورك تايمز، الجارديان» «الأسلوب المختلط» في عرض الموضوعات بنسبة مئوية بلغت (١٠٠٪)، في حين اعتمد موقع «سبق» على أكثر من أسلوب. وبالنسبة لتفضيلات المبحوثين لأسلوب عرض الأخبار والموضوعات، احتل «الأسلوب المختلط» المرتبة الأولى، وجاء أسلوب الكتلة في المرتبة الثانية، بينما جاء أسلوب البوابة في المرتبة الأخيرة؛ وبالنظر للنتيجة السابقة يتبين أن أسلوب عرض الموضوعات بالصفحات الرئيسية لمواقع «اليوم السابع، النيويورك تايمز، الجارديان» جاء متوافقاً مع تفضيلات غالبية المبحوثين، بخلاف موقع «سبق» فاعتمد على أسلوب «البوابة، المختلط» أثناء فترة الدراسة.

❖ الخطوط المستخدمة في كتابة العناوين والتمن بالصفحة الرئيسية: أظهرت نتائج الدراسة التحليلية تبايناً بين المواقع بالنسبة لنوع وعدد الخطوط المستخدمة في كتابة العناوين والتمن، كما أظهرت الدراسة الميدانية وجود تماثل بين تفضيلات المبحوثين من الجنسيات الأربع بالنسبة للخطوط "Times New Roman"، Helvetica، Arial، حيث احتل خط "Arial" المرتبة الأولى، وخط «Helvetica» المرتبة الثانية، وخط "Times New Roman" المرتبة الثالثة، ومن ثم ينبغي على مصممي المواقع الإخبارية مراعاة ذلك عند وضع قائمة للخطوط المستخدمة في كتابة العناوين في الصفحة الرئيسية للمواقع الإخبارية، وبناءً على ما سبق يتضح أن موقع «اليوم السابع» الأكثر موافقة لتفضيلات الجمهور تجاه الخط المستخدم في كتابة العناوين والتمن.

❖ التأثيرات المصاحبة لإبراز العناوين بالصفحة الرئيسية: استخدمت المواقع الإخبارية العديد من الوسائل لإبراز العناوين، وأظهرت البيانات أن «اليوم السابع» كان الأكثر استخداماً للتأثيرات المستخدمة لإبراز العناوين، واتضح أن غالبية المبحوثين تفضل استخدام تأثيرات في كتابة العناوين في الصفحة الرئيسية، واحتل استخدام الحروف السوداء «**Bold**» مع العناوين المرتبة الأولى، ومن ثم ينبغي على مصممي المواقع الإخبارية عدم الإكثار من استخدام الحروف المائلة أو وضع خط «**Under Line**» مع العناوين، مع مراعاة الإكثار من استخدام خاصية الحروف السوداء «**Bold**».

❖ التأثيرات المصاحبة لإبراز المتن: استخدمت المواقع الإخبارية أكثر من وسيلة لإبراز

المتن، وكان «اليوم السابع» الأكثر استخدامًا لتأثيرات مصاحبة لإبراز المتن، وجاء موقع «الجارديان» في الترتيب الثاني، وجاء موقع «سبق» في المرتبة الثالثة، بينما احتل موقع «النيويورك تايمز» المرتبة الأخيرة.

❖ **استخدام الألوان في العناوين:** اعتمد موقع «اليوم السابع» على أربعة ألوان مرتبين تصاعديًا على النحو التالي: «الرمادي، الأحمر، الأبيض، الأسود»، واستخدم موقع «سبق» أربعة ألوان مرتبين تصاعديًا على النحو التالي: «الأبيض، الأسود، الأزرق، الرمادي»، واستخدم موقع «النيويورك تايمز» ثلاثة ألوان مرتبين تصاعديًا على النحو التالي: «الأزرق، الرمادي، الأسود»، وكان «الجارديان» الأكثر استخدامًا للألوان، فاستخدم ستة ألوان، واعتمد على لون واحد في بعض العناوين وعلى لونين مختلفين في عناوين أخرى، وجاء اللون «الأزرق» في المرتبة الأولى.

❖ **الإعلانات في المواقع الإخبارية:** أظهرت نتائج الدراسة التحليلية تباينًا واضحًا في عدد ومساحة الإعلانات في الصفحة الرئيسية لكل موقع، فاحتل موقع «اليوم السابع» الترتيب الأول، تلاه موقع «النيويورك تايمز»، وجاء موقع «الجارديان» في الترتيب الثالث، بينما كان موقع «سبق» الأقل بالنسبة لعدد الإعلانات. وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن تفضيلات المبحوثين لموضع الإعلانات في الصفحة الرئيسية يتجه في المرتبة الأولى نحو أسفل الصفحة، يلي ذلك «الهامش الأيسر» في الصفحة ثم «الهامش الأيمن». وبناءً على ما سبق فإن أفضل الأماكن لموضع الإعلانات تتمثل في: «أسفل الصفحة» ثم «الهامش الأيسر» ثم «الهامش الأيمن» ثم «أعلى الصفحة» ثم «يمين الصفحة» ثم «يسارها» ثم «وسط الصفحة».

❖ **الوسائط المتعددة:** تباينت مواقع الدراسة في استخدام عناصر الوسائط المتعددة التي تشمل ملفات «الفيديو، الصوت، الصور، الرسوم المتحركة»، ويلاحظ من نتائج الدراسة التحليلية عدم استخدام موقع «اليوم السابع، سبق» للملفات الصوتية، بينما لا تخلو الصفحة الرئيسية لموقع «النيويورك تايمز» من وجود مساحة ثابتة بشكل يومي مخصصة لملفات الصوت؛ كما خصص موقع «الجارديان» قسمًا خاصًا للملفات الصوتية تحت عنوان «Audio»، إضافة إلى انفراد الموقع وتمييزه بإمكانية سماع كافة المواد التحريرية المكتوبة في الصفحة الرئيسية من خلال خاصية «Read it to me».

وكشفت نتائج الدراسة عدم استخدام موقع «اليوم السابع، سبق» لملفات الفيديو، بينما تميز موقع «النيويورك تايمز» بوجود مكان ثابت مخصص لمواد الفيديو تحت عنوان «TIMESVIDEO»، وتكرر الأمر ذاته مع موقع «الجارديان»، حيث خصص مكانًا لملفات الفيديو بشكل دائم تحت عنوان «Videos»، بالإضافة إلى اعتماد الموقع على تقنية

## العرض المباشر "Live".

❖ **الخدمات والأدوات التفاعلية:** تشير نتائج الدراسة التحليلية إلى تفاوت بين المواقع، حيث تميّز كل من موقعي «النيويورك تايمز»، و«الجارديان» بإتاحة خدمات تفاعلية مع المستخدم لم تتوفر في موقعي «اليوم السابع»، و«سبق»، وهو ما يؤكد اهتمام المواقع الأجنبية لهذا البعد التفاعلي بينها وبين المستخدم، ويزيد من الانتماء للموقع والتفاعل معه.

❖ **تحديث الموقع:** تشير النتائج التحليلية إلى حرص مواقع الدراسة على تحديث أخبارها بشكل لحظي، كما تشير إلى تميّز كل من موقعي «النيويورك تايمز»، و«الجارديان» بدعمهما لتحديث الموقع تلقائياً، خلافاً لموقعي «اليوم السابع»، و«سبق»، وأثارت خاصية دعم التحديث التلقائي استحسان جميع المبحوثين المشاركين في حلقات النقاش المركزة التي أجراها الباحث، لكونها تؤدي إلى تحديث الصفحة الرئيسية دون تدخل من قبل المستخدم لعمل تنشيط «Rifresh» للصفحة، ومن ثمّ تظهر الأخبار والمواد الإعلامية تلقائياً أمام المستخدم بمجرد النشر على الموقع.

## القواعد الإرشادية المقترحة عند تصميم موقع إخباري:

قام الباحث بتقديم مجموعة من القواعد الإرشادية؛ والتي تقود لتصميم مواقع تلقى رضا المستخدم، وذلك على النحو التالي:

١. **مساحة الصفحة الرئيسية:** ضرورة إتاحة مصممي المواقع الإخبارية خاصية « تعديل خيارات العرض» أمام المستخدم، بحيث يتمكن « تفاعلياً» من حجب أو عرض «Show & Hide» أي جزء من الصفحة الرئيسية، ومن ثمّ لا يشعر بالملل من ارتفاع الصفحة أثناء التصفح.

## ٢. أساليب تصميم الصفحة الرئيسية:

- يُفضّل ثبات قائمة التجوال العلوية أثناء التصفح، والاكتفاء بوجود قائمة التجوال أعلى الموقع لعدم الحاجة إليها أسفل الموقع نتيجة لظهورها باستمرار أمام المستخدم وللتقليل من حجم الموقع.
- تصميم قائمة التجوال الرئيسية أعلى الصفحة الرئيسية بصورة أفقية، والاعتماد على أسلوب الوصلات المنسدلة بشكل رأسي.
- عرض الموضوعات وفقاً للأسلوب المختلط، حيث يعد الأنسب لطبيعة المواقع الإخبارية.

## ٣. العناصر البنائية التقليدية:

- استخدام أحجام حروف في الفئة من (١٦) حتى (٢٠) بيكسل، وذلك في عناوين

الصفحة الرئيسية، واستخدام أحجام حروف فى الفئة من (١٣) حتى (١٦) بيكسل فى المتون.

- استخدام الحروف السمكة «Bold» فى كتابة العناوين، مع تجنب استخدام الحروف المائلة أو الحروف السمكة أو التى تحتها خط فى كتابة النصوص.

- استخدام خطوط «Helvetica»، TimesNew Roman، Arial، فى كتابة العناوين والنصوص.

- استخدام الحروف السوداء أو الملونة القائمة على أرضية بيضاء فى العناوين، واستخدام الحروف السوداء على أرضية بيضاء فى المتون.

- التوسع فى استخدام الصور والرسوم ثلاثية الأبعاد «3D» فى الرسوم التوضيحية والإنفوجرافيك، لأنها تُظهر العناصر المرئية بصورة أكثر واقعية من الصور والرسوم ثنائية الأبعاد«2D».

#### ٤. العناصر البنائية التكنولوجية:

- إتاحة عرض الملفات الصوتية وملفات الفيديو على الصفحة الرئيسية، مع إمكانية تحميلها.

- التوسع فى استخدام خدمة البث المباشر، مع تخصيص مكان لعرض ملفات الفيديو«ألبوم فيديو» حتى يتمكن المستخدم من رؤية أكبر عدد منها دون الدخول للصفحات الداخلية للموقع.

- الاستفادة من استخدام ملفات الفيديو بجانب النص التحريري المنشور فى الصفحة الرئيسية، من أجل توسيع دائرة المعالجة الصحفية خارج إطار النص والاعتماد على التأثيرات البصرية.

#### ٥. الألوان:

- توظيف اللون الأبيض داخل الصفحة حيث يُعد **الأفضل** كخلفية للنصوص، وتوظيف الألوان غير الداكنة فهي مريحة للعين.

- التأكد من وجود قدر كاف من التباين بين لون الأرضية والعناصر الأخرى بما يحقق وضوحها.

- عدم الإكثار من استخدام الألوان التى تؤدى إلى وجود تباين لوني سلبي بين النص والخلفية.

- تجنّب استخدام الألوان القياسية الخاصة بالوصلات النشطة وهى: «الأزرق، الأحمر، البنفسجى» فى النص، لأنّ استخدامها يحمل دلالة على اعتبار النص وصلة نشطة

يمكن للمستخدم الضغط عليها.

- يفضل عدم تجاوز الألوان المتعارضة مثل: «اللون الأخضر، والأزرق» لأنَّ العين البشرية لن تُميِّز درجات تلك الألوان بشكل صحيح، كما يُفضَّل ألا يقل عدد الألوان بالموقع عن ثلاثة وألا يزيد عن خمسة، لأنَّ استخدام الكثير منها قد يوحي بعدم النظام في تصميم الموقع.

#### ٦. الإعلانات:

- عدم الإكثار من الإعلانات بالصفحة الرئيسية، حتى لا يحدث تشتت للمستخدم أثناء التصفح.
- أفضل الأماكن لوضع الإعلانات بالصفحة الرئيسية: «أسفل الصفحة» ثم الهامش الأيسر ثم الهامش الأيمن ثم أعلى الصفحة ثم يمين الصفحة ثم يسارها ثم وسط الصفحة.

#### التوصيات:

١. ضرورة قيام مسؤولي المواقع الإخبارية بتعديل تصميمها وفقاً لتفضيلات القراء التي أظهرتها نتائج الدراسة، لتتال المواقع رضا مستخدميها.
٢. ضرورة تنوع لغة المواقع الإخبارية - خاصة العربية والمصرية - وذلك من خلال إتاحة ظهورها بلغات أخرى غير اللغة الأم أمام المستخدم، لانتقاء صفة المحلية عن تلك المواقع وإتاحتها للمتلقي في أي بقعة في العالم، من خلال الوسيط - الإنترنت - الذي تستخدمه، وهو متاح ومفتوح لكل دول العالم ويمكن الوصول إليه بسهولة.
٣. أهمية استفادة المواقع الإخبارية - خاصة العربية - من التقنيات الحديثة في عالم تصميم الويب، ومن أهمها التصميم التفاعلي «**Responsive Web Design**» والذي يتفاعل مع مقاسات الشاشات المختلفة، بحيث يتواءم تصميم المواقع مع المقاسات المختلفة لكافة شاشات الأجهزة، وذلك من خلال تصميم يعتمد على النسبة المئوية للشاشة، أي كلما قل حجم الشاشة يصغر التصميم بما يتناسب معها خاصة مع انتشار أجهزة «**Smart Phone**».
٤. يُفضَّل ثبات تصميم الموقع الإخباري لفترات طويلة نسبياً، حيث يعطي الثبات طابعاً خاصاً للموقع يُميِّزه عن غيره من المواقع الأخرى.
٥. الاهتمام بالرسائل التي تصل إلى إدارة الموقع من قِبل المستخدمين والرد على تساؤلاتهم، لينال رضاهم وشعورهم باهتمام إدارة الموقع بهم.

## Rules of Publishing



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

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

# Mass Communication Research

A Scientific Journal Issued by Al-Azhar University

---

**Chairman of Board of Directors** Prof. Dr. Mohamed El mahrasawy

---

**Editor- in- chief** Prof. Dr. Abd El Sabour Fadel

---

**Managing Editors** Prof. Dr. Ahmed Ahmed Zaree  
Prof. Dr. Abd El Azeem Khedr

---

**Editorial Secretary** Dr. Mohamed Abd El Hameed

---

## Correspondences

should be sent to the editorial secretary on the following address:  
Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.  
Telephone Number: 0225108256  
Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

---

## Price for copy

Inside A.R.E. 75 Egyptian Pounds  
Outside A.R.E. 40 American Dollars

---

Designed by : Mohammed Kamel – Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

● Issue 48 October 2017 – part 2

● International Standard Book Number ISBN 6555