



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية

دراسة تحليلية ميدانية على عينة من المستخدمين

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الصحافة المطبوعة والإلكترونية

إشراف

أ.د. فضيلة تومي

إعداد الطالب

محمد إسلام مأمون

السنة الجامعية: 1445 - 1444 هـ / 2023 - 2024م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَقَالَ
رَبِّهِمْ
عَلَيْهِمْ

صدق الله العلي العظيم
سورة طه: من الآية 114

شُكْرٌ وَعِرفَانٌ

إن الحمد لله أولاً وأخيراً أما بعد:

لا يسعني إلا أن أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير والاحترام والعرفان،
للأستاذة الدكتورة فضيلة تومي، التي هي خير قدوة لي ولجميع زملائي الأفاضل،
فكلي فخر واعتزاز لأشرفكم على هذا العمل ومتابعته عن كثب بفائق العناية
والتركيز والتمعن في كل حيثياته وإعطاء التوجيهات العلمية والمنهجية الدقيقة
والقيمة التي أثرت الموضوع، وممتن جداً لفضلكم الكبير في رسم ملامح هذه
الدراسة، فالشكر والتقدير الكبير كله لكم.

محمد إسلام

إهداء

إلى أعلى ما في الوجود أبي وأمي الكريمين.

إلى كل عائلتي الصغيرة والكبيرة فردا فردا.

إلى كل الأصدقاء والزملاء بالدفعة.

إلى كل من أحب بكل ما تحمله الكلمة.

أهدي ثمرة هذا الجهد.

محمد إسلام

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى رصد العلاقة بين الأساليب الإخراجية المستخدمة في الصحف الإلكترونية الجزائرية وأهم الفروق التصميمية بينها، وبين مقروئية الطلاب الجامعيين لمضامينها، من خلال الوقوف على أهم العناصر التيبوغرافية التقليدية والإلكترونية المستخدمة في إبراز المضامين من ألوان وصور، خطوط، أشكال، نصوص فائقة، وسائط متعددة، وفواصل وغيرها، والتي تؤثر بشكل مباشر في جذب انتباه المستخدم نحو المضامين المقدمة ومدى رضاه عليها.

وتأتي هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح، واعتمدت على أداتين أساسيتين لجمع البيانات هما: تحليل المضمون (كيف قيل) لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية الأربع (الشعب أونلاين، سبق برس، الجزائر الآن، competition)، الاستبانة لعينة طلبة كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة صالح بونيندر قسنطينة3.

واعتمد الباحث على عينة عشوائية منتظمة من صحف الدراسة وفقا لأسلوب الدورة، لمدة ثلاثة أشهر متوالية من 01 جانفي إلى 30 مارس 2023، بالإضافة إلى عينة قصدية، متمثلة في طلبة كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة3 قوامها 388.

وقد خلصت الدراسة التحليلية إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن كل من مواقع صحف "الشعب أونلاين" و"الجزائر الآن" و"competition" يعتمدون على أسلوب البوابة في إخراج الصفحة الرئيسية لمواقعهم، بينما يعتمد موقع صحيفة "سبق برس" على الأسلوب المختلط، بالإضافة إلى تفرد موقعي صحفيتي "الشعب أونلاين" و"سبق برس" بتوفير خدمات تفاعلية للمستخدمين كالتعليق على المضامين ومشاركتها وحتى طباعتها.

وخلصت الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن أغلب الطلاب المبحوثين يكتفون بالصفحة الأولى لموقع الصحيفة بتكرار 104 وبنسبة بـ 33.4%، وأكثر ما يجذبهم أسلوب عرض الموضوعات بتكرار بلغ 83 وبنسبة فاقت 26.7%. كما أن تأثير مستوى الإخراج على تفاعلهم مع المضامين بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.65)، بانحراف معياري مقداره (0.19).

الكلمات المفتاحية: الإخراج الإلكتروني، الصحافة الإلكترونية، المضامين الصحفية، المستخدمين.

Study Summary:

The study aimed to monitor the relationship between the directorial methods used in Algerian electronic newspapers and the most important design differences between them, and the readability of university students to their contents, by identifying the most important traditional and electronic typographical elements used to highlight the contents of colors, images, lines, shapes, supertexts, multimedia, separators and others, which directly affect the user's attention towards the contents provided and the extent of his satisfaction with them.

This study comes within the framework of descriptive studies, using the survey methodology, and relied on two main tools for data collection: content analysis (how it was said) for the websites of the four Algerian newspapers (Al-Shaab Online, Sabq Press, Algeria Now, competition), and the questionnaire for a sample of students of the Faculty of Media, Communication and Audio-visual at the University of Saleh Boubneder Constantine 3.

The researcher relied on a regular random sample of study newspapers according to the course method, for a period of three continuous months from January 01 to March 30, 2023, in addition to an intentional sample, represented by students of the Faculty of Information, Communication and Audio-visual at the University of Constantine3 consisting of 388.

The analytical study concluded a set of results, the most important of which are: that each of the websites of the newspapers "Al-Shaab Online", "Algeria Now" and "Competition" rely on the portal method in producing the home page of their sites, while the website of "Sabq Press" newspaper relies on the mixed method, in addition to the uniqueness of the websites of the newspapers "Al-Shaab Online" and "Sabq Press" by providing interactive services to users such as commenting on content, sharing and even printing content.

The field study concluded with a set of results, the most important of which are: that most of the students surveyed are satisfied with the front page of the newspaper's website with a frequency of 104 and a rate of 33.4%, and what attracts them the most is the style of presenting the topics with a frequency of 83 and a rate of more than 26.7%. The effect of the output level on their interaction with the content was the average calculation of the answers (2.65), with a standard deviation of (0.19).

Keywords: Electronic output, electronic journalism, press content, users.

خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي

تحديد الإشكالية.

تساؤلات البحث.

أسباب اختيار موضوع الدراسة.

أهداف الدراسة.

أهمية موضوع البحث.

الجدوى النظرية والعلمية للدراسة.

منهج البحث وأدواته.

مجتمع البحث وعينته.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة.

الدراسات السابقة.

الإطار النظري

الفصل الأول: تصميم البنى في مواقع الصحف الإلكترونية وتقنياتها البنائية.

المبحث الأول: أجيال الويب، تطوراتها وتطبيقاتها المتزامنة.

المبحث الثاني: بناء مواقع الصحف الإلكترونية: التقنيات والمستويات.

المبحث الثالث: سمات يسر الاستخدام لمواقع الصحف الإلكترونية ورضا المستخدم.

المبحث الرابع: توظيف العناصر المرئية وهندسة يسر الاستخدام.

الفصل الثاني: الاقتراب النظري من تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية.

المبحث الأول: تفعيل اتجاه مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية وفق نظرية ثراء الوسيلة وقبول استخدام

التقنية.

المبحث الثاني: تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية: المفاهيم والمبادئ.

المبحث الثالث: المدارس الإخراجية والاتجاهات الحديثة في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية.

المبحث الرابع: العناصر البنائية وأساليب إخراج الصفحة الرئيسية (Home Page).

الفصل الثالث: الصحافة الإلكترونية بين الانقراطية وتفاعلية المستخدمين.

المبحث الأول: المستخدمين وانقراطية مضامين الصحف الإلكترونية.

المبحث الثاني: الخدمات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية.

المبحث الثالث: عادات قراءة مستخدمي الصحف الإلكترونية للمضامين.

المبحث الرابع: تقنيات التحرير للصحافة الإلكترونية ودورها بانقراطية مضامينها.

الإطار التطبيقي

عرض وتحليل نتائج الدراسة التحليلية.

المحور الأول: المكونات التركيب العامة لمواقع صحف الدراسة.

المحور الثاني: أدوات التصميم البنائية لمواقع صحف الدراسة.

المحور الثالث: العناصر البنائية المعلوماتية والتفاعلية التواصلية في مواقع صحف الدراسة.

عرض النتائج.

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية.

البيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثين، حسب متغير الجنس، المستوى الجامعي، الحالة العائلية، اللغة المتقنة.

المحور الأول: واقع استخدام الطلاب الجامعيين للصحافة الإلكترونية الجزائرية.

المحور الثاني: اتجاهات الطلاب الجامعيين نحو إخراج مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية والتفاعل معها.

المحور الثالث: توظيف العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية وأثرها على اتجاهات انقراطيتها لدى الطلاب الجامعيين.

عرض النتائج.

توصيات ومقترحات الدراسة.

خاتمة.

المصادر المراجع.

الملاحق.

فهرس المحتويات.

فهرس الجداول والأشكال.

مقدمة

مقدمة

منذ مطلع القرن الواحد والعشرين شهد العالم انفجارا معلوماتيا غير مسبوق، شكلت فيه تكنولوجيا الاتصال الحديثة الدور الأساس في إعادة ترتيب المشهد الاتصالي، حيث كان لها الأثر البالغ في التحول الجذري الذي مس جميع مناحي الحياة، وقد كانت الصحافة من بين المتأثرين بهذه المستجدات بفضل اندماج تكنولوجيا المعلومات والحاسب والأقمار الصناعية والإنترنت، فاندمج الاتصال بالإعلام وأعدت تقنيات الاتصال الحديثة صياغة بيئة إعلامية جديدة لا تختلف عن مفهوم البيئة بحدوث ذاتها، والتي ترتبط بالوسط الحي وما يضمنه من كائنات حية ممثلا في المستخدمين سواء أكانوا صحفيين أو قراء، وبالوسط اللاحي الذي يعكسه المدى الحيوي الجغرافي ممثلا في الوسيط الإلكتروني وما يحتويه من برمجيات وتقنيات، وشبكة الإنترنت التي ربطت بين كل هذه العناصر وأحلت قواعد اتصالية غير مألوفة، تبادل فيها كل من المرسل والمستقبل الأدوار وأصبح التفريق بين أطراف العملية الاتصالية غاية في التعقيد.

وفي خضم هذا التحول، لم يتمكن القارئون على المؤسسات الإعلامية والصحفية من الصمود أمام هذا المد التكنولوجي الكبير، وأثر العديد منهم في البداية نقل صحفهم المطبوعة إلى البيئة الإلكترونية في شكل إما صحف على الخط ثم التحق بهم البقية، وتطورت إلى أن ظهر فيما بعد صحف إلكترونية مستقلة لا تملك نسخة ورقية.

وتعد الصحافة الإلكترونية أحد أهم البدائل الاتصالية التي أتاحتها شبكة الإنترنت وأسهمت هذه الوسيلة في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تتوفر عليه من عناصر مقروءة ومرئية ومسموعة، وتبعاً لطبيعة الصحافة الإلكترونية الخاصة والمستفيدة من معطيات شبكة الإنترنت فإنها تتوفر على عدد من الخصائص الاتصالية المتميزة وأصبحت بيئة ملائمة للعديد من الوسائط المتعددة والتفاعلية، لكن نجد أن هذه الخصائص مهما تنوعت لن تحقق أهدافها ما لم تُوظف بطريقة علمية مدروسة، هنا تكمن أهمية اتساق تلك الخصائص مع السمات الشكلية للصحف الإلكترونية، والعلاقة التكاملية التي تجمعها لذا نجد أن عملية التفاعلية مثلا مرتبطة بتصميم وإخراج الصحف الإلكترونية حيث يلعب التصميم دورا مهما في الارتقاء بمستوى هذه العملية لتحقيق أكبر قدر من المشاركة والتفاعل لدى المتلقي أثناء التعرض، وهذا يتطلب تصميمًا خاصًا بالاختيار والتجول بما ينعكس على تصميم واجهة الاختيارات ومسارات المحتوى (أحمد عادل، 2018، صفحة 138).

حيث أدى دخول التكنولوجيا الحديثة إلى حدوث تغييرات جذرية في مجال العمل الصحفي وصناعة الصحافة، التي انعكست على العديد من المفاهيم الخاصة بالإنتاج الإعلامي وأساليب الأداء والممارسة في المجال، فقد تأثرت مراحل العملية الصحفية المختلفة بدءاً بإعداد المادة التحريرية وصولاً إلى تصميم الصحيفة وإخراجها (محمود و اللبان، 2002، صفحة 64).

والصحف الإلكترونية الجزائرية كغيرها من الصحف الأخرى، اتجهت لبناء شكلها الإخراجي وفق أذواق المستخدم الذي يبحث دائماً في الحصول على ما يريد من معلومات بأسهل وأسرع طريقة ممكنة، ولعل الاهتمام الأكبر من جانب مخرجي ومصممي الصحف تحظى به الصفحة الرئيسية Home page بشكل أساسي، حيث يوظف فيها الصور والألوان والرسوم والانفو جرافيك والوسائط المتعددة والفائقة والصوت والفيديو وغيرها من الأدوات التقنية البنائية الإلكترونية والتقليدية المرفقة مع المضامين لتكون أكثر جاذبية ومرونة، وذلك لكونها تمثل الواجهة الأولى لعين مستخدم الموقع.

وتعتبر بمثابة البوابة الرئيسية للصحف الإلكترونية، لذا يجب تصميمها وإخراجها بصورة تعكس هويتها وتعبر عن شخصيتها المتميزة، فكل صحيفة إلكترونية تهدف لتكوين شخصية ثابتة تميزها عن غيرها من الصحف الإلكترونية الأخرى، بغرض بناء علاقة بصرية مع المستخدم". ومهما تكن شخصية الصحيفة أو المجلة، فعلى مخرجها تقع مهمة إبراز هذه الشخصية من خلال كيانها التيبوغرافي والجرافيكي، وهذا لا يعني أن تظهر الصحيفة أو المجلة كل عدد في شكل واحد أو أن يكون لها مظهر ثابت، بل ينبغي أن يكون هناك أكثر من وسيلة لتحقيق منهج إخراجي واحد وللتعبير عن السياسة التي اختطتها لنفسها نشراً وتحريراً (حسنين ، الإخراج الصحفي الإلكتروني، التجهيزات الفنية، 2009، صفحة 23).

كما أنها تعطي انطباعاً عاماً عن قدرات الموقع وإمكاناته التقنية والتكنولوجية وتعبر عن شخصيته المميزة شكلاً ومضموناً، وتختزل في واجهتها معظم الخدمات التي يقدمها الموقع الإلكتروني وجل الأدوات التفاعلية التي يتيحها الموقع، ولذا اهتم مصممو المواقع والبوابات الإلكترونية بشكل كبير بإخراج وتصميم هذه الصفحة بشكل كبير لتكون أكثر جاذبية وسهولة ومرونة في التغير مقارنة بباقي الصفحات الداخلية (محمد السمان، 2019، صفحة 02).

كما يسعى مخرجي الصحف الإلكترونية الجزائرية لتكييف شكل مضامينها مع الخصائص التقنية التي أتاحتها شبكة الإنترنت مع العمل على تقليص أكبر عدد ممكن من مشكلات ببطء الاستعراض وسرعة الوقت المطلوب للانتقال من صفحة لأخرى، وذلك من خلال تكييف تصميم سريع ومتجاوب مع جميع الأجهزة التي يتصفح من خلالها المستخدم صفحات الموقع، وكذا بالاعتماد على النصوص الفائقة، المساحات الفارغة، الإضاءة، التباين في الألوان والأرضيات، وحجم الصور وأشكال الخطوط وغيرها من الخدمات التقنية التي توفر تصميم مريح لعين المستخدم أثناء تصفحه للأخبار والمحتويات. وكذا توفير الوسائط الاتصالية والتفاعلية من خلال التعليق ومشاركة المضامين وطباعتها، مراسلة المحررين بالبريد الإلكتروني، منتديات الحوار، واستطلاعات الرأي وغيرها، والتي تسهم بشكل فعال في تسهيل عملية تواصل المستخدمين مع بعضهم البعض ومع إدارة موقع الصحيفة، بالإضافة إلى أنها تسمح بقياس رجع الصدى من خلال جمع معلومات المستخدمين وتحليلها وتقييمها وتصحيح الأخطاء لإبقاء المستخدمين في تفاعل دائم مع مختلف المضامين المعروضة وكذا جلب آخرين.

وتزداد كل يوم المواقع الصحفية على شبكة الانترنت، ومع تلك الزيادة الكبيرة بات ضروريا وضع منهجية وآلية لتميز المواقع الجيدة عن تلك التي تعاني مشاكل تؤثر سلبا على رضا المستخدم عنها وبالتالي الانصراف عنها نظرا لأنها لم تحقق له يسر الاستخدام (فتحي ، 2009، صفحة 05)، كما لا يخفى علينا تضاعف مستخدمي الانترنت خصوصا في السنوات الأخيرة مما يستدعي تناول مواقع الويب بالبحث والدراسة، وفي إطار ذلك فإن جميع المحاولات البحثية ينبغي أن تنطلق من تطوير الجوانب الفنية والتقنية بشكل أولي وكذا البحوث التي تتناول المواضيع التقنية ذات الصلة بميدان الإعلام والاتصال.

وعلى هذا الأساس جاءت دراستنا هذه للبحث في دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية الجزائرية، من خلال تحديد الأساليب الإخراجية والعناصر البنائية التقليدية والإلكترونية للصحف الإلكترونية الجزائرية، وكذا تحديدي رأي واتجاه المستخدمين نحوها.

وبناء على ماسبق ذكره، ستعالج الدراسة مواضيع تحاول أن تغطي نطاق البحث وهذا على النحو التالي:

استهلينا البحث بـ مقدمة، ثم الإطار المنهجي الذي يتناول تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلات البحث، وكذا أهداف الدراسة وأهمية وأسباب اختيار موضوع البحث، الجدوى النظرية والعلمية للدراسة، أيضا نوع الدراسة

ومنهج البحث والتي تدرج ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الظواهر وصفا دقيقا، بالإضافة إلى استخدام منهج المسح، مع الاعتماد على تحليل المضمون واستمارة الاستبيان كأداتين أساسيين لجميع البيانات، إلى جانب أداتي لغة المصدر والملاحظة. كما أحتوى على مجتمع البحث وعينته وكذا ضبط المصطلحات والمفاهيم.

ويتناول الإطار أيضا الدراسات السابقة والقريبة من موضوع الدراسة الحالية بهدف التوصل إلى رؤية أكثر وضوحا، حيث اختار الباحث دراسات قريبة وذات صلة مباشرة بالموضوع.

أما الإطار النظري، فضم ثلاثة فصول، حيث جاء الأول بعنوان: تصميم البنى في مواقع الصحف الإلكترونية وتقنياتها البنائية، حيث تم التطرق فيه إلى أربعة مباحث وهي: أجيال الويب، تطوراتها وتطبيقاتها المتزامنة، بناء مواقع الصحف الإلكترونية: التقنيات والمستويات، سمات يسهل استخدام لمواقع الصحف الإلكترونية ورضا المستخدم، وأخيرا توظيف العناصر المرئية وهندسة يسهل الاستخدام.

أما الفصل الثاني فجاء بعنوان: الاقتراب النظري من تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية، وتم التطرق فيه إلى مباحث أربعة وهي: تفعيل اتجاه مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية وفق نظرية ثراء الوسيلة وقبول استخدام التقنية، تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية: المفاهيم والمبادئ، المدارس الإخراجية والاتجاهات الحديثة في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، وأخيرا العناصر البنائية وأساليب إخراج الصفحة الرئيسية (Home Page) .

وفيما يتعلق بالفصل الثالث والذي جاء بعنوان: الصحافة الإلكترونية بين الانقراطية وتفاعلية المستخدمين، وتم التطرق فيه هو الآخر إلى أربعة مباحث وهي: المستخدمين وانقراطية مضامين الصحف الإلكترونية، الخدمات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، عادات قراءة مستخدمي الصحف الإلكترونية للمضامين، عادات قراءة مستخدمي الصحف الإلكترونية للمضامين، وأخيرا تقنيات التحرير للصحافة الإلكترونية ودورها بانقراطية مضامينها.

أما الإطار التطبيقي فتناول فيه الباحث الدراسة التحليلية والميدانية والمتمثلة في عرض وتحليل النتائج المجمعة ومحاولة تفسيرها والاجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية وفق نظرية ثراء وسائل الإعلام والنظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية (UTAUT). وعرض النتائج النهائية للدراسة، ثم توصيات ومقترحات وخاتمة الدراسة ومراجعتها وملاحقتها.

1

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي

- أولاً: تحديد الإشكالية.
- ثانياً: تساؤلات البحث.
- ثالثاً: أسباب اختيار موضوع الدراسة.
- رابعاً: أهمية موضوع البحث.
- خامساً: أهداف الدراسة.
- سادساً: الجدوى النظرية والعلمية للبحث.
- سابعاً: منهج البحث وأدواته.
- ثامناً: مجتمع البحث وعينته.
- تاسعاً: تحديد المصطلحات والمفاهيم.
- عاشراً: الدراسات السابقة.

أولاً: إشكالية الدراسة

شهدت تكنولوجيا الإعلام و الاتصال خلال العشرية الأخيرة تطوراً مذهلاً و انفجاراً لا مثيل له في التاريخ و مازالت في تطور يصعب معرفة مآله و عقباة ، و لا حتى مجرد الاستشراف بمستقبله ، و لعل أبرز مظاهر هذا الانفجار و أعمقه أثراً في وسائل الاتصال هو تطور الانترنت ، هذا الوسيط الاتصالي الذي له طبيعة مختلفة عن غيره من الوسائط الأخرى و التي يتعامل معها الإنسان بشكل فردي و شديد الخصوصية ، و لم يعد الاشتراك فيها يتطلب سوى شراء جهاز كمبيوتر أو جهاز لوجي أو هاتف ذكي و جهاز مودم (داخلي و خارجي) لاستخدام هذا الوسيط.

وبدأت الصحف المطبوعة تتحول بخطوات متفاوتة السرعة نحو الإصدار الإلكتروني، اذ يعد التحول الإلكتروني في الإصدار الصحفي ثورة بالمعنى المتكامل، فإذا كان مصطلح ثورة يعني التحول من حالة إلى حالة أخرى، فإن الصحيفة تشهد هذه الوضعية بالضبط في الوقت الحاضر حيث بدأت تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على الشاشة، وقد أخذ هذا التطور معنى جديد طال الشكل والمضمون والممارسة المهنية بشكل لم يسبق له نظير .

حيث دشنت لنفسها مواقع على الإنترنت حدودها الفضاء الرحب لا البقعة الجغرافية المحدودة على حد تعبير (بيل جيتس). ومن ثم ظهرت هذه الصحف الإلكترونية لتعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية، وهي لا تعني مجرد استبدال الصحيفة المطبوعة بالحاسب الآلي بل تمس التحولات كافة أطراف العملية الاتصالية.

وتبعاً لطبيعة الصحافة الإلكترونية الخاصة والمستفيدة من معطيات شبكة الانترنت فإنها تتوفر على عدد من السمات الاتصالية المتميزة، حيث أصبحت بيئة ملائمة للعديد من الوسائط المتعددة والتفاعلية التي نحاول التركيز على خصائصها وتحديد أبعادها ومدى تأثيرها على محتوى الصحافة الإلكترونية.

وقد أدى دخول هذه التكنولوجيا الحديثة إلى حدوث تغييرات جذرية في مجال العمل الصحفي وصناعة الصحافة بالتحديد، والتي انعكست على العديد من المفاهيم الخاصة بالإنتاج الإعلامي وأساليب الأداء والممارسة في المجال، فقد تأثرت مراحل العملية الصحفية المختلفة بدءاً بإعداد المادة التحريرية ووصولاً إلى تصميم الصحيفة وإخراجها.

ووفرت مواقع الصحف الإلكترونية وسائل عديدة للمعرفة والحصول على المعلومات بكميات هائلة، ومن مصادر متنوعة ومتعددة، فضلا عن تخصص مضمونها بما يتوافق مع اختيارات واحتياجات المستخدمين، دون فرض أنواع معينة من المضمون عليهم إلا أن كثافة الكم المعلوماتي والمعرفي ألزم القائمون على المواقع بالعمل على توفير تصاميم تتلاءم مع ما تقدمه من موضوعات وأخبار.

وتتنافس الصحف الإلكترونية فيما بينها على إبراز كل إمكانياتها في تصميم وإخراج المضامين الصحفية، والخدمات التفاعلية في سبيل جذب انتباه المستخدمين وإثارة اهتماماتهم، الأمر الذي يجعل مصممي ومخرجي مواقع الصحف الإلكترونية أمام ضغوط متزايدة، حيث باتوا مطالبون بمواكبة التطور التكنولوجي في مجال الإخراج حتى يتمكنوا من مسايرة روح العصر الحديث وسماته الجمالية وعناصره الإبرازية المواكبة لاختلاف نمط الحياة المعاصرة. حيث دفعهم ذلك إلى إيجاد أساليب وتقنيات جديدة، مستفيدين مما توفره شبكة الإنترنت من أنماط وقوالب فنية صحفية وتقنيات جديدة في مجال الإخراج الصحفي، إذ ساهمت الإنترنت لهذا الأخير بظهور أساليب إخراجية جديدة ومجموعة من برامج التصميم ولغات البرمجة الخاصة بالمواقع الإلكترونية.

ولم تكن الصحف الإلكترونية الجزائرية بمنأى من ذلك، حيث سعت للعناية بالإخراج وتوظيف الجانب الجمالي، وذلك لجذب المستخدمين إليها وتسهيل متطلبات تلقي ما تنشره من مضامين لتحقيق انطباع إيجابي، وعدم تحقيق انطباع سلبي نحوها، لأنه لن يأخذوا سوى ثوانٍ للتنقل بعيدا عن الموقع دون العودة مرة أخرى، فانطباعهم الأول هو في معظمه يتأثر بالتصميم الذي يضعون عيونهم عليه عند دخول موقع الصحيفة، والاتجاهات الحالية لمخرجي مواقع الصحف الجزائرية تتحرك نحو تصميم وإخراج متميز، أكثر إقناعا في التأثير على حافز المستخدمين ودفعهم إلى البقاء في الموقع الإلكتروني للصحيفة وتحفيزهم على إعادة زيارة الموقع مرة أخرى.

وإنطاقا من هذه الأرضية نطرح التساؤل الرئيسي التالي: ما دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

ومثل هذا السؤال يحتاج إلى تفكيك وسيقنة حتى يتسنى لنا توضيح الإشكالية أكثر عبر تساؤلات فرعية، نحاول من خلالها تغطية نطاق البحث معرفيا وميدانيا.

→ ثانيا: تساؤلات البحث

تتقسم تساؤلات البحث إلى:

تساؤلات خاصة بالدراسة التحليلية:

- ما مكونات التركيبة العامة لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- ماهي أدوات التصميم البنائية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- ماهي العناصر البنائية المعلوماتية والتفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

تساؤلات خاصة بالدراسة الميدانية:

- ماهي دوافع اتجاهات الطلاب الجامعين نحو التصفح والتفاعل مع مضامين الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟
- هل الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية أثرت في اتجاهات انقراءيتها من طرف الطلاب الجامعيين؟
- ماهي مقترحات تحسين جودة الإخراج في الصحف الإلكترونية الجزائرية لتفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامينها؟

→ ثالثا: أسباب اختيار موضوع الدراسة

إن تحديد الباحث لأسباب ودوافع اختيار موضوع الدراسة يساهم إلى حد كبير - ضمنا- في ضبط إشكالية الدراسة، وتحديد المسار السليم للبحث للوصول إلى النتائج المرجوة، ومن أبرز الأسباب الذاتية والموضوعية التي جعلتنا نختار دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية كموضوع للدراسة نلخصها فيما يلي:

أ- أسباب موضوعية:

- باعتبار الموضوع ينتمي إلى ميدان مزال في حاجة إلى استكشاف أكثر.
- الموضوع على درجة عالية من الأهمية، كون الظاهرة ملفتة للانتباه خاصة مع الانتشار المستمر للصحافة الإلكترونية.

- حداثة الموضوع، إذ يشكل ربط متغيرات الدراسة بالشكل الذي هي عليه طرحا جديدا يستحق الدراسة والتعمق أكثر.
- قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.
- ب- أسباب ذاتية:
- اهتمامنا الخاص بموضوع الصحافة الإلكترونية عموما، وإخراج وتصميم مواقع الصحف خصوصا.
- الإصرار على الامام بالمعلومات العلمية الخاصة بالحقل المعرفي للإخراج الإلكتروني، أساليبه وتأثيراته على المستخدمين.
- رغبتنا في إعطاء الموضوع الطابع الأكاديمي.
- محاولة معرفة مدى اهتمام الصحف الإلكترونية بالجانب الشكلي في نشر مضامينها.
- محاولة التعرف على كيفية استفادة مواقع الصحف الجزائرية من إمكانيات شبكة الانترنت في مجال الإخراج.

رابعاً: أهداف الدراسة

- التعرف على مكانة الصحافة الإلكترونية بين أوساط الطلاب الجامعيين وكيفية تقييمهم للشكل الإخراجي لمضامينها
- الوقوف على أهم العناصر التيبوغرافية الإلكترونية التي تجعل الطلاب الجامعيين أكثر إقبالا على الصحافة الإلكترونية بدلا من الصحافة المطبوعة.
- رصد على العلاقة بين الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية وبين مقروئية الطلاب الجامعيين لمضامينها.
- رصد تأثير استخدام الصحف الإلكترونية الجزائرية لإمكانيات الانترنت من حيث استخدامها للوسائط المتعددة والأشكال التفاعلية على تعرض الطلاب الجامعيين لمضامينها.
- الاستفادة من نتائج الدراسة من خلال توظيفها لتحسين الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية الجزائرية.

خامسا: أهمية موضوع البحث

تكمن أهمية هذا البحث والذي يعنى بموضوع "دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية" إلى عدة عوامل منها:

- للموضوع أهمية خاصة في المجتمع الجزائري إذ يعد من المجالات التي لم تناقش بعمق نتيجة حداثة الظاهرة.
- ندرة الدراسات الإعلامية الجزائرية في مجال الإخراج الصحفي وخاصة إخراج الصحف الإلكترونية وعلاقته بتفضيلات واتجاهات المستخدمين. فأغلب الدراسات لاتزال في الوقت الحالي محصورة في معظمها على المضمون ودرجة التفاعل معه، وتأثير الصحف الإلكترونية على نظيرها في الوسائل المطبوعة.
- تستمد الدراسة أهميتها التطبيقية من خلال الخروج ببعض العوامل الفنية والإخراجية المؤثرة على اتجاه المستخدمين الجزائريين، والتي تؤثر على إقبالهم أو عدم إقبالهم على مضامين هذه الصحف.
- الربط بين أبعاد إخراج الصحف الإلكترونية ودورها في جذب المستخدمين، إذ يمثل الهدف الرئيسي لأي صحيفة الكترونية جزائرية.
- إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة التحليلية والميدانية في التعرف على طريقة تقديم المضامين الصحفية للمستخدمين ومدى رضاهم عن تصميم الصحف الإلكترونية الجزائرية.
- تساعد هذه الدراسة في توفير الأسس الفنية والتقنية لبناء موقع صحيفة وفقا لاحتياجات المستخدمين، ومن ثم فهم تأثير ذلك على اتجاهات الطلاب الجامعيين، ومعرفة كيفية تكوين تلك الاتجاهات.
- تساهم الدراسة في الوصول الى مقترحات تساهم في تطوير المضمون الصحفي المقدم في الصحف الإلكترونية الجزائرية.

سادسا: الجدوى النظرية والعلمية للدراسة

من أهم الحوافز التي جعلت الدراسة تكتسي أهمية بالغة:

- التعرف على كيفية إجراء البحوث الميدانية وتطبيق المناهج العلمية والأدوات المناسبة كهدف علمي وتطبيقي، بالإضافة إلى إثراء المكتبة العلمية.

- تكمن أهمية البحث في كونه من البحوث العلمية الحديثة التي تعنى بدراسة تأثيرات التصميم والإخراج الرقمي، لما له من أهمية بالغة من خلال ما أحدثه من نقلة نوعية في عملية جذب المستخدمين لمضامين الصحف الإلكترونية والتفاعل الفائق معها من خلال المشاركة بالأراء والاقتراحات.
- يمكن اعتبار الوسط الجامعي في علاقته بالصحافة الإلكترونية مجتمعا بحثيا ملائما لدراسة دور الإخراج الرقمي في جذب المستخدمين نحو مضامين الصحف الإلكترونية، وعليه فإن من الأهمية دراسة المستخدمين من الطلاب في تعاملهم مع شكل إخراج المضامين الصحفية.

سابعاً: منهج البحث وأدواته

منهج البحث: تنتمي هذه الدراسة للمسوح الوصفية في محاولة لتقديم صورة للواقع أو نوع من التسجيل للظروف الواقعية، حيث تهدف الدراسات الوصفية إلى وصف الأحداث والأشخاص والاتجاهات والمعتقدات والأبحاث والأهداف والتفضيل، وذلك أنماط السلوك المختلفة (حسن س.، تطبيقات في مناهج البحث العلمي، 1991، صفحة 88)، وتستهدف كذلك وصف المواقف والظواهر وجمع الحقائق الدقيقة عنها بهدف تحديد الظاهرة أو المواقف تحديدًا دقيقًا ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية والدقة (حسن س.، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، 1991، صفحة 97).

وسأقوم من خلال هذا البحث بدراسة العلاقات السببية بين متغير دور الإخراج الرقمي ومتغير اتجاهات المستخدمين ومتغير مضامين الصحافة الإلكترونية الجزائرية، أي وصف العلاقة التي تربط بين الطلاب الجامعيين الذين يستخدمون مضامين الصحافة الإلكترونية، وبالجانب الشكلي لمواقع الصحف والمتمثل في الإخراج. وذلك من خلال وصف ورصد ودراسة اتجاهاتهم وفقاً لنوع الدراسة وأهدافها وأشكاليتها.

يعتبر المنهج ضرورياً في أي بحث علمي لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج عملية وموضوعية، ويعرفه رونز: "هو إجراء يستخدم في بلوغ غاية محددة" أما بتل: "هو الترتيب الصائب للعمليات (قاسم، 2003، صفحة 39).

ويعرف المنهج كذلك بأنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة أو من أجل البرهنة عن حقيقة لم يعرفها الآخرون. ويعرف المنهج كذلك بأنه: "فن التنظيم

الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة أو من أجل البرهنة عن حقيقة لم يعرفها الآخرون (سليمان ع.، 1973، صفحة 87).

و كون مشكلة الدراسة تتصل بدراسة الحقائق الراهنة و التعرف على المعلومات المتاحة حول دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين من جمهور الطلاب نحو مضامين الصحافة الإلكترونية الجزائرية ، فإن منهج المسح الاجتماعي أنسب المناهج لفهم الظواهر المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال مسح المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية و ما يسود من علاقات داخلية و خارجية هذا من جهة و من جهة أخرى فهو سبيل لدراسة الجمهور في البحوث الإعلامية فهو يستهدف تسجيل و تحليل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و طرق الحصول عليها (حجاب، الموسوعة الإعلامية، 2003، صفحة 544).

وقد عرف الباحث " ذوقان عبيدات" منهج المسح على أنه: " المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها" (بن مرسل، 2003، صفحة 286)، والدراسات التي تستخدم منهج المسح تسمى: الدراسات المسحية. وهي الدراسات التي تقوم على محاولات منظمة للحصول على معلومات ضخمة من أعداد كبيرة لجمهور معين أو عينة (رشاد القصيبي، 2004، صفحة 266).

وتتمثل إجراءات هذا النوع في سؤال مجموعة من الأفراد -المبحوثين- عدة أسئلة تدور حول سلوكياتهم، اتجاهاتهم، آراءهم ومعتقداتهم (عبد اللطيف، 2011، صفحة 75).

فطبيعة موضوع البحث وأهدافه، هما اللذان يفرضان على الباحث نوع المنهج والدراسة التي سيتبعها، ذلك أن المسح من ناحية مجتمع البحث يقسم إلى قسمين: المسح الشامل والمسح بالعينة.

المسح الشامل يعتمد في بحث المجتمعات الصغيرة المتكونة من عدد محدد من المفردات في استطاعة الباحث حصر حجمها الكلي وإخضاعها كلها للملاحظة العلمية، وفق الأهداف المسطرة للبحث وهذه الطريقة لا يمكن تطبيقها علميا في البحوث الأكاديمية، لذلك فقد استعنا بالدراسة الجزئية للمفردات عن طريق العينة ثم تعميم النتائج على مجتمع البحث، وتقسم المسوح أيضا من حيث أهدافها إلى مسوح

وصفية وأخرى تفسيرية (حمد حلمي، 1999، صفحة 99)، وتدرج دراستنا ضمن منهج المسح الوصفيين لذلك تعد الطريقة الأنسب لمعالجة إشكالية الدراسة.

ويعرف الدكتور **عمار بوحوش** الوصف على أنه: " طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة، للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج لتعميمها، ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة، من خلال جمع البيانات وتنظيمها وتحليلها (بوحوش ، 1995 ، صفحة 107).

واختيارنا لمنهج المسح الوصفي وتطبيقه ميدانيا اختيار في محله يتماشى وطبيعة الموضوع لوصف سمات وخصائص المبحوثين واختياراتهم الشكلية لتصفح مضامين للصحف الإلكترونية الجزائرية.

أدوات جمع البيانات: الشائع حول أدوات البحث العلمي، هو أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر (Angers, 1997, p. 129).

ولأدوات البحث العلمي دور هام في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، بحيث "تقاس القيمة العلمية لأي بحث بالنتائج التي توصل إليها وفق خطوات المنهج العلمي المستخدم في البحث، وأيضا بالوسائل والأدوات التي تم استخدامها في جمع البيانات (زيدان، 1974 ، صفحة 103).

وإستخدام الباحث أدوات جمع البيانات التالية:

1. الملاحظة.
2. تحليل لغة المصدر.
3. استمارة تحليل المضمون (كيف قيل) لصحف الدراسة (الشعب أونلاين -سابق برس -الجزائر الآن - (competition).
4. استمارة الاستبيان لعينة طلبة كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة3.

أولاً: الملاحظة:

يقصد بالملاحظة: "مشاهدة منهجية تعتمد على الحواس وما تستعين به من أدوات المرصد والقياس، ومفهوم الملاحظة يشير إلى أنها مشاهدة للظواهر في أحوالها المختلفة وأوضاعها المتعددة لجمع البيانات

وتسجيلها وتحليلها والتعبير عنها بالأرقام. ويفضل في الملاحظة أن يكون التسجيل فوراً لكيلا يعتمد على الذاكرة ومن أجل ألا تتعرض المعلومات للنسيان (عبد المجيد إبراهيم، 2000، صفحة 174).

تم الاعتماد على الملاحظة كأداة مساعدة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة التحليلية من خلال تصفح مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة والتعرف على الأساليب الإخراجية والعناصر التيبوغرافية الإلكترونية والتقليدية التي تتيحها للمستخدمين مع مضامينها، كما ساعدت أداة الملاحظة الباحث في تصميم استمارة تحليل المضمون (كيف قيل)، وتجميع البيانات وتحليلها ومناقشتها وتفسير النتائج المتحصل عليها.

ثانياً: تحليل لغة المصدر (Le Code Source):

نعني بتحليل لغة المصدر (Le Code Source) كشف الستار عن البرامج والأكواد المستعملة في تصميم صفحة الويب، وذلك بغية التعرف على العناصر التي يوظفها المخرج أو المصمم في الصحيفة الإلكترونية والتي لا تظهر للمستخدم إلا من خلالها (محمود محسب، 2007، صفحة 42). واستعان الباحث ببرنامج التطوير Adobe Dreamweaver من شركة Adobe لقراءة لغة المصدر في مواقع الصحف عينة الدراسة، كونه يوفر مجموعة من قوالب الترميز والتصميم وعناصر السحب والإفلات وترميز HTML و CSS وجافا سكريبت والتي تساعد الباحث في التعرف على كل تفاصيل Back-end أو النظم الخلفية لموقع الصحيفة.

ثالثاً: استمارة تحليل المضمون:

يعرف واليزر وواينر (Walizer and Wienir) (1978) تحليل المضمون بأنه: "أي إجراء منتظم (منهجي) يستخدم لفحص مضمون معلومات مسجلة" (ويتز، 2013، صفحة 279). أما محمد عبد الحميد فيرى أنه: "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى" (عبد الحميد م.، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، 2017، صفحة 220).

وترى جانيس Janees بأن تحليل المضمون هو: "الأسلوب الذي يستخدم في تصنيف المادة الإعلامية وتبويبها، ويعتمد أساساً على تقدير الباحث أو مجموعة الباحثين، ويتم بمقتضاه تقسيم المضمون إلى فئات

بالاستناد إلى قواعد واضحة على افتراض أن تقدير القائم بالتحليل هو باحث علمي، ويتم تحديد نتائج تحليل المضمون وفقا لتكرارات ظهور أو ورود وحدات التحليل في السياق" (نجم، 2015، صفحة 181).

ويسعى كل باحث من خلال استخدام تحليل المضمون إلى: "الوصف الموضوعي لمادة الاتصال والوصف هنا يعني تفسير الظاهرة كما تقع، وفي ضوء القوانين التي تمكننا من التنبؤ بها. إن على الباحث هنا أن يقتصر على تصنيف المادة التي يحللها إلى فئات مسجلا لكل فئة خصائصها، مستخرجا السمات العامة التي تتصف بما ومنتهيا من هذا بتفسير موضوعي دقيق لمضمونها" (طعيمة، 2004، صفحة 95).

وقد استخدم الباحث استمارة تحليل المضمون كأداة أساسية لجمع البيانات، حيث هدفت إلى وصف وتحليل العناصر التصميمية والإخراجية المستخدمة في مواقع الصحف الجزائرية، لدراسة العلاقة التي تربط بين استخدامها وبين الشكل التصميمي، ومدى ملاءمتها للمستخدمين ودورها في جلبهم إلى المضامين المعروضة والتفاعل معها.

وتعتبر عملية تصميم استمارة التحليل من أهم الخطوات التي يجب أن نعني بها حيث أنها توفر للباحث إطارا محددا لتسجيل المعلومات التي تفي بمتطلبات البحث، حيث يتم تصميمها بما يتفق وأغراض التحليل، وتعبّر كليا عن رموز الوثيقة الواحدة، التي تشمل فئات التصنيف، ووحدات التحليل ووحدات القياس، بالإضافة إلى البيانات الأولية عن وثيقة المحتوى" (عبد الحميد م.، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، 2017، صفحة 151). انطلاقا مما سبق يمكننا الاعتماد على بعض المؤشرات للتقييم العلمي وتحليل الجوانب الشكلية لكل من العناصر البنائية الأساسية والبنائية المساعدة والبنائية التفاعلية التي تتوفر في كل صحيفة من صحف الدراسة وذلك بالاعتماد على وحدات للقياس هي:

المحور الأول: المكونات التركيب العامة لمواقع صحف الدراسة

وهي المكونات البنائية الثابتة لموقع الصحيفة وهي لا تتغير، لا نها تمثل التصميم الأساس للموقع، وتشمل الفئات التالية:

فئة Domain Type (اسم النطاق): وهو النطاق الخاص بموقع الويب الذي عليه استضافة عناوين مواقع صحف الدراسة وتضمنت ما يلي: (. com, .net, .dz, .info).

فئة URL: وهو اختصار لـ (**Uniform Resource Locator**) وهو عبارة عن ثلاثة أجزاء: البروتوكول، واسم الناطق، ونوع امتداد الموقع، وهي فئة وظيفتها الباحث لتحديد تطابق عنوان URL الموقع مع الاسم الخاص به. وتضمنت ما يلي: (Identical, Incongruent).

فئة Programming Language (لغات البرمجة): وهي فئة وظيفتها الباحث لتحديد اللغات البرمجية التي تستخدمها مواقع صفح الدراسة لمعرفة تفاصيل تصميم الويب، وتضمنت ما يلي: (HTML, JavaScript, CSS, Php).

→ **HTML:** وهي لغة ترميز النص الفائق HyperText Markup Language ، وهي تستخدم في إنشاء و تصميم صفحات المواقع و تعتبر الهيكل الرئيسي لأي صفحة أو موقع ويب.

→ **JavaScript:** وهي لغة برمجة عالية المستوى، تستخدم لإنشاء صفحات ويب أكثر تفاعلية.

→ **CSS:** وهي اختصار لـ cascading style sheets وهي لغة تنسيقية تستخدم لوصف التمثيل البصري لواجهات ويب سهلة الاستخدام.

→ **Php:** وهي اختصار لـ Hypertext Preprocessor وهي لغة برمجة نصية للأغراض العامة مفتوحة المصدر وتطوير و برمجة مواقع الويب.

فئة browser compatibility (التوافق مع المتصفح): وهي فئة وظيفتها الباحث لتحديد توافق تصميم مواقع الصفح الدراسة متصفحات الإنترنت التي يستخدمها المستخدمين، وتضمنت ما يلي: (approver, disapprover).

فئة Home Page Parts (أجزاء الصفحة الرئيسية): وهي تلك الأجزاء الأساسية المشكلة للصفحة الرئيسية لمواقع صفح الدراسة، وتضمنت ما يلي: (Header, Body/ Header, Body, Footer).

فئة Home Page Speed (سرعة تحميل الصفحة الرئيسية): وهي فئة وظيفتها الباحث لتحديد مساحة الصفحة الرئيسية لمواقع صفح الدراسة، ومعرفة طول وعرض كل موقع صحيفة، وتضمنت ما يلي: (Header Space, Body Space, Footer Space, Total area).

فئة Home Page Space (مساحة الصفحة الرئيسية): وهي فئة وظيفتها الباحث لتحديد المدة الزمنية التي تتحمل فيها الصفحة الرئيسية لمواقع صفح عينة الدراسة حتى تفتح للمستخدم، وتضمنت ما يلي:

→ **Time to Interactive (الوقت الكامل لتفاعلية الصفحة):** ويقصد بها الباحث المدة التي يستغرقها مواقع صفح الدراسة لتصبح تفاعلية بشكل كامل.

→ **First Contentful Paint (سرعة عرض محتويات الصفحة الرئيسية):** ويقصد بها الباحث المدة التي يستغرقها المتصفح لعرض الجزء الأول من محتوى DOM ، الذي يشير إلى نموذج تمثيل

المستند أو كائن Document Object Model ويعتبر أحد الطرق الأساسية في بناء مواقع متفاعلة، حيث تسمح هذه الطريقة للغة البرمجة بمعالجة محتويات مواقع الصحف وهيكلتها وتعتمد بشكل خاص على الـ (JavaScript).

— Speed Index (سرعة تحميل محتويات الصفحة الرئيسية للمستخدم): ويقصد بها الباحث الوقت المستغرق لتحميل محتويات الصفحة الرئيسية أمام المستخدم من خلال استخدام وحدة Speedline Node.js لتوليد درجة مؤشر السرعة، بحيث يظهر التقدم المرئي بين الإطارات في المتصفح.

— Cumulative Layout Shift (تغيرات حركة العناصر التراكمية): ويقصد بها الباحث الوقت المستغرق في عملية تغيير التنسيق التراكمي، والكشف عن التحولات غير المتوقعة في تخطيط الصفحة الرئيسية التي قد يواجهها المستخدمين من تغيير التخطيط في كل مرة يتم فيها تغيير موضع أي من العناصر المرئية.

فئة Cookies: تقوم الكوكيز بمساعدة مواقع الويب على تخزين بعض البيانات المتعلقة بالزوار والمستخدمين للموقع لتمكين من تذكرك، ومن هذه البيانات: تاريخ زيارة الموقع، معلومات الدخول للموقع، مكان الدخول، معلومات سلة المشتريات في المواقع التجارية، وتساعد هذه البيانات على تسهيل الزيارات التالية لنفس الموقع وتحسين تجربة المستخدم أثناء تصفحه. وتضمنت ما يلي: (Available, Unavailable).

فئة Privacy Policy (سياسة الخصوصية): وهي أداة يستخدمها الموقع لتجميع بيانات المستخدم، كالموقع الجغرافي، عنوان IP، نوع المتصفح المستعمل.. الخ، وتضمنت ما يلي: (Available, Unavailable).

المحور الثاني: أدوات التصميم البنائية لمواقع صحف الدراسة

فئة Methods Designs (أساليب بناء الصفحة الرئيسية): وهي فئة وظفها الباحث لتصنيف أساليب البناء الشكلي في الصفحة الرئيسية في مواقع صحف الدراسة، وتضمنت ما يلي: (تصميم الواجهة Interface design ، تصميم المعلومات Interface design ، تصميم التجوال Navigation design).

فئة design style (أساليب إخراج الصفحة الرئيسية): وهي فئة وظفها الباحث لتصنيف أسلوب الإخراج في الصفحة الرئيسية في مواقع صحف الدراسة، وقد صنفت وفقاً لشكلين:

- **Methods Type** (نوع الأسلوب): وهي عبارة عن أساليب عرض المضامين الصحفية في الصفحة الرئيسية وتضمنت ما يلي: (أسلوب الوحدات الإلكترونية Units Style، أسلوب البوابة Gate style، الأسلوب المختلط Mixed Style).
- **direction** (اتجاه الأسلوب): وهي اتجاه عرض الأساليب الإخراجية، وتضمنت ما يلي: (الاتجاه الرأسي Vertical، الاتجاه الأفقي Horizontal).
- فئة Logo (الشعار):** وهي فئة وظفها الباحث لتحديد شكل ونوع وموضع شعار الصحيفة على مواقع صفح الدراسة. وقد صنفت وفقا ل:
- **Logo Type** (نوع الشعار): وهو عبارة عن نوع الشكل الذي وضع به شعار الصحيفة، وتضمنت ما يلي: (شعار مكتوب writing، شعار مرسوموم drawing، شعار مكتوب ومرسوموم & writing). (drawing).
- **Logo Formats** (صيغ الشعار): ويقصد بها صيغ امتداد الشعار، وتضمنت ما يلي: (JPEG، GIF، PNG، WebP).
- **Logo Place** (موقع الشعار): ويقصد بها صيغ امتداد الشعار، وتضمنت ما يلي: (أعلى يمين الصفحة الرئيسية Top right of the home page، أعلى وسط الصفحة الرئيسية Gate Top center home page، أعلى يسار الصفحة الرئيسية Top left of the home page).
- فئة Menu (قائمة التصنيفات):** وهي فئة وظفها الباحث لتحديد نوع قوائم التصنيف التي تستخدمها مواقع صفح الدراسة، وتضمنت ما يلي:
- **Menu Type** (نوع القائمة): ونقصد بها نوع شكل القائمة، وتضمنت ما يلي: (قائمة ثابتة Fixed، قائمة تفرعية branched).
- **Menu Place** (موقع القائمة): ونقصد بها نوع موقع موضع القائمة، وتضمنت ما يلي: (أعلى الصفحة Top page، أسفل الصفحة Down page، يسار الصفحة Right of the page، يمين الصفحة left of the page).
- فئة Menu color (ألوان قائمة التصنيفات):** وهي فئة وظفها الباحث لتحديد ألوان قوائم التصنيف التي تستخدمها مواقع صفح الدراسة، وتضمنت ما يلي:
- **background** (الأرضية): ونقصد بها لون أرضية القائمة، وتضمنت ما يلي: (red, white, black, blue).

Text (النص) : ونقصد بها لون نص القائمة ، وتضمنت ما يلي: (white, black, blue).

فئة Slide Show (شريط الأحداث): وهي فئة وظفها الباحث لتحديد نوع شريط المانشيت التي تستخدمها مواقع صحف الدراسة، والذي يقدم الاخبار والأحداث الهامة في شكل صور عليها عناوين ويقوم المستخدم بالنقر على صورة الحدث ليتم نقله للموضوع، وتضمنت ما يلي:

Type (النوع) : ونقصد بها نوع شكل شريط الأحداث، وتضمنت ما يلي : (شريط لحدث واحد One news، شريط لعدة أحداث Several news).

Place (الموقع): ونقصد بها موقع موضع شريط الأحداث، وتضمنت ما يلي: (أعلى يمين الصفحة الرئيسية Top right home page، أعلى وسط الصفحة الرئيسية Top center home page، أعلى يسار الصفحة الرئيسية Top left of the home page).

Size (الحجم): ونقصد بها حجم شريط الأحداث، وتضمنت ما يلي: (كبير big، متوسط middle، صغير small).

فئة Breaking news ticker (شريط الأخبار العاجلة): وهي فئة وظفها الباحث لتحديد نوع شريط الأخبار العاجلة التي تستخدمها مواقع صحف الدراسة، والذي يقدم الاخبار والأحداث للمستخدم بشكل آني ومحدث، وتضمنت ما يلي:

Type (النوع) : ونقصد بها نوع شكل شريط الأخبار العاجلة، وتضمنت ما يلي : (مؤقت Temporary، مثبت Installed، قابل للإزالة Removable).

Place (الموقع): ونقصد بها موقع موضع شريط الأخبار العاجلة، وتضمنت ما يلي: (أعلى الصفحة top page، أسفل الصفحة down page).

فئة Paper version archive (أرشيف النسخة المصورة): وهي فئة وظفها الباحث لتحديد نسخة أرشيف النسخة المصورة وصيغها في مواقع صحف الدراسة التي لها نسخة ورقية، وتضمنت ما يلي:

Version archive (نسخة الأرشيف): وتضمنت ما يلي: (متوفرة Available، غير متوفرة Unavailable).

Formats (صيغة نسخة الأرشيف): وتضمنت ما يلي: (PDF, Flash).

فئة Types Images (أنواع الصور): هي تلك الصور التي تحتويها مواقع الصحف، سواء كانت هذه الصور مرافقة للمضامين الصحفية المعروضة، أو صور موضوعة لوحدها، وتضمنت ما يلي: (شخصية Personality، موضوعية Objectivity، دعائية Advertising).

فئة Size Images (أحجام الصور): وهي أحجام الصور التي تحتويها مواقع الصحف، سواء كانت هذه الصور في الصفحة الرئيسية أو في الصفحات الداخلية، وتضمنت ما يلي: (كبير big، متوسط middle، صغير small).

فئة Images Formats (صيغ الصور): ويقصد بها صيغ امتدادات الصور، وتضمنت ما يلي: (WebP، GIF، PNG، JPEG).

فئة Colors on the Home Page (الألوان في الصفحة الرئيسية): ويقصد بها ألون الخلفيات والعناوين في الصفحة الرئيسية لمواقع صحف الدراسة، وتضمنت ما يلي: (red, white, black, blue).

فئة Colors on the Inside Pages (الألوان في الصفحات الداخلية): ويقصد بها ألون الخلفيات والعناوين والنصوص في الصفحات الداخلية لمواقع صحف الدراسة، وتضمنت ما يلي: (red, white, black, blue).

فئة Languages used (اللغات المستخدمة): وهي فئة وظيفها الباحث لتحديد اللغات التي تتيحها مواقع صحف الدراسة للمستخدم، وتضمنت ما يلي: (لغة واحدة One language، عدة لغات Multilinguisme).

فئة Fonts (الخطوط): قام الباحث باختيار الفئة لتحديد أنواع الخطوط وأحجامها في عناوين ونصوص مواقع صحف الدراسة، وتضمنت ما يلي:

→ Type (النوع): وتضمنت ما يلي: (Balboa, Droid Arabic Kufi, Almarai, Alexandria, Cairo, Roboto).

→ Size (الحجم): وهي الحجم التي يكتب بها النصوص والعناوين في مواقع صحف الدراسة، وتضمنت ما يلي: (14px, 15 px, 16 px, 17 px, 18 px).

فئة Text Alignment (محاذاة النص): وهي فئة وظيفها الباحث لتحديد اتجاه المحاذاة في نصوص المضامين وعناوينها في مواقع صحف الدراسة، وتضمنت ما يلي: (Left, Center, Right).

فئة Tags (الوسوم): هو كلمة مفتاحية أو عبارة تصنف بها معلومة معينة (صورة، نص، منطقة، مقطع فيديو، ... الخ)، وتضمنت ما يلي: (متوفرة Available، غير متوفرة Unavailable).

فئة Hypertext (النصوص الفائقة) هو نص عند النقر عليه، يقود المستخدم إلى معلومات أخرى بشكل موسع، وتضمنت ما يلي: (Internat HyperText داخلي، Externat HyperText خارجي).

فئة Content updates (التحديث التلقائي): ويقصد بها تحديث الصفحة الرئيسية للمضامين والمحتويات بغرض إحاطة مستخدميها بأخر الأخبار، وتضمنت ما يلي: (متوفر Available، غير متوفر Unavailable).

فئة Multimedia (الوسائط الداعمة): وهي تكامل الصورة والصوت والرسوم المتحركة والتي تسمح بتقديم المضامين الصحفية في مواقع صفح الدراسة بطريقة يتفاعل معها المستخدم، وتضمنت ما يلي: (أنفوجرافيك Infographique، الصوت Sound، الفيديو Videos، ألبوم الصور Photo Album).

فئة Separative Element (عناصر الفصل): ويقصد بها العناصر التي تستخدم للفصل بين الموضوعات والمضامين في مواقع صفح الدراسة، وتضمنت ما يلي: (البياض Null Space، الخطوط المتقطعة Closing Line، الإطارات Tire، الجداول Using tables).

فئة Advertising Type (أنواع الإعلانات): ويقصد بها شكل نوع تصميم الإعلانات الموظفة في مواقع صفح الدراسة، وتضمنت ما يلي: (إعلانات ثابتة Fixed Advertising، إعلانات متحركة Animated Advertising).

فئة Advertising formats (صيغ الإعلانات): ويقصد بها صيغ امتدادات التصميم الإعلانية الموظفة في مواقع صفح الدراسة، وتضمنت ما يلي: (HTML, WebP, GIF, PNG, JPEG, Mp4).

المحور الثالث: العناصر البنائية المعلوماتية والتفاعلية التواصلية في مواقع صفح الدراسة

فئة Search Engine (محرك البحث): وهي البحث عن المضامين والمعلومات داخل مواقع صفح الدراسة، وتضمنت ما يلي:

→ Type (النوع) : ونقصد بها نوع محرك البحث، وتضمنت ما يلي : (بسيط Simple، متقدم Advanced).

→ Design (التصميم) : ونقصد بها شكل محرك البحث، وتضمنت ما يلي : (أيقونة Icon، كتابة writing).

Place (الموقع): ونقصد بها موقع موضع محرك البحث، وتضمنت ما يلي: (أعلى الصفحة الرئيسية Top Home Page، أسفل الصفحة الرئيسية Bottom of Home Page).

Postal Items (النشرات البريدية): ويقصد بها تلك الملخصات الإخبارية التي يرسلها الموقع لمستخدميه، وتضمنت ما يلي: (متوفر Available، غير متوفر Unavailable).

Interactive services associated with the contents (الخدمات التفاعلية المرافقة للمضامين): وهي فئة وظيفها الباحث لتحديد العناصر والأدوات التي التفاعلية التي تتحياها مواقع صحف الدراسة لمستخدميها مع مضامينها، وتضمنت ما يلي:

التعليق على المضامين Comment on the contents

مشاركة المضامين Share on the contents

طباعة المضامين Contents printing

التحكم في حجم خط الفقرة Control the font size of the paragraph

التحكم في خلفية الفقرة Paragraph background control

Sharing the contents on social media platforms (مشاركة المضامين عبر منصات التواصل الاجتماعي): وهي فئة وظيفها الباحث لتحديد المنصات التي تتحياها مواقع صحف الدراسة لمستخدميها لمشاركة مضامينها فيها، وتضمنت ما يلي: (Facebook, Twitter, Telegram, youtube, WhatsApp, TikTok, Instagram)

Content editor information (معلومات محرر المضامين): وهي فئة وظيفها الباحث لتحديد معلومات محرري المضامين في مواقع صحف الدراسة لمستخدميها، وتضمنت ما يلي: (اسم ولقب المحرر Name, surname of the editor، صور المحرر Photo editor، بريد المحرر Editor's mail)

Use of e-mail (استعمال البريد الإلكتروني): وهي فئة وظيفها الباحث لتحديد معلومات محرري المضامين في مواقع صحف الدراسة لمستخدميها، وتضمنت ما يلي: (اسم ولقب المحرر Name, surname of the editor، صور المحرر Photo editor، بريد المحرر Editor's mail)

فئة Use of social media platforms (استخدام منصات التواصل الاجتماعي): ويقصد بها ربط مواقع صحف الدراسة بالمنصات الاجتماعية لزيادة التفاعلية، وتضمنت مايلي: (Facebook, Twitter, Telegram, youtube, WhatsApp, Tik Tok, Instagram)

فئة Elements of personal communication as one of the dimensions of interaction (عناصر الاتصال الشخصي كأحد أبعاد التفاعلية): وهي فئة وظفها الباحث لتحديد العناصر الاتصالية التي تتيحها مواقع صحف الدراسة لمستخدميها من اجل التفاعل مع المضامين واثراء النقاش، وتضمنت مايلي: (البريد الإلكتروني E-mail، اتصل بنا call us، مواقع التواصل الاجتماعي social media sites، غرف الدردشة chat rooms)

فئة Elements of achieving multiple choices as one of the dimensions of interaction (عناصر تحقيق تعدد الخيارات كأحد أبعاد التفاعلية): وهي فئة وظفها الباحث لتحديد العناصر التقنية التي تحقق التعدد في الخيارات للمستخدم في مواقع صحف الدراسة، وتضمنت مايلي: (التصميم المتجاوب Responsive design، الوسائط الداعمة Multimedia، النصوص الفائقة hypertexts، تعدد اللغات multilingual، التحكم في خلفيات الموقع Website background (control

فئة User effort mitigation components (عناصر تخفيف جهد المستخدمين): وهي فئة وظفها الباحث لتحديد العناصر التقنية التي تخفف الجهد للمستخدم وتسهل عليه عملية تصفح الموقع، وتضمنت مايلي: (التحديث التلقائي auto update، الملخص المكثف للموقع RSS، المواضيع الأكثر أهمية The most important topics، ايقونة الرجوع لأعلى الصفحة Back to top icon).

صدق وثبات التحليل:

أ-اختبار الصدق:

ويقصد به صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد من قياسه، ومدى قدرة الأسلوب على توفير المعلومات المطلوبة (محمد حسين، 1983، صفحة 128).

تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري والذي يعبر "عن اتفاق المحكمين أو المبحوثين على أن المقياس أو الأداة صالحة فعلا لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله، ويطلق عليه الصدق الظاهري نظرا لأنه يقوم

على رؤية المحكمين أو المبحوثين للصلاحية بشكل عام... وفي هذه الحالة فإنه يمكن تقدير صدق المقياس أو الأداة بتقدير حدود الاتفاق بين هؤلاء المحكمين، فإذا ما اتفق المحكمون كان المقياس صادقا بنسبة هذا الاتفاق، مع مراعاة إعادة النظر في الملاحظات التي يبديها المحكمون حول بعض التعديلات في بناء المقياس أو الأداة ومحتواه" (عبد الحميد م.، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، 2000، صفحة 430).

وقد قام الباحث بعد إعداد استمارة تحليل المضمون (كيف قيل) بعرضها على عدد من الأساتذة المتخصصين في دراسات الإعلام والاتصال ومخرجي ومطوري صحف إلكترونية(*) ، وذلك للفصل فيما إذا كانت تلك الأداة تقيس ما أعدت لقياسه ويمكن أن تحقق أهداف الدراسة، وقد تم تعديل هذه الاستمارة بناء على ملاحظاتهم.

ب- اختبار ثبات الأداة:

يعتبر "ثبات التحليل من أهم ما يحرص عليه الباحثون في دراساتهم حتى لا تتهم تحليلاتهم بالتميز أو القصور أو تغليب الذاتية أو غير ذلك من سلبيات تنقص قيمة البحث. وقد أكد الباحثون أهمية الثبات باعتباره وثيقة القبول العلمية والاجتماعية لتحليل المضمون كأسلوب من أساليب البحث العلمي" (طعيمة، 2004، صفحة 221).

وقد وضع هولستي عدة نماذج الحساب معامل الثبات من خلال البحوث والدراسات التي تناولت تقدير الثبات في تحليل المحتوى، ففي حالة تعدد المحكمين يمكن حساب معامل الثبات بتحديد نسبة اتفاق كل واحد من المحكمين مع المحكم الآخر كمرحلة أولى ثم يتم تقدير معامل الثبات العام من خلال المعادلة التالية (عبد الحميد م.، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، 2017، صفحة 419):

*أ.د عبد القادر بودريالة، تخصص إعلام واتصال، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر.

أ.د ماجد سالم التريان، تخصص الصحافة، جامعة الأقصى، فلسطين

د. نادية جيتي، تخصص إعلام واتصال، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر.

د. هبة مصطفى حسن، تخصص إعلام تربوي، جامعة بورسعيد، مصر.

د. نشوة حامد، تخصص إعلام تربوي، جامعة المنصورة، مصر.

د. إبراهيم السمان، تخصص صحافة، جامعة سوهاج، مصر.

الجباري هبيته، تقني ومطور ويب، مؤسسة سواري للتقنية، الجزائر.

مجاهد قواوي، مخرج، جريدة الطاسيلي نيوز الإلكترونية، الجزائر.

عدد المحكمين (متوسط الاتفاق بين المحكمين)

معامل الثبات -

$$+1 \text{ (عدد المحكمين-1)} \times \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}$$

ولحساب متوسط الاتفاق بين المحكمين تم حساب هذه المتوسطات مثلي مثلي كالتالي:

• **كيفية حساب متوسط الاتفاق بين المحكم (أ) والمحكم (ب):**

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{عدد الفئات التي لقيت تأييد من المحكم (أ) - عدد الفئات التي وافقوا عليها المحكمين بشكل كلي - نتيجة 1} \\ \text{عدد الفئات التي لقيت تأييد من المحكم (ب) - عدد الفئات التي وافقوا عليها المحكمين بشكل كلي - نتيجة 2} \end{array} \right.$$

تم حساب: عدد الفئات التي وافقوا عليها المحكمين بشكل كلي + (نتيجة 1 + نتيجة 2) = نتيجة 3
وبتطبيق القاعدة الثلاثية نجد:

عدد الفئات التي وافقوا عليها المحكمين بشكل كلي $\times 10$

متوسط الاتفاق بين (أ) و (ب) -

نتيجة 3

وبنفس الطريقة تم حساب متوسط الاتفاق بين كل المحكمين مثلي مثلي. وفي الأخير تم حساب متوسط الاتفاق الكلي بين المحكمين الثمانية وذلك يجمع المتوسطات ثم تقسيمها على عدد المتوسطات حيث بلغ متوسط الاتفاق بين المحكمين 0.88%.

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين - 0.88} \\ \text{عدد المحكمين - 8} \end{array} \right.$$

بالتعويض في معادلة هولستي نجد:

$$X10 (0.88) \times 8$$

معامل الثبات = 0.98

0.98 -

معامل الثبات -

$$0.88 \times (1-8) + 1$$

ومنه فإن معامل الثبات بلغ 0.98% وفقا لمعادلة هولستي. ورغم أنه ليس هناك اتفاق "المستوى معامل الثبات الذي يمكن قبوله، إلا أنه ينصح بأن يبذل الباحث جهده في ألا يقل عن 90% حتى يطمئن إلى مستوى الثقة في النتائج، وقد اعتبر كل من كابلان وجولدسون في تحليل المحتوى أن نسبة الاتفاق التي تصل إلى 90% تعتبر مستوى عال من الثبات بينما لا تعتبر 75% نسبة مرضية يمكن الاعتماد عليها" (عبد الحميد م.، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، 2017، صفحة 429). وقد حققت الدراسة معامل الثبات بلغ 0.98% وتعدّ هذه النسبة عالية وتدل على وجود اتفاق كبير بين المحكمين.

بالإضافة الى ذلك قام الباحث بتكليف باحثين آخرين من طلبة الدكتوراه، الطالبة حياة حنون طالبة بقسم الدعوة والإعلام والاتصال بجامعة الأمير عبد القادر قسنطينة-الجزائر، والطالب بلال عبيد طالب بقسم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة-الجزائر. حيث قاموا بتحليل جزء من المادة التي يخضعها الباحث للتحليل بعد تعريفهم بها وبالأهداف العامة للتحليل وكانت نسبة الاتفاق بين ما قام به الباحث وبين ما قام بتحليله الباحثين 98% وهي نسبة تدل على الثبات ووضوح الاستمارة وصلاحيتها للتحليل.

رابعا: استمارة الاستبيان

إن أنسب الأدوات البحثية التي تمكننا من الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات التي تجيب على تساؤلات دراستنا، وتسمح بتوفير الوقت والجهد والنفقات، وتحقيق الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها والاحتكام إليها في أداة الاستبيان عن طريق الاستمارة (حسن س.، تطبيقات في مناهج البحث العلمي، 1991، صفحة 126).

والاستبيان كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه وعرفه، الاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر (أباني، 1995، صفحة 204).

ويعد أسلوب جمع للبيانات الذي يستهدف انتشاره الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات (عبد الحميد م.، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، 2003، صفحة 184).

خطوات إعداد استمارة الاستبيان

1- القراءة والاطلاع في التراث العلمي: قام الباحث بالاطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت

تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية، ومن خلال ذلك تمكن الباحث من وضع النقاط الرئيسية

التي يبني عليها الاستبيان.

2- تحديد أهداف الاستبيان: في ضوء مشكلة الدراسة وفروضها ومتغيراتها، وكذلك تحديد أفراد العينة

التي ستطبق عليهم استمارة الاستبيان ومعرفة سماتهم من حيث التعليم والجنس (ذكر أنثى)، وذلك

للقوف على الصياغة الصحيحة للمبحوثين من ناحية، وتحقيق أهداف الدراسة من ناحية أخرى.

3- تحديد الأسئلة: تم تحديد أسئلة الاستبيان، وقد راعى الباحث أن تأتي الأسئلة بشكل يعتمد على

التسلسل المنطقي الى جانب الوضوح والبساطة في صياغة الأسئلة مع التنوع بين الأسئلة المغلقة

والمفتوحة.

4- إعداد استمارة الاستبيان في صورتها الأولية: في شكل أسئلة لقياس كل المتغيرات الدراسة وذلك لمراعاة صدق المحتوى من خلال التأكد من العبارات التي تتضمنها الاستمارة تغطي أبعاد المشكلة من موضوع الدراسة، مع مراعاة التسلسل المنطقي لهذه الأسئلة.

5- دراسة استمارة الاستبيان ومراجعتها علميا ومنهجيا: من خلال عرض استمارة الاستبيان على الخبراء والمحكمين في تخصصات الصحافة المتعددة، وذلك بهدف التعرف على:

- ملاحظات الخبراء المحكمين لاستمارة الاستبيان سواء بالحذف أو الإضافة أو التعديل.
- مراجعة المادة العلمية الواردة في الاستمارة ومدة ارتباطها بأهداف الدراسة. ومدة كفايتها ودقتها للإجابة على تساؤلات الدراسة.

- صلاحية الاستبيان منهجيا للحصول على إجابات صحيحة وغير متحيزة من أفراد العينة.
- التعرف على مدى ملائمة الأسئلة لطبيعة المبحوثين وخصائصهم في هذه المرحلة العمرية ومستواهم الثقافي. ونتيجة لذلك تم حذف وتغيير بعض الأسئلة وغلقت بعض الأسئلة المفتوحة.

6- الاختيار القبلي Pre-Test: أجرى الباحث الاختبار القبلي على عدد محدود من العينة الأصلية حوالي 10 من حجم العينة الأصلية. وقد أجرى الباحث عينة قوامها 30 مفردة من الذكور والإناث من العينة الأصلية، وذلك من أجل التعرف على:

- مدى فهم المبحوثين لأسئلة استمارة الاستبيان.
 - الأسئلة الصعبة التي تحتاج الى تعديل وتوضيح من الباحث.
 - حذف بعض الأسئلة وغلقت بعض الأسئلة المفتوحة.
 - الفترة الزمنية التي تتطلبها الإجابة على تساؤلات الاستبيان.
- ونتيجة الاختبار القبلي تم تغيير صياغة بعض الأسئلة وغلقت بعض الأسئلة المفتوحة.

7- صياغة استمارة الاستبيان في صورتها النهائية: بعد إبداء الخبراء والمحكمين ملاحظاتهم وتوجيهاتهم وتنفيذ هذه الملاحظات العلمية على الاستمارة بناء على موافقة المشرف وتطبيق الاختبار القبلي والأخذ في الاعتبار ما حصل عليه الباحث من ملاحظات ونتائج تمت صياغة الاستمارة في شكلها النهائي.

وتضمنت استمارة الاستبيان التي استخدمتها في دراستي، تسعة وعشرون سؤالاً (29)، وضعتها بعناية كبيرة، للحصول على معلومات دقيقة عن الموضوع، حيث استخدمت أسئلة مغلقة وأخرى نصف مفتوحة،

وأخرى مغلوقة تحتوي على اقتراحات وما على المبحوثين سواء اختيار إجابة واحدة عن كل سؤال من الأسئلة، وقد تحتل أكثر من اقتراح، أو تحتل اختيار واحد، وذلك من خلال وضع العلامة (*) في الخانة المناسبة، أما بالنسبة للأسئلة نصف مفتوحة فاحتوت الى جانب الاقتراحات فضاء للتعبير عن الرأي المستقل للمبحوثين لم يكن متضمنا في الخيارات المقترحة وذلك بواسطة عبارة (أخرى أذكرها).

وأشير إلى أن الأسئلة المتضمنة في استمارة الاستبيان هي أسئلة مصاغة بشكل بسيط ومفهوم، راعيت في ذلك عد توظيف المصطلحات الصعبة، كما استخدمت الأسئلة القصيرة ذات المعاني الدقيقة، وحصرت قدر المستطاع على تجنب تضمين السؤال الواحد أكثر من فكرة واحدة، حتى لا يضيع المبحوثين في حرج الإجابة عنها.

وبما أن هدف الاستمارة هو جمع معلومات كافية للإجابة عن الإشكالية المطروحة في الدراسة، فقط اعتمدت على أسلوب المحاور بطريقة منطقية متطابقة في تسلسلها وترقيمها مع خطة البحث، في إطار ما يحقق التساؤلات المترتبة عن الإشكالية كما يلي:

البيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثين.

المحور الأول: واقع استخدام الطلاب الجامعيين للصحافة الالكترونية الجزائرية.

المحور الثاني: اتجاهات الطلاب الجامعيين نحو إخراج مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية والتفاعل معها.

المحور الثالث: توظيف العناصر الاخراجية للصحف الالكترونية وأثرها على اتجاهات انقرايتها لدى الطلاب الجامعيين.

المحور الرابع: اقتراحات تحسين جودة الاخراج في الصحف الجزائرية لتفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامينها.

اختبار الصدق والثبات:

تم عرض الاستمارة في صورتها الأولية على مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجال التخصص (*)، لاختبار صدق أداة جمع البيانات وكذلك صدق المتغيرات ولإبداء الرأي في مدى صلاحيتها للتطبيق ومدة مناسبتها لأهداف وتساؤلات الدراسة، وقد وصلت نسبة اتفاق بين المحكمين 98%، وأعتمد اختبار الصدق أيضا على درجة الاتساق في إجابات الأسئلة المرتبطة التي تمثلها الاستمارة، ووصل متوسط الارتباط %.

أساليب المعالجة الإحصائية للبيانات المستعملة في الدراسة

لتحقيق أهداف البحث وتحليل البيانات التي تم تجميعها اعتمدنا على برنامج الإعلام الآلي المسمى: الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، والذي يرمز لها اختصارا: **SPSS 25**، حيث استخدمنا إصداره الثاني والعشرين، الذي ساعدنا على التعامل بسهولة مع مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لأهداف الدراسة، والتي يمكن أن نبرز أهمها من خلال الآتي:

- **مقياس الإحصاء الوصفي Measures Descriptive Statistic**، وذلك لوصف خصائص مجتمع الدراسة اعتمادا على التكرارات والنسب المئوية، بالإضافة إلى استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لمعرفة طبيعة الاتجاهات وتقدير مستويات تحقيق الأبعاد والمتغيرات التي تتشكل منها الدراسة.
- **معامل كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha (α)**، وذلك بغية تقدير ثبات الدراسة، حيث يأخذ هذا المعامل قيما تتراوح بين الصفر والواحد، وكلما اقترب من الواحد الصحيح فهذا يعني ثباتا أكبر للدراسة، وتضع **أوما سيكران** قاعدة عامة للتعامل مع هذا المعامل مفادها الآتي (سيكران، 1998، صفحة 445):

✓ إذا كان معامل كرونباخ ألفا أقل من (0,6) فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات ضعيف، الأمر الذي يلزم إعادة النظر في بناء أداة الدراسة.

* أ.د عبد القادر بودريالة، تخصص إعلام واتصال، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر.

أ.د ماجد سالم التريان، تخصص الصحافة، جامعة الأقصى، فلسطين

د. نادية جيتي، تخصص إعلام واتصال، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر.

د. الخامسة رمضان، تخصص إعلام واتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

د. مختار جولي، تخصص إعلام واتصال، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر.

د. هبة مصطفى حسن، تخصص إعلام تربوي، جامعة بورسعيد، مصر.

د. نشوة حامد، تخصص إعلام تربوي، جامعة المنصورة، مصر.

د. إبراهيم السمان، تخصص صحافة، جامعة سوهاج، مصر.

- ✓ إذا كان معامل كرونباخ ألفا يتراوح بين (0,6-0,7) فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات مقبول.
- ✓ إذا كان معامل كرونباخ ألفا يتراوح بين (0,7-0,8) فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات جيد.
- ✓ إذا كان معامل كرونباخ ألفا أكبر من (0,8) فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات ممتاز.
- **معامل الارتباط لبيرسون Pearson Correlation Coefficient**، وذلك لقياس العلاقات الارتباطية بين الفقرات والأبعاد والمتغيرات.
- **معامل الانحدار البسيط Simple Regression Coefficient**، وذلك لقياس أثر بعد أو متغير واحد على بعد أو متغير واحد.
- **معامل الانحدار المتعدد Multiple Regression Coefficient**، وذلك لاختبار صلاحية نموذج الدراسة، وتحليل تأثير المتغير المستقل وأبعاده على المتغير التابع وأبعاده.

الطرق المستخدمة في قياس الاتجاهات والمستويات:

إن الهدف الأساسي من دراستنا هو دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية، ومن أجل ذلك لابد من قياس اتجاهاتهم نحو الفقرات التي يتكون منها كل متغير من متغيرات الدراسة.

وبناء عليه جاءت الأسئلة أو الفقرات المتعلقة بكل متغير مغلقة ومصممة وفقا لمقياس ليكرت الخماسي الذي يعد الأنسب لمثل هذه الدراسات، وقد كانت الخيارات المتاحة أمام كل عبارة ما يلي: (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)، وقد أكدنا لأفراد عينة البحث على ضرورة اختيار إجابة واحدة فقط أمام كل فقرة.

ومن أجل تحديد الاتجاه الموافق أعطينا لاحتمالات الإجابة الخمسة السابقة أوزانا محددة كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم 01: الأوزان المعطاة لخيارات الإجابة المتاحة في الاستبانة.

الوزن	خيارات الإجابة
5	موافق بشدة
4	موافق
3	محايد
2	غير موافق
1	غير موافق بشدة

المصدر: (عبد الفتاح ع.، 2008، صفحة 540).

انطلاقاً من الأوزان الموضحة في الجدول رقم 01 ولحساب طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي (الحدود الدنيا والعليا)، تم حساب المدى $(5-1=4)$ ، ثم تقسيمه على عدد فئات المقياس للحصول على طول الخلية $(4 \div 5 = 0.8)$ ، ثم بعد ذلك تم إضافة هذا العدد إلى أقل قيمة في المقياس وهو الواحد الصحيح، واستمرت الإضافة حتى الوصول إلى أعلى قيمة في المقياس وهي العدد خمسة. وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي:

الجدول رقم 02: المتوسطات المرجحة للفقرات والاتجاه الموافق لها

الاتجاه	المتوسط المرجح
غير موافق بشدة	(1.79-1)
غير موافق	(2.59-1.8)
محايد	(3.39-2.6)
موافق	(4.19-3.4)
موافق بشدة	(5-4.2)

من خلال الجدول رقم 02 يمكننا أن نستنتج بأن تحديد الاتجاه العام نحو كل فقرة من فقرات الدراسة يكون وفقاً للآلية الآتية:

- إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح ما بين $(5-4.2)$ فهذا يعني أن الاتجاه العام نحو تأييد ما جاء فيها هو: موافق بشدة.
- إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح ما بين $(4.19-3.4)$ فهذا يعني أن الاتجاه العام نحو تأييد ما جاء فيها هو: موافق.
- إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح ما بين $(3.39-2.6)$ فهذا يعني أن الاتجاه العام نحو تأييد ما جاء فيها هو: محايد.
- إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح ما بين $(2.59-1.8)$ فهذا يعني أن الاتجاه العام نحو تأييد ما جاء فيها هو: غير موافق.
- إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح ما بين $(1.79-1)$ فهذا يعني أن الاتجاه العام نحو تأييد ما جاء فيها هو: غير موافق بشدة.

ثم بعد ذلك تم إضافة هذا العدد إلى أقل قيمة في المقياس وهو الواحد الصحيح، واستمرت الإضافة حتى الوصول إلى أعلى قيمة في المقياس وهي العدد خمسة وكان الناتج كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم 03: المتوسطات المرجحة للأبعاد والمتغيرات والمستويات الموافقة لها

المستوى	المتوسط المرجح
منخفض	(2.32-1)
متوسط	(3.66-2.34)
مرتفع	(5-3.67)

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25

- من خلال الجدول يمكننا أن نستنتج مستوى الأبعاد والمتغيرات في هذه الدراسة والذي سيكون كالآتي:
- ✓ إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للبعد أو المتغير يتراوح ما بين (3.67 - 5)، فهذا يعني أن مستواه العام يميل لأن يكون مرتفعا.
 - ✓ إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للبعد أو المتغير يتراوح ما بين (3.66-2.33)، فهذا يعني أن مستواه العام يميل لأن يكون متوسطا.
 - ✓ إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للبعد أو المتغير يتراوح ما بين (2.32-1)، فهذا يعني أن مستواه العام يميل لأن يكون منخفضا.

اتساق وثبات أداة الدراسة

أولاً-الاتساق الداخلي لأداة الدراسة:

بعد التأكد من الصدق الظاهري للاستبانة عن طريق التحكيم كما أشرنا إلى ذلك سابقا، لابد من اختبار صدقها البنائي أو اتساقها الداخلي، ويرى كيرلنجر أن من أهم الطرق لتحقيق ذلك هو حساب درجة ارتباط كل فقرة بالدرجة الكلية لجميع فقرات البعد الذي تنتمي إليه. ومن أجل القيام بهذا الاختبار قمنا بحساب معامل الارتباط لبيرسون بين درجة كل فقرة من فقرات البعد والدرجة الكلية لجميع فقرات هذا البعد، وذلك لكل متغيرات الدراسة.

وقد تحصلنا على النتائج في الجداول الآتية:

المحور الأول: اتجاهات الطلاب الجامعيين نحو إخراج مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية والتفاعل معها.

الجدول رقم 04: معاملات الارتباط بين فقرات مع الدرجة الكلية للأبعاد التي تنتمي إليها.

معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة
.668**	11	.540**	01
.760**	12	.660**	02
.718**	13	.395*	03
.819**	14	.833**	04
.490**	15	.699**	05
.600**	16	.753**	06
.640**	17	.324	07
.685**	18	.546**	08
.737**	19	.541**	09
		.543**	10
** - دال إحصائيا عند مستوى معنوية (0.05)			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25

من خلال الجدول رقم 04 يمكننا القول بأن جميع معاملات الارتباط كانت موجبة، أي أن هناك علاقة طردية بين جميع فقرات اتجاهات الطلاب الجامعيين نحو إخراج مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية والتفاعل معها لدى عينة الدراسة، مع الدرجة الكلية للأبعاد التي تنتمي إليها، حيث تراوحت بين (0.324) في حدها الأعلى أمام الفقرة رقم (7) وبين (0.833) في حدها الأدنى أمام الفقرة رقم (04)، وأن جميع الفقرات كانت دالة إحصائيا عند مستوى معنوية يساوي (0.05).

البعد الثاني: المعينات التي واجهتك اثناء قراءتك لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية
 -الجدول رقم 05: معاملات الارتباط بين فقرات المعينات التي واجهت المستخدم اثناء قراءته لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية مع الدرجة الكلية للأبعاد التي تنتمي إليها.

المعينات التي واجهتك اثناء قراءتك لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية	
معامل الارتباط	رقم الفقرة
.692**	01
.646**	02
.645**	03
.659**	04
.526**	05
.723**	06
.629**	07
.637**	08
.878**	09
.758**	10
*** - دال إحصائيا عند مستوى معنوية (0.05)	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25

من خلال الجدول رقم 05 يمكننا القول بأن جميع معاملات الارتباط كانت موجبة، أي أن هناك علاقة طردية بين جميع فقرات المعينات التي واجهتك اثناء قراءتك لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية لدى عينة الدراسة، مع الدرجة الكلية للأبعاد التي تنتمي إليها، حيث تراوحت بين (0.526) في حدها الأعلى أمام الفقرة رقم (05) وبين (0.878) في حدها الأدنى أمام الفقرة رقم (09)، وأن جميع الفقرات كانت دالة إحصائيا عند مستوى معنوية يساوي (0.05).

المحور الثالث: توظيف العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية وأثرها على اتجاهات انقرائيتها لدى الطلاب الجامعيين.

الجدول رقم 06: معاملات الارتباط بين فقرات توظيف العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية وأثرها على اتجاهات انقرائيتها لدى الطلاب الجامعيين.

معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة
.806**	09	.747**	01
.617**	10	.690**	02
.427*	11	.392*	03
.730**	12	.567**	04
.759**	13	.734**	05
.434*	14	.555**	06
.245*	15	.600**	07
		.746**	08
** - دال إحصائيا عند مستوى معنوية (0.05)			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25

من خلال الجدول رقم 06 يمكننا القول بأن جميع معاملات الارتباط كانت موجبة، أي أن هناك علاقة طردية بين جميع فقرات المحور الثالث لدى عينة الدراسة، مع الدرجة الكلية للأبعاد التي تنتمي إليها، حيث تراوحت بين (0.245) في حدها الأعلى أمام الفقرة رقم (15) وبين (0.806) في حدها الأدنى أمام الفقرة رقم (09)، وأن جميع الفقرات كانت دالة إحصائيا عند مستوى معنوية يساوي (0.05). وانطلاقا من النتائج السابقة يمكننا القول بأن أداة الدراسة تتمتع بمصدقية عالية، وصلاحية كبيرة للتطبيق الميداني، وذلك بسبب قوة الارتباط الداخلي بين جميع فقراتها ومحاور انتمائها.

المحور الرابع: اقتراحات تحسين جودة الاخراج في الصحف الالكترونية الجزائرية لتفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامينها

الجدول رقم 07: معاملات الارتباط بين فقرات اقتراحات تحسين جودة الاخراج في الصحف الالكترونية الجزائرية لتفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامينها.

معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة
.838**	09	.764**	01
.753**	10	.836**	02
.646**	11	.645**	03
.715**	12	.838**	04
.679**	13	.533**	05
.821**	14	.672**	06
.739**	15	.477**	07
.739**	16	.612**	08
** - دال إحصائيا عند مستوى معنوية (0.05)			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25

من خلال الجدول رقم 07 يمكننا القول بأن جميع معاملات الارتباط كانت موجبة، أي أن هناك علاقة طردية بين جميع فقرات المحور الرابع لدى عينة الدراسة، مع الدرجة الكلية للأبعاد التي تنتمي إليها، حيث تراوحت بين (0.477) في حدها الأعلى أمام الفقرة رقم (07) وبين (0.836) في حدها الأدنى أمام الفقرة رقم (02) ، وأن جميع الفقرات كانت دالة إحصائيا عند مستوى معنوية يساوي (0.05).

وانطلاقا من النتائج السابقة يمكننا القول بأن أداة الدراسة تتمتع بمصدقية عالية، وصلاحية كبيرة للتطبيق الميداني، وذلك بسبب قوة الارتباط الداخلي بين جميع فقراتها ومحاور انتمائها.

اقتراحات تطوير الأدوات التطبيقية في الصحف الإلكترونية الجزائرية

الجدول رقم 08: معاملات الارتباط بين فقرات اقتراحات تطوير الأدوات التطبيقية في الصحف الإلكترونية الجزائرية.

العبرة	معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط
01	.723**	04	.822**
02	.698**	05	.898**
03	.771**	06	.841**
** - دال إحصائيا عند مستوى معنوية (0.05)			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25

من خلال الجدول رقم 08 يمكننا القول بأن جميع معاملات الارتباط كانت موجبة، أي أن هناك علاقة طردية بين جميع فقرات البعد الثاني من المحور الرابع لدى عينة الدراسة، مع الدرجة الكلية للأبعاد التي تنتمي إليها، حيث تراوحت بين (0.723) في حدها الأعلى أمام الفقرة رقم (01) وبين (0.898) في حدها الأدنى أمام الفقرة رقم (05)، وأن جميع الفقرات كانت دالة إحصائيا عند مستوى معنوية يساوي (0.05).

وانطلاقا من النتائج السابقة يمكننا القول بأن أداة الدراسة تتمتع بمصدقية عالية، وصلاحية كبيرة للتطبيق الميداني، وذلك بسبب قوة الارتباط الداخلي بين جميع فقراتها ومحاور انتمائها.

ثبات أداة الدراسة:

يقيس الثبات مدى استقرار أداة الدراسة وعدم تناقضها، حيث يوضح ما إذا كانت الاستبانة ستعطي نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المعامل المحسوب في حالة ما إذا تم إعادة توزيعها على نفس أفراد العينة (عبد الفتاح ع.، 2008، صفحة 560).

ولتقدير ثبات الدراسة سنعمد على معامل كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha الذي يعد أفضل الطرق للدلالة على تقدير الثبات، حيث سنقوم بحسابه لأداة الدراسة ككل، وللمحاور الأساسية والمشكلة لها، وهذا ما نبرزه من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم 09: معاملات الثبات لمحور الدراسة باستخدام معامل كرونباخ ألفا.

المحور	عدد الفقرات	معامل الثبات
أثر الإخراج على تفاعلك مع مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية	19	.908
المعيقات التي واجهتك اثناء قراءتك لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية	10	.863
اتجاهات الطلاب الجامعيين نحو إخراج مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية والتفاعل معها	29	.853
العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية على تفاعلك معها	15	.859
اقتراحات تحسين جودة الإخراج بشكل عام في الصحف الإلكترونية الجزائرية	16	.921
اقتراحات تطوير الأدوات التطبيقية في الصحف الإلكترونية الجزائرية	06	.873
اقتراحات تحسين جودة الإخراج في الصحف الإلكترونية الجزائرية لتفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامينها	22	.923
الاتجاه العام (الاستبيان ككل)	66	0.938

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25.

من خلال الجدول رقم 09 يمكننا القول بأن معامل الثبات للمحور الأول الخاص باتجاهات الطلاب الجامعيين نحو إخراج مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية والتفاعل معها لدى عينة الدراسة كانت قيمته (0.853) وهي قيمة ممتازة، أما معامل الثبات العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية على تفاعلك معها فقد كانت قيمته (0.859) وهي قيمة أيضا ممتازة. أما معامل الثبات اقتراحات تحسين جودة الإخراج في الصحف الإلكترونية الجزائرية لتفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامينها فقد كانت قيمته (0.923) وهي قيمة أيضا ممتازة. أما معامل الثبات للدراسة ككل فقد كانت قيمته (0.938) وهي قيمة ممتازة وتدل على ثبات عال جدا تتمتع به الدراسة ككل، وهذا يعني أننا متأكدون بنسبة (93.8%) من الحصول على نفس النتائج في حالة إعادة توزيع أداة الدراسة على نفس عينة البحث.

١- تأمنا: مجتمع البحث وعينته

أ- مجتمع البحث

يعرف "موريس أنجريس" مجتمع البحث على أنه: مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات، وفي هذه الحالة أو تلك نستطيع تحديد مقياس يجمع بين الأفراد والأشياء ويميزهم عن غيرهم من الأفراد والأشياء (أنجريس، 2004، صفحة 198).

ويتمثل مجتمع الدراسة في:

1. مجتمع بشري ويشمل طلبة كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة3-الجزائر. والذين قدر عددهم حسب مصادر رسمية 1555 طالبا بجميع مستوياتهم وتخصصاتهم، خلال الموسم الجامعي 2022/2023.

2. مجتمع وثائقي ويشمل أربعة صحف الكترونية جزائرية.

وهي: "الشعب أونلاين"، "سبق برس"، "الجزائر الآن" و "competition"

ب- عينة البحث

يوجد "اجماع على أن محتوى الإعلام عادة ما يكون من الضخامة والاتساع يصعب معه القيام بعملية التحليل بالسرعة والدقة المطلوبة دون استخدام العينات. (عبد الحميد م.، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، 2010، صفحة 90).

تعتبر العينة مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي (عبيدات، 2000، صفحة 91)، وتمثل نموذجا يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل الوحدات ومفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات (قندلجي، 2008، صفحة 10).

عينة الدراسة التحليلية: أجرى الباحث دراسة استطلاعية على عينة قوامها 60 مفردة من طلبة كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة 3 (ذكور وإناث)، لمعرفة أكثر الصحف الإلكترونية تفضيلاً لديهم وقد جاء ترتيب هذه الصحف كالتالي:

الجدول رقم 10: تفضيلات طلبة كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة 3 للصحف الإلكترونية الجزائرية.

النسبة المئوية	عدد المفردات	الصحيفة الإلكترونية	الترتيب
26.66	16	www.echaab.dz الشعب أونلاين	1.
25	15	www.sabqpress.dz سبق برس	2.
20	12	www.algeriemaintenant.dz الجزائر الآن	3.
10	6	www.annasonline.com النصر أونلاين	4.
10	6	www.ennaharonline.com النهار أونلاين	5.
8.33	5	www.competition.dz competition	6.
100	60		الإجمالي

تبعاً لما جاء بالدراسة الاستطلاعية فقد اختار الباحث الصحف الإلكترونية التالية:

1. صحيفة "الشعب أونلاين" www.echaab.dz

2. صحيفة "سبق برس" www.sabqpress.dz

3. صحيفة "الجزائر الآن" www.algeriemaintenant.dz

4. صحيفة "competition" www.competition.dz

• مبررات اختيار عينة الصحف الإلكترونية:

- تعتبر تلك الصحف الإلكترونية الأعلى من حيث التفضيل والتصفح وفقاً للدراسة الاستطلاعية، فقط

تم اختيار ثلاث صحف عامة وصحيفة متخصصة في المجال الرياضي.

- تم اختيار الصحف التي تحتوي على نطاق www.dz. طبقاً للمادة 06، من المرسوم التنفيذي رقم 20-332

المؤرخ في 22 نوفمبر 2020 والصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، والذي يحدد نشاط

الإعلام عبر الإنترنت (الجريدة الرسمية، 2023).

- كون صحيفة "الشعب أونلاين" عمومية، وصحف "سبق برس"، "الجزائر الآن" و "competition"

خواص.

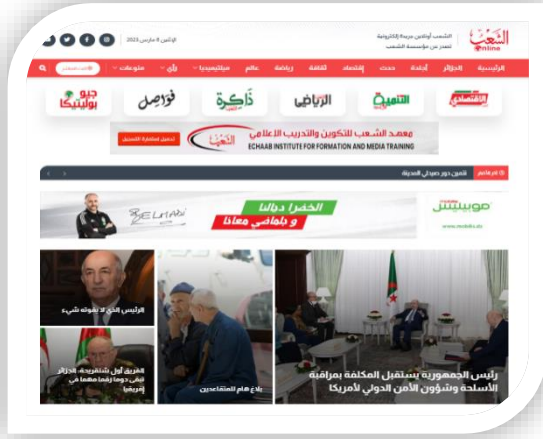
- كون صحيفة "competition" ناطقة باللغة الفرنسية وباقي صحف عينة الدراسة ناطقة باللغة العربية. وقد اختار الباحث عينة عشوائية منتظمة من هذه الصحف وفقاً لأسلوب الدورة، اذ يحقق عدة مزايا خاصة في دراسة الصحف أهمها:
- إعطاء فرصة متساوية لجميع أيام الصدور في تمثيل العينة، وهذا يحقق المقارنة المنهجية السليمة بين الفترات وبعضها.
- يتمكن الباحث باستخدام هذا الأسلوب من بناء الفترات الصناعية المنتظمة لأغراض التحليل (أسبوع، أسبوعين ... شهر مثلاً) مع ضمان نفس البعد الزمني بين كل الأيام وبعضها، بدلا من اقترابها أو تباعدها في الاختيار العشوائي لبناء هذه الفترات، وضمان تمثيل أيام الفترات الصناعية في العينة بنفس المستوى (عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، 2010).
- وكون الباحث أسبوع صناعي من اختياريه، تم فيه اختيار المفردة الأولى عشوائيا يوم الأحد من الأسبوع الأول، والمفردة الثانية يوم الاثنين من الأسبوع الثاني ... وهكذا، وذلك خلال الفترة من 01 جانفي 2023 إلى 30 مارس 2023. لرصد أهم الفروق الإخراجية بين الصحف الأربع، وقد بلغت مفردات العينة 90 مفردة حيث تم تحليل 12 عدد من كل موقع صحيفة من صحف عينة الدراسة.

جدول رقم 11: العينة الزمنية لتحليل مواقع صحف عينة الدراسة.

العدد	التاريخ	العدد	التاريخ
07	السبت 18 فيفري 2023	01	الأحد 01 جانفي 2023
08	الأحد 26 فيفري 2023	02	الاثنين 09 جانفي 2023
09	الاثنين 06 مارس 2023	03	الثلاثاء 17 جانفي 2023
10	الثلاثاء 14 مارس 2023	04	الاربعاء 25 جانفي 2023
11	الاربعاء 22 مارس 2023	05	الخميس 02 فيفري 2023
12	الخميس 30 مارس 2023	06	الجمعة 10 فيفري 2023
12			الإجمالي

ويرى الباحث أن فترة 3 أشهر كافية، لأن الدراسة الحالية لا تتطلب طول المدة الزمنية، حيث أنها لا تهدف الى رصد التغيير على المدى الطويل للشكل الإخراجية لمواقع الصحف الجزائرية، وانما تهدف الى التعرف على شكل وأساليب الإخراج المعتمدة في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة.

التعريف بصحف عينة الدراسة التحليلية:



- "الشعب أونلاين": صحيفة إلكترونية جزائرية عمومية تصدر عن مؤسسة الشعب التي تأسست في 11 ديسمبر 1962، يشرف عليها الرئيس المدير العام مسؤول النشر جمال لعلامي (الشعب أونلاين، 2023).



- "سبق برس": صحيفة جزائرية إلكترونية خاصة تصدر عن مؤسسة سبق برس للإعلام والدراسات، انطلق في 8 أوت 2015، مسؤول النشر فيها الصحفي محمد رابح، وتهتم بنشر الأخبار وتسليط الضوء على المستجدات في الساحة الجزائرية على مدار الساعة في مجالات السياسة، الاقتصاد، الرياضة والثقافة وقطاعات أخرى مدعما بالصورة والفيديو بالإضافة إلى متابعة أهم الأحداث في العالم (سبق برس، 2023).

- "الجزائر الآن": صحيفة جزائرية إلكترونية خاصة، تهتم بمتابعة جميع الأحداث والمستجدات في الجزائر والعالم.



- "competition": صحيفة جزائرية إلكترونية خاصة، ومعناها باللغة العربية المنافسة هي صحيفة رياضية متخصصة في كرة القدم الجزائرية تقدم كل الأخبار والمسابقات والمقابلات مع اللاعبين الجزائريين والمدربين من الأندية المختلفة والمنتخب الجزائري (info-algerie، 2023).



عينة الدراسة الميدانية: اعتمدت الدراسة في جانبها الميداني على عينة قصدية، متمثلة في طلبة كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة 3 قوامها 388 وزعت عليها 388 استمارة تم استرجاع منها 341 وذلك لعدم اكتراث المبحوثين بإرجاعها وضياعها عند البعض منهم، واستبعدت منها 30 لعدم توفرها على الإجابات الكاملة وتناقض إجابات المبحوثين في البعض منها، وتم فتح الاستبيان لمدة شهر في الفترة من 05/01 إلى 2022/06/01، وبذلك بلغت جملة المفردات التي استجابت لملء الاستبيان 311 مفردة.

- مبررات اختيار عينة الطلاب:

- يعتبر طلبة كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة 3 من أنسب الفئات لتطبيق الدراسة، نظرا لأنهم أكثر احتكاكا واستخداما للصحافة الإلكترونية من جهة، ومتابعة الأخبار ومضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية من جهة أخرى.

- طلبة كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري على دراية بالأسس الأولية لتصميم وإخراج موقع الصحف الإلكترونية، ولديهم مقدرة على التمييز بين العناصر التيبوغرافية إلى حد ما ومعهم تمييز التجربة بشيء من السهولة في الفهم والتعامل مع متغيرات الدراسة عن غيرهم من طلاب الأقسام أو الكليات الآخرين مما يسهم بشكل فعال في الوصول لنتائج دقيقة للدراسة.

سهولة الوصول للعينة حيث تقع في القسم العلمي نفسه الذي يعمل به الباحث، ويستطيع الوصول إليهم، حيث يقوم بالتدريس كأستاذ مؤقت في كل من مقياس الصحافة الإلكترونية ومقياس إخراج صحيفة مطبوعة وإلكترونية، مما سهل عملية التنسيق مع الطلاب.

تاسعا: تحديد المصطلحات والمفاهيم

تعتبر المفاهيم في الواقع ما هي إلا تصورات ذهنية لمجموعة متنوعة من الظواهر التي نريد ملاحظتها (سعيد عيشور، 2017، صفحة 74)، وترد في هذا البحث مجموعة من المفاهيم التي ترتبط بالموضوع العام للدراسة، وتعب عن حدود الإشكالية، والتي بتحديدتها تتضح عدة معالم في موضوع الدراسة، والمفاهيم المشكلة للبحث هي:

1- الدور:

المفهوم اللغوي: كلمة الدور، مستعارة من حياة المسرح، وأول من استعملها بهذا المعنى هو "نيتشه" حيث أن الفرد يمثل مجموعة من السلوك على خشبة المسرح، وكأن التنظيم الاجتماعي مسرح حياة الجماعة وأفرادها يملكون الأدوار المتعددة والمختلفة حسب اختلاف مراكزه (شاوي، 2008، صفحة 06).

المفهوم الاصطلاحي: هو سلوك متوقع يرتبط بموضوع اجتماعي معين، وللدور معنى ستاتيكي، وآخر معياري. والمعنى الستاتيكي يقصد بذلك المعنى الذي يرتبط به، أما المعياري فهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل (عدلي، 2001، صفحة 15).

كما يعرف على انه أنماط سلوكية تكون وحدة ذات معنى، وتبدو ملائمة لشخص يشغل مكانة معينة في المجتمع، أو يشغل مركزا محايدا في علاقات شخصية متبادلة (صادق ن.، 1983، صفحة 367).

المفهوم الإجرائي: وهو الوظيفة التي تقوم بها الصحيفة تجاه مستخدميها لجذبها إلى مضامينها، بناء على الجانب الشكلي والإخراجي.

2-الإخراج الإلكتروني:

المفهوم اللغوي: من أخرج. وإخراج الشيء أي إظهاره للوجود. والاستخراج كالأستتباط. أما الإخراج بالفرنسية: Mise En Page اي الوضع - من فعل وضع-على الصفحة (حجاب، الموسوعة الإعلامية، 2003، صفحة 133).

المفهوم الاصطلاحي: يعرفه د. أشرف صالح بأنه "كل العمليات الفنية التي تساعد على ذلك الخروج والتي تشمل على كل من التيبوغرافيا والتصميم (فهمي خوجة، 2007، صفحة 15).

ويعرفه زيد منير سليمان بأنه: "طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على الصفحة، لاسيما واجهة الصحيفة الالكترونية بين حركة العين ومبادئ التصميم أو الثبات في الشكل لإصدارات الصحيفة وتحديثاتها ولا تتغير إلا عند فترة زمنية طويلة نسبيا، لان المستخدم يكون قد اعتاد أن يرى واجهة الصحيفة بشكل معين، كذلك أن الواجهة تعكس هوية الصحيفة (سليمان ز.، الصحافة الالكترونية، 2009، صفحة 40).

وعرفه حسنين شفيق بأنه: "خطوة من خطوات إصدار الصحيفة تتعلق بمظهرها الخارجي وشكلها الفني، أي تلك الجوانب المرتبطة بالمضمون والعوامل المؤثرة فيه، فهو ذلك الفن الذي يتضمن مجموعة عمليات فنية تبدأ بعد الانتهاء من عملية التحرير الصحفي من جمع الماجة الصحفية وتصحيحها ومراجعتها، وصياغتها في قالب أو الشكل التحريري المناسب" (حسنين، إخراج الصحف الالكترونية على شبكة الانترنت، 2009، صفحة 10).

المفهوم الإجرائي: هو الشكل الثابت للصحيفة الالكترونية في صفحتها الرئيسية وصفحاتها الداخلية من خلال توظيف العناصر البنائية التقليدية والحديثة التي وفرتها شبكة الانترنت بصورة منسجمة مع المضمون بما يتوافق مع سياسة الصحيفة.

3-الاتجاه:

المفهوم اللغوي: ترجع كلمة الاتجاه تاريخيا إلى أصلين:

الأول مشتق من أصل اللاتيني "apus" والذي يعني اللياقة وكان أول من استخدمه هربت سبنسر.

أما الثاني فيرتبط باستخدام كلمة "posture" والتي تعني وضع الجسم عند التصوير، ثم تطور استخدام هذا المصطلح فأصبح يشير إلى الوضع المناسب للجسم للقيام بأشياء معينة (حجاب، الموسوعة الإعلامية، 2003، صفحة 259).

المفهوم الاصطلاحي: يعرفه "البورت" على أنه حالة من الاستعداد العقلي العصبي التي نظمت عن طريق التجارب الشخصية السابقة وتعمل على توجيه استجابة الفرد لكل أشياء والمواقف التي تتعلق بهذا الاستعداد (محمد جابر، د.س، صفحة 335).

كما يعرف على أنه " تنظيم نفسي مستقر للعمليات الإدراكية والمعرفية والوجدانية لدى الفرد، يساهم في تحديد الشكل النهائي للاستجابة بالقبول أو النفور (نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين، 1975، صفحة 367).

المفهوم الإجرائي: مما سبق يمكن استنباط تعريف إجرائي للاتجاه على أساس أنه تنظيم الفرد لبعض العمليات النفسية، تظهر محصلتها في سلوكه الفعلي والذي يعبر بدوره عن وجهة نظره حول موضوع معين من الموضوعات مهما كان نوعه، معبرا عن اتجاهه بالتأييد أو بالمعارضة أو حتى بالمحايدة بطريقة تحكمية يمكن قياسها بإعطاء درجات لهذه الموافقة أو المعارضة أو المحايدة.

4-المستخدام:

المفهوم اللغوي: استخدم استعمل، استخدم آلة استعمالها، استخدم كل الإمكانيات: استغلالها، استخدم: كل ما يدخل في إنتاج سلعة او خدمة سواء كان شيئا ماديا أو معنويا. وفي مجال الحاسوب والانترنت: هو الشخص الذي يستخدم خدمة تكنولوجيا المعلومات بشكل يومي (مجمع اللغة العربية، 2005، صفحة 352).

المفهوم الاصطلاحي: وهو الطريقة الخاصة بالفرد أو الجماعة في استخدام ممارسة الفعل على التكنولوجيا والتي تدخل في سياق ممارسة ما، استهلاك، اتصال، عمل، تسلية،... الخ (لحماني ، 2007، صفحة 16). كما يعرف على أنه: استعمال شيء طبيعي أو رمزي لغايات معينة، بمعنى إعطاء بعد ومعنى ثقافي لجهاز مادي أو رمزي (بخنوفة، 2007، صفحة 73).

المفهوم الإجرائي: وهو القائم بعملية التجوال والتصفح والقراءة لمواقع الصحف الإلكترونية والتفاعل بكل الأشكال مع ما تنتجه هذه الصحف من مضامين.

5-المضامين:

المفهوم اللغوي: وهو المحتوى، ومنه مضمون الكتاب ما في طيه، ومضمون الكلام فحواه، وما يفهم منه (عمر أحمد، 2000، صفحة 863).

المفهوم الاصطلاحي: وهو أي مضمون ينتجه مستخدم وسائل الإعلام الجديدة بأنفسهم، وبشكل مستقل عن أي مؤسسة إعلامية أو غير إعلامية ويستهدف مستخدمين آخرين (J, Muin, 2011, p. 37).

المفهوم الإجرائي: وهو المحتوى الصحفي الذي تنتجه وتصممه الصحف الإلكترونية لفائدة المستخدمين والقراء.

6- الصحافة الإلكترونية:

المفهوم الاصطلاحي: إن مصطلح الصحافة الإلكترونية غالبا ما يشير إلى استعمال قواعد المعلومات، ولكنه كذلك يشير إلى استعمال الانترنت للحصول على مصادر ووثائق ومعلومات عن ملايين الموضوعات (كنعان، 2007، صفحة 07).

وتعرف بأنها "الصحف التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الانترنت العالمية وأغبرها من شبكات المعلومات، سواء كانت نسخة أو إصدارة الكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية أو صحيفة الكترونية ليست لديها إصدارة مطبوعة ورقية، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة، أو كانت تسجيلا دقيقا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم، أي يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر، ومن ساعة لأخرى، أو من حين لآخر حسب إمكانيات جهة الصدور" (عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، 2007، صفحة 93).

المفهوم الإجرائي: هي عبارة عن المواد الصحفية المتاحة على شبكة الإنترنت والتي تحتوي على مضامين ونصوص وصور وفيديو في مجالات الصحافة المختلفة ولا تقتصر على الفنون الصحفية التقليدية المستخدمة في الصحافة المطبوعة بل تستفيد من تقنيات الإنترنت والإمكانات التكنولوجية التي تتيحها الشبكة مما يلبي للمستخدم احتياجاته ويتيح له فرص التفاعل مع المضمون الصحفي من خلال ما تتيحه الشبكة من إمكانات تفاعلية.

عاشرا: الدراسات السابقة للدراسة

جل بحوث الدراسات الإنسانية لا تنطلق من فراغ وإنما تبدأ من حيث انتهت جهود الآخرين وهنا لا بد من عرض مفصل لدراسات السابقة للموضوع (سطحي و سلمان، د.س، صفحة 43). أي أن كل دراسة لا يمكن لها أن تنطلق من فراغ، إذ لا بد أن تنطلق من نتائج الدراسات السابقة، ومن خلال إعداد الباحث لهذه الدراسة وبعد مراجعته لمختلف الدراسات التي تناولت موضوع دراسته، تم تقسيم الدراسات السابقة حسب المتغيرات التالية:

أ. الدراسات والأبحاث التي تناولت متغير بنية تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية:

دراسة: عيبر محمد سليم لبد

بعنوان: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الانترنت" 2014. (سليم لبد، 2014)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أساليب الإخراج والعناصر البنائية المكونة في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الانترنت، ومعرفة مكونات البناء العام للصفحة الرئيسية والخدمات الإضافية غير الإعلامية التي تقدمها مواقع الصحف الفلسطينية على شبكة الانترنت. واعتمدت الباحثة على المسح كمنهج للدراسة، اعتمدت على أداة تحليل المضمون. وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- أظهرت الدراسة أن موقع جريدة القدس هو الأطول بين مواقع صحف الدراسة، حيث بلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية للموقع 5185 بكسل، ويليه موقع جريدة فلسطين، فبلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية 2567 بكسل، ومن ثم جريدة الحياة الجديدة بارتفاع يصل 2281 بكسل، بينما يعد موقع جريدة الأيام هو الأقل ارتفاعا بين مواقع صحف الدراسة، حيث يبلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية لموقع جريدة الأيام 1490 بكسل.

- كشفت الدراسة عن اعتماد أغلب مواقع الصحف الفلسطينية اليومية أسلوب البوابة في إخراج موضوعاتها على الصفحة الرئيسية، وتتمثل تلك المواقع في: القدس، الأيام والحياة الجديدة، بينما اعتمد موقع جريدة فلسطين أسلوب الوحدات الإلكترونية.

- أوضحت الدراسة التزام ثلاث صحف يومية في تصميمها لصفحاتها الرئيسية بالمكونات أو الأجزاء الرئيسية للموقع (الرأس، الجسم، الذيل) وهي: موقع جريدة القدس، موقع جريدة الأيام، موقع جريدة

فلسطين، في حين لم تلتزم جريدة الحياة الجديدة في تصميم موقعها بالثلاثة أجزاء، واكتفت بالرأس والجسم.

دراسة: صالح بن زيد بن صالح العنزي.

بعنوان: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت" 2007.
(بن صالح العنزي، 2007).

هدفت الدراسة إلى تحليل الشكل الأساسي الذي تظهر به الصحف السعودية الإلكترونية من حيث الوحدات المكونة لهذا الشكل والعناصر المستخدمة في بنائه، وتحليل التصميم المتغيرة التي تظهر بها الصحف عينة الدراسة من حيث الوحدات المكونة لهذه التصميم، وتقويم سعي المصممين والمخرجين لتبني أنماط إخراجية تتوافق مع طبيعة شبكة الانترنت. واعتمد الباحث على المسح كمنهج للدراسة، واعتمد على أداة تحليل المضمون، وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- أن الصحف السعودية الإلكترونية تستخدم أسلوبين فقط من أساليب إخراج الصحف الإلكترونية، هما الوحدات الإلكترونية وأسلوب البوابة، بالإضافة إلى أن الشكل الأساس لعينة الدراسة لم يتغير طوال فترة الدراسة باستثناء تغير طفيف على صحيفة المدينة.
- أتاحت مواقع صحف الدراسة خدمة البحث في أعدادها السابقة، حيث جاءت هذه الخدمة في المرتبة الأولى بين الخدمات التي تتيحها الصحف الإلكترونية، كما لم تتوفر مواقع صحف الدراسة الخدمات التفاعلية المباشرة مثل المنتديات والدرشة والاتصال بالمحررين.
- قلة إفادة مواقع صحف الدراسة في تصميمها من الوسائط المتعددة، فعلى الرغم مما أكدته الدراسات أن الوسائط المتعددة تعد من أهم السمات الشكلية للإنترنت، لإسهامها في سهولة التصفح، إلا أن الإفادة من هذه الوسائط في الصحف السعودية الإلكترونية ضعيفة، حيث اقتصر فقط على الإعلانات التجارية.

دراسة: وفاء جمال درويش عبد الغفار.

بعنوان: "العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت" 2013. (درويش عبد الغفار، 2013)

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية القومية والحزبية والخاصة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، وكانت عينة الدراسة التحليلية من الصحف الإلكترونية التي لها نسخ ورقية، حيث تم اختيار الصحف القومية، الصحف الحزبية، الصحف الخاصة، أما عن عينة الدراسة الميدانية فكانت عينة عمديه، قوامها 100 مفردة للقائم بالاتصال، موزعة على الصحف (الأهرام، الوفد، اليوم السابع الإلكترونية)، كما استخدمت هذه الدراسة أداة تحليل المضمون والاستبيان، وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها:

- تتأثر عملية تحرير وتصميم مواقع الصحف الإلكترونية المصرية بمجموعة من العوامل الصحفية الاتصالية.
- يؤثر استخدام الأساليب الإخراجية في إنتاج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت على القدرة باسترجاع البيانات وتبادل الاتصال بين الأفراد ما نسبته 5.78%.
- عدم تعرض صحف الدراسة لأنواع العناوين من حيث الاتساع وذلك لطبيعتها التي تختلف تماما عن الصحف الورقية؛ تلك التي تتيح استخدام مثل هذه العناوين.

دراسة: عائشة محمود عاطف.

بعنوان: "تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية وعلاقته بيسر استخدام هذه المواقع للحصول على الأخبار" 2016. (محمود عاطف، 2016)

هدفت الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على دور العناصر البنائية الإلكترونية في تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة بالعربية وعلاقتها بيسر الصفحات، من خلال التعرف على العناصر التي تحقق ذلك بالإضافة إلى استخدام العناصر التفاعلية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث

على المنهج المسحي، وكانت عينة الدراسة على مواقع الوكالات التالية: رويترز، الفرنسية، الأناضول التركية، وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- شكل وتصميم الصفحة الرئيسية ثابت في جميع مواقع الدراسة.
 - اعتماد الأسلوب المختلط في تصميم الصفحة الرئيسية في جميع مواقع الدراسة.
 - انفردت وكالة الأنباء الفرنسية بإمكانية التعليق فقط على المادة، بينما وكالة الأناضول وروترز لم يتيحوا إمكانية التعليق.
 - أوضحت النتائج أن سرعة الحصول على المعلومات كانت من أهم ما يميز المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الناطقة باللغة العربية ويرجع ذلك إلى أن خدمة عملهم الصحفي يتطلب الحصول على المعلومات بشكل سريع وفوري مع توفر سهولة اللغة التي يمكن فهمها.
- دراسة: نانسي عبد العزيز عبد الرحيم.

بعنوان: "تأثير تصميم الصحف الإلكترونية على درجة مقروئيتها" 2016. (عبد الرحيم، 2016)

هدف الدراسة إلى معرفة مدى تأثير تصميم الصحف الإلكترونية على مقروئيتها، وذلك من خلال التعرف على مدى تأثير العناصر النصية في تصميم الصحف الإلكترونية متمثلة في حجم الخط المستخدم في النصوص، اتساع السطور، المسافة البيضاء بين السطور، والعناصر الغير نصية متمثلة في التباين اللوني بين لون الخط في النصوص والخلفية المصاحبة لها على مقروئية النصوص بقياس سرعة القراءة ومعدل الفهم. وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- النصوص التي استخدمت بنط 14 كانت الأكثر سرعة والأكثر تفضيلاً.
- النصوص التي استخدمت المسافة الواسعة كانت الأكثر سرعة والأكثر فهماً.
- النصوص التي استخدمت التباين اللوني بين الأبيض والأسود للنص، والأبيض للخلفية كانت الأكثر سرعة والأكثر تفضيلاً.

دراسة: منار فتحي محمد رزق.

بعنوان: "تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الانترنت" 2009. (محمد رزق، 2009)

هدف الدراسة إلى توصيف تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الانترنت، وإبراز طبيعة القائم بالاتصال المرئي وماهيته، وأثر ذلك على التصميم، في ضل اختبار يسر استخدام مواقع الدراسة لإبراز مدى رضا الجمهور عن المواقع، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحث على المنهج المسحي من خلال مسح الوسيلة والجمهور، وكانت عينة الدراسة التحليلية متكونة من 6 مواقع مصرية، أما الميدانية فطبقت عينة قصدية من جمهور مستخدمي شبكة الانترنت قدرها 100 مفردة، وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها:

-قدمت مواقع صحف الدراسة تشكيلا متنوعا لنماذج الإخراج التي تتبعها، فيتبنى موقع الأهرام نمودجا إخراجيا يعتمد على عمود التجوال الأيسر، في حين يتبع موقع الشروق نمودجا إخراجيا يعتمد على تجوال أسفل وأعلى الصفحة، في حين يستخدم موقع اليوم السابع نمودجا إخراجيا يعتمد على ثلاثة أعمدة، بينما موقع المصري اليوم والوفد نمودجا إخراجيا أعلى يسار أسفل الموقع.

-اتباع مواقع صحف الدراسة الخطوط الإرشادية التي أوصت بها دراسات يسر الاستخدام، مما يمثل لها نقاط قوة.

- تنوع أشكال مواقع صحف الدراسة في أشكال التجوال المستخدمة، منها قوائم وأشرطة التجوال سواء المعتمدة على النصوص، الصور، الأزرار أو الايقونات. كما اعتمدت على شريط الإعلانات وخريطة الموقع النصية.

دراسة: زهرة محمد احمد.

بعنوان: "العلاقة بين تصميم الصحف الإلكترونية الليبية ومقروئيتها بعد ثورة 17 فبراير 2011" 2016. (أحمد الفاسي، 2016)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مختلف العناصر التصميمية التقليدية والإلكترونية في الصحف الإلكترونية الليبية، ومدى استخدام هذه الصحف لها، والتعرف على تفضيلات الجمهور من طلاب الإعلام بالجامعات الليبية بشأن عناصر التصميم التي يرونها ميسرة للتعرض لمضامين تلك الصحف،

واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت الاستبيان لجمع البيانات، وتكون مجتمع البحث من مواقع الصحف الإلكترونية التالية: (أخبار ليبيا، عين ليبيا، ليبيا الجديدة، بوابة الوسط الليبية)، وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- أثبتت الدراسة أن جودة التصميم تلعب دورا مهما في تسهيل القراءة بنسبة 93% من إجمالي المجيبين.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة وفقا للجنس والتخصص، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة وفقا للمرحلة العمرية والمؤهل الدراسية.
دراسة: كريم محمد عادل عبد العظيم.

بعنوان: "تصميم المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها" 2015. (عبد العظيم، 2015)

هدفت الدراسة إلى التعرف على شكل تصميم المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية، ورصد كيفية استخدام هذه المواقع للعناصر التيبوغرافية التقليدية والحديثة، بالإضافة الى التعرف على مدى الاتفاق والاختلاف بين تصميم مواقع الدارسة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحث على المنهج المسحي، وكانت عينة الدراسة التحليلية متكونة من 9 مواقع رياضية، أما الميدانية فطبقت عينية قصدية من جمهور المواقع الرياضية مصرية قدرها 450 مفردة، وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- أظهرت الدارسة أن تبعية بعض مواقع الدارسة لمؤسسات رياضية بعينها أو تشجيعها ودعمها من قبل بعض المواقع له تأثير على العديد من جوانب تصميمها وطريقة تقديم خدماتها المتعلقة بمباريات الألعاب الرياضية.

- ضعف وجود العناصر والخدمات التفاعلية بمواقع الصحف الرياضية وعدم استفادتها الكاملة من إمكانيات التكنولوجيا الحديثة وما تتيحها شبكة الإنترنت من خدمات الوسائط المتعددة ويظهر ذلك من خلال ضعف استخدامها للنص الفائق وملفات الفيديو والصوت خلال فترة الدارسة.

- يفضل المبحوثين خطوط Arial و Time New Romans بنسبة تزيد عن 50% من عينة الدارسة الميدانية، كما توجد علاقة بين المحافظة التي ينتمي لها المبحوثين بتفضيلاتهم لأنواع تلك الخطوط.

دراسة: تالة محمد زهير اليماني.

بعنوان: "العلاقة بين تصميم المواقع الإخبارية وجذب المستخدمين لها" 2013. (زهير اليماني، 2013)

هدفت الدراسة إلى رصد العلاقة بين تصميم المواقع الإخبارية السورية وجذب المستخدمين لها وذلك من خلال تحليل الأساليب المستخدمة في تصميمها، والتعرف على الطرق المستخدمة في توزيع العناصر البنائية في صفحاتها ومدى التزامها بتطبيق قواعد يسر الاستخدام، ومعرفة مدى اهتمامها بتوظيف الخيارات التقنية التي توفرها شبكة الإنترنت، فضلا عن قياس رضا المستخدمين فضلا عن تصميم تلك المواقع ومعرفة انعكاس سماتهم على رضاهم. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحث على المنهج المسحي، وكانت عينة الدراسة التحليلية متكونة من 8 مواقع، أما الميدانية فطبقت عينية قصدية من الشباب السوري قدرها 240 مفردة، وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

-يعتمد التصميم العام لمواقع الدارسة على تقسيم الصفحة إلى رأس وذيل ثابت ومنطقة للمحتوى تتوسطها.

-تستخدم مواقع الدارسة الوسائط المتعددة (الصوت والفيديو) على صعيد محدود إذ تخصص لها صفحات معينة تؤمن الوصول لها ولا يشترط وجودها مع جميع الأخبار، وتتوفر هذه الوسائط في مواقع (تشرين، داماس بوست، سانا) كما أن موقع داماس بوست فقط هو الذي يوفر مجموعه من المقاطع الصوتية الثابتة.

-تتركز الإعلانات في المواقع التي تنشرها في أعلى أرس الصفحة أو العمودان الأيمن واليسر.

دراسة: محمد نور طابع السمان.

بعنوان: " تصميم الصفحة الرئيسية في مواقع الصحف العربية والعالمية على شبكة الانترنت" 2007. (

طابع السمان، 2007)

هدفت الدراسة إلى رصد العلاقة بين تصميم المواقع الإخبارية السورية وجذب المستخدمين لها وذلك من خلال تحليل الأساليب المستخدمة في تصميمها، والتعرف على الطرق المستخدمة في توزيع العناصر البنائية في صفحاتها ومدى التزامها بتطبيق قواعد يسر الاستخدام، ومعرفة مدى اهتمامها بتوظيف الخيارات التقنية التي توفرها شبكة الإنترنت، فضلا عن قياس رضا المستخدمين فضلا عن تصميم تلك المواقع ومعرفة انعكاس سماتهم على رضاهم. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث اعتمد

الباحث على المنهج المسحي، وكانت عينة الدراسة التحليلية متكونة من 8 مواقع، أما الميدانية فطبقت عينة قسدية من الشباب السوري قدرها 240 مفردة، وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- تباينت صحف الدارسة العربية والعالمية في تناولها لمبادئ التصميم في تصميم صفحاتها الرئيسية ورغم هذا التباين إلا إن هناك شبه اتفاق فيما بينها حول سبعة مبادئ أساسية وهي التوازن، الوحدة، الحركة، التباين، المحاذاة، التناسب، الإيقاع، كما أن صحف الدارسة العالمية تهتم أكثر بمبدأ الحركة مقارنة أكثر بالصحف العربية التي تهتم أكثر بمبدأ التوازن في تصميم صفحاتها الرئيسية.
- تتضمن واجهة الصحف الإلكترونية محل الدارسة عناصر أساسية فالتصميم، وبالرغم من تباين النظر إلى واجهة الموقع من جانب مصممي مواقع صحف الدارسة العربية والعالمية إلا أن ثمة عناصر أساسية تحرص مواقع الصحف الإلكترونية بشكل كبير على تضمينها وهي ترويسة الموقع، أسلوب عرض الموضوعات، والشكل التصميمي ولغة البرمجة.
- كشفت نتائج الدارسة على أنه بالرغم من المساوئ التي تعترى الأسلوب الأفقي في واجهات مواقع الصحف الإلكترونية إلا أن الصحف العربية اتبعته في تقديم أخبارها في صفحاتها الرئيسية بينما ركزت الصحف العالمية على الأسلوب الرأسي في تقديم موضوعاتها لما يتميز به هذا الأسلوب في عرض أكبر عدد من الموضوعات في شاشة واحدة.

دراسة: لمياء سيف العتيبي.

بعنوان: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية اليومية" 2016. (سيف العتيبي، 2016)

هدفت الدارسة إلى وصف العناصر البنائية المختلفة المكونة لواجهة الصحيفة الإلكترونية للتعرف على سماتها وخصائصها وأدوارها الوظيفية، وتحديد القواعد التي تحكم وتميز أسلوب البوابة في إخراج الصحف الإلكترونية عن غيره من الأساليب الإخراجية الأخرى، وتعد هذه الدارسة من الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث على المنهج المسحي، وكانت عينة الدارسة على الموقع الإلكتروني لصحيفة الرياض السعودية، وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- سمات أسلوب البوابة الإخراجي المستخدم في واجهات الصحف الإلكترونية هو
- الأسلوب الأحدث في إخراج الصحف الإلكترونية، ويقوم على عرض أكبر قدر من العناصر البنائية
- على الواجهة، كما يعتمد على استخدام العناصر البنائية المساعدة بشكل كبير.

- اعتماد أسلوب البوابة على استخدام الأعمدة الرأسية المتساوية المساحة تقريباً، وأسهم في تحديد ذلك استخدام خطوط الفصل الرأسية بنسبة 79.3% من إجمالي عناصر الفصل الأخرى.
 - النصوص الشعبية جاءت العنصر الأكثر استخداماً من بين العناصر البنائية الأساسية
 - الإلكترونية بنسبة 88.4%، وتميز هذا الأسلوب الإخراجي باعتماده على العناوين مع قلة المقدمات وندرة المتون.
- دراسة: حلمي محسب.

بعنوان: "إخراج الصحف الإلكترونية على الإنترنت" 2007. (محسب، 2007)

هدفت الدراسة إلى وصف العناصر البنائية الموجودة في بعض الصحف المصرية والأمريكية اليومية على الإنترنت، بغرض التعرف على استخداماتها وأدوارها ووظائفها وسماتها، إلى جانب تقييم استخدام العناصر البنائية الموجودة في الصحف المصرية والأمريكية على الإنترنت بغرض بناء صحافة إلكترونية تستفيد من جميع العناصر البنائية الموجودة على الإنترنت بشكل أمثل، وتنتمي هذه الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدم الباحث المنهج المسحي والمنهج المقارن، واشتملت الدراسة على أداتي (تحليل المضمون، والاستبانة) لجمع البيانات، وكانت عينة الدراسة صحيفتي (الأهرام والجمهورية) المصريتين، وصحيفتي (Today USA, New York Times) الأمريكيتين، وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- لم تنتقل صحف الدراسة النصوص والصور إلى الإنترنت كما هي في الصحافة الورقية.
 - همشت الصحف المصرية الوسائط المتعددة، في حين استخدمتها الصحف الأمريكية ولكن بقلّة.
 - تذبذبت الصحف الإلكترونية الأربعة (عينة الدراسة) في الاستفادة من الأدوات التفاعلية، وتباينت صحف الدراسة في طبيعة إخراجها.
- دراسة: حسن فراج حسن.

بعنوان: "العوامل المؤثرة في استخدام تكنولوجيا الإقناع في تصميم المواقع الصحفية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو مضمونها" 2017. (فراج حسن، 2017)

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في استخدام تكنولوجيا الإقناع في تصميم المواقع الصحفية، والكشف عما إذا كان التصميم المقنع للمواقع الصحفية سبباً في تفضيل استخدام طلاب الجامعات لموقع آخر، والتعرف على الأساليب الإقناعية التي يستخدمها القائم بالاتصال في عرض المضمون في هذه المواقع، وتنتمي هذه الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدم الباحث المنهج المسحي، وتمثلت عينة الدراسة في المجتمع البشري من المراهقين، ممن يستخدمون المواقع الصحفية، واشتملت

الدراسة على أدواتي (تحليل المضمون، والاستبانة للمراهقين واستبانة القائم بالاتصال) لجمع البيانات، وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- تستخدم مواقع الصحف عينة الدراسة مساحة الصور أكبر من مساحة النص، ويفضل المبحوثين الصور ذات المساحة الكبيرة في المواقع الإلكترونية.
 - يفضل المبحوثين العناصر التفاعلية المتاحة في المواقع الصحفية، وجاء في الترتيب الأول الإعجاب بالأخبار والموضوعات عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.
 - اقتنع المبحوثين بجودة محتوى المواقع الصحفية، واقتنعوا أيضا بسهولة استخدام مواقع الصحف عينة الدراسة، وارتفعت ثقة المبحوثين في مواقع الصحف عينة الدراسة وسرعة استجابتها.
- دراسة: عزة مصطفى سليمان.

بعنوان: " تصميم نماذج الويب التفاعلية الموسعة وعلاقتها بتفاعل المستخدم" (Mustafa .2021 . Suleiman, 2021)

هدفت الدراسة إلى تقديم نموذج متطور للتصميم الجرافيكي للمواقع الإلكترونية، من خلال دمج مفهوم (نظرية الفن والتصميم) ومفهوم (النمط)، سواء من خلال وصف وتحليل المواقع أو التجارب المتعددة بعد تطويره ومدى فاعليته مع المستخدمين، والتعرف على البرامج التي يمكن من خلالها تحقيق المعادلة بين (التصميم الجيد لموقع الإنترنت والتفاعل مع المستخدم)، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي في تصميم موقع إلكتروني تفاعلي، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبانة لقياس آراء المستخدمين من عينة عشوائية تكونت من 50 طالب وطالبة وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- أن تواجد (المعرفة، والفهم، والمهارات) من أساسيات تصميم مواقع الإنترنت، ومعرفة المصطلحات المستحدثة، والتي من المهم معرفة الفروق بينها من أجل تصميم متميز، بالإضافة إلى أن التواصل الجيد مع المستخدم يعتبر من أهم أدوات تصميم وإخراج المواقع دون مشاكل.
 - (التوثيق الإبداعي، والاتصال السريع، وعرض أفكار التصميم بطريقة مبسطة)، من أهم أدوات تفاعل الإنسان مع الآلة، كما أوصت الدراسة بضرورة السعي والخوض في استكشاف عدد من البدائل في التصميم والتفاعلية؛ بحيث يؤدي إلى تبسيط عملية تصميم المواقع والتفاعل معها.
- دراسة: آمال نهى صديق.

بعنوان: "تأثير تقنيات تكنولوجيا الإخراج الجديدة في جذب القراء للمواقع الإخبارية الإلكترونية" (2021 . صديق)

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل دور التقنيات التكنولوجية الإخراجية في جذب القراء للمواقع الإخبارية الإلكترونية، والكشف عن كيفية استخدامها للعناصر الإخراجية التقليدية، ومدى استخدامها للعناصر

التصميمية التكنولوجية وأدوات التفاعلية التي توفرها شبكة الإنترنت لجذب القراء بشكل دائم، وأساليب استخدامها للتقنيات الإخراجية الحديثة، كما اعتمدت على المنهج المهجن الذي يعتمد على النموذج الديناميكي والنموذج الاستاتيكي، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي وأداة الاستبانة بالتطبيق على 400 مفردة من أفراد المجتمع السعودي، وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها:

- تعدد الصعوبات التي تواجه المبحوثين في استخدام هذه المواقع؛ فذكروا في المقدمة كثرة الإعلانات الإلكترونية على الموقع، بوزن نسبي 82.4%، ثم بطء تحميل الموقع بوزن نسبي 64.2%، وأخيراً صعوبة التصفح والتجوال داخل الموقع بوزن نسبي 50.4%.
- تختلف دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية؛ فذكروا في المقدمة لأنها تتمتع بالفورية في نقل وعرض الأخبار بوزن نسبي 98%، ثم لاعترف على الأحداث بشكل يتوافق مع ظروفهم بوزن نسبي 96.7%، وأخيراً لأنها تتمتع بالمصداقية والموضوعية في عرض وتناول الأخبار بوزن نسبي 70%.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية ومدى انجذابهم لها باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة.

دراسة: Sara Leckner

بعنوان: " تأثير عناصر التصميم على سلوك قراءة الصحف المطبوعة والإلكترونية" 2012.
(Leckner, 2012)

هدفت الدراسة إلى اكتشاف سلوك القراءة عند قراءة الصحف المطبوعة والإلكترونية، وهدفت الدراسة إلى اكتشاف تأثير سلوك القراءة بعناصر التصميم المختلفة وإلى أي مدى تؤثر عناصر التصميم على أسلوب القراءة، وشملت عناصر التصميم الموقع، وحجم العنصر والقوائم والاقتراسات، والصور واللون، وغيرها.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات المرجعية التي تعتمد على التحليل من النوع الثاني، فقامت بتحليل الدراسات التجريبية التي أجريت على سلوك قراءة الصحف المطبوعة والإلكترونية، التي اعتمدت على أسلوب تتبع حركة العين لتحليل أسلوب القراءة والانتباه لعناصر التصميم المختلفة، وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها:

- أهمية الاعتناء بنقطة الدخول على الصفحة، وهي العنصر البارز الذي سيجذب الانتباه أولاً ويقود عملية التصفح بعد ذلك.
- العناوين والاختصارات والقوائم وموقع المادة على الصفحة تعد نقاط دخول مهمة بالنسبة للصحف المطبوعة والإلكترونية، وأن العناصر التي يتم وضعها في أعلى الصفحة يتم الانتباه إليها أولاً، وأيضاً لمدة أطول، وأن العناصر كبيرة الحجم ترى أولاً ولمدة أطول بكثير عن العناصر صغيرة الحجم.

- قارئ الأخبار على الإنترنت يكون محدد الهدف، ويركز على قراءة النصوص، ويحدث ذلك لا سيما في الصفحات الداخلية بعيدا عن الصفحات الرئيسية، وأن القارئ على الإنترنت يتبع استراتيجية تجنب تركيز الانتباه على الإعلانات بوعي وبدون وعي.

دراسة: Li Xigen

بمعنوان: "تصميم الويب وكفاءة استرجاع الأخبار" 2002. (Xigen, 2002)

هدفت الدراسة الى التعرف على كيفية تأثر فعالية استرجاع الأخبار بتصميم الويب لجرائد الإنترنت. حيث حللت مضمون خمس صحف أمريكية: اثنتين قوميتين هما الواشنطن بوست واليو إس إيه توداي، وثلاث صحف ولايات هي شيكاغو تريبيون ولوس أنجلوس تايمز وبوسطن جلوب لمدة عشرة أيام، وقد استخدم تحليل المضمون لتحليل عناصر تصميم الصحف الإلكترونية واسترجاع المعلومات، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- لا يوجد نموذج واحد فقط لتصميم الويب للصحف الموجودة على الشبكة، حيث يمكن إنجاز فعالية استرجاع المواد الإخبارية باستخدام مداخل تصميم مختلفة.
- أن الفعالية في استرجاع الأخبار والمعلومات تعتمد على مجموعة من العوامل المؤثرة على تصميم الويب مثل: الوصول اللحظي للمواد الإخبارية، والتدفق اليسير للأخبار لكي تتحقق الفعالية المطلوبة في استرجاع هذه المواد.

ب. دراسات وأبحاث خاصة بمتغير انقراءة الصحف الإلكترونية:

دراسة: عبد العزيز الزهراني.

بمعنوان: "مقروئية النصوص الإعلامية الإلكترونية" 2009. (الزهراني، 2009)

هدفت الدراسة إلى قياس مدى الاتفاق أو الاختلاف في مستوى مقروئية النصوص المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف التقليدية من جهة، ومقروئية النصوص المنشورة في المنتديات الإلكترونية غير المرتبطة بصحيفة تقليدية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحث على المنهج المسحي، واعتمد الباحث على اداتين لجمع البيانات هما: نصوص اختبار الغلق و الاستبيان، وكانت عينة الدراسة النصوص الإعلامية (الدينية والسياسية والرياضية) في مواقع صحف عكاظ والوطن والجزيرة إلى جانب منتديات مواقع الإقلاع وعالم الرومنسية وقصيمي نت، واعتمد الباحث في اختيارها على حجم زيارتها من داخل السعودية كما يظهره موقع أليكسا، واختار النصوص بطريقة عشوائية، إلى جانب عينة القارئ التي تمثلت باختيار 204 مفردة بطريقة العينة العشوائية البسيطة من فئة الشباب ممن يقرؤون الصحف والمنتديات الإلكترونية على الإنترنت. وتوصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- كانت اللغة المستخدمة في الإنترنت من السمات غير الديموغرافية التي أثرت في مقروئية الصحف الإلكترونية لدى أفراد العينة، فكلما تعددت اللغات التي يستخدمها أفراد العينة في الإنترنت ازادت مقروئية الصحف لديهم.

- الغالبية العظمى من أفراد العينة لم يواجهوا صعوبة تذكر في فهم النصوص التي يقرؤونها ووجدوا نصوص الصحف الإلكترونية أكثر سهولة من نصوص المنتديات الإلكترونية.

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم استخدام الإنترنت ومقروئية الصحف الإلكترونية سواء في عدد سنوات استخدام افراد العينة للإنترنت، أو عدد الساعات التي يقضونها في تصفح الإنترنت.
دراسة: كريمة توفيق.

بعنوان: "انقرائية الصحف الإلكترونية العربية" 2010. (توفيق، 2010)

هدفت الدراسة إلى قياس انقرائية الصحف الإلكترونية، ومدى تحقيقها للتوافق بينها وبين قارئها ومدى نجاح هذه الصحف في تحقيق أعلى حد من الانقرائية لقارئها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، واعتمدت الدراسة على أداتي (تحليل المضمون والاستبانة)، وكانت العينة التحليلية للدراسة كل من صحف: مصر العربية الإلكترونية والشرق الأوسط الإلكترونية والأري العام الإلكترونية، أما العينة الميدانية فكانت 300 مبحوثا من طلاب وطالبات ثلاث جامعات مصرية وهي: القاهرة وقناة السويس والزقازيق، وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها:

- جاء النص الفائق في الترتيب الأول في أفضلية القراءة عن النص السردي بنسبة 99.98 % كأحد أهم التقنيات المستخدمة في الصحف الإلكترونية، بينما لم تستعد الصحف الإلكترونية من توظيف الوسائط المتعددة التي أتاحتها تكنولوجيا الإنترنت.

- نوع الخط المستخدم في مواقع الدراسة جاء في المركز الأول كسبب رئيسي في صعوبة قراءة الصحيفة الإلكترونية، تلاه طول السطر واتساعه، ومن ثم حجم الخط، وشكلت جميع هذه الأسباب عائقا للقراءة والتصفح أمام جمهور المواقع الإلكترونية.

- لم تستعد صحف الدراسة من النظريات الخاصة بعلم البصرييات في تحديد خطوطها المستخدمة.

دراسة: Nafiseh Hojjati & Balakrishnan Muniandy

بعنوان: "تأثير نوع الخط وتباعد النص على الأداء والانقرائية الإلكترونية" 2016.

(Nafiseh & Balakrishnan , 2016)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير نوع الخط وتباعد النص على الأداء والانقرائية الإلكترونية، ومدى فهم الطلاب للنص المقروء على شاشة الكمبيوتر، وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون، وأجرى الباحثان اختبار القراءة على شاشة الكمبيوتر على 30 طالبا من طلبة الدراسات العليا بجامعة ماليزيا، بحيث يتعرض كل طالب لنص مكون من 200 كلمة من نفس درجة الصعوبة مع اختلاف نوع الخط وتباعد النص. وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها:

- جاء النص المقروء على شاشة الكمبيوتر الذي حجم الخط فيه 12 بنط الأكثر سهولة.
 - أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد العينة التجريبية من طلاب الدراسات العليا لديهم تفضيل في قراءة النصوص الأكاديمية على شاشة الكمبيوتر.
 - لا يوجد فروق في مستوى الانقرائية بين المستخدمين في الدراسة، وهما: (Times New Roan (vs. Verdana).
- دراسة: صالح الربيعان.

بعنوان: "مقروئية الصحف السعودية" 2008. (الربيعان، 2008)

هدفت الدراسة لقياس قدرة عينة من طلاب الجامعات السعودية على قراءة وفهم عينة من النصوص الصحفية الاجتماعية والاقتصادية والدينية والرياضية والسياسية والمحلية، وكذلك التعرف على العوامل المؤثرة في سهولة وصعوبة القراءة والفهم لدى أفراد العينة، ودراسة اتجاهات الصحفيين نحو المقروئية، وتنتمي هذه الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدم الباحث في دراسته ثلاثة مناهج: المنهج الوصفي الارتباطي، والمنهج المسحي، والمنهج التاريخي. واعتمدت الدراسة على أداتي (تحليل المضمون والاستبانة)، وتمثلت العينة التحليلية للدراسة في صحف الجزيرة والرياض وعكاظ، أما العينة الميدانية فشملت القارئ ومحري الصحف، وتمثل القارئ في طلاب وطالبات جامعتي الإمام محمد بن سعود الإسلامية والملك سعود بالرياض، أما محررو الصحف فتمثلوا بمحرري الصحف الثلاث التي تشملها العينة التحليلية. وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العامل التابع (مقروئية الأخبار الدينية والسياسية والرياضية والاقتصادية والاجتماعية والمحلية) والمجموع الخطي للعوامل المستقلة المدروسة (حفظ القرآن الكريم، التقدم في الدراسة الجامعية، الاهتمامات الشخصية بموضوع النص، التعرض لوسائل الإعلام، قراءة الكتب غير المقررة، درجة تفضيل الصحيفة).
 - 80 بالمئة من مجموع المحررين يطلعون بشكل متوسط وقليل على الكتب والدراسات التي تتناول التحرير الصحفي، بينما 8.3% من المحررين يطلعون بغزارة على تلك الادبيات، ومثلهم اعترفوا بأنه ليس لديهم اطلاع عليها البتة.
 - المقالات أكثر صعوبة من الأخبار في مقروئيتها.
- دراسة: يحي باسم عياش.

بعنوان: "انقرائية الأخبار في الصحف الفلسطينية الإلكترونية" 2015. (باسم عياش، 2015)

هدفت الدراسة للتعرف على انقرائية الأخبار في المواقع الإلكترونية للصحف الفلسطينية اليومية، ومدى نجاح هذه المواقع في تحقيق أكبر قدر من الانقرائية لقراءها، وتنتمي هذه الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدم الباحث في دراسته منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، وفي إطارها اعتمدت الدراسة على أساليب: تحليل المضمون، ومسح جمهور المواقع الإلكترونية للصحف الفلسطينية اليومية، والمقارنة المنهجية، وتم جمع بيانات الدراسة بواسطة أداتين، هما: استمارة تحليل المضمون، وصحيفة الاستقصاء. وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- أكثر من نصف أفراد العينة يقرؤون الأخبار في مواقع الدراسة يفضلون قراءة الأخبار في مواقعهم المفضلة ما بين مواقع الدراسة الأربعة، لأنها واضحة وبسيطة في لغتها بنسبة 59%، في حين يرى 38.4% من افراد العينة أن الألوان المستخدمة في مواقعهم مريحة.
- تفاوتت أخبار مواقع الصحف الفلسطينية اليومية في استخدام الفيديو، حيث استخدم موقع صحيفة الحياة الجديدة الفيديو بنسبة 15.1%، تلاه موقع صحيفة القدس بنسبة 2.3%، ومن ثم موقع صحيفة فلسطين بنسبة 1.9%، في حين لم يستخدم موقع صحيفة الأيام الفيديو قط.
- أتاح موقعا صحيفتي الأيام والقدس ظهور الوصول للخبر ومعرفة القارئ ومتصفح هذه المواقع لعدد القراءات التي حاز عليها الخبر أو الموضوع الصحفي المنشور بهاذين الموقعين، وذلك بنسبة بلغت 100%، في حين لم يتيح موقعا صحيفتي الحياة الجديدة وفلسطين ظهور الوصول للخبر

ومعرفة المتصحفين لعدد قراءات الموضوع الواحد، بينما أتاح موقعا القدس وفلسطين ظهور توقيت نشر الأخبار بنسبة 100%، على عكس موقعي صحيفتي الأيام والحياة الجديدة.

دراسة: David and Richard.

بغنوان: "مواصفات عناوين الصحف الإلكترونية - دراسة شكل الحرف وحجمه ووضوح الشاشة وحجمها" 1997. (David, 1997)

هدفت الدراسة إلى التوصل لمواصفات عناوين أخبار الصحف الإلكترونية من حيث شكل الحرف (نوع الحرف)، حجم الخط (بنط الحرف) ومن حيث تصميم الشاشة ودرجة النقاء مع وضع مساحة الشاشة في الاعتبار. وتوصل الباحثان إلى عدة نتائج من أهمها:

- يجب أن يكون النص مجاوراً للرسوم، وقد يكون مع الرسم في نفس الكتلة والحرص على وضوح المعنى ومراعاة حجم الخط ونوعه وسمكه.
- استخدام الخطوط المألوفة وتجنب الخطوط غير التقليدية أو المزخرفة في الكتابة.
- تجنب المبالغة في تمييز النص أو استخدام أكثر من وسيلة تمييز بشكل متجاور لأن ذلك يؤدي إلى التشتت.

دراسة: Kingery Burell David.

بغنوان "تحليل الكتابة الرقمية وتخطيط الصفحة للعناوين في الصحف الإلكترونية" 2000. (Burell David, 2000)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير عرض الصحف للعناوين باستخدام أساليب مختلفة والتخطيط بالنسبة للصفحة وسرعة القراءة للعناوين، وكذلك تقديم إرشادات لعرض العناوين بالنسبة للصحف والوسائل الإلكترونية لعرض المعلومات وخاصة العناوين بمستوى عالي التصميم.

اتبعت الدراسة عدة مسارات، تناول المسار الأول فحص تأثير نوع الخط وحجمه ودرجة التباين والوضوح للشاشة وحجمها على سهولة القراءة لعناوين الصحف الإلكترونية، وتناول المسار الثاني تأثير نوع الخط وحجمه ودرجة نقاء الشاشة وأسلوب التخطيط على وقت قراءة عناوين الصحف الإلكترونية، وتناول المسار الثالث تقديم مجموعة من المعايير والإرشادات لتطوير نظام كتابة العناوين في الصحف الإلكترونية بناء على نتائج المسارين السابقين وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- استخدام أحجام الخطوط الكبيرة يحسن عملية فحص وعرض المعلومات في الصحف الإلكترونية.

-ووجد أن الخط بنط 24 ونوعه (Book Antique) أفضل أنواع الخطوط للعناوين للكتابة الرقمية للصحف الإلكترونية وأن بنط 14 أفضل في عرض المعلومات على شاشة الكمبيوتر.

• الاستفادة من الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة بنية الصحافة الإلكترونية وأشكال وعناصر تصميمها وإخراجها ومقروئيتها، وكذا مستوى التفاعلية فيها واتجاهات المستخدمين نحوها، حيث ركزت أغلب الدراسات على واقع الإخراج والتصميم في الصحف الإلكترونية من خلال العناصر البنائية الإلكترونية والتقليدية وكذا الأساليب الإخراجية المكونة للصفحة الرئيسية لمواقع الصحف ومدى تأثير ذلك على على درجة مقروئيتها ورضا الجمهور عنها

كما شكلت الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة مرجعا مهما استفاد منه الباحث في زيادة التعمق في أدق جزئيات الموضوع، بالإضافة الى تحديد محاور الدراسة في شقها النظري وتوسيع المعلومات في هذا الجانب، وكذا تحديد الخطوات والإجراءات المنهجية، من حيث اختيار منهج للدراسة وأدوات جمع البيانات التي تناسب طبيعتها، ومساعدته في تصميم استمارة تحليل المضمون وتحديد فئاتها المختلفة واستمارة الاستبيان، كما استرشد بها الباحث في تحديد الجانب النظري والتي اعتمد فيها على نظرية ثراء الوسيلة و كذا النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية (UTAUT)، وأخيرا توظيف نتائج هذه الدراسة في تحليل ومناقشة ومقارنة نتائج دراستنا.

ويمكننا القول إن هذه الدراسات المستعرضة تتقاطع مع دراستنا في موضوع إخراج وتصميم الصحف الإلكترونية وتأثير ذلك على قراءة مضامينها، وعدة جوانب أخرى على غرار الموضوع، المنهج، العينة الزمنية والمكانية، أدوات جمع البيانات، النظرية المستخدمة، المصادر المختلفة، النتائج المتوصل إليها.

إلا أن موضوع دراستنا الموسومة بـ " دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية، دراسة تحليلية ميدانية على عينة من المستخدمين"، حاول إبراز ورصد أهم الأساليب الإخراجية المستعملة في مواقع الصحف وكذا العناصر البنائية الإلكترونية التي استفادت منها من شبكة الانترنت، ومدى توظيفها في جلب المستخدمين نحو المضامين المقدمة فيها ومدى رضاهم عليها.

2

الإطار النظري

الإطار النظري

ـ الفصل الأول: تصميم البنى في مواقع الصحف الإلكترونية وتقنياتها البنائية.

المبحث الأول: أجيال الويب، تطوراتها وتطبيقاتها المتزامنة.

المبحث الثاني: بناء مواقع الصحف الإلكترونية: التقنيات والمستويات.

المبحث الثالث: سمات يسر الاستخدام لمواقع الصحف الإلكترونية ورضا المستخدم.

المبحث الرابع: توظيف العناصر المرئية وهندسة يسر الاستخدام.

ـ الفصل الثاني: الاقتراب النظري من تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية.

المبحث الأول: تفعيل اتجاه مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية وفق نظرية ثراء الوسيلة وقبول استخدام التقنية.

المبحث الثاني: تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية: المفاهيم والمبادئ.

المبحث الثالث: المدارس الإخراجية والاتجاهات الحديثة في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية.

المبحث الرابع: العناصر البنائية وأساليب إخراج الصفحة الرئيسية (Home Page).

ـ الفصل الثالث: الصحافة الإلكترونية بين الانقرائية وتفاعلية المستخدمين.

المبحث الأول: المستخدمين وانقرائية مضامين الصحف الإلكترونية.

المبحث الثاني: الخدمات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية.

المبحث الثالث: عادات قراءة مستخدمي الصحف الإلكترونية للمضامين.

المبحث الرابع: تقنيات التحرير للصحافة الإلكترونية ودورها بإنقرائية مضامينها.

الفصل الأول: تصميم البنى في مواقع الصحف الإلكترونية وتقنياتها البنائية.

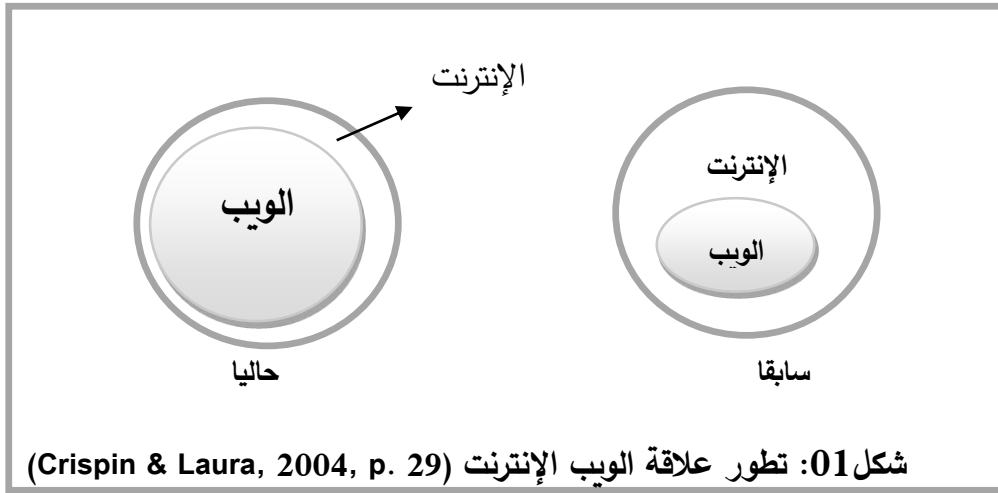
المبحث الأول: أجيال الويب، تطوراتها وتطبيقاتها المتزامنة.

أولاً: الفرق بين الإنترنت والويب

إن الويب والإنترنت تقنيا غير مترادفين. فالإنترنت هو شبكة اتصالات عالمية تربط الآلاف من شبكات الكمبيوتر بعضها ببعض إما عن طريق خطوط التليفونات أو خطوط الشبكة الرقمية أو الألياف البصرية أو عن طريق الأقمار الصناعية (علم الدين ، ساسيات المعلومات والحاسبات والإنترنت للإعلاميين، 2005، صفحة 293). وتتيح شبكة الإنترنت عددا كبيرا من الخدمات دائمة النمو على البعدين الأفقي والرأسي، فعلى البعد الأفقي نجد تزايدا ملحوظا في عدد الخدمات وعلى البعد الرأسي تزداد هذه الخدمات كفاءة وفاعلية فجهود التطوير لا تتوقف، حيث يوجد نطاق عريض من الخدمات المتوفرة على شبكة الإنترنت والتي تعرض فرصا وإمكانات كبيرة جدا تتاح دون حدود للمستخدمين للوصول إلى مصادر المعلومات والتعليم والتجارة والترويج المتاحة على الإنترنت مثل : البريد الإلكتروني -E-Mail- شبكة النسيج العنكبوتى (الويب) WWW، الدردشة Chat المجموعات الإخبارية news groups، القوائم البريدية Mailing list، لوحات النشرات الإلكترونية Bulletin Boards Electronic خدمة نقل الملفات FTP خدمة الاتصال من بعد Telnet، خدمة البحث Search Service الألعاب التماثل بالفيديو Video Conference. (أحمد هاشم، 2005، صفحة 48.47)

إن أبرز ملمح للشبكة العنكبوتية (الويب) هو سهولة تعامل ملايين الناس على اختلاف أعمارهم معها. وكثيراً ما يعتقد الناس أن الويب هو نفسه الإنترنت، وهذا الشيء غير صحيح، فالويب هو مجرد برنامج تطبيقي يستخدم الإنترنت، وهو في الحقيقة الوافد الجديد على الإنترنت. وهو التطبيق الذي يدمج مصادر من تطبيقات أخرى للإنترنت، وهذا ما يسهم في بعض الارتباك في تحديد أين تنتهي: شبكة الويب وأين يبدأ تطبيق آخر (Lehnert , 2001, pp. 23-25).

ويوضح الشكل التالي علاقة الويب بالإنترنت، موضحاً مدى تطور شبكة الويب إذ كانت جزءاً صغيراً من الإنترنت في بداية ظهورها ثم اتسعت لتقدم خدمات مختلفة تجعلها متشابهة مع شبكة الإنترنت، فنقل دائرة خدمات الإنترنت التي تنفرد بها عن الويب.



ثانيا: مراحل تطور أجيال الويب

أ. **الويب 0.1**: يشير الويب 1.0، إلى المرحلة الأولى في شبكة الويب العالمية؛ حيث كانت تتكون بالكامل من صفحات الويب المعتمدة على الارتباطات التشعبية قبل ظهور تطبيقات الويب بشكلها التفاعلي، حيث استخدمت المواقع الإلكترونية لغة ترميز النص التشعبي (HTML) في إنشاء صفحاتها على الويب (Jesus , 2010, p. 09)، وكان الهدف منها إنشاء لغة مستقلة عن النظام الأساسي من خلال مستندات النص التشعبي لتوصيل معلومات الوسائط المتعددة للمستخدم بسهولة عبر الإنترنت باستخدام بروتوكول نقل النص التشعبي (HTTP)، وهذا أدى بالطبع لظهور النقلة النوعية الأولى عبر الانتقال من الوضع الإعلامي التقليدي إلى الجديد حيث استطاعت المؤسسات الإعلامية تصميم مواقع وهياكل خاصة بها في عالم الويب غير المحدود.

ويرى الباحث أن في هذا النوع من الويب، يستطيع المستخدم قراءة المضامين المنشورة على موقع الويب، دون أن يتمكن من التعليق على هذه المضامين؛ أي الاكتفاء بالمشاهدة فقط من اتجاه واحد.

ت. **الويب 0.2**: يشير مصطلح الويب 0.2، إلى مجموعة تقنيات الويب التي تسمح للمستخدمين بإشراك الأشخاص ومحتوى الوسائط بطرق مختلفة في مشاركة المعلومات، مثل: Google, blog, social media وغيرها، كما اهتم الويب 0.2 أو الويب الاجتماعي (Social Web) أو الويب الحكيم (Wisdom Web) بالجمهور عبر أدوات تكنولوجية تسمح وتدعم التواصل والتشارك بين المستخدمين في فضاء الإنترنت، حيث أتاحت للجميع فرصا متساوية من الاتصال والمشاركة. (Richard & Julian , 2012, p. 05).

كما تطورت مواقع الويب من وجهة نظر تكنولوجية، من صفحات ويب بسيطة وثابتة إلى بوابات ويب أكثر تركيزاً على المعلومات والتطبيقات التفاعلية وعلى الرغم من ذلك لا تزال هناك مواقع تستخدم تقنية سابقة وذلك لأن متطلبات بعض مواقع الويب قد لا تحتاج إلى هذه الميزات بينما تستخدم المؤسسات الأكبر حجماً أحدث التقنيات في مواقع الويب الخاصة بها من أجل الحفاظ على قدرتها التنافسية وتحسين الإنتاجية في العمل، كما اكتسبت وسائل التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة خلال السنوات الماضية بالإضافة إلى تزايد تأثيرها من خلال السماح للمستخدم بالتفاعل والتواصل وإنشاء المحتوى ومشاركته رقمياً، حيث تتيح هذه الخاصية للمستخدمين العاديين إنشاء وسائل إعلامية تضاهي موجات الأخبار الناتجة عن وسائل الإعلام الإخبارية (Peter , 2018, p. 313).

وإذا تجاوزنا البعد التقني في الويب 0.2، إلى أبعاد التفاعلية تحديداً، يمكن القول إنه يمثل تحولاً ليس فقط في بنية المؤسسات الصحفية نفسها وآليات عملها، بل أيضاً في العلاقات بين هذا الوسيط وجمهوره، فقد مكن الويب 0.2 المؤسسات الصحفية من تجديد ممارساتها وفتح آفاق جديدة في مستوى المقروئية أو العائدات الإعلانية كما أتاح الانتقال من موقع المستهلك السلبي إلى المتفاعل المشارك في صناعة المضامين الصحفية بدرجات متفاوتة بين مجموع الوسائط الصحفية الإلكترونية (رابح، 2014، صفحة 23).

ث. الويب 0.3 web: يطلق الويب 0.3 على مصطلح الويب الدلالي Symantec web؛ وذلك لاعتماده على معاني ودلالات الكلمات، حيث يعتمد بشكل أساسي على الذكاء الاصطناعي، ويطلق عليه الويب الذكي intelligent web لاعتماده على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، ويطلق عليه ويب البيانات web of data لاعتماده على تحويل بيانات الويب إلى لغة تفهمها الآلة (منصور سمير، 2015، صفحة 180)، كما ارتبطت فكرة الويب 0.3 بالدمج بين الذكاء البشري والصناعي عبر قابلية القراءة وفهم الويب من قبل المستخدمين والحواسيب الآلية والأجهزة الأخرى التي يمكن ربطها من خلال الإنترنت، ولا يقتصر الويب 0.3 على نشر المعلومات عبر الإنترنت فقط، ولكن يتجاوز ذلك حيث يساهم في إيجاد الروابط التي تجمع بين البيانات ذات الصلة (البدوي، 2005، صفحة 59). ويمكن استخدام الويب 0.3 لبناء تطبيقات ويب جديدة للمساعدة في فهم معلومات من مصادر مختلفة ودمجها، وتوفيرها بشكل مرّن للمستخدمين، بالإضافة إلى إمكانية الاستفادة من خدمات الاستضافة السحابية مثل (Amazon EC2, Google App Engin). (Watson, 2009, p. 23)

وتعتبر عوالم الواقع الافتراضي أماكن يزورها المستخدمون للتفاعل مع الآخرين من جميع أنحاء العالم في شكل ثلاثي الأبعاد، حيث تعقد الاجتماعات في هذه الأماكن، ويتم استبدال المعارض التجارية بعروض الواقع الافتراضي مثل (Second Life, Funsites)، ووفقاً لنظرية موجات تورة الإنترنت من المتوقع أن يتقدم الويب 0.3 بالتركيز على العديد من التكنولوجيات المتطورة، مثل (الحوسبة السحابية والبيانات الضخمة والمحتويات الرقمية، والعمل الذكي، ومنصة الخدمات الاجتماعية، والأجهزة الذكية) نظراً لأن البيانات شبه المهيكلة مثل: (خدمات الشبكة الاجتماعية، وسجل الويب والوسائط الاجتماعية، والبريد الإلكتروني والصورة، والفيديو) تتزايد بسرعة كبيرة، كما يستمر الاهتمام بالبيانات الضخمة إلى حد إدخال عصر جديد من بيئة الحوسبة السحابية (Myeong, 2015, p. 618).

ج.الويب 0.4 web: يعكس الويب 0.4 أو الويب التفاعلي أو ويب التعايش تكاملاً بين ثلاثة أجيال متتالية من ظهور شبكة الإنترنت حيث يشير إلى إمكانية دمج البعد المادي بالوظيفة الإلكترونية للويب واستخدامه دون التقيد بمكان محدد (البدوي، 2005، صفحة 93)، كما يقوم بربط تقنيات الأجهزة المحمولة وتكنولوجيا الحوسبة السحابية من خلال الوسيط الذكي الذي يستخدم على نطاق واسع من البيانات والتطبيقات في أي وقت وفي أي مكان من أي جهاز متصل بالإنترنت كما ساعد الويب 0.4 على إزالة الحدود بين البشر والآلات، وجعلها قادرة على التفكير مثل البشر والاضطلاع بالمهام التي يصعب على الإنسان إنجازها من خلال التطبيقات التي تم تطويرها عن طريق توصيل الأجهزة الذكية بالإنترنت (Betul & Yeni , 2020, p. 62).

ويتميز الويب 0.4 بأنه ويب التطبيقات حيث سهل التواصل بين البشر على مستوى العالم، عبر تطبيقاته المختلفة مثل: (الواتس اب والفايبر)، كما استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في (الويب 0.2 تطوير تطبيقات خاصة بها يمكن استخدامها على الهواتف النقالة، مثل: (فيس بوك ماسنجر وغيرها) (البدوي، 2005، صفحة 107) ، ويتمتع الويب 0.4 بالعديد من المزايا، أبرزها:

- تحسين تجربة المستخدم من خلال مراقبة نظام الويب المستخدم، حيث يتفاعل (الوكلاء) وهي عناصر تعالج المعلومات وتتواصل مع المستخدمين أو واجهة المستخدم مع القارئ، ويقدم له محتوى مخصصاً يتناسب مع احتياجات كل مستخدم، كما يقوم بمهام أخرى للمستخدم، مثل إمكانية الوصول إلى معلومات في ذات السياق والتواصل مع المستخدمين الآخرين في الشبكة.

- الاستغلال الأكثر كفاءة للويب الدلالي من خلال محركات البحث الدلالي، وهي أدوات يتم تنفيذها في العديد من الأنظمة المتكاملة المرتبطة بين المستخدمين من خلال الوصول للمعلومات وتمثيلها (Keshab & Raja , 2015, p. 340).

د.الويب 0.5 web: يمكن تعريف الويب 0.5 بـ (الويب العاطفي) ويسمى أيضا الويب الواعي وهو إضافة جديدة في (معادلة الويب) ومن المتوقع أن يجلب الويب 0.5 وإنترنت الأشياء وجها جديدا للتقنيات المستحدثة (Parvathi و Mariselvi، 2017، صفحة 174)، كما يعتبر مفهوم الويب 0.5 حتى الآن فكرة ناشئة قيد التقدم، ولا يوجد معنى محدد لما سيكون عليه الأمر، ويمكن اعتباره شبكة تكافلية وغير مركزية، حيث قامت منظمة Emotive Systems بصنع تقنية عصبية من خلال سماعات الأذن التي تمكن العملاء من الارتباط بالمحتوى الذي يلبي مشاعرهم، أو تغيير المظهر الخارجي تدريجياً إلى رموز)، حيث يترجم الويب 0.5 مشاعر المستخدمين ويستترشد بالتطورات والمعطيات المتاحة لتحديد مشاعرهم من خلال استخدام أدوات التكنولوجيا العصبية عن طريق سماعات الأذن، حيث يمكن للدماغ البشري التحدث باستخدام الآلة التي يمكن خلالها التعرف على التأملات والمشاعر والمظاهر الخارجية و (ثورات العقل) (Ozgur , 2019, p. 05)، كما يمكن اعتبار الويب 0.5 ويب فائق الذكاء Ultra intelligence حيث يسعى لتحقيق التفاعل بين الإنسان والآلة عاطفياً وفكرياً من خلال تمكين البيانات والمعلومات الشخصية للمستخدمين المخزنة على الشبكة والاتصال بينهم عبر Smart Communicator (SC) مثل الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية أو الروبوتات الشخصية، وتمثيلها في شكل صور رمزية داخل SC في العالم الافتراضي ثلاثي الأبعاد بحيث تكون الخوادم قادرة على استخدام بيانات كل SC مترابط على الشبكة (karan, 2013, p. 417).

ويرى الباحث أنه في ظل التطورات المتسارعة في بيئة الويب بشكل عام نحو ما يسمى بعالم الميتافيرس، فإنه بات من الضروري إضافة الويب المتجسد أو (الويب 0.6) لمواقع الصحف، حيث يتم فيه الدمج بين استخدام الواقع الافتراضي والواقع المعزز، لينتج عن ذلك تجربة معيشة مميزة يستطيع من خلالها المستخدم من التفاعل والتواصل وتتبادل الأفكار مع المستخدمين الآخرين بشكل كامل كما لو كانوا في غرفة حقيقية مع بعضهم، وذلك من خلال الأدوات التقنية التفاعلية للواقع المعزز، كمنظارات الواقع الافتراضي، والمستشعرات الحسية، والإيماءات، والشرائح الإلكترونية، وغيرها.

ثالثاً: محررات وتطبيقات الويب المتزامنة

أوضح توماس بويل "Tomas A Powell" وجود خمس مجالات تشمل جوانب التصميم؛ الأول المحتوى ويشمل طريقة بناء المحتوى وتنظيمه باستخدام لغات التصميم مثل HTML أو CSS، الثاني المرئيات والمقصود بها طريقة إخراج الشاشة وتنظيم العناصر الأساسية عليها من روابط وملفات الفلاش وأماكن تواجدها سواء في الجزء العلوي أو السفلي أو في الجانب الأيمن أو الأيسر، ويعد الجانب المرئي الأكثر وضوحاً أمام المتلقي لكنها ليست الوحيدة الأكثر أهمية ، أما الجانب الثالث يقصد به التكنولوجيا والمرتبطة بالأسس التقنية لتصميم الصفحات من توافر للغات التصميم من لغة HTML ولغة CSS وبرامج JavaScript بالإضافة إلي البرامج المستخدمة في عملية التصميم ،الجانب الرابع التصفح والمرتبطة بسرعة الخادم وسرعة البرامج المرتبطة بعملية التصميم ،وأخيرا الغرض من الموقع أي الفئة التي يقدم لها الموقع والتي يجب أن يراعي أن يتلاءم الموقع مع الطبيعة الخاصة بتلك الفئة سواء كان للكبار أو للصغار أو موقع إخباري أو رياضي أو سياسي أو تجاري (Thomas , 2002, p. 04).

أ. محررات الويب Web Editors:

لرؤية صفحات الويب يجب أن يتوفر عنصران أساسيان: متصفح الويب ولغة تشكيل تسمح بتوزيع كافة أنواع المعلومات على الإنترنت تسمى HTML (Mercer, 2003, p. 03).

إن متصفح الويب عبارة عن تطبيق للمستخدم بسيط جدا صمم لعرض صفحات الويب، فيمكنه عرض الوثائق التي تحتوي على روابط، صور، أو عناصر متحركة أو صوت، أو لقطات فيديو

(Szuprowicz , 1996, p. 13). وصممت هذه المتصفحات ببساطة لقراءة وعرض المضامين أكثر من إنشاء المضامين نفسها أو الروابط.

1. برنامج Adobe Dreamweaver: أنشأت شركة ماكروميديا Macromedia هذا البرنامج ولكنه يتبع الآن شركة أدوبي منذ عام 2005. ويمكن استخدامه في بيئات عمل كل من النوافذ وماك. وتدعم الإصدارات الحديثة تقنيات الويب مثل CSS JavaScript، ولغات نصية مثل Java من جانب الخادم Server-side scripting languages مثل Fusion, Java Server Pages, PHP, ASP.NET، (Wikipedia, 2023)..Cold

ومن أهم المميزات التي يتيحها البرنامج (علم الدين، الصحافة الإلكترونية، 2008، صفحة 266.267):

- إنشاء صفحات ويب ومواقع كاملة لمن لا يعرفون استخدام الأكواد.

- استعراض مواقع العملاء تجريبيا preview من خلال أكثر من متصفح.

- إنشاء قوالب Templates لإعطاء بعض الصفحات مسمات بنائية متشابهة.

- الاستفادة من بعض تطبيقات JavaScript دون الحاجة إلى معرفة كيفية كتابة الأكواد.

ومن أهم الانتقادات التي وجهت إلى الإصدارات الأولى من هذا البرنامج انه ينتج صفحات HTML ذات حجم ملف و أكواد HTML أكبر من اللازم، الأمر الذي يجعل المتصفح يعمل بشكل غير كفاء. كما أن بعض أكواد البرنامج لا تتواءم مع المعايير التي تضعها W3C، ولقد أخذت هذه الانتقادات في الاعتبار، فظهر الإصدار التالي للبرنامج Dreamweaver 8.0 والذي يسبق الإصدار الحالي Adobe Dreamweaver CS3.

2. برنامج Microsoft FrontPage: ترجع شهرة وشعبية هذا البرنامج إلى كونه جزءاً من نظام Microsoft office وبالتالي يتم تحميله تلقائياً على الحاسب كما يتميز هذا البرنامج بالسهولة في التعامل حيث إن المستخدم قد اعتاد على شكل القوائم والأدوات التي لا تختلف كثيراً عن باقي البرامج ضمن مجموعة Office (wikipedia, 2023)

ويتميز البرنامج بعدة سمات (علم الدين، الصحافة الإلكترونية، 2008، صفحة 265):

- إدراج الصور والنصوص وملفات الوسائط المتعددة كالصوت والفيديو للصفحات التي تم إنشاؤها.

- ربط ملفات الصوت بالصفحات ويمكن تشغيلها أيضاً كخلفية لبعض الصفحات.

- استخدام تقنية الصوت والفيديو المتدفق video & streaming audio للتغلب على مشكلة الوقت الطويل لتحميل ملفات الوسائط المتعددة.

- مجموعة من السمات themes التي تعطى للصفحات تنسيقاً متنوعاً ويمكن التحكم في ألوان السمة وبعض مفرداتها حسب ذوق المستخدم.

- إدراج لافتات إعلانية متغيرة Banner AD Manager عدادات counters أزرار متحركة Hover buttons ونصوص متحركة Marquee وصور مجدولة scheduled pictures ونماذج البحث search form.

ويلجأ عادة المصمم إلى كتابة الأكواد بنفسه، لأن هذا الإجراء يتيح (فتحي ، 2009، صفحة 148):

- كتابة الأكواد التي يحتاجها المصمم بالفعل، بدلا من بعض الأكواد غير المطلوبة التي تضيفها محررات الويب الأخرى التي تعتمد على ما تراه هو ما تحصل عليه، فمثلا قد يرغب المصمم في وضع سطرين خاليين، ولكن محرر ما تراه هو ما تحصل عليه يضع علامة للفقرة paragraph marker، كذلك يتيح الترميز اليدوي تنظيم الأكواد المكتوبة بطريقة أكثر وضوحا وترتيباً، في حين المحررات الأخرى تكتبها بشكل فوضوي.

- إصلاح الأعطال بسرعة، فالخبرة في كتابة أكواد XML، HTML، XHTML تجعل المصمم قادرا على تعديل الأكواد بسرعة بغض النظر عن طريقة إنشاء الموقع. فمثلا إذا أراد المصمم تحديث حقوق النشر أو عنوان الوثيقة فإن ذلك أسرع كثيرا عند استخدام محرر نصوص عنه عند فتح الصفحة من خلال محرر ما تراه هو ما تحصل عليه.

- إمكانية استبعاد الأكواد الإضافية Code cleanup التي تضعها اغلب محررات الويب، ويستطيع المصمم أن يحذف هذه الأكواد غير الضرورية من تلك الصفحات والتي تجعل الملفات أكثر حجما، وكما هو معروف بالويب أن الملفات الأصغر هي الأفضل.

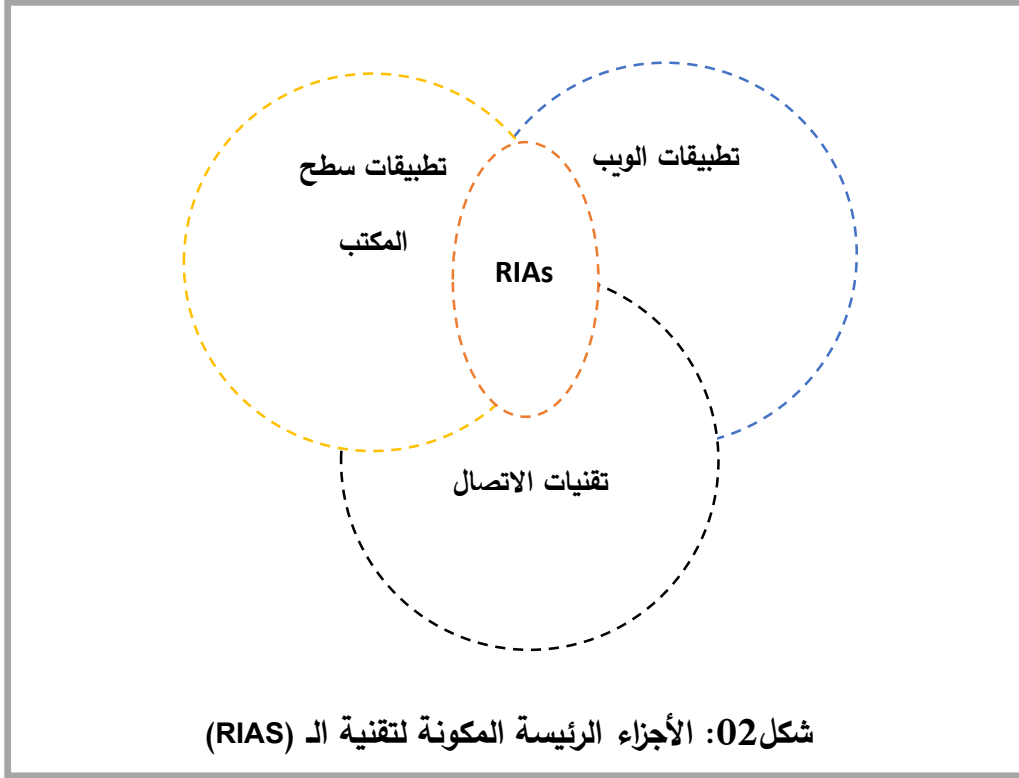
ب- تطبيقات الويب المتزامنة

أصبحت تطبيقات الويب جزءا رئيسا من تصميم المواقع الإلكترونية؛ حيث تلبية احتياجات المستخدمين بشأن سهولة الاستخدام، والأمان، وسرعة التحميل، بالإضافة إلى التقنيات المستخدمة في تطوير الموقع مثل: HTML, CSS, Javascript, Ajax, xml وغيرها (Madhumitha , 2019, p. 02).

وتستخدم تطبيقات الويب المتزامنة العديد من التقنيات، أهمها:

تقنية RIAs: تمثل تقنية Rich Internet Applications مجموعة من التطبيقات التفاعلية التي تستخدم في إطار شبكة الويب، كما تعني الـ (RIAS) بالمزج بين التطبيقات المكتبية والتقليدية المستخدمة من جانب المستفيد في حالة الاتصال المتزامن وغير المتزامن، كما ظهر هذا المصطلح لأول مرة من خلال

مؤسسة Macromedia عام (2002م)، وسرعان ما انتشرت هذه التقنية في مختلف المؤسسات العاملة في استثمار تطبيقات الويب وقطاع التجارة الإلكترونية، وغيرها (فرج أحمد، تقنيات الويب 0.2 وتوظيف تطبيقاتها في مؤسسات المعلومات، 2010، صفحة 23). وتستخدم التقنية للربط بين الشبكات الاجتماعية من خلال العقد المركزية التي تربط بين الأصدقاء والعائلة والأقران من خلال توسيع نموذج الـ (RIAS). (binitamayekar، 2023)



ويوضح الشكل الأجزاء الثلاثة الرئيسية التي تميز (RIAS)، حيث تشكل خصائص معالجة الخادم لتطبيقات الويب المرتبطة بالمكونات سريعة الاستجابة لتطبيقات سطح المكتب، وشفافية الاتصال غير المتزامن بين أجزاء التطبيقات من خلال تقنيات الاتصالات التي تبنى على أساسها تقنية RIA.

(Vivian , 2008, p. 03)

تقنية **AJAX**: تعتبر إحدى التقنيات التي تعمل على استشراف حلول حاسوبية مفتوحة المصدر لتصميم وتطوير تطبيقات تفاعلية على شبكة الإنترنت، وهي اختصار للمصطلح Asynchronous javascript And XML، ومن أبرز نماذج المواقع المستخدمة لهذه التقنية موقع google، وتكمن الفكرة الأساسية التي بنيت على أساسها هذه التقنية، في إمكانية السماح بتبادل البيانات والمعلومات بين المتصفح والخادم دون

الحاجة إلى إعادة تحميل كافة محتويات الصفحة من جديد، من خلال هذه التقنية التي تعمل في خلفية المتصفح (فرج أحمد، تقنيات الويب 0.2 وتوظيف تطبيقاتها في مؤسسات المعلومات، 2010، صفحة 08).

ويرى الباحث أن هذه التقنية بالغة الأهمية حيث تسمح لمواقع الصحف يمكن للمواقع الصحفية الاستفادة منها وتمكين المستخدم من التفاعل.

وحدد الباحث "HANANZITA HALIM" العديد من العناصر التفاعلية لهذه التقنية، نذكر أهمها:

- أداة البحث بحيث تدفع محرك البحث لاستعراض مقترحات أثناء البحث عن أخبار أو شخصيات أو أحداث معينة لتوفر للمستخدم سهولة التفاعل مع الموقع، وتوفير الوقت.

- الأخبار العاجلة، وسهولة مشاركتها وإرسالها للأصدقاء بسرعة.

- ويعتمد البناء الهيكلي لتقنية AJAX على مجموعة من التطبيقات المستخدمة بصفة أساسية في تكوين المواقع المفتوحة المصدر، مثل: XHTML وCSS، وغيرها، كما تم تطوير العديد من أدوات البحث في الويب من أجل تزويد المستخدمين بواجهة تمكنهم من تحديد موقع المستندات التي تحتوي على المعلومات التي تتوافق مع اهتماماتهم، حيث يشار إلى أدوات البحث على الويب باسم الكتالوجات، أو الدلائل أو الفهارس أو محركات البحث أو قواعد بيانات الويب (HANANZITA , 2005, p. 03).

تقنية Mashups: تعتبر ضمن تطبيقات الويب التي تستخدم المحتوى من أكثر من مصدر لإنشاء خدمة جديدة تعرض في واجهة رسومية واحدة، مثل دمج العناوين والصور الفوتوغرافية والنصوص لإنشاء مزيج خرائط Google وغيرها، كما انتشرت تطبيقات Mashup مؤخرًا على الويب لسببين، الأول: اتجاه العديد من المواقع الإلكترونية الكبرى، مثل Yahoo, Google, Amazone، لإتاحة بياناتها للاستخدام مع مصادر البيانات الأخرى دون شرط ترخيص، والسبب الثاني: ظهور أدوات جديدة تجعل إنشاء تطبيقات الويب المختلطة Mashup أمرًا سهلًا للمستخدم بغض النظر عن خبرته التقنية.

(Fichter, 2023, p. 03)

ويرى الباحث أنه يمكن لمواقع الصحف الاستفادة من هذه التطبيقات التقنية من خلال استخدامها في الصفحة الرئيسية، حيث تعمل على تسهيل عملية مسح المضامين التي قد تهتم المستخدم، من خلال

عرض مختصر للمضامين مع عنوان رئيسي ومختصر، بالإضافة الى يتم عرض صور مصغرة لمقاطع الفيديو ومختلف الوسائط المتعددة بحيث تمكن المستخدم من النقر عليها والوصول إليها.

ج. لغات برمجة الويب

لغة HTML: كلمة HTML تعني اختصار لـ لغة ترميز النصوص التشعبية المترابطة Hypertext Markup Language، وهي لغة يتم من خلالها تصميم الصفحات الالكترونية عن طريق مجموعة من الحروف والكلمات المقروءة بالإضافة إلى علامات خاصة يطلق عليها علامات الترميز "Markup Tags" ويتم عن طريق هذه التعليمات وصف طريقة عرض النصوص والرسوم والوسائط الإعلامية الأخرى، ويمكن كتابة أوامر داخل برنامج المفكرة Notepad الموجود ضمن حزمة برنامج Microsoft Windows، ثم حفظ الملف بامتداد HTML، ولكي يتم ترميز العلامات الخاصة عما سواها من كلمات وجمل مقروءة، فإنه يتوجب وضع علامات الترميز بين إشارتي اكبر من "<" واصغر من ">" ولتحديد النص المراد ترميزه توضع العلامة المطلوبة قبل النص وبعده ويجب أن يسبق علامة النهاية الرمز "/" بدون ترك مسافات، مع ضرورة أن تبدأ كتابة اللغة بالأمر HTML وينتهي أيضا بالأمر HTML. (بن عبد الله، 2001، صفحة 149)

ويرى الباحث أن لغة HTML تعد المكون الأساسي لصفحة الويب، لأنها تحتوي على النص الخاص بصفحة الانترنت بالإضافة إلى التعليمات والأوامر التي يتم من خلالها عرض الرسومات والملفات الأخرى التي تؤلف في مجموعها صفحات الويب عند عرضها في المتصفح.

لغة CSS: وهي اختصار لمصطلح Sheets Style Cascading وتستخدم لتصميم الصفحات الالكترونية الانسيابية، فهي تهتم بالخطوط، الألوان، الهوامش، والعرض والارتفاع، صورة خلفية الموقع، وكيفية توزيع المساحات وأشياء أخرى كثيرة، فهي توفر المزيد من الخيارات أكثر من لغة HTML وهي أكثر دقة وعملية، وهي مدعومة من قبل المتصفحات الرئيسية اليوم. (Richard M. , 2006, p. 15.16)

لغة Java Script: تختلف هذه اللغة عن اللغات السابقة في أنها صعبة التعلم إذ تحتاج إلى مهارات خاصة، كما تستخدم الصحف كذلك لغة Visual Basic في تصميم مواقعها خاصة وان هذه اللغة من أسهل اللغات من ناحية، وتدعم الانترنت من خلال الإمكانيات التي تملكها من ناحية أخرى مثل تدعيمها

للسائط المتعددة والرسوم والصور وتحتوي على مجموعة من العناصر التي تجعل المستخدم يتفاعل مع النص. (الصفحة، 2001، 193)

ويبرز ميزة لغة الجافا Java إنها تتيح للمبرمجين تصميم برامج صغيرة مستقلة يمكن تضمينها واستخدامها بسهولة في الصفحات الالكترونية ويمكن لهذه البرامج أن تكون غاية في السهولة مثل الرسوم المتحركة أو المؤثرات المتدفقة للماوس ، كذلك يمكن لـ Java إنشاء نماذج والتعامل مع قواعد البيانات المعقدة دون الحاجة لمعرفة المصمم بكيفية البرمجة ، كذلك تركز قوتها على كونها تستطيع العمل من خلال أنظمة التشغيل المختلفة سواء (Windows) أو (Apple Macintosh) بالإضافة إلى أن مترجم الجافا بصفة عامة يكون موجود ضمن عارض الويب Web Browser. (براين و كيث ، 2001، 721)

لغة DHTML: اختصار لكلمة Dynamic HTML وهي تطور للغة HTML التفاعلية، حيث أن لغة HTML تعد لغة برمجية Static أو ثابتة ، فأى شيء تترجمه يكون ظاهرا على الصفحة بدون أي حركات أو إضافات Animation، ولكن بعدما قامت شركة Netscape المشهورة بإضافة لغة الجافا سكربت إلى متصفحها هنا أضافت الحركة إلى الصفحة وجعلتها تتفاعل أكثر مع المستخدم ومن ثم تم تطبيقها بشكل رسمي من المنظمة العالمية للويب W3C، كان لابد من تطور للغة HTML لإتاحة عنصر الحركة على الصفحة الالكترونية ، وهذا ما أدى إلى ظهور لغة DHTML والتي تتيح تلك الإمكانيات. (Jennifer , 2001, p. 429.430)

المبحث الثاني: بناء مواقع الصحف الإلكترونية: التقنيات والمستويات.

أولاً. تقنيات بناء الموقع الإلكتروني

تعد تقنيات الويب من أكثر الجوانب تأثيرا على نجاح موقع البوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت إذ تؤثر على أدائه وخبرة المستخدم له، التي تعد أساس الحكم على كفاءة الموقع، فإذا كان الموقع تقنيا متبعا لمعايير الويب المتفق عليها، ويستخدم أكوادا (شيفرات) صحيحة، ويتخلص من الأكواد الزائدة غير المهمة بالإضافة إلى إن تصميم الموقع يناسب بيئات تشغيل ومتصفحات متعددة، كما يحتوي على مضمون يمكن تحميله بسرعة مناسبة على الحاسب الخاص بالمستخدم ، كذلك متاح لكافة المستخدمين في كافة الأوقات دون التقيد بسرعات اتصال معينة أو استخدام كماليات معينة لإمكانية تصفح الموقع مثل السماعات التي قد لا تكون مناسبة للتصفح في العمل إلا إذا تم وضع السماعات بالأذن، بل ظهرت

تقنيات تسهل لذوي الاحتياجات الخاصة متابعة تصفح الموقع بمتصفحات خاصة تقوم تلك المتصفحات بقراءة الموقع للمستخدم، فيمكننا القول آنذاك أن الموقع سهل الوصول إليه (فتحي ، 2009، صفحة 147)، ويعتبر التصميم الجيد عامل أساسي لتلبية احتياجات المستخدمين ويخلق انطبعا جيدا للمستخدمين عن المؤسسات أو الأشخاص أو المنتجات التي ينقل الموقع صورة لها يلمسها المستخدم من خلال سهولة حصوله على ما يتوقع أن يجده من خلال تصفحه للموقع كما يدفع التصميم الذي لا يراعي اهتمامات واحتياجات المستخدم إلى غلق الموقع والبحث عن حاجاته في موقع آخر مما يعطى انطبعا سيئا عن الموقع والجهة التي يعبر عنها الموقع، كما يعتبر التصميم من المكونات الرئيسة للعملية الاتصالية التي تتم عبر المواقع الإلكترونية حيث إن البنية الأساسية للإنترنت ذات خصائص متميزة كتعدد البدائل في عرض المحتوى من نص وصوت وفيديو ورسوم إلى ظهور أشكال جديدة من وسائل الاتصال وهي. ما يطلق عليها بالوسائل التفاعلية والاستخدام الأمثل لعناصرها هو الذي يبرز أهمية هذه الخصائص وانعكاساتها على العمليات المختلفة في الاتصال، مما يتطلب تطبيق مواصفات في تصميم هذه العناصر تساعد في توصيل الرسالة الاتصالية عبر هذه الوسيلة (شكري، 2014، صفحة 127).

ثانيا. اعتبارات تصميم الويب الجيد:

هناك عدة قواعد إذا اتبعها المصمم يكون تصميمه على أكمل وجه:

لا تطبق التكنولوجيا لمجرد المعرفة بها: تقدم تقنيات الويب عدة خيارات وأدوات لبناء المواقع، ولا يعد توفر التكنولوجيا والقدرة على تطبيقها مبررا لاستخدامها. فيعوق أحيانا استخدام التكنولوجيا أداء المستخدم على الموقع وقد يصل الأمر إلى دفعه إلى ترك الموقع. وبعد النص الوامض `blinking text` أبرز مثال لهذه النقطة، فيجعل أمر `<blink>` بلغة HTML النص يومض، وقد أفرط المصممون في منتصف التسعينيات في استخدام هذه التقنية، وسرعان ما تضايق المستخدمون من هذا الأسلوب حيث كان يومض النص بشكل مستمر دون توفير آلية لإيقافه. لذا يجب أن يسأل المصمم نفسه قبل تطبيق أي تقنية، هل تضيف هذه التقنية أي فائدة للموقع، أم أن إضافتها مجرد مظهر للتجديد؟

عدم الاعتقاد بان هناك مسلمات في التصميم: فما يصلح لموقع ما قد لا يصلح لموقع آخر، وما لا يصلح لموقع ما قد يفيد في موقع آخر غيره، ومثال على ذلك عدم جدوى استخدام النص الوامض في عهد بدايات استخدامه المكثف في أغلب المواقع التي استخدمته في حين نجد أن استخدامه الآن يحقق

وظيفة مهمة، إذ قد ينسى المستخدم أو يخطأ في كتابة بيانات إحدى الاستمارات مثل أن يكتب عنواناً في حقل رقم التليفون، وتقوم بعض المواقع بتلوين الخطأ بلون مختلف (أحمر غالباً) مما يسهل على المستخدم النقاط الخطأ وتصحيحه، ولكن قد تحتوي الصفحة على ألوان مختلفة مما يجعل من الصعب على المستخدم تمييز الخطأ (اللون الأحمر) بسرعة، وهنا تظهر أهمية النص الواضخ الذي سيساعد المستخدم في التعرف على الخطأ بسهولة.

المستخدم هو الحكم النهائي لقرارات التصميم: فقد يكون هناك جدال بين المصمم ورئيسه حول مدى جدوى بعض ملامح أو عناصر التصميم، معتقداً كل طرف انه هو المحق، ليس أي من المصمم أو رئيسه أو صاحب الموقع هو صاحب القرار في تنفيذ أمر ما بالموقع أو لا، وإنما القرار النهائي من جانب المستخدم الذي قد يعجبه أو يصعب عليه فهم جانب ما من الموقع، فالمستخدم هو المستفيد الذي يسعى الموقع إلى إرضائه.

من المستحيل إرضاء جميع المستخدمين: بغض النظر عما إذا كان عددهم قليلاً أو كبيراً، فلكل فرد رأيه الخاص، ولكن على المصمم إرضاء الغالبية العظمى من المستخدمين والوقوف عند حد معين لتطوير الجوانب الوظيفية والجمالية للموقع. (Eccher, 2004, صفحة 06.07)

ثالثاً. مستويات تصميم الويب.

توجد خمسة مجالات تغطي العناصر الأساسية لتصميم مواقع شبكة الويب وهي:

المضمون: والذي يضم شكل وتنظيم مضمون (محتوى الموقع). والذي يشمل طريقة كتابة النصوص وتنظيمه وتقديمه وبناءه مستخدماً لغة مثل HTML.

العناصر المرئية: وتشير إلى إخراج العناصر المقدمة بالموقع على شاشة الحاسب، وذلك باستخدام لغات وبرامج مثل HTML CSS Flash، وقد يحتوي هذا التصميم على عناصر جرافيكية إما لمجرد التزيين أو لأن لها وظيفة بالتجول Navigation. وعلى الرغم من أن المظهر المرئي للموقع هو الوجه الواضح لتصميم مواقع الإنترنت إلا أنه ليس الوحيد أو الأكثر أهمية.

التقنيات: يشير هذا المجال إلى العناصر المتفاعلة المتنوعة للموقع خاصة تلك التي استخدمت في بنائها برامج تقنية، وتتنوع البرامج بين برامج من جهة العميل Client Side Scripting Language مثل لغة

JavaScript، وبرامج من جهة الخادم Server-Side Applications مثل Java Servlets والتي سبق التحدث عنها.

التوصيل Delivery: ويقصد به سرعة وصول الموقع عبر الإنترنت وله علاقة بمكونات وتجهيزات وبرامج الخادم Server hardware/ Software Architecture Employed.

الغرض Purpose: أي الغرض من إنشاء الموقع -وغالباً ما يكون له علاقة بالشئون الاقتصادية ويعد هذا العنصر من أهم عناصر تصميم المواقع حيث يعد المرجع الأساسي عند اتخاذ أي قرار في تصميم الموقع. (محمد رزق، 2009، صفحة 189)

تصميم المعلومات Information design

تكمن أهمية الموقع في الأساس -من وجهة نظر مستخدم الشبكة- في أهمية مضمون الموقع بالنسبة لهم، كما أن المضمون هو السبب الذي يأتي المستخدم من أجله لموقع الصحيفة، ونظراً لكون المضمون هو القوى الدافعة وراء قبول المستخدمين للموقع فإن كثيراً من الصحف تعيد التفكير في استراتيجيات الموقع الخاصة بها بحيث تستثمر إمكانياتها للموقع بصورة أكبر بدلاً من التصميمات المعقدة والمكلفة.

ويكون إشباع حاجات الزوار من المعلومات والأخبار الحديثة والأحداث الجارية هو المبرر الرئيسي لإنشاء مواقع للصحف على الإنترنت، ويسرى ذلك سواء كان الهدف من إنشاء مواقع للصحف على الإنترنت هو التسلية والترفيه، أو مجرد التواجد وتدعيم علاقات طيبة مع جماهير الصحيفة الأم، أو تقديم مضمون خبري وترفيهي هادف وبناء. (عبد المحسن، 2005، صفحة 250)

ويعد تصميم المعلومات هو اتخاذ قرارات تتعلق بكيفية تقديم المعلومات حتى يستطيع الجمهور استخدامها أو فهمها بصورة أكثر سهولة ويسراً. وقد يكون أحياناً تصميم المعلومات جزئياً (كتقديم البيانات في شكل بياني أو في شكل أعمدة bar chart مما يناسب الجمهور أكثر، كذلك هل استخدام صورة المجهز أفضل أم البلورة السحرية لتوصيل مفهوم البحث داخل الموقع)، كذلك قد يتعلق الأمر في تصميم المعلومات بترتيبها، وتقسيمها لمجموعات، بطريقة تعكس كيفية تفكير المستخدم، والمهام والأهداف التي يقوم بها. (Gratture, 2020, p. 131.132)

ويتصل بناء المعلومات بالعديد من مجالات التصميم مثل:

التصميم الجرافيكي: كان المصمم الجرافيكي قديماً مسئولاً عن كل جوانب الاتصال المرئي من أول تصميم الشعار المقترح إلى إخراج الصفحات المنفردة، وفي الويب توجد العديد من التخصصات المتزايدة التي تفرضها طبيعة البيئة المعقدة للويب. وبالرغم من ذلك يبرع العديد من المصممين الجرافيكين في مجال بناء المعلومات كجزء من عملهم.

تصميم التفاعل: وفيه يهتم المصمم بسلوك المهام والعمليات التي يتبعها المستخدم في أنظمة المعلومات والبرامج على مستوى الواجهة. وعادة ما يكون لدى هذا المصمم خلفية عن تفاعل الإنسان مع الحاسب، وينصب عملهم على كيفية مساعدة المستخدم على تنفيذ مهامه بنجاح وتحقيق أهدافه المرجوة من الموقع.

هندسة يسر الاستخدام: يدرك مهندسو يسر الاستخدام كيفية تطبيق المنهج العلمي في بحوث المستخدمين، واختبارهم، وتحليل النتائج. كما تمدهم معرفتهم بتفاعل الإنسان مع الحاسب وخبرتهم في ملاحظة المستخدم بمؤشرات مفيدة للتصميم، وعادة ما يتم اختبار كل جوانب خبرة المستخدم بما في ذلك بناء المعلومات والتصميم الجرافيكي.

تصميم الخبرة experience design: يضم تحته بناء المعلومات، وهندسة يسر الاستخدام، والتصميم الجرافيكي، وتصميم التفاعل كمكونات لخبرة المستخدم. ويوجد بالعالم عدد قليل من مصممي الخبرة حيث لا يوجد العديد ممن لديهم المهارات في كل هذه المجالات.

تطوير البرامج software development: نادراً ما يختلط الأمر على الناس بين بناء المعلومات وتطوير البرامج، وعادة ما يعتمد المسؤولون عن بناء المعلومات على المطورين لتحويل أفكارهم إلى حقيقة، إذ يساعد المطورون على تحديد ما يمكن تنفيذه. (Rosenfeld, 2000, p. 10)

ويمكننا تقسيم أبعاد تقنيات بناء المواقع الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاث مستويات:

تقنيات تصميم الواجهة Interface design: والتي توفر للمستخدم القدرة على إنجاز الأشياء، فهي التقنيات التي تسهل اتصال المستخدم بالوظيفة المحددة للموقع.

تقنيات تصميم المعلومات **Information design**: وهي التي تعمل على اتصال الأفكار بالمستخدم، وتجاوز الحدود بين أنظمة البرمجيات المعتمدة على المهمة وبين أنظمة النصوص الفائقة القائمة على المعلومات. لأنه لا تصميم الواجهة، ولا تصميم التجول يمكن أن ينتج بدون تصميم معلومات يدعمهما.

تقنيات تصميم التجول **Navigation design**: توفر للمستخدم القدرة على الذهاب إلى أماكن محددة. فبناء المعلومات يعد بناء لقائمة بمتطلبات المحتويات، ويعد تصميم التجول هو العدسة التي من خلالها يمكن أن يرى المستخدم هذا البناء، كما يعد الوسيلة التي من خلالها يمكن أن يتحرك المستخدم عبر الموقع. (محمد السمان، 2019، صفحة 130).

المبحث الثالث: سمات يسر الاستخدام لمواقع الصحف الإلكترونية ورضا المستخدم.

أولاً: معايير تصميم صفحات مواقع الصحف الإلكترونية

يوجد نوعان من صفحات المواقع الإلكترونية الأولى صفحات ثابتة Static والثانية متغيرة Dynamic.

1. **الصفحات الثابتة Static Pages**: هي صفحات الموقع التي ترسل استجابة متطابقة تماما عند كل طلب. ويتم استدعاء تلك الصفحات من على الخادم بواسطة عنوان ثابت URL a constant، ويكون مضمون تلك الصفحات ثابتا طالما لم يتم المسئول عن الموقع بتغييره، ففي كل مرة يزور المستخدم تلك الصفحة سيجد نفس المضمون. وعندما يطلب المتصفح صفحة ثابتة محددة، يبعث الخادم الصفحة للمتصفح فيحصل المستخدم على المعلومات الموجودة في كود HTML فقط.

وتتميز الصفحات الثابتة بسهولة وسرعة وضعها معا حتى بالنسبة لشخص يفنقر إلى الخبرة، كما إنها مثالية لإظهار كيف سيبدو الموقع، ولأنها تناسب الذاكرة المخبأة Cache friendly، فيمكن للعديد من الأفراد رؤية نسخة واحدة. ولكن يعيبها صعوبة الاحتفاظ بها ا يصبح الموقع كبيرا، كذلك صعوبة الاحتفاظ بها متسقة ومحدثة up to date وعلى العكس تكمن الصفحات المتغيرة؛ النوع الثاني من صفحات الويب.

2. **الصفحات المتغيرة Dynamic Pages**: تشير كلمة متغيرة إلى الأفعال التي يتم تنفيذها في ذات اللحظة التي يتم طلبها فيها لا مسبقا، ويتم إنتاج الاستجابة في الصفحات المتغيرة على الخادم وفقا لطلب المستخدم لتقديم شخصية للطلب customize معتمدة على المعلومات التي يتم الحصول عليها من

المستخدم، فيتغير محتوى تلك الصفحات تلقائياً وفقاً لقاعدة بيانات أو لمعلومات المستخدم التي يكتبها مثلاً في حقل البحث عند طلب بحث، وتعد عربة التسوق بالمواقع التجارية شكلاً آخر من الصفحات المتغيرة، ويأتي المحتوى من قواعد البيانات المرتبطة بالموقع وبالتالي لا يتم تغيير المعلومات من خلال كود HTML مثلما يحدث بالصفحات الثابتة وإنما تغيير البيانات من خلال قواعد البيانات، وبذلك تصبح الصفحات مجرد قوالب لعرض نتائج الطلب. وحتى تدرج محركات البحث تلك الصفحات على أنها صفحات متغيرة لا بد أن يتضمن عنوانها إحدى العلامات التالية: cgi-bin, cgi:, t, E, S, %, &, ?. (فتحي ، 2009 ، صفحة 144.145)

وفي هذا الصدد يشير هيثم جودة إلى مجموعة من معايير بناء المواقع الإلكترونية والتي يتوجب على المصممين والمخرجين أخذها بعين الاعتبار وهي كالتالي (جودة ، 2010 ، صفحة 71):

- 1- التصميم الجيد الذي يساعد على سرعة وسهولة التصفح، ولذا يجب على المخرج الصحفي والمحرر أن يمزجاً بين المحتوى والشكل عند تكوين الموضوع أو الفكرة في مراحل التفكير.
- 2- تصميم الصفحة يجب أن يظهر واضحاً بصورة سريعة للقارئ، بحيث يتضمن خارطة (تبويب) للمحتوى في شكل رسومات أو عناوين بما يساعد القارئ في التحرك والتنقل بين الصفحات، وهذا يتحقق من خلال مهارة كتابة العناوين الرئيسية والفرعية وتحقق الترابط بين الأجزاء والمقاطع أو الصفحات. مع مراعاة عدم التجزئة في الصفحة الواحدة، وكذلك مراعاة استخدام أسلوب ثابت للكتابة في الأجزاء أو الصفحات المترابطة.
- 3- يجب تصميم النص على شكل أعمدة كلما كان ذلك ممكناً؛ فهذا يؤدي إلى إنتاج نص يبدو " الشاشة، ولا يؤدي إلى إرباك العين عند قراءة السطور المتتابعة.
- 4- يجب أن يعتمد الموقع على القوائم وان تكون بشكل رأسي وافقي بحيث يوضع فيها معلومات مركزة، وكلمات مفتاحيه مميزة في تصميمها داخل النص، وعناوين دالة، وكتل قصيرة من النص.
- 5- تجنب العناصر الواضحة والمتحركة والتي تعد من العوامل التي تشتت انتباه المستخدم وخاصة في أثناء إتمام المهام المتعلقة باسترجاع المعلومات فالإعلانات الواضحة والنص المتحرك والاستخدامات الأخرى للتحريك المشتتة للانتباه تميل إلى إبطاء حركة المستخدم في بحثه عن المعلومات.

6- يجب التركيز على تحديث المحتوى بشكل دائم، حيث يجب دعوة زائري الصفحات الصفحة لتزويد مصمم بالرجع، وذلك من خلال البريد الإلكتروني، ثم دراسة التعليقات والاقتراحات والأسئلة من أجل زياد فعالية الموقع.

7- وجود أدوات بحث عربية في مواد الصحيفة وأيضاً في الأرشيف.

8- تحقيق التفاعلية بين البوابة والقارئ، ويتحقق ذلك بتوفير إمكانية التعليق الفوري على الأخبار والمقالات، ولذا يجب تحفيز المتلقي على التفاعل والاتصال بالصحيفة أو المحرر أو المسئول من خلال طرح الأسئلة، وطلب التعليقات أو التصويت على الموضوعات أو الوقائع المنشورة، والاهتمام بتوضيح طرق الاتصال على الشبكة وأدواتها.

ثانياً: أساليب يسر الاستخدام في مواقع الصحف الإلكترونية

تقدم ملايين المواقع لمستخدميها المعلومات والسلع والخدمات والترفيه لكن كثيراً من هذه المواقع صعبة الاستخدام، وقد لا تحقق أهداف المستخدم، أو لا تجذبه أو تحافظ عليه، وقد أثبتت دراسات نيلسون عن سلوك مستخدم الويب أنه لا يتحمل التصميم المعقد أو المواقع البطيئة، فلا يرغب المستخدم في الانتظار، ولا يرغب في تعلم كيف يستخدم الصفحة الرئيسية، فلا توجد دورات تدريبية أو دليل يشرح كيفية التعامل مع الموقع، وإنما يرغب المستخدم في إدراك وظيفة الموقع بمجرد مسح الصفحة الرئيسية في غضون ثوان (محمد رزق، 2009، صفحة 255)، من خلال ذلك يمكن تبسيط مفهوم يسر الاستخدام، لينحصر في سهولة الاستخدام، لكن لا يوضح هذا التعريف المختزل متطلبات المستخدم، ولا يصيغ أهداف يسر الاستخدام، ولا يحدد الأساليب الأفضل لتقويم يسر الاستخدام، وتعرف الأيزو ISO يسر الاستخدام، بأنه إلي أي مدى يمكن أن يستخدم مستخدمون محددون منتجاً معيناً، لتنفيذ مهام محددة، بفاعلية وكفاءة ورضا في سياق محدد. كما يشير مصطلح يسر الاستخدام أيضاً إلى أي مدى يمكن أن تستخدم مجموعة محددة من المستخدمين موقعا ما لتحقيق أهداف محددة بفاعلية وكفاءة وبطريقة ترضى المستخدمين عند تعاملهم مع مضمين محدد. (فضل صقر، 2014، صفحة 65)

ورغم ارتباط شبكة الإنترنت بالتقنية التي تتسم بشيء من التعقيد في عملها الفني إلا أن الاستخدامات التطبيقية للشبكة تعد سهلة، حيث تعد خاصية سهولة الاستخدام أحد أهم عوامل تفضيل مستخدمي الإنترنت لهذه الشبكة، ولذلك لاحظ عدد من الباحثين أن تزايد إقبال الجماهير على الشبكة يرتبط بسهولة

الاستخدام، حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل جهد جسدي، وعقلي كبير لفهم واستيعاب ما تتوفر عليه من مواد خاصة في ظل استخدام بعض البرمجيات التي تسهم في تسهيل الموضوعات المعقدة مثل الوسائط المتعددة ونحوها. (بن صالح العنزي، 2007، صفحة 74)

وعلى الرغم من تنوع تعريفات يسر الاستخدام فإنها جميعا تؤكد على خصائص وسمات محددة ليسر الاستخدام، ويفسر العديد من الخبراء والباحثين مفهوم يسر الاستخدام بالإشارة إلى عدة مكونات وتتمثل في:

القدرة على التعلم Learn Ability: ما مدى سهولة تنفيذ المستخدم لمهام أساسية عند تعرضه للتصميم للمرة الأولى؟ وما مدى سهولة تعلم وتذكر المستخدم للموقع وبنائه؟ ما الوقت المستغرق ليصبح الموقع مألوفا بالنسبة للمستخدم ومعتادا على محتواه؟

الفاعلية Efficiency: بمجرد أن يتعلم المستخدم التصميم، وما مدى سرعته في تنفيذ المهام؟

النفعة والكفاءة Usefulness And Effectiveness: أي درجة مقابلة الموقع لتوقعات المستخدم، مما يمكنه من إنجاز أعماله، وتحقيق أهدافه.

القدرة على التذكر Memorability: عند عودة المستخدم مرة أخرى إلى الموقع بعد فترة من استخدامه، فما مدى سهولة استعادة براعته في التعامل معه؟

الأخطاء Errors: ما عدد الأخطاء التي يقع فيها المستخدم، وما عواقبها، وهل يعالجها المستخدم بسهولة؟

الرضا Satisfaction: إلى أي مدى يسعد المستخدم باستخدام الموقع، ويستحسن محتواه. (فتحي ، 2009، صفحة 72)

ويرى الباحث أنه يمكننا النظر ليسر الاستخدام في المواقع الإلكترونية من خلال ثلاث جوانب مهمة: أولها: من جانب القائم بالاتصال، حيث وفرت شبكة الانترنت بشكل عام مرونة وانسيابية في عملية إخراج صفحات الويب، حيث مكنت المخرجين من القدرة على الإبداع في التصميم بما يناسب المستخدم الذي يتطلع لتجوال سهل تيسر عليه الوصول إلى مختلف المضامين، وثانيها: جانب الموقع نفسه، حيث تبرز سهولة الاستخدام في مواقع الويب في الخدمات التفاعلية المتنوعة التي تتيحها، فعلى سبيل المثال يمكن

للمستخدمين طلب خدمات، أو منتجات من مواقع بعيدة عنهم، كما أن الوسائط الداعمة قد قامت بجزء كبير من عملية تحقيق يسر الاستخدام واستهدفت المساعدة في إيضاح المعاني وتوصيل الأفكار، أما الجانب الثالث فهم المستخدمين، حيث أن تصميم مواقع الويب يجب أن يركز بدرجة أولى على المستخدم ويلبي احتياجاته.

والجدير بالذكر أن عملية يسر الاستخدام بالنسبة للجمهور هي عملية نسبية فقد يكون الموقع مصمما بأسس من شأنها تحقيق يسر الاستخدام ولكنها لا تتحقق لدى الفرد وهذا يرجع إلى عدم مهارة المستخدمين في التعامل مع تلك المواقع أو الإمكانيات التي تتيحها وسائل التكنولوجيا الحديثة من تقنيات تفاعلية وعناصر تصميم حديثة قد لا يكون لدى المستخدمين دراية عن كيفية التعامل مع تلك التقنيات.

وتقوم العديد من تلك المواقع بعمل اختبارات يسر الاستخدام وعلى الرغم من تستهلك مزيدا من الوقت وتعد في معظمها إمبيريقية على أساس متعمق، فإنها تتسم بالدقة بالمقارنة بالأساليب الأخرى لأنها تعتمد إلى المراقبة المباشرة لتفاعل المستخدم مع موقع الويب لقياس يسر الاستخدام أو وفقا لضوابط ميدانية، ووفقا لهذا الأسلوب فإن معلومات استخدام مواقع الويب والتعليقات الإضافية للمستخدم تتم ملاحظتها وتسجيلها بغرض تحديد القرارات المتعلقة بالتصميم. وثمة أساليب أخرى لتقييم مواقع الويب يمكن إنجازها أيضا من خلال الاستفتاءات أو المقابلات التفاعلية من خلال الويب أو التليفون (درويش اللبان، 2005، صفحة 171).

وتتركز أبرز مشكلات يسير استخدام المواقع فيما يلي:

- عدم وضوح معاني العناوين والكلمات المستخدمة.
- حاجة المستخدم إلى التذكر كثيرا.
- تكس المواد المصورة واستخدامها بدون داع.
- الفهم غير الصحيح لتصميم الموقع.
- ضعف مقابلة تصميم الموقع لاحتياجات المستخدم.
- مشكلات التجول.
- التصميم بدون وضع الجمهور المستهدف في الاعتبار.

- تصميم الموقع لا يعكس أهداف المستخدم.

- عدم كفاية الخصوصية والأمان (فتحي ، 2009 ، صفحة 94).

المبحث الرابع: توظيف العناصر المرئية وهندسة يسر الاستخدام.

أولاً. الأدوات التي تحقق الاستجابة للمستخدم

ويقصد بالاستجابة للمستخدم إجابة موقع الصحيفة على تساؤلات واستفسارات المستخدم سواء أكان بالوسائل البشرية مثل: الرد على البريد الإلكتروني، أم بوسائل الاتصال الشخصي الأخرى، أم عن طريق استخدام وسيط إلكتروني، أي أن تكون الإجابات معدة مسبقاً، وتتضمن هذه الميزة استخدام برمجيات مساعدة وتعليمات ورسائل الخطأ الإلكتروني.

ويمكن للصحف الإلكترونية أن تستخدم وسيطاً بشرياً للإجابة على استفسارات المستخدم أو تستخدم وسيطاً إلكترونياً للاستجابة، ويتحقق الوسيط البشري من خلال إجابة المحررين والعاملين بالصحيفة بأنفسهم على أسئلة البريد الإلكتروني الخاص بمستخدمي مواقعهم، بينما يتحقق الوسيط الإلكتروني من خلال استخدام برمجيات خاصة مثل: برامج المساعدة الفورية FAQ، والإجابة الإلكترونية على الرسائل الخاطئة واستخدام برمجيات التعليمات. (محمود محسب، 2007، صفحة 200)

ومن أدوات التفاعلية التي يمكن استخدامها لتحقيق استجابة الموقع الإلكتروني للمستخدم:

1. **عرض المواضيع ذات الإقبال الكبير:** مثل خدمة الإرشاد إلى الأخبار الحديثة والموضوعات الهامة، وتقدم للمستخدمين عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور ودون الدخول في تفاصيل الموقع.

2. **الإجابة على تساؤلات المستخدمين:** وهي عبارة عن استجابة موقع الصحيفة على تساؤلات واستفسارات المستخدمين، وعادة ما تأخذ هذه الاستجابة عدة صور، منها:

✓ **وسيط إلكتروني:** وفيه يتم إحالة الأسئلة الموجهة من قبل المستخدم إلى قاعدة البيانات التي تتولى الرد على المستخدمين تعدهم بالرد في أقرب فرصة على تساؤلاتهم.

✓ **خدمة FAQ:** خدمة الإجابة عن الأسئلة الأكثر طرحاً Frequently Asked Question وتتضمن الإجابة عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الاستعراض أو المشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض الموقع، وتمثل هذه الخدمة خدمة المساعدة Help التي يتم تزويد برامج الكمبيوتر بها. (عبد الواحد، 2015، صفحة 104)

ثانياً. الأدوات التي تخفف الجهد عن المستخدم

ويعني هذا البعد التصميم العام لصفحة البداية لمواقع الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت والعناصر التي توضع فيها من أجل تسهيل وصول المستخدم للمادة الإعلامية وتصفح المواد التي تضعها الصحيفة الإلكترونية.

ويتوفر في الصحافة الإلكترونية عدد من الأدوات أو الخدمات التي يمكن اعتبارها من مظاهر التفاعلية وتساعد في تقليل المجهود المبذول من قبل المستخدم عند تصفحه لموقع الصحيفة الإلكترونية، ومن هذه الأدوات:

البناء العام للموقع: تعتبر صفحة البداية هي واجهة التفاعل الأولى لتصفح المستخدم للصحيفة الإلكترونية والتجول فيها والإبحار خلال موضوعاتها، ونظراً لاختفاء الصفحات الداخلية للصحيفة الإلكترونية وعدم إمكانية عرض كل شيء موجود على الصحيفة على الواجهة كان هناك ضرورة لوجود حل، ويتمثل هذا الحل في ضرورة تصميم صفحة خاصة في البداية، تمثل واجهة تفاعل المستخدم، أو الصفحة الرئيسية أو الصفحة الدليلية أو دليل الصفحات، والإطارات الداخلية أو المتصلة بالصفحة أو الإطار الرئيسي التي تقترب من فهرست المحتويات، مع اقترابها من شكل الصفحة الأولى في الصحف المطبوعة.

وتقوم هذه الصفحة بمهمة تعريف المستخدم وتوجيهه إلى كل الصفحات والموضوعات الداخلية، ويتم تصميمها لتحقيق هدف التعريف بالصحيفة ومحتواها.

وإذا كان التجول أو الإبحار يحتاج إلى خرائط خاصة بذلك في الممارسة الحياتية، فإن واجهات التفاعل بالنسبة للمتلقي وتسمى (واجهة تفاعل المستخدم) هي دليل المتلقي إلى الدخول والاستخدام والتجول في عمق الموقع أو البرنامج، وتمثل الصدارة في العرض والتقديم. (فضل صقر، 2014، صفحة 136)

والإبحار يركز على المهام الأساسية للتجول داخل الموقع من خلال البحث عن المعلومات وذلك باستخدام محرركات البحث والأوامر، وقوائم الخيارات والروابط الفائقة؛ حيث تعد الروابط الفائقة ومحرركات البحث من الوسائل الشائعة للإبحار داخل موقع الصحيفة من ناحية، ويعد الإخراج من العوامل الأساسية للتفاعلية من ناحية أخرى؛ فمن خلاله يتم الربط بين المواقع المختلفة في شكل جذاب يشعر المستخدم بمقدرته على السيطرة داخل موقع الصحيفة. (محمود محسب، 2007، صفحة 205)

وبصفة عامة فإن علاقة المحرر بالمستخدم تقوم على مبدئين أساسيين وهما:

1. تخفيض الجهد المبذول في التجول والاختيار والتعرض، وهذا يقوم على الاهتمام بالبساطة في الكتابة، والاختصار والبحث عن الدلالة بحيث يعكس المحتوى ما فيه بسهولة، والدخول إليه مباشرة.

2. الكتابة التفاعلية، وهو الكتابة بما يحقق حرية التجول والاختيار والمشاركة بالتعليق، وهذا يتحقق من خلال مهارة كتابة العناوين الرئيسية والفرعية وتحقيق الترابط بينها، وكذلك مراعاة استخدام أكثر من أسلوب للكتابة في المقاطع أو الأجزاء أو الصفحات المترابطة. ومن هنا، يقع على عاتق القائمين على الموقع الإلكتروني مهمة أولى ألا وهي تقليل الجهد المبذول من قبل المستخدم عند تصفحه للصحيفة الإلكترونية، وذلك لضمان سهولة الوصول لما يريد وعدم الملل. (فضل صقر، 2014، صفحة 137)

ومن الأدوات المتاحة في الصحافة الإلكترونية من أجل التسهيل على المستخدم في الوصول للمادة الإعلامية وتقليل الجهد المبذول من قبل المستخدم في الوصول لهذه المادة التي أساس وجود هذه الصحيفة، ما يأتي:

التصنيفات: وهي آلية تستخدمها الصحافة الإلكترونية من أجل إعطاء المستخدم لمحة بسيطة، أو طريق للإبحار داخل الموقع، والوصول لما يريد بأقل جهد مبذول من قبله. وتحرص الصحف الإلكترونية من حيث تصميم صفحة الاستقبال على أن تتضمن هذه الصفحة عناوين الأبواب الصحفية المختلفة فيه.

(الفیصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، 2005، صفحة 205)

التدرج في المسارات: وهو عبارة عن طريقة برمجية تعرف المستخدم بصورة مستمرة أين هو موجود، وخاصة في ظل التنوع في المواضيع المنشورة على الصحف الإلكترونية وانتقال المستخدم من موضوع إلى آخر؛ فإنه يضل الطريق ولا يعرف أين هو أو في أي قسم، فتلجأ الصحف الإلكترونية إلى استخدام

ما يسمى بـ (تدرج المسارات)، ومثال ذلك عندما يفتح المستخدم من الصفحة الرئيسية باب الأخبار الاقتصادية، ومن بين المواد المتنوعة المنشورة تحت عنوان الأخبار الاقتصادية، يفتح أسعار العملات، فيصبح تدرج المسارات في الخانة التي يكتب فيها اسم الموقع للدخول إليه (اسم موقع الصحيفة < اقتصاد < أسعار العملات، وتساعد هذه الخدمة المستخدم خاصة إذا تنقل من موضوع لآخر ومن باب إلى آخر.

تعدد المتصفحات: نظراً لتعدد المتصفحات المستخدمة في فتح المواقع الإلكترونية بصفة عامة، ومواقع الصحف الإلكترونية بصفة خاصة، تراعي إدارة المواقع من الناحية التقنية والفنية برمجة الموقع ليناسب جميع المتصفحات، وذلك لأنه في بعض المتصفحات تفتح الصحيفة بشكل غير جيد، ونظراً لاختلاف المستخدمين في استخدامهم لمتصفحات متنوعة، واختلاف هذه المتصفحات من حيث البرمجة، فإن ظهور الصفحات يختلف أحياناً من متصفح إلى آخر، ويجب على إدارة الموقع أن تراعي هذا الشيء عند برمجتها لموقعها بحيث إذا فتح المستخدم موقع الصحيفة الإلكترونية على أي من هذه المتصفحات تظهر بشكل صحيح وسليم دون مشاكل تؤثر على نظرة المستخدم للموقع بصورة سلبية.

صفحات ذات صلة (صفحات ساخنة): وهي تعني اقتراح الموقع لصفحات ذات صلة تكون لها علاقة بالموضوع الذي يقرأه المستخدم أو يطلع عليه، فيقدم الموقع له خدمة اقتراح مواضيع مشابهة، وهي خدمة برمجية تساعد المستخدم من خلال توفير اقتراحات توجهه للمواضيع المتشابهة ذات العلاقة بالموضوع الذي يقرأه.

ويرتكز هذا الأمر على ما يعرف بـ (الكلمات المفتاحية)، حيث يكتب المحرر أربع أو خمس كلمات مفتاحية للمادة التحريرية، وهي عبارة عن كلمات دالة أو يشملها الموضوع الذي يقوم بنشره المحرر، وبأسلوب برمجي وتقني معين يتم تجميع هذه المواد التي تشترك في هذه الكلمات المفتاحية عندما يفتح المستخدم أي مادة منها، فيقترح الموقع عند فتح أي مادة على المستخدم مواد أخرى تشترك مع هذه المادة بالكلمات المفتاحية المشابهة للكلمات المفتاحية التي يقرأها المستخدم.

التلميحات: ويقصد بالتلميحات القوائم المخفية التي لا يظهر منها على الشاشة سوى جزء يسير يتفاعل معه المستخدم بالفأرة عن طريق إيقاف الفأرة عليه، فيتحرك أوتوماتيكياً داخل الصفحة، وبمجرد أن يبعد عنه المستخدم الفأرة يعاود الاختفاء ثانية، وتسهم هذه القوائم في تقليص المساحة المفردة من الصفحة، فهي تترك مكانها لعنصر بنائي آخر، كما أنها تجعل للصفحة شكلاً جذاباً. (فضل صقر، 2014)

ويرى الباحث أن مشرفي المواقع الإلكترونية أتاحوا هذه الأدوات من أجل تخفيف الجهد على المستخدم ومساعدته على التجوال في الموقع بكل سهولة، لكن بالمقابل فرضت بعض المواقع نظام مراقبة على المستخدم وذلك عن طريق تطبيقات التجسس أو ما يعرف ببرمجيات التتبع والمراقبة " كوكيز Cookies"، حيث تمكن مصممي موقع الويب من معرفة جميع بيانات المستخدم التي سبق وأن أدخلها إلى الموقع عند تسجيل دخوله له في أول مرة، وتستفيد من هذا النظام الرقابي في معرفة اهتمامات المستخدمين وخصائصهم الديموغرافية و التعرف على الأوقات التي يقضونها أمام جهاز الكمبيوتر أو الهاتف الذكي، وبالتالي يمكنهم إعادة تقييم برامجهم وأدواتهم الفنية والتنظيمية على ضوء اهتمامات المستخدمين.

الفصل الثاني: الاقتراب النظري من تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية.

المبحث الأول: تفعيل اتجاه المستخدمين لمواقع الصحف الإلكترونية وفق نظريتي ثراء الوسيلة وقبول واستخدام التقنية.

أولاً. نظرية ثراء الوسيلة: تعدد المداخل النظرية التي قامت بتفسير أسباب اختيار الجمهور لوسيط اتصالي دون آخر، منها مداخل اعتمدت على العوامل المتعلقة بالجمهور، كالدوافع والإشباع التي يسعى الجمهور لتحقيقها من وراء استخدام الوسيلة المتعلقة بالعادات الاتصالية للجمهور، ومنها مداخل اعتمدت على العوامل المتعلقة بسمات الوسيلة، أو بموقف الاتصال وطبيعته، والأخيرة تنسب أسباب اختيار الأفراد للوسائل الاتصالية إلى السمات أو المميزات التي تتسم بها تلك الوسائل، حيث يرى أصحاب هذا الاتجاه أن اختيار الوسيلة يحكمه بشكل أساسي ثلاثة أمور هي: مميزات الوسيلة أو سماتها والهدف من استخدامها، والموقف الاتصالي، ومن بين هذا الاتجاه نظرية ثراء الوسيلة. (عبد المقصود، 2020، صفحة 420)

تعد نظرية ثراء وسائل الإعلام من أبرز النظريات التي تساعد في تفسير العلاقة بين نوع وسائل الاتصال ومتغيرات الأداء، وفهم كيفية اختيار وسائل الاتصال، وتحديد أكثر الوسائل ملائمة للموقف. (Wright, 2008, p. 138)

وتصف نظرية ثراء وسائل الإعلام **Media Richness Theory** لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فاعلية الاتصال يعتمد على القدر

التي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقا للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كان الاتصال الفعال أكثر حدوثا، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة. (جميل الراوي، 2018، صفحة 99)

وقدم الباحثان الأميركيان ريتشارد دافت وروبيرت لينجيل نظرية "ثراء وسائل الإعلام" عام 1984 لوصف وتقييم وسائل الاتصال داخل المنظمات. وهي تهدف إلى التغلب على تحديات الاتصال مثل الرسائل غير الواضحة أو الرسائل ذات التفسيرات المتناقضة، وقد تمت دارستها علي نطاق واسع منذ عرضها الأول، كما اختبرها علماء اتصال آخرون من أجل تطويرها. (خضر ، 2018، صفحة 115)

تشتمل النظرية على إطار له محاور على مستوي الغموض والشك تمتد من الأدنى إلى الأقصى، مع انخفاض درجة الغموض مع ارتفاع درجة الغموض والشك، يصبح الموقف واضحا ومعروفا جيدا، ومع ارتفاع درجة الغموض والشك تصبح الأحداث مبهمة وملتبسة المعنى تحتاج الى توضيح القائم بالاتصال. (كاظم حسن، 2016، صفحة 62)

وتؤكد نظرية ثراء الوسيلة أن المهمة او الموقف هو المحدد الاساسي لتأثير ثراء وسائل الإعلام على مقاييس الأداء، وتحدد ادبيات النظرية فئات اساسية لسمات المهمة التي تساعد في شكل الوسيلة الإعلامية الملائمة للاستخدام:

الأول: هو مستوى عدم اليقين والموثوقية في المهمة والتي تحدد تأثير اختيار الوسيلة الاتصالية، وعدم الموثوقية يعرف هنا بأنه الاختلاف بين حجم المعلومات المطلوبة لأداء مهمة والمعلومات الموجودة فعلا.

الثاني: مستوى الضبابية حول المهمة والذي يؤثر في اختيار الوسيلة الإعلامية، والضبابية هنا تشير الى ان هناك تفسيرات متصارعة ومتعددة للموقف، وفيه المهمة تكون الإجابات الواضحة غير متاحة وفي هذه الحالة تكون وسائل الاتصال الأكثر ثراء هي التي تحسن من جودة الاستجابة للموقف. (Wright , 2008, p. 139)

وتفتقر النظرية أن وسائل الإعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور، وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهيل عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة، فالجمهور يميل إلى استخدام التي توفر له سرعة الحصول على المعلومة، ولما كان معيار السرعة والجودة هما الإرهاصة الأولى التي لفتت النظر لأهمية دراسة اختيار وسائل الاتصال وأسبابها، وبروز نظرية ثراء الوسيلة. (عبد الفتاح النجار، 2016، صفحة 187.188)

وتتوافر في الصحافة الإلكترونية العديد من السمات التي تميزها كوسيلة إعلامية ثرية وهي الفورية أو الآنية في النشر والتفاعلية وسرعة الحصول على رجع الصدى واستعمال النصوص الفائقة واستخدام الوسائط المتعددة وتمثل هذه السمات أو الخصائص أوجه متعددة للثراء الإعلامي والذي يميزها عن الوسائل الإعلامية الأخرى مما جعل العديد من المستخدمين يقبلون على استخدامها لتوافرها على هذه السمات والتي تلبي احتياجاتهم الاتصالية.

فالصحافة الإلكترونية يمكن أن تستخدم: النصوص الفائقة لربط المعلومات والشرائح والرسوم المتحركة والعناصر التفاعلية واستطلاعات الرأي والمنندييات ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والخرائط والمحتوى المقدم من المستخدم. (محمد نصر، وسائل الإعلام الجديدة، أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية، 2013، صفحة 198)

وتفتقر نظرية ثراء الوسيلة فرضين أساسيين:

الفرض الأول: أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدرا كبيرا من المعلومات، فضلا عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وتستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساس لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة ردة الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، وسرعة رد الفعل، واستخدام اللغة الطبيعية. (حبيب، 2007، صفحة 67)

فالصحافة الإلكترونية يمكن أن تستخدم النصوص الفائقة لربط المعلومات والشرائح والرسوم المتحركة، والإنفو جرافيك والعناصر التفاعلية واستطلاعات الرأي والمنندييات ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات

والخرائط والمحتوى المقدم من المستخدم أو ما يعرف بصحافة المواطن (محمد نصر، وسائل الإعلام الجديدة، أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية، 2013، صفحة 198). وتعد التفاعلية أبرز الاختلافات بين الصحافة الإلكترونية ووسائل الإعلام الأخرى. وتتيح هذه الخاصية الحصول على رجع صدى فوري ومباشر ووجهات نظر القارئ وتعقيباتهم فور النشر، وتطلق سمة التفاعلية على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في الأدوار ويستطيعون تبادلها (علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، 2013، صفحة 415).

وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع الصدى تكون أكثر ثراء (بيلي، 2009، صفحة 71).

وقد أشار دافتلينجل وتريفينو إلى أن الأهداف الرئيسية لأي منظم هي تقليل غموض الرسالة عن طريق اختيار الرسائل التي تحقق درجة من التفاعل مع الجمهور، وهو ما تذهب إليه نظرية ثراء وسائل الإعلام والتي تفرق بين وسائل الاتصال على أساس درجة ثرائها في تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور (الطرابيشي، 2006، صفحة 219).

وتذهب نظرية ثراء وسائل الإعلام إلى أن اكتساب المعلومات يتأثر بالتوافق بين قدرات الوسيلة والمحتوى المقدم بها ووسائل الإعلام الأكثر ثراء مثل تلك التي لديها القدرة على نقل الصوت والصورة والفيديو، أو القدرة على الاتصال (ثنائي الاتجاه) تكون أفضل مقارنة بوسائل الإعلام الأقل ثراء. (Badger, 2014, p. 29)

وتمثل الوسائط المتعددة التي تستخدمها الصحافة الإلكترونية سمة مميزة أخرى لها فالدمج بين النصوص ومقاطع الفيديو والملفات الصوتية والصور الثابتة والمتحركة يضيف أوجها للثراء فيما يخص المضمون الإعلامي المقدم للجمهور، فإذا كان الراديو يقدم الصوت والتلفزيون يقدم الصوت والصورة والصحافة المطبوعة تقدم النص فإن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معا بشكل مترابط. (علم الدين، الصحافة الإلكترونية، 2008، صفحة 190)

فالكتابة للوسائط المتعددة تتطلب نصوصاً ثرية بصورة غير محدودة، وتتطلب استخدام مقاطع فيديو مرفقة مع مخطوطات غير محدودة كما أنها تتطلب الكتابة مترافقة مع الصوت الذي يشبه الراديو إلى حد ما بصورة غير محدودة. (كاظم حسن، 2016، صفحة 65)

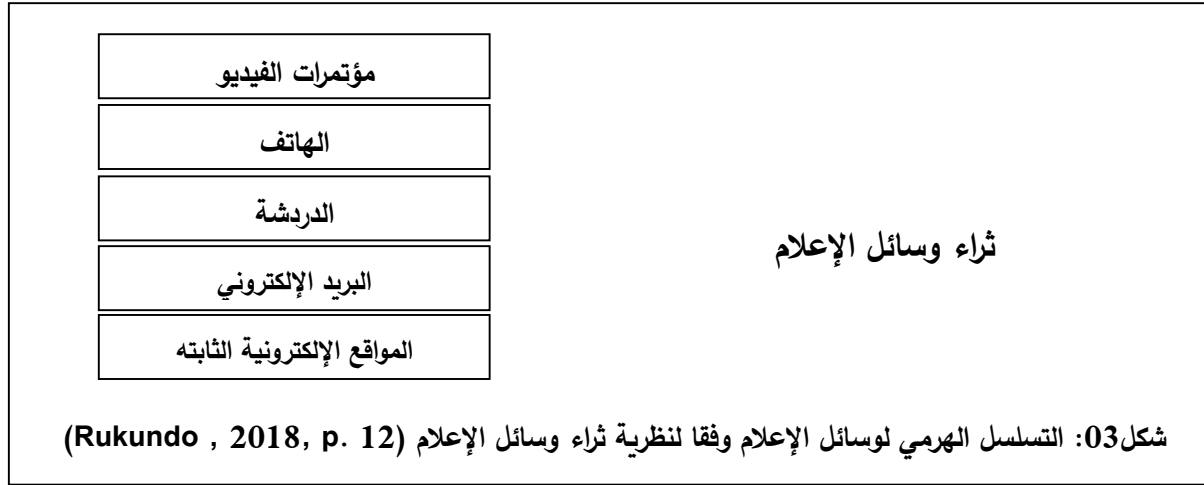
وتعد الشخصية في تقديم المحتوى الإعلامي وجهاً آخر للثراء الذي يميز الصحيفة الإلكترونية، فالصحيفة المطبوعة لا تستطيع أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب احتياجات كل قارئ على حد، بيد أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بما تحمله من مرونة واعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات، بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع قادراً على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى وينتقي بعض الخدمات ويلغي أخرى. فهو يتلقى ويستمتع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه (علم الدين، الصحافة الإلكترونية، 2008، صفحة 205).

فالصحافة الإلكترونية يمكن إنتاجها بناءً على طلب المستخدم حسب معرفته بخدمة الأخبار عند الطلب والتي تمكن المستخدمين من اختيار المعلومات التي يريدون مطالعتها من بين المعلومات الكثيرة التي تقدمها، بشخصنة الصحيفة (فاضل، 2014، صفحة 97).

تتمثل المعايير الإضافية لثراء الوسيلة في ما يلي (درويش، 2020، صفحة 59):

- **التوجه المتعدد Multiple addressability**: المقصود من التوجه المتعدد هو "قدرة الوسيلة على نقل المعلومات بشكل متزامن لأكثر من مستخدم.
- **التسجيل الخارجي Externally recordable**: ويعني توفير إمكانية تسجيل العملية الاتصالية، أي إمكانية أرشفة المعلومات والرسائل.
- **ذاكرة حاسوبية معالجة Computer process able memory**: وتتعلق بتنظيم وإدارة الاتصال الإلكتروني على غرار البحث في المعلومات المخزنة.
- **التزامن Concurrency**: يعبر مصطلح التزامن عن قدرة الموقع في تزويد المستخدمين للتغذية الراجعة في الوقت الفعلي، على سبيل المثال الدردشة Chat وخدمة العملاء على الإنترنت Online Customer Service، وتتضمن التزامنية أيضاً الاستجابة السريعة والسرعة التي يتم فيها معالجة

الرسائل والمعاملات، وتعرف التزامنية بالتفاعلية الآنية Machine Interactivity وبالوقت الفعلي للتفاعل Real time Interation . (أحمد عقيلة، 2015، صفحة 59.60)



وقد وضع Lodhia (2004) مقارنة بين الإعلام المطبوع وشبكة الويب العالمية من حيث درجة الثراء، وهذا ما يوضحه الجدول التالي.

جدول رقم 12: مقارنة Lodhia بين الثراء في الإعلام المطبوع وشبكة الويب العالمية.

شبكة الويب العالمية	الإعلام المطبوع	معايير الثراء	
		التوجّه المتعدد	التسجيل الخارجي
توفير المعلومات في وقت مناسب وإمكانية تحديثها بانتظام.	عدم القدرة تحديث المعلومة	Immediacy	الفورية
يمكن تنظيم المعلومات من خلال الروابط بما يوفر المزيد من المعلومات، مع إمكانية تحميل المادة عبر انماط مختلفة.	قاصر على تقديم تقرير عام	Language Variety	تنوع اللغة
يمكن استخدام الروابط لتوفير المعلومات إلى فئات مختلفة من المستخدمين كما يمكن إمدادهم بما عن طريق القوائم البريدية email list وكذا استخدام أشكال مختلفة من رجوع الصدى الأوتوماتيكي.	جمهور عام	Personal Source	التركيز الشخصي
إمكانية الوصول إمكانية الوصول عالية لأي شخص قادر على ولوج للشبكة مقيد بالحدود العالمية	إمكانية وصول مقيد بالحدود الجغرافية	Multiple Addressability	التوجه المتعدد
إمكانية أرشفة المعلومات على الموقع الإلكتروني مع تسجيل أعداد الزوار عبر	طرق نسخ يدوية		التسجيل الخارجي

برمجيات تحليل الولوج log analysis Hit counter software وعداد الاستخدام		Externally Record able		
إمكانية الإبحار وإدارة المعلومات في المواقع الإلكترونية من خلال الروابط الفائقة والقوائم ومحركات البحث، مع إمكانية تكامل المعلومات من خلال الروابط الداخلية والخارجية	بحث يدوي	Computer Memory Process	ذاكرة حاسوبية معالجة	6
إحالة أنماط من التفاعل سواء متزامن أو غير متزامن على غرار التفاعل التزامني المنتديات والبريد الإلكتروني واللوحات الإخبارية.	عدم إمكانية التفاعل الزمني	Concurrency	التزامن	7

مصدر هذا الجدول: (عبد الفتاح ا.، 2018، صفحة 408)

وتظهر العلاقة بين ثراء الوسيلة وإقبال المستخدمين على المواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية فيما أتاحتها من المعايير المذكورة سابقا التي يركز عليها قياس الثراء والذي يعني كفاءة المواقع الإلكترونية في استخدام الوسائط المتعددة ... وغيرها في إيصال المعلومات للمستخدم فضلا عن كمية المعلومات المنقولة، وقد حددت أربعة مؤشرات للثراء وهي: الروابط الفائقة Hyper Links، الملفات القابلة للتحميل Downloadable الصور Images، وملفات الصوت والفيديو. (عبد الفتاح ا.، 2018، صفحة 418.419)

وتزخر الصحافة الإلكترونية بالنصوص الفائقة والوسائط المتعددة التي ساهمت في انتشار مفهوم ثراء الوسيلة الإعلامية Media Richness الذي يفضل بسببه مستخدمي الصحف الإلكترونية التعرض إليها (الدليمي، 2021، صفحة 197). كما تفرق هذه النظرية بين وسائل الاتصال من حيث درجة ثرائها على أساس قدرتها على تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور. (عبد الواجد أمين، النظريات العلمية في مجال العلمية الإلكترونية، 2007، صفحة 116)

نستنتج مما سبق أن ما تتوفر عليه الصحافة الإلكترونية الجزائرية من خصائص كالعناصر البنائية التقليدية والحديثة كالوسائط المتعددة والنصوص الفائقة وغيرها تعتبر أوجه للثراء تدفع المستخدمين الى مضامين الصحافة الإلكترونية والتفاعل معها.

وتستفيد الدراسة من نظرية ثراء الوسيلة في معرفة مدى استفادة الصحف الإلكترونية الجزائرية من التكنولوجيا الحديثة واستخداماتها وتأثير المهارات والكفاءات للمستخدمين على هذا الاستخدام في إنتاج

المضامين الصحفية، بالإضافة الى معرفة مدى توظيف الصحف الإلكترونية الجزائرية للعناصر البنائية التقليدية والإلكترونية المتمثلة في النصوص والصور، الألوان، الوسائط المتعددة، النصوص الفائقة، الأنفوجرافيك وغيرها في إخراج وتصميم المحتويات الصحفية للمستخدمين وتفاعله معها.

ثانيا. **النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية (UTAUT):** تعد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية UTAUT إحدى النظريات الحديثة التي تهدف لمعرفة مدى قبول واستخدام التكنولوجيا لدى الأفراد وما يدور في عقولهم عند استخدام التطبيقات التكنولوجية المختلفة (Peisl, 2020, p. 183).

ويرجع الفضل في تأسيس تلك النظرية إلى فينكاتيتش وزملائه 2003، الذين صاغوا ووضعوا الأسس النظرية لتلك النظرية كترتيب للمحاولات السابقة، ووصف استخدام التكنولوجيا تحت تأثير الاستخدام، بالإضافة إلى النية التي تحدها كذلك توقع الأداء، وتوقع الجهد، والتأثير الاجتماعي، وكذلك التسهيلات المتاحة، هذا إلى جانب أنه يتم تعديل الاتجاه والنية السلوكية وسلوك الاستخدام من خلال (العمر، الجنس، عدد سنوات العمل، الطوعية للمستخدمين) (Gogus, 2012, p. 395).

وتقوم هذه النظرية على عدة نماذج أخرى تتعلق بقبول التقنية، أبرزها نظرية التصرفات المسببة (TRA)، ونموذج قبول التقنية (TAM)، ونموذج الدافعية، ونظرية السلوك المخطط (TPB)، ونموذج استخدام أجهزة الكمبيوتر الشخصية، ونظرية انتشار المبتكرات، ونظرية المعرفة الاجتماعية (Venkatesh, 2009, p. 425).

وتدعم النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية بالأخص نموذج تقبل التقنية (Technology Acceptance Mode)، حيث يعتبر نموذج (TAM) من النماذج القوية في مجال تقنية المعلومات وفي مجال تقنية المعلومات وفي مجال سلوك قبول تقنية الاتصال، كما يؤدي دورا مهما في فهم العوامل المؤثرة في تبني تقنية المعلومات (Morris & Venkatesh, Age Differences in Technology Adoption Decisions Implications for a Changing Workforce, 2000, p. 375).

ويكمن الهدف الرئيسي لنموذج (TAM)، في توفير أساس لاكتشاف تأثير المتغيرات الخارجية على الاعتقاد الداخلي والاتجاهات والنوايا، ويفترض النموذج أن المنفعة المتوقعة وسهولة الاستخدام هما المحددان الأساسيان لتبني تقنية المعلومات في أي مؤسسة (نيازي الصيفي، 2015، الصفحات 165-143).

وتتكون نظرية UTAUT من أربعة عناصر هي:

الأداء المتوقع: ويقصد به الدرجة التي يعتقد الأفراد أن استخدامهم للتقنية سوف يؤدي إلى تحقيق

مكاسب في الأداء الوظيفي، ويمكن أن ينظر الى هذا باعتباره الفائدة المدركة من استخدام التقنية.

الجهد المتوقع: ويقصد به سهولة استخدام التقنية.

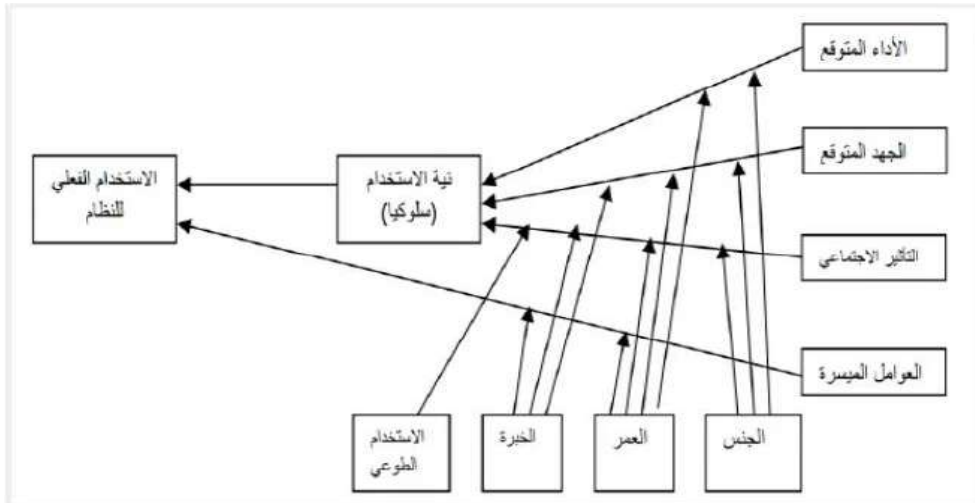
العوامل الاجتماعية: ويقصد بها إلى أي مدى يعتقد الأفراد أهمية أن الآخرين يعتقدون أنه ينبغي عليهم استخدام التقنية.

التسهيلات المتاحة: ويقصد بها مدى اعتقاد الفرد بأن البنية التحتية والتقنية اللازمة لدعم التقنية موجودة

لدى الفرد أو المنظمة، ويتعلق هذا المتغير بتوفر الإمكانيات اللازمة لاستخدام التطبيقات الرقمية كتوفر

المعرفة والحاسب أو هواتف ذكية، وخدمات إنترنت، أو سماح المؤسسة باستخدام الإعلام الاجتماعي

أثناء العمل. (Jack و Kurt ، 2007 ، صفحة 94)



شكل 04: النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية (UTAUT) (الشهراني، 2019، صفحة 189)

وقد استعان نموذج UTAUT بالأداء المتوقع والجهد المتوقع، وذلك بدمج البناء المكون من المنفعة

المدركة وسهولة الاستخدام في نموذج TAM الأصلي في عامل الأداء المتوقع، حيث يفترض نموذج

UTAUT أن الجهد المبذول يمكن أن يشكل أهمية في تحديد قبول المستخدم تقنية المعلومات، أما ما

يخص سهولة الاستخدام فهو غير مهم في الاستخدام، لأن المستخدم يتوقع سهولة الاستخدام في البداية

أو في المراحل الأولى فقط لاستخدام التقنية الجديدة، ويمكن أن يكون له تأثير إيجابي على تصوره لفائدة

هذه التقنية (Jack و Kurt ، 2007 ، الصفحات 93-104).

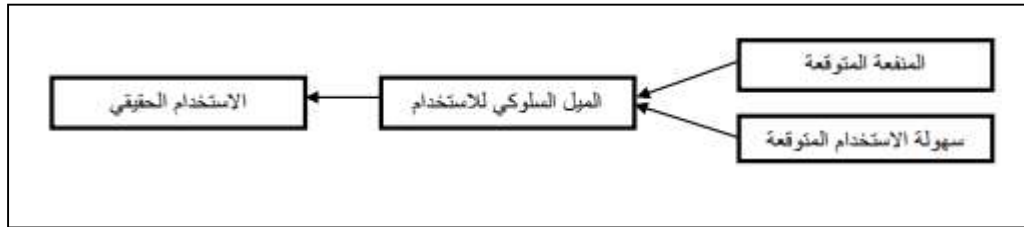
وتدعم النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية بالأخص نموذج تقبل التقنية Technology

Acceptance Model حيث يعتبر نموذج TAM من النماذج القوية في مجال تقنية المعلومات وفي

مجال سلوك تقنية الاتصال، كما يؤدي دورا مهما في فهم العوامل المؤثرة في تبني تقنية المعلومات (Morris & Venkatesh, Age Differences in Technology Adoption Decisions Implications for a Changing Workforce, 2000, pp. 375-403)

وطبقا لـ Davis وأخرون فإن الهدف من النموذج هو توفير محددات قبول المستخدم لتكنولوجيا المعلومات الذي يمكن من تفسير سلوك المستخدم تجاه هذه التكنولوجيا الجديدة، حيث تتركز الفكرة الرئيسية للنموذج في توقع النوايا السلوكية للمستخدمين، ويفترض النموذج أن قبول الفرد للتكنولوجيا يتوقف على أمرين هما: **المنافع المتوقعة Usefulness Perceived-PU** و**سهولة الاستخدام Ease Perceived PEOU - Use of**، كذلك فإن تأثير المتغيرات الخارجية مثل التدريب وخصائص النظام يمكن أن تمثل متغيرات وسيطة من خال المنافع وسهولة الاستخدام (Younghwa, 2003، صفحة 752).

وقد عرف دافيس Davis المنفعة المتوقعة على أنها "الدرجة التي يعتقد الشخص أن استخدامه لنظام معن سيحسن أداء وظيفته بها"، أو هي عبارة عن "توقعات الشخص بأن استخدامه للتكنولوجيا سيفيد بتحسن أداء مهامه"، كما عرف سهولة الاستخدام المتوقعة بأنها "الدرجة التي يعتقد الشخص أن استخدام نظام معن سيكون عندها بقليل من الجهد" (Qingxiong & Liping, 2005, pp. 60,61).



شكل 05: نموذج قبول التكنولوجيا TAM

وقد أسهم نموذج قبول التكنولوجيا TAM بقوة في فهم العوامل المؤثرة على تبني التكنولوجيا في النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT وذلك من خلال دراسة أثر المتغيرات الخارجية على النوايا والسلوكيات والاتجاهات الداخلية. حيث يعد متغير الأداء المتوقع من النظرية الموحدة UTAUT عن مقدار الفائدة المدركة من استخدام التكنولوجيا هو نفسه مقدار الفائدة بالنسبة لنموذج TAM، والجهد المتوقع بالنظرية الموحدة UTAUT هو عبارة عن سهولة الاستخدام في نموذج TAM. (إبراهيم بريك، 2020، صفحة 470)

وتستفيد الدراسة من النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية في الوقوف على العوامل الإخراجية المؤثرة في تقبل المستخدمين عينة الدراسة وميلهم لمضامين الصحف الالكترونية الجزائرية، من خلال الكشف

عن مدى يسر استخدامهم لمواقع صحف الدراسة وكذا اسـتعدادهم لاستخدام أدوات الويب والعناصر التيبوغرافية التقا عليه التي صممتها واتاحتها مواقع صحف الدراسة للمستخدم للوصول الى مضامينها وتفاعله معها.

المبحث الثاني: تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية: المفاهيم والمبادئ.

أولاً: مفهوم تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية.

إن الاندماج والتكامل بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والإعلام أحدث تحولات مهمة في الحدود الفاصلة بين مجموعة من العلوم والتخصصات المختلفة، وأقصد تحديداً علوم البرمجيات وهندسة الكمبيوتر والمعلومات والإعلام ودفعها دون استعداد مسبق - إلى التقارب والتعاون في مجال مشترك جديد رغم افتقارها إلى تراث التعاون والعمل المشترك، الأمر الذي يثير مشكلات مهمة حول حدود كل علم وعلاقته بالآخر ، فضلا عن تحديات إعادة تأهيل الباحثين والمشتغلين بهذه العلوم والتخصصات للانفتاح على العلوم والتخصصات الأخرى، إذ لا يكفي القول بأن مجال المعلومات والاتصالات أو وسائل الإعلام الجديدة هي تخصص مشترك بل ينبغي تعميق العمل والتعاون والفهم المشترك لكل المتخصصين والمهتمين بالمجال حتى يمكننا جميعا تقديم إسهام أفضل لفهم ما يجري والاستفادة منه (شومان، 2004، صفحة 20). ولعل من أكثر التخصصات التي استفادت من تلك الثورة التكنولوجية وطوعت التقنيات التي أتاحتها شبكة الإنترنت هو مجال التصميم والإخراج الإلكتروني للمواقع الصحفية فلقد دخلت صناعة الصحافة مرحلة جديدة تتحكم فيها التقنية الرقمية في مختلف أطرافها وعملياتها بدءا من إعداد المادة التحريرية وصفها ومرورا بتصميم الصفحات وإخراجها، ووفق هذا النظام الجديد للإنتاج الرقمي للصحف سوف تتحد حدود الكلمة والصورة والرسوم والصوت والتي ستعمل معاً وبشكل تفاعلي لإنتاج مستندات ووثائق ذات جودة ودقة ومرونة، إذ تقوم فكرة الإنتاج الرقمي (Digital Production) للصحيفة على أساس التجميع الكامل لعناصر الصفحات من نصوص وصور ورسوم وإعلانات وغيرها من العناصر البنائية على شاشة حاسوب واحد يضم المراحل الإنتاجية كلها، أو على مجموعة من الحاسبات المرتبطة معاً من خلال شبكة إنتاجية واحدة (شفيق، 2010، صفحة 17).

ويعتمد التصميم على قدرة المصمم على الابتكار والإبداع مستغلا ثقافته وقدرته التخيلية ومهارته في خلق وبناء تمهيدي. شامل للفكرة الكلية بما يخدم بناء العمل الفني ويحقق الغرضين الوظيفي والجمالي ويعبر المصمم عن العمل الفني بالخط والقيم السطحية والمساحات والأشكال والألوان وغيرها، وتنتج العملية

التصميمية عن ترابط وتآلف عناصر التصميم وأفضل العناصر التصميمية هي التي تمتاز بالبساطة وقوة البناء (رسمي، تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية، 2004، صفحة 34.35)، ويعرف التصميم بأنه طريقة" تنظم وترتيب العناصر البنائية علي الصفحة، سيما واجهة الصحيفة الإلكترونية بين حركة العين ومبادئ التصميم أو الثبات في الشكل لإصدارات الصحيفة وتحديثاتها، ولا تتغير إلا عند فترة زمنية طويلة نسبياً، لأن المستخدم يكون قد اعتاد أن يري واجهة الصحيفة بشكل معين، كذلك أن الواجهة تعكس هوية الصحيفة (سليمان، 2009، صفحة 40).

فالتصميم عملية ابتكار وإبداع للإعمال باستخدام خطة معينة بكيفية توظيف عناصر التصميم والتعامل مع المساحات والخطوط والألوان لتحقيق الجانب الجمالي والوظيفي (رسمي، تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية، 2004، صفحة 35).

وتعني عملية التصميم بطريقة تنظيم المعلومات، ودراسة المظهر العام للموقع وتخطيط صفحاته وكيفية توزيع العناصر المرئية بالإضافة إلى تحديد التقنية المستخدمة لتوصيل المواقع إلى المستخدمين مثل (java script) وسرعة توصيل الموقع للمستخدمين نتيجة توافق المكونات المادية والبرمجية للمستخدمين وبنية الشبكات، مع الأخذ بعين الاعتبار الأهداف الكامنة من تصميم المواقع التي غالباً ما تكون أسباب اقتصادية لا تظهر للمستخدمين ولا يشعرون بها.

ويعرف باحثون آخرون عملية التصميم بأنها طريقة توزيع العناصر التي تسهم في إعطاء الموقع المظهر العام الذي يفترض به أن يحظى بقبول المستخدمين لإنتاجه وفق مفهوم يسر الاستخدام، وتعد واجهة الموقع أول ما يستدعي الدراسة لأنها تمثل أول نقاط التواصل مع المستخدمين، ويشير المفهوم إلى كل ما يتعلق بالأساليب المستخدمة في عرض المعلومة المتمثلة بالنصوص وتنسيقها كحجم الخطوط والألوان المستخدمة وتوظيف النص الفائق ومدى سهولة وصول المستخدم إلى المعلومة التي يريد، وكذلك طبيعة المواد المرافقة للنص بما يتوافق والإمكانات التي توفرها الإنترنت كالوسائط المتعددة والصور المتحركة، كما ينطبق الأمر على الأساليب المستخدمة في الإبحار (زهير اليماني، 2013، صفحة 50).

ويقصد بالتصميم العلاقة بين الشكل والمضمون لتمكين المستقبل من اكتشاف معنى ما، وبذلك يكون مقياس نجاح التصميم مدى ارتباط المضمون بالشكل وتفاعلهما معاً، ويتكون تصميم صفحات الويب من

مستويين: الواجهة Interface، والمعلومات Information ولكل مستوى شكله ومضمونه، ويشمل تصميم الواجهة **Interface Design** كلا من:

- بناء (تنظيم) التصفح Navigational Structure: أي كيف توظف أدوات التصفح بشكل يدعم المضمون.
- نظام التصميم Design System: أي كيفية استخدام المكونات المرئية بصورة إبداعية ملائمة تحقق وظيفة اتصالية.

أما تصميم المضمون **Content Design** فيشمل:

- المعلومات Information: فكيف تكتب وكيف تستخدم بشكل فعال إمكانات الإنترنت الديناميكية.
- التكوين المرئي Visual Form: فإلى أي مدى يعد التكوين المرئي للمضمون مناسباً ومبدعاً وجمالياً؟ وهل يدعم المضمون وخبرات المستقبل؟. (فتحي ، 2009، صفحة 40)

وعرف صالح العنزي إخراج الصحف الإلكترونية بإعداد الشكل الأساسي للصحف، الذي يعبر عن الشكل الثابت للصحيفة الإلكترونية، في صفحتها الرئيسية (الواجهة)، وملفاتها الفرعية، الذي يتصف بالاستمرار لفترة طويلة نسبياً، ويتكون من مجموع الوحدات الإلكترونية الثابتة (اسم الصحيفة، طريقة بناء النصوص، عرض الصفحة، الخدمات الإضافية، ..) (بن صالح العنزي، 2007، صفحة 18).

ويعرف الباحث الإخراج الإلكتروني على أنه عملية فنية ابتكارية تبنى على خطة معينة بكيفية توظيف عناصر التصميم المختلفة والتعامل مع المساحات والخطوط والألوان والصور لتحقيق الجانب الجمالي والوظيفي وإثارة انتباه واهتمام المستخدم وتحقيق له سهولة الاستخدام.

ثانياً: الفرق بين الإخراج الطباعي والإلكتروني:

في مقال ل جاكوب نيلسون Jakob Nielsen تناول فيه الفروق بين التصميم الطباعي والتصميم الإلكتروني، مبيناً أنه هناك مجموعة من الفروق بين الإخراج الطباعي الإلكتروني، تمثلت في:

الأبعاد Dimensionality: حيث يتميز التصميم الطباعي بأنه ثنائي الأبعاد. مع الاهتمام بالعملية الإخراجية، ويمكن للقارئ أن يقلب الصفحات دون الربط بينها، وكل رؤية إخراجية

تمثل وحدة في التصميم الطباعي ذات حجم ثابت وعادة ما تستخدم مساحات كبيرة لتصميم الصحف والملصقات، وعلى النقيض من ذلك التصميم الإلكتروني، الذي يمتاز بأحادي البعد، وتعد صفحة الوب بصفة جوهرية خبرة في تحريك الصفحة على الشاشة وهو ما يختلف عن مفهوم المساحة الثابتة في الصحيفة المطبوعة.

التجوال أو الإبحار Navigation: ويمتاز تصميم الإلكتروني بالإبحار النابع من النصوص الفائقة HyperText التي تعد جوهر الوب، ويمتاز الإبحار بأنه الأكثر رسوخا بالذاكرة ويؤدي إلى تأثير عاطفي أقوى من الرؤية، أما في حال التصميم الطباعي، فتتمثل عملية الإبحار في تقليب الصفحات التي تعد ميزة الصحف المطبوعة، لأن قلب الصفحة يعد محدودا للغاية، وأنه ليس عنصرا أساسيا من عناصر التصميم، وعلى النقيض فإن النص الفائق بعد أساس في عملية التصميم الإلكتروني، الأمر الذي يتطلب اتخاذ قرارات مثل: مظهر الروابط، وشرح الروابط من خلال توضيح أين يمكن أن يذهب المستخدم وإلى أين يؤدي كل رابط، بالإضافة إلى بنية المعلومات.

زمن الاستجابة والدقة والمساحة أو الحجم Response Time, Resolution and Size: يعد التصميم الطباعي متفوقا على تصميم الوب في السرعة، ونوع الحروف، وجودة الصور، وكذلك في الحجم أو المساحة (سليم لبد، 2014، صفحة 74، 75).

ويتسم الإخراج الصحفي الإلكتروني، بالثبات النسبي في التصميم الذي يدوم لفترة طويلة عادة، كما يتسم بالمرونة حيث لا يؤثر حجم المعلومات على المساحة، وأيضا قابليته للتغيير أو تعديل الأخطاء والإضافة، ويمكن إجمال الأهداف التي يهدف الإخراج الصحفي إلى تحقيقها في توفير الجاذبية، ويسر القراءة، وتقديم الأهمية النسبية للوحدات المنشورة، وإعطاء الصحيفة شخصية متميزة (بن صالح العنزي، 2007، صفحة 183).

أما بخصوص مقارنة مع مخرج الصحيفة المطبوعة يمكن للمخرج الصحفي الإلكتروني عند تصميمه لموقع الصحيفة الإلكترونية تقديم بعض الخدمات ذات القيمة المضافة مثل الخلفيات المعلوماتية التي لا توجد في الجريدة المطبوعة، والصور الفوتوغرافية، والعناصر الجرافيكية، والصوت والفيديو، ووصلات

الأرشيف، ووصلات للمواد الأخرى أو الصحف الإلكترونية الأخرى، علاوة على التفاعلية التي يجب إتاحتها على جرائد الوب وخاصة في البريد الإلكتروني والمؤتمرات الإلكترونية وندوات النقاش (الحفناوي، 2014، صفحة 226).

ثالثا: مبادئ تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية.

عند الحديث عن تصميم الصحف الإلكترونية ومبادئ التصميم نجد أن هناك تباين في تناول العلماء لتلك المبادئ، وهناك من رأى أنها تتكون من أربعة مبادئ فقط، والبعض الآخر رأى أنها تتكون من سبعة مبادئ، وهناك من رأى أنها تتكون من تسعة مبادئ، إضافة الى ذلك هناك من قدم بعض عناصر التصميم على أنها مبادئ للتصميم، والعكس صحيح أيضا.

1-التوازن: يقصد به عدم إقبال جزء من الصفحة أو أكثر بالعناصر البنائية، في الوقت الذي يخلو فيه جزء أو أكثر من هذه العناصر أو يكاد، ويأخذ عادة التوازن أحد ثلاثة أشكال هي: التوازن التماثلي، والتوازن اللاتماثلي، والتوازن الإشعاعي، وهي كما يلي (محمود محاسب، 2007، صفحة 291):

أ- **التوازن المتماثل:** يسمى التوازن التماثلي بالتوازن الشكلي، وينتج عن هذا النوع من خلال تقسيم الصفحة الى اجزاء متساوية (أنصاف، أرباع، أثمان)، ويأخذ هذا النوع ثلاثة اشكال هي:

- **التمائل الراسي:** ويتم عندها تقسم الصفحة او أحد اجزائها الى نصفين أحدهما من الناحية اليمنى، والآخر في الناحية اليسرى.

- **التمائل الأفقي:** ويتم عند تقسيم الصفحة او أحد اجزائها الى نصفين أحدهما في القسم العلوي من الصفحة، والآخر في القسم السفلي.

- **التمائل الأفقي الراسي:** ويتم في هذا النوع تقسيم الصفحة اربعة اقسام متساوية، ويضم التوازن التماثلي بداخله التوازن التقريبي الذي يكون متساوي الاجزاء بالتقريب، فالأشكال مرتبة حول خط الارتكاز في الصفحة (الشمالية، 2015، صفحة 193).

ب- **التوازن اللاتماثلي:** يطلق عليه بالتوازن الديناميكي النشط، حيث أنه يتيح استعمال عناصر مختلفة الألوان والأحجام في حيز واحد، مما يتيح حرية أكثر في الاختيار، ويعطي نتائج أكثر جاذبية، ويعمل على خلق توازن في المكان دون رتابة أو ملل. (مؤيد، 2010، صفحة 112)

ج- **التوازن الإشعاعي:** ويقصد به أن هناك نقطة مركزية عوضا عن محاور الارتكاز الموجودة في التوازن التماثلي واللاتماثلي، وهذه النقطة المركزية هي بمثابة نواة الإشعاع التي تأخذها العناصر البنائية نقطة انطلاق تدور حولها من زاوية، ومن زاوية أخرى تعد هذه النقطة بمثابة نقطة جذب ينجذب بصر القارئ أو المشاهد إليها. (محمود محاسب، 2007، صفحة 291)

2- **الوحدة:** وهي العلاقة التي بين العناصر المرئية والتي تعطي الانسجام من خلال تنظيمها بين تلك العناصر، فالصورة والنصوص التي بينها أشياء مشتركة مثل اللون تعطي الإحساس بمعنى واحد. وتنقسم الوحدة إلى:

- **وحدة الموضوع:** وهو جعل كل موضوع يظهر كأنه متفرد عن بقية الموضوعات.

- **وحدة الصفحة:** والتي هي وحدة الصفحة ككل وذلك خلال خلق وحدة تربط وحدات الموضوعات الفرعية ببعضها البعض.

بينما يصبح الموضوع هو الوحدة التي يعتمد عليها إخراج وتصميم الصحف الإلكترونية وذلك إذا تصورنا أن الموضوع سيملاً شاشة واحدة، أما في حالة امتداد الموضوع على أكثر من صفحة بمعنى أكثر من شاشة فإن الوحدة الإخراجية هنا من تختلف حيث ستصبح الشاشة المعروضة عليها جزء المادة الصحفية هي الوحدة الإخراجية ، فإذا تصورنا أن قارئ ما يطالع مادة صحيفة خاصة بتغطية إحدى المباريات الرياضية، فإنه من الممكن أثناء المتابعة أن يطلب عرضاً تلفزيونياً للأهداف فتتقسم الشاشة إلى جزئين جزء خاص بالنص والجزء الثاني بعرض تلفزيونياً لأهداف ، وقد يتطلب القارئ أيضاً معلومات أكثر عن أحد الأندية أو اللاعبين التي ترد في الموضوع الصحفي وهنا تنقسم الشاشة إلى ثلاث أجزاء، قسم للنص الرئيسي، وقسم للعرض التلفزيوني، وقسم لعرض ملف المعلومات التفصيلية، وهنا نجد أن عنصر الوحدة يتوافر في كل عنصر على حدى (خليل، 2000، صفحة 27.26).

ويوجد العديد من العناصر التي يمكن الاعتماد عليها في تحقيق الوحدة بصورة كبيرة عبر الصفحة الإلكترونية (Ken , 2005, pp. 27, 83)، وهي:

التشابه Similarity: وفقاً لخاصية التجميع والتصنيف ففي الغالب يسهل إدراك الأشياء المتشابهة أكثر من غيرها من الأشكال المتباينة، فالأشياء التي تشترك في خصائص معينة كاللون أو الخط أو الشكل أو الإيقاع أو التركيب أو الشدة أو الاتجاه غالباً ما يتم إدراكها على أنها مجموعة واحدة، بشكل يكون اكتسابها وتذكرها بشكل أسرع من الأشياء المتباينة.

التقارب Proximity: وهو أن تكون العناصر والأشكال قريبة من بعضها البعض ليكون هناك إحساس قوي بالعلاقة والالفة بينها والارتباط لتقوي التصميم ولتدرك بشكل أفضل على أنها وحدة واحدة سواء كان ذلك بعنصرين أو أكثر، وهي أبسط طريقة لجعل العناصر التصميمية الخاصة بالصفحة الإلكترونية تبدو وتدرك على أنها تنتمي إلى مجموعة واحدة، وبالتالي يسهل عملية تخزينها وتذكرها لاحقاً ، ويظهر ذلك في استخدام الهوامش ووضع الخلفيات وقرب العناوين من المتن مما يجعلها تدرك على أنها وحدة واحدة على الصفحة .

التكرار Continuity: غالباً ما تستخدم طريقة أخرى لتعزيز عنصر الوحدة هو استخدام التكرار، من تكرار للألوان والأشكال والنصوص ومختلف العناصر التيبوغرافية، ويظهر هذا العنصر وبخاصة في القوائم الرئيسية وفي العناوين لكي تحقق عنصر الوحدة على الصفحة ككل.

فالتكرار يؤكد اتجاه العناصر وإدراك حركتها ، وعادة يلجأ المخرج الإلكتروني إلى التعامل مع مجموعات من العناصر قد تكون خطوطاً أو أقواساً أو مثلثات ، أو مربعات أو مجموعات لونية متباينة أو متدرجة ، وفي أي من هذه الحالات يلجأ المخرج إلى التكرار الذي هو استثمار لأكثر من شكل في بناء صيغ مجردة أو تمثيلية قائمة على توظيف ذلك الشكل أو تلك الأشكال خلال ترددات دون خروج ظاهر عن النص ، بمعنى لا يفقد الشكل خصائصه البنائية والتكرار بهذا المعنى يشير إلى مظاهر الامتداد والاستمرارية المرتبطة بتحقيق الحركة على الصفحة الإلكترونية .

3- الحركة: وهي الطريقة التي تتحرك بها عين المشاهد حول وخلال عناصر التصميم المرئي، ويتطلب تحريك عين المشاهد خلال صفحة الويب والتي يجب مراعاة مجموعة من الاعتبارات أهمها:

- ضرورة ترتيب العناصر المتشابهة بطريقة متدرجة.
- ضرورة وضوح أدوات الأبحار المتمثلة في الروابط.
- ضرورة ترتيب العناصر البنائية على الصفحة حتى لا تتحرك حركة عشوائية. (سليمان، 2009، صفحة

(42)

4- التباين: يعرف التباين بأنه التبادلية بين عناصر التصميم المختلفة مثل التبادل بين الإضاءة والظلام، والنعومة والخشونة، والدفء والبرودة، والكبير والصغير، كما يعرف أنه تجنب تواجد العناصر المتشابهة في الحجم واللون والمساحة متجاورة لبعضها البعض، ويساعد التباين في تنسيق المعلومات في الصفحة، فالتباين بين العناوين والمقدمات والعناوين الفرعية والنصوص يساعد عين القارئ في انسيابه الرؤية موضحاً المسالك التي يمكن أن تتوجه إليها العين عبر النص، ويأخذ التباين مجموعة من الأشكال منها:

- **التباين بين الشكل والأرضية**: يحدث التباين بين الشكل والأرضية نتيجة انخفاض وارتفاع الطاقة البصرية، فعندما تنخفض الطاقة البصرية يكون الجزء المرئي شكلاً، وهذا يؤكد أن للأرضية هيئة سالبة كما للشكل هيئة موجبة، ويقوم التباين بينهما بشكل توفيقى ليجعل منهما شيئاً واحداً تدركه العين.

- **التباين بين الأحجام**: يحدث التباين بين الأحجام عن طريق تباين العناصر من نفس النوع مثل، تباين الصور الصغيرة والكبيرة، وتباين الحروف الكبيرة والصغيرة، والتباين بين المساحات الكبيرة والصغيرة.

- **التباين بين القيم**: هو التباين النسبي بين الإضاءة والظلام.

- **تباين الألوان:** يتدرج التباين بين الألوان بدء من التباين الكامل والتباين المتوسط والضعيف، وهم: التباين الكامل (التناقض) يحدث هذا التباين بين الألوان المتقابلة في عجلة الألوان، والتي يطلق عليها بالألوان المتممة، والنوع الثاني هو التباين الضعيف، ويحدث بين الألوان التماثلية هي الألوان التي لها كنة مشتركة.

- **تباين الأشكال:** يتحقق تباين الأشكال من خلال طريقتين: الأولى عن طريق استخدام الاتجاه مثل الاتجاهات الأفقية والرأسية، والثاني: عن طريق استخدام الأشكال الهندسية مثل المستطيلات والمربعات والدوائر والمستطيلات والأشكال الخماسية والسداسية والأشكال المنتظمة وشبه المنتظمة والمنحرفة، والأشكال المائلة والمستقيمة. (الشمالية، 2015، صفحة 196.197)

5- المحاذاة: والذي يشير إلى الطريقة التي تصطف بها عناصر التصميم خلال الصفحة (سليمان، 2009، صفحة 43) ، وتنقسم إلى شكلين:

- **المحاذاة الأفقية:** وتأخذ الاتجاه إما من اليمين إلى اليسار في حالة اللغة العربية، أو من اليسار إلى اليمين في اللغة الإنجليزية أو اللغات الأجنبية الأخرى. وتوحي المحاذاة الأفقية بالهدوء والاستقرار، وتساعد العين على رؤية الكلمات المتتابعة في عملية القراءة، ومتابعة العناصر المرئية عند ترتيبها أفقياً.

- **المحاذاة الرأسية:** ويظهر هذا النوع في حال ترتيب الصور بطريقة رأسية على الصفحة أو في التباعد بين السطور والفقرات ويوحي بالقوة والشموخ، وتمتلك الأشكال قيمتها الحركية من حدودها الخارجية أو محاورها الرئيسية، ويفضل استخدام المحاذاة لليمين غير الكاملة في الصحف الإلكترونية لأنها تكسر حدة الرتابة لدى القارئ، وكذلك يجب اختيار محاذاة وتنسيق واحد يطبق على كافة الموضوعات داخل الصحيفة، ويجب أن تكون العناصر بعيدة عن حافة الشاشة. (مؤيد، 2010، صفحة 118)

ويرى الباحث أنه من الضروري عدم التقارب في الفقرات وكذلك عدم ترك الفراغات حتى لا يجهد عين المستخدم وتتشتت، كما يفضل اختيار محاذاة وتنسيق واحد يطبق على كافة المضامين في مواقع الصحف الإلكترونية.

6- الإيقاع: هو تكرار عناصر التصميم، مثل الخطوط والأشكال والألوان والفراغات، لكي تعطي التصميم حيوية، ويستخدم المصمم هذا النوع عندما يريد أن ينتقل القارئ من عنصر إلى آخر على الصفحة، ويرتبط الإيقاع بمحاذاة الصور الأفقية والرأسية، فالإيقاع يتحقق عادة في الصور المتسلسلة المساحة والشكل واللون. (تريان، 2008، صفحة 120)

7- التناسب: إذا كانت النسبة هي العلاقة بين شيئين أو عنصرين، فإن التناسب هو علاقة بين ثلاثة عناصر أو أكثر، كما يشير التناسب إلى تناسب الأحجام من زاوية، ووزن العناصر المتنوعة في التصميم من زاوية أخرى، ويأخذ التناسب في الصفحة عادة عدة أشكال منها:

- **التناسب في حجم حروف النصوص:** يقصد به تناسب حروف المتن مع المقدمة مع العناوين الفرعية، وقد وضع علماء التصميم قاعدة لنتناسب النصوص وهي زيادة حجم العناوين عن المقدمات بمقدار نقطتين، وزيادة المقدمات بمقدار نقطتين عن حجم المتن، لتحقيق انسيابية الرؤية.

- **التناسب في حجم الأعمدة:** يقصد ببتناسب حجم الأعمدة الا يكون هناك عمودا كبيرا للغاية واخر متناهي في الصغر، لان هذا الاجراء يخل بالهيئة العامة للصفحة، وعليه ينبغي ان يكون حجم الأعمدة متناسبا مع بعضه البعض من زاوية، ومتناسبا مع المواد التي تحتوي عليه من زاوية اخرى.

- **التناسب في مساحة الصور:** يجب ان تتناسب أحجام الصور مع بعضها البعض من زاوية، ويجب ان تتناسب أحجام تلك الصور مع الموضوع الذي تعرض له، فلا يصح ان تكون هناك صورة كبيرة الحجم مع موضوع صغير جدا والعكس صحيح ايضا. (الشمالية، 2015، صفحة 198.199)

المبحث الثالث: المدارس الإخراجية والاتجاهات الحديثة في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية.

أولا. مدارس تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية

المدرسة الأولى، النص: تفترض أبسط مدرسة في تصميم الويب أن أكثر عناصر تصميم الصفحة أهمية هو النص، ويفضل المصممون في هذا الأسلوب المضمون على أسلوب العرض، وعادة ما يستخدمون القليل من العناصر الجرافيكية، كما أنهم لا يركزون كثيرا على اختيار اللون، والتصميم في هذه المدرسة ذا مظهر كئيب إلى حد ما، وذلك بسبب حدود لغة HTML والدعم الفقير للغة CSS.

المدرسة الثانية، التصميم الموضوعي: تتمثل فلسفة هذه المدرسة في جعل صفحات الويب تبدو متشابهة لما تبدو عليه في الموقع، فمثلا يمكن بناء واجهة موقع عن السيارات على شكل عجلة قيادة، وتمثل هذه التصميمات إلى أن تكون مرئية بشكل كبير، ويمتاز هذا النوع بميزتين هما:

■ يكون المصمم حسب هذه المدرسة مرئي بشكل كبير، ومرتبط بالواقع، وسهل التذكر.

■ إن الاعتماد على عناصر بالواقع تجعل الموقع يبدو مألوفا وسهل الاستخدام.

المدرسة الثالثة، التصميم المعتمد على المستخدم: ترى هذه المدرسة أن تصميم الويب مثل تطبيقات البرامج التقليدية وتستخدم تلك المواقع عددا كبيرا من الأزرار النصية المنظمة عبر أعلى ويسار الشاشة لتبدو تماما مثل التطبيقات، ومن مزايا هذه المدرسة أن المستخدم يعلم كيف يستخدم البرامج كما يعلم من المتوقع من القوائم والأزرار وغيرها، ويناسب هذا التصميم درجات تخصص المستخدم المختلفة.

المدرسة الرابعة، التصميم غير التقليدي: تفضل هذه المدرسة الإبداع وعدم التوقع، والعشوائية في التصميم، وعادة ما تعتبر الواجهة فرصة غنية للمصمم ليعبر عن مشاعره، وتعد هذه التصميمات أكثر قوة، وكذلك أكثرها خطورة في الاستخدام، حيث يقاوم التصميم غير التقليدي الثابت في يسر الاستخدام، ويتسأل أنصار هذه المدرسة: لماذا تعتمد على ما يعرف الجمهور بالفعل؟، ويرون أنه من الأفضل إعطاؤهم شيئاً جديداً، وبالطبع تدفع هذه المدرسة المستخدم شغوفاً بالتصميم الجديد، ولكن بمجرد انتهاء هذا الشغف يكون ما يعد جديداً أو غير مألوف (الشمالية، 2015، صفحة 202، 203).

ثانياً. الاتجاهات الحديثة في تصميم المواقع الإلكترونية

استفادت المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت من نتاج الثورة التكنولوجية والمعلوماتية في مجال البرمجة وتصميم المواقع وطفقت في اتباع الأساليب الحديثة في تصميم صفحاتها بما وفرتة الثورة التكنولوجية من تقنيات حديثة يمكن لها أن تختبر قدرات المستخدمين وتوفر رجح الصدى بطريقة سلسلة وتتفاعل أيضاً مع غيرها من النظم والعمليات لتوفر في نفس السياق التدريب والمساعدة، وتساعد على تعزيز النظم والأكاديمية والعملية.

ويرى الباحث في هذا السياق أن مسؤولية المخرج والمصمم جاءت لبناء موقع يستطيع المستخدم من خلاله التجول للحصول على المضامين التي يبحث عنها، فالمستخدم اليوم لا يريد تضييع الوقت في البحث المرهق والمتعب عن المعلومات التي يريد الحصول عليها من تصفحه لموقع الصحيفة. فعملية تصميم موقع صحيفة ما بشكل جيد ومرتب يسهل على المستخدم الوصول إلى المحتوى المعروض بسرعة فائقة.

وتصميم المواقع بشكل عام هو فن تحويل المضامين الصحفية إلى شكل رقمي قابلة للقراءة بتوافر يسر الاستخدام والتصفح وذلك باستخدام العناصر البنائية التقليدية والإلكترونية الحديثة من ووسائط متعددة ونص فائق وروابط تشعبية، وعناصر تفاعلية من خدمة التعليق على الأخبار وصور وغيرها.

ويمكن تناول الاتجاهات الحديثة في تصميم واجهات المواقع الصحفية من خلال العناصر التالية:

واجهة المستخدم User Interface: أستخدم هذا المصطلح لتصميم أجهزة الكمبيوتر وبرمجيات الهواتف الذكية، وتصميم المواقع الإلكترونية مع التركيز على تجربة المستخدم لجذب الانتباه، ويأتي تصميم واجهة المستخدم ليكون الهدف منه سهولة التفاعل والتواصل للمستخدم، مثل: الدليل

الاسترشادي لتصميم واجهة الخرائط والرسوم التفاعلية (طارق حميض، 2017، صفحة 07)، كما تم الاعتماد على واجهة المستخدم في الصحافة الآلية من خلال إنشاء مقالات إخبارية باستخدام برامج الكمبيوتر، وعلى الرغم من استخدامه على نطاق واسع في الممارسة العملية، إلا أن تجربة المستخدم وتصميم الواجهة لا يزالان غير مستكشفين إلى حد كبير لفهم تصور المستخدم لنظام إخباري آلي، حيث قام تشانغون وآخرون بتصميم News Robot، وهو نموذج بحث أولى ينتج تلقائياً أخباراً عن الأحداث الرئيسية لدورة الألعاب الأولمبية الشتوية في بيونج تشانج عام 2018، حيث يقوم بإنتاج ستة أنواع من الأخبار من خلال الجمع بين نوعين من المحتوى (عام / فردي) وثلاثة أنماط (نص، نص + صورة نص + صورة + صوت وعرضها على عدد 30 مستخدماً من خلال News Robot حيث فضل المستخدمون الأخبار الفردية، ولكنهم اعتبروها أقل مصداقية، كما تم اعتباره نموذجاً واقعياً ودقيقاً، لكنه سطحي وغير متعمق (Changhoon, 2020, p. 01)، أما الخطوات الإرشادية لتصميم الويب web design guidelines، فترتكز على فهم مستخدمي مواقع الويب من حيث المعلومات التي يريدونها والمهام التي يحتاجون إلى إنجازها، والمشكلة التي تتطوي عليها عديد من الخطوات الإرشادية هي أنها غالباً ما يتم تقديمها كعموميات بديلاً من أن تكون مرتبطة بأهداف محددة للمستخدم، كما تؤدي هذه الخطوات الإرشادية إلى سهولة استخدام واجهات مواقع الويب غير أن الالتزام والتقيد بالخطوات الإرشادية فقط لا يضمن فعالية موقع الويب (درويش اللبان، 2005، صفحة 173).

المبحث الرابع: العناصر البنائية وأساليب إخراج الصفحة الرئيسية (Home Page).

أولاً. العناصر البنائية الإخراجية للمصحف الإلكترونية.

يعتمد الإخراج على قدرة المصمم على الابتكار والإبداع مستغلاً ثقافته وقدرته التخيلية ومهارته في خلق وبناء مخطط تمهيدي شامل للفكرة الكلية بما يخدم بناء العمل الفني ويحقق الغرضين الوظيفي والجمالي ويعبر المصمم عن العمل الفني بالخط والقيم السطحية والمساحات والأشكال والألوان وغيرها، وتنتج العملية التصميمية عن ترابط وتآلف عناصر التصميم وأفضل العناصر التصميمية هي التي تمتاز بالبساطة وقوة البناء، ويمكن تمثيل العملية التصميمية بالمعادلة التالية:

شكل + عناصر التصميم + أسس التصميم + تعبير ← الفنية (إبداعات تصميمية) الثقافة
الخبرة

(رسمي، تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية، 2004، صفحة 35.34).

ومن بين العناصر البنائية للصحف الإلكترونية:

1- الوسائط المتعددة

إن أهم ما يميز الصحافة الإلكترونية هو تعدد الوسائط، فإذا كان الراديو يقدم الصوت، و التلفزيون يقدم الصوت و الصورة، و الصحافة المطبوعة تقدم النص، فإن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معا بشكل مترابط، و في قمة الانسجام و الافادة، و يعود ذلك الى أن أدوات ممارسة الصحف الإلكترونية التي تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقميا الذي يتم فيه جمع و تخزين و بث جميع أشكال المعلومات و يعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما اذا كانت صوتا او صورة او نص، و من ثم يجعل من السهل أن تضع ملفا رقميا على حاسب او موقع على الانترنت بداخله نص او صوت او صورة (بسيوني، 2007، صفحة 126)، وتكمن مكونات الوسائط المتعددة في الآتي:

أ- **النص:** على الرغم من احتواء الانترنت على عناصر بنائية ذات مقدرة عالية على نقل المضمون الى القارئ في يسر و سهولة الا ان النص مازال في المركز الاول في اعتماد الصحف عليه في بنائها الشكلي و الدلالي. ويحتوي النص في بعض الفنون الصحفية عادة على: العناوين، والمقدمات والجسم، و لكل نوع من الثلاث قواعد تحكم حركته داخل البناء الشكلي للصحيفة و المتمثلة في الانقرائية، فالمرجح يهدف ما وراء الانقرائية تقديم شكل يريح القارئ بصريا و نفسيا لتحقيق التوافق بين الشكل و المضمون و تحديد اروقة الدخول الى النص من خلال العناوين الأساسية و الفرعية و المقدمات لتنتقل القارئ في يسر و سهولة بين ثنايا النص أثناء القراءة. (محسب، 2007، صفحة 62.61)

و تعتبر الوصلات التشعبية هي اساس الانترنت، و يعني انها من الأساسيات المهمة في بناء هيكل سليم وواضح لصفحة الويب، و تعني الوصلات التشعبية بالخيوط التي تؤلف حلقات الوصل بين الملايين من مواقعها بمجرد النقر على وصلة ما يتم التنقل إلى صفحة أخرى (الشمالية، 2015، صفحة 188)، سواء إذا كانت في نفس الموقع أو المواقع الأخرى. (شفيق، التصميم الجرافيكي في وسائل الإعلام والإنترنت، 2009، صفحة 234)

و ينقسم النص المتشعب حسب استخدامه الى ثلاثة أنواع:

- **النوع الاول (النص المتشعب الداخلي):** وهو الذي يحيل المتصفح للإنترنت الى نص اخر موجود على الصفحة ذاتها، فيساعده في الوصول الى بداية الصفحة و يسمى هذا النص عامة (Top Page)، أو يساعده في الوصول الى نهاية الصفحة و يسمى هذا النص (End Page).

- النوع الثاني (النص المتشعب الخارجي): و هو الذي يحيل المتصفح للانترنت الى صفحة اخرى موجودة على موقع آخر خارجي خلاف الموقع الاساسي الذي يتصفحه القارئ، و يتميز هذا النوع بقدرته على اعطاء القارئ معلومات اضافية عن الموضوع الذي يقرأه.

- النوع الثالث (النص المتشعب الوسيط): هو الذي يحيل المتصفح الى موضوعات داخل الموقع ذاته و لكن داخل صفحات أخرى من الموقع، و قد انبثق عن هذا المصطلح عن مصطلح اخر هو الربط المتشعب، وهذا المصطلح اعم من مصطلح النص المتشعب، و الذي يعني أن المستخدم إذا ما ضغط على صورة او نص أو رسم أو شكل يحيله الى صفحة اخرى أو إلى موقع اخر خلاف الموقع الاساسي الذي هو بصدده، و لكن معظم المبرمجين اعتادوا على استخدام النص المتشعب لوصف اي رابطة، سواء كانت هذه الرابطة نصا او صورا او رسوما. (الشمالية، 2015، صفحة 189)

وتتبع أهمية النصوص الفائقة، والتي باتت تمثل أحد خصائص الصحافة الإلكترونية وتميزها عن التقليدية، من خلال عاملين رئيسيين، الأول: هو أن جمهور الأنترنت يفضل السرعة في ملاحقة الأخبار والمعلومات، بالإضافة إلى التعمق بالمضامين المقدمة له، ومن خلال النصوص الفائقة يتم الجمع ما بين السرعة والعمق والترابط، أما العامل الثاني: فهو أن النصوص الفائقة تمثل شكلا من أشكال التفاعلية، وعلى الرغم من أن "Deuze" يعتبرها الشكل الابتدائي من أشكال التفاعلية، إلا أنها في النهاية تحقق تفاعلا بين مصدر أو منتج الخبر وبين المستخدم، الذي يصبح مشاركا فيه، من خلال انتقاله إلى معلومات أخرى سواء داخل الصحيفة ذاتها أو في مواقع أخرى.

ويرى الباحث أن على مصممي مواقع الصحف الإلكترونية أن يمزجوا بين المضمون والشكل التصميمي عند تقديم الخبر، وذلك ببناء خارطة للمضمون في شكل رسومات وعناوين بما يساعد المستخدم في التجوال والتنقل بين الصفحات، بالإضافة إلى إتاحة وصلات داخلية تكون بمثابة أدوات سريعة للحصول على معلومات إضافية، على أساس أن أي معلومة عادة ما تكون بطبيعتها مرتبطة بكم أو نوع آخر من المعلومات.

وتبرز أهمية الترابطية النصية والتي باتت أحد خصائص الصحافة الإلكترونية وتميزها عن التقليدية بسبب عاملين رئيسيين:

الأول: هو أن الجمهور الذي يفضل الإنترنت عن سواه من الوسائل الإعلامية الأخرى، يتوقع من هذه الوسيلة أن تزودهم بالسرعة في ملاحقة الأخبار والمعلومات بالإضافة إلى العمق، وبذلك تكون الترابطية النصية قد جمعت ما بين السرعة والعمق والترابط وهذه ميزة تفضيلية.

الثاني: هو أن الترابطية النصية، تمثل شكلاً من أشكال التفاعلية، وعلى الرغم من أنها شكل ابتدائي أو متدني من أشكال التفاعلية، إلا أنها في النهاية تحقق تفاعلاً بين مصدر أو منتج الخبر وبين مستهلكه الذي أصبح مشاركاً فيه، لأنه ومن خلال انتقاله إلى معلومات أخرى سواء داخل الصحيفة ذاتها أو في مواقع أخرى يكون قد أضاف معلومات أخرى لديه (الشيخ جابر، 2009، صفحة 397).

ب- الصوت: يعرف الصوت من الناحية الفيزيائية بأنه تخلخل في الهواء ينتج عنه موجات، هذه الموجات تدرك كصوت في اذن الانسان (تريان، 2008، صفحة 266)، ويعد الصوت وسيلة فعالة لتقديم المعلومات، فمن خلال التسجيل الصوتي يمكن للراوي التعبير هم الحدث بأسلوبه، بجانب كونه يعزز النص المقدم (باتريك و هوروتون، 2023)، وتتنوع الأصوات التي توجد في الصفحة الإلكترونية بين الصوت الرقمي Digital Sound، الذي يعبر عن المضمون الإعلامي المقدم سواء خبر أو حديث أو تحقيق صحفي، والموسيقى Music، والمؤثرات الصوتية Sound Effect. (سليمان، 2009، صفحة 47)

و على مخرج الصحيفة الالكترونية أن يدرك انه لا يستطيع ان يتوصل على دقة الصوت الاصلي، فيما ان الصوت الاصلي ليس له نهاية لاتساع الموجات فان الوصول الى دقة الصوت الاصلي تعد دربا من المحال، و تتخذ ملفات الصوت على الانترنت عددا من الصيغ اهمها (Wave، WMA، RAK، UNIX، SND، au AI، ATF، MP3، MP2). (الشمالية، 2015، صفحة 191)

وأما أنواع الملفات الصوتية المستخدمة في الصحف والمواقع الإلكترونية تنقسم إلى:

- **الصوت الرقمي Digital Sound:** هو عملية أخذ عينات من الصوت التماثلي، والذي يعني الصوت الذي نسمعه من الراديو أو من شريط الكاسيت، وهو ناتج من موجات كهرومغناطيسية وتسجيل الصوت الرقمي في جهاز رقمي مثل الكمبيوتر، ثم إعادة نشره على الموقع الإلكتروني للصحيفة، ويعد أهم وسائل الاتصال التي يجدها المستخدم على الموقع الإلكتروني للصحيفة.

- **الموسيقى Music:** تعد الموسيقى من أهم العناصر الصوتية في الصفحات الالكترونية، فهي تخلق القيمة وتعزز وتحسن العملية التفاعلية وتعمل على جلب الانتباه، وتخلق الانفعال، وعادة ما تستخدم

كخلفية لبعض الموضوعات، أو لربط عناصر الصحيفة ولابد من مراعاة عند وضع الموسيقى توضيح الرسالة التي ينبغي توصيلها، وعلى سبيل المثال الموسيقى المصاحبة لأخبار الكوارث والحوادث والاعتقالات، لتؤكد المعنى المراد توصيله للقارئ.

- **المؤثرات الصوتية Sound Effect**: ويقصد به الصوت الذي يصدره الجهاز لمحاكاة صوت آخر واقعي يحدث بالطبيعة مصاحب لفعل أو لحدث معين، مثل: أصوات الرياح، والأمطار، والحيوانات، والطيور، والآلات وغيرها، وبصفة عامة تأتي الأصوات الموسيقية مصاحبة للمؤثرات البصرية التي تظهر على الشاشة، لذا يكثر استخدامها في صحف ومواقع الأطفال الإلكترونية، التي تخاطب خيال الطفل لجعل الصفحة شيقة وجذابة أمام الطفل.

وتوجد مجموعة إرشادات لتوظيف الصوت داخل الصحيفة الإلكترونية منها (العباوي، 2011، صفحة 208، 209):

- أن يكون الصوت متسقا مع الوظيفة المصاحبة لها.
- عدم الإسراف في استخدام الملفات الصوتية.
- تمكين المستخدم من التحكم في إلغاء الرسائل اللفظية.
- تجنب استخدام الحان متقاربة.

نظرا لأنه من العقبات الكبيرة التي تقابل مصممي الصحف الإلكترونية عادة عرض الباند (Bandwidth) فالمودم مهما كانت سعته لا يستطيع نقل أكثر من ثلاثة كيلو بايت في الثانية (kilobyte 3.6) ، وهذا يعني (50/1) مرة أبطأ من السرعة المطلوبة لتشغيل اسطوانة صوتية مثلا ، وللتغلب على عرض الباند هناك طريقتان لتقديم الملفات الصوتية لدى المستخدمين:

الطريقة الأولى التحميل Download: وفيها يتم إرسال الملفات إلى المستخدمين ليقوموا بتحميلها وتخزينها على حاسباتهم، ويعيب هذه الطريقة أنها تتطلب مجهودا، ووقتا في التحميل، وخبرة من المستخدم، فالمستخدم يجب أن يعرف كيف يقوم بتحميل الملفات (Download) ويعرف أيضا كيف يجيد البرمجيات الخاصة بتشغيل الصوت (Audio player) كما يجب أن يضحى المستخدم بجزء من قرصه الصلب لتحميل الملف، ولكن ما يميز هذه الطريقة أنها تحتفظ بجودة الصوت أقرب ما يمكن إلى الصوت الأصلي.

الطريقة الثانية بث الصوت Streaming Audio: تعتمد هذه الطريقة على تخزين الملف الصوتي على ملقم يضغط عليه المستخدم ليستمتع للصوت دون الحاجة إلى التحميل ولكن هذا ويتطلب مكونا خاصا للتشغيل (Plug-in Player) ، بالإضافة إلى مكونين الضغط (compressor) الذي يضغط ملفات

الصوت ، ومزيل الضغط (Decompressor) الذي يشغل بث الصوت ، ويعيب على هذه الطريقة عدم دقة ووضوح الصوت ، علاوة على اختفائه وظهوره أثناء التشغيل، ورغم أن جودة الصوت تكون محدودة في هذه الطريقة إلا أنها تزداد بازدياد عرض الباند (Bandwidth) كما أن هذه الطريقة تتميز بأنها تنقل الصوت بطريقة مباشرة دون الحاجة إلى التحميل .

وهناك برامج وتنسيقات مختلفة لتطبيقات بث الصوت من أشهرها Real audio ، Stream Works ، True speech ، أما بالنسبة إلى التنسيقات (الامتدادات) (MPEG- MP3) ، (WAV) ، (AIFF) ، (AU) إلا أن أشهرهما تنسيق WAV و MP3 واللذان يعملان في نظام التشغيل الويندوز Windows أما تنسيقاً ، (AIFF) ، (AU) فيعملان في نظام التشغيل يونيكس (Unix) والماكنتوش (Macintosh) .

وهذا ما جعل المصممين يعتمدون على الملفات الصوتية من تنسيق WAV و MP3 نظراً لتوافقهما مع أنظمة التشغيل الويندوز Windows بالإضافة لقدرة هذين التنسيقين على إرسال الموسيقى عبر الانترنت حيث يعملان بمستوى قريب من إذاعة FM، بالإضافة إلى ذلك إمكانية الضغط بشكل صغير نسبياً دون التأثير على جودة الصوت (عبد الوهاب، 2000، صفحة 20).

ج-الصورة: إن الحديث عن أهمية الصورة من الناحية الإخراجية تناولته ابحاث كثيرة سواء بصفة مستقلة او مفردة له قسط من الابحاث التي تتناول العناصر البنائية، و بصفة عامة فان الصور تكتسب اهميتها من الوظائف التي تؤديها داخل البناء الشكلي للصحيفة، و ذلك وفقاً لاستخداماتها داخل هذا البناء، وتتحكم دقة الصورة و الالوان الموجودة بها في تحديد الصور المعروضة على الانترنت ، وهناك عدد كبير من أنواع الصور، منها: صور GIF، و صور، JPEG و صور PNG، و هذه هي اكثر انواع الصور وجوداً على الانترنت (الشمالية، 2015، صفحة 190)، وتستخدم الصور بأشكال مختلفة داخل الصحيفة الإلكترونية منها: في شعار الصحيفة "اللافتة"، وأخرى لعرض الموضوعات، والأعمدة الثابتة التي تبرز محتويات الصحيفة ونحوها، وهناك الصور المتغيرة، مثل: صور الأخبار ونحوها، إلى جانب الصور المستخدمة في الأيقونات التوضيحية داخل الصفحة مثل ايقونة البدء أو العودة إلى الخلف، أو العودة إلى الصفحة الرئيسية، أو الأيقونات الخدمية مثل: ايقونة الحفظ والطباعة. (بن صالح الغنزي، 2007، صفحة 104)

وتتخذ الصور المقدمة في الصحافة الإلكترونية أشكالاً ثلاث من حيث الاستخدام هي كالاتي:

- الصور المعلوماتية والإخبارية: وهي التي تقدم معلومات إلى القارئ، وتتعدد أنواعها وتقسيماتها، فمنها الصور الشخصية، والموضوعية، والإبهامية، وأيضاً الرسوم التوضيحية المتمثلة في: الرسوم البيانية، والخرائط، والأشكال التوضيحية، والرسوم الساخرة.

- شعار الصحيفة: وهو الذي يقدم شخصية الصحيفة، ويقوم بعملية ربط بصري بين القارئ والصحيفة.
- الصور كروابط: تستخدم الصحف هذا النوع بدلا من النصوص، لتقديم شكل جمالي إلى المستخدم. (محسب، 2007، صفحة 80)

د- الرسوم المتحركة: هي أسلوب عمل حركة خادعة عن طريق استعراض سلسلة من الصور المختلفة التي تمر بسرعة فائقة، حيث تخدع العين عن طريق ما يسمى بالخداع البصري (تريان، 2008، صفحة 264)، وعليه فإن الرسوم المتحركة هي عبارة عن سلسلة من الصور أو الرسوم الثابتة لمراحل متتالية من الحركة، ويعرضها بسرعة منتظمة على الشاشة وبالتالي ينتج عنها الأيحاء بالحركة Animation. (العبقاوي، 2011، صفحة 199)

والرسوم المتحركة هي مجموعة من رسوم ومخططات الذاكرة التي تعرض بعضها وراء البعض الآخر بشكل متتابع، لتعطي في النهاية إحساسا بتحريك الرسومات على الشاشة، وهي تعرض إما على موقع محدد على الشاشة أو تنطلق متحركة على أكثر من موقع فيها. (حسن ع.، 2012، صفحة 157)

وتؤدي الرسوم المتحركة أدوارا كثيرة في توسيع مساحة الصفحة، وتشغل حيزا كبيرا في الناحية الفيزيائية، وتنقسم الرسوم المتحركة التي تعرضها الصحف الإلكترونية إلى: رسوم متحركة من نوع (Gif)، ورسوم متحركة من نوعية (Macromedia Flash)، وحاليا يستخدم بنوع (Adobe Flash)، والرسوم المتحركة التي تقدمها لغات البرمجة، مثل لغة الجافا والفيجول بيزك، وتستخدم لغة الجافا سكربت في تقديم العديد من تأثيرات الصور المثيرة على الصفحة. (سليمان، 2009، صفحة 47)

هـ- الفيديو: يعد من أقوى وسائل الوسائط المتعددة تأثيرا في العملية التفاعلية، إذ تحتوي على كل العناصر من النص، والصورة، والصوت، فضلا عن الحركة (حسن ع.، 2012، صفحة 158)، وتجسد ملفات الفيديو الأحداث، حيث تتبع أهميتها من أنها تجعل المشاهد يتعايش مع الحدث وكأنه من مفرداته، علاوة على ذلك تعد ملفات من أشكال التفاعلية، حيث بدأت المواقع الاخبارية بدمج مواد الفيديو من الروابط المضافة إلى الأخبار ذات العلاقة بالحدث، ما خلق تجربة متقدمة على الطريقة التقليدية للبث التلفزيوني، يطلق عليها البث التفاعلي، حيث يتم معالجة المادة المصورة تلفزيونيا بتضمين النص وبعض النقاط الحية والوصلات في الفيديو التي تمكن المشاهد من التنقل داخلها أو عبرها إلى أجزاء أخرى. (صادق ع.، 2005، صفحة 15)

و يجب أن يضع مخرج الصحيفة الالكترونية لقطات الفيديو المأخوذة من التلفزيون نصب عينيه، و كذلك لقطات الفيديو المأخوذة من الكاميرات الرقمية فلكل واحدة لها طبيعتها الخاصة و من اشهر انواع ملفات الفيديو ("VFW" Quick Times – MPEG– Video for Window). (محسب، 2007، صفحة 127) ويقدم الفيديو في المواقع والصحف الإلكترونية بإحدى الطريقتين التاليتين: الأولى بدمجه داخل صفحة الويب، ويتم تحميله تلقائياً، ومشاهدته مباشرة، والطريقة الثانية إضافة رابط لتحميل الفيديو، بحيث يصبح للمستخدم حرية الاختيار والتحكم في عرضه. (الشربيني، صحافة الأطفال الإلكترونية، 2008، صفحة 179) تعتمد الدقة على عدد النقاط المكونة للصورة "Pixel" أما بالنسبة للعوامل المؤثرة في جودة الفيديو هي عدد الإطارات المتتالية في كل ثانية، بالإضافة إلى أبعاد المقطع وعمق الألوان المستخدمة، والمعدل القياسي لنقل الفيديو على في الصحيفة الالكترونية 30 إطار في الثانية بعمق لوني مقداره 24 بت ودرجة وضوح 480x460 ويعد نمط تقديم ملفات الفيديو هو نفس نمط تقديم الملفات الصوتية والذي يعتمد على طريقة التحميل وطريقة البث (تريان، 2008، صفحة 268).

وبالنسبة لبرامج التشغيل الأكثر شيوعاً للوسائط المتعددة (سميث و آرثر ، 2006، صفحة 146):

أ – برنامج **Stream Works**: والمنتج بواسطة شركة (Xing Technology) وهو أول البرمجيات التي ظهرت لإمداد شبكة الانترنت بالفيديو الحي (Live Video) ، ويتميز هذا البرنامج أنه يعرض الفيديو مباشرة حيث يتيح للمستخدم استعراض الفيديو وسماع الصوت بمجرد الضغط على الملف الصوتي بدلاً من انتظاره ليتم تحميله على القرص الصلب ثم تشغيله بعد ذلك .

ب- برنامج **RealPlayer**: وهذا البرنامج يعتمد على التشغيل الفعلي لملفات الصوت والصورة التي لا تعمل بشكل جيد، حيث يقوم المستخدم بشكل بإتاحة ذلك البرنامج من خلال برامج تشغيل الوسائط المتعددة المتاحة في Windows، ويظهر تنسيق هذا البرنامج بصيغة RM.

ج – برنامج **Real Jukebox**: وهو برنامج التشغيل متخصص مستخدم فقط مع الصوت، وهو مأخوذ من Real Networks الخاصة بالملفات المعدة بتنسيق MP3 وغيرها من الأنواع الأخرى للملفات الصوتية مثل WAVE و Real Audio .

د – برنامج **QuickTime**: وهو تقنية خاصة ب Apple وتستخدم الوسائط المتعددة ، وهو يتبع المقياس المتعارف عليه في تحرير صور الفيديو وإعادة التشغيل عالية الجودة لصور الفيديو على أجهزة الكمبيوتر ، وهذا البرنامج يتيح إمكانية عرض كائنات ومناظر شاملة عريضة فعلية ذات دقة وضوح عالية ،ويأتي

هذا البرنامج مرفقاً مع غالبية أجهزة الكمبيوتر كما أنه يدعم كل أنواع التتسيقات المستخدمة مع الوسائط المتعددة بما في ذلك الرسوم المتحركة والصوت والفيديو ، وهناك نسبة كبيرة من ملفات الفيديو المستخدمة في الصفحات الالكترونية مدعمة بذلك البرنامج ، ويظهر تنسيق هذا البرنامج بصيغة MOV.

هـ - برنامج **Xing MPEG Player**: وهو أول البرامج التي استخدمت نوع التشغيل MPEG (Playback) على أجهزة الحاسب وهو محرك (Driver) عالي الكفاءة يوفر إمكانية العرض لكل الشاشة (Full Screen) وكل الحركة (full Motion) وكل الألوان (full Color) وبدقة متناهية، كما أنه يوفر دعماً لمعظم اسطوانات الفيديو، ويظهر تنسيق هذا البرنامج بصيغة MP3.

وهناك مجموعة من الضوابط الواجب مراعاتها عند إعداد الوسائط المتعددة وهي (درويش اللبان، 2005، صفحة 182):

- يجب استخدام الوسائط المتعددة لاستثارة عاطفة ما، وللحفاظ على بقاء المستخدم على موقع الصحيفة الالكترونية.

- يجب استخدام الصوت لخلق جو نفسي معين، مع إتاحة الفرصة امامة لاختيار نمط الصوت كلما كان ذلك ممكناً.

- يجب أن تكون ملفات الفيديو قليلة الحجم حتى تحمل بسرعة.

- يجب أن تقدم الموضوعات النادرة وغير المتكررة، أو تلك التي لها مسحة تاريخية يندر تواجدها.

- يجب أن تكون ملفات الفيديو ذات جودة مرئية ولا يكون وضوحها مشوشاً.

ويرى الباحث أن الوسائط المتعددة مكنت مواقع الصحف الإلكترونية من تقديم مضامين لا تستطيع الصحف التقليدية تقديمه، حيث إتاحة للمستخدم تجربة تلقي الخبر بأكثر من طريقة -نص، صوت، صور، فيديو، انفوجرافيك- وهذه الميزة الفريدة تؤدي إلى زيادة عملية تفاعل المستخدم مع موقع الصحيفة.

- العناصر البنائية المساعدة

أ- الألوان: يقصد باللون الاستجابة السيكولوجية للمدركات، فهو إحساس وليس مادة، يتكون من رد الفعل الفيزيائي للعين والتفسير الأتوماتيكي لاستجابة العقل لخصائص طول موجات الضوء عند مستوى وضوح معين (محسب، 2007، صفحة 139).

ويرى بعض الباحثين أن الألوان على الانترنت عموماً تنقسم إلى:

- الألوان الأمامية: وهي التي تستخدم في الخطوط، والحدود، الوحدات، الرسوم، الجداول، ونوحها.

- الألوان الخلفية: التي تستخدم لتحقيق وظائف اتصالية معينة، تتمثل في أحداث آثار تقنية وملء الفراغ داخل الوحدات المستخدمة في التصميم، وآثار نفسية لدى المتلقي (العباوي، 2011، صفحة 184).

وعلى الرغم من وفرة التقنيات الحديثة بالكومبيوتر، وإتاحة للمصمم لاختيار الدرجات اللونية المختلفة من الألوان، إلا أن هناك معايير على المصمم أ يراعيها عن اختيار الألوان وهي:

تجنب الألوان الصارخة، والدرجات الفاتحة جدا من الألوان.

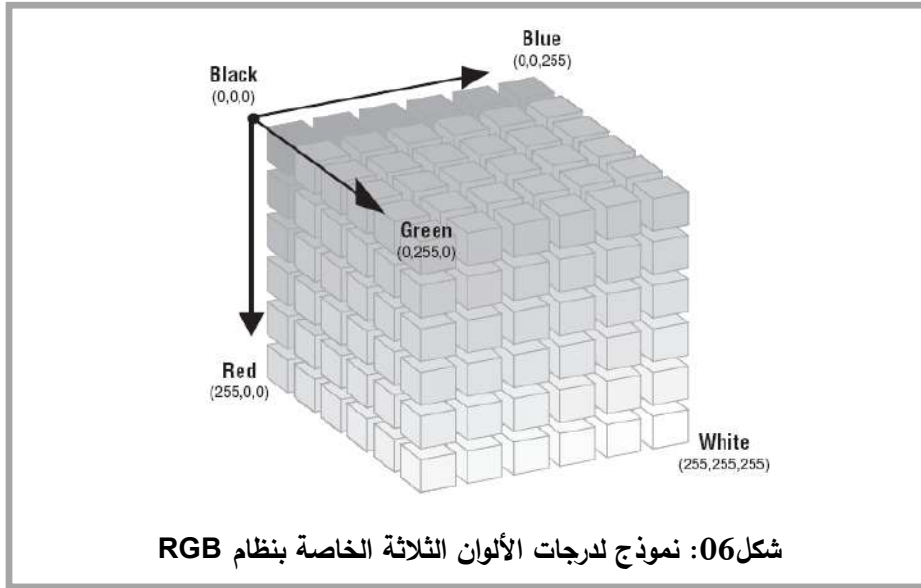
- تجنب تجاور الألوان المتعارضة، مثل: اللون الأخضر والأزرق، لأن العين البشرية لن تميز درجات تلك الألوان بشكل صحيح.

- تجنب نقص التباين اللوني، بمعنى المحافظة على قدر من التباين بين الشكل والأرضية.

- تجنب الزيغ اللوني، مثل: استخدام الألوان الباردة جدا كالأزرق الصارخ، أو الأحمر الفاقع، وذلك حتى لا يؤثر على شبكية العين غير القادرة على التركيز في تفاصيل تلك الألوان.

- تجنب حالات العمى اللوني عند توظيف اللون، والذي يحدث في حالة النظر إلى شاشة الكومبيوتر في الضوء المنخفض.

ويطلق على الألوان التي تدعمها مجموعة كبيرة ومتنوعة من أجهزة الكمبيوتر إلى جانب معظم برامج التصفح ألوان الويب القياسية web safe colors والتي يصل عددها 216 لون وتنقسم ألوان الويب القياسية إلى نظامين منها نظام السداسي العشري "Hexadecimal" ونظام "RGB" وهو عبارة عن قيم لمزيج من ألوان الأحمر والأخضر والأزرق والتي تتواجد في شاشة الكمبيوتر (كارلينز، 2008، صفحة 15)، فكل لون من الألوان الثلاثة له ست درجات الأحمر له ست درجات والأخضر له ست درجات والأزرق له ست درجات وبالتالي يكون حاصل ضرب $6 \times 6 \times 6 = 216$ لون لكل قيمة من درجات الألوان (Jennifer , 2001, p. 31).



ففي نظام RGB يمتزج الضوء الأحمر، والأخضر ر، والأزرق وينسب متناسوية للحصول على اللون الأبيض وهو أكثر الألوان نصوعا، أما انعدام الضوء أو مزج كثافات منخفضة من الأحمر والأخضر والأزرق فيؤدي إلى ظهور الأسود أو الدرجات المعتمة من الرمادي وفقا لنسب الألوان التي يتم تحديدها فعلى سبيل المثال اللون الأبيض في نظام RGB يتكون من القيم التالية (R:255-G255-B255) أما الأسود فيكون من القيم (R:0 -G:0 -B:0). (شفيق، الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية، 2010، صفحة 138)

وهناك نظام آخر يحدد تنسيقات الألوان يسمى النظام السداسي العشري، ويعطي القيمة السداسية عشر والتي تتمثل في رقم يخبر المستعرض عن اللون الذي يريد المصمم استخدامه يتكون رقم اللون من الرمز # وهو ثابت ثم أرقام وحروف ترمز إلى مكونات الأحمر والأخضر والأزرق (RGB) وذلك حال استخدام لغة (HTML) ويتم تحديدها كما يلي:

```
<HTML>
```

```
<head>
```

```
<Title> on line Newspaper</title>
```

```
<"body bog color = "#FF12Ac>
```

جدول 13: القيم اللونية للألوان وفقاً للنظام السداسي العشري المستخدم في لغة HTML وبرنامج دريم ويفر (Thomas , 2002, p. 481).

اسم اللون	القيمة السداسية العشرية	اسم اللون	القيمة السداسية العشرية
أسود	#000000	أصفر	#ffff00
أبيض	#ffffff	أزرق مائي	#00ffff
رمادي	#808080	أزرق مخضر	#008080
فضي	#c0c0c0	أزرق	#0000ff
أخضر	#008000	أزرق داكن	#000080
أخضر فاتح	#00ff00	زهري	#ff00ff
أخضر زيتوني	#808000	بنفسجي	#800080
أحمر	#ff0000	أحمر فاتح	#800000

الصور: وتستخدم الصور بأشكال مختلفة داخل الصفحة الإلكترونية، فهناك الصورة التي تستخدم في تصميم شعار الصحيفة "اللافتة"، والصور التي تستخدم لعرض الموضوعات، والأعمدة الثابتة التي تبرز محتويات الصحيفة، ونحوها، والصور المتغيرة مثل صور الأخبار ونحوها، إلى جانب الصور المستخدمة في الأيقونات التوضيحية داخل الصفحة مثل أيقونة البدء، أو العودة إلى الخلف، أو العودة إلى الصفحة الرئيسية، أو الأيقونات الخدمية مثل أيقونة الطباعة، أو الحفظ على القرص ونحوها (بن صالح العنزي، 2007، صفحة 104).

ولذا فهي تشغل مساحة كبيرة من القرص الصلب الموجود بالكمبيوتر، وبخاصة عندما تكون جزء من الصفحة الإلكترونية حيث تستغرق وقتاً طويلاً عند إرسالها من وحدة خدمة الويب على الكمبيوتر الذي تستخدمه على الإنترنت، ولذا يؤكد خبراء التصميم على ضرورة استخدام صور ذات أحجام صغيرة لسرعة تحميل الصفحة الإلكترونية وصور تتناسب مع الطبيعة الإخراجية للصحيفة الإلكترونية (سميث و آرثر ، 2006، صفحة 184). في حين أكد حلمي محسب على أن حجم الصور في الصفحة الإلكترونية بشكل عام حدده الخبراء في قاعدتين:

الأولى، يجب ألا تزيد حجم الصور المفردة عن 25 إلى 50 كيلوبايت في الصفحة الواحدة.

الثانية، ألا يزيد حجم الصور في الصفحة الواحدة عن مائتين كيلوبايت ولتطبيق هاتين القاعدتين على الصور الموجودة في الصحف الإلكترونية يجب أن نفرق أولاً بين الصور الثابتة التي تستخدمها الصحف في صفحاتها أو تثبيت أركانها، وبين الصور المتغيرة من عدد إلى آخر والتي تستخدمها الصحف في

تقديم الأخبار والمعلومات الجديدة، فيجب أن تقلل الصحف من الصور الثانية لتفسح المجال لتحميل الصفحات بسرعة (محسب، 2007، صفحة 85.84).

وبالنسبة إلى أنواع الصور والرسومات التي تستخدم على الصفحات الإلكترونية هناك نوعان منها الصور النقطية والرسوم الاتجاهية ، فالصور النمطية عبارة عن مجموعة من النقاط (وحدات البت) الملونة وهذا النوع لا يمكن تغير حجمه دون المساس بعنصر الجودة الخاصة بالصورة، وبالنسبة للنوع الثاني المتمثل في الصور المصممة من قبل المستخدم (والمعروفة أيضا بالرسوم الاتجاهية) فتتألف من خطوط ومنحنيات ولأن هذه الرسوم في أساسها تأتي نتيجة لمعادلات حسابية يتم تنفيذها على الكمبيوتر فإنه من الممكن عادة توسيعها أو تغيير شكلها دون التأثير على عنصر الجودة، وهذه الصور يمكن إنشاؤها بأدوات الرسوم المتاحة في برنامج Word عن طريق خيار Word Art ، وبرنامج Dream waver ، وبرنامج Front page . (اشادور ، 2006 ، صفحة 146)

وهناك عدة أسس لاختيار ملفات الصور للصحف والمواقع الإلكترونية، وهي (شبل، 2016، صفحة 223.224):

- **الأساس الأول:** يجب مراعاة أن الصور الصغيرة كالأيقونات والأزرار وعينات الصور يجب أن تكون من نوع الصور المترابطة التي يتم فتحها على شبكة الإنترنت مرة واحدة وليس تدريجيا، وذلك أيضا بالنسبة للصور التي تستخدم كخلفيات، كما يجب استخدام الصور بتنسيق (GIF) في تصميم الشعارات والأيقونات الخاصة بالأبواب.

- **الأساس الثاني ؛** يجب أن يلتزم المخرج الإلكتروني بالنسبة للصور بجدول ألوان الويب الذي يحتوي فقط علي 216 لون والتي يستطيع المتصفح عرضها، وهناك برامج تصميم الصور المتطورة مثل برنامج الفوتوشوب الذي يستطيع أن يتعرف علي الألوان الموجودة في الصورة والتي لا تظهر في الويب بألوانها الأصلية ،كما يوجد بهذا البرنامج أيضاً جدول الألوان الموجود في متصفح الإنترنت، والذي يستطيع المصمم استخدامه في تلوين أو تعديل ألوان الصور التي سيتم عرضها في صفحات الويب ، بدلا من قيام متصفح الإنترنت بنفسه بتعديل ألوان الصور بما يتناسب مع جدول الألوان كما يمكن استخدام صور (GIF) التي تحتوي فقط علي 216 لون التي يعرفها المتصفح في كل صفحات الويب.

- الأساس الثالث: هو استخدام صور JPEG في الصور التي تزيد مساحتها عن 200×200 بيكسل، واستخدام صور (GIF) في الصور التي تقل مساحتها عن 200×200 بيكسل، والسبب في ذلك هو أن قدرة الصور من نوع (GIF) على الضغط، وتقليل المساحة دون أن تفقد الصورة الكثير من تفاصيلها أقل من صور (JPEG) كما أن هذه الخاصية لا تتوفر في صور (JPEG) الصغيرة التي تقل مساحتها عن 200×200 بيكسل.

- الأساس الرابع: الواجب إتباعه عند اختيار الصور هو الاختيار بين نوعين من الصور، النوع الأول: هو صور Vector والتي تتكون فيه الصورة من مساحات ملونة، وهذا النوع من الصور لا يتأثر إذا ما تم تكبيره بقدر كبير، أو تكبير جزء من الصورة فقط، ففي هذه الحالة لا تفقد الصورة تفاصيلها إذا ما تم تكبيرها بدرجة كبيرة، أما النوع الثاني: من الصور وهو Bitmap هذا النوع من الصور غير قابل للتعديل حيث تتكون الصورة من شبكة من البيكسيالات المتراسة بجوار بعضها البعض، ولا تتكون من مساحات لونية كما في صور Vector.

- الأساس الخامس: هو أنه على مصمم الصحف الإلكترونية أن يحتفظ دائماً بنسخة احتياطية من الصور التي سوف يضعها في الصفحة قبل إجراء أية تعديلات جوهرية على هذه الصور.

ج- الحدود والفواصل: ويقصد بها العناصر الإلكترونية التي يمكن من خلالها الفصل بين الوحدات المكونة للصفحة الإلكترونية، وتساعد هذه العناصر على تحقيق الفصل الكامل، أو الجزئي بين وحدات الصفحة، كما أنها تستخدم في تحديد الحدود الفاصلة بين العناصر المكونة لكل وحدة. (بن صالح الغنزي، 2007، صفحة 105)

وتستخدم الصحف الإلكترونية الفواصل، بين الأخبار والموضوعات الصحفية، ومن هذه الفواصل ما هو تقليدي، ومنها ما هو تكنولوجي (تريان، 2008، صفحة 260)، حيث تستخدم الجداول، والإطارات، والخطوط كأدوات فصل تقليدية، والصور والأيقونات كأدوات فصل تكنولوجية (بن صالح الغنزي، 2007، صفحة 105)، ورغم اختلاف الفواصل والحدود بين الصحف الإلكترونية والمطبوعة إلا أنها تنقسم إلى: فواصل تنظيمية، تهدف إلى تنظيم وترتيب المضمون، وفواصل جمالية، التي تضفي لصفحة الويب مسحة جمالية أكثر من كونها أداة فصل. (محسب، 2007، صفحة 107)

وينبغي الإشارة إلى أن الفواصل تقوم بمجموعة من الأدوار:

- تحديد علاقات الاتصال، أو الانفصال لمساحات الصفحة التي تشغلها المواد التحريرية.

- القيام بعملية القراءة، بحيث لا تختلط عين القارئ بين المواد المتجاورة.

- التأكيد، مثل إحاطة بعض العناصر بإطار أو جداول للتأكيد عليها وإعطائها أهمية معينة. مما يضيف

على الصفحة قيمة جمالية. (الشربيني، صحافة الأطفال الإلكترونية، 2008، صفحة 177)

وفيما يلي عرض أهم عناصر الفصل والحدود بالصحف الإلكترونية بإيجاز:

- **الجدول Tables**: وهي عبارة عن مجموعة من الأعمدة والصفوف التي تقوم بتنظيم النص والصور

بها، وغالبا ما يتم استخدامها لعرض بيانات جدولية، بالإضافة إلى كونها أداة تنظيمة أو تخطيطية لصفحة

الويب. (الشركة المصرية لونجمان، 2004، صفحة 61)

وتختلف الجداول المستخدمة في الصحف الإلكترونية عن تلك المستخدمة في الصحف المطبوعة، حيث

الجدول في الصحف المطبوعة عبارة عن خطوط رأسية وأفقية تستخدم للفصل بين الوحدات المشتركة

في تصميم الصفحة، وتقسّم الجداول بالصحف المطبوعة إلى نوعين: طويلة، وهي الخطوط الرأسية التي

تفضل بين الأعمدة، وجدول عرضية، وهي خطوط أفقية تفصل بين الوحدات الطباعية (المعسكر،

1998، صفحة 56.55)، في حين الجداول المستخدمة بالصحف الإلكترونية مكونة بين أعمدة وصفوف،

لتشكل خلايا، ويمكن أن تكون هذه الجداول ظاهرة للمستخدم أو مخفية.

- **الإطارات Frames**: وتتميز بأنها تحافظ على موقع الصحيفة مهما أبحر المستخدم في صفحات

خارجية عن موقع الصحيفة، كما أنها تحافظ على فهرس الصحيفة (التبويب)، وتسمح بعرض عدد من

الصفحات المختلفة في واجهة واحدة (محسب، 2007، صفحة 173)، ورغم تلك المميزات إلا أن الإطارات

لا تحظى بنفس القدر من الشعبية مثل الجداول، ويرجع ذلك لصعوبة إنشاء الإطارات، علاوة على

صعوبة معرفة المستخدم أي الإطارات النشطة، حيث يختلف التجول داخل الصفحة ككل، لذا فإن

المستخدمين قد يضلون طريقهم داخل الموقع. (سميث و آرثر ، 2006، صفحة 166) وتشمل:

الإطارات لتحقيق المرونة: إن أكثر المواقع التي تناسبها الإطارات هي تلك التي تتغير محتوياتها بصورة

مستمرة وهنا يمكن تصميم إطار أدوات الملاحه، وإذا ما أريد حذف صفحة أو صفحات يمكن فقط تبديل

الملف وهذا النوع من المواقع على سبيل المثال يحتاج إلى عدد من الملفات التي ستتغير إذا ما أُضيفت

صفحة الويب أو حذفت لأن لكل صفحة خانة تجول وإذا ما استخدمنا إطارات يجب ان يكون هنالك ملف وأحد لقسم القوائم وعندما تحتاج إلى إضافة صفحة فإن ذلك الملف سيتغير لعكس الإضافة التي تمت.

الإطارات الوظيفية: توفر الإطارات وظيفة محددة بمنطقة مستهدفة من الموقع فإذا كان الموقع على سبيل المثال يحتوي بجانب أشياء أخرى على مجموعة شعرية فإنه يمكن خلق غرفة إطلاع للشعر باستخدام الإطارات. الإطارات كأداة للتفاعلية تمكن الإطارات الزوار من اختيار المحتوى وهذا يتضح في المواقع ذات الملفات الكبيرة فصفحة تحتوي على ملفات الأفلام ونصوص في الوقت نفسه يمكن تقسيمها بالإطارات للتفريق بين هذه المحتويات إطار النص، إطار الأفلام، وهذا يسهل تحميل الأفلام بمعزل عن النص أو أي عناصر أخرى في الصفحة

- **البياض أو المساحات البيضاء:** هو ترك مساحة معينة من الصفحة فارغة، لأن ذلك يريح عين القارئ، ومن المعروف أن البياض الذي يترك بين الوحدات المستقلة يتيح قدرا من الفصل يتناسب مع وظيفته فهو يتوافق مع المسرى الطبيعي لحركة العين، ويؤدي إلى إضاءة الصفحة بما يكسب محتوياتها درجة عالية من الوضوح، كما يعمل البياض على تحقيق البساطة والهدوء في الصفحة، لكن استخدام البياض يجب أن يتأخذ بحذر، بحيث لا يقل حتى لا تتداخل الوحدات ولا يزيد بحيث لا يبدو الانفصال ظاهرا بين وحدات الصفحة، مع ضرورة تقنين توزيع المساحات البيضاء لتشمل كل أجزاء الصفحة.

(المعسكر، 1998، صفحة 63.62)

- **الأيقونات Icons:** ويقصد بها صورة صغيرة مستحدثة لتمثل فعلا ما أو مضمونا معيناً، ويمكن أن تستخدم بمفردها أو مع الكلمات (محمد، 2011، صفحة 167)، وتتميز الأيقونات كأدوات فصل بأنها تضيفي إلى الصحيفة نوعاً من الحيوية والجاذبية، بيد أنه يعيبها انها تأخذ حجماً كبيراً، مما يعيق تحميل الصفحة بسرعة. (محسب، 2007، صفحة 178)

- **العناوين:** تؤدي العناوين مهمة الفصل بين الموضوعات، من خلال زيادة أحجام حروفها، وتستخدم للفصل بين الموضوعات الرأسية، في حين تكتسب الصور مهمة الفصل بين الموضوعات من كونها مرتبطة بأحد الموضوعات، حيث تكون متجهة نحوه لجعل القارئ تتجه نحو الموضوع. (المعسكر، 1998، صفحة 64.63)

ثانياً. الأساليب الإخراجية للصفحة الرئيسية (Home Page).

تعد الصفحة الرئيسية "Home Page" بمثابة واجهة موقع الصحيفة، وذلك من خلال ما تعكسه من جوانبها المتميزة في شخصيتها الخاصة، وتتبع أهميتها من كونها الباب الذي ينفذ منه القراء إلى باقي موضوعات الصحيفة، حيث تحتوي على أهم عناوين الصحيفة، والعديد من الارتباطات المفيدة التي تنقل المستخدم إلى مختلف صفحات الموقع. (الشركة المصرية لونجمان، 2004، صفحة 27)

أ - مكونات وأساليب إخراج الصفحة الرئيسية

تقاس مساحات الصفحات الرئيسية بالبيكسل، وقد اختلفت الدراسات والكتب حول تحديد المساحة المثلى لواجهة الصحيفة والمواقع الإلكترونية نظراً لاختلاف مقاسات شاشات الحاسب الألى من مستخدم إلى آخر فهناك الشاشات بمقاس 14،19،17،21 ومن ثم درجة أبعاد الصفحة ستختلف من شاشة إلى أخرى ، وأيضاً لاختلاف أنظمة التشغيل والمتصفح ، بالإضافة إلى اختلاف حجم المحتوى من صحيفة وموقع إلى آخر، ومن ثم فهي تخضع للناحية الحسية لدى المصمم ولكن ما تم الاتفاق عليه عدم جعل الصفحة طويلة مما يسبب ملل للقارئ ، أو عريضة مما يؤثر على ظهور الكلام على الشاشة ، فإذا كان المحتوى قليلاً يجب اختيار أبعاد شاشة بدرجة قليلة حتى لا يكون هناك مساحات بيضاء كبيرة على الصفحة ، والعكس إذا كان المحتوى كبيراً يجب اختيار الأبعاد بدرجة كبيرة (Thomas , 2002, p. 352).

وعلى الرغم من عدم الاتفاق على مقاس مساحة معينة، إلا أن الباحث يرى بضرورة أن تتراوح المساحة الفعلية للصفحة الرئيسية بين 600 x 800 بكسل و768x1824 بكسل وذلك لكي لا يضطر المستخدم لتحريك الشاشة من أسفل الصفحة عبر scrollbars مما يسبب له الملل.

ويتضمن تكوين واجهة الصحيفة الإلكترونية من:

- رأس الصفحة **Header**: والتي تحتوي على مجموعة من العناصر الرئيسية هي: شعار الصحيفة،

وتاريخ صدور الصحيفة، تاريخ عدد اليوم، وقت تحديث الصفحة، رقم عدد الصحيفة. (سليمان، 2009،

صفحة 40)

ويرى الباحث أن هذا الشريط له دوراً مهماً للغاية، لذا يجب على مصممي مواقع الصحف العناية به وإبرازه بشكل جذاب، لأنه من العناصر التي تعطي الانطباع الأول للمستخدم بحكم أنه أول عنصر يقابله، كما تمكنه من التعرف بسرعة على الموقع ومحتوياته وأخذ انطباع أولي عنه سواء بالإيجاب أو بالسلب.

- **جسم الصفحة Body:** يعد هذا العنصر الرئيسي بالموقع، ويسميه بعض المصممين بالملك، فيدخل المستخدم الموقع ويتركه في غضون ثوان، فإذا لم يجد المستخدم غايته فمن المؤكد انه سيغلق نافذة المتصفح او ينتقل الى موقع اخر، من الضروري وضع المضمون الرئيسي بالمركز البصري للتصميم لكيلا يضيع المستخدم وقتا في البحث عن المعلومات المطلوبة بمسح الصفحة كلها.

ويرى الباحث أنه أهم ما يجذب المستخدم في هذا الجزء من الصفحة الرئيسية هو المحتوى والمضامين رغم أهمية الجانب الشكلي وإيحاءاته، لأنه مهما أبدع المخرج والمصمم في تصميم وبناء الصفحة الرئيسية، فإن المستخدم بمجرد أن يقرأ العناوين، ويتصفح بعض المضامين سيدرك أي نوع من المستخدمين تخاطب، لذلك وجب تدعيم الأخبار بالصور والوسائط المتعددة والنصوص الفائقة التي تقوده إلى صفحات أخرى أو مواقع أخرى لتكوين صورة كاملة على الخبر.

- **ذيل الصفحة Footer:** ويوجد أسفل الصفحة ويحتوي على الحقوق الفكرية للموقع، ووسائل الاتصال به، وبعض الروابط القليلة للإقسام المهمة بالموقع، ويجب على ذيل الصفحة مساعدة المستخدم في تمييز نهاية المضمون (الصفحة) عن نهاية نافذة المتصفح. (الشمالية، 2015، صفحة 207)

وبالنسبة لأساليب عرض الصفحات الالكترونية يوجد ثلاثة أساليب لعرض الصفحات الرئيسية، وذلك على العكس من الصفحات الداخلية والتي يتماثل إخراجها، وتتمثل أهم أساليب عرض الصفحات الرئيسية في الالكترونية فيما يلي:

1- أسلوب الوحدات الإلكترونية: يعتمد هذا الأسلوب على سرد الأخبار على الصفحة بشكل موجز، مع وجود روابط في نهاية كل خبر للاستزادة حول الخبر، ويبرز هذا الأسلوب ملخص أو مقدمة الخبر مع الصور المعبرة عن الحدث، كما يوجد في هذا الأسلوب قوائم جانبية للدخول على الأبواب الأخرى الخاصة بالصحيفة، أو من القوائم المنسدلة التي تدرج الفهرس الخاص بالصحيفة (مؤيد، 2010، صفحة 26).

وتعتمد كثير من الصحف الإلكترونية هذا الأسلوب للإفادة من المزايا التي يوفرها والذي يحافظ كثيرا على طبيعة الصحافة الإلكترونية في ظل كثرة المواقع على الإنترنت، كما يسهل عملية التصفح من خلال إعطاء المستخدم نبذة مختصرة عن الأخبار والموضوعات قبل الدخول إلى تفاصيلها، بالإضافة إلى اعتماد هذا الأسلوب على الصور الصغيرة والألوان الهادئة. (بن صالح العنزي، 2007، صفحة 113)

2- أسلوب البوابة: يركز هذا الأسلوب على عرض مجموعة كبيرة من الروابط التشعبية، والعناوين الخاصة بالأبواب والمواد الصحفية المنشورة في الصفحات الداخلية للصحيفة، مع عدم تقديم اي تفاصيل لمضامين الأبواب والواد الصحفية، حيث تقدم هذه التفاصيل في الصفحات الداخلية، فهو أشبه بمحركات البحث التي تعتمد على قاعدة من المعلومات، وتحتوي على عدد من الروابط التشعبية للموضوعات بالصفحات الداخلية، والبعض يوجه لهذا الأسلوب انتقادا لكونه يعمل على تشتيت قراء الصحف الإلكترونية بكثرة الروابط وتشعبها، ويصلح هذا النوع كمواقع إخبارية وليس مواقع لصفح إلكترونية.

ورغم الإيجابيات الكبيرة لهذا الأسلوب، إلا أن الباحث يرى أن لديه ثغرات تتمثل في تشتيت مستخدمي مواقع الصحف بكثرة الروابط وتشعبها ويصلح هذا النوع لمواقع وكالات الأنباء وليس مواقع لصفح الكترونية.

3- الأسلوب المختلط: عبارة عن أسلوب يجمع بين أسلوب الوحدات بوجود عناوين مصاحبة لمخلص سريع، وأسلوب البوابة في عرض مجموعة من الروابط التشعبية فقط بدون تعليق، بالإضافة إلى وجود وسائط متعددة مصاحبة للخبر، وهذا النموذج يمثل قمة التطور الصحفي الإلكتروني، لأنه يجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، التي تتمثل في الصوت مثل الراديو والفيديو، بالإضافة إلى اعتماد هذا الأسلوب في التركيز على إحدى الصور المتحركة أو لقطات الفلاش الكبيرة في الحجم المصاحبة للأخبار المهمة التي تكون في اعلى الصفحة الإلكترونية كأفضل مركز رؤية للمستخدم، إلا أن هذا الأسلوب يحتاج لسرعة عالية، وأنه يتسبب في بطء تحميل الصفحات. (مؤيد، 2010، صفحة 28.27). ويوجد أساليب لعرض الموضوعات والمضامين على الصفحة الرئيسية، وتقسم إلى:

الأسلوب الأفقي: يقصد بالأسلوب الأفقي الأسلوب الذي يتم فيه عرض مختلف الأخبار وموضوعات الصحيفة بشكل أفقي (سليمان، 2009، صفحة 41). ونجد أنّ هذا الأسلوب يريح عين القارئ أثناء مطالعة الأشكال والنصوص، كما يتميز بقدرته على تحقيق الوحدة بين عناصر الخبر الواحد، حيث يسمح بعرض موضوع متكامل إذ يمكن عرض النصوص والصور والعناوين في شاشة واحدة. إلا أنّ هذا الأسلوب يعيبه قلة عدد الموضوعات التي يراها القارئ في واجهة الصحيفة (محسب، 2007، صفحة 271).

الأسلوب الرأسي: يقوم هذا الأسلوب بعرض مختلف الأخبار والموضوعات بطريقة رأسية مما يسمح العديد الأخبار والموضوعات متجاورة مع بعضها البعض (سليمان، 2009، صفحة 41)، ويتميز بإمكانية عرض

العديد من الموضوعات في شاشة واحدة... ويعيب هذا الأسلوب التنافس بين العناوين مع بعضها البعض، حيث تحتوي على نفس ميزات المساحة والموقع والحجم والخط واللون، إضافة إلى أن الشاشة تكون مزدحمة بالأخبار وهذا ما يربك القارئ في تحديد الموضوع الذي يبحث عنه (محب، 2007، صفحة 272).

القوائم المستخدمة في الصفحة الرئيسية

تستخدم القوائم في توضيح تبويب الصحيفة، حيث يمكن اختيار أدوات التجوال وآليات التعامل مع المادة من خلال نظام القوائم (تريان، 2008، صفحة 205)، وتحتاج المواقع إلى قوائم، لأن المظهر والشعور مختلف من موقع لآخر، فإن المستخدم غالباً لا يجد نموذج تجول مألوف، لذا على المصمم أن يتأكد من إدراك المستخدم للأدوات التي يتيحها كمساعدات للتجول، وتقديمها في أسلوب منطقي جذاب (محمد، 2011، صفحة 164).

وتنقسم قوائم التجوال المستخدمة في الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية إلى ما يأتي:

1- **القوائم المنبثقة Popup Menu**: التي تظهر للمستخدم بمجرد وقوفه بمؤشر الماوس على أحد العناصر الجرافيكية، فيتولد من هذا العنصر مجموعة من القوائم الفرعية، ثم تعاود القوائم بالاختفاء بمجرد تحريك مؤشر الماوس عنها (سليمان، 2009، صفحة 46)، وتتميز بتفاعل المستخدم معها، كما أنها تساعد في توسيع مساحة الصفحة أمام المستخدم، وتستفيد منها الصحيفة في تقديم أبوابها وإصدارات المؤسسة التابعة لها، وتحظى هذه القوائم البرمجية المنبثقة بتدعيم كل مستعرضي الإنترنت، وتسهم القائمة المنبثقة في تنسيق المعلومات، كما يمكن أن تقوم القوائم المنبثقة بدور خريطة الموقع التي تحتوي على كل تشعبات الموقع وفروعه.

وتنقسم القوائم المنبثقة من حيث الاتجاه إلى:

- **القوائم الأفقية**: هي التي تأخذ شكلاً أفقياً عند وضعها على الصفحة، أما عناصرها فتأخذ شكلاً رأسياً في ظهورها.

- **القوائم الرأسية**: تأخذ القائمة الشكل الرأسى في تقديم أقسام الصحيفة وأبوابها الثابتة (محب، 2007، صفحة 318.319).

وتنقسم من حيث الحركة إلى:

- **قوائم مختفية:** وهي التي لا تظهر على الشاشة سوى جزء يسير يتفاعل معه المستخدم بالماوس عن طريق إيقاف الماوس عليه.

- **قوائم عائمة:** وهي التي تتحرك مع المستخدم عندما يسحب الصفحة إلى الأسفل، وقد تكون ظاهرة أو مخفية (سليمان، 2009، صفحة 46).

أ- **القوائم المنسدلة Dropdown Menu:** يقصد بها القوائم التي لها شكل رأسي ثابت، ولا يطرأ عليها أي تغير نتيجة تفاعل المستخدم معها سوى انسدال القائمة لأسفل (محسب، 2007، صفحة 322)، وتعتمد الصحف الإلكترونية على هذه القوائم في عرض تقسيمات الصحيفة وصفحاتها أو إصدارات المؤسسة وخدماتها بدلاً من أن تشغل مساحة كبيرة في الصفحة الرئيسية، حيث تتميز القائمة المنسدلة بأنها تشغل مساحة قليلة على الصفحة (محمد، 2011، صفحة 165)، وعلى الرغم من ذلك إلا أن لها عيبين هما: عدم رؤية كافة العناصر دفعة واحدة، وأن على المستخدم تحريك المؤشر فوق العنصر لتنشيط القائمة قبل مشاهدتها، وقد لا يعرف بعض المستخدمين ذلك.

ب- **قوائم القفز Jump Menu:** عبارة عن قوائم ثابتة لا تظهر خيارات أمام المستخدم بمجرد التأسيس على الماوس، وهذه القوائم ينتقل من خلالها المستخدم إلى الأبواب الداخلية، مثل: عناوين الأبواب التي تنقل المستخدم إلى الصفحة المخصصة للموضوع، كعنوان باب الرياضة ينقل المستخدم للصفحة المخصصة لأخبار الرياضة وهكذا (مؤيد، 2010، صفحة 44).

الفصل الثالث: الصحافة الإلكترونية بين الانقراطية وتفاعلية المستخدمين.

المبحث الأول: المستخدمين وانقراطية مضامين الصحف الإلكترونية.

أولاً. تعريف الصحافة الإلكترونية وعوامل ظهورها

أ- تعريف الصحافة الإلكترونية:

فرض الإعلام الإلكتروني واقعا إعلاميا جديداً بكل المقاييس، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الإنتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفاذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وادواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق، فتزايد حضورها واتسع على صعيد العالم، حيث فرضت نمطاً مهنيّاً جديداً في كل شيء بدءاً من التحرير وانتهاءً بالوصول إلى القارئ ورجع الصدى الصادر عنه (عبد الباقي، 2015، صفحة 323).

وقد تطرق العديد من الباحثين والإعلاميين إلى ظاهرة الصحافة الإلكترونية، وتقديم تعريفات مختلفة تختلف باختلاف مجال الاختصاص، ويمكن تقديم بعض التعاريف التي تخدم الدراسة من زوايا متنوعة لتقادي التكرار، وعليه سيتم ذكر بعض التعاريف المهمة على النحو الآتي:

تعرف الصحافة الإلكترونية على أنها: "صحافة كما تتم ممارستها على الخط المباشر" (اللبان، 2005، صفحة 41) ويعرفها البعض بأنها الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات الكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق وتتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية ولقصاص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية حيث يشير تعبير "online journalism" تحديدا في معظم الكتابات الأجنبية إلى تلك الصحف والمجلات الإلكترونية المستقلة أي التي ليس لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة. (الشمالية، 2015، صفحة 71.70)

وقد عرفها الدكتور رضا عبد الواحد أمين "بأنها وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط Multimedia تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الإنترنت بشكل دوري وبرقم متسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصورة المتحركة، وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة. (تومي، الصحافة الإلكترونية التفاعلية، أبعادها وأشكالها، 2014، صفحة 8)

كما تعرف بأنها الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الإلكتروني بشكل دوري، وتجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة وتحتوي على الأحداث الجارية، ويتم الاطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الإنترنت (عبد الفتاح كنعان، 2007، صفحة 10)، والصحافة الإلكترونية هي: "الصحافة

غير الورقية، مقروءة ومسموعة ومرئية، تبث محتوياتها عبر مواقع لها شبكة المعلومات العالمية". (نبيح، 2008، صفحة 64)

والصحافة الالكترونية هي كل أنواع الصحف الالكترونية العامة والمتخصصة التي تنشر عبر شبكة الانترنت أو غيرها من الخدمات المجانية المعروفة طالما أنها تبث على الشبكة بشكل دوري، أو يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر أو من ساعة لأخرى أو من وقت لآخر حسب إمكانيات الجهة الي تتولى نشر الصحيفة عبر الأنترنت، وهناك مجموعة من المؤشرات التي تشير إلى الصحافة الالكترونية منها:

- أنها منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية.
- يتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت.
- يتم إصدارها بطريقة الكترونية من حيث تحريرها وتصحيحها وتصميم الرسوم وإعدادها وتركيب الصفحات ثم يتم بثها إلى جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة.
- تتيح للقارئ تصفحها واستدعائها والبحث في محتوياتها وحفظ المادة الي يريدها وطبع ما يرغب.
- النصوص فيها مرتبطة بصفح ورقية مطبوعة وأحيانا يكون ليس لديها نسخ مطبوعة.
- منشور الكتروني يصدر بصفة دورية ولها مربع محدد على شبكة الانترنت وتخزين المعلومات وإدارتها واستدعائها يكون بطريقة الكترونية. (عبد الفتاح كنعان، 2007، صفحة 11)
- ومما سبق نستنتج أن كل باحث عرف الصحافة الالكترونية حسب خصائصها أو وظيفتها.

ب-نشأة وظهور الصحافة الإلكترونية في العالم:

كانت الصحف قد بدأت بعدة محاولات في السبعينيات لإيجاد بدائل جديدة لتوصل المادة الصحفية للقراء عن الصحافة المطبوعة في خطوة من الصحف لمواجهة انخفاض قراء الصحف الورقية والعمل على زيادة عددهم عبر دخول الصحف في مجال النشر الالكتروني بتجريب تقنية التليتكست والفيديو تكست. (عبد الفتاح كنعان، 2007، صفحة 21)

ولا يوجد اتفاق حول أول صحيفة الكترونية تم انجازها في العالم، لكن التاريخ الحقيقي لظهور الصحافة الالكترونية حسب "شيدن" بدأ عام (1981م)، وهذا عندما قدمت شركة "كمبيوسيرف" خدماتها الهاتفية مع (11) صحيفة مشتركة في الاسوسيتد بريس، حيث كانت أول صحيفة الكترونية تقدم خدماتها للجمهور هي كولومبس ديسباتش أما الصحف الأخرى فتشمل واشنطن بوست و نيويورك تايمز، إلا أن هذه الصحف توقفت سنة (1982م)، بعد فض الشراكة مع شركة كومبيريسيف.

وتبع ذلك ظهور خدمات صحافية في قوائم الأخبار إلكترونية، مثل البي بي سي في سنتي: (1985م) و(1988م)، لكن سرعان ما باءت هذه المحاولات بالفشل ولم تلق النجاح المنتظر منها ما يفسر الانطلاقة

الحقيقية للصحافة الإلكترونية حسب الباحث الأمريكي مارك ديوز في دراسة له؛ فإن أول صحيفة في الولايات المتحدة الأمريكية دشنت أول نسخة الكترونية لها على الانترنت كانت "شيكاغو تريبيون" عام (1992م) مع نسختها شيكاغو أون لاين.

و توالى بعد ذلك إنشاء الصحف الإلكترونية في العالم، وفي عام (1993م)، حيث كان هناك عشرون صحيفة و عدد قليل من المجلات والنشرات تنشر إلكترونياً، وكان عدد الصحف التي استطاعت أن تقيم لها مواقع إلكترونية على الشبكة لا يتعدى (6) صحف كبرى وعدداً من الصحف الصغيرة، وبمرور الوقت وبحلول منتصف التسعينيات أصبحت غالبية الصحف لها مواقع على الشبكة تضم بعضها النسخة الكاملة من الصحيفة المطبوعة ومنتجات أخرى وفي بداية عام (1996م) كان على الشبكة نحو (154) صحيفة إلكترونية و بحلول منتصف عام (1996م) وصل عدد الصحف الإلكترونية في أميركا (368) صحيفة. (صحيفة الاتحاد الإماراتية، 2006)

وقدّرت منظمة الصحف الأمريكية (NAA) عدد الصحف اليومية الأمريكية والكندية التي لها موقع على الإنترنت بأكثر من (750) صحيفة يومية في منتصف عام (1998م)، كما قدرت مجلة المحرر والناشر عدد الصحف اليومية غير الأمريكية التي لها مواقع على الشبكة في العالم بأكثر من (2800) صحيفة وبحلول عام (2002م) كان هناك نحو (5000) صحيفة عبر الشبكة". (محمد نصر، الانترنت والإعلام الصحافة الإلكترونية، 2004، صفحة 94)

ج- نشأة الصحافة الإلكترونية في العالم العربي:

دخل العالم العربي عالم الانترنت دون أن يتأخر كثيرا عن العالم، و يمكن أن نعتبر الانترنت أسرع وسيلة اتصال تبناها العرب بعد أن تبناها الغرب بسنوات قليلة، مقارنة مع انتشار الطباعة و الراديو والتلفزيون في الوطن العربي، حيث أخذت المواقع العربية في الشبكة تنمو باستمرار لتشمل أوجهاً مختلفة للوجود العربي في تقديم الثقافة العربية و الإسلامية ابتداء بالقرآن الكريم بالمكتوب و المسموع و التفسير المختلفة و الحديث النبوي الشريف و تعليم اللغة العربية و آدابها التي تقدمها جهات عربية و غير عربية، فضلا عن الوجود الاقتصادي من خلال مواقع المؤسسات المالية و الشركات و مواقع البيع على الشبكة و التجارة الإلكترونية.

وتعد صحيفة "الشرق الأوسط" أول صحيفة عربية إلكترونية تصدر عبر شبكة الانترنت وكان ذلك في التاسع من سبتمبر سنة 1995 وكانت عبارة جملة من الصور المختلفة في ميادين متنوعة، وكانت الصحيفة العربية الثانية التي تصدر عبر شبكة النت هي "صحيفة النهار اللبنانية" وذلك يوم 1 جانفي 1996 ثم جاء بعدها جريدة "الحياة" في الأول من يونيو 1996 وجريدة "السمير" في نهاية العام نفسه. (بخيت، 2000، صفحة 121)، ثم توالى الصحف العربية في إنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت، حتى أنه لا تكاد دولة تخلو من وجود مواقع لصحفها على شبكة الانترنت، و إن القليل من الصحف العربية وثقت مادتها على

الأقراص CD منها الحياة التي تقدم محتوياتها على شكل نصوص قابلة للتعديل و التخزين من جديد بعد الاسترجاع من دون أي تغيير للنصوص الأصلية المحفوظة على القرص المدمج، و قد بدأت عملية التوثيق منذ عام "1995" باسم أرشيف الحياة الإلكتروني، أما صحيفتا "السفير و النهار" اللبنايتان، فهما توفران محتوياتهما على شكل صورة للحقبة السابقة و نصوص قابلة للتعديل و التخزين للحقبة الحديثة، و لقد أعلنت الصحيفتان مبادرة توثيق محتوياتهما إلكترونيا خلال ندوة حول وسائل الإعلام متعددة الوسائط عقدت في بيروت 11 تموز 1997.

وينبغي التنويه إلى أن العديد من الصحف العربية اليومية تدير اليوم مواقع إلكترونية تقدم معظمها أخبارا و صوراً كما في الصحيفة المطبوعة، و لا توجد أقسام خاصة أو إدارات تحرير مستقلة لطباعة الإلكترونية من الصحيفة بل تحرص الكثير من الصحف على نشر القليل اليسير مما يتصدر صفحاتها على موقعها الإلكتروني، كما لا يتم تحديث معظم هذه المواقع إلا بعد صدور الجريدة بساعات، كما أن التقنية المستخدمة في معظم هذه المواقع تعد بدائية فلا توجد آليات متعددة للبحث في الأرشيف و قلما يتم التعامل مع النص العربي كنص و إنما كصورة و لا توجد مساحات إعلانية تدار من قبل برامج متخصصة للإعلان الإلكتروني.

و لكن ما يحصل حالياً عبر شبكة الانترنت في الصحافة الإلكترونية العربية غير ما هو كان حاصل في الماضي، حيث عرفت الصحافة الإلكترونية العربية تطوراً منهلاً من عناصر التفاعلية والروابط الموجودة عبر مواقعها كما أنها تطورت من حيث الإخراج و التصميم الفني، و بالرغم من تنامي أعداد الصحف العربية على شبكة الانترنت إلا أن بعض الدراسات تشير إلا أنه رغم الحضور الواضح لهذه المطبوعات الإلكترونية إلا أنه حضور لا يتماثل مع النمو الهائل للمطبوعات الإلكترونية عالمياً، خاصة فيما يتعلق بتناسب هذه الأرقام مع أعداد الصحف العربية و عدد الدول و السكان في الوطن العربي، حيث تواضع نسبة مستخدمي الانترنت العرب قياساً إلى العدد الإجمالي للسكان في الوطن العربي و يضاف إلى محدودية الصحف الإلكترونية العربية محدودية الاستخدام الأمثل لإمكانيات النشر الإلكتروني الذي وفره شبكة الانترنت. (عبد الواجد أمين، الصحافة الإلكترونية، 2007، صفحة 116.117)

د-نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

كان لدستور سنة (1989)، الفضل الكبير في التاريخ لعهد التعددية الحزبية والإعلامية في الجزائر، حيث استقادت الصحافة من هذا الأخير، ليكون بذلك ميلاد عهد جديد للصحف الخاصة منذ بداية (1990)، والتي دعمها صدور قانون الإعلام في السنة نفسها.

وهكذا تنوعت الخارطة الإعلامية في الجزائر ما بين صحف خاصة وحتى حزبية وحتى عمومية باللغتين العربية والفرنسية، هذه الأخيرة تربعت على عرش الإعلام في الجزائر في ظل غياب المناقشة مع التلفزيون والإذاعة بسبب بقائها حكر على الدولة. (شطاح، الانترنت ومستقبل الصحافة الورقية في الجزائر، 2005، صفحة

63)، وتعد جريدة "algeria interface" الجريدة الإلكترونية الأولى عبر شبكة الانترنت أسسها احد الإعلاميين "نور الدين خلاصي" صحفي سابق في جريدة "la nation" و هي في الأصل كانت عبارة عن خطة اصدار جريدة مستقلة في عام 1996، تقدم التقارير و أخبار حول المسائل السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية "Sida"، ثم تم التحلي لاحقا عن الفكرة و تحول المشروع إلى التفكير في إنشاء جريدة على شبكة الانترنت، واختارت اللغتين الفرنسية و الانجليزية في مجال النشر الإلكتروني، و يرى "جوفان" السويدي: "أنه لولا الانترنت لما تمكت من الصدور أبدا، و تمويل الصحيفة من قبل وكالة سيدا و مساعدة مركز الغابالم الدولي".

وانطلقت جريدة "الجيري انترفاس" في العمل في نوفمبر 1999، وكان شعارها نقل الأخبار بشكل موضوعي والمحافظة على المبادئ الأساسية لحرية التعبير وحرية الصحافة والدفاع عن حقوق الإنسان وتعزيز القيم الديمقراطية، وتحولت الجريدة من الصدور من أسبوعين إلى مرة واحدة كل أسبوع. (شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والأيدولوجيا، 2006، صفحة 126.125).

وتعد تجربة الجزائر في مجال استخدام الانترنت في عالم الصحافة المكتوبة متأخرة بعض الشيء عن زميلاتها في الوطن العربي، فقد بدأت جريدة الشرق الوسط على الانترنت يوم 9/9/1995، وتبعها بعض الصحف العربية منها مجموعة مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر والتي انشأت موقعها في 16/2/1997، ويضم نسخا من مواقع لـ "الجمهورية"، "المساء"، "المصر اليوم"، وتلتها جريدة "الشعب" في أول أكتوبر 1997، ثم تبعها جريدة "الأهرام" الصباحية في عام 1998.

أما في الجزائر فكان السبق لجريدة الوطن "el watan" باللغة الفرنسية في نوفمبر 1997 ثم جريدة "Liberté" في جانفي 1998، فجريدة اليوم باللغة العربية في فيفري 1998، وتلتها جريدة "الخبر" باللغة العربية، وهي أكبر جريدة من حيث التوزيع في الجزائر في ذلك الوقت.

والملاحظ على الساحة الإعلامية الجزائرية أنه تأخر الصحف الورقية من الظهور على شبكة الانترنت مقارنة بدول العربية وهذا راجع لعدة صعوبات كانت منها شبكة الانترنت من انقطاعات متكررة بالإضافة إلى نقص الفنيين والتقنيين في مجال التحرير على شبكة الانترنت، وهذا ما جعل الصحافة الإلكترونية تتأخر نوعا ما في الجزائر.

والجدول الآتي يوضح تتابع إنشاء المواقع الالكترونية لأهم الصحف في الجزائر (شطاح، الانترنت ومستقبل الصحافة الورقية في الجزائر، 2005، صفحة 127):

جدول 14: يوضح تتابع إصدار الصحف الالكترونية الجزائرية من 1997 إلى 2000:

الملكية	تاريخ الإنشاء	الموقع	الصحيفة
مستقلة	نوفمبر 1997	www. El watan.com	El watan
مستقلة	جانفي 1998	www. Liberté.com	Liberté
مستقلة	فيفري 1998	www. El youm.com	اليوم
مستقلة	أفريل 1998	www. El kahbar.com	الخبر
عمومية	جوان 1998	www. El. chaab.com	الشعب
عمومية	جويلية 1998	www EL moudjahid.com	EL moudjahid
مستقلة	أكتوبر 1998	www. Le matin.com	Le matin
مستقلة	نوفمبر 1998	www. soire.com	Le soire d'algerie
مستقلة	مارس 2000	www. El asil.com	El asil

وابتداء من عام 2000 الى غاية 2010 تعددت الجرائد الإلكترونية الجزائرية على شبكة الانترنت وفي مختلف التخصصات والبياديين وتطورت مواقعها وأصبحت في متناول العديد من الفئات في المجتمع وأصبحت أغلبية الصحف الصادرة بالجزائر سواء باللغة العربية أو باللغة الفرنسية تمتلك موقع الإلكتروني عبر النت، بالإضافة إلى الروابط التفاعلية الموجودة من اجل التعليق و المشاركة في المنتديات ومن بين الصحف الموجودة حاليا عبر شبكة الانترنت نجد الخبر، الخبر الأسبوعي، آخر ساعة، الشروق اليومي، النهار الجديد، جزائر نيوز، الشعب، البلاد، الفجر، النصر، البلاد، الأخبار، صوت الأحرار، اليوم، الأصيل، المساء، الهدف، الشباك، وغيرها من الجرائد الناطقة باللغة العربية.

ثانيا. أنواع وخصائص الصحافة الالكترونية:

أ-أنواع الصحافة الإلكترونية:

تنقسم الصحف الالكترونية على شبكة الانترنت الى نوعين رئيسيين هما:

- الصحف الالكترونية الكاملة **On-Line newspaper**: وهي صحف قائمة بذاتها وان كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم).

- النسخ الالكترونية من الصحف الورقية: وهي مواقع الصحف الورقية النصية على الشبكة، والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية، وخدمة تقديم الاعلانات لها، والربط بالمواقع الاخرى.

ويرى فهد المعسكر وعبد الله الحمود ان الإصدارات الالكترونية على شبكة الانترنت، تنقسم بحسب مدى التزامها بسمات الصحافة الالكترونية الى نوعين:

النوع الأول: الصحف الالكترونية، وهي تصدر عن مؤسسات صحفية لها اصدار مطبوع، ومع ذلك لا يشترك الاصدار الالكتروني مع الاصدار المطبوع الا في الاسم والانتماء للمؤسسة الصحفية فقط، والصحف التي تصدر بشكل الكتروني مستقل، دون الارتباط بإصدار مطبوع، بحيث تؤسس الصحيفة على انها الكترونية.

النوع الثاني: النسخ الالكترونية من الاصدارات المطبوعة، وهي النسخ التي تصدر عن مؤسسات صحفية لها اصدار مطبوع، وبالتالي فهي بمثابة اعادة نشر ما سبق نشره في الاصدارات المطبوعة.

ب- خصائص الصحافة الإلكترونية

بالرغم من بدايات الصحافة الإلكترونية المتمثلة في اعتمادها الكلي على الصحافة المكتوبة والمطبوعة، خاصة في جوانب التحرير، والإخراج الفني الصحفي، فإن وجود الصحافة الإلكترونية على شاشات الأجهزة مثل الحاسوب والهواتف المتحركة، إضافة إلى اعتمادها على شبكة الإنترنت الهائلة المساحة والإمكانيات، جعلها تتصف بعدة خصائص تميزها كواحد من اتجاهات الإعلام الجديد (الشفيح، الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات، 2011، صفحة 20)، ومن هذه الخصائص:

- **التفاعلية:** وهي مدى قدرة الشخص على الدخول في معالجة إعلامية بصفة نشطة من خلال التفاعل مع الرسائل الإعلامية أو المعلنين، وتعني أيضا الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي أو بصفة أوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين، كما أنها تعرف أيضا على أنها: إمكانية التواصل والتفاعل بين المستعمل والجريدة الورقية التي تقدم إعلاما.

فالاتصال عبر الحاسبات يقدم أشكالا متعددة من التفاعلية، مثل البحث عن المضامين وإتاحة ردة الفعل أو رجع الصدى للمواقع الإعلانية، وبالمقارنة بوسائل الاعلام المطبوعة والإذاعة، فان مستخدمي الانترنت يسهل عليهم الاتصال بالقائمين بالاتصال من خلال قوائم البريد الالكتروني ذات الوصلات الفائقة للمحررين والمخرجين.

واليوم وبالإضافة للبريد الالكتروني، تقوم المواقع الاخبارية الالكترونية بتجريب أساليب مختلفة لقنوات رد الفعل، مثل الخطابات الالكترونية إلى المحرر، وغرف الحوار الحي، واللوحات الإخبارية، وندوات النقاش، والاسئلة الموجهة إلى الخبراء. (عبد الفتاح كنعان، 2007، صفحة 85).

- **العمق المعرفي:** تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الالكترونية بالمعرفي والشمول، ويتيح ذلك من اتساع المساحة المتاحة لهذه الصحف، حيث لا ترتبط الصحف الالكترونية.

- **الجاذبية:** تنتج عن التعامل مع أكثر من ساحة، إذ يتمكن المتصفح لها من قراءة الأحداث ومشاهدتها والاستماع إليها في آن واحد.
- **السرعة:** وتعني تلقي الخبر العاجل في وقته مشفوعا بفيلم الفيديو معزز بصور حية، مما يدعم مصداقية الخبر وذلك بدلا من الانتظار إلى اليوم الموالي لقراءة العدد الجديد من الصحيفة اليومية
- **التحرر من مقص الرقيب:** وهي خاصية تمنع نشر بعض الأخبار أو الصور في الصحافة.
- **الاقتصاد في النفقات:** بالاستغناء عن أطنان الورق ومستلزمات الطباعة المستخدمة في الصحافة الورقية واعفاء القارئ من دفع ثمن الصحف التي يطلع عليها بينما لا يحتاج من يرغب التعامل مع الصحافة الإلكترونية، سوى لجهاز كمبيوتر ومجموعة من البرامج التي يتم تركيبها لمرة واحدة.
- **حماية البيئة** من الكميات الهائلة من الصحف المقروءة المطبوعة بالأحبار السامة، ومن ضجيج مطابعها وفضلات صناعتها.
- **إمكانية الاطلاع** على عدد من الصحف بدلا من الاكتفاء بالصحيفة الواحدة.
- **تجاوز حاجز المكان** وإمكانية الاطلاع على الصحف الأجنبية بصرف النظر عن بعد مكان صدورها.
- **سرعة وسهولة تداول البيانات على الانترنت** بفارق كبير عن الصحافة الورقية التي يجب أن تقوم بانتظارها حتى صباح اليوم التالي.
- **حدوث تفاعل مباشر بين القارئ والكاتب**، حيث يمكنهما أن يلتقيا في التو واللحظة معا.
- **أتاحت الصحافة الإلكترونية إمكانية مشاركة مباشرة للقارئ في عملية التحرير**، من خلال التعليقات التي توفرها الكثير من الصحف الإلكترونية للقراء، بحيث يمكن للمشاركة أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع، ويقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة.
- **التكاليف المالية الضخمة:** عند الرغبة في اصدار صحيفة ورقية بدءا من الحصول على ترخيص مرورا بالإجراءات الرسمية والتنظيمية بينما الوضع في الصحافة الإلكترونية مختلف تماما حيث لا يستلزم الأمر سوى مبالغ مالية قليلة لتصدر الصحيفة الإلكترونية بكل سهولة.
- **الآنية:** أجبرت الصحافة على الخط الصحفي على المعاشية المستمرة للأحداث والمتابعة الآنية لما يستجد من معلومات وسهلت عملية التدخل لتجديد المحتوى. (بوعجيمي و برون، 2005، صفحة 12).
- **عدم حاجة الصحف الإلكترونية إلى مقر موحد لجميع العاملين** إنما يمكن اصدار الصحف الإلكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم.

- **الفردية:** هي طريقة تقديم الأخبار تتسم بالفردية، إذ يستطيع الجمهور من خلال اختيارات متعددة، أن يتعرض للأخبار متعددة طبقاً لاهتماماته الفردية، سواء أكان عن طريق البحث في الأرشيف أو الموضوعات المرتبطة ببعض تحت عنوان واحد، أم عن طريق تنظيم الصفحة الخاصة بالمستخدم بوضع اهتمامات المستخدم في أول مرة يزور فيها الموقع، وفي المرات الآتية تظهر الأخبار طبقاً للاختيار الأول.

- **التقارب:** أن التقارب خاصية للصحافة وليس للجمهور، ويقصد به قدرة الصحفي على تقديمه القصة الإخبارية في أفضل الأشكال المتاحة لديه سواء أكانت صورة أو صوتاً أم نصاً أم فيلماً، إذ يستطيع من خلاله جنب الجمهور للقصة (الشاطري، 2010، صفحة 14)، و إلى جانب هذه الخصائص في الغالب تلتزم الصحافة الإلكترونية الحرة الكاملة، التي يتمتع بها القارئ و الكاتب على الانترنت على السواء، بخلاف الصحافة الورقية، كما أتاحت الصحافة الإلكترونية إمكانية مشاركة القارئ مباشرة في عملية التحرير من خلال التعليقات التي توفرها صحف إلكترونية كثيرة للقراء، بحيث يمكن المشارك أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع و يقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة، كما تتمتع الصحافة الإلكترونية بالحضور العالمي، إذ لا توجد عقبات جغرافية تعترض الصحيفة الإلكترونية فهي متاحة في كل مكان تتوافر فيه متطلبات الانترنت في حين أن الصحيفة مرتبطة بعمليات توزيع و نقل و شحن معقدة و مكلفة. (سليمان، 2009، صفحة 25).

المبحث الثاني: الخدمات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية.

أولاً. خدمات الصحافة الإلكترونية

تتنوع خدمات الصحف الإلكترونية بتنوع أشكالها ومجالاتها عبر شبكة الانترنت فقد تجتمع هذه الصحف على بعض الخدمات المشتركة ولكن قد توجد خدمات تتيحها هذه الصحيفة لا توجد في صحيفة أخرى، وهذا حسب إمكانيات الصحيفة ومن بين هذه الخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية للقراء نجد ما يلي:

1- خدمة البحث: حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الويب، وبعض هذه الصحف يتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة أو اقل أو أكثر، وتقدم بفن الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوع، وبعض الصحف تشتترط الدخول إلى مزود الخدمة الخاص بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث، وتتفاوت قوة وكفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى، بل تختفي هذه الخدمة من بعض مواقع الصحف العربية. (محمد نصر، الانترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، 2003، صفحة 211-212).

2- خدمة البحث في الأرشيف: تتيح إمكانية قراءة الصحف الإلكترونية العوددة بكل سهولة إلى الصحف الإلكترونية للبحث في أرشيفها وعن الإعداد السابقة و الاطلاع عليها دون عوائق او صعوبات كما يمكن

للقراء التفاعل عبر الروابط التفاعلية الموجودة عبر موقع الجريدة لتقديم النقد و الردود و المشاركة في استطلاعات الرأي و غيرها من الخدمات. (الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، 2005، صفحة 115.114).

3- خدمة قراءة عدد اليوم او الأمس من النسخة المطبوعة: تقتصر هذه الخدمة على الصحف الإلكترونية الكاملة " المختلفة عن الصحيفة الورقية " إذ يتيح الموقع لمستخدم إمكانية مطالعة النسخة الورقية وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير من محتويات الصحيفة الورقية ."

4- خدمة البريد الإلكتروني: تختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى، إذ يقتصر الأمر في الصحف الصغيرة على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل إلكترونية إلى محرري الصحيفة، إما الصحف الإلكترونية الكبيرة فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع يمكن المستخدم من إرسال و استقبال الرسائل البريدية على أي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة النت في أي وقت، كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا للمستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الاستخدام حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإلكتروني من مواقع أخرى. (محمد نصر، الانترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، 2003، صفحة 112.111)

5- خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية: وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان. (عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، 2007، صفحة 118)

ثانيا. التفاعلية في الصحافة الإلكترونية

استخدم مصطلح التفاعلية على نطاق واسع في مختلف التخصصات مثل التسويق والإعلام والاتصالات ونظم المعلومات الإدارية قبل فترة طويلة من ظهور شبكة الإنترنت فكان التفاعل بين المستخدمين والرسائل؛ والتفاعل بين الإنسان والآلة؛ والتفاعل بين المرسلين وأجهزة الاستقبال (الشيخ جابر، 2009، صفحة 397).

وتعكس التفاعلية قدر مشاركة المتلقي في عملية الاتصال والإعلام، وتعكس أيضاً قدرة الوسيلة والقائم بالاتصال فيها على الاتصال التفاعلي مع المتلقين، بالإضافة إلى قدرة الاثنين في نفس الوقت على الاتصال بالمجموعات والجماعات الافتراضية التي يجمع بين أفرادها الاهتمام المشترك على شبكة الانترنت.

ومن ثم ، فالتفاعلية عملية مرتبطة بعملية التصميم والإخراج الإلكتروني للصحف والمواقع الإلكترونية ويلعب التصميم دوراً مهماً في الارتفاع بمستوى هذه العملية لتحقيق أكبر قدر من المشاركة والتفاعل لدى المتلقي أثناء التعرض ، وهذا يتطلب تصميماً خاصاً للبيئة الوسيطة التي تلبي هذه الخيارات للوصول إلي المعلومات التي يستهدفها في نظام خاص بالاختيار و"التجول" Navigation يؤثر في تصميم واجهة الاختيارات ومسارات المحتوى ، ويسمح أيضاً للمتلقي بالتدخل في بناء المحتوى في بعض الحالات - بالتعليق وإبداء الرأي- وليس بالقبول والعزوف فقط ، كما أنها تدعم العمليات الإدراكية للمتلقي في علاقته بوسائل الإعلام ومحتواها ، لذا اهتمت الدراسات والأدبيات التي تناولت التفاعلية بمخرجاتها كمحدد من محددات عملية الاتصال بالصحف الإلكترونية (عبد الحميد م.، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، 2007، صفحة 285).

ويمكن تقسيم التفاعلية في الصحافة الإلكترونية إلى:

التفاعلية الملاحية (Navigational Interactivity): حيث تسمح للمستخدم التحرك في المواقع

للحصول على المعلومات التي يريدها بالنقر على الوصلات ذات العلاقة.

التفاعلية الوظيفية (Functional Interactivity): وتسمح للقراء بالمشاركة والتواصل مع

المستخدمين الآخرين، والصحفيين، وإدارة الموقع عن طريق منتديات الحوار وغيرها.

التفاعلية التطبيقية (Adaptive Interactivity): وتسمح بتخصيص أو تكييف الموقع لمستخدم معين

بما يمكن المستخدمين من التأثير على محتويات الموقع ليقع تحت تأثير مصالح الجمهور واهتماماتهم.

التفاعلية التخصيصية (Personalization Interactivity): وتحقق درجة عالية للفرد في الاختيار؛

حيث تسعى المواقع الكبيرة لتحقيقها مثل موقع (ياهو) الذي يمنح مشتركه إمكانية الحصول على نافذة

خاصة لكل مستخدم باسم yahoo يختار فيها صاحبها الأخبار والخدمات والموضوعات الصحفية التي

يريدها بالشكل الذي يريده، حتى بلون وهيئة الواجهة التخاطبية التي يرغب فيها، ويستطيع أيضاً تغييرها

في أي وقت، مما يحقق درجة عالية من الخصوصية (حسن ع.، 2012، صفحة 11).

ويمكن تناول أشكال التفاعلية في المواقع الصحفية من خلال ستة أبعاد كما ذكرها سعيد الغريب كالتالي

(الغريب، 2009، صفحة 566.567):

- **تعدد الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين:** يدرك مصممو الصحف على شبكة الإنترنت بأنه كلما زادت الوصلات التشعبية في الموقع، زادت اختيارات المستخدمين للإبحار في الموقع الصحفي، وهذه الاختيارات ضرورية لإحداث التفاعلية، كما أن مصممي المواقع الإلكترونية يدركون جيداً بأن المستخدمين يفضلون الاختيار ما بين تصفح النصوص والصور الثابتة والمتحركة، أو استقبال المعلومات باللغة التي يريدونها، بالإضافة إلى الخيارات التي تتعلق بقنوات الاتصال، مثل النص، والفيديو، والحركة وغيرها.

- **إمكانية الاتصال بين المستخدمين ومسؤولي الصحف ومحرريها:** حيث يساعد على ذلك توافر عناوين البريد الإلكتروني التي يمكن أن تسهل عملية الاتصال بين المستخدمين من جهة، والمسؤولين في الصحف على الإنترنت من جهة أخرى، وكذلك إمكانية اتصال المستخدمين بمحرري القصص الإخبارية على موقع الصحيفة على الإنترنت.

- **إمكانية الاتصال الشخصي:** ويقصد به على وجه الخصوص إمكانية الاتصال بين المستخدمين للوسيلة الاتصالية ببعضهم البعض، ويساعد على ذلك توافر منتديات أو غرف الدردشة ومجموعات النقاش التي تساعد على جنب القراء إلى موقع الصحيفة لفترة أطول، إضافة إلى وجود استطلاعات رأي القراء تجاه أهم القضايا والأحداث الجارية.

- **المراقبة المستمرة للموقع:** ويعني توافر أداة أو أكثر لمراقبة موقع الصحيفة، بحيث يمكن للموقع أن يسجل كل من زار الموقع وأي جزء من الموقع قام بزيارته، وأكثر الموضوعات قراءة وتحميلاً وتعليقاً من قبل المستخدمين، وتعد إتاحة المراقبة المستمرة للموقع من الوسائل التي تجعل الموقع أكثر قدرة على تلبية احتياجات المستخدمين، كما أنها تعد وسيلة فعالة لتقويم الموقع.

- **إمكانية البحث عن المعلومات:** ويساعد على ذلك توافر وسائل أو محركات البحث أمام المستخدمين، سواء البحث عن موقع الصحيفة أو البحث عبر الإنترنت إضافة إلى وجود أرشيف للصحيفة، بما يسمح بالاطلاع والبحث في أعداد الصحيفة على الإنترنت.

- **إمكانية إضافة معلومات:** في هذا المجال يصبح المستخدم بمثابة مراسل لمحرر الموقع؛ إذ يجب على مواقع الصحف على الإنترنت تسهيل عملية إضافة المعلومات على الموقع من قبل المستخدمين. وبعض الصحف على الإنترنت تسمح للمستخدمين بإضافة الأنواع التالية للمعلومات صفحات الويب

وصفحات الهويات والاهتمامات الخاصة والإعلانات عن المواليد والأفراح، والوفيات، وعرض الأفلام والمسرحيات والأحداث الثقافية والترفيهية الأخرى.

وبالنسبة لمستويات التفاعلية، فإنها تنقسم إلى ثلاثة نماذج (عبد الحافظ، 2008، صفحة 37.36):

أولاً: النموذج أحادي الاتجاه The one-way model: وهو النموذج التقليدي للاتصال ، فالصحفيون وفقاً لهذا النموذج يتخذون القرارات الخاصة بتحديد أهمية الموضوعات من عدمه وبعد ذلك يرسلونها إلى القراء الذين يتلقونها بدون أي مجهود أو تدخل فيما يقدم لهم ، فهو نموذج أحادي الاتجاه من الصحفيين للقراء بدون رجوع صدى، والغرض من ذلك هو أفتاح وإبلاغ المستقبل بوجه نظر المرسل، ومن ثم يشعر المستقبل بعدم وجود المكان الافتراضي الذي يتعامل معه من خلال الصحيفة الإلكترونية والذي تحدث فيه عملية الاتصال كما لو انه يتلقى المعلومات من أية وسيلة إعلامية تقليدية، فالمستقبل من خلال هذا النموذج يحدد أمامه مجموعة من الخيارات المتعددة التي تتيحها الصحيفة الإلكترونية ؛ من روابط تشعبية وخدمة البحث عن الأخبار ولكن بدون عملية اتصال بنية وبين المرسل وغالباً ما يظهر هذا الشكل في الصحف المصرية الإلكترونية والتي ما زالت تعتمد بشكل كبير على النموذج أحادي الاتصال عن باقي النماذج الأخرى.

ثانياً: النموذج ثنائي الاتصال The Two-way model: يسمح للصحفيين وفقاً لهذا النموذج استقبال المعلومات من القراء ولكن السيطرة ما زالت في المقام الأول مع المرسل ومن ثم نجد فروقاً بين المرسل والمستقبل في تبادل الأدوار الاتصالية، ويستطيع المرسل في محاولة منه ليظل جهد المستقبل ونشاطه إلى إتاحة مجموعة من القوائم والاختيارات المنظمة بشكل جيد يتوافر فيه عنصر السهولة لكي يتم الاختيار منها، بالإضافة إلى إتاحة بريده الإلكتروني وخدمة التعليق على الأخبار.

ثالثاً: النموذج ثلاثي الاتجاه The Two-way model: في هذا النموذج يحدث الاتصال في ثلاثة اتجاهات من الصحفيين إلى القراء، ومن القراء إلى الصحفيين، وبين القراء بعضهم البعض ومن أمثلة هذا النموذج جماعات الأخبار أو لوحة الرسائل والمنتديات والدرشة وغيرها.

ويرى الباحث بشكل عام أن التفاعلية تتيح للمستخدم إمكانية التحوار المباشر مع مشرفي ومخرجي مواقع الصحف الإلكترونية وعرض اقتراحاته وانتقاداته بشكل مباشر من خلال وسائط الاتصال المختلفة، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار وغرف الدردشة بين المستخدمين ومناقشة المضامين التي تتناولها الصحيفة

الإلكترونية، بالإضافة إلى التحكم بالمعلومات من خلال العودة للأرشيف والحصول عليها وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي.

ويرى الباحث بشكل عام أن التفاعلية أضافت قيمة حقيقية لمواقع الصحف الإلكترونية، حيث أصبح المستخدم اليوم بإمكانه التعديل في شكل ومضمون العملية الاتصالية وكذا تبادل الأدوار، وهذه التفاعلية ارتبطت بعنصرين مهمين: الأول الموضوعية والتي لها علاقة بسمات تصميم موقع الصحيفة، والثاني الشعور المرتبط بالمستخدمين أثناء تصفحهم لمضامين موقع الصحيفة سواء بالاندماج أو السيطرة.

المبحث الثالث: عادات قراءة مستخدمي الصحف الإلكترونية للمضامين.

أولاً. خصائص قراءة الصحف الإلكترونية

بما أن جمهور الصحافة الإلكترونية يتفاعل مع أكثر من مستوى، انطلاقاً من المحتوى مروراً بالأفراد المكونين له وصولاً إلى المرسل، وفي هذا الإطار يمكن تحديد خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية بناءً على هذه المستويات:

- **جمهور الصحافة الكترونية كبنية:** يتضمن جمهور الصحافة الإلكترونية كجزء من وسائل الإعلام في بنيته الظاهرية، العديد من الخصائص التي تميزه عن الأشكال الأخرى، وكان " دينيس ماكويل " قد حددها في عدة عناصر كما يلي:

1- الحجم الواسع: جمهور الصحافة الإلكترونية واسع الحجم، وما يجعله كذلك هو استناده على شبكة الانترنت كوسيلة عالمية تصل إلى كل الأماكن حول العالم، مما يزيد من شعبية الصحيفة حول العالم.

(قسايسة، 2010، صفحة 06)

2- التشتت: تتواجد عناصر جمهور الصحافة في أوضاع و أماكن متباعدة، ومع الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الاتصال الحديثة و خاصة الانترنت، اكتسب جمهور الصحافة بعداً كونياً جعله غير محدد في المكان، و أضفى عليه صفة التواجد الكلي في كل مكان و في نفس الزمن، مع التشارك في التعرض لرسائل إعلامية عبر وسائط تكنولوجية حديثة، فإذا كان التلفزيون يقوم على مبدأ جمع المواطنين في مكان و زمان مشترك (النشرة الإخبارية الرئيسية مثلاً)، فإن الانترنت تقوم على مبدأ تمايز المكان و الزمان (تعدد المواضيع و تباين زمن التلقي و أطره) ، و تؤسس الشبكة حينئذ لزمنية جديدة غير تزامنية النقاش العام. (الحمامي، 2009، صفحة 38.37)

3- عدم التجانس: يراد بالتجانس مدى الاختلاف بين أفراد و طبقات الجمهور و فئاته في عدد من المتغيرات المحددة، و أفراد جمهور الصحافة الإلكترونية غير متجانسين و متميزين في احتياجاتهم و

اهتماماتهم و مصالحهم و إدراكهم ،الأمر الذي يجعلهم يختلفون في سلوكهم الاتصالي و تفاعلهم مع المحتويات الإعلامية.

4- غياب التنظيم الاجتماعي: بسبب تباعد عناصر الجمهور، وعدم معرفة بعضهم البعض، فهم يفتقدون للقدرة على التوحد و التضامن أو الدخول في تنظيمات اجتماعية بصفتهم كأفراد الجمهور.

5- اللامادية: و يقصد بها تواجد أفراد جمهور الصحافة الالكترونية في كل مكان من خلال صوته أو أفكاره المكتوبة دون إمكانية تلمسه ماديا (فسايسة، 2010، صفحة 08) ، و بذلك فقد تحرر الجمهور لأول مرة من قيود حجمه و لقاء زمنه، و أصبح من الممكن اصطناع عوالم لا وجود لها في الواقع. (محمد عبد الوهاب، 2005، صفحة 334)

6- جمهور شبابي: أثبتت العديد من الدراسات المتخصصة أن جمهور الصحيفة الالكترونية كنوع من جمهور الانترنت هو في الغالب من فئة الشباب، على سبيل المثال ما توصل إليه لعقاب محمد (اغلب متصفح الانترنت تتراوح أعمارهم بين 15-45 سنة). (لعقاب، 2007، صفحة 374)

7- جمهور نخبوي: إذ يتمتع بقدر من الوعي في مجال المعلوماتية ومعرفة بأبجديات اللغة الانجليزية (لغة النت)، كما انه جمهور مدني وله إمكانيات مادية لا باس بها.

ثانيا. عادات قراءة جمهور الصحف الإلكترونية في علاقته بالمحتوى.

أ - جمهور الصحافة الالكترونية في علاقته بالمحتوى:

يمكن تقسيم فئات مضمون ومحتوى أية صحيفة إلكترونية في علاقتها بالجمهور إلى ثلاث فئات أساسية هي:

- مضمون يتسم بانخفاض الذوق: وهو المضمون الذي تتعرض له جماهير غفيرة ويتم توزيعه على نطاق واسع، وهذا المضمون هو الذي يثير دائما غضب النقاد.

-المضمون الذي لا تختلف عليه وجهات النظر.

- المضمون الذي يتسم بالذوق الرفيع: وهو المضمون الذي يوزع على نطاق واسع، ولكن لا يتعرض له عدد كبير من أفراد الجمهور وهذا المضمون هو الأفضل من ناحية الذوق فهو تعليمي ويرفع المستويات الأخلاقية كما انه ملهم بشكل ما (واضح، 2010، صفحة 95).

وهناك أيضا عدة نقاط تشير الى علاقة المستخدم بمحتوى الصحيفة الإلكترونية وهي كالآتي:

أ- الحرية الكاملة: يتمتع قارئ الصحافة الالكترونية بالحرية المطلقة، مع تخطي الحدود المحلية و الملايمية و الدولية، و حدود القانون و الرقابة، بخلاف الصحافة الورقية التي تكون بالعادة قيد التعديل من قبل الناشر لأكثر من مرة وفقا لسياسة و توجهات الصحيفة.

ب- الشخصية: وتعني هذه الميزة أن بإمكان القارئ في الصحافة الالكترونية ايجاد نسخة مفصلة حسب احتياجاته على حدة، ذلك لان بيئة عمل الصحافة الالكترونية بما تحمله من مرونة واعتماد كنياف على التكنولوجيا المعلومات ،بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع الصحفي قادرا على أن يحدد لنفسه و بشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع يركز على أبواب و مواد بعينها و يحجب أخرى، وينتقي بعض الخدمات التفاعلية و يلغي الأخرى، و يقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه ،و بإمكانه أيضا تعديله وقت ما يشاء ،و في كل الأحوال هو يتلقى و يستمع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية و ليس ما يقوم الموقع ببثه.

ج- الحدود المفتوحة: من أهم السمات التي تميز النشاط التفاعلي للجمهور في الصحافة الالكترونية، وهي خاصية تفتقد إليها باقي وسائل الإعلام الأخرى، التي يواجه المتفاعلون فيها مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر، وهذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الالكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة. ومساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع، لا تجعل هناك قيودا تقريبا تتعلق بالمساحة أو بحجم التعليق أو بالإضافات، سواء كانت نصوصا أو صورا أو تسجيلات، يضاف لذلك إن تكنولوجيا الانترنت خاصة منها تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة، تسمح بتكوين نسيج متنوع وذي أطراف وتقريرات لانهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع من معلومات.

د- التمكين: في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الالكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة و عملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت و الصورة و النص الموجود مع المحتوى الصحفي، سواء كانت أخبارا أو تقارير أو تحليلات ،فالقارئ ليست أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، و روابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية ،و بين يديه أيضا خدمات متعددة يمكنه الاختيار من بينها.

هـ- جمهور ذي سلطة: يتمتع جمهور الصحافة الالكترونية بحرية واسعة تمكنه من تصفح أكثر من موقع، و بالتالي فهو قارئ في موضع القوة، حيث لم يعد ذلك القارئ الذي تفرض عليه الصحيفة الورقية انتظارها كل صباح، أو يفرض عليه التلفزيون أو الإذاعة الاستماع إلى كل فقرات البث قبل أن يحين موعد برنامجه أو وصلته الإذاعية المفضلة، و في هذا السياق تشير إلى التقنيات الجديدة التي تسمح للجمهور بإعادة تبويب المواد الإعلامية و إدراجها في فئات من ابتكاره ،و التي تسمى Folxonomy كإدغام لكلمتي شعب

Folk و تصنيف Taxonomy و تشير هذه الظاهرة إلى سلطة جديدة يتمتع بها جمهور الصحافة الإلكترونية كانت حkra على الصحفي، و تمثل تجربة Mixx أكثر التجارب أهمية. (عطاس، 2020)

ب - عادات قراءة الصحف الإلكترونية:

فقد أظهرت الدراسات بخصوص سلوك المستخدم أنه قارئ قلق وغير صبور يحاول أن يجد المعلومة النوعية التي تهمة في المقام الأول. وأن 30 بالمائة من مستخدمي الانترنت يغادرون الموقع من الصفحة الأولى إذا لم يجدوا ما يرغبون به... ونادرا ما يقرءون الصفحات كلمة بكلمة، بل يقومون بعملية مسح لكامل صفحة ثم يستخرجون منها الكلمات المفتاحية. وبينت الدراسة أيضا أن 79 بالمائة من قراء الواب يقومون بعملية مسح لكل صفحة جديدة و 16 بالمائة فقط يقرأون المحتوى كلمة كلمة (لعقاب، 2007، صفحة 33.32).

أشارت دراسة لمؤسسة نلسن الأمريكية لأبحاث الانترنت إلى أن غالبية قراء الصحف الإلكترونية صرحوا أنهم يقرءونها كونها متوفرة على الدوام، وقد أشار 36.1% من المبحوثين إلى كونها مواقع مجانية، وأشاروا أيضا إلى فورية أخبارها كما أنها تقوم بالتحديث المستمر للموضوعات وتتابع تطور الأحداث (الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، 2005، صفحة 173.174).

وأظهرت دراسة جاكوب نيلسن سنة 2008 أن مستخدم الانترنت لا يقرأ سوى 20 بالمائة من صفحة وab متوسطة الحجم المقدر بـ 593 كلمة. كما بينت الدراسة أنه كلما تضمنت الصفحة كلمات أكثر بقي فيها القارئ مدة أطول لكن إذا تضمنت الصفحة أكثر من 100 كلمة فإن القارئ يبقي في صفحة الواب 4.4 ثواني إضافية وهذه الـ 100 كلمة تسمح بقراءة 18 كلمة فقط بمعنى أن زيادة 100 كلمة في صفحة واحدة يعني أن القارئ لا يقرأ منها سوى 18 بالمائة (لعقاب، 2007، صفحة 31).

تنوعت الدراسات التي تعنى بعادات القراءة الإلكترونية فقد أجرى اولريكا ويس Ulrikawiss سنة 2001 في مركز المسافات المحددة في جامعة لوليا في السويد استبياناً بغرض التعرف عادات قراء الصحف الإلكترونية، حيث أشارت نتائج الدراسة أن هذه الصحف تقرأ تمارا ومساء أثناء العمل أو حتى أثناء الدراسة، كما أن القراءة كانت تجري في تتابع قصير وهذا ما يدل على أن القراء كانوا يستعرضون الصحيفة الإلكترونية بشكل سريع بهدف أخذ نظرة قصيرة على المحتوى كلما سنحت لهم الفرصة (الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، 2005، صفحة 173).

استعمل جاكوب نيلسون في دراسته نظام ترقب حركة العين وأظهرت النتائج ما يلي (عامر، 2017، صفحة 216):

- أن القارئ بمسح الصفحة منتقلا من صفحة لأخرى، متقاديا الإشهار وكتل النصوص الكبيرة قبل أن يقرر قراءة المقال بأكمله.

- التصفح الشبيه بفقزة البرغوث: تجري عين القارئ بسرعة كبيرة على الشاشة ولا تتوقف إلا حين يجذب عنصر ما انتباهها. فعلى غرار البرغوث، ينتقل دماغ القارئ بطريقة عشوائية من مضمون إلى آخر وذلك من دون وجود منطق خلف هذا المسار المتعرج.

- كما تصاحب القراءة العشوائية تركيزا أكثر وانتباها أشد ... لأن القارئ يعمل على البحث عن المعلومات التي لم يجدها في الوسائل الأخرى.

إن قراءة المستخدم على مختلف الشاشات تختلف عن قراءته للصحافة المطبوعة، فالمستخدم ابتكر عادات قراءة جديدة تتناسب والبيئة الرقمية، لذا وجب على مصممي ومخرجي مواقع الصحف الإلكترونية أن يأخذوا بعين الاعتبار هذه العادات التي تتعلق بخصوصية القراءة وكل ما توصل إليه الباحثين في هذا المجال.

المبحث الرابع: تقنيات التحرير للصحافة الإلكترونية ودورها بإنقراطية مضامينها.

أولا. تقنيات التحرير للصحافة الإلكترونية

تعتبر الكتابة للصحف الإلكترونية حديثة نسبيا، هذا النوع من الكتابة له خصوصيته وقواعده التي تلائم البيئة الرقمية بكل ما تحملها من مميزات الشبكة العنكبوتية، لذا نجد أنّ الكتابة للوالب تحاكي هذه المميزات وتوظفها من خلال مختلف الفنون التحريرية المستخدمة لتكون جاهزة لقارئ مختلف مستعجل وغير صبور، يُعرف في الأوساط الأكاديمية باسم المستخدم، وقد لاحظنا في الآونة الأخيرة أن أساليب الكتابة قد تغيرت "فالكاتب في عهود سابقة كان يكتب لقارئ لديه كل الوقت وليس لديه انشغالات كثيرة ... ولأن القارئ قد تغير، لذلك ينبغي تغيير طريقة الكتابة لوسيلة جديدة ولقارئ جديد يبحث عن المعلومات بشكل واضح... يقول فريدريك روس: لا توجد وصفة سحرية للكتابة للوالب، لكن هناك عادات للقراءة إذا احترمناها تمكنت مواضيعنا من أن تقرأ (لعقاب، 2007، صفحة 40.39).

وتتميز الكتابة لمواقع الصحف الإلكترونية بإمكانية تعديل وتصحيح الخبر وكذا ربطه بالمواضيع ذات الصلة .. وتتميز الصحف الإلكترونية بالمساحة المفتوحة والتي تسمح بمعالجة نفس الحدث بأكثر من نوع صحفي، لذا فإنّ هذه الصحف لا تركز على الخبر فقط كما تفعل المواقع الإخبارية التي تعتبره المادة الرئيسية للموقع، بل تستخدم مختلف الفنون الصحفية وهذا ما يجعلها أكثر تميزاً (خالد الشريف، 2014، صفحة 61)، كما تتيح بذلك العديد من الخيارات حيث يمكن قراءة الحدث عن طريق خبر عاجل أو تحقيق صحفي أو حوار نصي أو فيديو أو نص تشعبي... كل هذه الأنواع الصحفية والدعائم المرافقة لها تستخدم لمعالجة حدث واحد فقط. هذا ما جعل الصحف الإلكترونية تبتكر طريقة جديدة لتحرير الأخبار المهمة في صفحاتها الرئيسية من خلال كتابة كلمة المزيد فبمجرد الضغط عليها يستطيع المستخدم التنقل إلى صفحة جديدة تحتوي على التفاصيل (الشفيع ، الصحافة الإلكترونية: المفهوم والخصائص والانعكاسات، 2011، صفحة 49).

ثانياً. مواصفات الكتابة على الموقع الإلكترونية (شفيق، المواقع الإخبارية الإلكترونية، 2022، صفحة 160.159):

- زمن تحديث الأخبار وتحديثها، ففي المواقع الإخبارية يكون كتابها أمام وقت مفتوح يتيح له إمكانية تعديلها في الوقت الذي يشاء وذلك يجعل كاتبها في صراع مع المواقع الإخبارية الأخرى لنشر الأخبار حال حدوثها وورودها من المصادر المختلفة الموثوقة، ففي كل موقع إخباري يوجد لها غرفة أخبار مستقلة تحكم عملية النشر على الموقع الإلكتروني.

- كما أن الموقع الإلكتروني على الانترنت في هذه الحالة ينشر الأخبار بصورة مكتملة لعمل التلفزيون ويعرض مزيداً من التفاصيل عن الأخبار التي تكون بيئة الانترنت ومواصفاتها أقدر على تحمله عكس الخبر التلفزيوني الذي يكون مقتضياً قدر الإمكان ومحدوداً بزمن معين لا يسمح في الغالب بإيراد التفاصيل.

- إمكانية إضافة صور أو فيديو أو صوت بدقة عالية من الوضوح بجانب المادة الإخبارية المكتوبة وذلك يعطي أثراً أكبر من الكتابة بدون مرفقات كهذه ويعطي دليل يعزز من قوة المادة الإخبارية المكتوبة.

- **خاصية الاعلام التفاعلي** هايبر لينك والتي تؤدي بالقارئ لموضوع متصل بالموضوع الموجود بالموقع حين تكتب الكلمة او الجملة التي تكون محور الموضوع فتجعل القارئ يذهب الى ويكيبيديا مثلا فيصبح أمامه مجالا أكبر من المعلومات للموضوع ذاته من موقع آخر .

- **خاصية الاختصار** حيث أصبحت الكتابة بالمواقع الإلكترونية بنسبة النصف من حجم الكتابة في الصحيفة المكتوبة وتقتصر في الكتابة للمواقع الالكترونية على اهم ما ذكر من معلومات دون تفصيل. **إمكانية الكتابة في المواقع الالكترونية بأي وقت يشاء الكاتب** وأي كان الكاتب فلا يشترط أن يكون متخصصا فمن الممكن ان يكون من الهواة.

- **امكانية ايصال الناشر أخبار عديدة** من ناشرين آخرين في المنطقة ذاتها وبذلك يحصل على معلومات أكبر بتفاصيل مهمة

- **أصبح بالإمكان الكتابة بمساحات كبيرة** في المواقع الالكترونية الاخبارية مثل التحقيقات او التقارير الطويلة وتخزينها لفترة طويلة وذلك ما لا يتوفر في الصحيفة المكتوبة.

- **امكانية معرفة أثر الرسالة في المتلقي** فيصبح الكاتب على علم في نجاح رسالته أم لا لأن رجوع صدى رسالته يكون فوراً.

- **كتابة الاخبار العاجلة فور حدوثها** دون الانتظار كالصحيفة المطبوعة.

وتحتاج الكتابة للصحافة الإلكترونية إلى عناية خاصة وذلك بإتباع بعض الخطوات المهمة والإرشادات الدقيقة، ومن بين هذه الإرشادات اختيار موضوع رئيسي واحد، حتى يتمكن محرر المادة من تحقيق الانسجام للصفحة وبالتالي حسن توجيه المستخدم، وفي حالة ما إذا كان لدى المحرر عدة موضوعات يجب عليه أن ينشئ صفحات إضافية ثم ينظم من خلالها مقالاته (لعقاب، 2007، صفحة 59).

وتتشكل بنية الخبر **News structure** في الكتابة الصحفية في المواقع الالكترونية من:

العنوان:

عنوان يعبر عن نفسه بنفسه: بمعنى انه يكفي للمستخدم أن يقرأ عنوان الموضوع فقط، حتى يتعرف على الفكرة الأهم للمقال، دونما حاجة إلى قراءة التفاصيل.

كما أن العنوان سيظهر في نتائج محركات البحث وعلى رأسها محرك Google أو عبر خدمة RSS، أو يتم نشره ومشاركته على شبكات التواصل الاجتماعي Facebook، Twitter

استخدام الكلمات المفتاحية: وهي الكلمات المهمة في الموضوع المنشور فعلى العنوان أن يحتوي على كلمة مفتاحية واحدة على الأقل.

لا تحكى القصة كاملة في العنوان: حتى لا يتحول إلى ملخص. بل يكفي أن يكون قصيرا وواضحا. وقد ألزمت شبكة BBC صحافييها العاملين في كل مواقعها الإلكترونية، أن يكتبوا عناوين لا يتجاوز طولها 55 حرفا باحتساب الفراغات، لأنه العدد الذي يمثل مساحة ظهور العناوين في نتائج بحث محرك Google.

اختيار أفضل فكرة أو معلومة لتبرز في العنوان: أول شيء يراه القارئ ويقوده إلى داخل الموضوع. لذلك اجعله مثيرا للانتباه.

كتابة عنوانا عمليا لا ذكيا: خاصة أنك تكتب لقارئ يبحث عن المعلومة بسرعة. اجعله واضحا وليس مبهما. فقد يبرز عبر شريط إخباري، في الشبكات الاجتماعية، أو الأجهزة المحمولة، كما أنه متاح للقراءة في فترات زمنية مختلفة، فقد يصل قارئ ما إلى موضوعك بعد مرور سنوات عبر محركات البحث، لذلك من المهم استخدام الكلمات المفتاحية وذات دلالة.

مقدمة مختصرة: تبرز أهمية الهرم المقلوب بشكل أكبر في الكتابة للمواقع الإلكترونية، لا أنه يعمل على إبراز المعلومة الأكثر أهمية.

تجزئة الموضوع إلى فقرات (فقرة لكل فكرة): وهذا بهدف تسهيل مهمة تنقل عين المستخدم بين فقرات المقال، ويتم ذلك بفصل الموضوع الى فقرات قصيرة تفصل بينها فراغات ولا تتجاوز الفقرة ثلاث أو أربع أسطر، على أن تحتوي كل فقرة على فكرة أو معلومة (شفيق، الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية، 2010، صفحة 173.174).

ثالثا. أدوات التحرير في الصحافة الإلكترونية

تعد أدوات التحرير في الصحافة الإلكترونية من الأساسيات التي تساعد على إعداد محتوى الصحيفة بشكل احترافي، وقد فرضت البيئة الرقمية أدوات خاصة للكتابة على الويب تمثلت فيما يلي:

الفضاء: تمتلك الصحافة الإلكترونية أدوات تستعين بها أثناء تحرير مضمونها الإعلامي، فالصحفي اليوم يستخدم ما يسمى بالفضاء بدلا من الورق فالكثافة أو القراءة للوالب تحددها إمكانيات الأجهزة ومختلف التطبيقات المتاحة، وعليه فإن استعمال الفضاء الإلكتروني في الكتابة، كشف عن ظهور مفهوما جديدا الفضاء الوهمي Virtual Space . (جديد، 2015، صفحة 137)

المشاهدة: يقصد بالمشاهدة إمكانية رؤية النص بالعديد من الطرق "منها إمكانية تصغيره أو تكبيره أو فتح نوافذ داخل النص، كما يتم أحيانا عرض قائمة بعناوين نقاط الالتقاء في النص بطريقة فهرس الكتاب ليقوم القارئ باختيار الجزء الذي يرغب في قراءته (الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، 2005، صفحة 147).

الألوان: رغم أهمية استعمال الألوان كأداة من أدوات التحرير في الصحافة الإلكترونية، إلا أنه يجب الحذر عند استخدامها بحيث يفضل أن تستخدم "بدرجات متفاوتة وكثافة متباينة وعدم الإسراف في ذلك لا تفقد أهميتها كعنصر جذب وكوسيلة إبراز بل قد تتحول إلى وسيلة تشويش تؤدي إلى نفور القارئ وابتعاده عن الموقع" (بيرق ، 2014 ، صفحة 89).

ويرى الباحث أنه يجب العناية بالألوان التي يتم توظيفها في المضامين في الصحف الإلكترونية، لأن هذه الألوان من أهم أدوات التحرير الصحفي، وتمثل عنصر جذب مهم للمستخدم.

الأيقونات: تعتبر هذه الأداة الجديدة ملجأ المحرّر في الكتابة الإلكترونية، وتستخدم "كرموز تدل على ما خلفها من مضمون مما خلق ثقافة من الرموز المتعارف على معانيها التي يسهل تمييزها عن بعض، لذا يجب الحرص على أن تكون هذه الأيقونات مفهومة بمختلف اللغات، إذ يمكن القول إن هذه الأيقونات بمثابة لغة عالمية.

النص المتشعب: يُسهم النص المتشعب في الاختصار، وهو أيضا طريقة من طرق التحرير الصحفي الحديث. في هذا الصدد يوضح الباحث عادل الأنصاري أن قارئ الكتاب أو الصحيفة الورقية يجد صعوبة في التوجه إلى الإحالات إلى المواضيع ذات الصلة المشار إليها في النصوص المطبوعة، عكس الصحف الإلكترونية التي تتيح ذلك بكل سهولة من خلال النص المتشعب (لعقاب، 2007، صفحة 69.68).

رابعاً. قوالب التحرير في الصحافة الإلكترونية

تستخدم مواقع الصحف عند تحرير مضامينها عدد من قوالب فنية، أهمها:

قالب الهرم المقلوب: إذ ترى مجموعة من المتخصصين وأساتذة الصحافة الفرنسية، أن قالب الهرم المقلوب لا يزال من أفضل القوالب لكتابة الأخبار البسيطة على الإطلاق إذ يمكن جمع الأخبار بسرعة ووضعها مراراً بسهولة في مقامات جديدة وأحياناً يعطي هذا القالب للمحرر قدراً كبيراً من الحرية والابتكار.

قالب السرد المتسلسل: يقوم على تقسيم الموضوع إلى مقاطع قصيرة، ومن ثم يكتب بطريقة خطية سردية من غير وصلات تتيح الانتقال غير الخطي ويراعي فيه وضع نهاية شيقة لكل مقطع حتى يستأنف المستخدم قراءته، ويشار إلى أن هذا القالب يستخدم الموضوعات ذات الصبغة القصصية أو الدرامية (قوراي، 2011، صفحة 253).

قالب الدائرة: يؤكد المختصون على أنه الأنسب في الإعلام الإلكتروني الذي يلائم ميزة الصياغة الإخبارية وفقاً لطبيعة التفاعلي ما بين طرفي المستخدم (المرسل والمتلقي) للمضمون الإعلامي، حيث أن التحرير الإلكتروني وفقاً لقالب الدائرة يأتي سريعاً بين طرفيه وتكون الدائرة ضيقة لتجسد مستوى القرب والنجاح المتحقق من الصيغة التفاعلية، وتقع النقطة الرئيسية أو المحورية للخبر الذي تم تحريره على هذا النمط في المقدمة "الاستهلال" وكل ما يأتي من فقرات وتفاصيل أخرى يجب أن ترجع إلى المقدمة كونها أصبحت مركز الأهمية، ومن مميزات هذا القالب أن كل جزء من الخبر يعطي نفس الأهمية البقية الأجزاء الأخرى دون إهمال جزء على حساب جزء آخر ولكن الميزة الأساسية في التحرير هو أن ترتبط جميع الفقرات بالمقدمة أو الاستهلال (البدراي، 2015، صفحة 112).

قالب النص الطويل: يقصد بقالب النص الطويل عرض النص على شاشات متتالية بحيث يتصفح المستخدم عن طريق أشرطة التصفح ويستخدم في حالة المضمون الذي يتطلب عرضه بشكل خطي (بعزيز، 2012، صفحة 116).

قالب الكتل الرئيسية: يقسم الموضوع في هذا القالب إلى أفكار، رئيسية، ويعتمد هذا القالب على ملخص جذاب يتناول نقاط الموضوع، بعد ذلك تعرض الأفكار حيث تمثل كل فكرة كتلة مستقلة في النص الصحفي مثل طريقة العناوين الفرعية. وتتساوى هذه الكتل من حيث الأهمية، إلا أنه يجب الربط بين هذه الكتل بعبارات انتقالية (القيسي، 2013، صفحة 172).

قالب الكتل النصية بحجم الشاشة: يقصد بكتلة النص وحدة تقسيم وعرض المادة التي سوف يتم نشرها في الصحيفة الإلكترونية حيث تصمم لتخاطب الذاكرة قصيرة المدى، كما يتم تقسيمها في صورة خريطة بحث في حالة ما إذا احتوت هذه الكتلة على أكثر من معلومة أو جزئية للحدث، كما يُفترض أن يوضع لكل كتلة نصية عنوانا مناسباً لها، ويمكن أن تكون هذه الكتلة عبارة نص أو جدولاً أو رسماً بيانياً أو حتى خريطة (الفيصل، مدخل في صحافة الانترنت، 2014، صفحة 116).

القالب الماسي: يتميز هذا القالب بوجود مقدمة سردية وغالباً ما تكون نادرة أو صورة شخصية تؤدي إلى الفقرة الجوهرية وهي الفقرة التي تبرز عندها النقطة الأساسية في الموضوع يليها الفقرة المهمة التي يطلق عليها (فقرة الأهمية) التي تضع النقطة الجوهرية ضمن سياقها العام كما أن الفقرة الجوهرية والفقرة المهمة تؤديان إلى شكل قالب الهرم المعكوس حيث تناقش القضايا ذات الصلة وخلفية الموضوع بتسلسل وحسب أهميتها.

قالب الأحداث المتوقعة: ذكر جورج هاو أن هذا القالب متطور عن الهرم المعكوس بوجود مقدمة تلخيصية ثم التفاصيل التي ترتب بشكل منتظم، ويؤكد على عنصر المكان والزمان أكثر من التأكيد على الموضوعات التي تعالج أحداثاً سابقة وتكون على شكل أخباراً قصيرة. ويستخدم هذا القالب في الأحداث المتوقعة من قبيل: الإعلانات الروتينية، الأحداث المبرمجة، البرامج، الاجتماعات (تومي، التحرير للاذاعة والتلفزيون، 2022، صفحة 99).

قالب لوحة التصميم: يمتاز الخير في الصحافة الإلكترونية عن الخبر في الصحافة الورقية باستخدامه للإمكانيات التي تتيحها البيئة الإلكترونية الجديدة كالوسائط المتعددة التفاعلية، ويركز هذا النمط على إدراج الصوت والصورة ورجع الصدى إلى القصة الخبرية، وتتكون المادة الإخبارية في هذا القالب من إطارين على صفحة البدء، حيث يحتوي الإطار الأول على العنوان وأهم نقطة في الموضوع أو المقدمة إن وجدت، أما الإطار المقابل فيتم وضع عناصر الوسائط المتعددة (القيسي، 2013، صفحة 163).

قالب الساعة الرملية: يجمع هذا القالب بين قالب الهرم المقلوب وما يسمى قالب الحكاية أو القصة، فيبدأ باستخدام الهرم المقلوب إذ يبدأ بخبر ساخن ثم يمضي في تتابع زمني في جزء أو بقية أجزاء الخبر، وتستخدم بنية الساعة الرملية حينما يكون في الخبر حدث درامي مثير ينقاد للتتابع الزمني في جزء من الخبر، وهذا القالب مفيد في أخبار الجريمة والمحاكم والكوارث التي تميل نحو السرد القصصي

(إبراهيم الفلاحي، 2017، صفحة 114).

قالب الإوزة: ويقوم باستخدام النثر الصحفي الذي يدخلنا في مشهد بعد آخر، وتبرز فيه قدرة قالب الكاتب على دس شخصيته بشكل مناسب دون تطفل أو نفور، وبيضة الإوزة في الحقيقة هي قصصي كلاسيكي يظهر المشهد ثم تنكشف الأحداث ويجري إيضاح المقدمة وفق المغزى الذي نجده في النهاية، حيث أن أفضل الموضوعات هي التي تصنع الدوائر ويعني الموضوع الذي يبدأ بمقدمة معينة ثم يعود إليها في النهاية، حيث يعنى كثيرا بالنهاية المحكمة ذات التأثير الدرامي، ويقتضي من الكاتب أن يضع في القصة معلومات مهمة وخلفيات الأحداث وإيضاحات مشرقة تجعل من الموضوع وحدة سردية روائية ذات نهاية مشوقة وبداية جذابة. (القيسي، 2013، صفحة 163)

القالب التجميعي: إن القالب التجميعي يستخدم لجمع موضوعات أو أخبار الحوادث في موضوع واحد ويكتب بمقدمة قصيرة وبقية تفاصيل الخبر على شكل فقرات متساوية الأهمية.

قالب الدورق: وهذا القالب متفرع عن قالب الهرم حيث يتم وضع المادة الصحفية معكوسة على قمة قالب سردي أو تسجيلي بحيث يأخذ الموضوع شكل الدورق. ويستخدم هذه القالب في أخبار الحوادث غير الاعتيادية حيث هناك حاجة إلى تفاصيل عديدة تحتاج إلى نسج دقيق وعلى الكاتب أن يستطلع قدراته على ذلك وأن يتأكد من أن هذا القالب هو الفريد لمثل هذه الأحداث. (تومي، التحرير للاذاعة والتلفزيون، 2022، صفحة 98)

ويرى الباحث أن على محرري مواقع الصحف مراعاة قواعد الكتابة للصحافة الإلكترونية من حيث الاختصار واستخدام الجمل القصيرة وذلك وفقا لطبيعة المستخدم الذي يريد دوما الانتهاء من القراءة بسرعة، بالإضافة الى ارفاق المضامين الإخبارية بالوسائط المتعددة لتحقيق رد فعل سريع وفوري للمستخدم.

كما يؤكد الباحث على ضرورة تطوير الأنواع الصحفية بما يتماشى مع بيئة الصحافة الإلكترونية وبيئة المستخدم واتقان تطبيقات وبرمجيات الكتابة في ضل المرحلة الجديدة للويب المتجسد أو ما يسمى بالواقع المعزز.

التشريع القانوني للصحافة الإلكترونية في الجزائر والرهانات المستقبلية:

يعرف قانون الإعلام الجزائري لسنة 2012 الصحافة الإلكترونية في مادته 67 والتي تفيد "الصحافة الإلكترونية هي كل خدمة اتصال مكتوب عبر الانترنت موجهة للجمهور أو فئة منه، وينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري ويتحكم في محتواها" والملفت للانتباه أن القانون لم يأت على ذكر الصحف الإلكترونية إلا في المواد 68 ، 67 ، 69 ، 70 غير أنه ربطها بالمحتويات المنشورة على الانترنت الخاصة بوسائل الإعلام الناشطة في الميدان منها الصحف المكتوبة أو القطاع السمعي البصري، حيث ورد في المادة 68 "يتمثل نشاط الصحافة المكتوبة عبر الانترنت في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام ويجدد بصفة منتظمة ويتكون من أخبار لها صلة بالأحداث وتكون موضوع . ذات طابع صحفي ولا تدخل المطبوعات الورقية في هذا الصنف عندما تكون النسخة عبر الانترنت والنسخة الأصلية متطابقتين".

أما خدمة السمعي البصري عبر الانترنت فيقصد بها حسب المادة 69: "كل خدمة اتصال سمعي بصري عبر الانترنت (واب تلفزيون، واب إذاعة موجه للجمهور أو فئة منه وتنتج وتبث بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري ويتحكم في محتواها الافتتاحي" وتحدد المادة 70 النشاط السمعي البصري عبر الانترنت في إنتاج مضمون أصلي موجه للصالح العام ويجدد بصفة منتظمة ويحتوي خصوصا على أخبار ذات صلة بالأحداث وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي، وتدخل ضمن هذا الصنف خدمات السمعي البصري فقط التي تمارس نشاطها حصريا عبر الانترنت.

(رزاق، 2014، صفحة 126).

وتحصي الجزائر خلال سنة 2020 ما يقارب 150 موقع إلكتروني إخباري، 84 منها فقط مصرح بها لدى وزارة الاتصال واختار أغلبهم الإيواء في الخارج بحسب آخر إحصائيات رسمية قدمها وزير الاتصال بلحيمر عمار، وهذا في ظل إحصاء أزيد من 42 مليون مستخدم للإنترنت من قبل سلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية، حيث أن هذا النوع من الصحافة ينشط في ظل فراغ قانوني مما خلق وضعية تتسم بعدم التوازن (الشروق أونلاين، 2020)، كما أن هذا النوع من الصحافة أصبح المصدر رقم واحد منذ سنة 2016 للأخبار والمعلومات واستقطب عدد لا بأس به من الجمهور.

وبناء على هذه المعطيات أمر رئيس الجمهورية السيد عبد المجيد تبون بتاريخ 4 فبراير 2020 الوزير الأول السيد عبد العزيز جراد بالشروع في تسوية الوضعية القانونية للصحف الإلكترونية الموطنة في الجزائر، حيث ستتعامل مع الصحف على الانترنت كما تتعامل مع الصحافة الوطنية المكتوبة في تغطية

النشاطات الوطنية والرسمية، مع منحها الحق في الاستفادة من الإشهار العمومي في حدود ما يسمح به القانون وأخلاقيات المهنة (وزير الاتصال عمار بلحيمر، 2020)، وهي بداية لعهد جديد في تاريخ الصحافة الإلكترونية في الجزائر بعدما عانت هذه الأخيرة من الفراغ القانوني لأزيد من عقدين من الزمن وخاصة خلال الست سنوات الأخيرة التي عرفت توجهها ملفتا للصحفيين لهذا النوع من الصحافة مع تعميم الجيل الرابع والثالث من الانترنت و تغير اهتمامات الجمهور الجزائري في ظل الانتشار الملفت للتكنولوجيا التي باتت تهدد الصحافة التقليدية بكل أنواعها.

وشرعت وزارة الاتصال تحضيرا للمشروع التمهيدي للقانون حول الصحافة الإلكترونية في تنظيم عدة لقاءات ومنها أول ورشة تم عقدها بالمدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام بين عكنون بتاريخ 20 فيفري وتكللت هذه الورشات بإصدار المرسوم التنفيذي المحدد لممارسة نشاط الإعلام عبر الانترنت ونشر الرد أو التصحيح عبر الموقع الإلكتروني في الجريدة الرسمية رقم 70 الصادرة بتاريخ 25 نوفمبر 2020 (الجريدة الرسمية الجزائرية، 2020). صادق مجلس الوزراء على مشروع المرسوم التنفيذي الحامل لرقم 332/20 في أكتوبر 2020، ويضم 42 مادة وأربع فصول الأول يضم أحكام عامة، والثاني يخص كفاءات ممارسة نشاط الإعلام عبر الانترنت، أما الثالث فيشمل حق الرد وحق التصحيح، فيما يحوي الرابع أحكام انتقالية وختامية.

حدد المرسوم التنفيذي شروط فتح وتوطين ونشاط المواقع الإلكترونية الإخبارية في الجزائر في 12 نقطة كالآتي (بوالقمح، 2020):

1. استثناء النشاطات الإعلامية التي تنشر مواد إعلانية أو تكون فرعا لنشاط صناعي.
2. شرط الجنسية الجزائرية لصاحب الموقع وخضوعه للقانون الجزائري.
3. صاحب الموقع يجب أن يكون بمستوى جامعي وله خبرة 3 سنوات في قطاع الإعلام.
4. ألا يكون لمسير الموقع سوابق ومحكوم عليه في قضايا قذف وتحريض، ولا يمكن أن يسير أكثر من موقع واحد
5. استضافة الموقع يجب أن تكون في الجزائر ضمن نطاق dz.
6. منع أي تمويل أجنبي للمواقع الإلكترونية.
7. الموقع الإلكتروني يجب أن ينشر اسم مسؤوله وعنوانه.
8. تقديم تصريح مسبق بالنشاط لدى سلطة الصحافة الإلكترونية ومهلة 60 يوما للنظر في الطلب.
9. مخالفة شروط النشاط تؤدي إلى صدور إعدار ثم تعليق النشاط ثم سحب التسجيل.

10. ضمان حق الرد والتصحيح بعد تلقيه.
11. مهلة 12 شهرا للمواقع الناشطة حاليا للتكيف مع المرسوم الجديد.
12. تسحب شهادة التسجيل من كل موقع توقف عن النشاط لمدة 6 أشهر.

3

عرض وتحليل نتائج الدراسة التحليلية

تمهيد

يتناول هذا الإطار عرض وتحليل النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة التحليلية لـ أربعة مواقع صحفية جزائرية هي: "الشعب أونلاين"، "سبق برس"، "الجزائر الآن" و "competition"، في الفترة من 01 جانفي إلى 30 مارس 2023، وقد سبق وتعرضنا في الإطار المنهجي للدراسة أسباب اختيار هذه المواقع.

ويمكن تناول التحليل الكمي لمواقع هذه الصحف في صورة جداول ترصد تكرارات عناصر وفئات التحليل حسب ظهورها بالموقع، على مدار العينة الزمنية للدراسة، بالإضافة إلى التحليل الكيفي ووصف العناصر الثابتة في عملية التصميم والإخراج، وإجراء المقارنات بين أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين ما توصلت إليه الدراسات السابقة وبين ما توصلت إليه دراستنا، يأتي ذلك على النحو التفصيلي الآتي:

المحور الأول: المكونات التركيب العامة لمواقع صحف الدراسة

الجدول رقم 15: نوع Domain لمواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition .dz		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Domain
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	-	-	-	-	-	-	.com
-	-	-	-	-	-	-	-	.net
100	12	100	12	100	12	100	12	.dz
-	-	-	-	-	-	-	-	.info
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول رقم 15 بأن كل من مواقع الصحف عينة الدراسة لديهم توطين على Domain محلي .dz. بنسبة 100% لكل موقع طيلة فترة التحليل، كما هو موضح في الشكل رقم 06.



شكل 07: يوضح نوع Domain مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

حيث تختلف نتائج دراستنا مع دراسة الباحث صالح بن زيد صالح العنزي، التي توصلت إلى أن صحف الجزيرة، الرياض واليوم، تستخدم النطاقين المحلي والعالمي معا، بينما تستخدم صحيفتا عكاظ والوطن النطاق المحلي فقط، أما صحيفة المدينة فتستخدم النطاق العالمي فقط (بن صالح العنزي، 2007، صفحة 148).

ويرى الباحث أن استخدام Domain محلي وليس عالمي، يتوافق مع المادة 06، من المرسوم التنفيذي رقم 20-332 المؤرخ في 22 نوفمبر 2020 والصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية، والذي يحدد نشاط الإعلام عبر الإنترنت. حيث جاء في نص المادة: يخضع نشاط الإعلام عبر الإنترنت للنشر عبر موقع إلكتروني، تكون استضافته موطنه حصريا ماديا ومنطقيا في الجزائر بامتداد اسم النطاق "DZ". (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية، 2020) وهذا ما يعني أن المواقع الإلكترونية تكون على خوادم ويب جزائرية 100% تخزن فيها بياناتها ومعلوماتها، وكذا الاحتفاظ بها وإجراء المعاملات والعمليات عليها.

الجدول رقم 16: تطابق عنوان URL باسم مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع عنوان URL
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	12	-	-	100	12	100	12	Identical
-	-	100	12	-	-	-	-	Incongruent
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول 16 تفرد موقع صحيفة "الجزائر الآن" من بين صحف عينة الدراسة بعدم تطابق (Incongruent) اسمه مع عنوان الـ URL، حيث اعتمد على ترجمة الاسم الى اللغة الفرنسية ووضعه كعنوان له <https://algeriemaintenant.dz>، بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة. ويرجع البحث سبب ذلك الى وجود عنوان محجوز سابقا لجهة أخرى على نفس الدومان DZ. يحمل نفس الاسم، مما جعل الصحيفة تعتمد على الترجمة الى اللغة الفرنسية لتجنب التكرار.

بينما باقي مواقع الصحف عينة الدراسة كانت لها رابطة مباشرة متطابقة (Identical) بين عنوان الـ URL واسم الموقع، بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة، فعنوان موقع صحيفة "الشعب أونلاين" <https://www.echaab.dz>، وعنوان موقع صحيفة "سبق برس" <https://www.sabqpress.dz>، وعنوان موقع صحيفة "competition" <https://www.competition.dz>.

حيث كان عنوان الـ URL الخاص بمواقع صحف عينة الدراسة مرئياً دائماً في الجزء العلوي من نافذة المتصفح وتحديدًا في شريط العنوان، ويختفي في أجهزة الهواتف الذكية واللوحية عند النزول لأسفل صفحة الويب المفتوحة عبر المتصفح. وتتفق نتائج دراستنا مع دراسة الباحث إبراهيم السمان، والتي توصلت إلى أن جميع المواقع محل الدراسة تتسم بارتباط جميع عنوان URL باسم الموقع وبمضمون الصفحة الداخلية بنسبة 100%. (محمد السمان، 2019، صفحة 161).

ويرى الباحث أن مواقع صحف عينة الدراسة استخدمت التطابق بين الاسم وعنوان الـ URL لأنه بمثابة عنوان لأحد مصادر الإنترنت، أي أنه يشير إلى المكان الذي يحتوي على بيانات الموقع المطلوب، وأيضا

يحتوي على البروتوكول المستخدم للوصول مثل ftp:// أو http:// ليسهل عملية البحث والوصول أمام المستخدمين.

الجدول رقم 17: Programming Language مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		السبب		الشعب أونلاين		المواقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	Programming Language
25	12	25	12	25	12	25	12	HTML
25	12	25	12	25	12	25	12	JavaScript
25	12	25	12	25	12	25	12	CSS
25	12	25	12	25	12	25	12	Php
100	48	100	48	100	48	100	48	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول رقم 17 بأن كل مواقع الصحف عينة الدراسة تحتوي على مختلف Programming Language على غرار لغة HTML، JavaScript، CSS، وPhp في بناء مواقعها الإلكترونية من أبسط صفحات الويب الثابتة الى بناء تطبيقات الويب المعقدة، واعتمد الباحث بشكل أساسي على كود source لكل موقع لاستخراج لغات البرمجة لكل موقع.

تجدر الإشارة إلى أن جميع مواقع الصحف الدراسة استخدمت لغات البرمجة في تطوير الويب الخاص بها خصوصا في شق "Front-end" تطوير الواجهات الأمامية" وهو الجانب الذي يراه المستخدم ويختبره بشكل مباشر، على اللغات الثلاث، HTML في عملية بناء صفحات الويب، CSS في عملية تنسيق الصفحات وJavaScript في عملية إضافة الصفات التفاعلية لصفحات الويب.

كما تستخدم كل مواقع الصحف عينة الدراسة على لغة Php في تطوير شق "Back-end" تطوير النظم الخلفية" وهو الجانب الذي لا يراه المستخدم ولا يتفاعل معه. حيث تسمح للمصمم بجمع ملفات تعريف الارتباط وتعيينها واستلامها، وكذا العمل على الخادم وقواعد البيانات لضمان إبقاء الموقع يعمل بسلاسة أمام المستخدم.



شكل 08: يوضح Programming Language مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

الجدول رقم 18: browser compatibility مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع browser compatibility
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	12	100	12	100	12	100	12	approver
-	-	-	-	-	-	-	-	disapprover
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول رقم 18 بأن كل مواقع صحف عينة الدراسة متوافقة (approver) مع متصفحات الإنترنت التي يستخدمها المستخدمين، بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة.

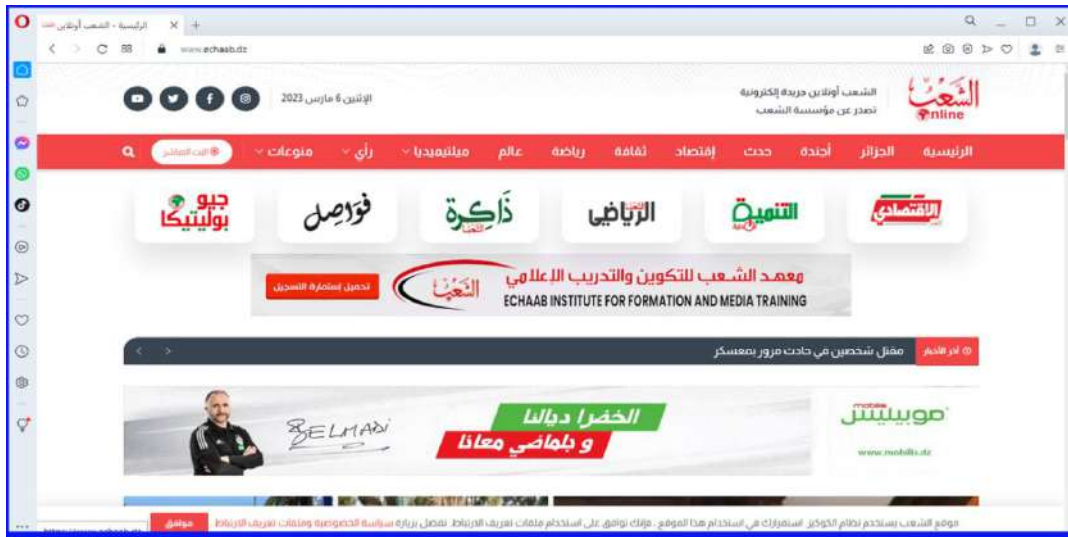
وتتفق نتائج دراستنا مع دراسة الباحث محمد خليفة، التي توصلت الى توافق المواقع الصحفية العربية والأجنبية عينة الدراسة مع متصفحات الويب المستخدمة من خال عدة متصفحات (محمد أحمد، 2022، صفحة 163).

كما تتفق أيضا مع نتائج دراسة الباحث إبراهيم السمان، التي توصلت إلى أن جميع مواقع الدراسة تتسم بثبات التصميم حين يتم التصفح من برامج تصفح مختلفة على شبكة الإنترنت وقد استعان الباحث بكل من هذه المتصفحات، Google chrome، Mozilla Firefox، internet explorer، opera mini، وكشفت الدراسة أن تصميم المواقع الستة حين يتم التصفح ببرنامج Mozilla Firefox لا يختلف عن تصفحهم

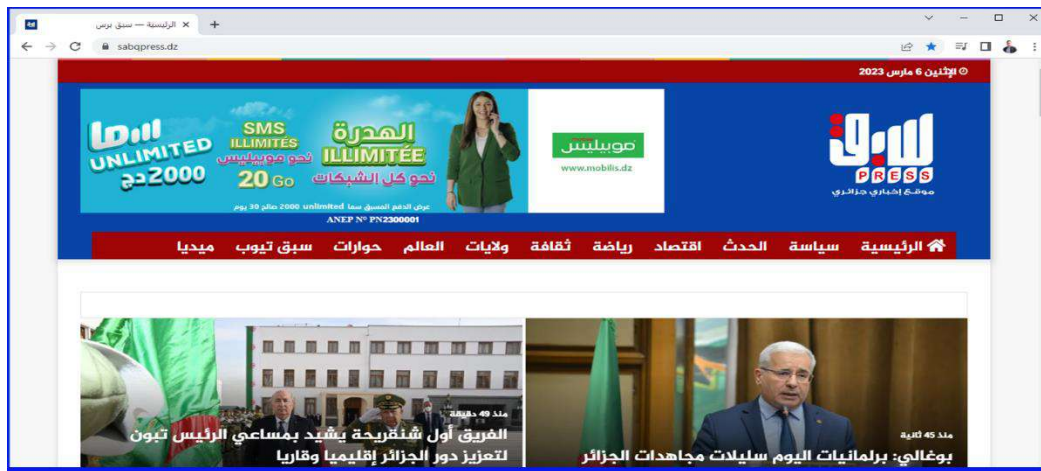
ببرنامج Google chrome أو برنامج opera mini أو برنامج Google chrome أو غيرهم من برامج التصفح (محمد السمان، 2019، صفحة 161).

ويرى الباحث أن ذلك راجع لكفاءة لغات البرمجة التي تم ذكرها في الجدول السابق، والتي توظفها مواقع صحف عينة الدراسة، حيث تم برمجة أكواد خاصة تدعم الاوامر البرمجية الحديثة للمتصفحات بحيث تجعل الموقع يفتح باي متصفح يستخدمه المستخدم دون مشاكل أو أجزاء ناقصة.

كما لاحظ الباحث أن مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة منعت من ظهور الإعلانات المنبثقة التي تفرضها المتصفحات على المستخدمين من خلال تتبع ال IP address الخاص بهم، وهي خطوة إجابيه بحيث تمكن المستخدم من الإبحار في الموقع بطريقة سلسلة وغير مقلقة.



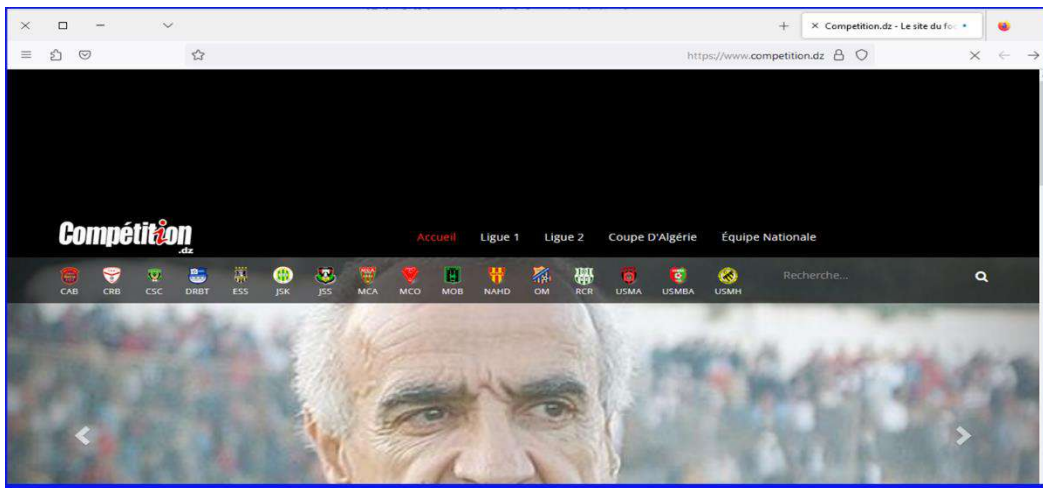
شكل 09: موقع صحيفة "الشعب أونلاين" على متصفح opera



شكل 10: موقع صحيفة "سبق برس" على متصفح Google chrome



شكل 11: موقع صحيفة "الجزائر الآن" على متصفح opera



شكل 12: موقع صحيفة "competition" على متصفح Mozilla Firefox

الجدول رقم 19: Home Page Parts مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Home Page Parts
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	12	100	12	100	12	100	12	Header, Body, Footer
-	-	-	-	-	-	-	-	Header, Body
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 19 أن كل من صحف مواقع عينة الدراسة قد احتوت صفحاتها الرئيسية على رأس وجسم وذيل (Header, Body, Footer) بنسبة 100%، وذلك طيلة فترة الدراسة، كما هو موضح في الشكل رقم 13.

كما تتشابه نتائج دراستنا أيضا مع دراسة الباحثة نورير بنت سيف العتيبي، والتي توصلت واجهات مواقعه الصحف الإلكترونية محل الدراسة تتكون من الأقسام الثلاث وهي الترويسة وجسم الصفحة وتذييل الصفحة (سيف العتيبي، 2016، صفحة 238).

وتتقارب نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد، حيث توصلت الى أن ثلاثة مواقع فقط من أصل أربعة التزمت في اخراج صفحاتها الرئيسية على الأجزاء الثلاثة "راس، جسم، ذيل" وتتمثل في: جريدة القدس، جريدة الأيام، جريدة فلسطين، بينما اكتفت جريدة الحياة الجديدة في إخراج موقعها على "رأس وجسم فقط" (سليم لبد، 2014، صفحة 188).



شكل 13: يوضح Home Page Parts مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

ويرى الباحث أن الأجزاء الثلاثة المتمثلة في الرأس والجسم والذيل، تمثل أهمية بالغة بالنسبة لموقع أي صحيفة، كون كل جزء يعبر عن شخصيتها، فالرأس يمثل هوية الموقع من خلال ما يحمله من شعار الصحيفة سواء المرسوم أو المكتوب وكذا اقسام الموقع ومن نحن التي تعرف بموقع الصحيفة وغيرها، أما الجسم يضم كل المحتويات والمضامين الصحفية والإعلانية وغير ذلك من المواد، أما الذيل فيحتوي عادة على الحقوق الفكرية والملكية للموقع وكذا روابط وخريطة الموقع وطرق الاتصال.

الجدول رقم 20: Home Page Space مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

competition	الجزائر الآن	سبق برس	الشعب أونلاين	المواقع Home Page Space
Pixel	Pixel	Pixel	Pixel	
233*50	213*13	220*61	300*40	Header Space
233*272	213*1186	220*1050	300*1136	Body Space
233*88	213*44	220*69	300*86	Footer Space
233*910	213*1243	220*1181	300*1261	Total area

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 20 أن موقع صحيفة "الشعب أونلاين" هو الأطول بين مواقع صحف عينة الدراسة، حيث بلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية 1261 Pixel في عرض بلغ 300 Pixel، كما هو موضح في الأشكال رقم 17/16/15/14، يليه موقع صحيفة "الجزائر الآن" حيث بلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية 1243 Pixel في عرض بلغ 213 Pixel، فيما جاء ثالثا موقع صحيفة "سبق برس" حيث بلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية 1181 Pixel في عرض بلغ 220 Pixel، وجاء في المرتبة الرابعة موقع صحيفة "competition" كأقصر طول بين مواقع صحف عينة الدراسة.

وترى الباحثة عبير محمد سليم لبد من خلال دراستها أن المصممين اتفقوا على " أن طبيعة الموقع تؤثر بشكل مباشر على ارتفاع الصفحة الرئيسية للموقع، مؤكدين أن المواقع الإعلامية تمتاز بطول الارتفاع، لكن لابد من مراعاة المستخدم واحتياجاته، مبينين أنه لا يوجد ارتفاع مثالي للموقع (سليم لبد، 2014، صفحة 154).

وعلى مستوى كل موقع على حدى: جاءت مساحة أجزاء الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة طوال فترة التحليل كما يلي:

1. موقع صحيفة "الشعب أونلاين": بينت النتائج أن المساحة الكلية للصفحة الرئيسية للموقع بلغت 300*1261 Pixel، كأكبر مساحة من بين مواقع صحف عينة الدراسة، مقسمة على النحو التالي: مساحة رأس الصفحة 300*40 Pixel، مساحة جسم الصفحة 300*1136 Pixel، مساحة ذيل الصفحة 300*86 Pixel.

2. **موقع صحيفة "سبق برس"**: بينت النتائج أن المساحة الكلية للصفحة الرئيسية للموقع بلغت 1181×220 Pixel، وبذلك يأتي ثالثاً من بين مواقع صحف عينة الدراسة، مقسمة على النحو التالي: مساحة رأس الصفحة 61×220 Pixel، مساحة جسم الصفحة 1050×220 Pixel، مساحة ذيل الصفحة 69×220 Pixel.

3. **موقع صحيفة "الجزائر الآن"**: بينت النتائج أن المساحة الكلية للصفحة الرئيسية للموقع بلغت 1243×213 Pixel، كثاني أكبر مساحة من بين مواقع صحف عينة الدراسة، مقسمة على النحو التالي: مساحة رأس الصفحة 13×213 Pixel، مساحة جسم الصفحة 1186×213 Pixel، مساحة ذيل الصفحة 44×300 Pixel.

4. **موقع صحيفة "competition"**: بينت النتائج أن المساحة الكلية للصفحة الرئيسية للموقع بلغت 910×233 Pixel، وبذلك يأتي ثالثاً من بين مواقع صحف عينة الدراسة، مقسمة على النحو التالي: مساحة رأس الصفحة 50×233 Pixel، مساحة جسم الصفحة 272×233 Pixel، مساحة ذيل الصفحة 88×233 Pixel.

هذا وتفضل بعض الصحف عرض الكثير من الموضوعات على صفحتها الرئيسية كما هو الحال بالنسبة لموقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و"الجزائر الآن"، ونتيجة لذلك تظهر صفحات البدء بأطوال مفرطة، وفي الواجهات التي تتسم بالطول المفرط لا تعتبر الصفحة كوحدة كاملة بل تقسم الى وحدات باعتبار ان الصفحة الطويلة تمثل أكثر من شاشة، وقد أشارت إحدى الدراسات سنة 2007، أن طول الصفحة المثالي 1200 Pixel فأقل. (سيف العتيبي، 2016، صفحة 98.99).

ويرى الباحث أنه في الوقت الحالي ومع ظهور عدة أجهزة إلكترونية عارضة، أصبح أغلب المصممين ومبرمجي مواقع الويب لا يقومون بتحديد طول وعرض الصفحة الرئيسية بل تصمم بشكل (Responsive) لكي تتلاءم مع جميع الأجهزة الإلكترونية العارضة كالحواسيب الشخصية والهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية.



شكل 14: يوضح مساحة موقع صحيفة "الشعب أونلاين".



شكل 15: يوضح مساحة موقع صحيفة 'سبق برس'



شكل 16: يوضح مساحة موقع صحيفة "الجزائر الآن"



شكل 17: يوضح مساحة موقع صحيفة "competition"

الجدول رقم 21: Home Page Speed مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

competition	الجزائر الآن	سبق برس	الشعب أونلاين	المواقع
second	Second	second	second	Home Page Speed
1	0.9	4.5	1.7	Time to Interactive
0.9	0.9	0.9	0.8	First Contentful Paint
1.4	0.9	1.5	1.1	Speed Index
0	0.01	0.19	0.27	Cumulative Layout Shift

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 21 سرعة تحميل الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة واستجاباتها وتفاعلها وسرعة عرض مضمونها، طيلة فترة الدراسة.

واعتمد الباحث بشكل أساسي على اداء Insights PageSpeed من قوقل، لقدرتها الفائقة على تحليل محتويات المواقع وتشخيص الأخطاء وإعطاء المقترحات التقنية. من خلال خمسة مقاييس وهي كالاتي:

1. Time to Interactive (الوقت الكامل لتفاعلية الصفحة):

تشير نتائج الجدول المدون أعلاه الى تصدر موقع صحيفة "الجزائر الآن" بـ 0.9 ثانية كوقت مستغرق لتصبح الصفحة الرئيسية تفاعلية بالكامل أمام المستخدم، فيما جاء ثانيا موقع صحيفة "competition" بـ 1 ثانية، وجاء موقع صحيفة "الشعب أونلاين" ثالثا بـ 1.7 ثانية، فيما جاء موقع صحيفة "سبق برس" في المرتبة الأخيرة -فارق يعتبر نسبيا كبير- بـ 4.5 ثانية.

ويرى الباحث أن سبب تأخر موقع صحيفة "سبق برس" في وقت تفاعلية الصفحة الرئيسية بالكامل واحتلاله المرتبة الرابعة، راجع الى العدد الكبير من الزيارات اليومية للموقع مما يؤدي الى عملية ضغط على الخادم الخاص به، ويرجح الباحث أيضا سبب هذا البطء الى وجود مواقع أخرى ضمن نفس الخادم وهو ما يؤدي الى ثقله في عملية الاستجابة، لأن موقع صحيفة "سبق برس" لا يحتوي على أي إضافات خارجية ال تؤدي أغلبها الى بطء في أداء الموقع.

2. First Contentful Paint (سرعة عرض محتويات الصفحة الرئيسية):

تشير نتائج الجدول المدون أعلاه الى تصدر موقع صحيفة "الشعب أونلاين" بـ 0.8 ثانية كوقت يستغرقه المتصفح في عرض المحتويات الخاصة بالموقع، فيما احتلت بقية مواقع عينة الدراسة المرتبة الثانية بـ 0.9 ثانية.

3. Speed Index (سرعة تحميل محتويات الصفحة الرئيسية للمستخدم):

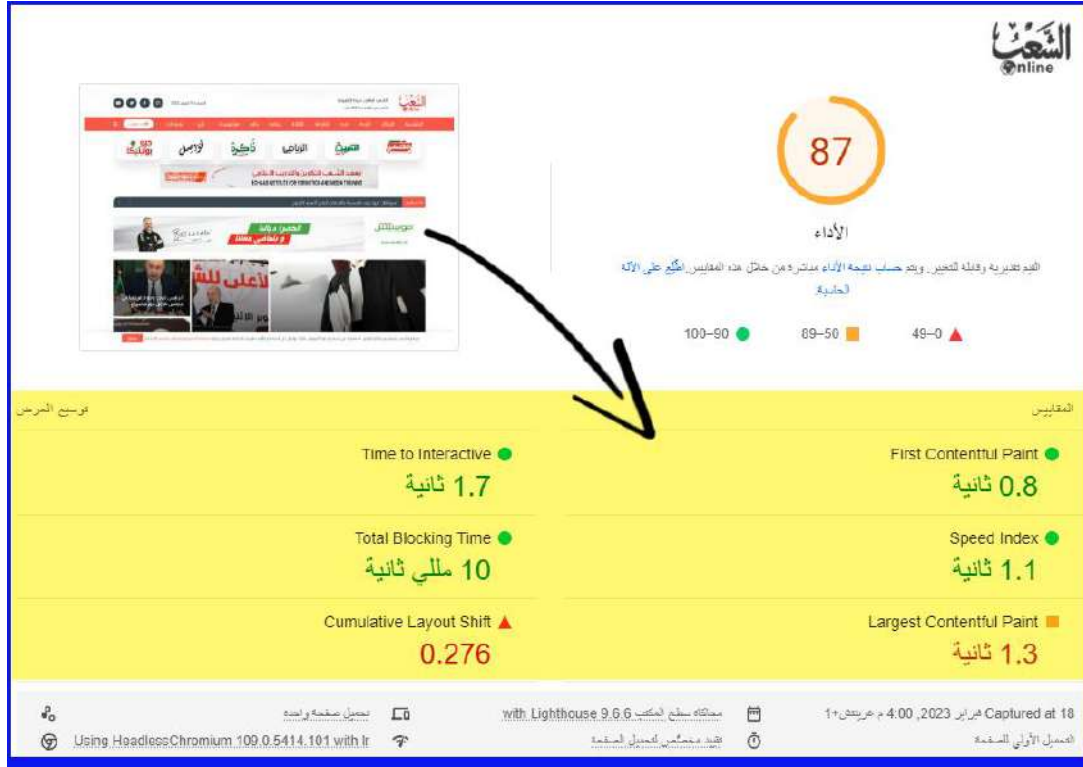
تشير نتائج الجدول المدون أعلاه الى تصدر موقع صحيفة "الجزائر الآن" بـ 0.9 ثانية كوقت مستغرق لتحميل محتويات الصفحة الرئيسية أمام المستخدم، فيما جاء ثانياً موقع صحيفة "الشعب أونلاين" بـ 1.1 ثانية، وجاء موقع صحيفة "competition" ثالثاً بـ 1.4 ثانية، وموقع صحيفة "سبق برس" في المرتبة الأخيرة بـ 1.5 ثانية.

4. Cumulative Layout Shift (تغيرات حركة العناصر التراكمية):

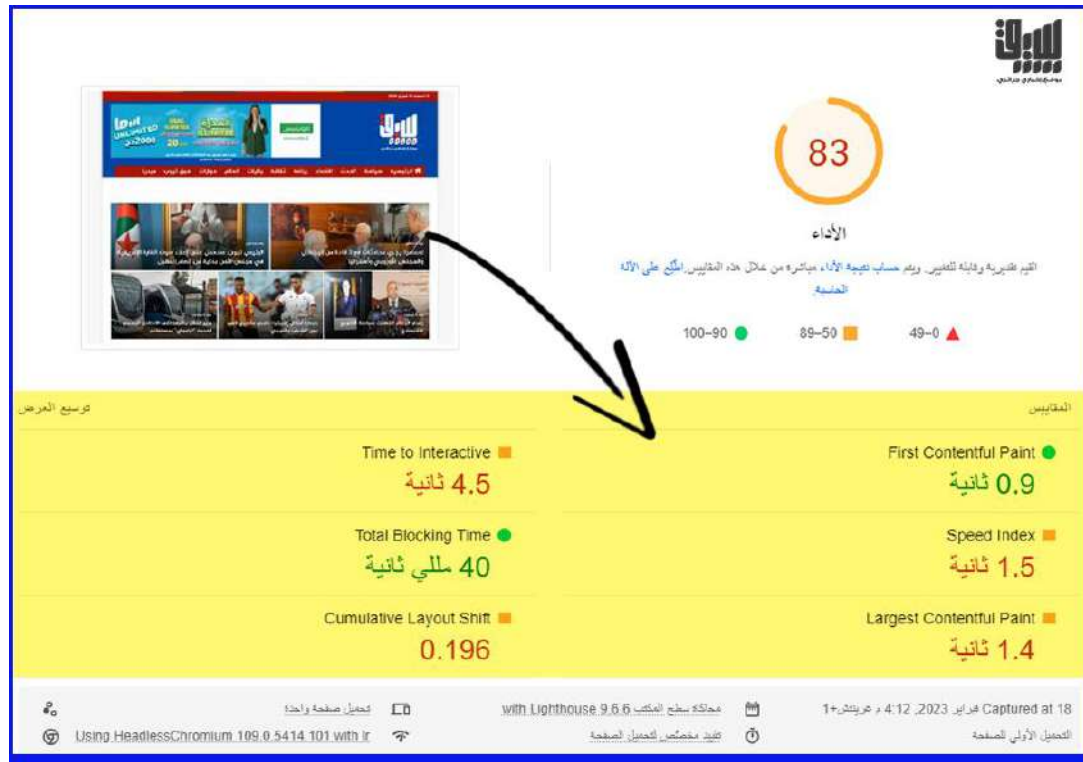
تشير نتائج الجدول المدون أعلاه الى تصدر موقع صحيفة "competition" بـ 0 ثانية كوقت للتغيرات في حركة العناصر التراكمية على الصفحة الرئيسية، فيما جاء ثانياً موقع صحيفة "الجزائر الآن" بـ 0.01 ثانية، وجاء موقع صحيفة "سبق برس" ثالثاً بـ 0.19 ثانية، وموقع صحيفة "الشعب أونلاين" في المرتبة الأخيرة بـ 0.27 ثانية.

ويرى الباحث أن سبب احتلال موقع صحيفة "competition" المرتبة الأولى في وقت التغيرات في حركة العناصر التراكمية على الصفحة الرئيسية، راجع الى عدد العناصر والمحتويات القليلة جداً التي يحتوي عليها الموقع مقارنة بمواقع عينة الدراسة الأخرى، مما يجعله لا يأخذ أي وقت في عرضها.

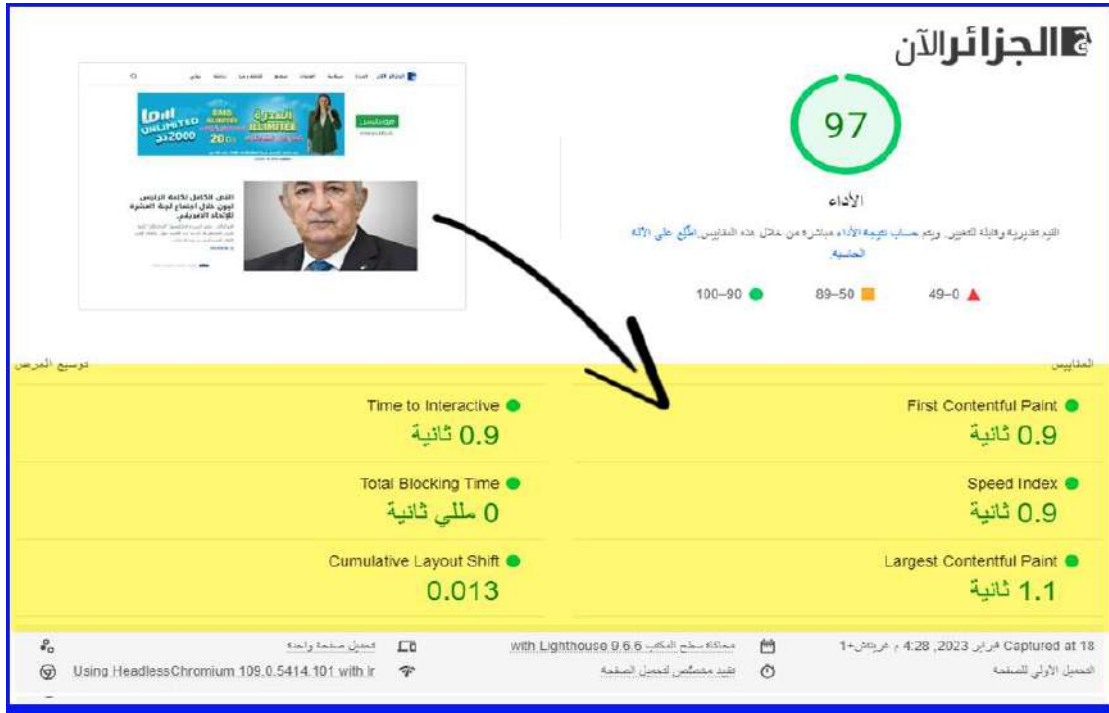
كما يرى الباحث أنه لا يمكن حصر العوامل التقنية لـ أداة PageSpeed Insights من قوئل، والتي تعمل على تحليل مواقع الويب عن طريق تجربة المستخدم الفعلي اثناء الاستخدام كعوامل وحيدة للحكم من خلالها على سرعة أي موقع، انما يتطلب أيضاً دراسة معمقة في خطط الخوادم التي عليها المواقع من خلال التعرف على مساحة التخزين وكمية نقل البيانات والنسخ الاحتياطية وعدد الإضافات المثبتة على الموقع، وغيرها من العوامل ونقارنها مع نتائج أداة PageSpeed Insights لكي نستطيع أن نحكم على أداء وسرعة الموقع بصف كامل.



شكل 18: Home Page Speed موقع صحيفة "الشعب أونلاين".



شكل 19: Home Page Speed موقع صحيفة "سبق برس".



شكل 20: Home Page Speed موقع صحيفة "الجزائر الآن"



شكل 21: Home Page Speed موقع صحيفة "competition".

الجدول رقم 22: Cookies مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة مع المتصفحات.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Cookies
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	-	-	-	-	100	12	Available
100	12	100	12	100	12	-	-	Unavailable
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 23 أن موقع صحيفة "الشعب أونلاين" هو الوحيد الذي يستخدم نظام Cookies من بين صحف مواقع عينة الدراسة الأخرى وذلك بنسبة 100%، كما هو موضح في الشكل 22.

ويرى الباحث أن نظام Cookies مهم جدا لمواقع الصحف لأنه يعمل على تحسين تجربة المستخدم من خلال سرعة التنقل داخل الموقع وأيضا كي لا يضطر المستخدم إلى إعادة إدخال المعلومات المطلوبة في كل مرة تستخدم فيها الموقع، بالإضافة الى قياس سلوكيات تصفح الويب، والتي تسمح بظهور الإعلانات بما يتناسب مع اهتمامات المستخدم الفردية.

كما يرى الباحث أن اهمال كل من مواقع صحف "سبق برس" و"الجزائر الآن" و "competition" لنظام Cookies يمثل ضعف، كونها خدمة تقنية اختيارية تساعد المستخدم والموقع على حد سواء.



شكل 22: نظام الـ Cookies في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".

الجدول رقم 23: Privacy Policy مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة مع المتصفحات.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Privacy Policy
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	-	-	-	-	100	12	Available
100	12	100	12	100	12	-	-	Unavailable
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 23 أن موقع صحيفة "الشعب أونلاين" هو الوحيد الذي يستخدم سياسة الخصوصية (PrivacyPolicy) من بين صحف مواقع عينة الدراسة الأخرى وذلك بنسبة 100%، كما هو موضح في الشكل 23.

ويرى الباحث أن سياسة الخصوصية مهمة جدا لمواقع الويب بشكل عام ومواقع الصحف بشكل خاص، كونها تحدد الخطوط العريضة لأنواع المعلومات الشخصية التي يتلقاها ويجمعها الموقع من المستخدم، وكيفية استخدامها، كمفاتيح الدخول التي تجمع عنوان الإنترنت (IPAddress) الخاص بالمستخدم، ونوع المتصفح، ومزود الخدمة، وتاريخ ووقت الاستخدام، والصفحات التي تمت زيارتها، والروابط التي تم الضغط عليها، وذلك قصد تحليل تصرفات الزوار وأنماطهم، بهدف فهمهم وتحسين خدمة الموقع بالشكل المناسب للمستخدم.

بالإضافة إلى ما يسمى بالأطراف الثالثة، مثل قوقل وفيسبوك وتويتر.. الخ استخدام الكوكيز لتحديد المستخدم وتخصيص تجربة الاستخدام (كالإعلانات) استنادا إلى تفضيلاته على مواقع تلك الأطراف.

ويبقى إهمال كل من مواقع صحف "سبق برس" و"الجزائر الآن" و "competition" لسياسة الخصوصية أمر غير مفهوم، كونها أداة تساعد على فهم المستخدم ومساعدته.



شكل 23: Privacy Policy في موقع صحيفة "الشعب أونلاين"

المحور الثاني: أدوات التصميم البنائية لمواقع صفح الدراسة

الجدول رقم 24: Methods Designs مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Methods Designs
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
33.33	12	33.33	12	33.33	12	33.33	12	Interface design
33.33	12	33.33	12	33.33	12	33.33	12	Information design
33.33	12	33.33	12	33.33	12	33.33	12	Navigation design
100	36	100	36	100	36	100	36	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 24 بأن كل من مواقع صفح الدراسة يعتمدون على الأساليب التصميمية الثلاثة (Interface design, Information design, Navigation design) لمواقعهم، وذلك بنسبة 100% لكل موقع، طيلة فترة الدراسة، والتي يمكننا وصفها كما يلي:

تصميم الواجهة **Interface design**: حاولت مواقع صفح الدارسة ترتيب أدوات التصميم بشكل سلس للمستخدم مما يسهل عليه إنجاز المهام التي يريدتها على الموقع، ويظهر ذلك من خلال العناصر الموجودة على الواجهة فهي سهلة القراءة والفهم ويمكن التعامل معها واستخدامها دون عناء، بالإضافة إلى

انها احتوت على مجموعة مختلفة من عناصر الواجهة، وذلك سعياً لبناء خطة يمكن من خلالها تحقيق تصميم تفاعلي على الشاشة، وذلك بغية إدراك هذه الوظيفة وفهمها من قبل المستخدم.

وسعى موقع صحيفة "الشعب أونلاين" لتحقيق هذا حيث كان واضحاً في Header الصفحة التي اتخذت من اللون الأبيض أرضية لها وأحتوت على شعار الموقع مرسوم ومكتوب بالإضافة إلى التاريخ وأيقونات منصات التواصل الاجتماعي، كما لجأ لعرض المضمون الموجود على Body الصفحة بأسلوب البوابة، اعتمد فيه على وضع العناوين على الصورة المصاحبة للخبر بشكل مصغر يمكن رؤيته والدخول إليه بمجرد الضغط على الصورة، أما Footer الصفحة فاحتوى أيضاً على شعار الموقع مرسوم ومكتوب فقط.

وبالنسبة لموقع صحيفة "سبق برس" فاستخدم اللون الأزرق في أرضية Header الصفحة، وأحتوت على شعار الموقع مرسوم ووصف مكتوب بالإضافة إلى التاريخ وإعلان، كما لجأ لعرض المضمون الموجود على Body الصفحة الأسلوب المختلط، اعتمد فيه على وضع العناوين على الصورة المصاحبة للخبر بشكل مصغر يمكن رؤيته والدخول إليه بمجرد الضغط على الصورة، بالإضافة إلى سرد الأخبار على الصفحة بشكل موجز، مع وجود أيقونة التفاصيل في نهاية كل خبر للاستزادة، أما Footer الصفحة فاحتوى أيضاً على شعار الموقع مرسوم ومكتوب فقط.

أما موقع صحيفة "الجزائر الآن" فاستخدم اللون الأبيض في أرضية Header الصفحة، وأحتوت على شعار الموقع مرسوم بالإضافة إلى قائمة التصنيفات وأيقونة محرك البحث المتقدم، كما لجأ لعرض المضمون الموجود على Body الصفحة بأسلوب البوابة، اعتمد فيه على وضع العناوين على الصورة المصاحبة للخبر بشكل مصغر يمكن رؤيته والدخول إليه بمجرد الضغط على الصورة، أما Footer الصفحة فاحتوى أيضاً على شعار الموقع وأيقونات منصات التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى أقسام الموقع.

أما موقع صحيفة "competition" فاستخدم اللون الأسود في أرضية Header الصفحة، وأحتوت على شعار الموقع وأقسامه، كما لجأ لعرض المضمون الموجود على Body الصفحة بأسلوب البوابة، اعتمد فيه على وضع العناوين على الصورة المصاحبة للخبر بشكل مصغر يمكن رؤيته والدخول إليه بمجرد الضغط على الصورة، أما Footer الصفحة فاحتوى أيضاً على شعار الموقع وأيقونات منصات التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى أقسام الموقع.

تصميم المعلومات Interface design: لاحظ الباحث أن جميع مواقع صحف الدراسة قد انتهجت أساليب تصاميم متقاربة لتحقيق بناء المعلومات بالموقع، حيث قدمت جميعها المضامين في شكل منظم لتتمكن من توصيلها للمستخدم بسهولة، فقد دعمت جميعها المضامين بالصور والفيديوهات، كما حاولت تحقيق رضا المستخدم من خلال البناء المعلوماتي وتوضيح أهم المعلومات الموجودة بالموقع في خانات" آخر الأخبار، الأخبار العاجلة، أهم الأخبار" فضلا على استخدامها لأساليب تقسيم الصفحات لتحقيق سهولة طبقا لنوعية المضمون وهذا سعيا لتحقيق سهولة استخدام الموقع وسرعة وصول المستخدمين إلى المضامين الموجودة بالموقع والتي يبحث عنها.

تصميم التجوال Navigation design: لاحظ الباحث أن جميع مواقع الدراسة قد استخدمت أساليب لتحقيق التجوال ويسر الملاحة بين صفحات الموقع، وذلك لمساعدة المستخدمين على تصفح الموقع بسهولة ويسر والوصول إلى المعلومات التي يبحثون عنها وتشبع احتياجاتهم بأقل جهد ووقت ممكن. حيث سعت مواقع صحف الدراسة إلى التوظيف الجيد للأيقونات والرموز داخل الموقع والتي سهلت عملية التجول والإبحار، بالإضافة إلى الإبقاء على شريط قائمة التصنيفات أعلى الصفحة دوما أثناء عملية التصفح والذي يمكن للمستخدمين التجول داخل اقسام الموقع بحرية ويسر، هذا بالإضافة إلى سعي المواقع لتحقيق سهولة حركة العين أثناء قراءة المضامين من خلال التقليل من الألوان وحشو المحتويات مما ساهم في يسر استخدام الموقع وتحقيق سهولة التجول. ويرى الباحث بشكل عام أن توظيف مواقع الدراسة لكل الأساليب التصميمية يعد إيجابيا وذلك لما له من أثر عليها حيث يساهم في جذب انتباه المستخدم والتفاعل مع مختلف المضامين المقدمة، بالإضافة إلى إبقاءه قدر ممكن من الوقت فيه من خلال توظيف العناصر التقنية والفنية التي تتيحها هذه الأساليب التصميمية.

الجدول رقم 25: Homepage design style مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع	
design style									
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	12	100	12	-	-	100	12	Gate style	Type
-	-	-	-	-	-	-	-	Units Style	
-	-	-	-	100	12	-	-	Mixed Style	
%100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	
100	12	100	12	100	12	100	12	Vertical	direct
-	-	-	-	-	-	-	-	Horizontal	ion
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 25 بأن كل من مواقع صحف "الشعب أونلاين" و"الجزائر الآن" و "competition" يعتمدون على أسلوب البوابة (Gate style) في إخراج الصفحة الرئيسية لمواقعهم، وذلك بنسبة 100% لكل موقع، طيلة فترة الدراسة، بينما يعتمد موقع صحيفة "سبق برس" على الأسلوب المختلط (Mixed Style) في إخراج الصفحة الرئيسية وذلك بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة.

كما تتشابه نتائج دراستنا أيضا مع دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد، والتي توصلت الى أن أغلب مواقع الصحف الفلسطينية اليومية اعتمدت أسلوب البوابة، بينما انفرد موقع جريدة فلسطين باعتماد أسلوب الوحدات الإلكترونية الذي يعرض عنوان الخبر مع ملخص، وأكدت الأدبيات والدراسات على أن أسلوب البوابة يعد الأسلوب الأنسب لتصميم الصفحات الرئيسية الإلكترونية، كما يعد من الأساليب الحديثة التي تعتمده أغلب الصحف الإلكترونية خصوصا تلك الصحف التي تعرض كميات كبيرة من الأخبار والأبواب (سليم لبد، 2014، صفحة 169-170).

أما دراسة صالح بن زيد بن صالح العنزي، والتي توصلت نتائجها إلى أن الصحف السعودية الإلكترونية تعتمد في إخراجها على أسلوبين فقط هما: أسلوب الوحدات الإلكترونية وأسلوب البوابة، حيث أظهرت أن كل من صحيفة الجزيرة، الوطن، المدينة، واليوم تستخدم أسلوب الوحدات الإلكترونية، بينما صحيفة عكاظ

تستخدم أسلوبين هما أسلوب الوحدات الإلكترونية وأسلوب البوابة بشكل جد متقارب، فيما تتفرد جريدة الرياض باستخدام أسلوب البوابة (بن صالح الغزي، 2007، صفحة 155).

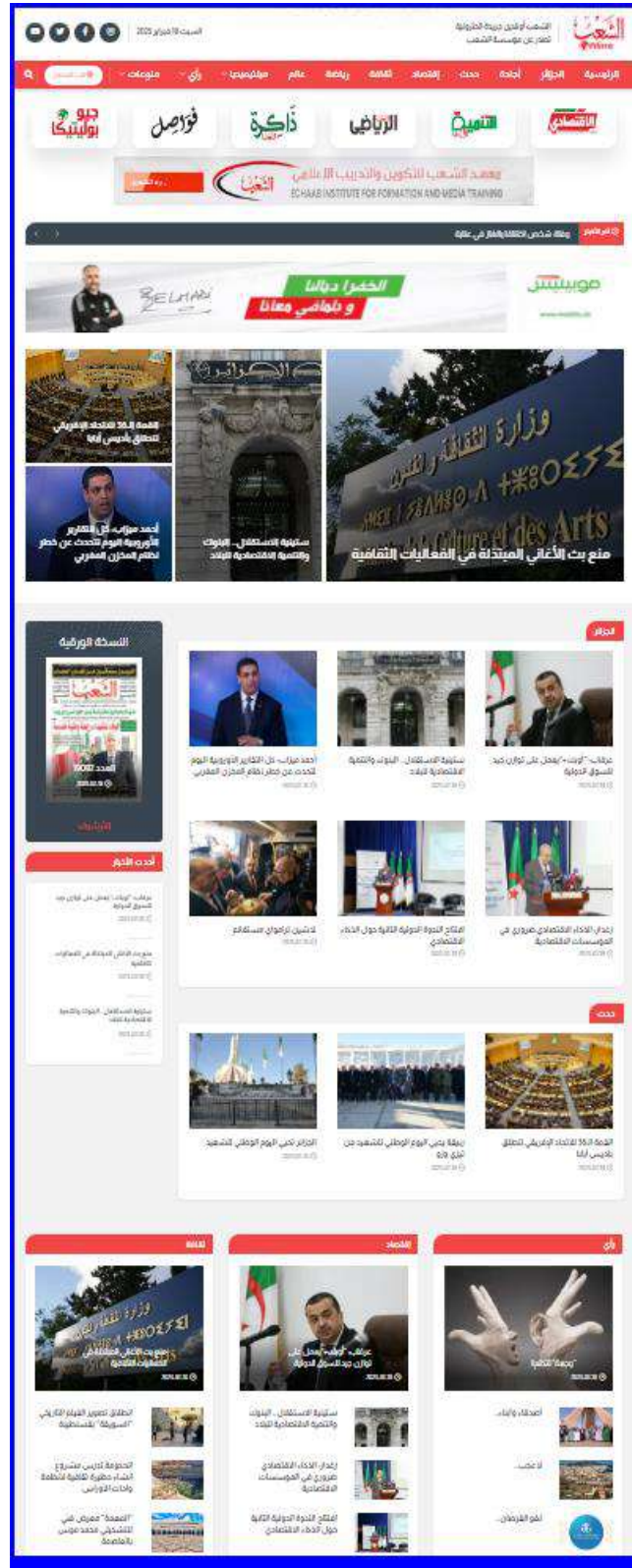
ويرى الباحث أن أسلوب البوابة هو أسلوب إخراجي تشويقي، يركز على عرض أكبر عدد من العناصر البنائية والمحتويات على الصفحة الرئيسية للموقع مستندة في ذلك على عناصر الفصل بين المحتويات، بحيث يبرز للمستخدم أكبر عدد من المضامين الصحفية والتي لها أبعاد اتصالية توجي بالثراء المعرفي والتقني الهائل لموقع أي صحيفة إلكترونية.

ويفسر الباحث اعتماد موقع صحيفة "سبق برس" على الأسلوب المختلط (Mixed Style) لكونه يجمع بين أسلوب الوحدات بوجود عناوين مصاحبة لمخلص سريع، وأسلوب البوابة في عرض مجموعة الروابط التشعبية فقط بدون تعليق بالإضافة إلى وجود وسائط داعمة مصاحبة للمضامين، وهذا النموذج يمثل قمة التطور الصحفي الإلكتروني لأنه يجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية وتكنولوجيا الوسائط المتعددة والتي تتمثل في النص والصوت والصورة والفيديو، إلا أن هذا الأسلوب يحتاج لخوادم قوية لسرعة عالية لأنه يتسبب في بطء تحميل الصفحات مما يسهل وصول المستخدم للمضامين بشكل مباشر بدون مجهود.

كما يوضح الجدول المدون أعلاه اتفاق كل مواقع الصحف عينة الدراسة على الاتجاه الرأسي لأسلوب الإخراج المعتمد بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة.

وتتفق دراستنا مع دراسة Schierhorn Carl، والتي توصلت إلى أن الإخراج الرأسي يناسب تصميم الصحف والمواقع الإلكترونية، ويحقق الراحة لدى المستخدم نظراً لأن ذلك يساعده على قراءة النصوص الإلكترونية المنشورة بسهولة، لأنه في هذه الحالة يستطيع إدراك جميع العناصر الإلكترونية المرتبطة بجوانب الإخراج بكل سهولة دون الحاجة إلى تمرير الشريط أسفل الصفحة لتحريكها يمينا ويسارا مما يسبب له تشتيتا (سليم لبد، 2014، صفحة 145).

ويرى الباحث أن استعمال الاتجاه الرأسي في إخراج الصفحات الرئيسية لمواقع الصحف، يسمح أولاً لمصممين بالتغلب على مشكلة المساحة كما في الصحافة المطبوعة من خلال عرض أكبر عدد من الموضوعات على الصفحة الرئيسية، وثانياً تسمح للمستخدم بالاطلاع على أكبر قدر من الأخبار دون عناء، ويبقيهم داخل الموقع أكبر وقت ممكن نتيجة السلاسة التي يتميز بها هذا الاتجاه في عملية تصفح الموضوعات.



شكل 24: Gate style مع الاتجاه الرأسي لموقع صحيفة "الشعب أونلاين"



شكل 25: Mixed Style مع الاتجاه الرأسي لموقع صحيفة "سبق برس".

الجدول رقم 26: Logo مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	Logo	
-	-	-	-	-	-	-	-	writing	Type
100	12	100	12	-	-	-	-	drawing	
-	-	-	-	100	12	100	12	Writing & drawing	
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	
-	-	-	-	-	-	-	-	JPEG	formats
100	12	-	-	100	12	100	12	PNG	
-	-	-	-	-	-	-	-	GIF	
-	-	100	12	-	-	-	-	WebP	
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	
-	-	100	12	100	12	100	12	Top right of the home page	Place
-	-	-	-	-	-	-	-	Top center home page	
100	12	-	-	-	-	-	-	Top left of the home page	
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 26 الشعار الخاص لكل موقع صحيفة جزائرية من صحف عينة الدراسة، وقد اعتمد الباحث على خاصية عملية حفظ وتنزيل الشعارات من المتصفحات والتي تعطي نوع امتداد صيغ الشعارات.

1. نوع الشعار:

تشير نتائج الجدول المدون أعلاه بأن كل من موقعي صحفيتي "الشعب أونلاين" و "سبق برس" يعتمدان على نوع الشكل والكتابة (drawing&Writing) معا كشعار لمواقعهما وذلك بنسبة 100%، حيث استعمل الأول شكل يحتوي على كلمة الشعب بالعربية مشكولة مع استخدام كرة أرضية كنقطة لحرف الباء وأيضا كحرف O بالفرنسية في آن واحد لكلمة Online، وأضاف عبارة "الشعب أونلاين جريدة إلكترونية تصدر عن مؤسسة الشعب" على يسار الشكل، فيما استعمل الموقع الثاني شكل يحتوي هو على كلمة سبق بالعربية وكلمة press باللغة الفرنسية وأضاف عبارة "موقع إخباري جزائري" أسفل الشكل.

بينما يعتمد موقعا "الجزائر الآن" و "competition" على نوع الشكل فقط كشعار لمواقعهما وذلك بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة. وذلك حسب الشكل رقم. حيث استعمل الأول حرف "ج" مع مربع بالإضافة الى كلمتي "الجزائر الآن"، واستعمل الموقع الثاني كلمة competition مع ابراز حرف "i".



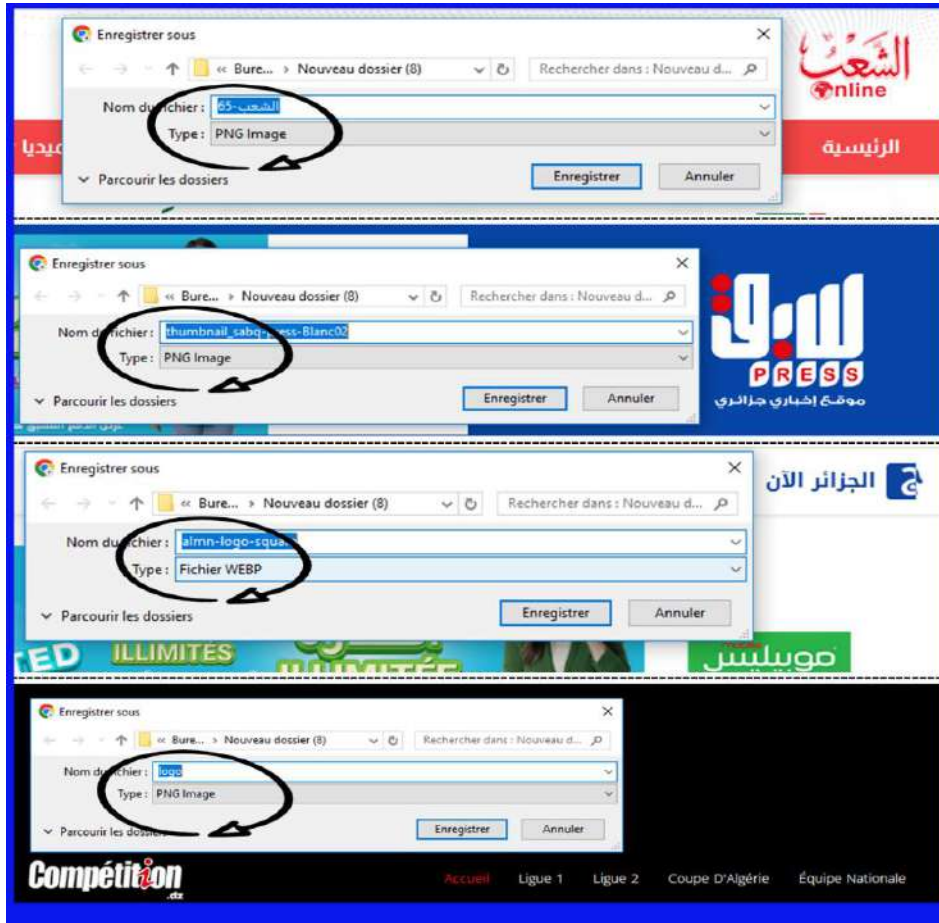
شكل 26: نوع Logos في مواقع صحف عينة الدراسة.

2. امتداد صيغ الشعار:

كما تبين أن كل مواقع صحف عينة الدراسة يعتمدون على امتداد صيغة PNG لشكل الشعار الخاص بمواقعهم بنسبة 100%، ماعدا موقع صحيفة "الجزائر الآن" الذي يعتمد على امتداد صيغة WebP، وذلك بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة. وذلك حسب الشكل رقم 27.

ويرى الباحث أن اعتماد أغلب مواقع عينة الدراسة على صيغة PNG في شعاراتهم هو اختيار صحيح، كونها صيغة غير قابلة لنقص الجودة، أي أن الضغط لا يؤثر على جودة الصورة. على عكس الـPGM، التي تضيف ضباب في نقاط معينة، بالإضافة الى كونها لها قدرة على التعامل مع الرسومات ذات الخلفيات الشفافة.

واعتمد الباحث على خاصية الحفظ التي يتيحها المتصفح بحيث يظهر الصيغة التي موجودة عليها الصورة.



شكل 27: Formats Logo مواقع صحف عينة الدراسة.

3. موقع الشعار:

كما اتفقت كل مواقع صحف عينة الدراسة على وضع شعار مواقعهم أعلى يمين الصفحة، ماعدا موقع صحيفة "competition" الذي يضع شعار مواقع أعلى يسار الصفحة وذلك بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة. وذلك حسب الشكل رقم 28.

ويرى الباحث أن ما يميز مواقع صحف عينة الدراسة عدم استهلاك مساحة كبيرة في جزء رأس الصفحة من أجل موقع الشعار، وهذا يتيح لمصممين وضع محتويات وأزرار ومواد إعلانية في هذه المساحة المتوفرة.

كما يرى الباحث أيضا أنه على الرغم من الأهمية البالغة للشعار، إلا أنه لا ينبغي شغله مساحة كبيرة حتى يظهر للمستخدم، لأنه هذا الأخير بإمكانه تحديد الموقع من خلال شريط عنوان الصفحة في المتصفح وأيضا الشعار الموجود بأعلى شريط التحويل في أعلى الصفحة.



شكل 28: Place Logo في مواقع صحف عينة الدراسة.

الجدول رقم 27: Menu مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	Menu	
100	12	100	12	100	12	-	-	Fixed	Type
-	-	-	-	-	-	100	12	branched	
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	
100	-	100	-	100	-	-	12	Top page	Place
-	-	-	-	-	-	-	-	Down the page	
-	-	-	-	-	-	-	-	Right of the page	
-	-	-	-	-	-	-	-	left of the page	
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 27 تفرد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" من بين مواقع صحف عينة الدراسة باستخدام قائمة تفرعية، كما هو موضح في الشكل رقم 29، وهي عبارة عن قائمة تحتوي على عدد من العناوين الفرعية كما في تصنيف ملتيميديا الذي يتفرع منه: فيديو، انفوغرافي وصور، وتصنيف رأي الذي يتفرع منه: أعمدة، بالإضافة الى تصنيف منوعات الذي يتفرع منه أيضا: فايف نيوز، علوم وتكنولوجيا، صحة ومجتمع.

وتتفق نتائج دراستنا مع نتائج دراسة الباحثة عبير سليم لبد، التي توصلت إلى تفرد موقع جريدة القدس من بين مواقع صحف الدراسة باستخدام القوائم التفرعية، حيث استخدم القوائم المنسدلة بشكل رأسي، وهي عبارة عن قائمة تحتوي على عدد من العناوين الفرعية تدرج تحتها (سليم لبد، 2014، صفحة 163).



شكل 29: نوع Menu موقع صحيفة "الشعب أونلاين".

بينما اعتمدت مواقع الصحف الأخرى عينة الدراسة على القائمة الثابتة، أي أنها ليس لديها أي تفرعات أخرى، كما هو موضح في الشكل رقم 30.

كما بين الجدول المدون أعلاه اتفاق كل مواقع صحف الدراسة على وضع قائمة التصنيفات في أعلى الصفحة وذلك بنسبة 100% لكل موقع، طيلة فترة الدراسة.



شكل 30: نوع Menu في مواقع صحف عينة الدراسة.

الجدول رقم 28: Menu color مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	Menu color	
-	-	-	-	100	12	-	-	#9e0505	background
-	-	-	-	-	-	100	12	#f54647	background
-	-	100	12	-	-	-	-	#ffffff	background
100	12	-	-	-	-	-	-	#000000	background
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	
-	-	100	12	-	-	-	-	#d34412	Text
100	12	-	-	100	12	100	12	#ffffff	Text
-	-	-	-	-	-	-	-	#20b3d5	Text
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	

مصدر الجدول: هذا البحث

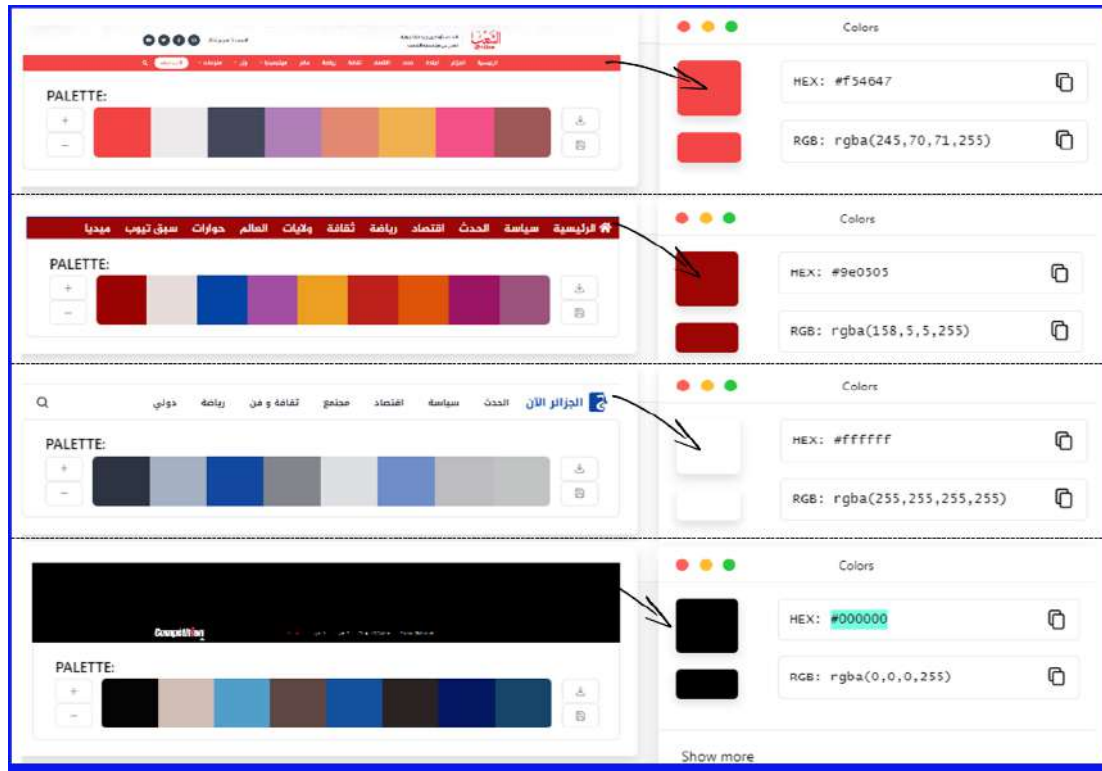
يظهر الجدول رقم 28 ألوان قائمة التصنيفات في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، طيلة فترة التحليل، حيث اعتمد الباحث بشكل أساسي على موقع imagecolorpicker.com، في عملية تحديد ألوان أرضيات ونصوص قائمة تصنيفات، لمعرفة نظامها السداسي العشري وكذا تحديد مقدار اللون ودرجته بدقة.

1. الأرضية: تشير نتائج الجدو المدون أعلاه بأن كل من موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و"سبق برس" يستخدمان اللون الأحمر بشكل عام كأرضية لقائمة التصنيفات بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة. بمقدار سداسي عشري #9e0505، فيما الموقع الثاني يستخدم بمقدار #f54647. ويرجع هذا الاختيار لقوة اللون الأحمر وما يحمله من دلالات إيجابية وسلبية، فهو يمثل القوة والعاطفة والثقة وأيضاً الغضب والحذر والخطر، ومن ذلك فإنه يعد مهم جداً في عملية تصميم مواقع الصحف خصوصاً على الصفحة الرئيسية لأنه يقوم بشد انتباه المستخدم بشكل مباشر وسريع.

ويستخدم موقع صحيفة "الجزائر الآن" اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff، بحيث يمكنه استخدام اللون الأبيض من إعطاء بساطة وتبيان مما يساعد المستخدم على الوصول بشكل سلسل ومريح. بينما اختار موقع صحيفة "competition" استخدم اللون الأسود بمقدار سداسي عشري #000000، بنسبة

100%، طيلة فترة الدراسة، اذ يعد لونا كلاسيكيا وشائعا في تصميم الويب بشكل عام كونه يعطي تباين قوي للمستخدم.

2. النص: تشير نتائج الجدول المدون أعلاه بأن كل من مواقع صحف "الشعب أونلاين" و"سبق برس" و "competition" يستخدمون اللون الابيض كنص لقائمة التصنيفات بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة، بنفس المقدار السداسي العشري #ffffff. بينما موقع صحيفة "الجزائر الآن" يستخدم اللون الأسود بمقدار سداسي عشري 2#d3441، بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة.



شكل 31: Menu color مواقع صحف عينة الدراسة.

الجدول رقم 29: Slide Show مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	Slide Show	
-	-	-	-	-	-	-	-	One news	Type
100	12	100	12	100	12	100	12	Several news	
100	-	100	-	100	-	100	-	المجموع	
-	-	-	-	-	-	-	-	Top right home page	Place
100	12	100	12	100	12	100	12	Top center home page	
-	-	-	-	-	-	-	-	Top left of the home page	
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	
100	12	100	12	100	12	100	12	big	Size
-	-	-	-	-	-	-	-	middle	
-	-	-	-	-	-	-	-	small	
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 29 اعتماد نوع الشريط المتعدد الأحداث في كل مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، وذلك طيلة فترة الدراسة، بنسبة 100%، كما في الأشكال رقم 32/33/34/35، بينما أهملت النوع الثاني المتمثل في شريط الحدث الواحد.

كما اتفقت كل مواقع صحف عينة الدراسة على أعلى وسط الصفحة الرئيسية كمان لوضع شريط الأحداث مع الحجم الكبير، أي بعرض الصفحة الرئيسية، بنسبة 100%.

ويشار إلى أن شريط الأحداث في كل من "الشعب أونلاين" و "سبق برس" و "الجزائر الآن" يتميز بالوضوح في الصور المرفقة وكذلك التحيين اليومي، عكس موقع صحيفة "competition" الذي لوحظ

أن الشريط فيه لا يتسم بالتحديث اليومي بالإضافة الى عدم الوضوح، فالصور المرفقة أكبر من قالب الشريط مما يجعل الصور لا تبدو بالشكل المناسب، وهادا ما قد يسبب ازعاج للمستخدم.

وتتقارب نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة عبير سليم لبد، والتي أظهرت أن الصحف محل الدراسة قد استخدمت ألبوم صور مستقلا أي يعالج عدة أحداث بنسبة 91.48%، وألبوم صور واحد بنسبة 8.52%، إلا أنه يقتصر تواجد في صحيفتي القدس وفلسطين، بينما يلاحظ الغياب التام لألبوم الصور في صحيفتي الأيام والحياة الجديدة رغم أهميته في تلخيص الاحداث وتوثيقها بالإضافة الى اللمسة الجمالية التي يضيفها على الصحف الإلكترونية (سليم لبد، 2014، صفحة 374).

كما تتفق دراستنا مع نتائج الباحثة حميدة بن معزوز، التي أكدت غياب استخدام شريط الصور لحدث واحد في الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة، حيث حرصتا على استخدام شريط صور متحرك لعدة أحداث فقط طيلة فترة الدراسة (بن معزوز ، 2021، صفحة 364).

ويرى الباحث أن شريط الأحداث له أهمية كبيرة لدى مواقع الصحف، لكونه أداة من الأدوات التي تجذب المستخدم من خلال مكانه في الصفحة الرئيسية وحركته وما يحمله من أخبار مهمة موجزة، ويساعد تصميمه الجذاب أيضا في لفت انتباه المستخدم للنقر على المواضيع والدخول اليها وقراءتها.

كما يؤكد الباحث أن على مواقع الصحف الجزائرية أن تهتم أكثر بشريط الأحداث، من خلال وضع صور واضحة وبجودة عالية، مع عدم الاكثار من المواضيع فيه، وأيضا تجنب الحركات الانتقالية للمواضيع التي تحدث ثقلا في أداء واستجابة الموقع وظهوره بالشكل الكامل أمام المستخدم.



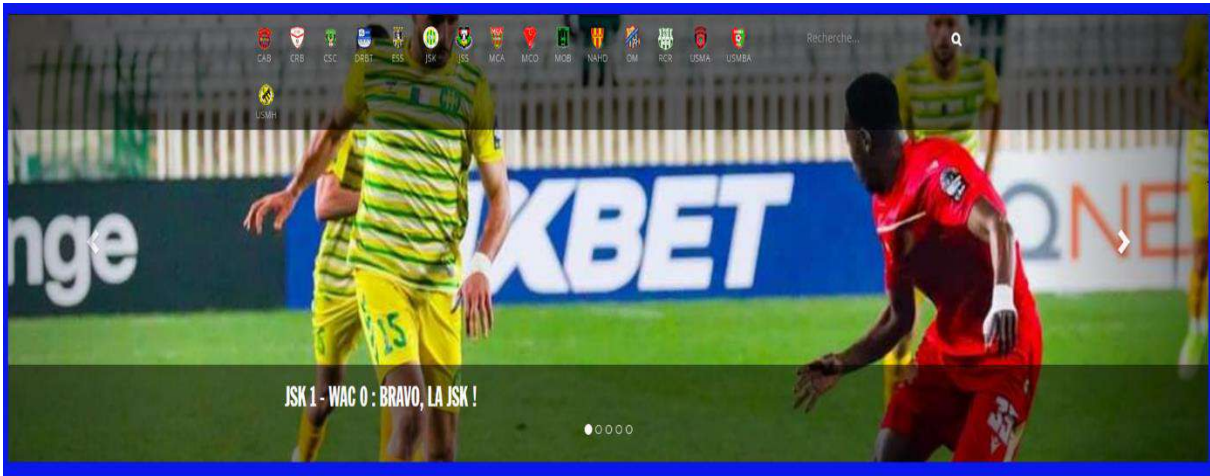
شكل 32: Slide Show موقع صحيفة "الشعب أونلاين".



شكل 33: Slide Show موقع صحيفة "سبق برس".



شكل 34: Slide Show موقع صحيفة "الجزائر الآن".



شكل 35: Slide Show موقع صحيفة "competition".

الجدول رقم 30: Breaking news ticker مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع	
%		ك		%		%		Breaking news ticker	
-	-	-	-	-	-	-	-	Temporary	Type
100	12	-	-	-	-	100	12	Installed	
-	-	-	-	-	-	-	-	Removable	
100	12	-	-	-	-	100	12	المجموع	
100	12	-	-	-	-	100	12	Top page	Place
100	12	-	-	-	-	-	-	Down page	
100	12	-	-	-	-	100	12	المجموع	

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 30 تفرد موقعي صحفيتي "الشعب أونلاين" و "competition" من بين بقية مواقع صحف عينة الدراسة في استخدام شريط الأخبار العاجلة أعلى الصفحة الرئيسية بشكل مثبت، بنسبة 100% لكل موقع، طيلة فترة الدراسة، كما هو موضح في الشكل رقم 36، مع ملاحظة الباحث عدم التحديث المستمر لشريط الأخبار العاجلة في موقع صحيفة "competition"، ويرجع الباحث ذلك الى التحديث البطيء جدا للمواضيع في الموقع طيلة فترة الدراسة، بينما لم يعتمد موقعي صحفيتي "سبق برس" و "الجزائر الآن" على شريط الاخبار العاجلة طيلة فترة الدراسة.



شكل 36: Breaking news ticker في موقعي صحفيتي "الشعب أونلاين" و "competition".

وتقترب نتائج دراستنا مع دراسة محمد خليفة محمد أحمد التي توصلت الى أن جميع مواقع الدراسة عرضت الأخبار العاجلة أسفل واجهة الموقع، عدا موقع الواشنطن بوست، حيث يتم عرض الأخبار العاجلة في أعلى الصفحة مع استخدام اللون الأحمر كي تلفت انتباه المستخدم (محمد أحمد، 2022، صفحة 198).

الجدول رقم 31: Paper version archive في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

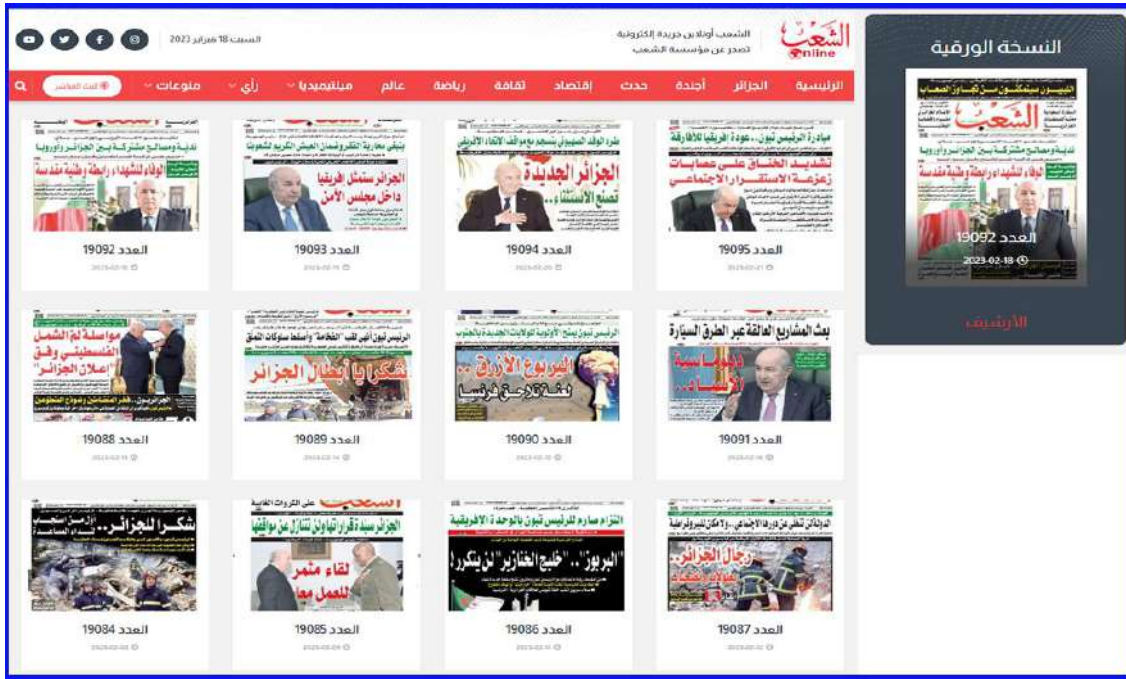
Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	Paper version archive	
100	12	-	-	-	-	100	12	Available	version
-	-	-	-	-	-	-	-	Unavailable	archive
100	12	-	-	-	-	100	12	المجموع	
-	-	-	-	-	-	-	-	PDF	Formats
100	12	-	-	-	-	100	12	Flash	
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 31 تفرد موقعي صحفيتي "الشعب أونلاين" و"competition" من بين بقية مواقع صحف عينة الدراسة في امتلاك أرشيف النسخة المصورة للجريدة بصيغة flash، أي دون الحاجة الى التنزيل الأعداد كما في صيغة pdf، بنسبة 100% لكل موقع، طيلة فترة الدراسة، كما هو موضح في الأشكال 37/38/39/40، وهذا راجع لكون هاتين الصفحتين في الأصل تصدران بشكل ورقي، بينما لم يعتمد موقعي صحفيتي "سبق برس" و"الجزائر الآن" على أرشيف النسخة المصورة لا أنهما بالأساس صحفتين الكترونيتين ليس لهما أصل مطبوع.

وتتقارب نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة عبير سليم لبد، التي توصلت إلى أن مواقع الصحف الفلسطينية الأربعة تقدم خدمة أرشيف النسخة المطبوعة بصيغة pdf، وأن ثلاث صحف فقط تقدم خدمة تصفح الجريدة بصيغة flash، وهي: الأيام، الحياة الجديدة وفلسطين (سليم لبد، 2014، صفحة 192).

كما تتفق نتائج دراستنا مع دراسة الباحث صالح بن زيد بن صالح العنزي، والتي توصلت إلى أن أبرز الخدمات التي وفرتها الصحف الإلكترونية السعودية محل الدراسة هي خدمة البحث في الأرشيف (بن صالح العنزي، 2007، صفحة 156).



شكل 37: Paper version archive موقع صحيفة "الشعب أونلاين"



شكل 38: Paper version archive موقع صحيفة "competition"



شكل 39: Format version archive موقع صحيفة "الشعب أونلاين".



شكل 40: Format version archive موقع صحيفة "competition".

الجدول رقم 32: Types Image مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Types Image
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
28.37	21	28.77	101	37.70	141	19.29	110	Personality
68.91	51	65.81	231	53.74	201	76.49	436	Objectivity
2.70	2	5.41	19	8.55	32	4.21	24	Advertising
100	74	100	351	100	374	100	570	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول رقم 32 إلى اتفاق كل صحف مواقع عينة الدراسة على استخدام الصور الموضوعية بشكل أساسي مع مضامينها طيلة فترة الدراسة، ويعد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" الأكثر من بين مواقع صحف عينة الدراسة استعمالاً للصور الموضوعية بنسبة 53.74%، حيث يرى الباحث أن اختيار مواقع عينة الدراسة اعتماد الصور الموضوعية صائب، لأنها تجسد الموضوع وتعبّر عن فكرته، وفق حدوثه لتعطي للمستخدم تصوراً عن شكل وقوع الحدث، بالإضافة إلى كونها تفصل الرأي عن الحدث وتحقيق النزاهة في نقل معلومات الحدث للمستخدم.

وعلى مستوى كل موقع على حدى: جاءت أنواع الصور في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة طوال فترة التحليل كما يلي:

1. موقع صحيفة "الشعب أونلاين": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على الصور الموضوعية، بتكرار بلغ 436 وبنسبة 53.74%، والصور الشخصية ثانياً، بتكرار بلغ 110 وبنسبة 19.29%، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة الصور الإعلانية بتكرار بلغ 24 وبنسبة 4.21%.

2. موقع صحيفة "سبق برس": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على الصور الموضوعية، بتكرار بلغ 201 وبنسبة 76.49%، والصور الشخصية ثانياً، بتكرار بلغ 141 وبنسبة 37.70%، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة الصور الإعلانية بتكرار بلغ 32 وبنسبة 8.55%.

3. موقع صحيفة "الجزائر الآن": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على الصور الموضوعية، بتكرار بلغ 231 وبنسبة 65.81%، والصور الشخصية ثانياً، بتكرار بلغ 101 وبنسبة 28.77%، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة الصور الإعلانية بتكرار بلغ 19 وبنسبة 5.41%.

4. موقع صحيفة "competition" بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على الصور الموضوعية، بتكرار بلغ 51 وبنسبة 68.91%، والصور الشخصية ثانياً، بتكرار بلغ 21 وبنسبة 28.37%، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة الصور الإعلانية بتكرار بلغ 2 وبنسبة 2.70%.

وتتشابه نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة حميدة، التي توصلت إلى أن الصحيفتين محل الدراسة حازت فيها الصور الموضوعية على المركز الأول وبنسبة 48.78%، ثم الصور الشخصية بنسبة 31.75%، تليها الصور الساخرة بنسبة 22.48%، وفي المركز الأخير صور أخرى بنسبة 4.99%. (بن معزوز ، 2021، صفحة 316)

كما تتشابه أيضاً مع دراسة لعبدلي شهيناز، التي توصلت نتائجها إلى أن الصور المستخدمة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية كانت الصور المعلوماتية بنسبة 43.35%، في حين جاءت الصور الشخصية ثانياً بنسبة 32.98%، وأخيراً الصور التوضيحية والرسوم بنسبة 23.67%. (لعبدلي ، 2017، صفحة 293)

وتختلف نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة عبير سليم لبد، والتي توصلت إلى حرص مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على إرفاق صور إخبارية مع المواد التحريرية، حيث بلغت في احمالي مواقع صحف الدراسة 37.12%، تليها الصور الشخصية بنسبة 27.18%، من ثم الصور الموضوعية بنسبة 19%. (سليم لبد، 2014، صفحة 211)

الجدول رقم 33: Size Images مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	Size Images	
16.66	12	-	-	-	-	-	-	big	on home page
29.16	21	69.75	84	16.04	60	23.15	132	middle	
54.16	39	76.06	267	83.95	314	76.84	438	small	
100	72	100	351	100	374	100	570	المجموع	
-	-	0.60	2	1.16	4	0.37	2	big	in inner pages
100	72	33.39	330	98.83	338	99.62	535	middle	
-	-	-	-	-	-	-	-	small	
100	72	100	332	100	342	100	537	المجموع	

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول رقم 33 الى اتفاق كل صحف مواقع عينة الدراسة على اعتماد الصور ذات الحجم الصغير بشكل أساسي في الصفحات الرئيسية والصور ذات الحجم المتوسط في الصفحات الداخلية مع مضامينها طيلة فترة الدراسة، ويعد موقع صحيفة "سبق برس" الأكثر من بين مواقع صحف عينة الدراسة استعمالاً للصور الصغيرة في الصفحة الرئيسية بنسبة 83.95%، وموقع صحيفة "الشعب أونلاين" الأكثر من بين مواقع صحف عينة الدراسة استعمالاً للصور المتوسطة في الصفحات الداخلية بنسبة 99.62%، وذلك راجع لطبيعة تصميم الموقع الذي يعتمد على كثرة المضامين وعليه تعد الصور الصغيرة الأنسب لذلك.

ويظهر الجدول أيضاً تفرد موقع صحيفة "competition" باستعمال الصور ذات الحجم الكبير في الصفحة الرئيسية رغم قلتها من بين كل مواقع عينة الدراسة، وذلك بنسبة 16.66%، حيث استخدمها في شريط المانشيت أعلى الصفحة.

وعلى مستوى كل موقع على حدى: جاءت أحجام الصور في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة طوال فترة التحليل كما يلي:

1. موقع صحيفة "الشعب أونلاين": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على الصور ذات الحجم الصغير، بتكرار بلغ 438 وبنسبة 76.84%، والصور ذات الحجم المتوسط ثانيا بتكرار بلغ 132 وبنسبة 23.15%، وذلك طيلة فترة الدراسة.

2. موقع صحيفة "سبق برس": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على الصور ذات الحجم الصغير، بتكرار بلغ 314 وبنسبة 83.95%، والصور ذات الحجم المتوسط ثانيا بتكرار بلغ 60 وبنسبة 16.04%، وذلك طيلة فترة الدراسة.

3. موقع صحيفة "الجزائر الآن": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على الصور ذات الحجم الصغير، بتكرار بلغ 267 وبنسبة 76.84%، والصور ذات الحجم المتوسط ثانيا بتكرار بلغ 64 وبنسبة 23.15%، وذلك طيلة فترة الدراسة.

4. موقع صحيفة "competition": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على الصور ذات الحجم الصغير، بتكرار بلغ 438 وبنسبة 76.84%، والصور ذات الحجم المتوسط ثانيا بتكرار بلغ 132 وبنسبة 23.15%، وذلك طيلة فترة الدراسة.



شكل 41: Size Image في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "competition".



شكل 42: Size Image في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "الجزائر الآن".



شكل 43: Size Image في الصفحات الداخلية لموقع صحيفة "الشعب أونلاين".



شكل 44: Size Image في الصفحات الداخلية لموقع صحيفة "سقي برس".

الجدول رقم 34: Image Format مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Image Format
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
95.94	71	1.13	4	6.14	23	-	-	JPEG
4.05	3	7.40	26	30.21	113	-	-	PNG
-	-	-	-	-	-	-	-	GIF
-	-	91.45	321	63.63	238	100	570	WebP
100	74	100	351	100	374	100	570	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول رقم 34 إلى تفرد موقع صحيفة "competition" باستعمال الصور ذات الصيغة JPEG، وذلك بنسبة 95.94%، طيلة فترة الدراسة، حيث يرى الباحث أن هذا اختيار صائب كون الموقع يعتمد على الصور الفوتوغرافية وصيغة JPEG مناسبة تماما لها، كونها تحتوي على 16.8 مليون لون وتمتلك درجة تباين لوني مرتفعة مما تعطي أعلى جودة ممكنة للصور.

واستعملت باقي الصحف الصور ذات الصيغة WebP بشكل أساسي، حيث يعد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" الأكثر من بين مواقع صحف عينة الدراسة استعمالا للصور ذات الصيغة WebP بنسبة 100%.

وعلى مستوى كل موقع على حدى: جاءت أنواع الصور في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة طوال فترة التحليل كما يلي:

1. موقع صحيفة "الشعب أونلاين": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل كلي على الصور ذات الصيغة WebP، بتكرار بلغ 570 وبنسبة 100%، فيما أهمل الموقع الصيغ الأخرى.

2. موقع صحيفة "سبق برس": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على الصور ذات الصيغة WebP، بتكرار بلغ 238 وبنسبة 63.63%، والصور ذات الصيغة PNG ثانياً،

بتكرار بلغ 113 وبنسبة 30.21%، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة الصور ذات صيغة JPEG، بتكرار بلغ 32 وبنسبة 6.14%.

3. موقع صحيفة "الجزائر الآن": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على الصور ذات الصيغة WebP، بتكرار بلغ 321 وبنسبة 91.45%، والصور ذات الصيغة PNG ثانياً، بتكرار بلغ 26 وبنسبة 7.40%، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة الصور ذات صيغة JPEG، بتكرار بلغ 4 وبنسبة 1.13%.

4. موقع صحيفة "competition" بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على الصور ذات صيغة JPEG، بتكرار بلغ 71 وبنسبة 95.94%، والصور ذات الصيغة PNG ثانياً، بتكرار بلغ 3 وبنسبة 4.3%.

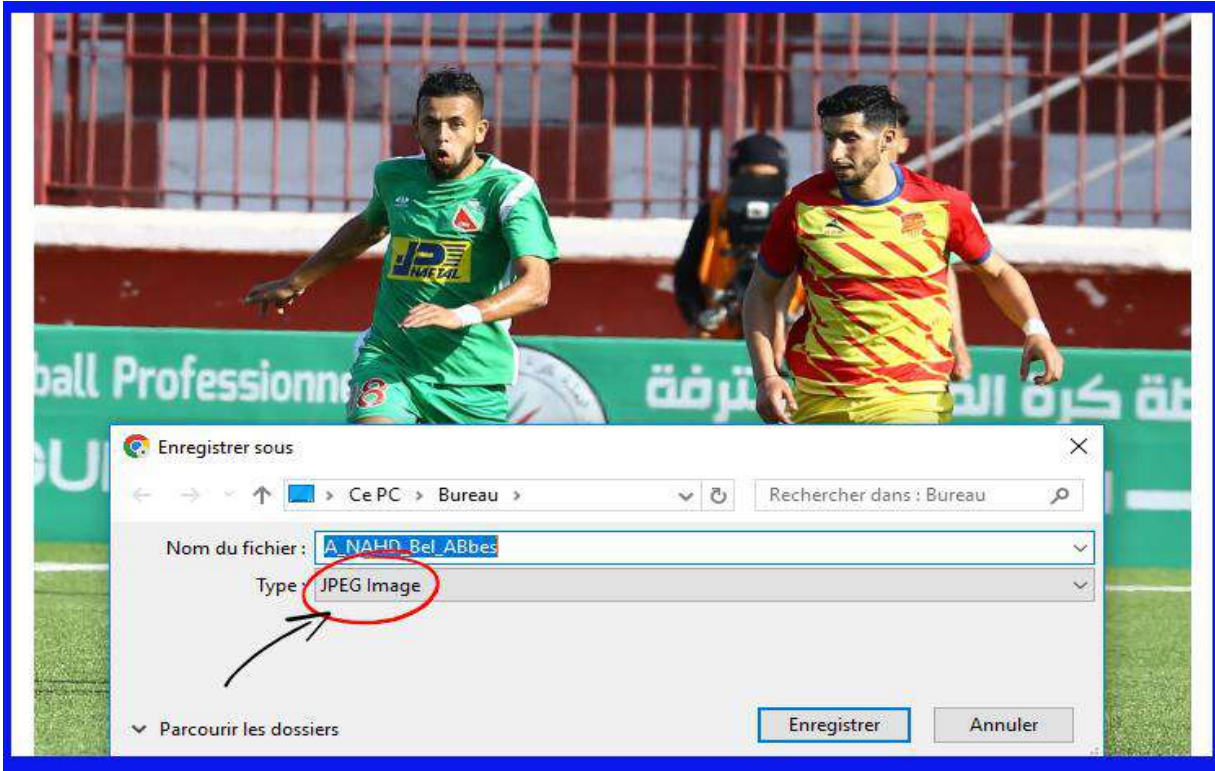
ويرى الباحث بشكل عام أن استخدام مواقع صحف عينة الدراسة لعدد صيغ الصور يعد نتيجة إيجابية، إذ تؤكد استفادتها من القوة التي تضيفها الصورة على المضامين المقدمة، مما يجعل المستخدمين يتفاعلون بشكل كبير، كونها تعطي لمسة جمالية أثناء التصفح بالإضافة إلى أنها عنصر من عناصر المصداقية.

كما يرى الباحث أيضاً أن اختيار مواقع عينة الدراسة على صيغة WebP يعد اختياراً صائباً، كونها تتناسب مع البيئة الإلكترونية الجديدة، حيث تعمل على ضغط الصور دون المساس بالجودة لتوفير المساحة وبالتالي يتم تحميل صفحات الموقع بشكل أسرع مع استهلاك بيانات أقل، الأمر الذي يجعل المستخدم يتمتع بتصفح أسرع وأخف مع التمتع بأفضل جودة للصور.

وتختلف نتائج دراستنا مع دراسة الباحث لعديلي شهيناز، التي توصلت إلى أن صيغ الصور المستخدمة في مواقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية كانت بنسبة 94.42% ذات الصيغة JPEG، أما صيغة الصور PNG فقط بلغت نسبتها 5.58%، بينما لم تستعمل صيغ الصور GIF. (عديلي، 2017، صفحة 293)

كما تختلف نتائج دراستنا مع دراسة الباحث هاني السمان، التي توصلت إلى أن صيغة JPEG تم استخدامها في الصور في جميع مواقع الدارسة بصدارة بنسبة 100%. (محمد السمان، 2019، صفحة 171)

فيما أوضحت دراسة الباحثة منه الله الإمام، ندرة الصور من نوعية SVG وزيادة الصور من نوعية JPEG عن صور GIF وصور PNG في كل صحف الدراسة وعلى الرغم من أن JPEG تتميز بقدرتها على إظهار تفاصيل الصور بدقة إلا أن الباحثة في دراستها ترى أن استخدام الصور من نوعية GIF أو SVG أفضل بكثير وذلك لأن الصور من نوعية SVG ذات جد مقارنة بباقي أنواع الصور وهي صور ذات جودة عالية وثابتة على مختلف أحجام الشاشات (الإمام، 2017، صفحة 117).



شكل 45: نوع امتداد JPEG في صور موقع صحيفة "competition".



شكل 46: نوع امتداد WebP في صور مواقع صحف "الشعب أونلاين" و "سبق برس" و "الجزائر الآن".

الجدول رقم 35: Colors on the Home Page مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	Colors on the Home Page	
الصفحة الرئيسية								Cod hex – Color	
-	-	-	-	33.33	12	-	-	#9e0505	Background
-	-	-	-	-	-	25	12	#f54647	
33.33	12	33.33	12	33.33	12	25	12	#ffffff	
33.33	12	-	-	-	-	-	-	#000000	
33.33	12	-	-	-	-	-	-	#ff2e1a	
-	-	-	-	33.33	12	-	-	#0746a7	
-	-	33.33	12	-	-	-	-	#edf2f7	
-	-	-	-	-	-	25	12	#f2f2f2	
-	-	33.33	12	-	-	25	12	#b24131	
100	36	100	36	100	36	100	48	المجموع	
44.68	252	23.88	192	12.67	108	40.38	252	#ffffff	Titles
-	-	-	-	-	-	1.9	12	#f54647	
-	-	67.16	540	70.42	600	57.69	360	#b24131	
-	-	8.95	72	16.90	144	-	-	#0746a7	
55.31	312	-	-	-	-	-	-	#000000	
100	564	100	804	100	852	100	624	المجموع	

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 35 أنواع الألوان في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، طيلة فترة الدراسة، حيث اعتمد الباحث بشكل أساسي على موقع imagecolorpicker.com، في عملية تحديد الدرجة الألوان المستخدمة في الأرضيات والعناوين الموضوعية في الصفحة الرئيسية، لمعرفة نظامها السداسي العشري وكذا تحديد مقدار اللون ودرجته اللونية بدقة.

أ. الأرضيات: تشير نتائج الجدو المدون أعلاه بتعدد الألوان للأرضيات في الصفحة الرئيسية لمواقع صفح عينة الدراسة، حيث شملت على أكثر من ثلاثة ألوان، حيث يرى الباحث أن التعدد في الألوان مع عدم الإكثار يساهم في عملية ابراز المحتويات الموضوعية على الصفحة الرئيسية وتباينها عن النصوص والعناوين، مما يتيح راحة للمستخدم ويسهل عليه عملية القراءة، لكن لاحظ الباحث أن كل المواقع عينة الدراسة تستخدم ألوان غير متكاملة وبشكل عشوائي ولم يستند الاختيار على أي قاعدة لونية.

وعلى مستوى كل موقع على حدى: جاءت ألوان الأرضيات في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، طوال فترة التحليل كما يلي:

1. موقع صحيفة "الشعب أونلاين": بينت النتائج أن الموقع يعتمد على أربعة ألوان في أرضياته، هم:

اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff، اللون الرمادي بمقدار سداسي عشري #f2f2f2، اللون الأسود بمقدار سداسي عشري #b24131، اللون الأحمر بمقدار سداسي عشري #ff2e1a. على الصفحة الرئيسية بتكرار بلغ 12 وبنسبة 25%، لكل لون.

ولاحظ الباحث أن اللون الأكثر مساحة واستعمال هو الرمادي، والذي اعتمده الموقع كأرضية أولى بشكل كامل ووضعت الأرضيات الأخرى بالألوان التي ذكرناها آنفا.

2. موقع صحيفة "سبق برس": بينت النتائج أن الموقع يعتمد على ثلاثة ألوان في أرضياته، هم:

اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff، اللون الأحمر بمقدار سداسي عشري #9e0505، اللون الأزرق بمقدار سداسي عشري #0746a7، على الصفحة الرئيسية بتكرار بلغ 12 وبنسبة 33.33%، لكل لون.

ولاحظ الباحث أن اللون الأكثر مساحة واستعمال هو الأبيض، والذي اعتمده الموقع بشكل كبير في أرضياته، وهو أمر طبيعي كون اللون يعكس إيجابية وصفاء على المستخدم.

3. موقع صحيفة "الجزائر الآن": بينت النتائج أن الموقع يعتمد على ثلاثة ألوان في أرضياته، هم: اللون

الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff، اللون الأسود بمقدار سداسي عشري #b24131، اللون الأزرق

بمقدار سداسي عشري #edf2f7، على الصفحة الرئيسية بتكرار بلغ 12 ونسبة 33.33%، لكل لون. ولاحظ الباحث أن اللون الأكثر استحواذ من مساحة الصفحة الرئيسية هو الأبيض.

4. موقع صحيفة "competition" بينت النتائج أن الموقع يعتمد على ثلاثة ألوان في أرضياته، هم: اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff، اللون الأسود بمقدار سداسي عشري #000000، اللون الأحمر بمقدار سداسي عشري #ff2e1a، على الصفحة الرئيسية بتكرار بلغ 12 ونسبة 33.33%، لكل لون. ولاحظ الباحث أن الموقع هو الآخر فيه اللون الأكثر استحواذ من مساحة الصفحة الرئيسية هو الأبيض.

ب. العناوين: تشير نتائج الجدول المدون أعلاه الى اتفاق كل صحف مواقع عينة الدراسة على استعمال اللون الأسود بمختلف تدرجاته اللونية بشكل أساسي كألوان للعناوين على الصفحة الرئيسية طيلة فترة الدراسة، ويعد موقع صحيفة "سبق برس" الأكثر من بين كل المواقع استعمالا له بتكرار بلغ 600 ونسبة 70.42%، حيث يرى الباحث أن اختيار مواقع عينة الدراسة صائب، بالنظر الى لون الأرضيات الغالب وهو الأبيض، كونه يعطي تباين مما يظهر بشكل بارز للمستخدم بالإضافة الى تمتعه بالقوة والجدية.

وعلى مستوى كل موقع على حدى: جاءت ألوان العناوين في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، طوال فترة التحليل كما يلي:

موقع صحيفة "الشعب أونلاين": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على اللون الأسود بمقدار سداسي عشري #b24131 في كتابة عناوينه على الصفحة الرئيسية، بتكرار بلغ 360 ونسبة 57.69%، واللون الأبيض اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff ثانيا، بتكرار بلغ 252 ونسبة 40.38%، فيما جاء في المرتبة الأخيرة اللون الأحمر بمقدار سداسي عشري #ff2e1a، بتكرار بلغ 12 ونسبة 1.9%.

موقع صحيفة "سبق برس": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على اللون الأسود بمقدار سداسي عشري #b24131 في كتابة عناوينه على الصفحة الرئيسية، بتكرار بلغ 600 ونسبة 70.42%، واللون الأزرق بمقدار سداسي عشري #0746a7 ثانيا، بتكرار بلغ 144

وبنسبة 16.90%، فيما جاء في المرتبة الأخيرة اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff، بتكرار بلغ 108 وبنسبة 12.67%.

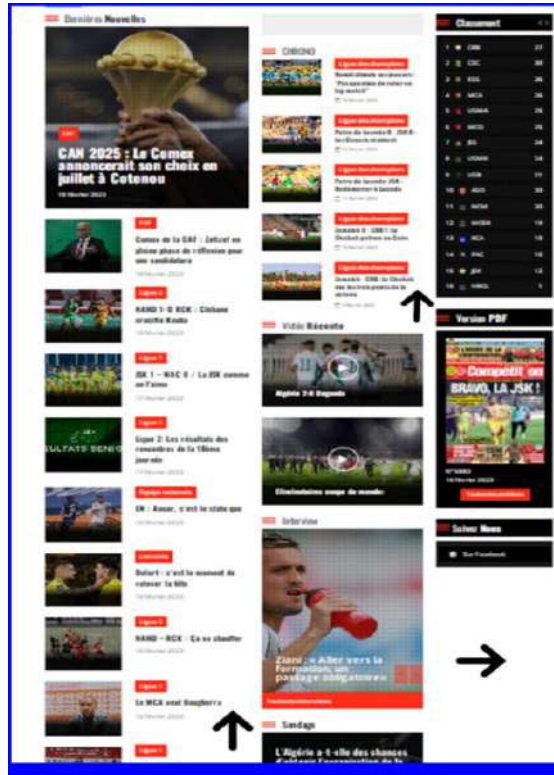
موقع صحيفة "الجزائر الآن": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على اللون الأسود بمقدار سداسي عشري #b24131 في كتابة عناوينه على الصفحة الرئيسية، بتكرار بلغ 540 وبنسبة 67.16%، اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff ثانيا، بتكرار بلغ 192 وبنسبة 23.88%، فيما جاء في المرتبة الأخيرة اللون الأزرق بمقدار سداسي عشري #edf2f7، بتكرار بلغ 72 وبنسبة 8.95%.

موقع صحيفة "competition" بينت النتائج أن الموقع يعتمد بشكل أساسي على اللون الأسود بمقدار سداسي عشري #000000 في كتابة عناوينه على الصفحة الرئيسية، بتكرار بلغ 312 وبنسبة 55.31%، اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff ثانيا، بتكرار بلغ 252 وبنسبة 44.68%.

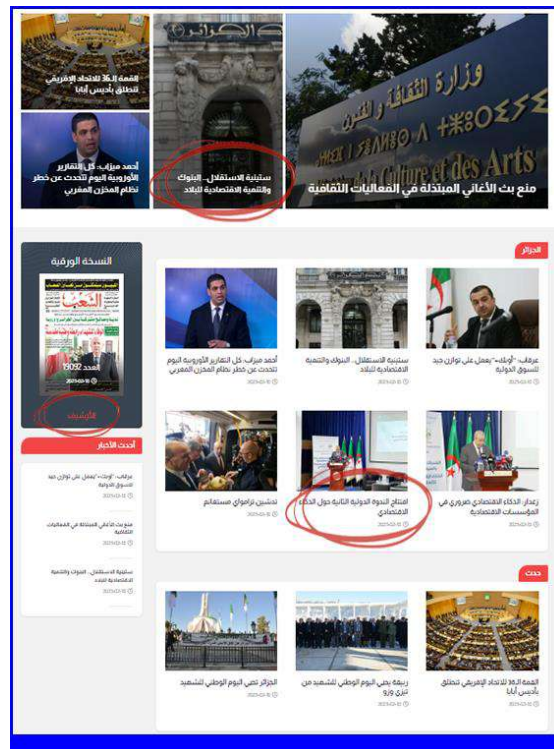
بشكل عام يرى الباحث أن عملية اختيار الألوان في التصميم من الأمور الهامة التي يجب على مصممي الصحف الإلكترونية مراعاتها خصوصا على الصفحة الرئيسية لأنها تعتبر إثراء بصري مهم لها، وألا تكون اعتباطية بل بدقة واحترافية مع مراعاة أساسيات اللون في التصميم، فالألوان تؤثر بشكل كبير في نفسية المستخدم، لذا وجب اختيارها بعناية بحيث تكون ملائمة للتصميم ومتناسقة معه وتزيد من قوة تأثيره وتبرز المحتوى بشكل أفضل للمستخدم في نفس الوقت.



شكل 47: ألوان الأرضيات في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "الجزائر الآن".



شكل 48: ألوان الأرصيات في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "competition".



شكل 49: ألوان العناوين في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "الشعب أونلاين".



شكل 50: ألوان العناوين في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "سبق برس".

الجدول رقم 36: Colors on the Inside Pages مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	Colors on the Inside Pages		
الصفحات الداخلية								Cod hex - Color		Background
100	69	100	314	100	326	100	503	#ffffff		
-	-	-	-	-	-	-	-	#f2f2f2		
100	69	100	314	100	326	100	503	المجموع		
-	-	-	-	100	326	95.99	503	#33383f		Titles
100	69	-	-	-	-	-	-	#000000		
-	-	100	314	-	-	-	-	#f2f2f2		
100	69	100	314	100	326	100	524	المجموع		
-	-	-	-	-	-	100	503	#333333		Texts
-	-	100	314	-	-	-	-	#1c2531		
-	-	-	-	100	326	-	-	#2c2f34		
100	69	-	-	-	-	-	-	#76767c		
100	69	100	314	100	326	100	503	المجموع		

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 36 أنواع الألوان في الصفحات الداخلية لمواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، طيلة فترة الدراسة، حيث جاءت الأرضيات والعناوين والنصوص كالآتي:

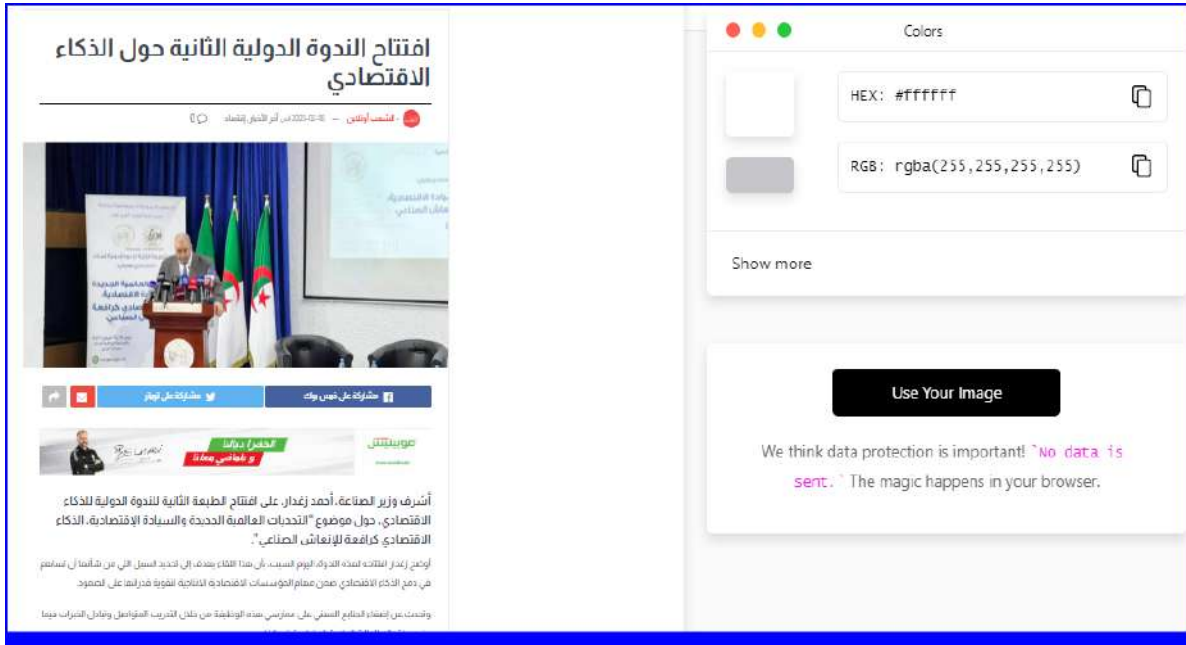
1. الأرضية: اتفقت كل مواقع صحف عينة الدراسة على استعمال اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff كأرضية للصفحات الداخلية، وذلك طيلة فترة الدراسة بنسبة 100% لكل موقع.
2. العناوين: اتفقت كل مواقع صحف عينة الدراسة على استعمال اللون الأسود بمختلف تدرجاته اللونية بشكل أساسي في كتابة عناوين المضمين في الصفحات الداخلية، وذلك طيلة فترة الدراسة بنسبة 100% لكل موقع، حيث استعمل موقعي صحيفي "الشعب أونلاين" و "سبق برس" اللون الأسود بمقداره السداسي العشري #f33383، وموقع صحيفة "الجزائر الآن" استعمله بمقدار #f2f2f2، بينما موقع صحيفة "competition" استعمله بمقدار #000000.

3. **النصوص:** أظهرت بيانات الجدول أعلاه أن كل من موقعي صحفتي "الشعب أونلاين" و"competition" استعملت اللون الرمادي بدرجات لونية مختلفة بشكل أساسي في كتابة مضامينها داخل الصفحات الداخلية، وذلك طيلة فترة الدراسة بنسبة 100% لكل منهما، حيث استعمل الأول اللون بدرجة غامقة قليلا بمقدر سداسي عشري #333333، والثاني استعمله بدرجة فاتحة بمقدار #76767c. بينما استعمل موقعي صحيفي "سبق برس" و"الجزائر الآن" اللون الأسود بمقداره السداسي العشري #c2f342 للأول و#1c2531 للثاني.

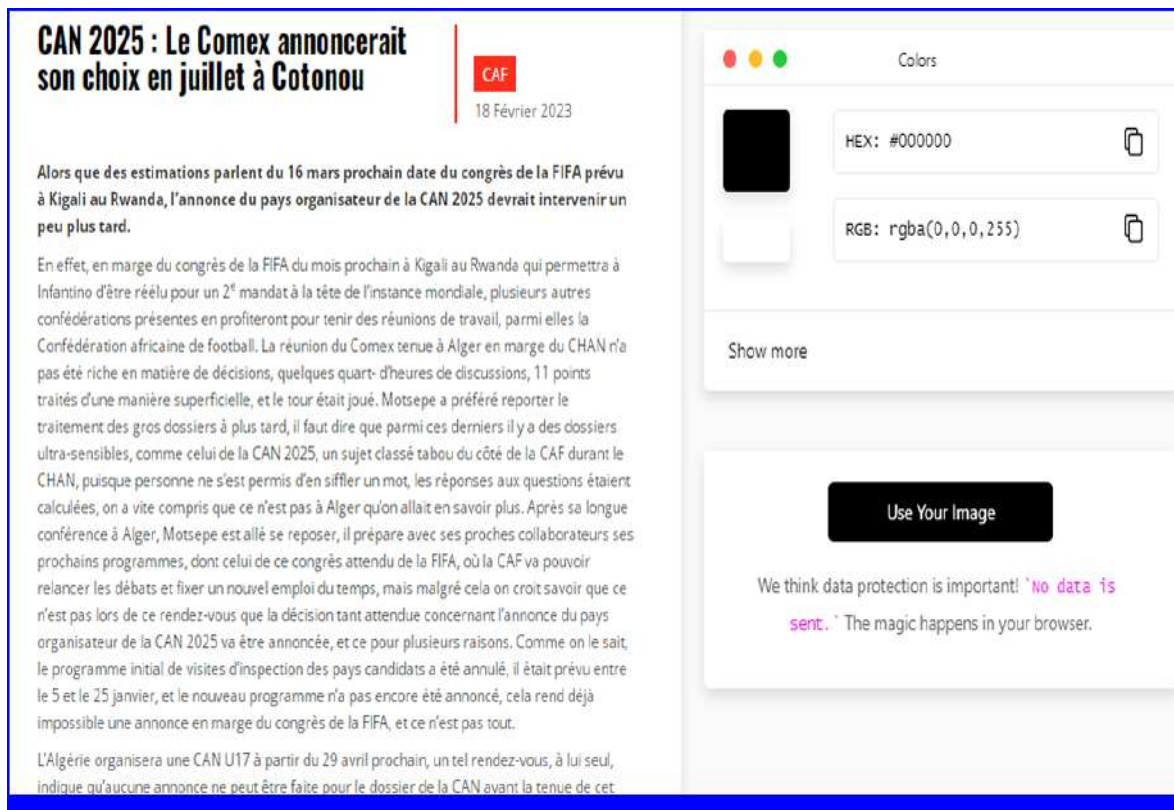
وتتشابه نتائج دراستنا مع دراسة نويرة، التي توصلت إلى أن اللون الأسود مثل النسبة الأعلى في الاستخدام للنصوص المتن إذ بلغ مجموع تكراراته 625 بنسبة 37.9%، فيما جاء اللون الأزرق القاتم (003366) في المرتبة الثانية في عرض نصوص المتن حيث بلغ مجموع تكراراته 343 بنسبة 20.8%، واللون الأحمر الخالص (FF0000) ثالثا بنسبة 11.4%، يليه الأخضر الغامق (008000) بنسبة 6.6%.

واتخذت درجات اللون الرمادي نسب مختلفة في عرض نصوص المتن حيث سجلت أعلى نسبة الكود (666666) بنسبة 9.1%، وكان أقلها الكود (333333) بنسبة 1.8%. (سيف العتيبي، 2016، صفحة 192)

ويرى الباحث بشكل عام أن ألوان مواقع صحف عينة الدراسة في الصفحات الداخلية كانت موفقة الى حد كبير، كونها لم تعتمد على كثرة الألوان التي تشتت المستخدم، واكتفت بلون واحد فقط سواء في الأرضية أو العناوين أو النصوص بشكل متباين وواضح بينهم حتى تسهل عملية التعرض.



شكل 51: لون الأرضية في الصفحات الداخلية لموقع صحيفة "الشعب أونلاين".



شكل 52: لون الأرضية في الصفحات الداخلية لموقع صحيفة "competition".

The screenshot shows a news article from 'Al-Jazira' titled 'وزير النقل يشرف على الانطلاق الرسمي لخدمة "ترامواي" بمستغانم'. The article features a photograph of a modern tram at a station. To the right, a 'Colors' tool displays the color #2c2f34 (RGB: rgba(44, 47, 52, 255)).

شكل 53: لون النصوص في الصفحات الداخلية لموقع صحيفة "سبق برس".

The screenshot shows a news article from 'Al-Jazira' titled '6 رسائل في كلمة الرئيس تبون في اجتماع لجنة العشرة للإتحاد الإفريقي'. The article features a photograph of President Abdelmadjid Tebboune. To the right, a 'Colors' tool displays the color #1c2531 (RGB: rgba(28, 37, 49, 255)).

شكل 54: لون النصوص في الصفحات الداخلية لموقع صحيفة "الجزائر الآن".

الجدول رقم 37: Languages used مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Languages used
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	12	100	12	100	12	100	12	One language
-	-	-	-	-	-	-	-	Multilingualism
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 37 بأن كل من مواقع صحف عينة الدراسة على استخدام لغة واحدة فقط، بنسبة 100% لكل موقع، طيلة فترة الدراسة، حيث كانت اللغة العربية في كل من مواقع صحف "الشعب أونلاين" و"سبق برس" و"الجزائر الآن"، فيما كانت اللغة الفرنسية في موقع صحيفة "competition".

وتتوافق دراستنا مع نتائج دراسة الباحثة لمياء سيف العتيبي التي توصلت إلى أنه سجل استخدام اللغة العربية طوال فترة الدراسة، حيث بلغ مجموعها تكرارها 30 وبنسبة 100%، إذ لم تقدم صحيفة الرياض الإلكترونية أي من نصوصها باللغات المختلفة غير اللغة العربية مما يشار إلى اعتمادها على اللغة الأم في تقديم موادها. (سيف العتيبي، 2016، صفحة 220)

وتختلف نتائج دراستنا مع نتائج دراسة محمد خليفة التي توصلت إلى تفوق موقعي النيويورك تايمز والعين الإخبارية، من حيث عدد اللغات التي يصدر بها كل منهما، حيث يصدر موقع النيويورك تايمز بثلاث لغات هي: الصينية البسيطة، الإنجليزية والإسبانية، بالإضافة إلى النسخة الكندية، كما يصدر موقع العين الإخبارية بأربع لغات هي: الفرنسية، التركية، الفارسية، الأمهرية، بالإضافة إلى اللغة العربية، بينما اقتصر مواقع اليوم السابع، مصراوي والإمارات اليوم على لغة واحدة فقط هي اللغة العربية (محمد أحمد، 2022، صفحة 161).

وفي هذا السياق، يرى الباحث أن اعتماد مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة على لغة واحدة يؤثر بشكل سلبي على انتشارها بين المستخدمين سواء من الجزائر أو من خارجها، ويحد من تلبية حاجيات المستخدمين مما يؤدي إلى نقص حاد في التفاعلية داخلها.

الجدول رقم 38: Fonts في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن	سبق برس	الشعب أونلاين	المواقع	
competition		الجزائر الآن	سبق برس	الشعب أونلاين	Fonts	
Balboa	Droid Arabic Kufi	Jazeera	Almarai	Type	Titles	
px 18	px 16	px 15	px 17	Size		
Balboa	Droid Arabic Kufi	Jazeera	Almarai	Type	Texts	
px 14	px 14	px 13	px 14	Size		

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 38 الخطوط المستعملة في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، في كل من العناوين والنصوص، أنواعها وأحجامها، حيث اعتمد الباحث بشكل أساسي على كود source لكل موقع لاستخراج الخطوط المستعملة، نظرا لجعلها متاحة وغير مشفرة أمام المستخدمين، من خلال الضغط من لوحة المفاتيح على أزرار **ctrl+w+u** لتفتح صفحة الأكواد، والتي تعطينا بالتفصيل كل محتويات الموقع، كما اعتمد أيضا على موقع whatfontis.com لتحديد نوعية الخطوط.

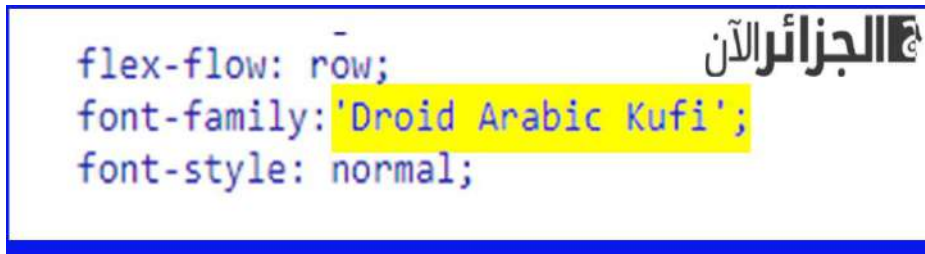
وبين الجدول المدون أعلاه، أن مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة اختلف في نوع الخطوط المعتمدة، واكتفت بخط واحد فقط في كتابة النصوص والمضامين، ولم تتغير طيلة فترة الدراسة، حيث نجد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" يعتمد خط Almarai، بينما موقع صحيفة "سبق برس" يعتمد خط Jazeera، وموقع صحيفة "الجزائر الآن" يعتمد خط Droid Arabic Kufi، فيما موقع صحيفة "competition" يعتمد خط Balboa.

وقصد تحقيق الانسجام في استعمال هذه الأنماط من الخطوط في الصحافة الإلكترونية كان لابد ألا تتجاوز الصحف الإلكترونية الحد الأقصى من الخطوط المتفق عليها من قبل لجنة (W 3 C) التي توصي بها رابطة الشبكة العالمية بالآ يتجاوز عدد الخطوط المستخدمة في صفحة الويب الـ 3 خطوط في حدها الأقصى (آدم علي، 2018، صفحة 119). وهذا ما عملت به كل مواقع صحف عينة الدراسة التي لم تتجاوز الحد المتفق عليه.

ويرى الباحث أن استعمال مواقع الصحف عينة الدراسة لخط واحد في كل الموقع كافي، لأنه يعبر عن شخصيتها وهويتها، رغم أن كل الخطوط المستعملة لهذه المواقع هي خطوط مجانية ولست حصرية لها، أي انها موجودة على شبكة الانترنت ومتاحة للجميع للتنزيل، وبعبارة أخرى أنه في حالة مجانية الخطوط قد نجد أكثر من موقع صحيفة يستخدم نفس الخط لأنه متاح للاستعمال العام وليس حكرا على موقع معين، فمثلا نجد موقع صحيفة "سبق برس" يعتمد على خط غير ملكه وهو خط Jazeera ، كما هو موضح في الشكل ، و هو في الأصل ملك قناة وموقع الجزيرة القطرية وتستخدمه في كل منصاتها ومواقعها، أيضا موقع صحيفة "الجزائر الآن" الذي يعتمد على خط Droid Arabic Kufi الذي هو الآخر مستعمل في عدة مواقع أخرى.



شكل 55: حجم الخط في موقع صحيفة "سبق برس"



شكل 56: نوع الخط في موقع صحيفة "الجزائر الآن".

وتختلف نتائج الدراسة مع دراسة الباحثة حميدة، التي توصلت إلى أن الصحيفة الإلكترونية "الجزائر تايمز" قد استخدمت ثلاثة أنواع من الخط في كتابة العناوين وتتمثل في: Arial، Archivo Narro، Sans-Serif، أما بالنسبة للمتن فقد استعملت خمسة أنواع من الخط تمثلت في: Narro Archivo، Arial، Courier New، Simplifie Arbic ، Sans-Serif . (بن معزوز ، 2021 ، صفحة 308)

أما بخصوص أحجام الخطوط المتعمدة، فقد تراوحت أحجام العناوين بين 15 و 17 Pixel والنصوص بين 13 و 14 Pixel، وذلك طيلة فترة الدراسة، ويرى الباحث أن هذا يعد أمر منطقي كون العنوان دائما يكون أكبر حجم من النصوص. حيث جاء موقع صحيفة "competition" الأكبر من ناحية الأحجام،

حيث كتبت العناوين بـ px18 والنصوص بـ px 14، يليه موقع صحيفة "الشعب أونلاين" حيث فيه كتبت العناوين بـ px17 والنصوص بـ px 14، يليه موقع صحيفة "الجزائر الآن" الذي كتبت فيه العناوين بـ px16 والنصوص بـ px 14، ويأتي في الأخير موقع صحيفة "سبق برس" الذي كتبت فيه العناوين بـ px15 والنصوص بـ px 13.

ويرى الباحث بشكل عام أن على مواقع الصحف الجزائرية استعمال خطوط تدعمها المتصفحات أولاً، وتكون مفهومة وبسيطة ثانياً، مع المحافظة على الحجم بين px 18-14 في العناوين وpx 13-10 في النصوص، كون نوع الخط له تأثير على الحجم.

كما تجدر الإشارة إلى أن مستخدم مواقع الويب بشكل عام غير صبور ويبحث عن أقصى سرعة للوصول للمضمون الذي يهمله بشكل سلسل وسهل وواضح، لذا يجب على مصممي مواقع الصحف خصيصاً اختيار الخط وحجمه بعناية فائقة وتجنب الخطوط الغير مفهومة، حتى يسهل عملية القراءة على المستخدم.



شكل 57: نوع الخط في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".



شكل 58: نوع الخط في موقع صحيفة "competition".

الجدول رقم 39: Texte Alignment في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة

competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	Text Alignment	
–	–	100	314	100	326	100	503	Left	Tilles
–	–	–	–	–	–	–	–	Center	
100	69	–	–	–	–	–	–	Right	
100	69	100	314	100	326	100	503	المجموع	
–	–	100	314	100	326	100	503	Left	Texts
–	–	–	–	–	–	–	–	Center	
100	69	–	–	–	–	–	–	Right	
100	69	100	314	100	326	100	503	المجموع	

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 39 اتفاق كل مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة باستثناء موقع صحيفة، على محاذاة العناوين والنصوص على اليمين وذلك طيلة فترة الدراسة بنسبة 100%، عكس موقع صحيفة "competition" الذي اعتمد على المحاذاة العناوين والنصوص على اليسار طيلة فترة الدراسة.

ويرى الباحث أن اعتماد مواقع صحف عينة الدراسة على محاذاة العناوين والنصوص على اليمين اختيار صائب، كون انها تعرض مضامينها باللغة العربية واتجاه القراءة فيها من اليمين الى اليسار لتوفير الراحة لعين المستخدم اثناء القراءة، وعلى العكس فإن المحاذاة الى اليسار في موقع صحيفة "competition" يعد الأمثل كون اللغة الفرنسية تقرأ من اليسار الى اليمين.

وتختلف نتائج الدراسة مع دراسة الباحث إبراهيم السمان، التي توصلت الى اتفاق جميع مواقع الدارسة في محاذاة العناصر وسط الصفحة حيث بلغت في جميع المواقع نسبة واحدة متساوية هي 100%، وطوال فترة التحليل لم توجد محاذاة إلى اليمين أو محاذاة إلى اليسار بالنسبة للعناصر داخل مواقع الدارسة (محمد السمان، 2019، صفحة 203).



شكل 59: المحاذاة الى اليمين في العناوين والنصوص لمواقع صحف

"الشعب أونلاين" و"سبق برس" و "الجزائر الآن".



شكل 60: المحاذاة الى اليسار في العناوين والنصوص لموقع صحيفة "competition".

الجدول رقم 40: Tags في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Tags
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	-	-	-	-	100	217	Tags
-	-	-	-	-	-	100	217	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 40 انفراد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" في استخدام الوسوم مع المضامين، من بين صحف مواقع عينة الدراسة الأخرى وذلك بتكرار بلغ 217 وبنسبة 100%، كما هو موضح في الشكل رقم 61.

ويرى الباحث أن توظيف الوسوم في مواقع الصحف لها أهمية كبيرة من خلال وصف وتصنيف المضامين المقدمة لتسهيل عملية البحث والتصنيف أمام المستخدم.

تجدر الإشارة الى أن موقع صحيفة "الشعب أونلاين" يستخدم الوسم الآلي، لذا يرى الباحث من الضروري ترشيد استخدام الوسوم وجعلها يدوية، كي لا توضع بشكل مكثف، بمعنى أنه لا بد من تفويض صلاحية المستخدمين عند إضافة الوسم، فلا يتم اضافته إلا حين ما تتم عملية مراجعته، حتى لا يكون مكرر أو مرادف لوسم آخر.



شكل 61: الوسوم في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".

الجدول رقم 41: Hypertext في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع hypertext
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	20	04	33.33	06	44.82	13	Internat HyperText
-	-	80	16	66.66	12	55.17	16	Externat HyperText
-	-	100	20	100	18	100	29	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 41 أن أغلب مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، تعتمد بشكل أساسي على النص الفائق الخارجي ويليه ثانيا النص الفائق الداخلي، وذلك طيلة فترة الدراسة. فيما لم يستخدم موقع صحيفة "competition" كليا على النصوص الفائقة.

حيث توزعت نسب النص الفائق الخارجي على مواقع صحف عينة الدراسة كالتالي: موقع صحيفة "الجزائر الآن" بنسبة 80%، ويليه موقع صحيفة "سبق برس" بنسبة 66.66%، يليه موقع صحيفة "الشعب أونلاين" بنسبة 55.17% على التوالي. بينما توزعت نسب النص الفائق الداخلي على مواقع صحف عينة الدراسة كالتالي: موقع صحيفة "الشعب أونلاين" بنسبة 44.82%، ويليه موقع صحيفة "سبق برس" بنسبة 33.33%، يليه موقع صحيفة "الجزائر الآن" بنسبة 20% على التوالي.

ويرى الباحث أن استخدام مواقع صحف عينة الدراسة للنصوص الفائقة ضئيل وغير كافي، حيث جاءت أغلب المضامين الصحفية بدون روابط تشعبية، مما يجعل درجة تفاعل المستخدم منخفضة، ويرجع الباحث ذلك الى كون النص الفائق يحتاج في اعداده فريق صحفي ومصممين أكثر، وهو ما يبتعد عنه أغلب أصحاب الصحف الإلكترونية نظرا لتكلفته المادية.

وتختلف نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة عبير سليم لبد التي توصلت نتائجها الى انفاق مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على استخدام النص الفائق الداخلي، أي انها تحيل القارئ الى صفحاتها الداخلية ولا ترسل به لموقع آخر، وجاءت نسبة النص الفائق الداخلي 100% في كل مواقع صحف الدراسة. (سليم لبد، 2014، صفحة 224)

وأظهرت دراسة الباحثة لمياء بنت سيف بتال العتيبي، إلى أن الروابط التشعبية الي تنقل المستخدم إلى صفحات أخرى داخل الموقع النسبة الأعلى اذ بلغ تكرارها 3360 بنسبة 94.04%، والروابط التشعبية الي تنقل المستخدم إلى صفحات أخرى خارج الموقع المرتبة الثانية اذ بلغ تكرارها 188 بنسبة 4.08%، فيما حلت الروابط التشعبية الي تقود المستخدم إلى داخل الصفحة الرئيسية ثالثا بتكرار 30 بنسبة 0.08% . (سيف العتيبي، 2016، صفحة 182.181)



شكل 62: النص الفائق الخارجي في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".

الجدول رقم 42: Content updates في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Content updates
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	12	100	12	100	12	100	12	Available
-	-	-	-	-	-	-	-	Unavailable
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 42 أن كل من صحف مواقع عينة الدراسة توفر خاصية التحديث لصفحات مواقعها، وذلك بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة، ولاحظ الباحث أن كل المواقع تجري تغييرات على محتواها في كل 24 ساعة.

وتتشابه نتائج دراستنا أيضا مع دراسة الباحث ماجد فضل صقر حبيب، والتي توصلت إلى أن مواقع الصحف الفلسطينية لعدم التحديث التلقائي للصفحات بنسبة 100% (فضل صقر، 2014, p. 173)، كما تتشابه نتائج دراستنا أيضا مع دراسة الباحثة حميدة، والتي توصلت إلى أن الصحفيتين الإلكترونيتين محل الدراسة حرصتا على الفورية والتحديث المستمر لمختلف الأخبار المنشورة على صفحاتها الرئيسية، حيث بلغت نسبتها 87.50%.

فيما تختلف مع دراسة الباحث جاسم محمد الشيخ جابر، والتي توصلت إلى أن عددا غير قليل من الصحف الإلكترونية العربية لم تطبق خاصيتي الفورية والتحديث، حيث لاحظ الباحث أن الصحف لم تجري أي تغيير على محتواها لمدة تزيد عن 24 ساعة. (الشيخ جابر، 2009، صفحة 409)

ويرى الباحث أن خاصية التحديث هي أحد أهم سمات الصحافة الإلكترونية، كونها تعد خدمة تنطلق أساسا من عمل الصحفية الإلكترونية، لذا وفرت مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة هذه الخاصية لتستهدف بها إحاطة مستخدميها بكل التطورات والأحداث في مختلف المجالات لحظة بلحظة وبشكل مستمر طيلة اليوم، لكون المادة الصحفية تتلف بسرعة، حيث يشجع الموقع الذي يقوم بتحديث محتوياته لحظة بشكل مستمر على معاودة تصفحه من قبل المستخدمين عكس الموقع الذي يتأخر في عملية

تحديث مضامينه الذي نجد فيه غياب الألفة بينه وبين المستخدم ويعطيه شعور بالملل لوجود نفس المادة المعروضة كل دخول له للموقع مما يؤدي الى نفوره نهائيا منه.

كما يرى الباحث بشكل عام أن خاصية التحديث من أهم أوجه ثراء مواقع الصحف الإلكترونية، كونها تعمل على جذب المستخدم الذي يميل ويهتم بدرجة أولى من الوسيلة التي تحقق له الوصول الى الحدث فور حدوثه، الأمر الذي ينطبق على الصحافة الإلكترونية ويمزها عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى.

الجدول رقم 43: Multimedia في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	Multimedia
-	-	-	-	-	-	14.38	21	Photo Album
100	6	100	15	100	33	85.61	125	Vidéos
-	-	-	-	-	-	-	-	Sound
-	-	-	-	-	-	-	-	Infographique
100	06	100	15	100	33	100	146	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول 43 إلى أن كل مواقع صحف عينة الدراسة تعتمد على مقاطع الفيديو كوسائط داعمة طيلة فترة الدراسة، حيث جاء موقع "الشعب أونلاين" أولا بتكرار بلغ 125 وبنسبة 85.61%، يليه موقع صحيفة "سبق برس" بتكرار بلغ 33 وبنسبة 100%، وجاء ثالثا موقع صحيفة "الجزائر الآن" بتكرار بلغ 15 وبنسبة 100%، فيما حل رابعا موقع صحيفة "competition" بتكرار بلغ 06 وبنسبة 100%.

ولاحظ الباحث أن كل مقاطع الفيديو ليست مخزنة على خوادم مواقع عينة الدراسة، بل موجودة على موقع يوتيوب ويتم فقط وضعها في الموقع، لكن بمجرد نقر المستخدم على الفيديو يشاهد علامة موقع اليوتيوب، وهذا الخيار قد يؤدي الى حذف مقاطع الفيديوهات من على المنصة الخارجية بتالي يحذف تلقائيا ويصبح غير متاح للمستخدمين في موقع الصحيفة كما هو الحال مع موقع صحيفة "competition" الموضح في الشكل رقم 63.



شكل 63: مقاطع الفيديو المحذوفة في موقع صحيفة "competition".

ويلجأ مصممي ومخرجي مواقع الصحف إلى استخدام هذه الحيلة لتفادي نفاذ مساحة تخزين الموقع وأيضا عدم بطئه، خصوصا إذا وضعت بجودة عالية، ويرى الباحث أنه يجب الاهتمام بشكل أكبر بزيادة مساحات التخزين لكي تسمح لهم بتوفير مقاطع الفيديو على الموقع دون التنقل الى موقع آخر لعرضها لتبقي المستخدم أكثر وقت ممكن في الموقع دون اضطراره للذهاب الى منصة أخرى لمشاهدة الفيديو.

وانفرد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" باستخدام ألبومات الصور خلال فترة الدراسة، بتكرار بلغ 21 وبنسبة 14.38%، حيث قدمها الموقع بشكل مستقل وأيضا مصاحبة للمضامين الإخبارية. وهي إضافة وميزة مهمة في نظر الباحث كونها تساهم في عرض وايصال الأحداث بشكل أوضح للمستخدم.

وتتفق نتائج دراستنا مع دراسة الباحث جاسم جابر، التي توصلت إلى أن موقع الدراسة لم تستخدم الوسائط المتعددة بكامل الإمكانيات التقنية التي توفرها الإنترنت وبرامج الكمبيوتر، باستثناء صحيفة ايلاف، حيث أفصحت نتائج الدراسة عن أربع صحف فقط من مجتمع الدراسة قد عرضت أفلام فيديو، وأن صحيفة واحدة تقدم تسجيلات ومواد صوتية. (الشيخ جابر، 2009، صفحة 408)

وتختلف نتائج دراستنا مع دراسة زيد بن صالح بن زيد، التي أظهرت أن جميع الصحف السعودية الإلكترونية تستخدم الوسائط المتعددة، باستثناء صحيفة المدينة الإلكترونية التي لا تستخدم الوسائط المتعددة في صفحاتها، ويتركز استخدام الوسائط المتعددة في الصفحات الرئيسية، رغم اتجاه بعض الصحف لاستخدام هذه الوسائط في الصفحات الداخلية أيضاً، أما من حيث أنواع الوسائط المستخدمة فيظهر تركيز هذه الوسائط في إضافة بعض التأثيرات Animation للصور الفوتوغرافية المستخدمة في تصميم الإعلانات التجارية (بن صالح العنزي، 2007، صفحة 159).

ويرى الباحث بشكل عام أن الوسائط الداعمة تعد من أوجه الثراء لمواقع الصحف الإلكترونية، كونها تساهم في عملية تفاعل المستخدم مع المضامين الصحفية المقدمة، بالإضافة إلى أنها تشكل مزيج بين الصوت والصورة لتعطي مواقع الصحف جمالية وتجذب المستخدمين، لذا ينبغي على مواقع صحف عينة الدراسة الاهتمام أكثر بالوسائط الداعمة من خلال توفيرها بشكل دائم مع الحرص على شكلها كونها توفر العديد من البرمجيات التصميمية التي تكون متميزة وناجحة وقادرة على تقديم المضامين الصحفية ذات المكونات المختلفة وتقديمها بمستويات عالية للمستخدمين.



شكل64: ألبومات الصور في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".



شكل65: مقاطع الفيديو في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".



شكل66: مقاطع الفيديو في موقع صحيفة "الجزائر الآن".

الجدول رقم 44: Separative Element في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Separative Element
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
76.88	276	97.14	408	44.82	156	51.72	180	Null Space المساحة الفارغة
-	-	-	-	-	-	-	-	Closing Line الخط الفاصل
20.05	72	2.85	12	55.17	192	48.27	168	Tire الإطارات
3.34	12	-	0	-	-	-	-	Using tables الجداول
100	359	100	420	100	348	100	348	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

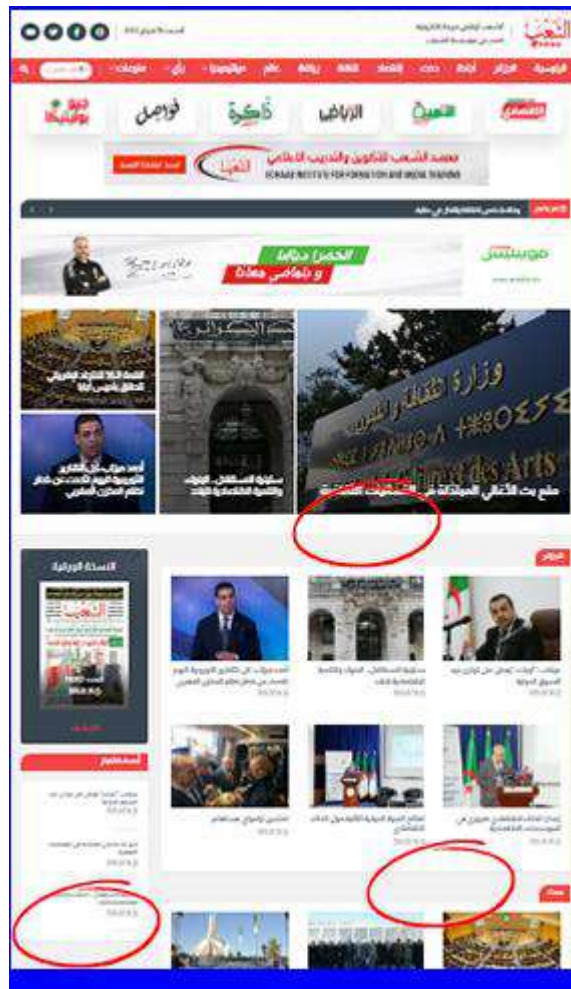
يظهر الجدول رقم 44 أن كل مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، تعتمد بشكل أساسي على المساحة الفارغة كعنصر فصل بين الموضوعات في الصفحة الرئيسية، عدا موقع صحيفة "سبق برس" التي تعتمد بشكل أساسي على عنصر الإطارات، كما هو في الشكل رقم 67.



شكل 67: الإطارات كعنصر فصل بين الموضوعات في موقع صحيفة "سبق برس".

وعلى مستوى كل موقع على حدى: جاءت عناصر الفصل بين الموضوعات في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، طوال فترة التحليل كما يلي:

1. موقع صحيفة "الشعب أونلاين": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بدرجة أولى على عنصر المساحة الفارغة، بتكرار بلغ 180 وبنسبة 51.72%، وعنصر الإطارات الحاملة ثانياً، بتكرار بلغ 168 وبنسبة 48.27%، بينما لم يعتمد على باقي عناصر الفصل الأخرى، كما هو موضح في الشكل رقم 68.



شكل 68: عناصر الفصل بين الموضوعات في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".

2. موقع صحيفة "سبق برس": بينت النتائج أن الموقع يعتمد بدرجة أولى على عنصر الإطارات الحاملة، بتكرار بلغ 276 وبنسبة 76.88%، وحلت ع الإطارات الحاملة ثانياً، بتكرار بلغ 72 وبنسبة 20.05%، بينما لم يعتمد على باقي عناصر الفصل الأخرى.

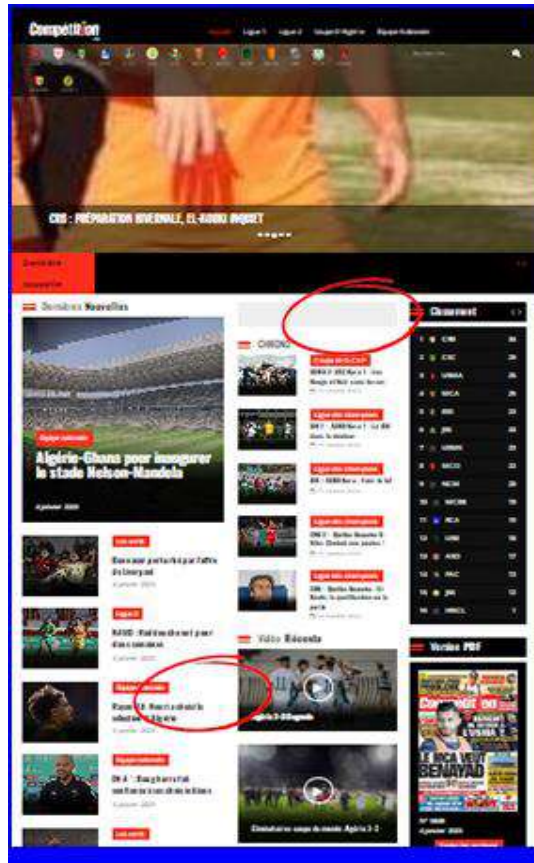
3. موقع صحيفة "الجزائر الآن": بينت النتائج ذ أن الموقع يعتمد بدرجة أولى على عنصر المساحة الفارغة، بتكرار بلغ 408 وبنسبة 97.14%، وحلت الإطارات الحاملة ثانياً، بتكرار بلغ 12 وبنسبة 2.85%، بينما لم يعتمد على باقي عناصر الفصل الأخرى، كما هو موضح في الشكل رقم 69.



شكل 69: المساحات الفارغة كعنصر فصل بين الموضوعات في موقع صحيفة "الجزائر الآن".

4. موقع صحيفة "competition" بينت النتائج أن الموقع يعتمد بدرجة أولى على عنصر المساحة الفارغة، بتكرار بلغ 408 وبنسبة 97.14%، وحلت الإطارات الحاملة ثانيا، بتكرار بلغ 12 وبنسبة 2.85%، وجاء ثالثا عنصر الجداول، بتكرار بلغ 12 وبنسبة 3.34%.

وتختلف نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة عبير سليم لبد، التي توصلت إلى أن مواقع صحف الدراسة اعتمدت بشكل أساسي على الخطوط للفصل بين موضوعاتها، وذلك بنسبة 51.89% من إجمالي اهتمام المواقع بأدوات الفصل، كما هو موضح في الشكل رقم 70، وتلاها العناوين بنسبة 16.59%، من ثم البياض بنسبة 14.52%، وأخيرا الصور والإطار بنسب 11.6% و 5.4% على التوالي. (سليم لبد، 2014، صفحة 224)



شكل 70: المساحات الفارغة كعنصر فصل بين الموضوعات في موقع صحيفة "competition".

كما تختلف دراستنا أيضا مع الباحثة حميدة، التي توصلت على أن صحيفة "الجزائر تايمز" اعتمدت على الخطوط في الفصل بين موضوعاتها بنسبة 53.57%، ثم الإطارات بنسبة 23.19%، تليها البياض والصور كفواصل على التوالي: 158.37% و 7.87%. أما صحيفة "Algérie360" فقد اعتمدت على الإطارات للفصل بين موضوعاتها بنسبة قدرت بـ 57.26%، ثم البياض بنسبة 37.13%، وأخيرا الخطوط بنسبة ضئيلة قدرت بـ 5.61%، بينما لم تستعمل صحيفة "Algérie360" الصور كفواصل في موضوعاتها (بن معزوز ، 2021 ، صفحة 228.229)

ويرى الباحث أن اعتماد أغلب مواقع صحف عينة الدراسة على عنصر المساحة الفارغة، كانت موفقة، لكونه عنصر يكاد لا يخله منه أي موق ويب، حيث يمكن المصممين ومحرري الأخبار من الفصل بين المضامين الكثيرة التي يتم إنتاجها ووضعها على الصفحة الرئيسية، كما يوفر راحة بصرية للمستخدم أثناء الإبحار في الموقع.

كما يرى الباحث أن اختيار موقع صحيفة "سبق برس" للإطارات كعناصر فصل المحتويات لا يعد خطأ ابداً، بل بالعكس، لأن الإطارات هي الأخرى تعطي إمكانية التحكم التام فيما يريد المخرج عرضه على الصفحة الرئيسية، كما تساهم في ترتيب المضامين والمحتويات مما يحقق السلاسة للمستخدم في عملية الإبحار.

الجدول رقم 45: Advertising Type في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

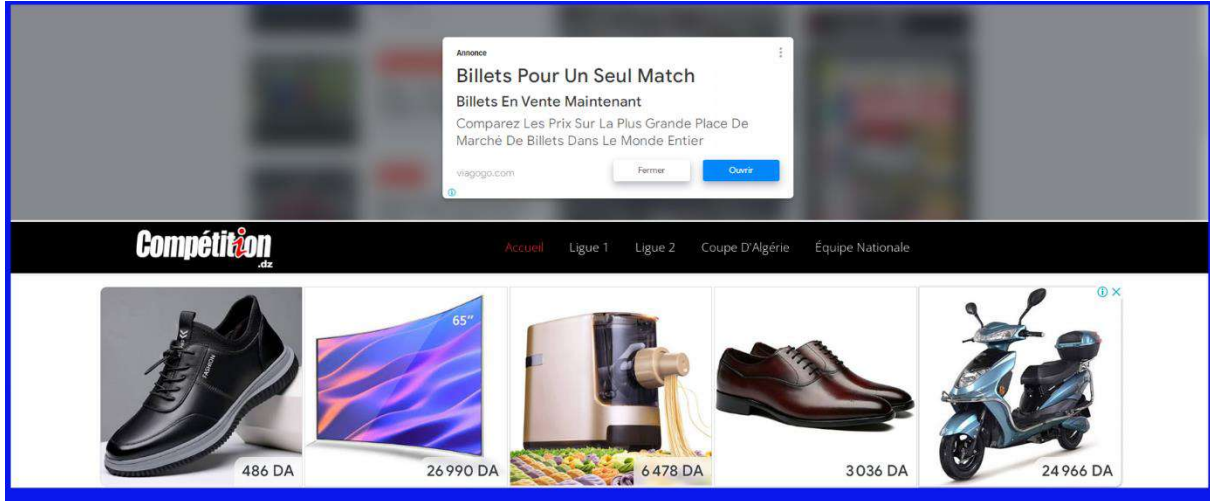
Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Advertising Type
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
50	04	85.71	36	77.77	42	-	-	Fixed Advertising
50	04	14.28	06	22.22	12	100	24	Animated Advertising
100	08	100	42	100	54	100	24	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر نتائج الجدول رقم 45 أن أغلب مواقع صحف عينة الدراسة تعتمد بشكل أساسي على الإعلانات الثابتة، (Fixed Advertising) تليها الإعلانات المتحركة (Animated Advertising)، وذلك طيلة فترة الدراسة.

حيث جاء موقع صحيفة "سبق برس" أولا بنسبة 77.77% للإعلانات الثابتة و77.77% للإعلانات المتحركة، يليه موقع صحيفة "الجزائر الآن" بنسبة 22.22% للإعلانات الثابتة و77.77% للإعلانات المتحركة، فيما حل ثالثا موقع صحيفة "competition" بنسبة 50% لكل من الإعلانات الثابتة والمتحركة.

ولاحظ الباحث اعتماد موقع صحيفة "competition" لإعلانات "جوجل أدوردز" المفاجأة التي اتاحها الموقع أمام المتصفح Chrome Google كما هو موضح في الشكل رقم 64، حيث تحدث مشاكل مؤرقة للمستخدمين أثناء تصفح المضامين لكثرتها وظهورها المفاجئ بالإضافة الى كونها تشتت القارئ وتحجب عنه محتوى المادة المعروضة.



شكل 71: اعلانات "جوجل أدوردز في موقع صحيفة "competition".

ويظهر الجدول تفرد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" الذي استخدم فقط الإعلانات المتحركة بتكرار بلغ 24 وبنسبة 100%، وذلك طيلة فترة الدراسة، ويرى الباحث أن الإعلانات المتحركة بمختلف الامتدادات تتميز بقدرتها العالية على جذب المستخدمين للمواد الإعلانية أولاً وللصحيفة ثانياً، خصوصاً إذا راعت الأسس التصميمية التي تساهم في التأثير على ذاكرتهم وتحقيق الاقتناع بالمادة الاعلانية تمهيداً لتشكيل اتجاه إيجابي نحوها.

وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة الباحثة حميدة، التي توصلت إلى أن الصحيفة الإلكترونية Algeria360 تستخدم الإعلانات الثابتة والمتحركة. (بن معزوز ، 2021 ، صفحة 350)

وكما تتفق نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة التي توصلت إلى أن الصور الثابتة تحتل المرتبة الأولى بنسبة 56.6% من بين أنواع الصور والرسوم في الإعلانات الإلكترونية محل الدراسة. (قنيفة، 2023، صفحة 161).

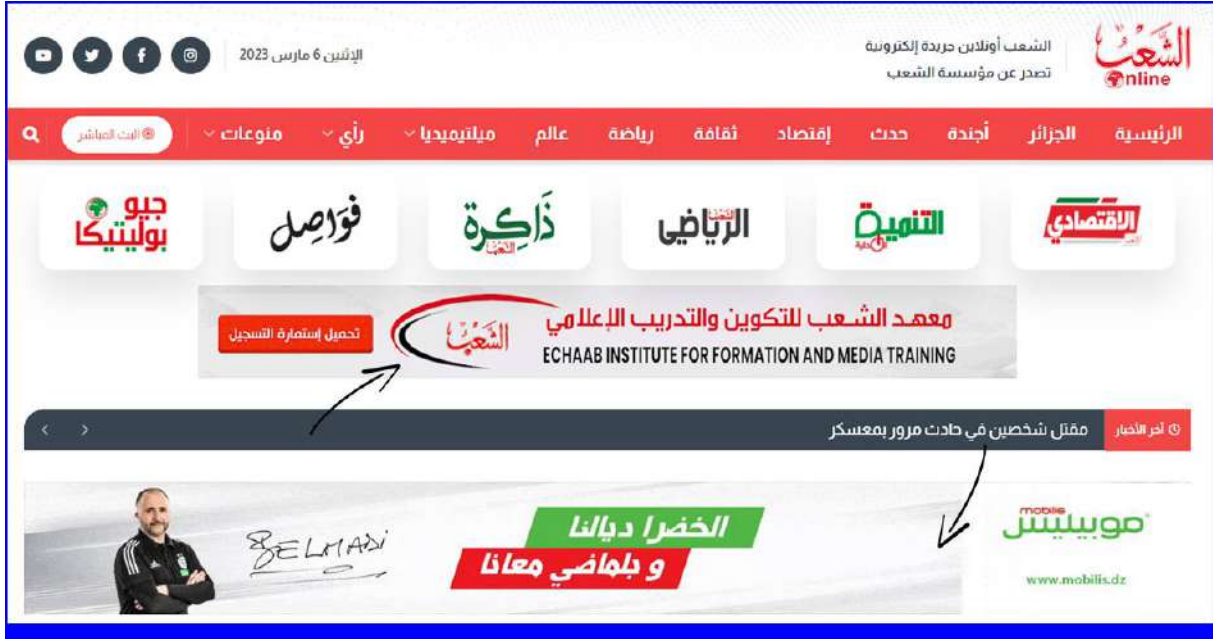
ويرى الباحث بشكل عام أن الإعلانات في مواقع الصحف الإلكترونية لها أهمية كبيرة من حيث أنها تعتبر الدخول الأساسي الذي تعتمد عليه وكذا من حيث تميزها بطابع جذاب من خلال الحيوية التي يميز تصميمها. إلا أن الإكثار من الإعلانات يؤدي إلى حجب المضامين الصحفية المقدمة وبالتالي تشتت المستخدم ونفوره من موقع الصحيفة.



شكل 72: الإعلانات في موقع صحيفة "سبق برس".



شكل 73: الإعلانات في موقع صحيفة "سبق برس".



شكل 74: الإعلانات في موقع صحيفة "شعب أونلاين".

الجدول رقم 46: Advertising formats في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Advertising formats
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	28.57	12	33.33	18	-	-	JPEG
-	-	42.85	18	44.44	24	-	-	PNG
-	-	-	-	-	-	-	-	GIF
-	-	-	-	-	-	100	24	WebP
100	08	-	-	-	-	-	-	HTML
-	-	14.28	06	22.22	12	-	-	Mp4
100	08	100	42	100	54	100	24	المجموع

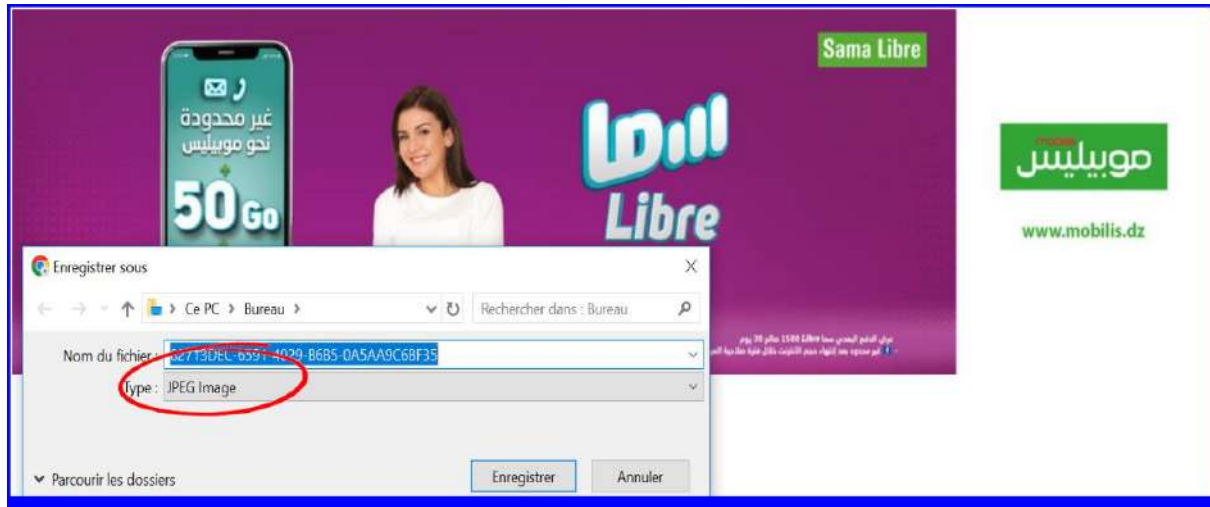
مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر نتائج الجدول 46 اتفاق موقعي صحيفتي "سبق برس" و "الجزائر الآن" على التنوع في استخدام امتدادات الإعلانات مع التركيز بشكل أساسي على نوع امتداد الصور PNG بتكرار بلغ 24 ونسبة 44.44% للأول وتكرار 18 ونسبة 42.85%، فيما جاء نوع امتداد الصور JPEG ثانيا بتكرار بلغ 18

ونسبة 33.33% للأول وتكرار 12 ونسبة 28.57% للثاني، وجاء ثالثا نوع امتداد الفيديو Mp4 بتكرار 12 ونسبة 22.22% للأول وتكرار 6 ونسبة 14.28% للثاني.



شكل 75: امتداد Mp4 في إعلانات موقع صحيفة "سبق برس".



شكل 76: امتداد JPEG في إعلانات موقع صحيفة "الجزائر الآن".

ويرى الباحث أن هذا التنوع في استعمال الامتدادات ميزة مهمة اتاحتها شبكة الانترنت لمسؤولي ومصممي الصحف الإلكترونية لجلب أكبر عدد ممكن من الإعلانات عكس الصحف الورقية التي لا تتوفر فيها هذه الميزة التي تنافس بها الصحف الإلكترونية حتى الإذاعة والتلفزيون، كونها تمزج بين الصوت والصورة والفيديو في آن واحد.

كما بين الجدول المدون أعلاه اتفاق موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و"competition" على استخدام نوع واحد فقط في إعلاناتهم كما هو موضح في الشكل رقم ورقم، حيث استخدم الأول نوع الامتداد WebP واستخدم الثاني نوع الامتداد HTML، ويرى الباحث أن الاكتفاء بنوع امتداد غير كافي ويبرز مدى اهمال مواقع الصحف الإلكترونية للإمكانيات التي اتاحتها شبكة الانترنت.



شكل 77: امتداد WebP في إعلانات موقع صحيفة "الشعب أونلاين".



شكل 78: امتداد HTML في إعلانات موقع صحيفة "الشعب أونلاين".

المحور الثالث: العناصر البنائية المعلوماتية والتفاعلية التواصلية في مواقع صحف الدراسة

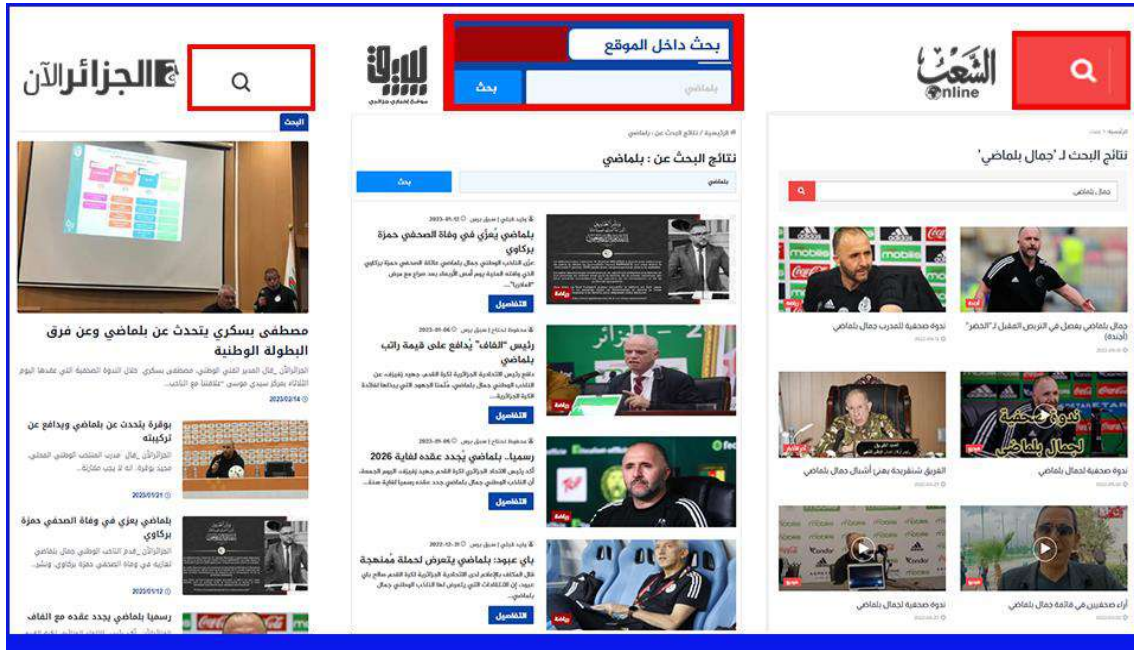
الجدول رقم 47: Search Engine في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		ليبيا		الشعب أونلاين		المواقع	
%		ك		%		%		Search Engine	
%		ك		%		%			
100	12	100	12	12	12	100	12	Simple	Type
-	-	-	-	-	-	-	-	Advanced	
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	
100	12	100	12	-	-	100	12	Icon	Design
-	-	-	-	100	12	-	-	writing	
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	
100	12	100	12	-	-	100	12	Top Home Page	Place
-	-	-	-	100	12	-	-	Bottom of Home Page	
100	12	100	12	100	12	100	12	المجموع	

مصدر الجدول: هذا البحث

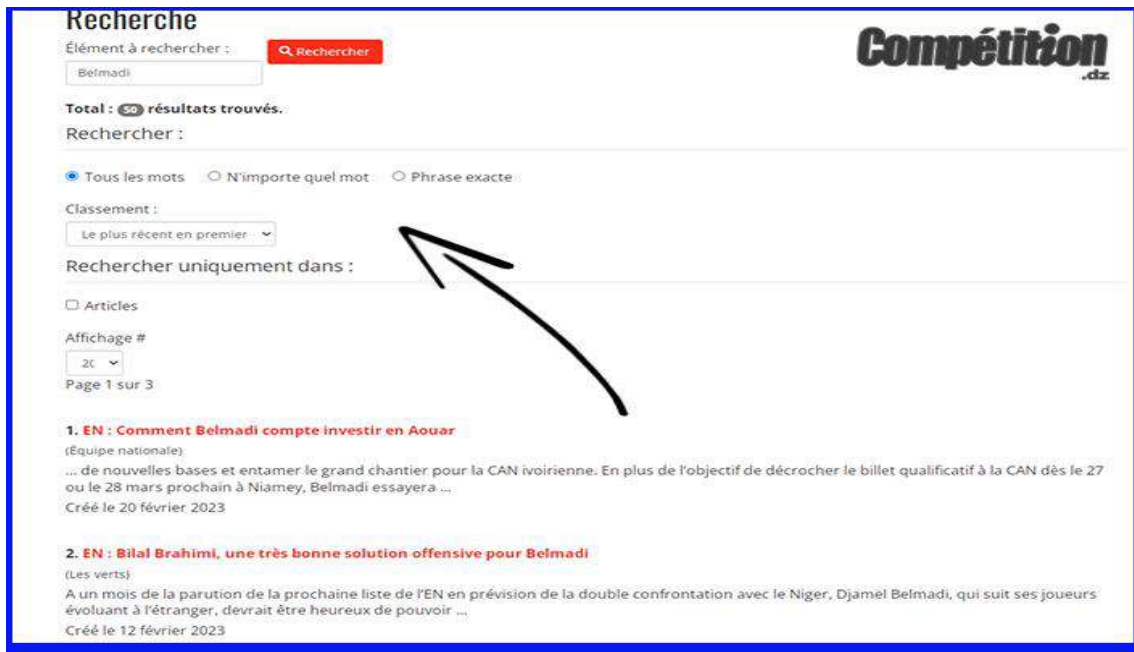
يظهر الجدول رقم 47 محرك البحث في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة طيلة فترة التحليل، ويشمل:

1. نوع محرك البحث: يتضح من خلال الجدول المدون أعلاه، أن كل مواقع صحف عينة الدراسة تقدم خدمة البحث داخل الموقع بشكل بسيط، بنسبة 100% لكل موقع، طيلة فترة الدراسة، كما هو موضح في الشكل رقم 79.



شكل 79: محرك البحث في مواقع صحف "الشعب أونلاين" و"سبق برس" و "الجزائر الآن".

ويرى الباحث أن هناك ملاحظة في محرك بحث موقع صحيفة "competition"، حيث استخدم خيارات إضافية في عملية البحث، كالعبارة بالضبط، أي كلمة، جميع الكلمات والترتيب، وذلك قصد الوصول لأفضل نتيجة يريدها المستخدم وعدم الوقوع في البحث العشوائي، كما هو موضح في الشكل رقم 89.



شكل 80: محرك البحث في موقع صحيفة "competition".

وتتفق نتيجة دراستنا مع دراسة عبير سليم التي أفادت الى اتفاق مواقع الصحف الفلسطينية الأربعة في تقديم خدمة البحث الداخلي البسيط، وتميز موقعا جريدتي فلسطين والحياة الجديدة في اتاحة خدمة البحث المتقدم الذي يقدم خيارات للمستخدم، لحصر النتائج والحصول على المعلومات التي يريدها بدقة. (سليم لبد، 2014، صفحة 191)

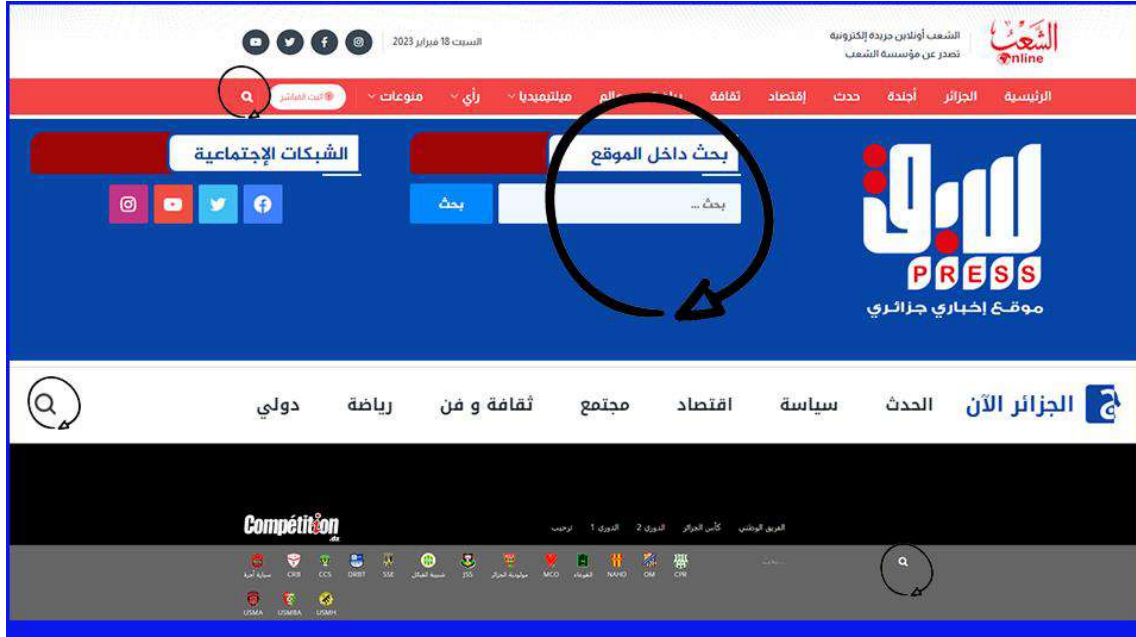
وتختلف نتيجة دراستنا مع دراسة محمد خليفة التي أفادت إلى أن جميع المواقع الصحفية العربية والأجنبية عينة الدراسة استخدمت أدوات محركات البحث التي تحتوي على العديد من الخيارات المتوفرة للمستخدم، حيث سهلت عليه الوصول إلى ما يبحث عنه بدقة وسرعة عالية، عدا موقع مصراوي الذي استخدم أداة البحث بشكلها التقليدي البسيط. (محمد أحمد، 2022، صفحة 192).

شكل محرك البحث: يتضح من خلال الجدول المدون أعلاه، أن كل مواقع صحف عينة الدراسة تقدم خدمة البحث عن طريق شكل الأيقونة، عدا موقع صحيفة "سبق برس" الذي يقدمها عن طريق كتابة، كما هو موضح في الشكل رقم ... ويرى الباحث أن الأيقونات توفر المساحة في الصفحة الرئيسية بالإضافة الى الجانب الجمالي الذي تضيفه من خلال عدم التشويش على المستخدم أثناء الإبحار في الموقع.



شكل 81: شكل محرك البحث في مواقع صحف عينة الدراسة.

2. **موقع محرك البحث:** يتضح من خلال الجدول المدون أعلاه، أن كل مواقع صحف عينة الدراسة تضع خدمة البحث أعلى الصفحة الرئيسية، عدا موقع صحيفة "سبق برس" الذي يضع خدمة البحث أسفل الصفحة الرئيسية، كما هو موضح في الشكل رقم 82.



شكل 82: موقع محرك البحث في موقع صحيفة "سبق برس".

ويرى الباحث عموماً ان محركات البحث تعد أداة مهمة للغاية في صنع تفاعلية المستخدم داخل مواقع الصحف، وذلك لما تملكه من دور يمكن من خلاله هذا المستخدم من العودة متى شاء لمحتويات ومضامين الموقع من خلال البحث في البيانات المخزنة داخله، بل ويرى أن الشكل البسيط والشح في خيارات البحث لدى كل مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة قد ينجم عليه ارتفاع في نسبة عدم التفاعلية والاستجواب مع تقدمه من مضامين، كونها لم تواكب التطورات التكنولوجية والحزم البرمجية وأجيال الويب المتطورة التي تعتمد قواعد وأنظمة الذكاء الاصطناعي في تتبع وفهم المستخدم، ما يطالعه وما يفضله وما يبحث عنه.

واستناداً إلى نظرية ثراء وسائل الإعلام، نجد أن الوسيلة التي تحتوي على ذاكرة تخزين معالجة هي الأكثر ثراء، أي أن الوسيلة التي تتيح للمستخدم البحث عن مضامينها التي تنتجها في محركات البحث البسيطة والمتقدمة بشكل سلسل وبغير عنا، يمثل مؤشراً قوياً لثرائها، غير أن مواقع صحف عينة الدراسة لم توظف البحث الخارجي في محركاتها البحثية، مما يؤكد على انخفاض مستوى الثراء فيها.

الجدول رقم 48: Postal Items في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع Postal Items
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	12	-	-	-	-	-	-	Newsletter
-	-	-	-	-	-	-	-	RSS
100	12	-	-	-	-	-	-	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 48 تفرد موقع صحيفة "competition" في إتاحة خدمة النشرة البريدية بنسبة 100%، لمستخدميها فيما لم تتيح خدمة RSS من بين كل مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة التي غابت فيها كليا العناصر البريدية وذلك طيلة فترة الدراسة.



شكل 83: النشرة البريدية في موقع صحيفة "competition".

وتقترب نتائج دراستنا من مع دراسة الباحث ماجد حبيب، الذي توصلت إلى أن 25% فقط من مواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية اتاحت لمستخدميها خدمة النشرة البريدية. (فضل صقر، 2014، صفحة 177).

ويرى الباحث أن خدمة RSS لم تعد بتلك الأهمية التي كانت تمتلكها في سنوات سابقة، وذلك نتيجة التطورات التكنولوجية المتسارعة، التي سمحت بظهور بدائل تقنية أخرى حلت مكانها كالنوافذ المنبثقة التي تعتمد على خاصية الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى اشعارات الأخبار التي تصل للمستخدم وتعرض على هاتفه الذكي لقراءتها دون الحاجة للدخول إلى موقع الصحيفة. لكن الملاحظ أن حتى هذه التقنيات الجديدة لم توظفها مواقع الصحف عينة الدراسة، مما يؤكد انخفاض مؤشر الثراء فيها.

كما يرى الباحث أن على مواقع الصحف الجزائرية الاستثمار في تقنيات شبكة الانترنت والذكاء الاصطناعي من خلال توظيفها مع الهواتف الذكية بشكل أكبر، حتى تصل الأخبار بشكل سريع وسهل للمستخدم من خلال نوافذ التنبيهات على هاتفه.

الجدول رقم 49: الخدمات التفاعلية المرافقة للمضامين في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع
غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	الخدمات المرافقة للمضامين
✓	-	✓	-	-	✓	-	✓	التعليق على المضامين
-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	مشاركة المضامين
✓	-	✓	-	-	✓	✓	-	طباعة المضامين
✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	التحكم في حجم خط الفقرة
✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	التحكم في خلفية الفقرة

مصدر الجدول: هذا البحث

يشير الجدول 49 الى استخدام مواقع صحف عينة الدراسة لبعض الخدمات التفاعلية المرافقة لمضامينها واهمال أخرى، وذلك طيلة فترة الدراسة، حيث انفردا موقعي صحفيتي "الشعب أونلاين" و "سبق برس" بتوفير خدمات تفاعلية للمستخدمين كـ التعليق على المضامين ومشاركتها وحتى طباعتها كما هو موضح في الشكلين رقم 84/85.



شكل 84: الخدمات التفاعلية المرافقة للمضامين في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".



شكل 85: الخدمات التفاعلية المرافقة للمضامين في موقع صحيفة "سبق برس".

بينما اكتفا موقعي صحيفتي "الجزائر الآن" و "competition" بخدمة مشاركة المضامين فقط، مع اهمال تام لباقي الخدمات التفاعلية الأخرى خصوصا خدمة التعليق، التي يرى الباحث أنها مفيدة جدا وتتماز بدرجة عالية من التفاعلية.

في هذا الإطار جاءت هذه النتيجة متشابهة مع نتائج دراسة الباحث ماجد التريان، التي توصلت إلى أن الصحف الإلكترونية الفلسطينية تتيح التعليق على المادة المنشورة للتعليقات بنسبة ضعيفة قدرت بـ 38.5%. (تريان، 2008، صفحة 199)

وتختلف نتائج دراستنا نسبيا مع نتائج الباحثة حميدة، التي توصلت إلى أن صحيفتي "الجزائر تايمز" و "Algeria360" أتاحتا لمستخدميها إمكانية إضافة تعليق بنسبة قدرت بـ 100%، وتعتبر هذه النسبة مؤشرا جيدا يظهر مدى إتاحة الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة إمكانية التفاعل مع المضمون الإعلامي من خلال تعليقات المستخدمين. (بن معزوز ، 2021 ، صفحة 256)

وأظهرت نتائج دراسة الباحث محمد خليفة، تصدر مواقع الدراسة الأجنبية (النيويورك تايمز والواشنطن بوست) المرتبة الأولى بنسبة 20.75%، في عرض العناصر المعلوماتية للموضوعات والأخبار المنشورة للمستخدم، فقد سمحت للمستخدمين بإضافة التعليقات، والرد عليها، ومعرفة عدد المشاركات، والموضوعات الأكثر مشاركة، والموضوعات الشائعة trending، بالإضافة إلى اقتراح موضوعات للقراءة. (محمد أحمد، 2022، صفحة 220).

ويرى الباحث أن عدم وجود طرق متعددة للمستخدمين للتعليق وإضافة معلومات ومشاركة المضامين وكذا التحكم فيها في مواقع الصحف عينة الدراسة يشير إلى أنها غير مستعدة لإشراك المستخدمين في التعبير والمشاركة وكذا التفاعل مع ما تنشر من مضامين، وهو ما يؤدي إلى نفور المستخدمين.

لذا يجب على مواقع الصحف الجزائرية بشكل عام مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل، حيث أصبح المستخدم اليوم لا يكتفي بالتعليق فقط بل يشارك في صناعة المضامين وإعادة نشرها ومناقشتها مع مستخدمين آخرين.

الجدول رقم 50: Sharing the contents on social media platforms مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع	مشاركة المضامين عبر منصات التواصل الاجتماعي
متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر		
✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	Facebook	منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة
✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	Twitter	
-	-	✓	-	✓	-	✓	-	LinkedIn	
✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	Pinterest	
✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	Instagram	

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول رقم 50 اهتمام كل مواقع صحف عينة الدراسة على اتاحة مشاركة المضامين الصحفية أمام المستخدمين عبر أغلب مختلف منصات التواصل الاجتماعي طيلة فترة التحليل. أنظر الشكل رقم 86.

حيث أتاح موقع صحيفة "الشعب أونلاين" لمستخدميه مشاركة مضامينه على منصتي Facebook و Twitter فقط، بينما أتاح موقعي صحيفتي "سبق برس" و "الجزائر الآن" لمستخدمين مشاركة المضامين على منصات Facebook و Twitter و LinkedIn، وأتاح موقع صحيفة "competition" لمستخدميه مشاركة المضامين على منصات Facebook و Twitter و Pinterest.

تتشابه نتائج دراستنا مع دراسة الباحث ماجد فضل صقر حبيب، والتي توصلت نتائجها إلى حرص مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 100%، ويفسر الباحث استخدام مواقع الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي بهذه النسبة بغرض نشر مواضيعها لأن عملية ربط هذه الموضوعات بمواقع التواصل الاجتماعي لا يتطلب جهداً من محرري المواد المنشورة، بل إنها تقنية برمجية يتم تفعيلها بشكل تلقائي ودائم. (فضل صقر، 2014، صفحة 194)

ويرى الباحث أن ربط المضامين الصحفية المقدمة في مواقع الصحف الإلكترونية بمنصات التواصل الاجتماعي المختلفة هي نتاج البيئة الرقمية الجديدة والتي ساهمت بشكل كبير بزيادة مستوى التفاعلية في الصحافة الإلكترونية من خلال إتاحة إمكانية مشاركة المحتوى المقدم من طرف المستخدم عبر مختلف المنصات المتواجدة فيها لمناقشتها مع اصدقائه وابداء الآراء المختلفة، وهذه العملية التفاعلية تؤدي أيضا دور آخر مهم متمثل في شيوع وترويج أكثر لهذه الصحف الإلكترونية.



شكل 86: منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة عبرها في مواقع صحف الدراسة.

الجدول رقم 51: Content editor information في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

الجزائر الآن Competition										المواقع
المجموع		competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		Content editor information
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
61.8	368	-	-	100	26	94.73	216	52.5	126	Name, surname editor
13.19	126	-	-	-	-	5.26	12	47.5	114	Photo editor
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Editor's mail
25	494	-	-	33.33	26	33.33	228	33.33	240	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول رقم 51 أن كل مواقع صحف عينة الدراسة يفورون معلومات لمحري المضامين الصحفية بنسبة 25% مجتمعين، وهي نسبة ضعيفة بالنظر للأهمية الكبيرة لهذه المعلومات التي تعتبر وسيط اتصالي بين المستخدم والمحرر، حيث تمكن المستخدم من التفاعل بشكل مباشر مع المحرر وكذا اكتساء المضامين المقدمة طابع المصادقية كون الاسم واللقب والصورة والبريد متوفرون. أنضر الشكل رقم 87.



شكل 87: معلومات محري المضامين في موقع صحيفة " الشعب أونلاين".

ولاحظ الباحث أن موقع صحيفة "competition" لم يهتم اطلاقا بتوفير معلومات عن محري مضامينه طيلة فترة التحليل، وهو ما لا يتوافق مع أحد أبرز السمات التي تميز الصحافة الإلكترونية ألا وهي التفاعلية المتعددة الاتجاهات والتي تتيح تبادل آني للأدوار الاتصالية.

الجدول رقم 52: Use of e-mail في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع e-mail
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	-	-	5.26	12	-	-	Site mail
-	-	-	-	94.73	216	-	-	Editors Mail
-	-	-	-	-	-	-	-	Site Sections Mail
-	-	-	-	100	228	-	-	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

يوضح الجدول رقم 52 تفرد موقع صحيفة "سبق برس" من بين كل مواقع صحف عينة الدراسة بإتاحة لمستخدميه البريد الإلكتروني للمحررين بتكرار بلغ 216 وبنسبة 94.73%، وبيد الصحيفة بتكرار بلغ 12 وبنسبة 5.26%، وذلك طيلة فترة الدراسة.

ويرى الباحث اهمال باقي مواقع صحف عينة الدراسة للبريد الإلكتروني يعبر عن عدم اهتمامهم بخاصية التفاعل والمشاركة وكذا محاورة المستخدمين وأخذ آرائهم وانطباعاتهم حول المضامين المقدمة، بالإضافة إلى ابعاده عن المشاركة في إنتاج المضامين، وهو ما لا يتوافق مع أحد أبرز سمات الصحافة الإلكترونية التي تميزها عن الصحافة المطبوعة ألا وهي التفاعلية متعددة الاتجاهات والتي تمكن من تبادل الأدوار الاتصالية بين الصحفي والمستخدم. لذا وجب على هذه الصحف توظيف البريد الإلكتروني بمختلف أنواعه لرفع من مستوى التفاعلية فيها وذلك لمعرفة رجع الصدى وبالتالي التكيف حسب ما يحتاجه هذا المستخدم.

تختلف نتائج دراستنا مع نتائج دراسة الباحث ماجد فضل صقر حبيب، التي أظهرت حرص الصحف اليومية الفلسطينية على توفير البريد الإلكتروني بنسبة بلغت 75%، حيث تشابهت نسبة موقعي صحيفتي الأيام والحياة الجديدة التي بلغت 100%، أما موقع صحيفة فلسطين فتحصل على نسبة 66.67%، وفي المرتبة الأخيرة تحصل موقع صحيفة القدس على نسبة قدرت بـ 33.33%. (فضل صقر، 2014، صفحة 96)



شكل 88: بريد المحررين في موقع صحيفة " الشعب سيق برس".

وأظهرت نتائج دراسة الباحث العتيبي، تسجيل بريد صحيفة الرياض ثبات بنسبة 100% طوال فترة الدراسة ويعد الوسيلة الوحيدة للتواصل مع الصحيفة اذ لم تحتوي أي مفردة من مفردات العينة على أنواع أخرى من البريد الإلكتروني للتواصل مع الصحيفة او لمحرريها أو حتى لمواقع أخرى ذات صلة. (سيف العتيبي، 2016، صفحة 215)

الجدول رقم 53: Use of social media platforms في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة

Competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع social media platforms	
غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر		
✓	-	-	✓	-	✓	-	✓	Facebook	social media platforms
✓	-	-	✓	-	✓	-	✓	Twitter	
✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	LinkedIn	
✓	-	✓	-	-	✓	-	✓	Instagram	
✓	-	✓	-	-	✓	-	✓	YouTube	
✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	TikTok	

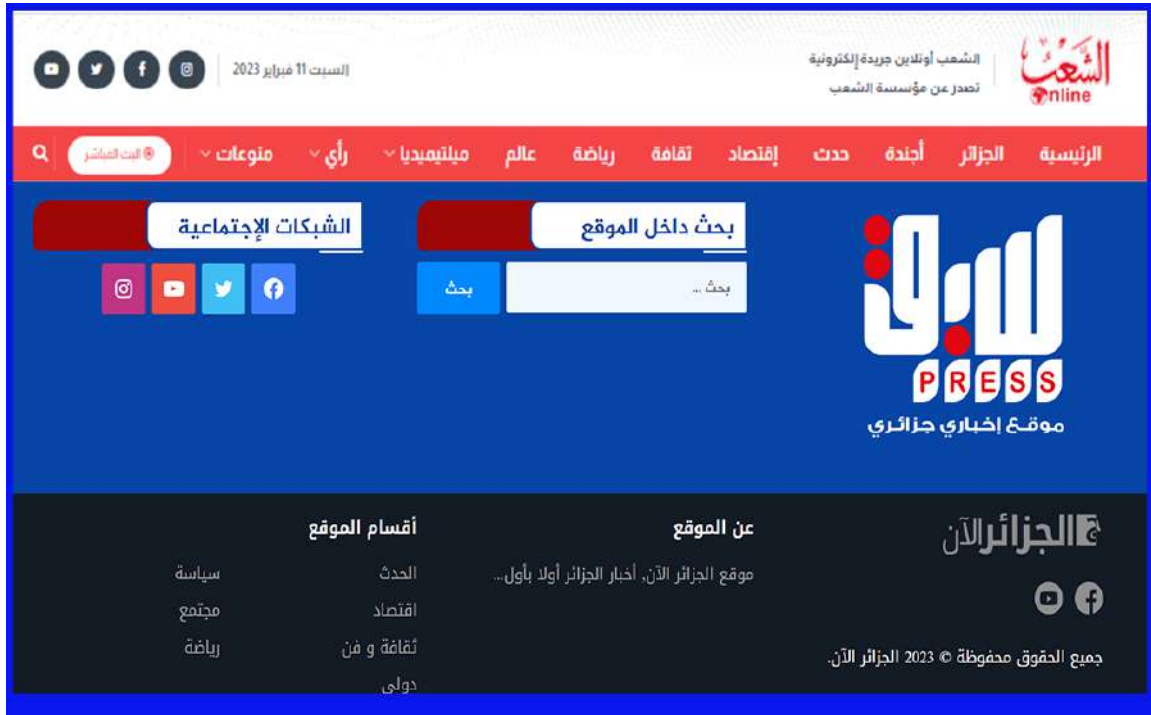
مصدر الجدول: هذا البحث

يظهر الجدول رقم 53 اهتمام كل مواقع صحف عينة الدراسة باستخدام أغلب منصات التواصل الاجتماعي طيلة فترة الدراسة باستثناء موقع صحيفة "competition" التي لاحظ الباحث فيها الغياب التام لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي رغم أنها وضعت على أسفل صفحتها الرئيسية ايقونات تمثلت في: (Facebook، Twitter، Google plus، LinkedIn) إلا أنها غير مفعلة. أنظر الشكل رقم 89.



شكل 89: أيقونات منصات التواصل الاجتماعي في موقع صحيفة "competition".

واستخدم موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و "سبق برس" نفس منصات التواصل الاجتماعي والتي تمثلت في: (Facebook، Twitter، Instagram، YouTube) وضعت على شكل ايقونات في أعلى الصفحة الرئيسية للموقع الأول وفي أسفلها للموقع الثاني. بينما اكتفى موقع صحيفة "الجزائر الآن" بمنصتين فقط تمثلتا في: (Facebook، Twitter) وضعتا على شكل ايقونتين في أسفل الصفحة الرئيسية. أنظر الشكل رقم 90.



شكل 90: أيقونات منصات التواصل الاجتماعي في موقع صحيفة "سبق برس".

وتتشابه نتائج دراستنا نسبيا مع النتائج التي توصلت إليها دراسة الباحثة حميدة، التي توصلت إلى أن صحيفتي "الجزائر تايمز" و "Algeria360" قد استخدمتا مواقع بشكل عام بنسبة متواضعة قدرت بـ 35.71%.

وتوصلت الباحثة عبير سليم لبد نتائج دراستها إلى أن موقع صحيفة الأيام قد أهمل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كلي، عكس صحيفة الحياة الجديدة التي تمتلك صفحات خاصة بإدارة الصحيفة على ثلاث مواقع للتواصل الاجتماعي وهي: (الفايس بوك، تويتر، اليوتيوب) إلا أنها لم تستفد من مزايا هذا الموقع. في حين استفادت صحيفتا القدس وفلسطين من مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأخبار الجارية، وكذا نشر عناوين أخبارها ومقاطع الفيديو، كما تقوم بنشر الأخبار العاجلة فور حدوثها، وانفردت صحيفة فلسطين بامتلاكها صفحتين على (جوجل بلس وفيلكر للصور). (سليم لبد، 2014، صفحة 207)

ويرى الباحث أن لمنصات التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة بالنسبة للصحف الإلكترونية، من حيث نشر المضامين وآخر الأخبار والأحداث لحظة بلحظة على شكل موجز وربطها برابط في موقع الصحيفة للمستخدمين لأكثر تفاصيل، وبالتالي تحقيق ترويج أكبر لها. ولا يقتصر دور منصات التواصل الاجتماعي في جانب الترويج فقط، بل يتعدى إلى أخذ المعلومات والأخبار والصور والفيديوهات منها فور حدوثها وتدقيقها وإعادة صياغتها وجعلها قصة خبرية تنشر على الصحيفة الإلكترونية.

الجدول رقم 54: - Elements of personal communication as one of the dimensions of interaction في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

المجموع		competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع عناصر الاتصال الشخصي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
8.33	12	-	-	-	-	33.33	12	-	-	E-mail
8.33	12	-	-	-	-	33.33	12	-	-	call us
60	36	-	-	100	12	33.33	12	100	12	social media sites
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	chat rooms
18.75	60	-	-	25	12	25	36	25	12	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول رقم 54 أن كل مواقع الصحف عينة الدراسة يستخدمون عناصر الاتصال الشخصي بنسبة بلغت 18.75%، وهي نسبة ضعيفة مقارنة مع ما تتيحه البيئة الإلكترونية من إمكانيات اتصالية هائلة، وكذا للأهمية الكبيرة لهذه العناصر التي تعتبر وسيط اتصالي بين المستخدم ومسؤولي ومحري الموقع، لذا يرى الباحث أن على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية استثمار هذه العناصر المتاحة لتحقيق تفاعل المستخدم مع مختلف المضامين المطروحة.

وعلى ضوء نظرية ثراء وسائل الإعلام فإنّ الوسيلة الإعلامية التي تستخدم أشكال من التفاعل سواء المتزامن أو غير المتزامن من خلال مختلف الوسائط الاتصالية كالبريد الإلكتروني، اتصل بنا، غرف الدردشة ومواقع التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الإعلامية الأكثر ثراء، مع العلم أن التزامن يعتبر معيار من المعايير الأساسية لهذه النظرية. وقد سجلت نتائج الدراسة حضوراً ضعيفاً لعناصر الاتصال الشخصي حيث بلغت النسبة 18.75%، وهي نسبة تدل على انخفاض في مستوى ثراء مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

وتتفق نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة حميدة بن معزوز، التي توصلت نتائجها إلى أن صحيفتي "الجزائر تايمز"، وقد استخدمتا بشكل عام الوسائط الاتصالية الشخصي بنسبة بلغت 28.57%، وهي نسبة متواضعة. (بن معزوز، 2021، صفحة 253)

الجدول رقم 55: - Elements of achieving multiple choices as one of the dimensions of interaction في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.


المجموع		competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	عناصر تعدد الخيارات
37.5	48	50	12	33.3	12	33.3	12	33.33	12	Responsive design
37.5	48	50	12	33.3	12	33.3	12	33.33	12	Multimedia
25	36	-	-	33.3	12	33.3	12	33.33	12	hypertexts
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	multilingual
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Website background control
20	132	20	24	20	36	20	36	20	36	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول رقم 55 أن كل مواقع صحف عينة الدراسة يستخدمون عناصر تعدد الخيارات بنسبة بلغت 20%، وهي نسبة جد متواضعة مقارنة مع ما تتيحه البيئة الإلكترونية من عناصر تقنية هائلة توفر للمستخدم الراحة والسهولة، حيث يرى الباحث أن مواقع الصحف عينة الدراسة تفتقر للكثير من عناصر تعدد الخيارات التي تسمح للمستخدم في التحكم في المضامين المقدمة وكذلك شكلها وطريقة عرضها بما يناسبه أثناء القراءة، كعنصر تعدد اللغات multilingual وكذلك عنصر التحكم خلفيات الموقع Website background control وعدة عناصر تقنية أخرى مهمة.

وتعتبر العناصر التقنية المتعددة الخيارات عناصر جذب بالنسبة لمستخدمي الصحف الإلكترونية، إذ تسهم في إبقاء المستخدم أطول فترة ممكنة في الموقع، حيث تسهل عليه هذه العناصر تصفح مضامين موقع الصحيفة بشكل مريح وحسب رغبته وكذا التحكم في شكلها وطريقة عرضها بما يناسبه أثناء القراءة، وبالتالي يرى الباحث أن على مواقع الصحف عينة الدراسة الحرص على توفير عناصر تقنية متعددة الخيارات لمستخدميها.

الجدول رقم 56: User effort mitigation components في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.

										
المجموع		competition		الجزائر الآن		سبق برس		الشعب أونلاين		المواقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	User effort mitigation components
41.67	48	50	12	50	12	33.33	12	33.33	12	auto update
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	RRS
41.67	48	50	12	50	12	33.33	12	33.33	12	The most important topics
16.67	24	-	-	-	-	33.33	12	33.33	12	Back to top icon
25	120	25	24	25	24	25	36	25	36	المجموع

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير نتائج الجدول رقم 56 أن كل مواقع صحف عينة الدراسة يستخدمون أدوات تخفيف الجهد عن المستخدمين وذلك طيلة فترة التحليل، بنسبة اجمالية بلغت 25%، وهي نسبة متواضعة لحد ما مقارنة مع ما تتيحه البيئة الإلكترونية من أدوات تقنية تخفف الجهد عن المستخدم وتوفر له راحة في عملية التحوال وقراءة مختلف المضامين وكذا السهولة والسرعة الفائقة للوصول للمعلومة، حيث لاحظ الباحث الغياب التام لخدمة "RSS" في كل مواقع صحف عينة الدراسة، ويفسر الباحث ذلك لعدم حرصهم على التواصل المستمر والدائم مع المستخدمين وتخفيف الجهد عنهم اثناء التصفح، كونها تسهل عليهم عناء الدخول للحصول على أهم الأخبار، والجدير بالذكر أن هذا الإجراء من وجهة نظر الباحث يؤدي لعدم تكوين جو من الألفة وبسط العلاقة الحميمة بين المستخدمين والمواقع.

ويرى الباحث أن على مواقع الصحف عينة الدراسة الاهتمام بتوفير أدوات تخفيف الجهد على المستخدمين واستثمار أدوات الذكاء الاصطناعي في عملية بناء وتصميم المواقع ومضامينها بما يتناسب وراحة المستخدمين.

النتائج العامة للدراسة التحليلية:

■ أظهرت النتائج بأن كل مواقع الصحف عينة الدراسة لديهم توطين على Domain محلي تحت اسم .dz. بنسبة 100% لكل موقع طيلة فترة التحليل، بينما لم يتم توظيف أي Domain عالمي، وهو ما نصت عليه المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 20-332 المؤرخ في 22 نوفمبر 2020 والصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية، والذي يحدد نشاط الإعلام عبر الإنترنت. حيث جاء في نص المادة: "يخضع نشاط الإعلام عبر الإنترنت للنشر عبر موقع إلكتروني، تكون استضافته موطنه حصريا ماديا ومنطقيا في الجزائر بامتداد اسم النطاق.DZ"، وهذا ما يعني أن المواقع الالكترونية تكون على خوادم ويب جزائرية 100% تخزن فيها بياناتها ومعلوماتها، وكذا الاحتفاظ بها وإجراء المعاملات والعمليات عليها.

■ أكدت نتائج الدراسة تفرد موقع صحيفة "الجزائر الآن" من بين صحف عينة الدراسة بعدم تطابق اسمه مع عنوان الـ URL، حيث اعتمد على ترجمة الاسم الى اللغة الفرنسية ووضع كعنوان له [/https://algeriemaintenant.dz](https://algeriemaintenant.dz)، وسبب ذلك الى وجود عنوان محجوز سابقا لجهة أخرى على نفس الدومان DZ، يحمل نفس الاسم، مما جعل الصحيفة تعتمد على الترجمة الى اللغة الفرنسية لتجنب التكرار. بينما باقي مواقع الصحف عينة الدراسة كانت لها رابطة مباشرة متطابقة بين عنوان الـ URL واسم الموقع، بنسبة 100%، طيلة فترة الدراسة. ويعتبر التطابق بين الاسم وعنوان الـ URL لأنه بمثابة عنوان لأحد مصادر الإنترنت، أي أنه يشير إلى المكان الذي يحتوي على بيانات الموقع المطلوب، وأيضا يحتوي على البروتوكول المستخدم للوصول مثل ftp:// أو http:// ليسهل عملية البحث والوصول أمام المستخدمين.

■ بينت الدراسة بأن كل مواقع صحف عينة الدراسة تحتوي على مختلف Programming Language على غرار لغات HTML، JavaScript، CSS وPhp في بناء مواقعها الإلكترونية من أبسط صفحات الويب الثابتة الى بناء تطبيقات الويب المعقدة.

وتجدر الإشارة إلى أن جميع مواقع صحف الدراسة استخدمت لغات البرمجة في تطوير الويب الخاص بها خصوصا في شق "Front-end تطوير الواجهات الأمامية" على اللغات الثلاث، HTML في عملية بناء صفحات الويب، CSS في عملية تنسيق الصفحات وJavaScript في عملية إضافة الصفات التفاعلية لصفحات الويب.

ولغة Php في تطوير شق "Back-end" تطوير النظم الخلفية" حيث تسمح للمصمم بجمع ملفات تعريف الارتباط وتعيينها واستلامها، وكذا العمل على الخادم وقواعد البيانات لضمان إبقاء الموقع يعمل بسلاسة أمام المستخدم.

■ كشف النتائج بأن كل مواقع صحف عينة الدراسة متوافقة مع متصفحات الإنترنت التي يستخدمها المستخدمين، بنسبة 100%، حيث أن تصميم المواقع الأربعة حين يتم التصفح ببرنامج Mozilla Firefox لا يختلف عن تصفحهم ببرنامج Google chrome أو برنامج opera أو برنامج Google chrome أو غيرهم من برامج التصفح، وهذا راجع لكفاءة لغات البرمجة التي تم ذكرها سابقا، والتي وظفتها مواقع صحف عينة الدراسة، حيث تم برمجة أكواد خاصة تدعم الاوامر البرمجية الحديثة للمتصفحات بحيث تجعل الموقع يفتح بأي متصفح يستخدمه المستخدم دون مشاكل أو أجزاء ناقصة.

■ أظهرت نتائج التحليل أن كل صحف مواقع عينة الدراسة قد احتوت صفحاتها الرئيسية على رأس وجسم وذيل (Header, Body, Footer) بنسبة 100%. وتتمثل الأجزاء الثلاثة المتمثلة في الرأس والجسم والذيل أهمية بالغة بالنسبة لموقع أي صحيفة، كون كل جزء يعبر عن شخصيتها، فالرأس يمثل هوية الموقع من خلال ما يحمله من شعار الصحيفة سواء المرسوم أو المكتوب وكذا اقسام الموقع ومن نحن التي تعرف بموقع الصحيفة وغيرها، أما الجسم يضم كل المحتويات والمضامين الصحفية والإعلانية وغير ذلك من المواد، أما الذيل فيحتوي عادة على الحقوق الفكرية والملكية للموقع وكذا روابط وخريطة الموقع وطرق الاتصال.

■ كشفت الدراسة بأن موقع صحيفة "الشعب أونلاين" هو الأطول بين مواقع صحف عينة الدراسة، حيث بلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية 1261 Pixel في عرض بلغ 300 Pixel، يليه موقع صحيفة "الجزائر الآن" حيث بلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية 1243 Pixel في عرض بلغ 213 Pixel، فيما جاء ثالثا موقع صحيفة "سبق برس" حيث بلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية 1181 Pixel في عرض بلغ 220 Pixel، وجاء في المرتبة الرابعة موقع صحيفة "competition" كأقصر طول بين مواقع صحف عينة الدراسة. والملاحظ أنه في الوقت الحالي ومع ظهور عدة أجهزة إلكترونية عارضة، أصبح أغلب المصممين ومبرمجي مواقع الويب لا يقومون بتحديد طول وعرض الصفحة الرئيسية بل تصمم بشكل (Responsive) لكي تتلاءم مع جميع الأجهزة الإلكترونية العارضة كالحواسيب الشخصية والهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية.

■ بينت نتائج التحليل تصدر موقع صحيفة "الجزائر الآن" بـ 0.9 ثانية كوقت مستغرق لتصبح الصفحة الرئيسية تفاعلية بالكامل أمام المستخدم، فيما جاء ثانياً موقع صحيفة "competition" بـ 1 ثانية، وجاء موقع صحيفة "الشعب أونلاين" ثالثاً بـ 1.7 ثانية، فيما جاء موقع صحيفة "سبق برس" في المرتبة الأخيرة -فارق يعتبر نسبياً كبيراً- بـ 4.5 ثانية، وتصدر موقع صحيفة "الشعب أونلاين" بـ 0.8 ثانية كوقت يستغرقه المتصفح في عرض المحتويات الخاصة بالموقع، فيما احتلت بقية مواقع عينة الدراسة المرتبة الثانية بـ 0.9 ثانية، وتصدر موقع صحيفة "الجزائر الآن" بـ 0.9 ثانية كوقت مستغرق لتحميل محتويات الصفحة الرئيسية أمام المستخدم، فيما جاء ثانياً موقع صحيفة "الشعب أونلاين" بـ 1.1 ثانية، وجاء موقع صحيفة "competition" ثالثاً بـ 1.4 ثانية، وموقع صحيفة "سبق برس" في المرتبة الأخيرة بـ 1.5 ثانية، وتصدر موقع صحيفة "competition" بـ 0 ثانية كوقت للتغيرات في حركة العناصر التراكمية على الصفحة الرئيسية، فيما جاء ثانياً موقع صحيفة "الجزائر الآن" بـ 0.01 ثانية، وجاء موقع صحيفة "سبق برس" ثالثاً بـ 0.19 ثانية، وموقع صحيفة "الشعب أونلاين" في المرتبة الأخيرة بـ 0.27 ثانية، وهذا راجع إلى عدد العناصر والمحتويات القليلة جداً التي يحتوي عليها الموقع مقارنة بمواقع عينة الدراسة الأخرى، مما يجعله لا يأخذ أي وقت في عرضها.

■ كشفت الدراسة أن موقع صحيفة "الشعب أونلاين" هو الوحيد الذي يستخدم نظام Cookies من بين صحف مواقع عينة الدراسة الأخرى وذلك بنسبة 100%، ويعد إهمال كل من مواقع صحف "سبق برس" و"الجزائر الآن" و"competition" لنظام Cookies يمثل ضعف، كونها خدمة تقنية اختيارية تساعد المستخدم والموقع على حد سواء.

■ بينت الدراسة أن موقع صحيفة "الشعب أونلاين" هو الوحيد الذي يستخدم سياسة الخصوصية (PrivacyPolicy) من بين صحف مواقع عينة الدراسة الأخرى وذلك بنسبة 100%، وهي تقنية مهمة جداً لمواقع الويب بشكل عام ومواقع الصحف بشكل خاص، كونها تحدد الخطوط العريضة لأنواع المعلومات الشخصية التي يتلقاها ويجمعها الموقع من المستخدم، وكيفية استخدامها، كملفات الدخول التي تجمع عنوان الإنترنت (IPAddress) الخاص بالمستخدم، ونوع المتصفح، ومزود الخدمة، وتاريخ ووقت الاستخدام، والصفحات التي تمت زيارتها، والروابط التي تم الضغط عليها، وذلك قصد تحليل تصرفات الزوار وأنماطهم، بهدف فهمهم وتحسين خدمة الموقع بالشكل المناسب

للمستخدم. ويبقى اهمال كل من مواقع صحف "سبق برس" و"الجزائر الآن" و "competition" لسياسة الخصوصية أمر غير مفهوم، كونها أداة تساعدهم على فهم المستخدم ومساعدته.

■ أظهرت نتائج التحليل بأن كل من مواقع صحف الدراسة يعتمدون على الأساليب التصميمية الثلاثة (Interface design, Information design, Navigation design) لمواقعهم، حيث في تصميم الواجهة **Interface design**: حاولت مواقع صحف الدارسة ترتيب أدوات التصميم بشكل سلس للمستخدم مما يسهل عليه إنجاز المهام التي يريدتها على الموقع، ويظهر ذلك من خلال العناصر الموجودة على الواجهة فهي سهلة القراءة والفهم ويمكن التعامل معها واستخدمها دون عناء، بالإضافة الى انها احتوت على مجموعة مختلفة من عناصر الواجهة، وذلك سعياً لبناء خطة يمكن من خلالها تحقيق تصميم تفاعلي على الشاشة، وذلك بغية إدراك هذه الوظيفة وفهمها من قبل المستخدم. وفي تصميم المعلومات **Interface design**: انتهجت جميع مواقع الدراسة أساليب تصاميم متقاربة لتحقيق بناء المعلومات بالموقع، حيث قدمت جميعها المضامين في شكل منظم لتتمكن من توصيلها للمستخدم بسهولة، فقد دعمت جميعها المضامين بالصور والفيديوهات، كما حاولت تحقيق رضا المستخدم من خلال البناء المعلوماتي وتوضيح أهم المعلومات الموجودة بالموقع في خانات " آخر الأخبار، الأخبار العاجلة، أهم الأخبار" فضلاً على استخدامها لأساليب تقسيم الصفحات لتحقيق سهولة طبقاً لنوعية المضمون وهذا سعياً لتحقيق سهولة استخدام الموقع وسرعة وصول المستخدمين إلى المضامين الموجودة بالموقع والتي يبحث عنها. وفي تصميم التجوال **Navigation design**: استخدمت أساليب لتحقيق التجوال ويسر الملاحاة بين صفحات الموقع، وذلك لمساعدة المستخدمين على تصفح الموقع بسهولة ويسر والوصول إلى المعلومات التي يبحثون عنها وتشبع احتياجاتهم بأقل جهد ووقت ممكن.

حيث وظفت مواقع صحف الدراسة الجيد الأيقونات والرموز داخل الموقع والتي سهلت عملية التجول والإبحار، بالإضافة الى الإبقاء على شريط قائمة التصنيفات أعلى الصفحة دوماً أثناء عملية التصفح والذي يمكن للمستخدمين التجول داخل اقسام الموقع بحرية ويسر، هذا بالإضافة إلى سعى المواقع لتحقيق سهولة حركة العين أثناء قراءة المضامين من خلال التقليل من الألوان وحشو المحتويات مما ساهم في يسر استخدام الموقع وتحقيق سهولة التجول.

■ كشفت نتائج التحليل بأن كل من مواقع صحف "الشعب أونلاين" و"الجزائر الآن" و "competition" يعتمدون على أسلوب البوابة في إخراج الصفحة الرئيسية لمواقعهم، وذلك بنسبة

100% لكل موقع، بينما يعتمد موقع صحيفة "سبق برس" على الأسلوب المختلط في إخراج الصفحة الرئيسية وذلك بنسبة 100%. لكونه يجمع بين أسلوب الوحدات بوجود عناوين مصاحبة لمخلص سريع، وأسلوب البوابة في عرض مجموعة الروابط التشعبية فقط بدون تعليق بالإضافة إلى وجود وسائط داعمة مصاحبة للمضامين، وهذا النموذج يمثل قمة التطور الصحفي الإلكتروني لأنه يجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية وتكنولوجيا الوسائط المتعددة والتي تتمثل في النص والصوت والصورة والفيديو.

■ أكدت نتائج التحليل اتفاق كل مواقع الصحف عينة الدراسة على الاتجاه الرأسي لأسلوب الإخراج المعتمد بنسبة 100%، وذلك لكونه يسمح أولاً لمصممين بالتغلب على مشكلة المساحة كما في الصحافة المطبوعة من خلال عرض أكبر عدد من الموضوعات على الصفحة الرئيسية، وثانياً تسمح للمستخدم بالاطلاع على أكبر قدر من الأخبار دون عناء، ويبقيهم داخل الموقع أكبر وقت ممكن نتيجة السلاسة التي يتميز بها هذا الاتجاه في عملية تصفح الموضوعات.

■ كشف الدراسة بأن كل من موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و "سبق برس" يعتمدان على نوع الشكل والكتابة معاً كشعار لمواقعهما وذلك بنسبة 100%، حيث استعمل الأول شكل يحتوي على كلمة الشعب بالعربية مشكولة مع استخدام كرة أرضية كنقطة لحرف الباء وأيضاً كحرف O بالفرنسية في آن واحد لكلمة Online، وأضاف عبارة "الشعب أونلاين جريدة إلكترونية تصدر عن مؤسسة الشعب" على يسار الشكل، فيما استعمل الموقع الثاني شكل يحتوي هو على كلمة سبق بالعربية وكلمة press باللغة الفرنسية وأضاف عبارة "موقع إخباري جزائري" أسفل الشكل، بينما يعتمد موقعي صحيفتي "الجزائر الآن" و "competition" على نوع الشكل فقط كشعار لمواقعهما وذلك بنسبة 100%، حيث استعمل الأول حرف "ج" مع مربع بالإضافة إلى كلمتي "الجزائر الآن"، واستعمل الموقع الثاني كلمة competition مع ابراز حرف "i".

■ بينت نتائج التحليل اتفاق كل مواقع صحف عينة الدراسة على امتداد صيغة PNG لشكل الشعار الخاص بمواقعهم بنسبة 100%، ماعداً موقع صحيفة "الجزائر الآن" الذي يعتمد على امتداد صيغة WebP، وذلك بنسبة 100%.

- أكدت نتائج التحليل اتفاق كل مواقع صحف عينة الدراسة على وضع شعار مواقعهم أعلى يمين الصفحة، ماعدا موقع صحيفة "competition" الذي يضع شعار مواقع أعلى يسار الصفحة لكونه ناطق باللغة الفرنسية وذلك بنسبة 100%.
- كشفت الدراسة تفرد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" باستخدام قائمة تفرعية، وهي عبارة عن قائمة تحتوي على عدد من العناوين الفرعية، حيث يتفرع من تصنيف ملتيميديا: فيديو، انفوغرافي وصور، و يتفرع من تصنيف رأي: أعمدة، بالإضافة الى تصنيف منوعات الذي يتفرع منه أيضا: فايك نيوز، علوم وتكنولوجيا، صحة ومجتمع. بينما اعتمدت مواقع الصحف الأخرى عينة الدراسة على القائمة الثابتة، أي أنها ليس ليدها أي تفرعات.
- أكدت نتائج التحليل بأن كل من موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و"سبق برس" يستخدمان اللون الأحمر بشكل عام كأرضية لقائمة التصنيفات بمقدار سداسي عشري 9e0505#، فيما الموقع الثاني يستخدمه بمقدار f54647#. واستخدم موقع صحيفة "الجزائر الآن" اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري fffffff#. بينما اختار موقع صحيفة "competition" استخدام اللون الأسود بمقدار سداسي عشري 000000#، بنسبة 100% لكل موقع.
- أظهرت نتائج التحليل بأن كل من مواقع صحف "الشعب أونلاين" و"سبق برس" و "competition" يستخدمون اللون الابيض كنص لقائمة التصنيفات بنسبة 100%، بنفس المقدار السداسي العشري fffffff#. فيما استخدم موقع صحيفة "الجزائر الآن" اللون الأسود بمقدار سداسي عشري d3441#2، بنسبة 100%.
- كشفت الدراسة اعتماد نوع الشريط المتعدد الأحداث في كل مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، مع موقع أعلى وسط الصفحة الرئيسية كمان له مع الحجم الكبير، أي بعرض الصفحة الرئيسية بنسبة 100%. ويشار إلى أن شريط الأحداث في كل من "الشعب أونلاين" و "سبق برس" و "الجزائر الآن" يتميز بالوضوح في الصور المرفقة وكذلك التحيين اليومي، عكس موقع صحيفة "competition" الذي لوحظ أن الشريط فيه لا يتسم بالتحديث اليومي بالإضافة الى عدم الوضوح، فالصور المرفقة أكبر من قالب الشريط مما يجعل الصور لا تبدو بالشكل المناسب، وهادا ما قد يسبب ازعاج للمستخدم.

- أظهرت الدراسة تفرد موقعي صحفيتي "الشعب أونلاين" و"competition" في استخدام شريط الأخبار العاجلة أعلى الصفحة الرئيسية بشكل مثبت، بنسبة 100% لكل موقع، مع ملاحظة الباحث عدم التحديث المستمر لشريط الأخبار العاجلة في موقع صحيفة "competition"، بينما لم يعتمد موقعي صحفيتي "سبق برس" و"الجزائر الآن" على شريط الاخبار العاجلة.
- أظهرت النتائج تفرد موقعي صحفيتي "الشعب أونلاين" و"competition" من بين بقية مواقع صف عينة الدراسة في امتلاك أرشيف النسخة المصورة للجريدة بصيغة flash، أي دون الحاجة الى التنزيل الأعداد كما في صيغة pdf، بنسبة 100% لكل موقع، بينما لم يعتمد موقعي صحفيتي "سبق برس" و"الجزائر الآن" على أرشيف النسخة المصورة لا أنهما بالأساس صحفتين الكترونيتين ليس لهما أصل مطبوع.
- أكدت النتائج اتفاق كل صف مواقع عينة الدراسة على استخدام الصور الموضوعية بشكل أساسي مع مضامينها، ويعد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" الأكثر من بين مواقع صف عينة الدراسة استعمالا للصور الموضوعية بنسبة 53.74%، وذلك لكونها تجسد الموضوع وتعبر عن فكرته، وفق حدوثه لتعطي للمستخدم تصورا عن شكل وقوع الحدث، بالإضافة الى كونها تفصل الرأي عن الحدث وتحقيق النزاهة في نقل معلومات الحدث للمستخدم.
- أكدت النتائج اتفاق كل صف مواقع عينة الدراسة على اعتماد الصور ذات الحجم الصغير بشكل أساسي في الصفحات الرئيسية والصور ذات الحجم المتوسط في الصفحات الداخلية مع مضامينها، ويعد موقع صحيفة "سبق برس" الأكثر من بين مواقع صف عينة الدراسة استعمالا للصور الصغيرة في الصفحة الرئيسية بنسبة 83.95%، وموقع صحيفة "الشعب أونلاين" الأكثر من بين مواقع صف عينة الدراسة استعمالا للصور المتوسطة في الصفحات الداخلية بنسبة 99.62%، وذلك راجع لطبيعة تصميم الموقع الذي يعتمد على كثرة المضامين وعليه تعد الصور الصغيرة الأنسب لذلك، بينما تفرد موقع صحيفة "competition" باستعمال الصور ذات الحجم الكبير في الصفحة الرئيسية رغم قلتها من بين كل مواقع عينة الدراسة، وذلك بنسبة 16.66%، حيث استخدمها في شريط المانشيت أعلى الصفحة.
- أظهرت النتائج تفرد موقع صحيفة "competition" باستعمال الصور ذات الصيغة JPEG، وذلك بنسبة 95.94%، كون الموقع يعتمد على الصور الفوتوغرافية وصيغة JPEG مناسبة تماما لها،

كونها تحتوي على 16.8 مليون لون وتمتلك درجة تباين لوني مرتفعة مما تعطي أعلى جودة ممكنة للصور. واستعملت باقي الصحف الصور ذات الصيغة WebP بشكل أساسي، حيث يعد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" الأكثر من بين مواقع صحف عينة الدراسة استعمالاً للصور ذات الصيغة WebP بنسبة 100%.

■ بينت النتائج أن موقع "الشعب أونلاين" يعتمد على أربعة ألوان في أرضياته، هم: اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff، اللون الرمادي بمقدار سداسي عشري #f2f2f2، اللون الأسود بمقدار سداسي عشري #b24131، اللون الأحمر بمقدار سداسي عشري #ff2e1a. على الصفحة الرئيسية بتكرار بلغ 12 وبنسبة 25%، لكل لون. بينما يعتمد موقع صحيفة "سبق برس" على ثلاثة ألوان في أرضياته، هم: اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff، اللون الأحمر بمقدار سداسي عشري #9e0505، اللون الأزرق بمقدار سداسي عشري #0746a7، على الصفحة الرئيسية بتكرار بلغ 12 وبنسبة 33.33%، لكل لون. ويعتمد موقع صحيفة "الجزائر الآن" على ثلاثة ألوان في أرضياته، هم: اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff، اللون الأسود بمقدار سداسي عشري #b24131، اللون الأزرق بمقدار سداسي عشري #edf2f7، على الصفحة الرئيسية بتكرار بلغ 12 وبنسبة 33.33%، لكل لون. مع استحواذ اللون الأبيض لمساحة الصفحة الرئيسية. فيما يعتمد موقع صحيفة "competition" على ثلاثة ألوان في أرضياته، هم: اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff، اللون الأسود بمقدار سداسي عشري #000000، اللون الأحمر بمقدار سداسي عشري #ff2e1a، على الصفحة الرئيسية بتكرار بلغ 12 وبنسبة 33.33%، لكل لون.

■ بينت نتائج التحليل اتفاق كل صحف مواقع عينة الدراسة على استعمال اللون الأسود بمختلف تدرجاته اللونية بشكل أساسي كألوان للعناوين على الصفحة الرئيسية، ويعد موقع صحيفة "سبق برس" الأكثر من بين كل المواقع استعمالاً له بتكرار بلغ 600 وبنسبة 70.42%، كونه يعطي تباين مما يظهر بشكل بارز للمستخدم بالإضافة الى تمتعه بالقوة والجدية.

- أظهرت نتائج التحليل اتفاق كل مواقع صحف عينة الدراسة على استعمال اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff كأرضية للصفحات الداخلية، بنسبة 100% لكل موقع. وعلى استعمال اللون الأسود بمختلف تدرجاته اللونية بشكل أساسي في كتابة عناوين المضامين في الصفحات الداخلية، بنسبة 100% لكل موقع، حيث استعمل موقعي صحيفي "الشعب أونلاين" و "سبق برس" اللون الأسود بمقداره السداسي العشري #f33383، وموقع صحيفة "الجزائر الآن" استعمله بمقدار #f2f2f2، بينما موقع صحيفة "competition" استعمله بمقدار #000000.
- كشفت نتائج التحليل اتفاق كل من مواقع صحف عينة الدراسة على استخدام لغة واحدة فقط، بنسبة 100% لكل موقع، حيث كانت اللغة العربية في كل من مواقع صحف "الشعب أونلاين" و "سبق برس" و "الجزائر الآن"، فيما كانت اللغة الفرنسية في موقع صحيفة "competition".
- كشفت نتائج التحليل اختلاف مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة في نوع الخطوط المعتمدة، حيث اكتفى كل موقع بخط واحد فقط في كتابة النصوص والمضامين، واعتمد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" خط Almarai، بينما موقع صحيفة "سبق برس" اعتمد خط Jazeera، وموقع صحيفة "الجزائر الآن" اعتمد خط Droid Arabic Kufi، فيما موقع صحيفة "competition" اعتمد خط Balboa، وهي كلها خطوط مجانية غير حصريه لمواقعهم.
- أكدت نتائج التحليل اتفاق كل مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، على محاذاة العناوين والنصوص على اليمين بنسبة 100%، باستثناء موقع صحيفة "competition" الذي اعتمد على محاذاة العناوين والنصوص على اليسار بنسبة 100%، وذلك راجع لكونه ناطق باللغة الفرنسية.
- أكدت نتائج التحليل تفرد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" في استخدام الوسوم مع المضامين، من بين صحف مواقع عينة الدراسة الأخرى وذلك بتكرار بلغ 217 وبنسبة 100%. تجدر الإشارة الى أن الموقع يستخدم الوسم الآلي، الذي يكون مكرر أو مرادف لوسم آخر أحيانا.
- أظهرت نتائج التحليل أن مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، تعتمد بشكل أساسي على النص الفائق الخارجي يليه النص الفائق الداخلي، حيث توزعت نسب النص الفائق الخارجي على مواقع صحف عينة الدراسة كالتالي: موقع صحيفة "الجزائر الآن" بنسبة 80%، يليه موقع صحيفة "سبق برس" بنسبة 66.66%، يليه موقع صحيفة "الشعب أونلاين" بنسبة 55.17% على التوالي. بينما توزعت نسب النص الفائق الداخلي على مواقع صحف عينة الدراسة كالتالي: موقع صحيفة "الشعب

أونلاين" بنسبة 44.82%، يليه موقع صحيفة "سبق برس" بنسبة 33.33%، يليه موقع صحيفة "الجزائر الآن" بنسبة 20% على التوالي. فيما لم يستخدم موقع صحيفة "competition" كليا على النصوص الفائقة.

■ بينت نتائج التحليل أن كل من صحف مواقع عينة الدراسة توفر خاصية التحديث لصفحاتها، وذلك بنسبة 100%، حيص تجري كل المواقع تغيرات على محتواها في كل 24 ساعة.

■ بينت نتائج التحليل أن كل مواقع صحف عينة الدراسة تعتمد على مقاطع الفيديو كوسائط داعمة، حيث جاء موقع "الشعب أونلاين" أولا بتكرار بلغ 125 وبنسبة 85.61%، يليه موقع صحيفة "سبق برس" بتكرار بلغ 33 وبنسبة 100%، وجاء ثالثا موقع صحيفة "الجزائر الآن" بتكرار بلغ 15 وبنسبة 100%، فيما حل رابعا موقع صحيفة "competition" بتكرار بلغ 06 وبنسبة 100%.

■ أكدت نتائج التحليل أن كل مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، تعتمد بشكل أساسي على المساحة الفارغة كعنصر فصل بين الموضوعات في الصفحة الرئيسية، عدا موقع صحيفة "سبق برس" الذي يعتمد بشكل أساسي على عنصر الإطارات كعنصر فصل بين الموضوعات في الصفحة الرئيسية.

■ أظهرت نتائج التحليل أن أغلب مواقع صحف عينة الدراسة تعتمد بشكل أساسي على الإعلانات الثابتة، (Fixed Advertising) تليها الإعلانات المتحركة (Animated Advertising)، حيث جاء موقع صحيفة "سبق برس" أولا بنسبة 77.77% للإعلانات الثابتة و 77.77% للإعلانات المتحركة، يليه موقع صحيفة "الجزائر الآن" بنسبة 8% للإعلانات الثابتة و 77.77% للإعلانات المتحركة، فيما حل ثالثا موقع صحيفة "competition" بنسبة 50% لكل من الإعلانات الثابتة والمتحركة.

■ بينت نتائج التحليل اتفاق موقعي صحيفتي "سبق برس" و "الجزائر الآن" على التنوع في استخدام امتدادات الإعلانات مع التركيز بشكل أساسي على نوع امتداد الصور PNG بتكرار بلغ 24 ونسبة 44.44% للأول وتكرار 18 ونسبة 42.85%، فيما جاء نوع امتداد الصور JPEG ثانيا بتكرار بلغ 18 ونسبة 33.33% للأول وتكرار 12 ونسبة 28.57% للثاني، وجاء ثالثا نوع امتداد الفيديو Mp4 بتكرار بلغ 12 ونسبة 22.22% للأول وتكرار 6 ونسبة 14.28% للثاني. واستخدم موقعي

صحيفتي "الشعب أونلاين" و"competition" نوع الامتداد WebP واستخدم الثاني نوع الامتداد HTML.

- بينت نتائج التحليل أن كل مواقع صحف عينة الدراسة تقدم خدمة البحث داخل الموقع بشكل بسيط، بنسبة 100% لكل موقع، وتميز محرك بحث موقع صحيفة "competition"، في توفير خيارات إضافية في عملية البحث، كعبارات: بالضبط، أي كلمة، جميع الكلمات والترتيب، وذلك قصد الوصول لأفضل نتيجة يريدها المستخدم وعدم الوقوع في البحث العشوائي.
- أكدت نتائج التحليل أن كل مواقع صحف عينة الدراسة تقدم خدمة البحث عن طريق شكل الأيقونة مع موقع أعلى الصفحة الرئيسية بنسبة 100% لكل موقع، عدا موقع صحيفة "سبق برس" الذي يقدمها عن طريق كتابة أسفل الصفحة الرئيسية بنسبة 100%.
- بينت الدراسة تفرد موقع صحيفة "competition" في إتاحة خدمة النشرة البريدية بنسبة 100%، لمستخدميها فيما لم تتيح خدمة RSS من بين كل مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة التي غابت فيها كليا العناصر البريدية.
- أكدت نتائج التحليل تفرد موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و "سبق برس" بتوفير خدمات تفاعلية للمستخدمين كـ التعليق على المضامين ومشاركتها وحتى طباعتها، بينما اكتفا موقعي صحيفتي "الجزائر الآن" و "competition" بخدمة مشاركة المضامين فقط، مع إهمال تام لباقي الخدمات التفاعلية الأخرى خصوصا خدمة التعليق، التي تعتبر مفيدة جدا وتتميز بدرجة عالية من التفاعلية.
- بينت نتائج التحليل أن كل مواقع صحف عينة الدراسة إتاحت مشاركة المضامين الصحفية أمام المستخدمين عبر أغلب مختلف منصات التواصل الاجتماعي، حيث أتاح موقع صحيفة "الشعب أونلاين" لمستخدميه مشاركة مضامينه على منصتي Facebook و Twitter فقط، بينما أتاح موقعي صحيفتي "سبق برس" و"الجزائر الآن" لمستخدمين مشاركة المضامين على منصات Facebook و Twitter و LinkedIn، وأتاح موقع صحيفة "competition" لمستخدميه مشاركة المضامين على منصات Facebook و Twitter و Pinterest.
- أظهرت نتائج التحليل أن كل مواقع صحف عينة الدراسة يوفر معلومات لمحري المضامين الصحفية بنسبة 25% مجتمعين، وهي نسبة ضعيفة بالنظر للأهمية الكبيرة لهذه المعلومات التي تعتبر وسيط اتصالي بين المستخدم والمحرر، حيث تمكن المستخدم من التفاعل بشكل مباشر مع

المحرر وكذا اكتساء المضامين المقدمة طابع المصادقية كون الاسم واللقب والصورة والبريد متوفرون. فيما لم يهتم موقع صحيفة "competition" اطلاقا بتوفير معلومات عن محرري مضامينه طيلة فترة التحليل، وهو ما لا يتوافق مع أحد أبرز السمات التي تميز الصحافة الإلكترونية ألا وهي التفاعلية المتعددة الاتجاهات والتي تتيح تبادل آني للأدوار الاتصالية.

■ كشفت نتائج التحليل تفرد موقع صحيفة "سبق برس" من بين كل مواقع صحف عينة الدراسة بإتاحة لمستخدميه البريد الإلكتروني للمحررين بتكرار بلغ 216 وبنسبة 94.73%، وبريد الصحيفة بتكرار بلغ 12 وبنسبة 5.26%، مع اهمال تام لباقي مواقع صحف عينة الدراسة للبريد الإلكتروني، ويعبر هذا عن عدم اهتمامهم بخاصية التفاعل والمشاركة وكذا محاورة المستخدمين وأخذ آرائهم وانطباعاتهم حول المضامين المقدمة، بالإضافة إلى ابعاده عن المشاركة في إنتاج المضامين، وهو ما لا يتوافق مع أحد أبرز سمات الصحافة الإلكترونية التي تمزيها عن الصحافة المطبوعة ألا وهي التفاعلية متعددة الاتجاهات والتي تمكن من تبادل الأدوار الاتصالية بين الصحفي والمستخدم.

■ بينت نتائج التحليل اهتمام كل مواقع صحف عينة الدراسة باستخدام أغلب منصات التواصل الاجتماعي طيلة فترة الدراسة باستثناء موقع صحيفة "competition" التي لاحظ الباحث فيها الغياب التام لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي رغم أنها وضعت على أسفل صفحتها الرئيسية ايقونات تمثلت في: (Twitter،Facebook، Google plus، LinkedIn) إلا أنها غير مفعلة. واستخدم موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و "سبق برس" نفس منصات التواصل الاجتماعي والتي تمثلت في: (Twitter،Facebook، Instagram، YouTube) وضعت على شكل ايقونات في أعلى الصفحة الرئيسية للموقع الأول وفي أسفلها للموقع الثاني. بينما اكتفى موقع صحيفة "الجزائر الآن" بمنصتين فقط تمثلتا في: (Twitter،Facebook) وضعتا على شكل ايقونتين في أسفل الصفحة الرئيسية.

■ بينت نتائج التحليل أن كل مواقع صحف عينة الدراسة يستخدمون عناصر الاتصال الشخصي بنسبة اجمالية بلغت 18.75%، وهي نسبة ضعيفة مقارنة مع ما تتيحه البيئة الإلكترونية من إمكانيات اتصالية هائلة، وكذا للأهمية الكبيرة لهذه العناصر التي تعتبر وسيط اتصالي بين المستخدم ومسؤولي ومحرري الموقع.

- أظهرت النتائج عدم توفير الخدمات المساعدة كـ حالة الطقس، مواعيد الصلاة، أسعار العملات، أسواق البورصة وغيرها في كل مواقع صحف الدراسة طيلة فترة التحليل، حيث يرى الباحث على ضرورة ادراج هذه الخدمات في الموقع لكونها تساهم في جذب المستخدم وتقدم له خدمات متكاملة تجعله يستغني عن مواقع أخرى.
- بينت نتائج التحليل أن كل مواقع صحف عينة الدراسة يستخدمون عناصر تعدد الخيارات بنسبة اجمالية بلغت 20%، وهي نسبة جد متواضعة مقارنة مع ما تتيحه البيئة الإلكترونية من عناصر تقنية هائلة توفر للمستخدم الراحة والسهولة، حيث يرى الباحث أن مواقع الصحف عينة الدراسة تفتقر للكثير من عناصر تعدد الخيارات التي تسمح للمستخدم في التحكم في المضامين المقدمة وكذلك شكلها وطريقة عرضها بما يناسبه أثناء القراءة، كعناصر تعدد اللغات multilingual وكذلك عنصر التحكم خلفيات الموقع background control Website وعدة عناصر تقنية أخرى مهمة.
- بينت نتائج التحليل أن كل مواقع صحف عينة الدراسة يستخدمون أدوات تخفيف الجهد عن المستخدمين، بنسبة اجمالية بلغت 25%، وهي نسبة متواضعة لحد ما مقارنة مع ما تتيحه البيئة الإلكترونية من أدوات تقنية تخفف الجهد عن المستخدم وتوفر له راحة في عملية التحوال وقراءة مختلف المضامين وكذا السهولة والسرعة الفائقة للوصول للمعلومة، حيث غابت تماما لخدمة "RSS" في كل مواقع صحف عينة الدراسة، ما يفسر عدم الحرص على التواصل المستمر والدائم مع المستخدمين وتخفيف الجهد عنهم أثناء التصفح.

4

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

مثلت العينة في 311 مفردة، والتي تم اختيارها بطريقة عمدية من مستخدمي طلبة علوم الإعلام والاتصال، مع العلم أنه لم يتم تسليم الاستمارة إلا بعد التأكد من أن المبحوثين يستخدمون فعليا الصحف الإلكترونية الجزائرية. واقتصر المجال المكاني للدراسة على طلبة علوم الإعلام والاتصال مستخدمي الصحف الإلكترونية بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة صالح بونيدر قسنطينة- الجزائر لاعتبارات تم تناولها سابقا في الجانب المنهجي للدراسة.

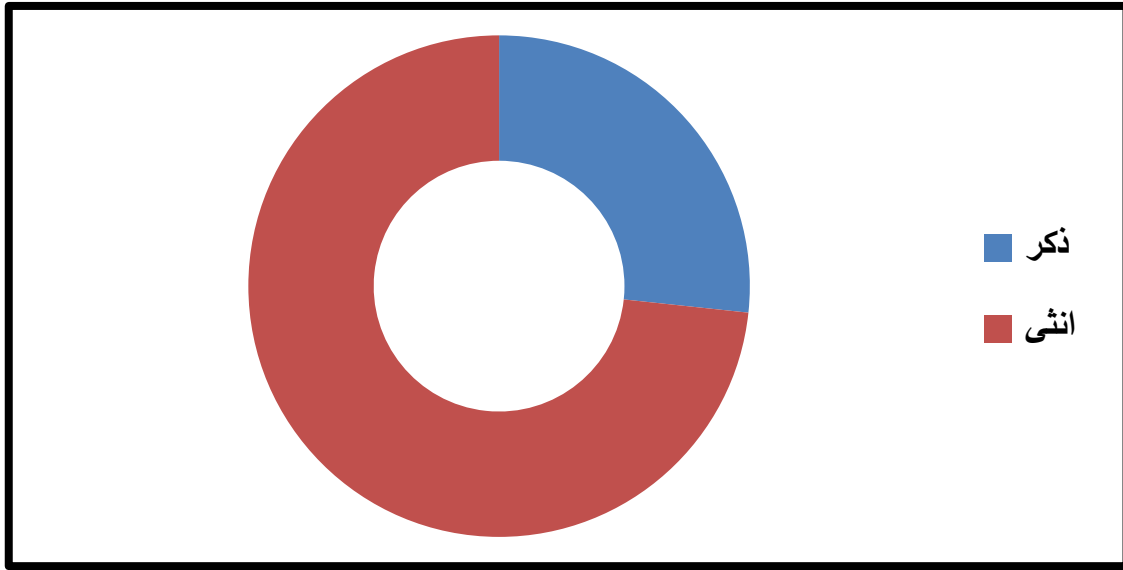
كما تمثل المجال الزمني للدراسة في الفترة الممتدة من 05/01 إلى 2022/06/01. وبعد استرجاع الاستمارات وترقيمها أو ترميزها من 1 إلى 311، قمنا بعدها بتفريغ بيانات الاستبيان بالاعتماد على برنامج النظام الإحصائي **SPSS 25**، مع الإشارة إلى أنه تم استبعاد 30 استمارة أثناء التفريغ نظرا لعدم توفرها على الإجابات الكاملة، وكذا نقصها في البعض منها من العدد المسترجع من الاستمارات والذي قدر 341 استمارة من أصل 388 استمارة موزعة لم نسترجع منها عدد قدر بـ 47 استمارة استبيان.

إن، وبعد نتائج التفريغ الآلي توصلنا إلى توزيع الخصائص السوسيوديمغرافية لمجتمع البحث وفق المتغيرات التالية والمبينة في الجداول أسفله:

الجدول 57: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع	النوع
26.7	83		ذكر
73.3	228		انثى
100	311		المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 91: دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس.

يمثل هذا الجدول توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الجنس، حيث يعتبر توظيف هذا المتغير من البيانات الشخصية للمبحوثين عنصرا هاما في بناء استمارة الاستبيان، وبقراءة نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة التكرارات الذكور 26.7% أقل بكثير من نسبة الإناث التي تقدر بـ 73.3%، وهذا يظهر لنا تباين ملحوظ من حيث تمثيل الجنسين، وهذا راجع لطبيعة المجتمع الجامعي الجزائري وكذا طبيعة العينة التي اختارها الباحث والتي يطغى عليها توافد الإناث أكثر من الذكور، وأيضا إلى ما لاحظته الباحث من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها اهتمام الإناث بموضوع الدراسة بشكل واضح والتفاعل معه، حيث وجد الباحث سهولة في عملية توزيع استمارة الاستبيان، عكس الذكور الذين تحججوا أغلبهم بعد اهتمامهم بالموضوع وعدم تصفحهم لمختلف مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.

وتتفق نتائج دراستنا مع دراسة الباحث رضوان تواتي، والتي توصلت نتائجها أن عدد المستجوبين من فئة الإناث أكبر من عدد المستجوبين من فئة الذكور، حيث بلغت نسبة الإناث 56.2%، فيما بلغت نسبة الذكور 43.8%. (تواتي، 2016، صفحة 175)

كما تتفق نتائج دراستنا مع دراسة الباحث طالب كيحول، والتي توصلت نتائجها أن عدد الذكور 225 أي بنسبة مئوية 44.1 بالمئة، أما الإناث فإننا نلاحظ عددهم 285 أي بنسبة 55.9 بالمئة. (كيحول، 2016، صفحة 176)

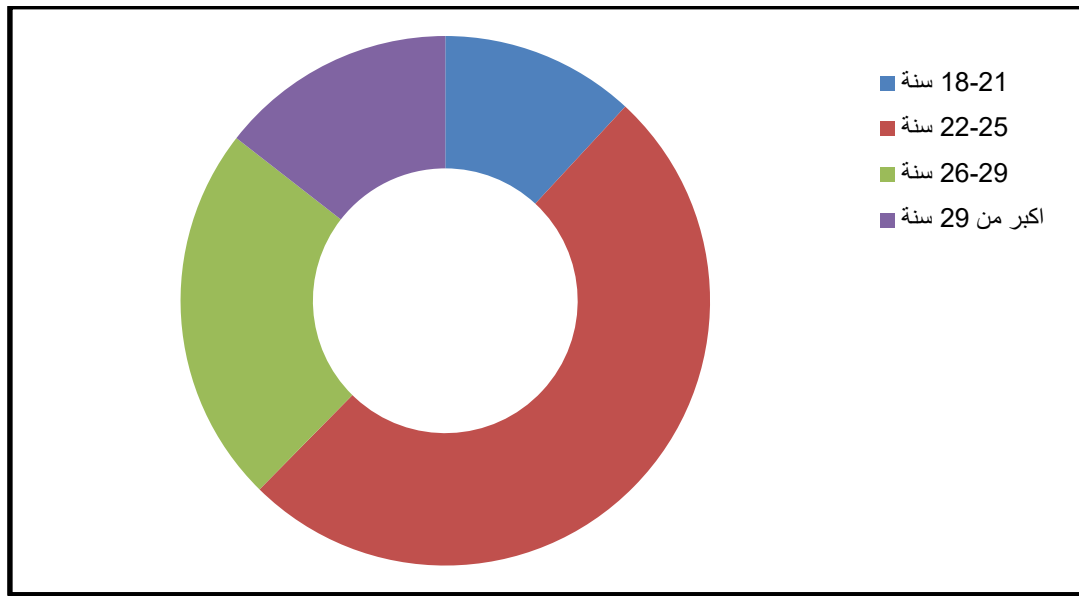
وتختلف هذه النتيجة المتوصل إليها دراستنا مع دراسة الباحث محمد خليفة محمد أحمد، التي توصلت نتائجها إلى أن نسبة الذكور من مستخدمي المواقع الصحفية العربية والأجنبية عينة الدراسة بلغت 85.25% من إجمالي العينة، بينما نسبة الإناث بلغت 24.75%. (محمد أحمد، 2022، صفحة 244.243).

كما تختلف أيضا مع دراسة الباحث هاني إبراهيم محمد السمان، والتي توصلت نتائجها إلى أن نسبة الذكور جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 51.6% بينما جاءت فئة الإناث ثانيا بنسبة 48.4%. (محمد السمان، 2019، صفحة 242)

الجدول رقم 58: يبين فئة السن:

النسبة المئوية	التكرار	النوع
11.9	37	18-21 سنة
50.5	157	22-25 سنة
23.2	72	26-29 سنة
14.5	45	أكبر من 29 سنة
100.0	311	الجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 92: دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير السن.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن توزيع أفراد العينة حسب السن لم يكن متكافئاً، حيث نجد أفراد العينة من فئة 22-25 سنة تمثل في 157 مفردة بنسبة 50.5% وهي أعلى نسبة من المستخدمين مقارنة بالفئات الأخرى، ويعزو الباحث ذلك بمزاولة الطلاب لدراساتهم بشكل منتظم خلال مسيرتهم الدراسية، والأغلبية منهم لا يزاولون أعمال أخرى ولا يتحملون المزيد من الأعباء في هذه الفترة، مما يتوفر لديهم الوقت الذي يسمح لهم بمتابعة وتصفح مواقع الصحف الإلكترونية، ومثلت عينة الأفراد من 26-29 سنة النسبة التي تليها بـ 72 مفردة ممثلين بنسبة 23.2%، ثم فئة المبحوثين الموالية للفئة العمرية أكبر من 29 سنة بنسبة قدرت بـ 14.5% من تكرارات اجابات المبحوثين وعلى الأغلب يرجع الباحث أن هذه الفئة تمثل الطلاب الحائزين على وظائف عمل ويهدفون إلى رفع مستواهم وتنمية

معارفهم وأيضاً منهم المزاولين لدراساتهم في سن متقدمة عن طريق التعليم بالمراسلة، فيما جاءت أخيراً فئة من 21 إلى 18 سنة بنسبة 11.9%، وهي تمثل فئة الطلاب الذي يدرسون سنة أولى جذع مشترك علوم إنسانية.

كما سعى الباحث إلى الاستعانة بفئات عمرية متعددة قدر المستطاع، وذلك بقصد تغطية أكبر عدد من الطلاب الجامعيين المستخدمين من كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة صالح بونيدر قسنطينة لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.

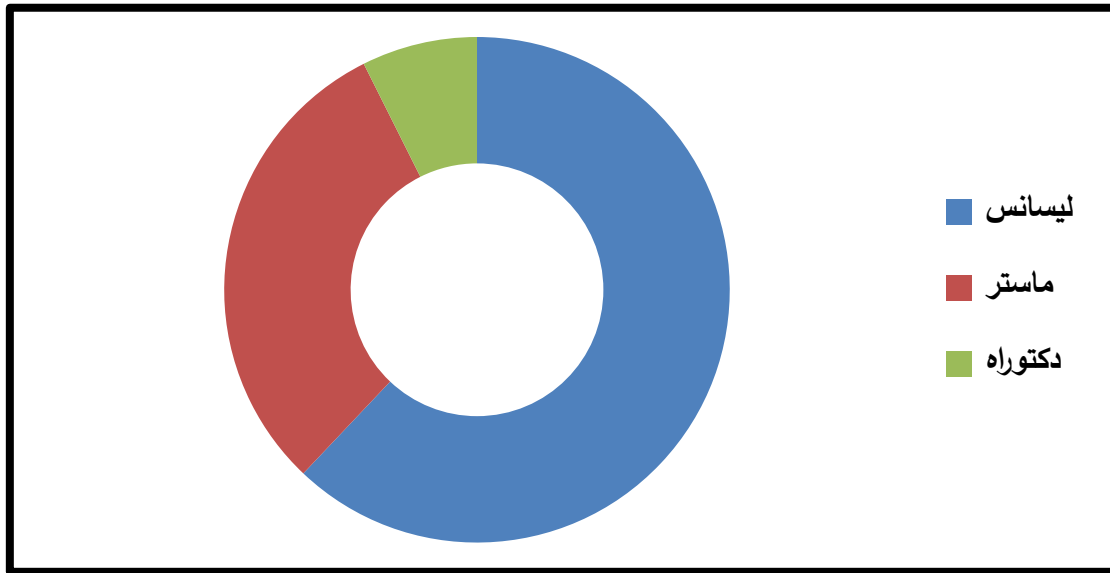
وتتشابه نتائج دراستنا على حد ما مع دراسة الباحث رضوان تواتي، والتي توصلت نتائجها إلى أن الفئة العمرية من 18 إلى 23 سنة أكثر حضوراً في عينة البحث بـ 99 مفردة وبنسبة مئوية بلغت 53.5%، فيما بلغ عدد مفردات الفئة العمرية من 24 إلى 29 سنة 84 مفردة وبنسبة مئوية وصلت إلى 45.4، هذا في حين نجد الفئة العمرية 30 سنة فما فوق ممثلة فقط بمفردتين وبنسبة مئوية بلغت 1.1%. (تواتي، 2016، صفحة 178)

كما تتشابه نتائج دراستنا مع دراسة الباحث طالب كيجول، والتي توصلت نتائجها أن فئة من 20 إلى 24 سنة جاءت في المرتبة الأولى بتكرار 267 مرة أي بنسبة 52.4 بالمئة، أما الفئة من 25 إلى 29 سنة فقد حلت في المرتبة الثانية بتكرار 162 أي بنسبة مئوية تقدر بـ 31.8 بالمئة، كما نلاحظ أيضاً أن فئة من 30 إلى 34 سنة حلت في المرتبة الثالثة بتكرار 50 مرة أي بنسبة مئوية تقدر بـ 9.8 بالمئة، وأخيراً فئة أكثر من 35 سنة بتكرار 31 مرة أي بنسبة مئوية تقدر بـ 6.1 بالمئة. (كيجول، 2016، صفحة 178) وتختلف هذه النتيجة مع دراسة الباحث هاني إبراهيم محمد السمان، والتي توصلت نتائجها إلى أن فئة أقل من 21 سنة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 52.4% من جملة أفراد العينة، ويليهما بنسبة 42.4% من بلغ أعمارهم أقل من 24 سنة، يلي في المرتبة الثالثة بنسبة 4.2% من جملة أفراد العينة من بلغ أعمارهم أقل من 27 سنة، أما من تتراوح أعمارهم من 27 فأكثر فقد بلغت نسبتهم 0.9% في المرتبة الأخيرة. (محمد السمان، 2019، صفحة 242).

الجدول رقم 59: المستوى الجامعي:

النسبة المئوية	التكرار	الاختيارات
62.05	193	ليسانس
30.54	95	ماستر
7.39	23	دكتوراه
100	311	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 93: دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق المستوى الجامعي.

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل المستوى الجامعي ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه نرى أن النسبة الاعلى تكرارات هم طلبة الطور ليسانس من بين الأطوار الأخرى، حيث تمثل في 193 مفردة بنسبة 62.05%، ومثل طور الماستر النسبة التي تليها بـ 95 مفردة ممثلين بنسبة 30.54%، ليأتي في الأخير طلبة طور الدكتوراه حيث تمثل في 23 مفردة بنسبة 7.39%.

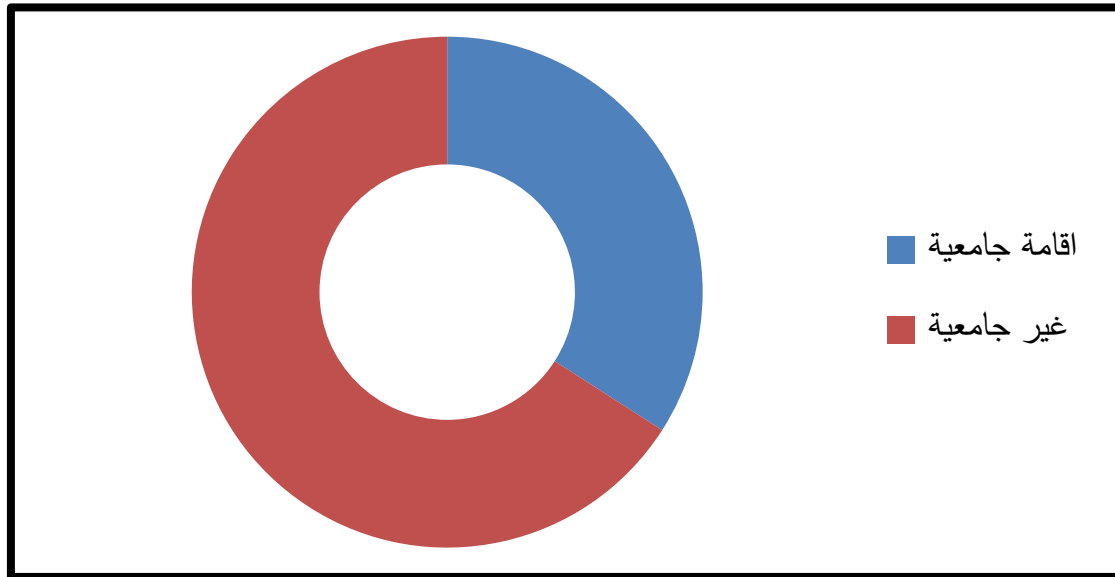
ويمكن تفسير هذا الحضور القوي لطلبة ليسانس إلى ارتفاع عددهم بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري مقارنة بطلبة الأطوار الأخرى، حيث وصل عددهم في الموسم الجامعي 2023/2022 إلى 1225، أما طلبة الماستر فقد بلغ عددهم 307، وعدد طلبة الدكتوراه 23. (د.ك، 2023)

وتتفق نتائج دراستنا مع دراسة الباحث رضوان تواتي، والتي توصلت نتائجها أن طلبة طور الليسانس في هذه الدراسة هم أكبر عددا من طلبة الأطوار الأخرى، حيث وصل عددهم إلى 89 طالب وبنسبة مئوية قدرت بـ 48.1%، أما طلبة الماستر فقد بلغ عددهم 59 طالبا بنسبة مئوية قدرت بـ 31.9%، في حين نجد عدد طلبة الدكتوراه لم يقد بلغ عددهم 23 طالبا بنسبة مئوية قدرت بـ 12.14%، ليأتي في الأخير طلبة الماجستير بـ 14 مفردة بنسبة مئوية لم تتعد 12.4%. (تواتي، 2016، صفحة 178)

الجدول رقم 60: يبين الإقامة التي تتقيم:

الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية
إقامة جامعية	106	34.08
غير جامعية	205	65.91
المجموع	311	100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



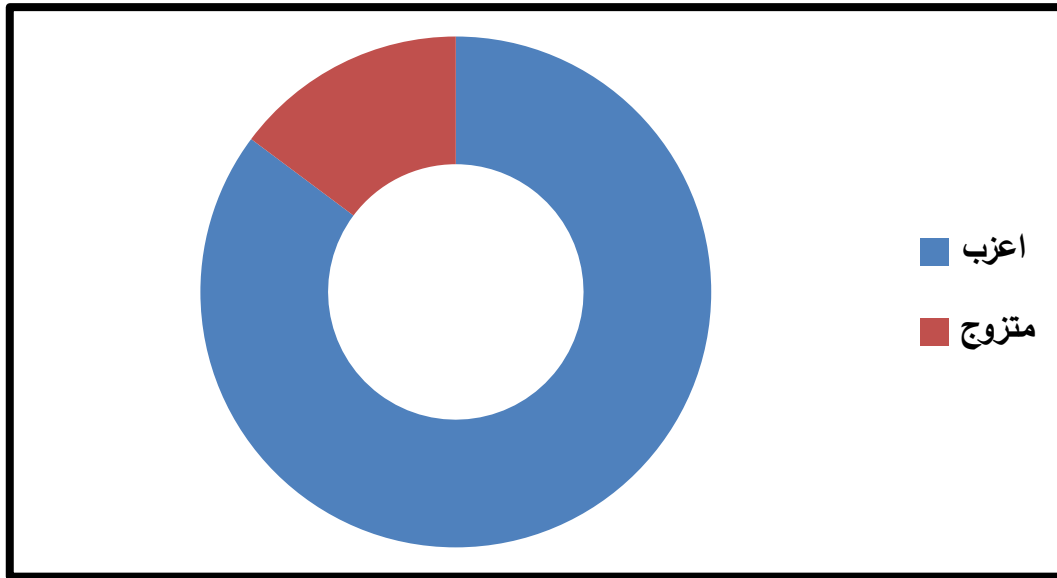
الشكل رقم 94: دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق الإقامة.

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل الإقامة لدى الطلاب الجامعيين ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه نرى أن النسبة الاعلى تكرارات هم طلبة الذين ليس لديهم إقامة جامعية وهم الأغلبية الكبيرة من ولاية قسنطينة مقر الجامعة محل الدراسة، حيث تمثل في 205 مفردة بنسبة 65.91%، ومثل الطلاب الذين لديهم إقامة جامعية وهم من ولايات أخرى ثانيا بـ 106 مفردة ممثلين بنسبة 34.08%.

الجدول رقم 61: يبين الحالة العائلية:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
أعزب	265	85.2
متزوج	46	14.8
المجموع	311	100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 95: دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق الحالة العائلية.

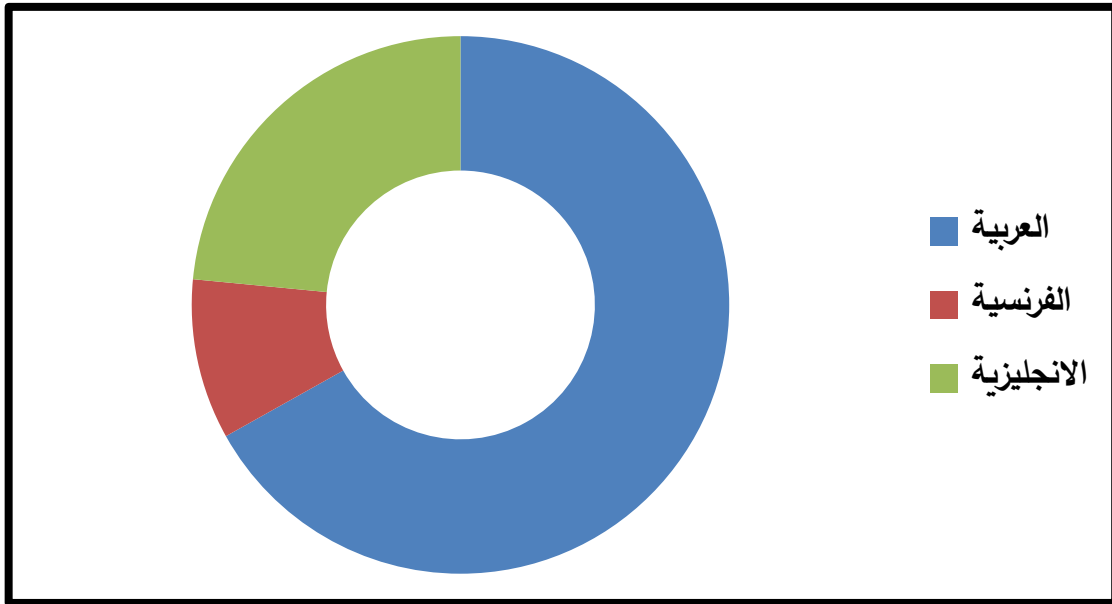
من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل الحالة العائلية ومن خلال الشواهد الرقمية نرى أن أغلب أفراد عينة الدراسة عزاب بتكرار بلغ 265 وبنسبة 85.2%، وجاء المتزوجين ثانيا بتكرار 46 وبنسبة 14.8%. ونتفق هذه النتيجة مع دراسة الباحثة مليكة جابر، والتي توصلت إلى أن أفراد عينة البحث أكثرهم عزاب أي بنسبة 85.84% ويقدر عددهم 103 مفردة ولا تتعدى نسبة المتزوجون نسبة 14.16% ويقدر عددهم 17 مفردة. (جابر، 2015، صفحة 24).

ويرى الباحث أن هذه النتيجة منقطيه جدا، كون أن معظم الطلاب الجامعين خصوصا في طور الليسانس يكون سنهم بين 18 و21 سنة، إذ تعد هذه الفترة العمرية لا يستطيعون التوفيق بين الزواج ومتطلباته ودراسته والمصاريف والأعباء الأسرية والعلمية، وبالتالي لا يفكرون في الزواج.

الجدول رقم 62: يبين اللغات التي يتقنها:

الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية
العربية	208	66.9
الفرنسية	30	9.6
الانجليزية	73	23.5
المجموع	311	100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 96: دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق اللغة المتقنة.

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين اللغات التي يتقنها الطلاب، ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه نرى أن أغلب الطلاب يتقنون اللغة العربية بشكل واضح، حيث تصدرت المرتبة الأولى كأعلى تكرارات بـ 208 مفردة ممثلة بنسبة 66.9%، وهذه نتيجة غير مفاجئة كون اللغة الرسمية في الجزائر العربية والتكوين في الجامعة الجزائرية وخصوصا تخصص الإعلام والاتصال والسمعي البصري أغلبه باللغة العربية. وجاءت في المرتبة الثانية اللغة الانجليزية ممثلة بـ 73 مفردة ممثلة بنسبة 23.5%، ويرى الباحث أنها نسبة مهمة بالمقارنة مع أنها لغة غير معتمدة كثيرا في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية. وجدير بالذكر أن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ومن خلال القرار المؤرخ في 28 سبتمبر 2022، قررت تدعيم وتعزيز استعمال اللغة الانجليزية في الجامعات وبالتالي تحسين مستوى الطلاب.

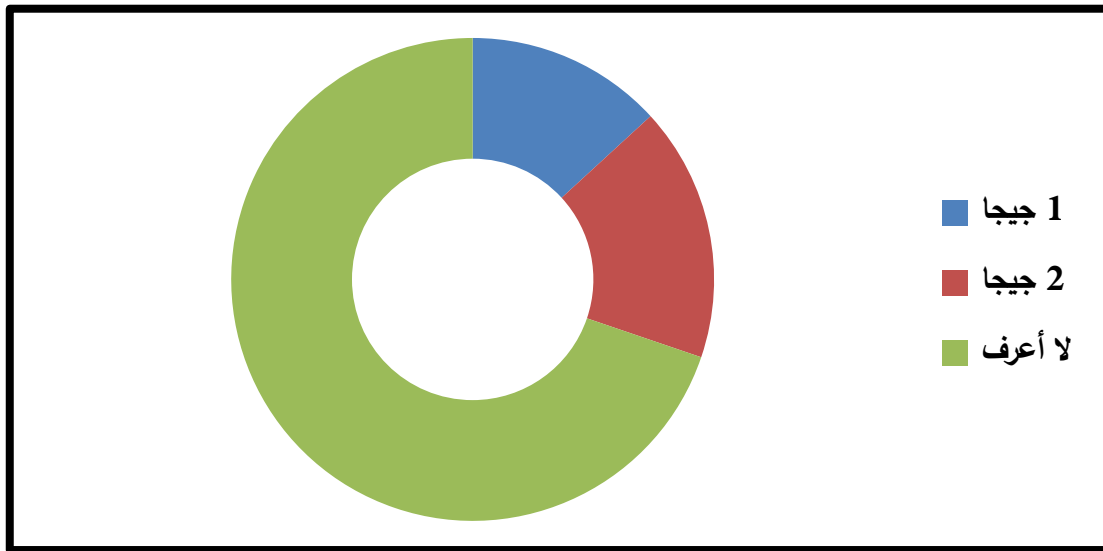
وجاءت في المرتبة الأخيرة اللغة الفرنسية ممثلة بـ 30 مفردة وبنسبة 9.6%، وهي نسبة ضئيلة جدا رغم أن هناك العديد من المواقع الصحفية الجزائرية تتطرق وتنشر بها.

→ المحور الأول: واقع استخدام الطلاب الجامعيين للصحافة الإلكترونية الجزائرية.

الجدول رقم 63: يبين سرعة شبكة الإنترنت المتوفرة لدى أفراد العينة:

الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية
1جيجا	41	13.2
2جيجا	53	17.0
لا أعرف	217	69.8
المجموع	311	100.0

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 97: دائرة نسبية تمثل سرعة شبكة الإنترنت لدى أفراد العينة.

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين سرعة شبكة الإنترنت المتوفرة لدى المبحوثين ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه نرى أن أغلب الطلاب لا يعرفون سرعة الانترنت التي يستخدمونها، حيث تصدرت المرتبة الأولى كأعلى تكرارات بـ 217 مفردة ممثلة بنسبة 69.8%، وجاءت في المرتبة الثانية استخدام سرعة 2 جيجا ممثلة بـ 53 مفردة ممثلة بنسبة 17.0%، فيما جاءت ثالثا 1 جيجا ممثلة بـ 41 مفردة ممثلة بنسبة 13.2%.

وتتفق هذه النتيجة المتوصل إليها في دراستنا مع دراسة الباحث محمد خليفة محمد أحمد، التي توصلت نتائجها إلى ارتفاع نسبة المبحوثين الذين لا يعرفون سرعة الإنترنت التي يستخدمونها، حيث تصدرت

المرتبة الأولى بنسبة 69.75%، وجاءت في المرتبة الثانية استخدام سرعة 4 جيجا بنسبة 26.5%، ثم سرعة 2 جيجا في المرتبة الثالثة بنسبة 20.75%، وجاءت في المرتبة الرابعة سرعة 25 جيجا بنسبة 12.5%، وأخيرا سرعة 1 جيجا بنسبة 3.75%. (محمد أحمد، 2022، صفحة 246).

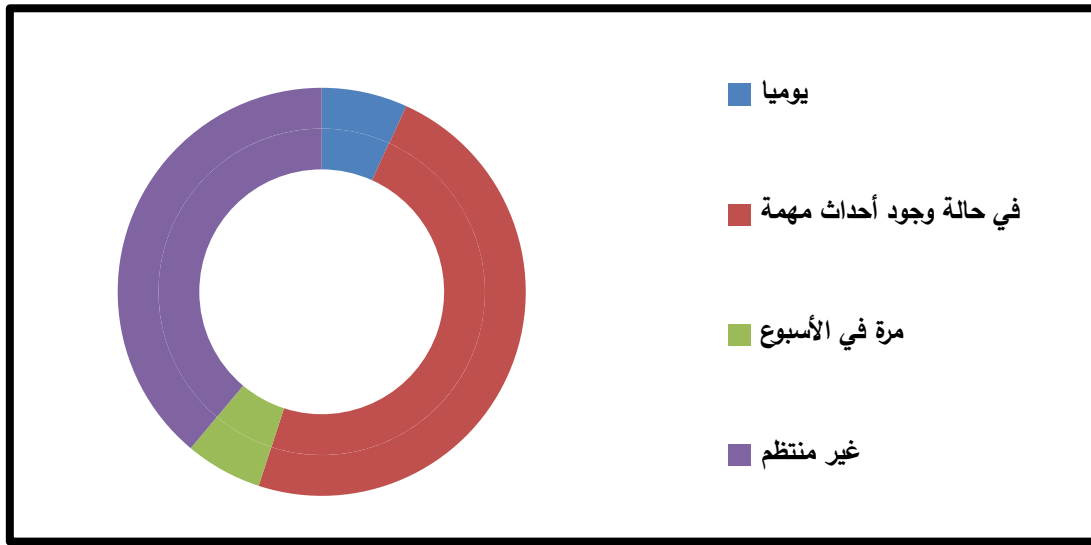
هذا وتجدر الإشارة إلى أن هناك سرعات أخرى للإنترنت يتم تحديثها بشكل دائم حسب كل بلد ومنطقة، ويمكن تتبعها من خلال مواقع قياس مؤشر سرعة الإنترنت "fast" (fast.com, 2023) أو "speedtest" (www.speedtest.net, 2023) والتي تصدر عن شركة Ookla والتي تعتبر من المؤسسات الرائدة في مجال ذكاء الشبكات ومنصات الاختبار وتقنيات الاتصال.

ويرى الباحث أنه على الرغم من أهمية معرفة المستخدمين لسرعة الإنترنت التي مزود بها الجهاز الذي يستعمله، وأهميتها في سرعة تحميل واجهات المستخدم وكذا ملفات لغات البرمجة المختلفة على غرار HTML، JavaScript، CSS، PHP، وسرعة عرض محتويات الصفحة الرئيسية وتغيرات حركة العناصر التراكمية والتي ذكرناها سابقا في الدراسة التحليلية لمواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، إلا أن أغلب الطلاب المبحوثين لا يعرفون سرعة الإنترنت التي لديهم، وهذا ما يؤثر بشكل سلبي في الحكم على أداء مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية وسرعة استجابتها وتفاعلها مع المستخدم.

الجدول رقم 64: يبين مطالعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية الجزائرية.

الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية
يومية	21	6.8
في حالة وجود أحداث مهمة	150	48.2
مرة في الأسبوع	19	6.1
غير منتظم	121	38.9
المجموع	311	100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 98: دائرة نسبية تمثل مطالعة الصحافة الإلكترونية الجزائرية لدى أفراد العينة.

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين هل تطالع الصحافة الإلكترونية الجزائرية ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه نرى أن النسبة الاعلى تكرارات هي في حالة وجود أحداث مهمة من بين الاختيارات الأخرى، حيث تمثلت في 150 مفردة بنسبة 48.2%، بمعنى أن الطلاب يقبلون على مواقع الصحف الإلكترونية في حالة وجود أخبار مهمة للغاية، على سبيل المثال: اقالة وزير معين، حادث مروع، وقوع كارثة أو زلزال، خبر يخص قطاع التعليم العالي وغيرها من المواضيع الهامة التي تجعل الطلاب يتصفحون مواقع الصحف للبحث عن التفاصيل.

ومثل غير منتظم النسبة التي تليها بـ 121 مفردة ممثلين بنسبة 38.9%، وجاءت ثالثا يوميا بـ 21 مفردة بنسبة 6.8%، فيما جاءت في الأخيرة مرة في الأسبوع بـ 19 مفردة بنسبة 6.1%. ويمكن القول إن استخدام المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية والولوج إليها يعد جيدا الى حد ما.

وجاءت نتائج دراسة الباحث هاني إبراهيم محمد السمان، أن نسبة 57.1% من جملة افراد العينة تتابع مواقع الصحف الفنية الإلكترونية على الإنترنت بصفة دورية، بينما يتضح أن نسبة 22.8% تتابع مواقع الصحف الفنية الإلكترونية على الإنترنت بشكل أسبوعي، كما أن نسبة 20.1% تتابع مواقع الصحف الفنية الإلكترونية على الإنترنت بشكل يومي. (محمد السمان، 2019، صفحة 247).

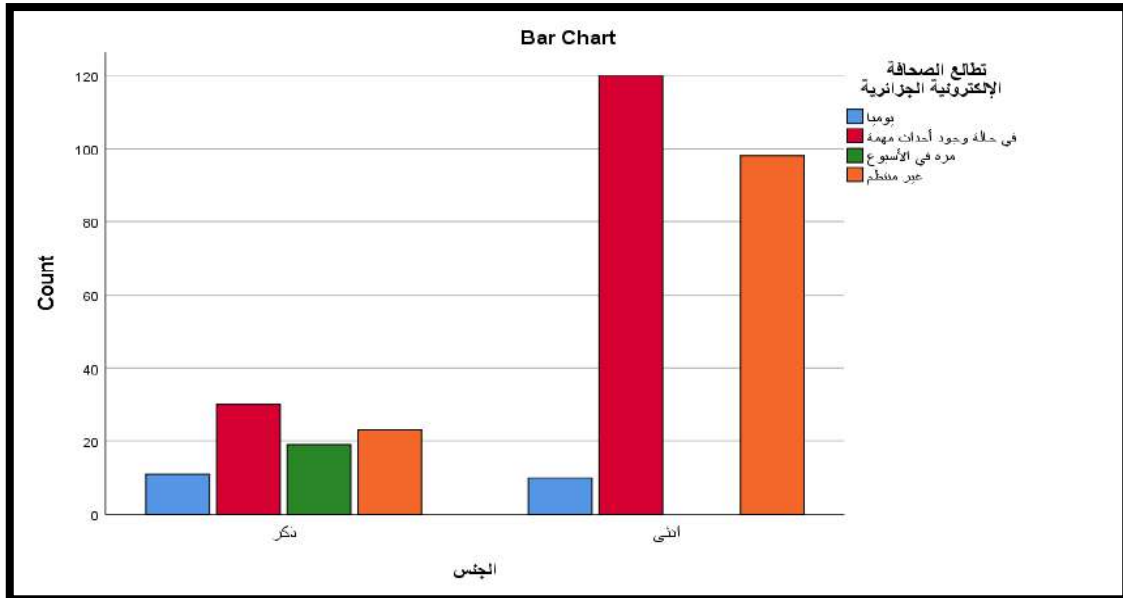
وتختلف نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة كريمة بوفلاحة، والتي توصلت نتائجها أن نسبة المبحوثين الذين يتفاعلون مرة في الأسبوع فاقت 44%. (بوفلاحة، 2010، صفحة 156).

ويمكن تفسير عدم إقبال الطلاب الجامعيين لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بشكل يومي ومنتظم، الى اتجاه المستخدمين بصفة عامة الى منصات التواصل الاجتماعي في قراءة الأخبار والاطلاع على مختلف الأحداث من خلال الصفحات الرسمية الموثقة لمواقع الصحف الجزائرية على هذه المنصات.

الجدول رقم 65: يبين مطالعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.

المجموع	غير منتظم	مرة في الأسبوع	في حالة وجود أحداث مهمة	يومية	تطالع الصحافة الإلكترونية الجزائرية	
					الجنس	النوع
83	23	19	30	11	ت	ذكر
26.7	7.4	6.1	9.6	3.5	%	
228	98	0	120	10	ت	انثى
73.3	31.5	0	38.6	3.2	%	
311	121	19	150	21	ت	المجموع
100	38.9	6.1	48.2	6.8	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 99: مخطط بياني يبين مطالعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن الطلاب الجامعيين يطالعون الصحافة الإلكترونية الجزائرية بدرجة أولى في حالة وجود أحداث مهمة، خاصة فئة الإناث الذين مثلوا نسبة مرتفعة نسبيا مقارنة بالذكور بتكرار بلغ 120 وبنسبة 38.6%، مقابل 30 تكرار وبنسبة 9.6% للذكور.

ويفسر الباحث هذه النتيجة لكون الطلاب وخاصة الإناث منهم يقبلون على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم نظرا لشيوعها في أوساط الطلاب الجامعيين والشباب بصفة عامة، وذلك نظرا للخصائص الاتصالية والتواصلية لها، بالإضافة إلى أن أغلب مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية إن لم نقل كلها

لديها حسابات على هذه المنصات، تنشر من خلالها الأخبار والمضامين المختلفة التي تنتجها، مما يجعل الطلاب يكتفون بها دون الولوج لموقع الصحيفة إلا في حالة وجود أخبار تهمهم تجعلهم يدخلون للموقع للتعلم أكثر في الأحداث ومعرفة المزيد من التفاصيل.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الباحثة صونية قوراري، والتي جاء فيها أغلب الطلاب على اختلاف النوع يطالعون الصحافة الإلكترونية بصفة غير منتظمة مثل الإناث أعلى هذه النسبة 22.9% أما الذكور بنسبة 19.4%. (قوراري ، 2011، صفحة 330) وجاءت هذه النتيجة في دراستنا ثانياً لدى الإناث بتكرار بلغ 98 ممثلين بنسبة 31.5%، مقابل تكرار 23 وبنسبة 7.4% للذكور.

وجاءت ثالثاً مرة في الأسبوع لدى الذكور بتكرار بلغ 19 مفردة وبنسبة 6.1%، فيما لم تهتم فئة الإناث بالولوج والمطالعة مرة واحدة فقط في الأسبوع، وهذا يدل لعدم التشنت والاهتمام الواضح لهن في متابعة الأخبار بشكل دائم ومستمر.

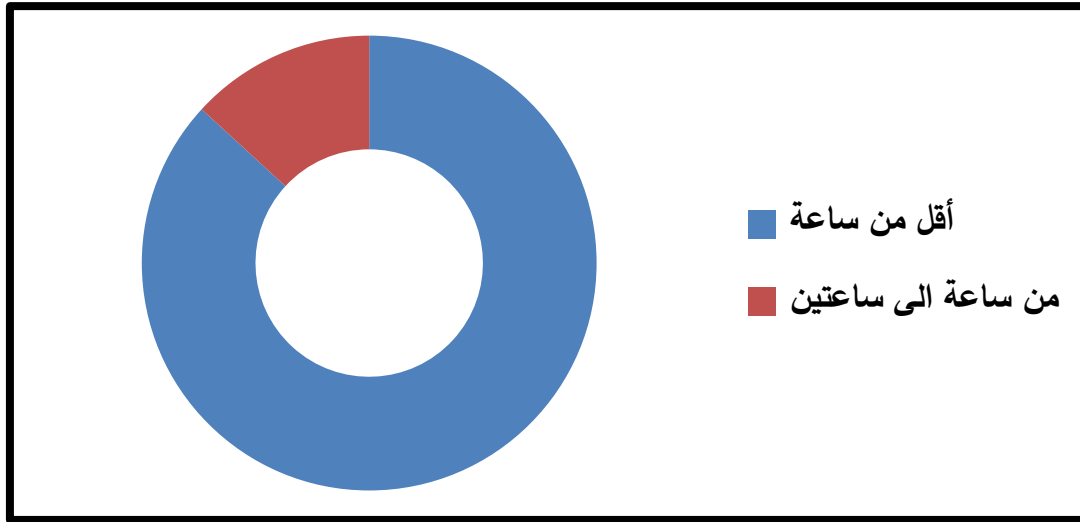
فيما جاءت المطالعة بشكل يومي في المرتبة الأخيرة لدى الذكور والإناث بنسب ضعيفة ومقاربة، بنسبة 3.5% للذكور و3.2% للإناث.

وهنا يؤكد الباحث على ضرورة اتجاه مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية لاستخدام تقنيات أخرى كالإشعارات القافزة على أجهزة المستخدمين وكذا تصميم تطبيق تفاعلي يرسل الأخبار أول بأول بطريقة سلسلة تشبه التطبيقات التوافقية التي ستعملها المستخدم، وكذا تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تجعل الأخبار والمضامين تصل للمستخدم وفق اهتماماته، وبالتالي خلق مرونة وألفة يومية ودائمة بين المستخدم ومواقع الصحف الإلكترونية.

الجدول رقم 66: يبين الوقت المستغرق لأفراد العينة في تصفح الصحف الإلكترونية الجزائرية:

الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	270	86.8
من ساعة الى ساعتين	41	13.2
المجموع	311	100.0

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 100: دائرة نسبية تمثل يبين الوقت المستغرق في تصفح الصحف الإلكترونية الجزائرية لدى أفراد العينة. يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم ومن خلال الشواهد الرقمية، نرى أن أغلبية أفراد العينة يقضون أقل من ساعة في تصفحهم لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية وذلك بتكرار 270 وبنسبة بـ 86.8%، وهي مدة الإبحار الأكثر بين أفراد العينة حيث تمثل أغلبية العينة، في حين يقضي 13.2% من المبحوثين المقدر عددهم 41 من ساعة الى ساعتين، حيث فسر الباحث رضا عبد الواحد أمين هذه المدة الزمنية بالتحديد و التي مثلت في دراسته على استخدام النخبة المصرية للإنترنت والصحافة الإلكترونية نسبة 24.75%، بأن ذلك يرجع إلى طبيعة الشبكة نفسها، حيث أن الإنترنت تحتوي على كم هائل من المعلومات وعدد لا حصر له من المواقع في كل المجالات و التخصصات، و يصعب على المتصفح للإنترنت أن يتحكم في الوقت الذي يقضيه أثناء التصفح لكثرة الروابط وتعدد الموضوعات وذلك أن كثرة المعلومات مشكلة مثل ندرتها فالمعلومات الكثيرة لا تكفي للفهم لأن الإنترنت تحتوي على كثير من المعلومات الكاذبة، كما تحتوي على المعلومات الهامة و المفيدة. (عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، 2007، صفحة 169)

وتختلف نتائج دراستنا مع دراسة الباحث ابراهيم محمد السمان، والتي توصلت نتائجها أن نسبة 42.7% من جملة أفراد عينة البحث تستخدم الإنترنت من 3 ساعات فأكثر، ومن ساعتين: أقل من 3 ساعات احتلت المرتبة الثانية بنسبة 22%، من ساعة: أقل من ساعتين في المرتبة الثالثة بنسبة 19.3%، ويأتي في المرتبة الأخيرة أقل 16%. (محمد السمان، 2019، صفحة 233)

ويرى الباحث طبقاً للنتائج المدونة في الجدول أعلاه الارتفاع الكبير لدى الطلاب الجامعيين في عدم استخدامهم المكثف للصحف الإلكترونية، إلى أن ذلك يرجع لاتجاه الطلاب الجامعيين بصفة عامة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي على غرار فيس بوك، تويتر، تلغرام، انستغرام وغيرها في متابعة مختلف الأخبار والمضامين، بل ومتابعة صفحات مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية نفسها من خلال صفحاتها المنشئة على مختلف هذه المنصات.

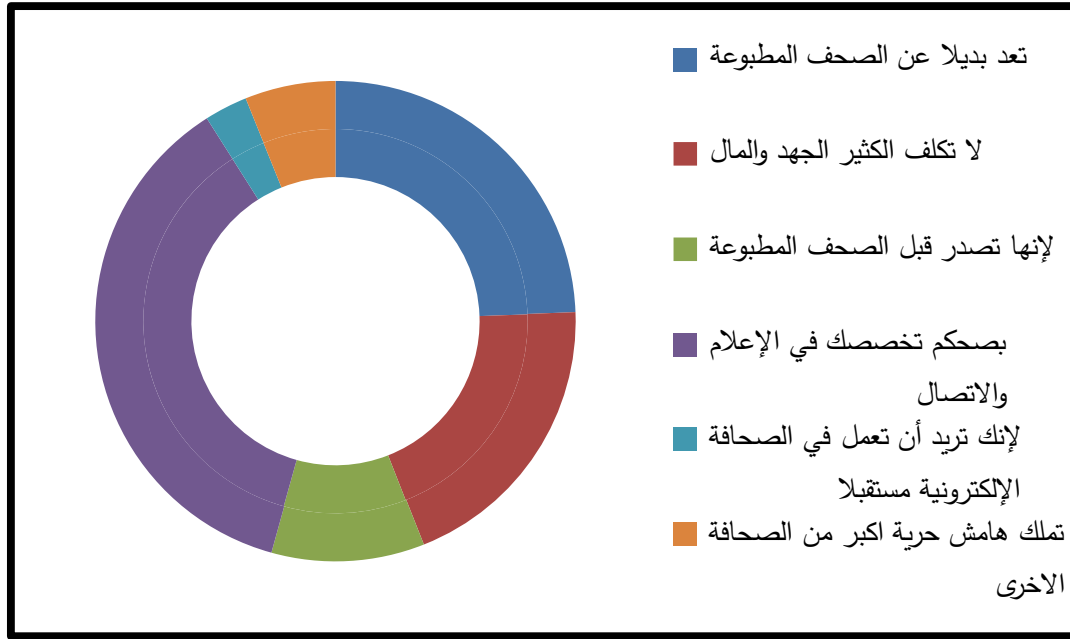
كما يرجع الباحث إلى أن هذه النسبة تؤدي إلى ظاهرة يمكن وصفها بعزوف المستخدمين من جمهور طلبة كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة صالح بونيدر قسنطينة - الجزائر عن تصفح وزيارة مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من خلال صفحات ومتصفحات الويب المختلفة، واللجوء إلى مختلف منصات التواصل الاجتماعي من جهة و التطبيقات الصحفية على الأجهزة المحمولة من جهة أخرى والتي تعطي لهم الأخبار جاهزة في شكل إشعارات مختصرة دون عناء الدخول إليها إلا في حالة قراءة تفاصيل الخبر.

لذا وجب حسب رأي الباحث ضرورة العمل على إيجاد حلول تقنية تناسب واحتياجات مستخدمي الصحف الإلكترونية، والاعتماد على مايمسى بالويب المتجسد من خلال نظارات الواقع الافتراضي في قراءة وتصفح مختلف المضامين الصحفية بدلا من قراءتها بالطرق القديمة نسبيا، وكذا بالاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي من خلال جعل غرف الأخبار افتراضية تتيح للمستخدم الوصول إليها ومن خلالها إلى مصادر الأخبار، المحررين، معاينة الأحداث المباشرة وكذا فلترة الأخبار حسب اهتمامات المستخدم بالاعتماد على هذه الخاصية التي قد تنتج عنها تغييرات كبيرة في عملية التفاعلية بين المستخدمين وماتقدمه الصحف الإلكترونية من مضامين.

الجدول رقم 67: يبين أسباب تصفح افراد العينة للصحف الالكترونية.

الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية
تعد بديلا عن الصحف المطبوعة	76	24.4
لا تكلف الكثير الجهد والمال	61	19.6
لا نها تصدر قبل الصحف المطبوعة	32	10.3
بحكم تخصصك في الإعلام والاتصال	114	36.7
لا نك تريد أن تعمل في الصحافة الإلكترونية مستقبلا	9	2.9
تملك هامش حرية أكبر من الصحافة المطبوعة	19	6.1
المجموع	311	100.0

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 101: دائرة نسبية تمثل يبين أسباب تصفح أفراد العينة للصحف الالكترونية الجزائرية.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم 67 ومن خلال الشواهد الرقمية، نرى أن أغلبية أفراد العينة يتصفحون بدرجة أولى مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بحكم تخصصهم في علوم الإعلام والاتصال بتكرار بلغ 114 من أصل 311 وبنسبة 36.7%، وهي نتيجة إيجابية لحد ما، تبرز مدى تعلق الطلاب المبحوثين بميدان تخصصهم من خلال عدة مقاييس يدرسونها كـمقياس فنيات التحرير الإلكتروني، مقياس إخراج الصحيفة الإلكترونية والمطبوعة وغيرها تدفع الطلاب للاطلاع والاحتكاك

بمواقع الصحافة الإلكترونية بشكل مستمر يكسبهم مهارة في التعامل معها مستقبلا عند توظيفهم في المؤسسات الصحفية.

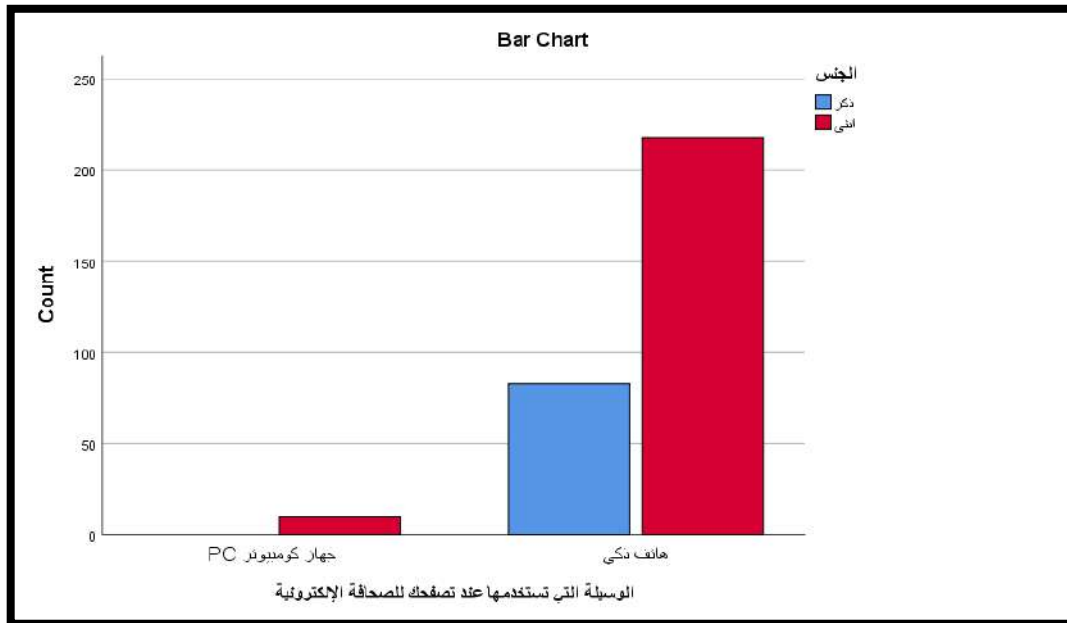
فيما اختار 76 مفردة من اجمالي المبحوثين بنسبة 24.4%، أن سبب تفضيلهم للصحافة الإلكترونية يعود لكونها بديلا عن الصحف المطبوعة، تلتها فئة أنها لا تكلف الكثير الجهد والمال بتكرار بلغ 61 بنسبة 19.6%، ونسبة 10.3% لفئة لا تصدق قبل الصحف المطبوعة، تليها في المرتبة الخامسة أن هامش الحرية لديها أكبر من الصحافة المطبوعة بتكرار بلغ 19 بنسبة 6.1%، وأخيرا حل خيار العمل في الصحافة الإلكترونية مستقبلا بتكرار بلغ 9 مفردات من اجمالي 311 بنسبة 2.9%.

وتختلف نتائج دراستنا مع نتائج دراسة الباحثة قوراري صونية، والتي توصلت إلى أن أغلبية الطلاب على انه من أهم أسباب مطالعتهم للصحافة الإلكترونية كونها تعد بديلا عن الصحف الورقية، بنسبة 27.1% أي أن دخولهم للانترنت عوضهم على اقتناء الصحف الورقية بما أن لهذه الصحف مواقع إلكترونية، وأن هناك صحف أخرى منشورة على صفحات الانترنت تغنيهم عن شراء وتصفح الصحف الورقية، كما أن السبب الثاني للتصفح الصحف الإلكترونية ملازم للسبب الأول ذلك أن الصحافة الإلكترونية لا تكلف الكثير من الجهد و المال بنسبة 4.7%، و من بين الأسباب الأخرى تذكر أنها تساعدهم في انجاز بحوثهم الميدانية بنسبة 16.5%، وذلك بحكم تخصص في الإعلام و الاتصال. (قوراري، 2011)

الجدول رقم 68: الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة عند تصفح الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		الوسيلة التي تستخدمها عند تصفحك للصحافة الإلكترونية	
	انثى	ذكر		
10	10	0	ت	جهاز كومبيوتر PC
3.2	3.2	0	%	
301	218	83	ت	هاتف ذكي
96.8	70.1	26.7	%	
311	228	83	ت	المجموع
100	73.3	26.7	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 102: مخطط بياني يبين الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة عند تصفح الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس.

من خلال الجدول أعلاه والذي يبين الوسيلة التي يستخدمها المبحوثين عند تصفح الصحافة الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس، ومن خلال الشواهد الرقمية أعلاه، نرى أن 70.1% من الإناث يستخدمون الهاتف الذكي عند تصفح الصحافة الإلكترونية الجزائرية بمقابل 26.7% للذكور.

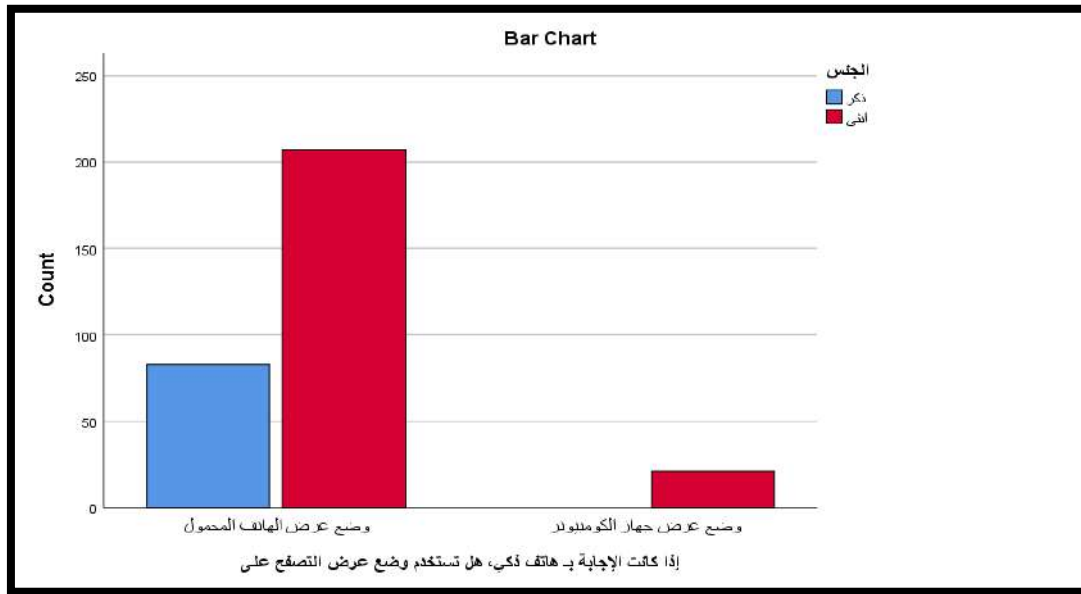
وهذا يعني أن فئة الاناث يبدون اهتمام كبير للهواتف الذكية في عملية تصفح المواقع الإلكترونية الصحفية ومطالعة الأخبار، كونه يعد جامع لكل شي تقريبا وسهل الاستخدام ويمكن حمله بكل سهولة، والأمر ذاته ينطبق على فئة الذكور الذين لا يستخدمون جهاز كومبيوتر PC إطلاقا في عملية التصفح عكس الاناث المبحوثين اللاتي عبر 10 منهن أنهم يستخدمون جهاز الكومبيوتر أثناء التصفح.

ويرى الباحث أن ولوج المستخدمين إلى مواقع الصحف الإلكترونية عبر الهواتف الذكية يتزايد يوما بعد يوم، مع وجود إحصائيات تشير إلى أن هذه الأدوات الإلكترونية ستتهي الحواسيب في نسبة الربط مع الإنترنت والولوج إلى المواقع، الأمر الذي أجبر الكثير من المواقع الصحفية على إنشاء نسخة للتصفح عن طريق الهاتف الذكي أو اللوحات الرقمية الأخرى، أو حتى إنشاء تطبيق خاص بها يمكن تحميله على مختلف المتاجر الإلكترونية على غرار app store و Google Play وغيرهما.

الجدول رقم 69: يبين اذا كانت الإجابة بـ هاتف ذكي، استخدام أفراد العينة وضع عرض الهاتف المحمول حسب متغير الجنس.

المجموع	الجنس		إذا كانت الإجابة بـ هاتف ذكي، هل تستخدم وضع عرض الهاتف المحمول	
	انثى	نكر	ت	%
290	207	83	ت	وضع عرض الهاتف المحمول
93.2	66.6	26.7	%	
21	21	0	ت	وضع عرض جهاز الكمبيوتر
6.8	6.8	0	%	
311	228	83	ت	المجموع
100	73.3	26.7	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 103: مخطط بياني يبين استخدام أفراد العينة وضع عرض الهاتف المحمول حسب متغير الجنس.

من خلال الجدول اعلاه نرى أن جل الطلاب المبحوثين يستخدمون وضع عرض الهاتف المحمول على متصفح الهاتف أثناء عملية مطالعة مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار عام بلغ 290 ونسبة فاقت 93.2%، موزعة بنسبة 66.6% للإناث مقابل 26.7% للذكور، وهو ما يدل على أن هذه المواقع توفر تصميم متجاوب مع كل الأجهزة القارئة مما يسمح للموقع بالتكيف مع الهواتف الذكية واللوحات

الإلكترونية وغيرها دون حدوث مشاكل تقنية، وهي نفس النتيجة التي توصل إليها الباحث في الدراسة التحليلية.

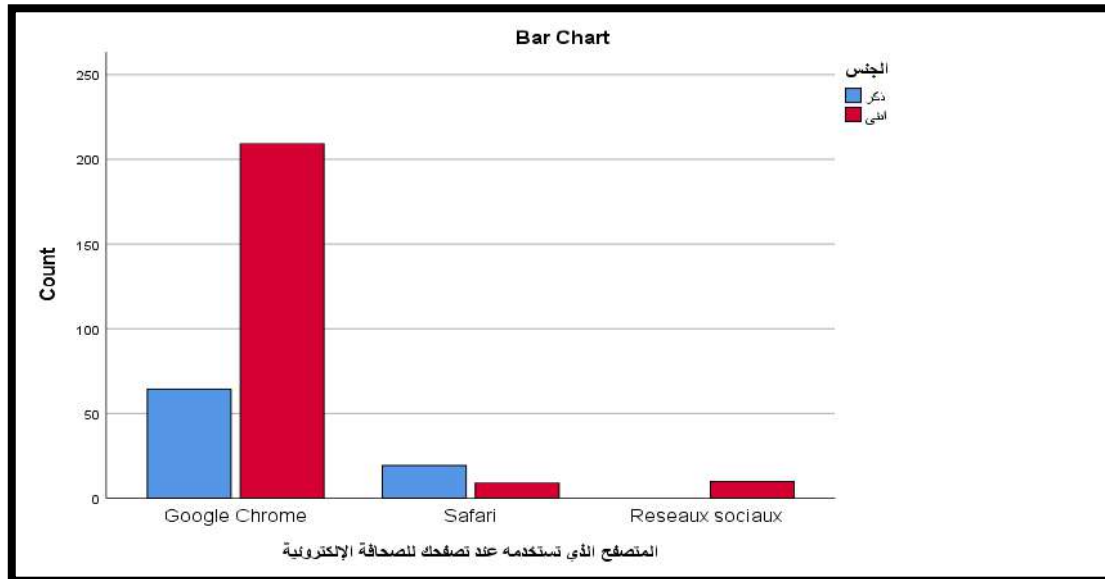
فالمعلوم أن لكل جهاز مقاييس محددة للشاشة فمثلا الحواسيب المحمولة تختلف عن الهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية، والتصميم المتجاوب يجعل موقع الويب بشكل عام يتكيف تلقائيا مع جميع أحجام الشاشات والمقاييس المختلفة لها، مما يمنح المستخدم تجربة مثيرة ويحقق رضاه تجاه مواقع الصحف الإلكترونية، فمحتوى الصحف الإلكترونية ينساب كالماء، فإن سكبنا الماء في كأس فسيأخذ شكل الكأس وإن سكبناه في زجاجة فسيأخذ شكل الزجاجة، وإن سكبناه في إبريق سيأخذ شكل الإبريق، تماما الأمر ينطبق على التصميم المتجاوب في إشارة للمرونة والانسابية.

كما عبر 21 مفردة من الاناث على استخدامهن وضع عرض جهاز الكمبيوتر أثناء التصفح بالهاتف الذكي بنسبة 6.8%، ويفسر الباحث ذلك ربما لتعود البعض على شكل الموقع على شاشات الكمبيوتر أو لغاية عرض الموقع بكامل محتوياته، لا أن في بعض الأحيان تسقط بعض المحتويات في وضع عرض الهواتف المحمولة لعدم مناسبتها للتصميم أو لتشويشها على محتويات الموقع.

الجدول رقم 70: يبين نوع المتصفح الذي يستخدمه أفراد العينة عند تصفح الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس.

المجموع	الجنس		المتصفح الذي تستخدمه عند تصفحك للصحافة الإلكترونية	
	انثى	ذكر	ت	%
273	209	64	ت	Google Chrome
87.8	67.2	20.6	%	
28	9	19	ت	Safari
9.0	2.9	6.1	%	
10	10	0	ت	Reseaux sociaux
3.2	3.2	0	%	
311	228	83	ت	المجموع
100	73.3	26.7	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 104: مخطط بياني يبين نوع المتصفح الذي يستخدمه أفراد العينة عند تصفح الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم والذي يمثل نوع المتصفحات التي يستخدمها المبحوثين، ومن خلال الشواهد الرقمية المدونة أعلاه، احتل متصفح Google Chrome المرتبة الأولى من بين

المتصفحات الأخرى، ممثل بـ 273 مفردة وبنسبة اجمالية قدرت بـ 87.8%، ممثلة بـ 209 مفردة وبنسبة 67.2% للإناث و 64 مفردة بنسبة 20.6% للذكور.

وجاء متصفح Safari ثانيا بنسبة اجمالية 9.0%، ممثلة بـ 19 مفردة وبنسبة 6.1% للذكور و 9 مفردة بنسبة 2.9% للإناث، فيما اختار 10 اناث من اجمالي العينة متصفحات أخرى بنسبة اجمالية 3.2%، وهي نسبة ضئيلة جدا في ظل سيطرة متصفح Google Chrome.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الباحث محمد خليفة محمد أحمد، التي توصلت نتائجها إلى احتلال متصفح «جوجل كروم» المرتبة الأولى في استخدام المبحوثين (العرب والأجانب) بنسبة (65.1%)، وجاء متصفح «فاير فوكس» في المرتبة الثانية بنسبة (13.7%)، أما متصفح «إنترنت اكسبلورر» فجاء في المرتبة الثالثة بنسبة (8)، وجاء متصفح «أوبرا» في المرتبة الرابعة بنسبة (6.9%)، ومتصفح «سفاري» في المرتبة الخامسة، بنسبة (5.1%). (محمد أحمد، 2022، صفحة 249).

هذا ويرى الباحث أن Google Chrome يعتبر المتصفح الأكثر شيوعا واستخداما في العالم، وذلك نظرا لامتلاكه العديد من السمات مع توفره لمختلف الأجهزة، بالإضافة لاحتوائه على واجهة استخدام بسيطة تسهل على المستخدم عملية التصفح. هذا ويتوفر على ميزات تقنية عديدة توفر راحة للمستخدم اثناء تصفحه لمواقع الانترنت المختلفة ومواقع الصحف الإلكترونية بشكل خاص، على غرار السرعة، سهولة الاستخدام، الأمان، البحث السريع، auto complete، البحث الصوتي، المزامنة والربط بين حساب جوجل ومتصفح كروم، التصفح المتخفي، اختصار للشاشة الرئيسية والعديد من الميزات الأخرى. هذا ولاحظ الباحث توافق نتيجة الدراسة فيما يتعلق باحتلال متصفح Google Chrome المرتبة الأولى مع الإحصائية الشهرية التي يجريها موقع "www.w3counter.com"، (w3counter.com, 2023)، أنظر الأشكال 105/106/107.



شكل 105: يوضح صدارة متصفح Google Chrome على جميع المتصفحات الأخرى خلال شهر جانفي 2023.
(2023 ،w3counter.com ،w3counter.com)



شكل 106: يوضح صدارة متصفح Google Chrome على جميع المتصفحات الأخرى خلال شهر فيفري 2023.
(2023 ،w3counter.com ،w3counter.com)

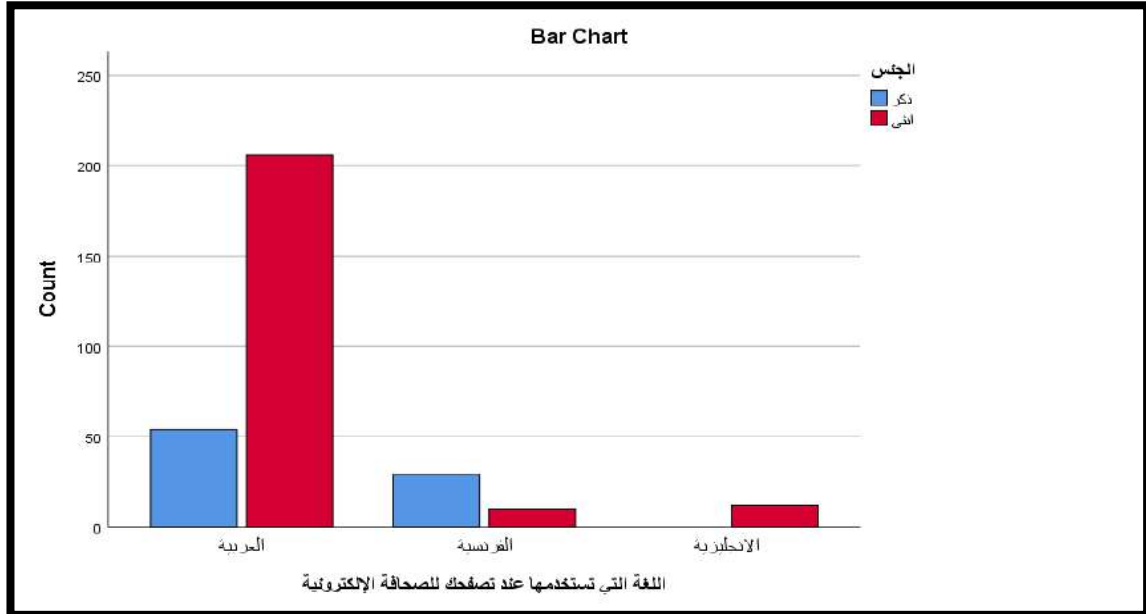


شكل 107: يوضح صدارة متصفح Google Chrome على جميع المتصفحات الأخرى خلال شهر مارس 2023.
(2023 ،w3counter.com ،w3counter.com)

الجدول رقم 71: اللغة التي يستخدمها أفراد العينة عند تصفح الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس.

المجموع	الجنس		اللغة التي تستخدمها عند تصفحك للصحافة الإلكترونية	
	انثى	ذكر		
260	206	54	ت	العربية
83.6	66.2	17.4	%	
39	10	29	ت	الفرنسية
12.5	3.2	9.3	%	
12	12	0	ت	الانجليزية
3.9	3.9	0	%	
311	228	83	ت	المجموع
100	73.3	26.7	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 108: مخطط بياني يبين اللغة التي يستخدمها أفراد العينة عند تصفح الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس.

من خلال الجدول اعلاه نرى أن جل الطلاب المبحوثين يستخدمون اللغة العربية بدرجة أولى أثناء عملية مطالعة مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار عام بلغ 260 ونسبة فاقت 83.6%، للإناث النصيب

الأكبر بـ 206 مفردة بنسبة 66.2% والذكور ممثلين بـ 54 مفردة وبنسبة 17.4%. ويفسر الباحث ذلك لكون اللغة الرسمية في الجزائر هي العربية، وتكوين الطلاب في الجامعات أغلبه بالعربية، وأغلب مواقع الصحف الإلكترونية ناطقة بها، بل ويتم توظيف العامية واللهجات الجهوية والفرنسية المعربة في كثير من المضامين والعناوين.

وذلك لجذب الجمهور والتأثير فيه والوصول إليه، باعتبار أن هذه الصحف موجهة إلى المجتمع الجزائري الذي تتعدد فيه اللهجات وتنتشر فيه العامية بشكل كبير، لكن ترى هذه الصحف أن إدراج بعض العبارات أو الكلمات العامية يسهل من وصول المعلومة إلى المتلقي. (بومشطة، 2022، صفحة 114)

وجاءت اللغة الفرنسية ثانيا من حيث الاستخدام، بتكرار عام بلغ 39 ونسبة فاقت 12.5%، للذكور النصيب الأكبر بـ 29 مفردة بنسبة 9.3% والإناث ممثلين بـ 10 مفردات فقط وبنسبة 3.2%، وهذا راجع لكون التكوين التعليمي في الجزائر في أطوار الابتدائي، المتوسط، الثانوي وحتى الجامعي يتم تدريس اللغة الفرنسية بحجم ساعي قليل، بالتالي أغلب الطلاب يتقنون ولو بنسب ضعيفة ومتوسطة الفرنسية ويفهمونها خصوصا مناطق الشمال الجزائري، والتي يتمني لها أفراد الدراسة المبحوثين.

فيما جاءت اللغة الإنجليزية في المرتبة الأخيرة من حيث استخدامها أثناء التصفح، بتكرار عام بلغ 12 ونسبة 3.9% للإناث، فيما الذكور من الطلاب لا يقرأون مواقع الصحف الجزائرية باللغة الإنجليزية، وذلك لضعفهم فيها بسبب عدم تكوينهم طوال حياتهم الدراسية بها.

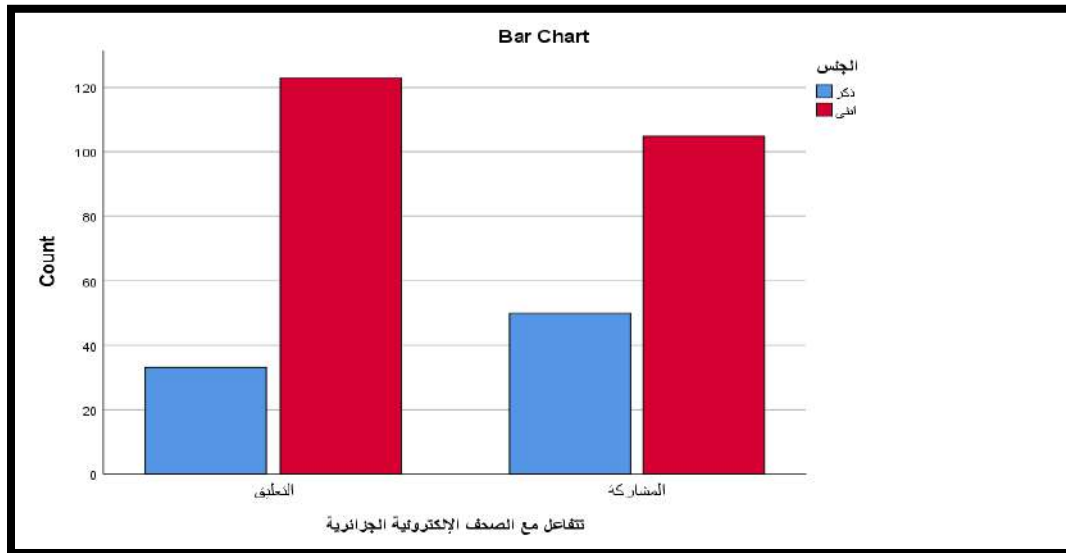
ويتوقع الباحث أن تحل اللغة الإنجليزية مكانة أقوى من حيث القراءة والالتقان بحكم توجه الدولة الجزائرية منذ سنة 2022 إلى تدريس اللغة الإنجليزية في أطوار الابتدائي، المتوسط، الثانوي، وكذا الجامعة الجزائرية من خلال القرار المؤرخ في 28 سبتمبر 2022، قررت فيه وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تدعيم وتعزيز استعمال اللغة الانجليزية في الجامعات وبالتالي تحسين مستوى الطلاب في الإنجليزية.

ويؤكد الباحث أن اللغة بصفة عامة أداة أساسية في الممارسة الصحفية، وأساس اللغة الإعلامية في أغلب الصحف الإلكترونية الجزائرية من حيث كتابة المضامين والتعليق والتعبير والحديث وغيرها وذلك من أجل إيصال الأفكار والتعبير عن الاتجاهات وضمأن وصولها إلى المستخدمين.

الجدول رقم 72: يوضح كيفية تفاعل أفراد العينة مع الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.

المجموع	الجنس		تفاعل مع الصحف الإلكترونية الجزائرية
	انثى	ذكر	
156	123	33	التعليق
50.2	39.5	10.6	%
155	105	50	المشاركة
49.8	33.8	16.1	%
311	228	83	المجموع
100.0	73.3	26.7	%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 109: مخطط بياني يوضح كيفية تفاعل أفراد العينة مع الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس. من خلال الجدول اعلاه نرى أن جل الطلاب المبحوثين يتفاعلون مع مضامين مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بالتعليق والمشاركة على حد سواء بنسب متقاربة جدا. حيث حل التعليق على المضامين أولا في تفاعل المبحوثين بتكرار عام بلغ 156 ونسبة فاقت 85.2%، للإناث النصيب الأكبر بـ 123 مفردة بنسبة 39.5% والذكور ممثلين بـ 33 مفردة وبنسبة ضئيلة قدرت بـ 10.6%. فيما حلت مشاركة المضامين ثانيا بتكرار عام بلغ 155 ونسبة 49.8%، للإناث النصيب أيضا النصيب الأكبر بـ 105 مفردة بنسبة 33.8% والذكور ممثلين بـ 50 مفردة فقط بنسبة 16.1%.

ويفسر الباحث هذا التفاعل الكبير للمبحوثين مع مضامين مواقع الصحف الإلكترونية يرجع للتصميم والطرح الجيد للمضامين. حيث يرى الباحث هاني السمان أن إضافة التعليقات للمواد المنشورة لها أهمية كبيرة في تحقيق الترابط والألفة بين الموقع والمستخدم، كما يساهم في تحقيق شعور لدى الجمهور باهتمام الموقع بتعليقاته وآرائه، كما تعتبر عملية إضافة التعليقات للمواد المنشورة مؤشرا واضحا على التفاعلية المتاحة بالموقع الصحفي. (محمد السمان، 2019، صفحة 222).

ويرى الباحث أن الصحف الإلكترونية الجزائرية نجحت في استقطاب المستخدمين من الطلاب للتفاعل مع مضامينها، لذا وجب على مصممي مواقع الصحف الإلكترونية الحفاظ على هذا التفاعل من خلال إدراج أكبر عدد من تطبيقات منصات التواصل الاجتماعي ضمن الخيارات التفاعلية التي يشاركها المستخدم كسناشات، تلغرام، واتس اب، تيك توك، ثيردز وغيرها.

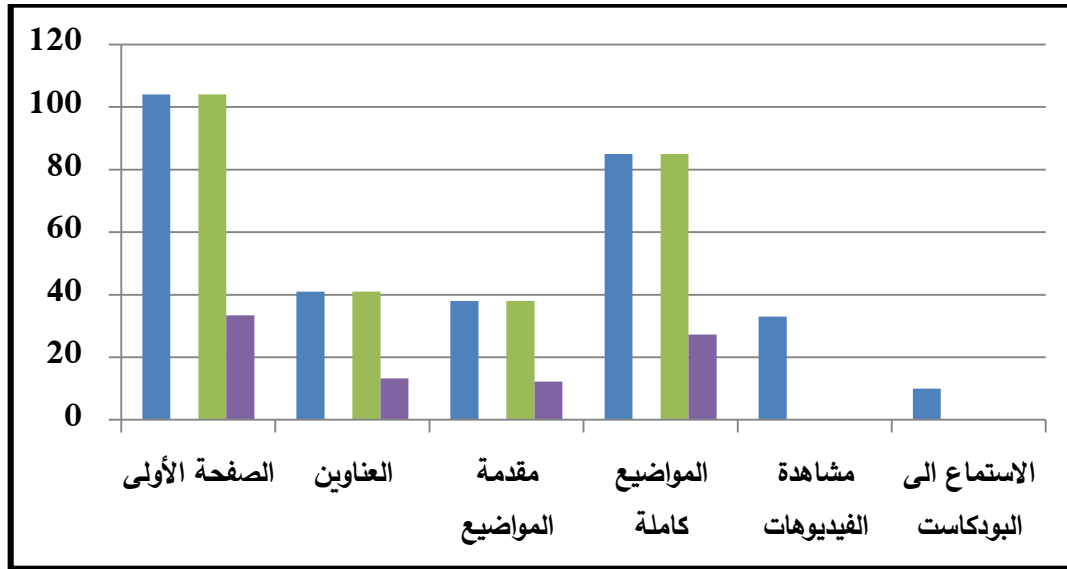
كما يؤكد الباحث على التصميم الجيد لخانة التعليق وجعلها أكثر سهولة في الاستخدام، مع ربطها مباشرة بتقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال ابعاد كل التعليقات التي تحمل سلوكيات سلبية مسيئة أو إرسال صور وفيديوهات تمس بحرمة الافراد، ويعوض الذكاء الاصطناعي عملية ممارسة الرقابة المسبقة على ردود المستخدمين على المضامين، والتي قد ينجر عليها عدم تفاعلهم ونفورهم من الموقع ككل.

حيث في هذا الإطار توصلت الباحثة آمنة قجالي، إلى أن الخدمات التفاعلية المتاحة بين المستخدمين ومضمون موقع الخبر، تبين قيام إدارة الموقع بفرز دقيق للتعاليق الواردة من المستخدمين كما التصويبات المرسله من قبلهم للأخطاء المرتكبة في الموقع بنسبة 50 %، وهو ما يعزز الرقابة المباشرة لهيئة التحرير على موقعها الإلكتروني، فطريقة التسجيل المتبعة من طرف الخبر وكافة المؤسسات الإعلامية في الجزائر عبر إدخال البريد الإلكتروني ثم التعليق أو إرسال أية تصويبات أو التفاعل عبر مختلف الخدمات المتوفرة تهدف منها هذه المؤسسات حسب القائمين على مواقعها إلى تطبيق معادلتى المحاسبة وحق الرد من جهة، والحماية الفكرية من جهة ثانية. ويتم هذا في ظل ما يعرف بالرقابة السابقة وهي مراقبة إدارة الموقع للتعليقات الواردة قبل نشرها في الحيز العام من الموقع. (قجالي، 2017، صفحة 341)

الجدول رقم 73: يوضح بماذا يكتفي أفراد العينة عند تصفحهم للمصحف الإلكتروني الجزائرية.

الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية
الصفحة الأولى	104	33.4
العناوين	41	13.2
مقدمة المواضيع	38	12.2
المواضيع كاملة	85	27.3
مشاهدة الفيديوهات	33	10.6
الاستماع الى البودكاست	10	3.2
المجموع	311	100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 110: مخطط بياني يوضح بماذا يكتفي أفراد العينة عند تصفحهم للمصحف الإلكتروني الجزائرية.

من خلال الجدول اعلاه نرى أن أغلب الطلاب يكتفون بالصفحة الأولى لموقع الصحيفة بتكرار 104 وهو الأعلى بين جميع الخيارات وممثلة بنسبة بـ 33.4%، وهذا الاهتمام يعود لكونها البوابة الرئيسية للدخول إلى تقسيمات الموقع الأخرى بالإضافة إلى أنها تختزل جل الخدمات التي يقدمها الموقع من أخبار وموضوعات وأدوات تفاعلية بشكل إخراجي مما يمنحها جاذبية ومرونة لدى المستخدم مقارنة بباقي الصفحات الداخلية الأخرى.

تليها في المرتبة الثانية قراءة المبحوثين للمواضيع كاملة بتكرار بلغ 84 وبنسبة 27.3%، وهي نسبة إجابيه جدا في نظر الباحث تعكس مدى اهتمام الطلاب بالمضامين المقدمة والتعمق فيها من جهة، والتصميم الجيد للمشرفين على مواقع الصحف من جهة أخرى.

فالجديّة في طرح المضامين وتوظيف العناصر التيبوغرافية الإلكترونية بالإضافة إلى الأدوات التفاعلية والوسائط الداعمة وشكل النصوص وحجمها، مع شكل ترتيبها وتنظيمها لتكون متنسقة وواضحة كلها عوامل جذب تجعل المستخدم يقرأ المضامين بشكل كامل بدون ملل.

وجاءت في المرتبة الثالثة في إجابات المبحوثين العناوين بتكرار بلغ 14 وبنسبة 13.2%. والعنوان في الصحف الإلكترونية مهم جدا، لا نه كلما كان محتوى العنوان مهما وتصميم جذاب وسلسل كلما جعل الطلاب يكملون قراءة المضامين كاملة، والعكس كلما كان محتوى العنوان غير مهم وتصميم غيه جذاب يعزف الطلاب على المواصلة في القراءة.

وهنا يؤكد الباحث على ضرورة التعامل مع العناوين بأهمية بالغة من حيث صياغتها وشكلها بحيث يكون المستخدم مجبر على مواصلة القراءة، لأن من خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية العجلة والسرعة أي أنه لا يستغرق وقت طويل في المطالعة. الأمر ذاته ينطبق على مقدمة المواضيع والتي تعد ملخص للخبر كون أغلبها يجيب على الأسئلة الخمسة، ولهذا احتلت المرتبة الرابعة بتكرار بلغ 38 وبنسبة 12.2%.

وتلتها في المرتبة الخامسة مشاهدة الفيديوهات بتكرار بلغ 33 بنسبة 10.6%، وتلتها في المرتبة الأخيرة الاستماع الى البودكاست بتكرار بلغ 10 وبنسبة قدرت بـ 3.2%، ويفسر الباحث احتلال الوسائط الداعمة المرتبة الأخيرة من بين الخيارات الأخرى المطروحة إلى ضعف توظيفها في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية رغم أهميتها الكبيرة، فالوسائط المتعددة تعد نقطة قوة الصحافة الإلكترونية التي تتميز بها عن الصحف الورقية وباقي الوسائل الإعلامية الأخرى مما يجعلها عنصر جذب للمستخدمين.

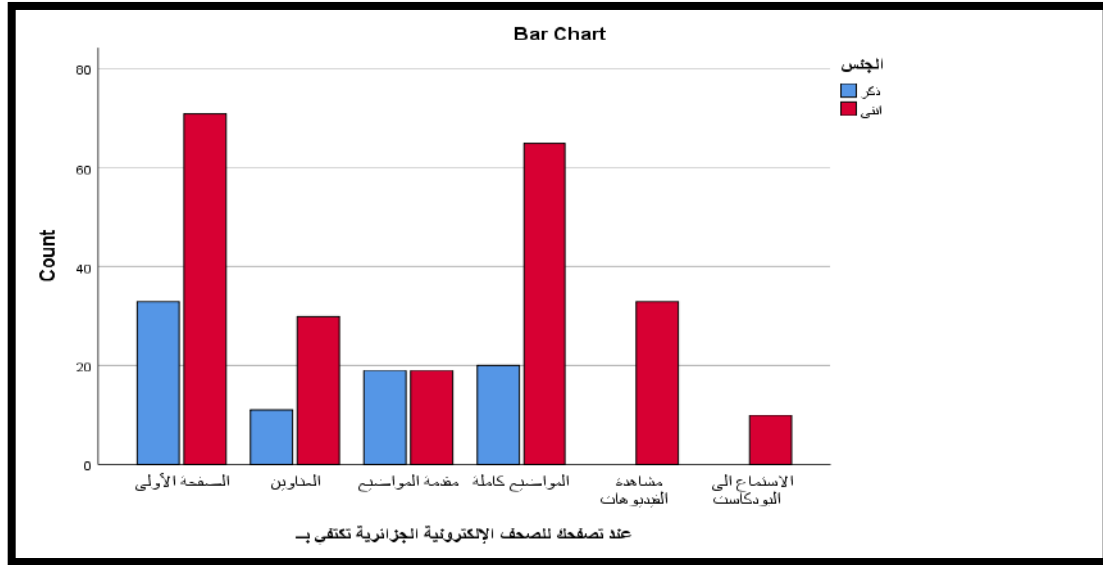
وتختلف هذه النتيجة مع دراسة الباحثة صونية قوراري، والتي توصلت إلى أن أهم ما يكتفي الطلاب بقراءته في الصحف الإلكترونية هي عناوين ومواضيع بنسبة 27.1%، حيث تمثل العناوين واجهة للأخبار، وعامل جذب لمتابعة الأخبار أو العزوف عنها، فإذا كان محتوى العنوان مهما وحتى شكله جذابا فسيواصل الطلاب مطالعة المتن و المحتوى ، و إن كان العنوان لا يشكل أي أهمية من الناحيتين فيعزف الطلاب عن مواصلة المطالعة ، واحتلت المرتبة الثانية بنسبة 24.7%، ثم تلتها التعليقات

الإلكترونية، كما نجد أن الطلاب يطالعون الأخبار الجانبية القصيرة بنسبة 12.4% نظرا لسلاستها و سهولة قراءتها. (قوراري ، 2011 ، صفحة 314.315)

الجدول رقم 74: يوضح بماذا يكتفي أفراد العينة عند تصفحهم للصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.

المجموع	الجنس		عند تصفحك للصحف الإلكترونية الجزائرية تكتفي بـ	
	انثى	ذكر		
104	71	33	ت	الصفحة الأولى
33.4	22.8	10.6	%	
41	30	11	ت	العناوين
13.2	9.6	3.5	%	
38	19	19	ت	مقدمة المواضيع
12.2	6.1	6.1	%	
85	65	20	ت	المواضيع كاملة
27.3	20.9	6.4	%	
33	33	0	ت	مشاهدة الفيديوهات
10.6	10.6	0.0	%	
10	10	0	ت	الاستماع الى البودكاست
3.2	3.2	0.0	%	
311	228	83	ت	المجموع
100	73.3	26.7	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 111: مخطط بياني يوضح بماذا يكتفي أفراد العينة عند تصفحهم للصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن الطلاب الجامعيين يكتفوا بالصفحة الأولى، خاصة الإناث الذين مثلوا أكبر نسبة، قدرت بـ 22.8%، وذلك راجع لكون الصفحة الأولى أو الرئيسية تعد الواجهة التي تظهر للمستخدم مباشرة بمجرد أن يسجل عنوانها الإلكتروني، بالإضافة إلى كونها تعد عامل جذب لما تحويه من تصميم مميز من خلال توظيف الألوان، الصور، المضامين المختصرة، الوسائط المتعددة والفائقة، الرسوم والانفوجرافيك، الإعلانات، التوبيخ، وشريط الاخبار الهامة والعاجلة والكثير من العوامل التقنية الأخرى التي تسهم بشكل أساسي في خلق مرونة وإبقاء المستخدم أكبر وقت ممكن عليها مقارنة بباقي الصفحات الداخلية. وبالنظر إلى الخيارات المطروحة يشير اختيار الذكور الاكتفاء بالصفحة الأولى أثناء تصفح مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية إلى عدم ميلهم الواضح للتعلم أكثر في المضامين المقدمة.

أما المرتبة الثانية تمثلت في قراءة المواضيع كاملة لدى الإناث بنسبة قدرت بـ 20.9% بمقابل 6.4% فقط للذكور، وهذا يدل على اهتمام الإناث بالتعمق أكثر من الذكور في المضامين وقراءتها بشكل كامل وعدم الاكتفاء بالعناوين أو بالصفحة الأولى، وهذه النتيجة تفيد أيضا بالتصميم الجيد والسلس للصفحات الداخلية لموقع الصحف الإلكترونية الجزائرية ومضامينها، من خلال العناصر التبيوغرافية الإلكترونية

وأنواع الخطوط الموظفة والتي تساهم بشكل أساسي رفقة أسلوب الخبر بتشويق المستخدم وجعله يكمل القراءة كاملة.

وجاءت في المرتبة الثالثة العناوين بنسبة اجمالية قدرت بنسبة 13.2%، موزعة بين 9.6% للإناث و3.5% للذكور، وذلك لأن عناوين المضامين المقدمة في الصحافة الإلكترونية تعد عنصر جذب بالنسبة للمستخدم نظرا لتكوينه وتصميمه الذي يتميز بالمرونة والوضوح.

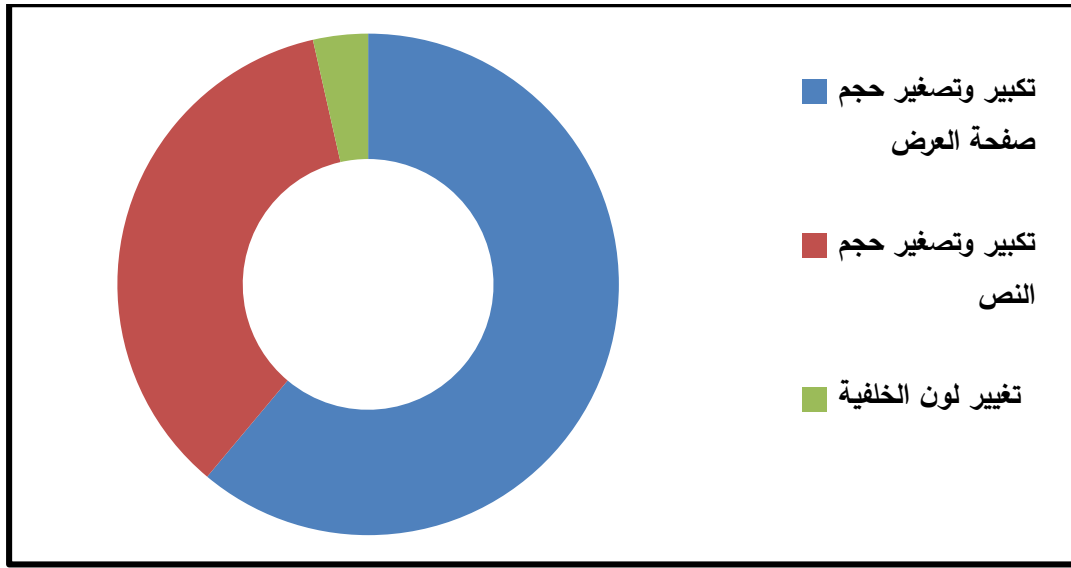
وجاءت في المرتبة الرابعة مقدمة المواضيع بنسبة اجمالية قدرت بنسبة 12.2%، موزعة بالتساوي بنسبة 6.1% بين الإناث وللذكور. فعلى الرغم من أن مقدمة المواضيع أغلبها تجيب على التساؤلات الخمسة للموضوع وبالتالي احتمالية عدم قراءته بالكامل، إلا أن الباحث يرى أن النسبة المتوصل إليها تعد إيجابية جدا لكلا الجنسين وتعكس مدى قوة تصميم وإخراج المضامين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية والتي تجعل المستخدم يكمل قراءة المواضيع بشكل كامل دون ملل.

أما المرتبة الخامسة والسادسة فتمثلت في مشاهدة الفيديوهات الاستماع الى البودكاست لدى الإناث بنسبة قدرت بـ 10.6% و3.2% على التوالي، حيث تشير النتائج الى عدم اهتمام الذكور كليا بالوسائط المتعددة سواء الفيديوهات أو البودكاست، عكس الإناث، وهذا يدل على عدم الرغبة بالتعمق أكثر في المضامين من خلال العناصر المكملة والمدعمة للأخبار.

الجدول رقم 75: يوضح اتجاهات أفراد العينة للخيارات التقنية عند تصفحهم للصحف الإلكترونية الجزائرية.

الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية
تكبير وتصغير حجم صفحة العرض	190	61.1
تكبير وتصغير حجم النص	110	35.4
تغيير لون الخلفية	11	3.5
المجموع	311	100.0

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 112: دائرة نسبية تمثل الخيارات التقنية التي يستخدمها أفراد العينة أثناء تصفح الصحف الإلكترونية الجزائرية.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم والذي يبين اتجاه المبحوثين الى الخيارات التقنية عند تصفح الصحف الإلكترونية الجزائرية، ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه نرى أن أغلب الطلاب يستخدمون بدرجة أولى خاصية تكبير وتصغير حجم صفحة العرض بتكرار بلغ 190 وبنسبة فاقت 61.1%، تليها فئة تكبير وتصغير حجم النص بتكرار بلغ 110 وبنسبة 35.4% وفي الاخير جاءت تغيير لون الخلفية بتكرار 11 وبنسبة 3.5%.

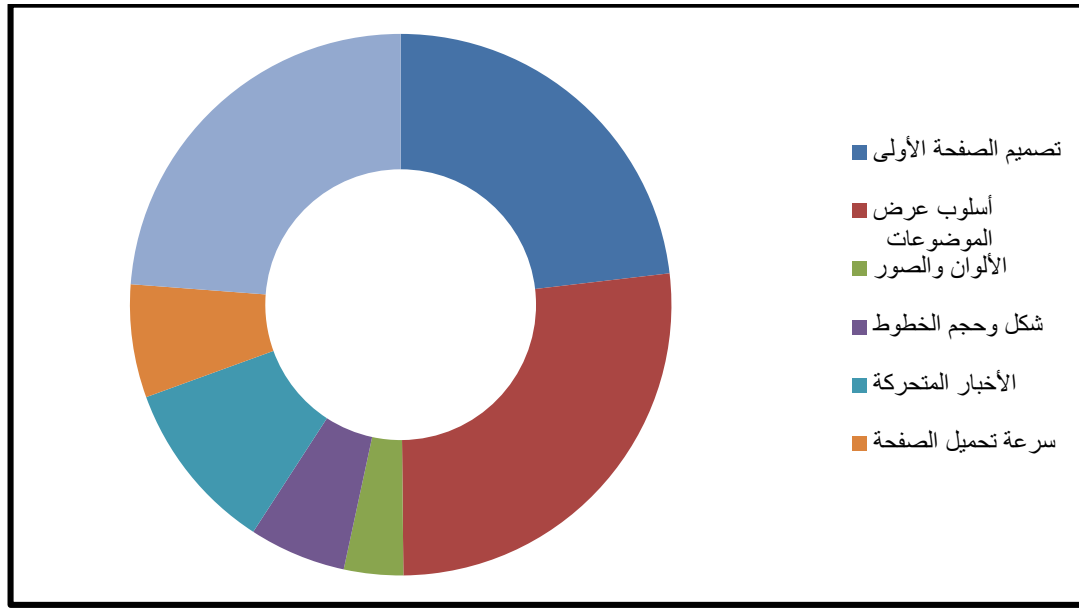
ويرى الباحث أن هذه النتيجة المتوصل تبرز الى وجود مشاكل على مستوى التصميم في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، أي أن المستخدمين بصفة عامة غير راضيين على شكل تصميم المضمات الصحيفة المقدمة، خصوصا على مستوى مساحة عرضها وحجم ونوع الخط المستعمل بها، ويرون حسب

معطيات الجدول أعلاه أيضا أن حجم النصوص صغير وبالتالي يؤدي الى عدم الوضوح أثناء القراءة، لذا وجب على مسؤولي ومصممي الصحف الإلكترونية الجزائرية معالجة هذه الثغرة بالاعتماد على مساحة أكبر للمضامين وخط وواضح ومفهوم مع حجم مناسب للعين سواء على وضع الأجهزة اللوحية أو جهاز الكمبيوتر، يجعل المستخدم يقرأ تلك المضامين بكل سهولة دون عناء تكبير صفحة العرض، أو بوضع خيارات تقنية تسمح للمستخدم من تغيير نوع وحجم الخط وبالتالي تكيف شكل المضامين حسب رغبته. كما يؤكد الباحث على ضرورة إشراك مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية المستخدم في ابداء رايه في التصميم الذي تنتم بيه مختلف المضامين من خلال استطلاعات الرأي داخل الموقع، وهذا يسهم في رفع جودة الشكل الإخراجي للموقع ونيل رضا المستخدم.

الجدول رقم 76: يوضح ما يشد انتباه أفراد العينة في الصحف الإلكترونية الجزائرية.

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
23.2	72	تصميم الصفحة الأولى
26.7	83	أسلوب عرض الموضوعات
3.5	11	الألوان والصور
5.8	18	شكل وحجم الخطوط
10.3	32	الأخبار المتحركة
6.8	21	سرعة تحميل الصفحة الأولى
23.8	74	الوسائط المتعددة
100	311	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



الشكل رقم 113: دائرة نسبية تمثل ما يشد أفراد العينة في الصحف الإلكترونية الجزائرية.

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين ما يشد انتباه المستخدم في الصحف الإلكترونية الجزائرية ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه، أن أسلوب عرض الموضوعات أكثر ما يجذب المستخدمين بتكرار بلغ 83 وبنسبة فاقت 26.7%. وهذا راجع حسب رأي الباحث لكون الأسلوب الرأسي يناسب تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ويحقق للمستخدم راحة نظرا لأن ذلك يساعده على قراءة النصوص بشكل سلس.

كما يسمح للمخرجين بتقادي مشكل ضيق المساحة وبالتالي عرض أكبر عدد ممكن من المضامين المختلفة والتي تسمح بدورها للمستخدم بالاطلاع على العديد منها باستخدام أيقونة من الأعلى إلى الأسفل والعكس والتي تتيح مرونة أثناء عملية التصفح.

وجاءت ثانيا الوسائط المتعددة بتكرار بلغ 74 وبنسبة 23.8%، وهذا راجع برأي الباحث لكونها تقنية ايضاحية تمكن المستخدم من استيعاب المضامين المقدمة من خلال الفيديوهات والصوتيات والرسومات والصور والانفوجرافيك بشكل بسيط ومختصر في وقت قصير جدا.

كما تساهم الوسائط المتعددة من خلال الربط ما بين الرسوم المتحركة، الصور، الأصوات، بالإضافة إلى الأشكال في أن واحد في تحقيق تأثير كبير على المستخدمين وابقاءهم أكبر وقت ممكن في الموقع نظرا للطرق المشرقة والجذابة التي تصمم بها.

فيما جاءت ثالثا تصميم الصفحة الأولى بتكرار بلغ 72 وبنسبة 23.2%، وهي أول ما يراه المستخدم عند الولوج إلى موقع الصحيفة، حيث ان التصميم الجذاب وتنظيم العناصر التيبوغرافية وأسلوب عرض الموضوعات وطريقة توزيع الألوان والأشكال والصور والايقونات وغيرها كلها تجعل من صفحة Home page عنصر جذب بالنسبة للمبحوثين وللمستخدمين بصفة عامة.

ويؤكد الباحث في هذا الإطار أن النظرة الضيقة لتصميم وإخراج الصفحة الأولى لمواقع الصحف الإلكترونية على أنها فقط استخدام ألوان وأشكال ونصوص وصور تسهم في جذب المستخدم هو اعتقاد خاطئ رغم أهمية هذه العناصر.

حيث تكمن الأهمية الحقيقية في القدرة على التحكم في تصميمها من خلال العلاقة الارتباطية بين المضامين والشكل الإخراجي، من خلال توظيف إمكانيات الانترنت الديناميكية في تكوين بعد مرئي للمضمون المقدم بطريقة إبداعية ملائمة تحقق وظيفتها اتصالية مفهومة وسهلة للمستخدم.

واحتلت الأخبار المتحركة المرتبة الرابعة بتكرار بلغ 32 وبنسبة 10.3%، فرغم كونها قليلة الاستعمال بشكل عام في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية إلا أنها محل جذب للمبحوثين، لكونها تقدم الأخبار بشكل مختصر وسريع وهو ما يتوافق مع القارئ كونه سريع مستعجل.

وجاءت سرعة تحميل الصفحة الأولى في المرتبة الخامسة بتكرار بلغ 21 وبنسبة 6.8%. وقام الباحث في الدراسة التحليلية بعرض سرعة مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة والتي تمتاز أغلبها بسرعتها في عرض المضامين والمحتويات أمام المستخدم، الأمر يجعل المستخدم ينجذب للموقع.

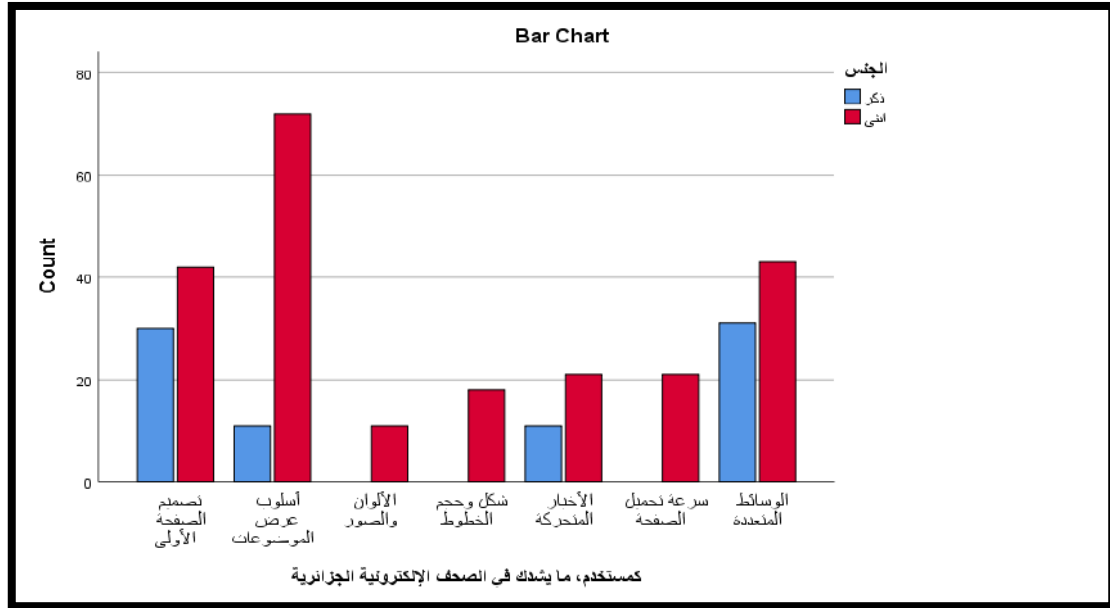
وجاء سادسا شكل وحجم الخطوط بتكرار بلغ 18 وبنسبة 5.8%، وتعد الخطوط في نظر الباحث عنصر لفت انتباهه، بحيث كلما كان نوع وحجم الخط واضح ومفهوم ومريح للعين يكون اقبال المستخدم على قراءة المضامين أكبر والعكس.

فيما احتلت الألوان والصور المرتبة الأخيرة من بين الخيارات المعروضة للمبحوثين من طرف الباحث، بتكرار بلغ 11 وبنسبة 3.5%، وهي نسبة ضئيلة في نظر الباحث لكون الألوان والصور يعدان من العناصر التيبوغرافية التي يعتمد عليها مصممي مواقع الصحف الإلكترونية في عملية جذب المستخدمين وابقائهم أكبر قدر ممكن من الوقت على الموقع.

الجدول رقم 77: يوضح العناصر التي تشد أفراد العينة في الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.

المجموع	الجنس		ت	كمستخدم، ما يشدك في الصحف الإلكترونية الجزائرية
	انثى	ذكر		
72	42	30	ت	تصميم الصفحة الأولى
23.2	13.5	9.6	%	
83	72	11	ت	أسلوب عرض الموضوعات
26.7	23.2	3.5	%	
11	11	0	ت	الألوان والصور
3.5	3.5	0	%	
18	18	0	ت	شكل وحجم الخطوط
5.8	5.8	0	%	
32	21	11	ت	الأخبار المتحركة
10.3	6.8	3.5	%	
21	21	0	ت	سرعة تحميل الصفحة
6.8	6.8	0	%	
74	43	31	ت	الوسائط المتعددة
23.8	13.8	10.0	%	
311	228	83	ت	المجموع
100	73.3	26.7	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 114: مخطط بياني يوضح العناصر التي تشد أفراد العينة في الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.

من خلال الجدول اعلاه نرى أن الاناث يميلون أكثر إلى أسلوب عرض الموضوعات في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 72 من أصل 83 ونسبة فاقت 23.2%، مقابل تكرار 11 من أصل 83 للذكور ممثلين بنسبة 3.5%، ويفسر الباحث ذلك لكون الاناث يميلون أكثر لقراءة المواضيع كاملة حسب النتائج المتوصل إليها في الجداول السابقة، ويميلون أيضا بطبعهم لكل ما هو مزوق وبالتالي يشدهم أسلوب التصميم الراسي للموضوعات وما يحتويه من مواد تفاعلية وجرافيكية مميزة.

وجاءت ثانيا بالنسبة للإناث الوسائط المتعددة بتكرار بلغ 43 ونسبة فاقت 13.8%، فيما حلت ثالثا تصميم الصفحة الأولى بتكرار بلغ 42 وبنسبة 13.5%، وجاءت كل من الأخبار المتحركة في المرتبة الرابعة مناصفة مع سرعة تحميل الصفحة بتكرار بلغ 21 ونسبة فاقت 6.8%، أما في المرتبة الخامسة شكل وحجم الخطوط بتكرار بلغ 18 وبنسبة 5.8%، وجاءت الألوان والصور في المرتبة الأخيرة بتكرار بلغ 11 وبنسبة 3.5%.

أما بالنسبة لفئة الذكور فأكثر ما يشدهم ويجذبهم في الصحف الإلكترونية الجزائرية الوسائط المتعددة بتكرار بلغ 31 وبنسبة 10%، وثانيا تصميم الصفحة الأولى بتكرار بلغ 30 وبنسبة 9.6%، وجاءت كل من الأخبار المتحركة في المرتبة الرابعة مناصفة مع أسلوب عرض الموضوعات بتكرار بلغ 11 بنسبة 3.5%، فيما لم تجذبهم كليا كل من شكل وحجم الخطوط والألوان والصور وسرعة تحميل الصفحة.

ونستج من هذه النتائج أن فئة الاناث يجذبها كل محتويات مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية تقريبا عكس فئة الذكور التي تولي اهتمام للوسائط المتعددة والصفحة الأولى بشكل أساسي ولا يولون اهتماما لباقي المحتويات، وهو دليل على الاطلاع والاهتمام الكبير للإناث بمطالعة الصحافة الإلكترونية أكثر من الذكور.

المحور الثاني: اتجاهات الطلاب الجامعيين نحو إخراج مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية والتفاعل معها.

انطلاقا من نموذج الدراسة المعتمد سنتناول تحليل دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية، حيث تم تقسيمها إلى أبعاد أساسية، وهي: أثر الإخراج على تفاعل مع مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية، المعوقات التي واجهتك اثناء قراءة لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية.

أولاً- أثر الإخراج على تفاعل مع مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية:

يتكون البعد من فقرات كانت موزعة في الإستبانة وفقا للترتيب الآتي: (01-19)، ومن أجل تحليلها سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة موافقة افراد العينة تجاه كل فقرة من فقراتها، والجدول الآتي يوضح ذلك:

الجدول رقم 78: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد "أثر الإخراج على تفاعل أفراد العينة مع مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية".

الرقم	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
01	أسهم في تميزه في عرض المضامين بشكل واضح وبسيط	2.8392	.36791	1	موافق
02	ساعد في إمكانية الحصول على المعلومات بشكل سريع وفوري	2.8392	.36791	2	موافق
03	زاد من تفاعلي مع المضامين وانجذابي اليها بشكل واضح	2.7010	.45857	8	موافق

04	سهل أسلوب إخراج المضامين الصحفية بطريقة الوصول إليها واسترجاعها	2.7138	.51284	7	موافق
05	أسهمت وضوح الصور بمواصلة قراءتي للمضامين	2.6849	.46531	12	موافق
06	أسهمت النصوص الفائقة في توفير مصادر متنوعة حول ما ينشر من مضامين وأحداث	2.5788	.49455	18	موافق
07	تداخل النصوص والصور شتت عملية قراءتي للمضامين	1.9196	.78902	19	محايد
08	ممكن وجود أكثر من لغة للقراءة في تفاعلي مع المضامين	2.7074	.52170	9	موافق
09	أسهمت أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها بتوفير راحة بصرية أثناء القراءة	2.6945	.46135	11	موافق
10	ساعدت ألوان المضامين على قرأتي الكاملة للمواضيع دون تشتت أثناء القراءة	2.5884	.64588	17	موافق
11	أسهمت وجود خانة التعليق في زيادة تفاعلي مع المضامين	2.6206	.54248	15	موافق
12	سهلت الفواصل الموضوعية بين المضامين (بياض، خطوط متقطعة... الخ) التمييز بين المواضيع وعدم التشتت أثناء القراءة	2.5820	.65663	16	موافق
13	ساهم تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين المقدمة.	2.7524	.43231	5	موافق
14	سهل وجود العناصر التواصلية من مشاركتي للمضامين على مختلف منصات التواصل الاجتماعي	2.6527	.59159	14	موافق
15	ساهمت قلة الإعلانات في وجود راحة أثناء قراءة المضامين	2.7074	.58578	10	موافق
16	سهل وجود الأرشيف الفوري من إمكانية استرجاع المضامين بشكل سريع	2.8328	.37376	3	موافق

17	ساهمت الخدمات البريدية (النشرة البريدية، خدمة RSS، ...الخ) من الحصول على المعلومات بشكل فوري ودون جهد	2.6559	.53336	13	موافق
18	أسهمت عناصر الذكاء الاصطناعي في زيادة تفاعلي مع المضامين المعروضة	2.7363	.50920	5	موافق
19	زاد الأنفوجرافيك من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين	2.7203	.51638	6	موافق
المستوى العام		2.65	0.19	/	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25

يتضح من خلال الجدول رقم 78 أن تأثير مستوى الإخراج على تفاعل الباحثين مع مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.65)، بانحراف معياري مقداره (0.19). ووفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى نسبة قبول بدرجة موافق.

ويرى الباحث بأن هذه النتيجة تعتبر مؤشرا مهما يبرز أن أفراد العينة يدركون جيدا أثر الشكل الإخراجي على تفاعلهم مع مختلف مضامين ومحتويات الصحف الإلكترونية الجزائرية.

وانطلاقا من النتائج الواردة في الجدول أعلاه، يمكننا ترتيب الفقرات المشككة للبعد الخاص بأثر الإخراج على تفاعل أفراد العينة مع مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية تنازليا من الاتجاه الأقوى إلى الأقل، وذلك بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الخاص بإجابات عينة الدراسة كما يلي:

■ جاءت الفقرة رقم (01) التي تضمنت " أسهم في تميزه في عرض المضامين بشكل واضح وبسيط " في المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.83) بانحراف معياري مقداره (0.36). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة موافقون على أن الإخراج يسهم في عرض المضامين المختلفة على مواقع الصحف الإلكترونية بشكل واضح وبسيط، مما يسهل على المستخدم القراءة والتجوال.

■ جاءت الفقرة رقم (02) التي تضمنت " ساعد في إمكانية الحصول على المعلومات بشكل سريع وفوري " في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.83) بانحراف معياري مقداره (0.63). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية يساعد في إمكانية الحصول على المعلومات

بشكل سريع وفوري، من خلال التبويب الجدية لصفحات الموقع الذي يسمح بالتنقل السلسل بينها وبالتالي العودة للمعلومات والمضامين بكل سهولة ودون عناء.

■ جاءت الفقرة رقم (16) التي تضمنت سهل وجود الأرشيف الفوري من إمكانية استرجاع المضامين بشكل سريع، في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.83) بانحراف معياري (0.37). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن وجود الأرشيف الفوري سهل في تمكين المستخدم من استرجاع المضامين، وذلك من خلال خاصية البحث السريع المتقدم والتي تسمح للمستخدم من استرجاع الأخبار والوسائط المتعددة و التعليقات ومختلف المحتويات الأخرى في ثواني معدودة، وهي الميزة التي تتميز بها عن الصحافة الورقية التي لا تتيح لقراءها ميزة استرجاع المعلومات بشكل فوري.

■ جاءت الفقرة رقم (13) التي تضمنت " ساهم تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين المقدمة. " في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.75)، بانحراف معياري (0.43). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) ساهم بشكل واضح في تفاعل المستخدمين مع المضامين المقدمة، حيث كما أشرنا سابقاً أن لهذه الوسائط دور كبير في جذب المستخدمين من خلال أنها تضيف جمالية وصورة كاملة للمضامين المنشورة.

■ جاءت الفقرة رقم (18) التي تضمنت " أسهمت عناصر الذكاء الاصطناعي في زيادة تفاعلي مع المضامين المعروضة " في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.72) بانحراف معياري مقداره (0.51). وعليه يمكننا القول بأن افراد العينة موافقون على مساهمة عناصر الذكاء الاصطناعي في زيادة تفاعلهم مع المضامين المعروضة.

■ جاءت الفقرة رقم (19) التي تضمنت " زاد الأنفوجرافيك من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين " في المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.72) بانحراف معياري مقداره (0.51). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على

العبارة، ويعتبر الأنفوجرافيك أحدث التقنيات التي اتاحتها الصحافة الإلكترونية والتي تساهم في جذب المستخدمين من خلال طريقة العرض وأشكال تصميم القصص الخبرية.

■ جاءت الفقرة رقم (04) التي تضمنت سهل أسلوب إخراج المضامين الصحفية طريقة الوصول إليها واسترجاعها " في المرتبة السابعة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.71) بانحراف معياري (0.51). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على شكل أسلوب إخراج المضامين الصحفية يسهل عليهم طريقة الوصول إليها واسترجاعها في أي وقت، من خلال المرونة التي يتميز بها الأسلوب الرأسي الذي موظف في كل مواقع الصحف الجزائرية والعالمية تقريبا.

■ جاءت الفقرة رقم (03) التي تضمنت " زاد من تفاعلي مع المضامين وانجذابي إليها بشكل واضح " في المرتبة الثامنة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.70) بانحراف معياري مقداره (0.45). وعليه يمكننا القول بأن افراد العينة موافقون على أن الإخراج يزيد من تفاعل المستخدمين مع المضامين وانجذابهم إليها بشكل واضح، من خلال العناصر التيبوغرافية التقليدية والإلكترونية والتفاعلية المستخدمة في بناء وإبراز المضامين المختلفة.

■ جاءت الفقرة رقم (08) التي تضمنت " مكن وجود أكثر من لغة للقراءة في تفاعلي مع المضامين " في المرتبة التاسعة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.70) بانحراف معياري مقداره (0.52). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن وجود أكثر من لغة للقراءة يمكنهم من التفاعل أكثر مع المضامين. ويرى الباحث هنا أن على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية إضافة لغات أخرى لمواقعهم حتى يتنسى للمستخدمين الإطلاع على مختلف الأخبار بعدة لغات.

■ جاءت الفقرة رقم (15) التي تضمنت ساهمت قلة الإعلانات في وجود راحة أثناء قراءة المضامين " في المرتبة العاشرة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.70) بانحراف معياري (0.58). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن قلة الإعلانات ساهمت في وجود راحة أثناء قراءة المضامين، فقلتها وانعدامها يساهم في عدم تشتت المستخدم مع المضامين والمحتويات وتجعله يتجول في الموقع براحة تامة.

- جاءت الفقرة رقم (09) التي تضمنت " أسهمت أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها بتوفير راحة بصرية أثناء القراءة " في المرتبة الحادية عشر من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.69)، بانحراف معياري (0.46). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها أسهمت بتوفير راحة بصرية أثناء القراءة. فكما أشرنا سابقا أن للخطوط دور كبير في جذب وفهم المستخدم للمضامين وتفاعلها معها.
- جاءت الفقرة رقم (05) التي تضمنت " أسهمت وضوح الصور بمواصلة قراءتي للمضامين " في المرتبة الثانية عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.68) بانحراف معياري مقداره (0.46). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة موافقون على أن وضوح الصور أسهمت بمواصلة قراءتهم للمضامين.
- ويؤكد الباحث بضرورة اختيار الصور المناسبة المرفقة مع المضامين أو الموضوعة في الموقع، من خلال درجة الوضوح والسطوع والتباين فيها، مع التركيز على أن تكون ذات جودة عالية مما يعطيها وضوحا كبيرا.
- جاءت الفقرة رقم (17) التي تضمنت " ساهمت الخدمات البريدية (النشرة البريدية، خدمة RSS، ...الخ) من الحصول على المعلومات بشكل فوري ودون جهد " في المرتبة الثالثة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.65) بانحراف معياري مقداره (0.53). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن الخدمات البريدية (النشرة البريدية، خدمة RSS، ...الخ) ساهمت من الحصول على المعلومات بشكل فوري ودون جهد.
- جاءت الفقرة رقم (14) التي تضمنت سهل وجود العناصر التواصلية من مشاركتي للمضامين على مختلف منصات التواصل الاجتماعي " في المرتبة الرابعة عشر من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.65) بانحراف معياري (0.59). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن وجود العناصر التواصلية أسهم في مشاركة المضامين الصحفية المعروضة على مختلف منصات التواصل الاجتماعي مع أصدقائهم، والتي يملك فيها المستخدمين حسابات شخصية.

- جاءت الفقرة رقم (11) التي تضمنت " أسهمت وجود خانة التعليق في زيادة تفاعلي مع المضامين " في المرتبة الخامسة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.62) بانحراف معياري مقداره (0.54). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن وجود خانة التعليق أسهمت في زيادة تفاعلهم مع المضامين.
- وتساهم خانة التعليق في ابداء المستخدمين لأرائهم حول مختلف المضامين وكذا مناقشتها مع بعضهم البعض بشكل فوري.
- جاءت الفقرة رقم (12) التي تضمنت سهلت الفواصل الموضوعية بين المضامين (بياض، خطوط متقطعة... الخ) التمييز بين المواضيع وعدم التشتت أثناء القراءة " في المرتبة السادسة عشر من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.58) بانحراف معياري (0.65). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن الفواصل الموضوعية بين المضامين (بياض، خطوط متقطعة... الخ) سهلت التمييز بين المواضيع وعدم التشتت أثناء القراءة.
- حيث تسهم الفواصل بترتيب الموضوعات وعدم تداخلها من خلال البياض أو المساحات الفارغة، الخطوط، الجداول، الإطارات وغيرها مما تعطي تباين واتساق تعطي للمستخدم راحة وعدم تشتت أثناء عملية التناول.
- جاءت الفقرة رقم (10) التي تضمنت " ساعدت ألوان المضامين على قرأتي الكاملة للمواضيع دون تشتت أثناء القراءة " في المرتبة السابعة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.58) بانحراف معياري مقداره (0.64). وعليه يمكننا القول بأن افراد العينة موافقون على أن ألوان المضامين ساعدتهم على قراءة المواضيع بشكل كامل من غير تشتت أثناء القراءة.
- وهنا يؤكد الباحث على ضرورة عدم الاكثار من استعمال الألوان خصوصا في كتابة العناوين والنصوص والاكتفاء بلون أو لونين متكاملين يحققان راحة للعين من خلال التناسق مع لون الخلفية.
- جاءت الفقرة رقم (06) التي تضمنت " أسهمت النصوص الفائقة في توفير مصادر متنوعة حول ما ينشر من مضامين وأحداث " في المرتبة الثامنة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.57) بانحراف معياري مقداره (0.49). وعليه

يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن النصوص الفائقة أسهمت في توفير مصادر متنوعة حول ما ينشر من مضامين وأحداث.

▪ ويرى الباحث أن النصوص الفائقة بمختلف أنواعها تحقق مرونة للتصميم وابعار في مجال متعدد الأبعاد للقارئ. بالإضافة لكونها تتيح الفرصة للعديد من المستخدمين للتعامل مع النص نفسه في وقت واحد من خلال البناء الشبكي لأجهزة الحاسبات، وكذا سهولة وسرعة في عمليات التحرير، وإجراء التعديلات المطلوبة من المعلومات التي ينظمها الهيكل غير الخطى. (السيد محمد حجازي، 2016، صفحة 448)

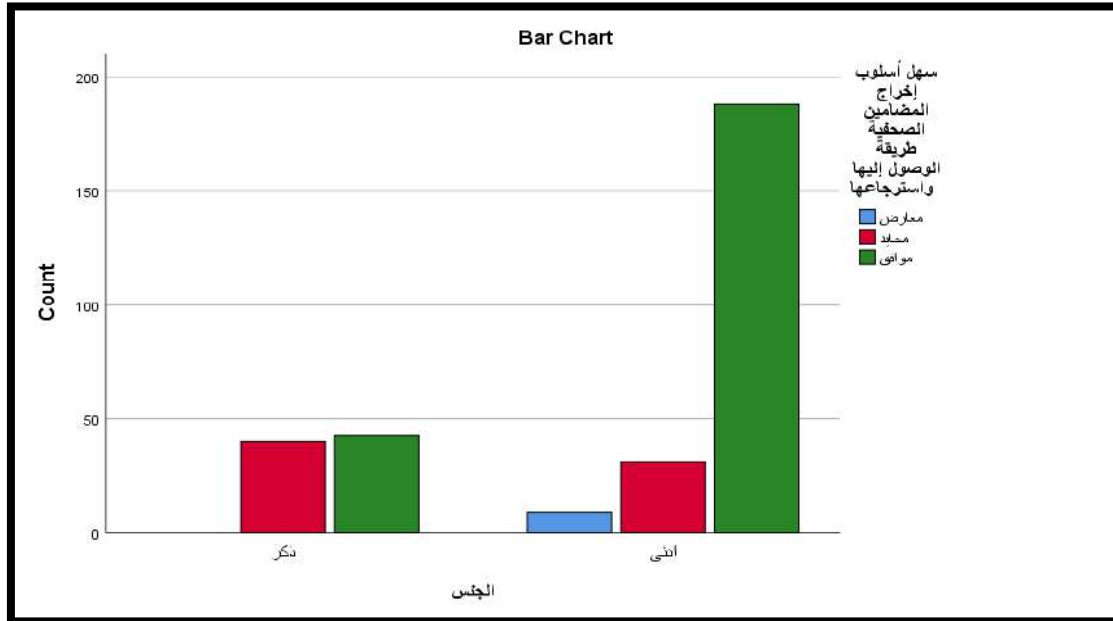
▪ جاءت الفقرة رقم (07) التي تضمنت تداخل النصوص والصور شتت عملية قراءتي للمضامين " في المرتبة الأخير من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.91) بانحراف معياري (0.78). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أيضا على أن تداخل النصوص والصور يشنت عملية قراءتهم للمضامين.

وكما أشار الباحث سابقا أنه من خلال ملاحظته لبعض مواقع الصحف الإلكترونية في حالة وضع عرض التجوال بواسطة الهاتف يحدث اختلالات وتداخل بين الموضوعات وتداخل للنصوص والصور مما يعيق عملية القراءة، لذا وجب على مصممي مواقع الصحف الانتباه لهذه الثغرة التصميمية ومعالجتها لتحقيق راحة للمستخدم أثناء تجواله بالموقع.

رقم 79: اتجاه أفراد العينة نحو تحقيق أسلوب إخراج المضامين الصحفية بسهولة لأفراد العينة للوصول إليها واسترجاعها حسب متغير الجنس.

المجموع	اتجاه أفراد العينة نحو تحقيق أسلوب إخراج المضامين الصحفية بسهولة لأفراد العينة للوصول إليها واسترجاعها			الجنس	
	موافق	محايد	معارض		
83	43	40	0	ت	نكر
26.7	13.8	12.9	0	%	
228	188	31	9	ت	انثى
73.3	60.5	10.0	2.9	%	
311	231	71	9	ت	المجموع
100	74.3	22.8	2.9	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



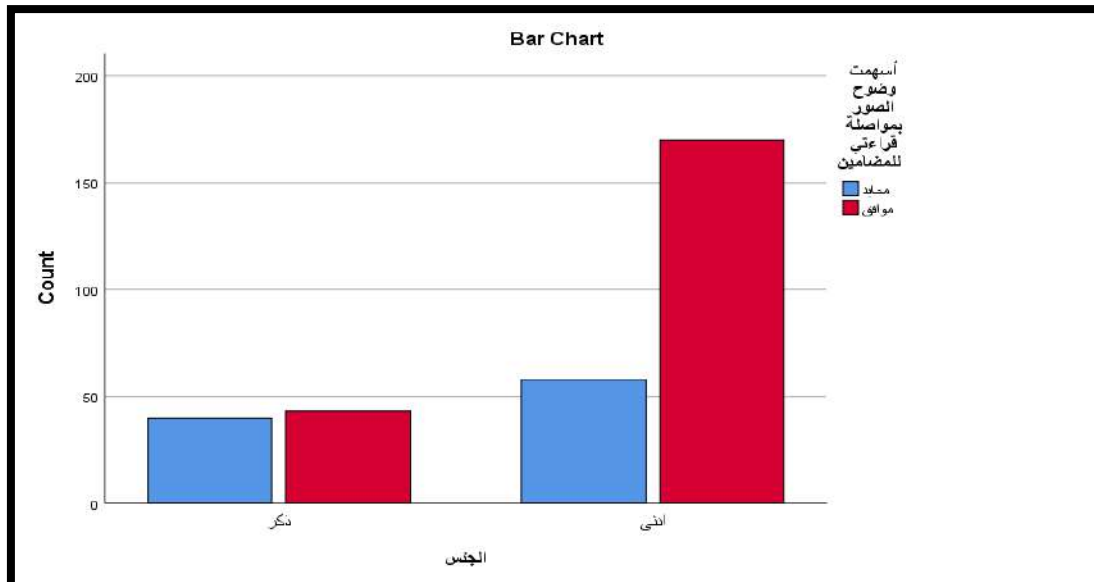
شكل رقم 115: مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو تحقيق أسلوب إخراج المضامين الصحفية بسهولة لأفراد العينة للوصول إليها واسترجاعها حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن أفراد العينة موافقون على أن أسلوب الإخراج المضامين الصحفية سهل عليهم طريقة الوصول إليها واسترجاعها بتكرار بلغ 213 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 74.3%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 60.5% مقابل 13.8% للذكور. ونستج من هذه المعطيات أن الاناث يهتمون أكثر من الذكور بالمضامين وبالجانب الشكلي والتصميمي لها خصوصا أن الأسلوب الرأسي يمكنهم بحكم تصميمه الذي يأخذ أكبر عدد من الأخبار والموضوعات

بطريقة متجاورة من العودة السريعة لها دون عناء. بينما المحايدون من أفراد العينة شكلوا 71 مفردة من أصل 311 ونسبة اجمالية قدرت بـ 22.8%، مثلوا فيها الذكور النسبة الأكبر بـ 12.9% مقابل 10% للذكور. وبلغ المعارضون من أفراد العينة تكرر 9 من الاناث ونسبة 2.9% بينما لم يعارض الذكور اطلاقا. رقم 80: يوضح اتجاه أفراد العينة نحو أثر وضوح الصور في مواصلة أفراد العينة لعملية قراءة المضامين في الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.

المجموع	أسهمت وضوح الصور بمواصلة قراءتي للمضامين		الجنس	
	موافق	محايد	ت	
83	43	40	ت	ذكر
26.7	13.8	12.9	%	
228	170	58	ت	انثى
73.3	54.7	18.6	%	
311	213	98	ت	المجموع
100	68.5	31.5	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 116: مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو أثر وضوح الصور في مواصلة أفراد العينة لعملية قراءة المضامين في الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن أفراد العينة موافقون على مساهمة وضوح الصور في مواصلتهم لعملية قراءة المضامين في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 213 من أصل

311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 68.5%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 54.7% مقابل 13.8% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة شكلوا 98 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 31.6%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 18.6% مقابل 12.9% للذكور، فيما لم يعارض أفراد العينة العبارة اطلاقاً.

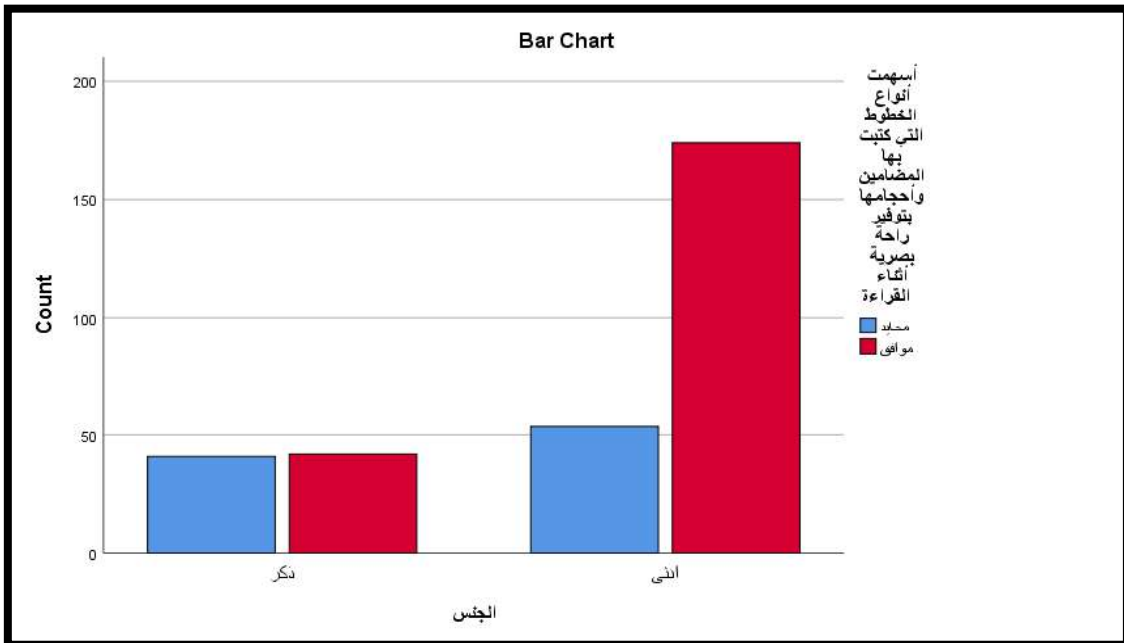
وتعد الصورة الصحفية إحدى أهم العناصر البنائية الأساسية التي تشترك مع العناصر الأخرى في تصميم جسم الصفحات، وتشمل مختلف الصور والرسوم، إذ تُسهم الصورة الصحفية في أداء عدة وظائف منها وظيفة إخبارية وأخرى جمالية تُضفي الحيوية والحركة على الموقع لدفع الملل والجمود. (بيرق، 2014، صفحة 79)

ويؤكد الباحث على أهمية استخدام الصور في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية لما لها أهمية كبرى في جذب المستخدم من خلال جعله يعيش الحدث من خلالها، سواء كانت صور بسيطة أو مركبة، شخصية أو موضوعية تروي له تفاصيل الحدث لكونها محور الموضوع في حد ذاته.

رقم 81: يوضح اتجاه أفراد العينة نحو مساهمة أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها بتوفير راحة بصرية أثناء القراءة حسب متغير الجنس.

المجموع	أسهمت أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها بتوفير راحة بصرية أثناء القراءة		الجنس	
	موافق	محايد		
83	42	41	ت	ذكر
26.7	13.5	13.2	%	
228	174	54	ت	انثى
73.3	55.9	17.4	%	
311	216	95	ت	المجموع
100	69.5	30.5	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 117: مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو مساهمة أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها بتوفير راحة بصرية أثناء القراءة حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن أفراد العينة موافقون على مساهمة أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها بتوفير راحة بصرية لهم أثناء القراءة في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 216 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 69.5%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 55.9% مقابل 13.5% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة شكلوا 95 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 30.5%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 17.4% مقابل 13.2%

للذكور، فيما لم يعارض أفراد العينة العبارة اطلاقا.

وتلعب التيبوغرافيا دورا مهما في إضفاء لمسة جمالية وزيادة انقرائية الصحف الإلكترونية، خاصة عند إضافة قيم الإبراز للخطوط من حيث كثافة الخط، وتلوينه وضبط السطور، وتنسيق الفقرات. (آدم علي، 2018، صفحة 139)

من هذا المنطلق يؤكد الباحث على أن نوع الخطوط المستخدمة في كتابة المضامين وعناوينها في مواقع الصحف الإلكترونية من أهم العوامل المؤثرة في جودة إخراجها وبالتالي إضفاء لمسة جمالية تزيد من تعلق المستخدمين بالمضامين وزيد من مقروئيتهم لها.

كما أن حجم الحروف المستعملة في كل من المتن والعناوين من العوامل المؤثرة في يسر القراءة من عدمه (إبراهيم البطل، 2011، صفحة 48). لهذا على مصممي مواقع الصحف اختيار حجم الحروف بدقة كبيرة لكي توفر راحة لعين المستخدم أثناء القراءة.

ثانيا- المعوقات التي واجهتك اثناء قراءتك لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية:

يتكون البعد من سبعة فقرات كانت موزعة في الاستبانة وفقا للترتيب الآتي: (20-29)، ومن أجل تحليلها سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة موافقة افراد العينة تجاه كل فقرة من فقراتها، والجدول الآتي يوضح ذلك:

الجدول رقم 82: يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد "المعوقات التي واجهت أفراد العينة اثناء قراءتهم لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية"

الرقم	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
01	ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة	2.5852	.67080	2	موافق
02	عدم وجود خاصية التحكم في حجم خط كتابة المضامين	2.2797	.72881	7	محايد
03	عدم وجود خاصية التحكم في خلفية الموقع لتغيير الوضع (ليلي نهاري) اثناء القراءة	2.1994	.79034	8	محايد
04	عدم تجاوب تصميم مواقع الصحف مع اللوحات الرقمية والهواتف الذكية	2.1415	.75728	9	محايد
05	عدم وجود نصوص فائقة مدعمة للمضامين	2.1222	.80193	10	محايد

06	كثرة إعلانات Ads by google وحجبها للمضامين	2.6559	.53937	1	موافق
07	عدم إتاحة وسائط التواصل (بريد الكتروني للموقع، بريد الكتروني للمحررين، غرف دردشة) مع محرري المضامين	2.4405	.67835	4	موافق
08	عدم إتاحة خاصة تحميل البيانات وملفات الملتيميديا والملفات الأخرى بسهولة	2.5048	.63180	3	موافق
09	وجود عناصر الملتيميديا على روابط خارجية وليس على الموقع	2.4405	.62385	5	موافق
10	الرسائل القافزة الفجائية فوق المضامين	2.4277	.71419	4	موافق
	المستوى العام	2.37	0.18	/	موافق

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25

يتضح من خلال الجدول رقم 82 أن مستوى المعينات التي واجهت المستخدمين اثناء قراءة مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.37)، بانحراف معياري مقداره (0.18)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى نسبة قبول بدرجة موافق.

وكتعليق يمكننا القول بأن النتيجة تعتبر مؤشرا مهما يبرز أن افراد العينة يدركون مدى أهمية المعينات التي تواجههم اثناء قراءتهم لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية.

وانطلاقا من النتائج الواردة في الجدول أعلاه، يمكننا ترتيب الفقرات المشكلة للبعد الخاص "بالمعينات التي واجهتك اثناء قراءتك لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية" تنازليا من الاتجاه الأقوى إلى الأقل، وذلك بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الخاص بإجابات عينة الدراسة كما يلي:

- جاءت الفقرة رقم (06) التي تضمنت " كثرة إعلانات Ads by google وحجبها للمضامين في المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.65) بانحراف معياري مقداره (0.53). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة موافقون على أن كثرة إعلانات Ads by google وحجبها للمضامين أعاققت قراءتهم للمضامين الصحفية المقدمة.

ويرى الباحث في هذا الإطار أن على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية حجب إعلانات المتصفحات وخصوصاً إعلانات Ads by google والتي تؤثر بشكل واضح على عملية القراءة وتؤثر على الموقع في حد ذاته سلبياً، من خلال نفور المستخدمين لأن ذلك يجعلهم غير مرتاحين أثناء التجول في الموقع.

▪ جاءت الفقرة رقم (01) التي تضمنت " ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.58) بانحراف معياري مقداره (0.67). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة.

هذه النتيجة تتعارض مع ما توصل إليه الباحث في الدراسة التحليلية، والتي أشارت إلى السرعة العالية لأغلب مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، وبالتالي يرجح الباحث أن سبب ثقل صفحات الموقع لدى أفراد العينة يعود لكون سرعة الانترنت لديهم ضعيفة.

وتوصلت في هذا الإطار نتائج دراسة الباحث إبراهيم السمان، إلى أن بطء التحميل للصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية يمثل السبب الأول في رأي 68.9% من عينة البحث كمشكلات عند استخدامهم للمواقع الفنية. (محمد السمان، 2019، صفحة 260).

▪ جاءت الفقرة رقم (08) التي تضمنت عدم إتاحة خاصية تحميل البيانات وملفات الملتيميديا والملفات الأخرى بسهولة في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.50) بانحراف معياري (0.63). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن عدم إتاحة خاصية تحميل البيانات وملفات الملتيميديا والملفات الأخرى بسهولة تعيقهم أثناء قراءة المضامين.

ويرى الباحث في هذا الإطار أن سبب ذلك راجع لكون مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية تعتمد على سيرفرات خارجية لعناصر الملتيميديا التي توظفها كيوتيوب، فيس بوك، تويتر وغيرها من المنصات، وبالتالي لا يمكن تحميلها من الموقع مباشرة.

▪ جاءت الفقرة رقم (07) التي تضمنت "عدم إتاحة وسائط التواصل (بريد الكتروني للموقع، بريد الكتروني للمحررين، غرف دردشة) مع محرري المضامين" في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.44)، بانحراف معياري (0.67). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن من بين المعوقات عدم إتاحة وسائط التواصل (بريد

الالكتروني للموقع، بريد الكتروني للمحررين، غرف دردشة) مع محرري المضامين، وهنا يؤكد الباحث أن على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية تقادي هذه الثغرة وتوفير مساحات للتواصل المباشر بين المستخدمين ومحررين المضامين لتكوين تفاعل مباشر وبالتالي زيادة التعلق بالموقع.

■ جاءت الفقرة رقم (08) التي تضمنت "وجود عناصر الملتيميديا على روابط خارجية وليس على الموقع" في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.44) بانحراف معياري مقداره (0.62). وعليه يمكننا القول بأن افراد العينة موافقون على أن وجود عناصر الملتيميديا على روابط خارجية وليس على الموقع تعد من بين المعوقات. ويرى الباحث أن اعتماد مشرفي مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية على الروابط الخارجية لعناصر الملتيميديا سببه المساهمة في عدم بظء الموقع أمام المستخدم بسبب الحجم الكبير لهذه الوسائط، وعليه يدعو الباحث إلى التوجه لتكون مشاهدة الفيديوهات وبقية الوسائط الأخرى مرفقة مع المضامين وتشغل داخل الموقع نفسه دون تحويل المستخدم إلى رابط موقع خارجي.

■ جاءت الفقرة رقم (10) التي تضمنت "الرسائل القافزة الفجائية فوق المضامين" في المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.42) بانحراف معياري مقداره (0.71). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن الرسائل القافزة الفجائية فوق المضامين هي من بين المعوقات التي تعيقهم أثناء القراءة. ويدعو الباحث مصممي مواقع الصحف الإلكترونية لعدم توظيف النوافذ القافزة الفجائية لما لها من أثر سلبي رجعي على الموقع، فهمي تساهم في تشتت المستخدم وعدم راحته مما ينعكس على زيارات وقراءة المستخدمين للمضامين.

■ جاءت الفقرة رقم (02) التي تضمنت "عدم وجود خاصية التحكم في حجم خط كتابة المضامين" في المرتبة السابعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.27) بانحراف معياري (0.72). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة محايدون على اعتبار عدم وجود خاصية التحكم في حجم خط كتابة المضامين من المعوقات. وهو ما يفسر أن حجم الخطوط في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية مناسب لراحة العين.

■ جاءت الفقرة رقم (03) التي تضمنت "عدم وجود خاصية التحكم في خلفية الموقع لتغير الوضع (ليلي نهارى) أثناء القراءة" في المرتبة الثامنة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.19) بانحراف

معياري مقداره (0.79). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة محايدون على اعتبار أن عدم وجود خاصية التحكم في خلفية الموقع لتغير الوضع (ليلي نهاري) اثناء القراءة يعد من المعوقات التي تعيقهم. وهو ما يفسر بأن أفراد العينة لا يولون اهتمام كبير لهذه الخاصية، فتوفيرها من عدمها لا يشكل فرق بالنسبة إليهم، وهو عكس ما يراه الباحث بحكم أنها توفر رحة للعين خصوصا في الوضع الليلي.

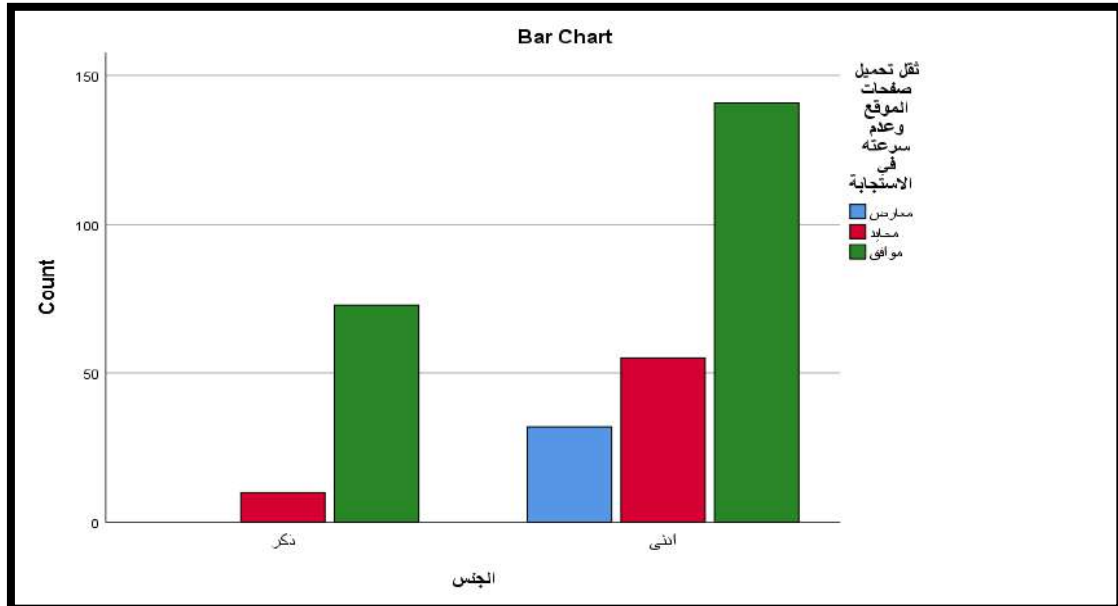
■ جاءت الفقرة رقم (04) التي تضمنت "عدم تجاوب تصميم مواقع الصحف مع اللوحات الرقمية والهواتف الذكية" في المرتبة التاسعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.14) بانحراف معياري مقداره (0.75). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة محايدون على اعتبار أن عدم تجاوب تصميم مواقع الصحف مع اللوحات الرقمية والهواتف الذكية يعد من المعوقات. ويؤكد الباحث من خلال نتائج الدراسة التحليلية وكذا ملاحظته أن أغلبية مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية متجاوبة مع جميع الاجهزة والمتصفحات.

■ جاءت الفقرة رقم (05) التي تضمنت عدم وجود نصوص فائقة مدعمة للمضامين" في المرتبة العاشرة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.12) بانحراف معياري (0.80). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة محايدون على اعتبار أن عدم وجود نصوص فائقة مدعمة للمضامين يعد من بين المعوقات التي تعيقهم اثناء عملية قراءة المضامين، رغم أن توظيفها مهم للغاية لما تحمله من مساعدة للمستخدم في التعمق أكثر في المواضيع وفهمها وفهم ابعادها.

رقم 83: يوضح اتجاه أفراد العينة نحو ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة حسب متغير الجنس.

المجموع	ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة			الجنس	
	موافق	محايد	معارض		
83	73	10	0	ت	ذكر
26.7	23.5	3.2	0	%	
228	141	55	32	ت	انثى
73.3	45.3	17.7	10.3	%	
311	214	65	32	ت	المجموع
100	68.8	20.9	10.3	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 118: مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة حسب متغير الجنس.

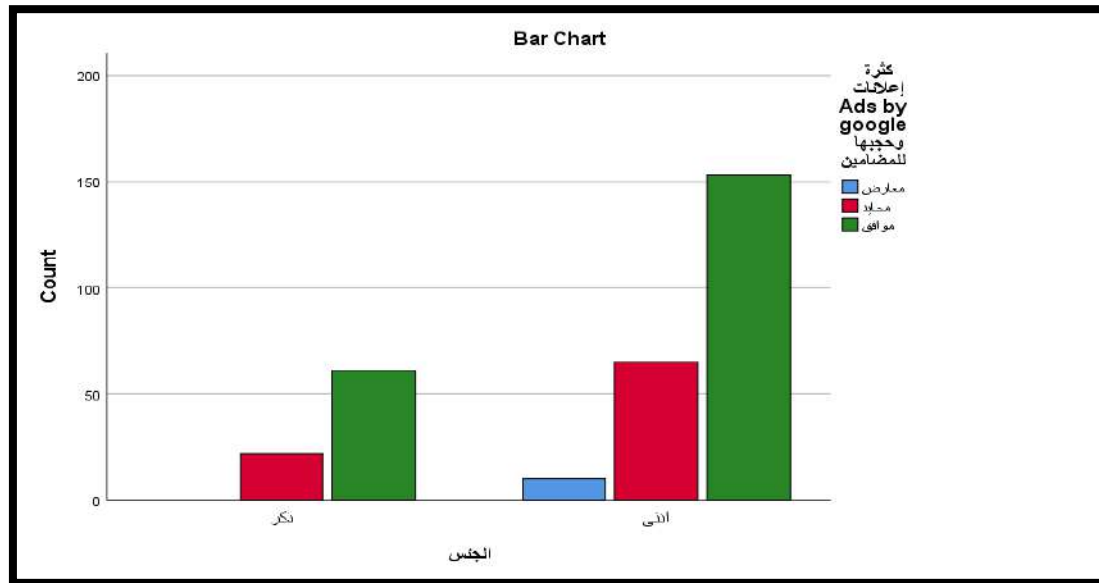
يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن أفراد العينة موافقون على أن ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة يعيق عملية قراءتهم لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 214 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 68.8%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 45.3% مقابل 23.5% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 65 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 20.9%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 17.7% مقابل 3.2% للذكور، فيما جاء المعارضون ثالثا من أفراد العينة بـ 32 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 10.3% للإناث. ويؤكد الباحث على أن سرعة استجابة مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية أمام المستخدم يرفع من

جودتها ويساهم بشكل مباشر في زيادة مستخدميها بل ومعاودة الزيارة، وهو ما يتوافق وخصائص قراء الصحافة الإلكترونية من حيث أنه مستعجل وغير صبور، الأمر الذي يجعله يغادر موقع الصحيفة في حالة عدم استجابته السريعة.

رقم 84: يوضح اتجاه افراد العينة نحو كثرة إعلانات Ads by google وحجبها للمضامين حسب متغير الجنس.

المجموع	كثرة إعلانات Ads by google وحجبها للمضامين			الجنس	
	موافق	محايد	معارض		
83	61	22	0	ت	ذكر
26.7	19.6	7.1	0	%	
228	153	65	10	ت	انثى
73.3	49.2	20.9	3.2	%	
311	214	87	10	ت	المجموع
100	68.8	28	3.2	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 119: مخطط بياني يوضح اتجاه افراد العينة نحو كثرة إعلانات Ads by google وحجبها للمضامين حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن أفراد العينة موافقون على أن كثرة إعلانات Ads by google يعيق عملية قراءتهم لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية وتحجبها بتكرار بلغ 214 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 68.8%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 49.2% مقابل 19.6% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 87 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية

قدرت بـ 28%، مثلوا فيها الإناث النسبة الأكبر بـ 20.9% مقابل 7.1% للذكور، فيما جاء المعارضون ثالثاً من أفراد العينة بـ 10 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية ضئيلة قدرت بـ 3.2% للإناث. وجاءت دراسة آمال سعد ونهى صديق، أن كثرة الإعلانات في المواقع الإخبارية في المرتبة الأولى من ضمن الصعوبات التي يواجهها المبحوثين بنسبة 28.3%. (سعد و صديق، 2023، صفحة 151)

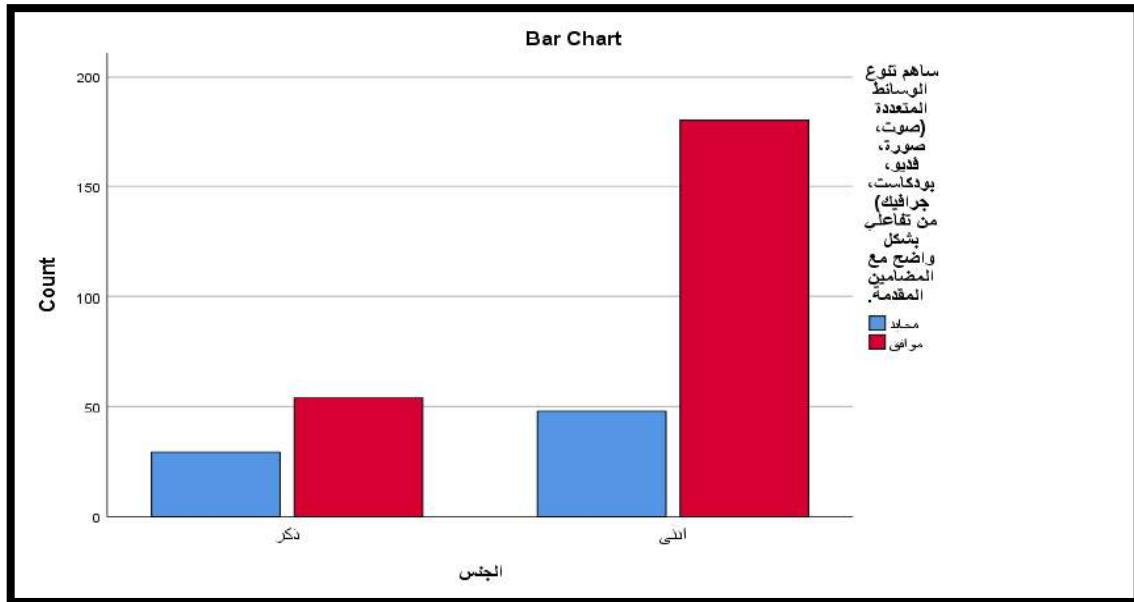
ويرى الباحث أن الإعلانات بشكل عام تشكل ازعاج بالنسبة للمستخدم خصوصاً المتحركة منها، من خلال حجمها وشكلها وبالتالي تعيق عليه عملية التصفح داخل الموقع وكذا عملية قراءة المضامين. بالإضافة إلى أنها تؤدي إلى قطع شغف القراء وانجذابهم للأخبار التي يفضلونها، وتعمل على تشتيت انتباه المشاهد، مما يقلل من انقراطية ومشاهدة الموقع وعدم رغبته في إتمام القراءة، كما تؤدي إلى بطء تحميل الموقع، نظراً لكثرة الإعلانات والفيديوهات والصور ذات الحجم الكبير. (سعد و صديق، 2023، صفحة 166)

لذا يدعو الباحث مصممي مواقع الصحف إلى إدراج خاصية الشخصية من خلال أيقونة حذف الإعلانات كخيار أمام المستخدم وبالتالي ضمان عدم نفور المستخدم وكذا ضمان بقاء الإعلان الذي يعود بالفائدة المالية للموقع.

رقم 85: يوضح اتجاه أفراد العينة نحو مساهمة تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعل أفراد العينة بشكل واضح مع المضامين المقدمة حسب متغير الجنس.

المجموع	ساهم تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين المقدمة.		الجنس	
	موافق	محايد		
83	54	29	ت	ذكر
26.7	17.4	9.3	%	
228	180	48	ت	انثى
73.3	57.9	15.4	%	
311	234	77	ت	المجموع
100	75.2	24.8	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 120: مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو مساهمة تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعل أفراد العينة بشكل واضح مع المضامين المقدمة حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن أفراد العينة موافقون على مساهمة تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعلهم بشكل واضح مع المضامين المقدمة في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 234 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 75.2%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 57.9% مقابل 17.4% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة شكلوا 77 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 24.8%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 15.44%

مقابل 9.3% للذكور، فيما لم يعارض أفراد العينة العبارة اطلاقا.

ويؤكد الباحث على أن إعطاء مواقع الصحف الإلكترونية تقنيات تسهل وتيسر استخدام الموقع عن طريق الوسائط المتعددة المختلفة يزيد مما لا شك فيه من قوة عرض المحتويات أولا وزيادة المستخدمين ثانيا، مع ضمان تفاعلهم مع مختلف المضامين المقدمة.

فهذا الدمج بين الوسائط المتعددة والنصوص يوفر أسلوب اتصال وتواصل جيد ومباشر بين المستخدم والمضامين ويساهم أيضا في توصيل مختلف الآراء والأفكار والافتتاح بها، وبالتالي يتفاعل معها عن طريق التعليق أو المشاركة أو ابداء رايه فيها ومناقشتها مع المستخدمين أو مع المحررين.

المحور الثالث: توظيف العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية وأثرها على اتجاهات انقرايتها لدى الطلاب الجامعيين

ثالثا - أثر العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية على تفاعل المستخدمين معها:

يتكون البعد من فقرات كانت موزعة في الاستبانة وفقا للترتيب الآتي: (01-12)، ومن أجل تحليلها سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة موافقة افراد العينة تجاه كل فقرة من فقراتها، والجدول الآتي يوضح ذلك:

الجدول رقم 86: يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد" كيف أثرت العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية على تفاعل أفراد العينة معها".

الرقم	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب العام	الاتجاه العام
01	ساهم اتجاه وأسلوب تصميم الصفحة الرئيسية من انجذابى للموقع وتكرار الدخول اليه	2.6977	.45997	1	موافق
02	تتسم مواقع الصحف بسهولة التجوال والاستخدام	2.6624	.53747	3	موافق
03	ساهم وضوح شريط المانشيت من تحفيزي على التفاعل	2.4469	.55322	13	موافق
04	ساهم تحديث شريط الأخبار العاجلة في دخولي للموقع بشكل متكرر	2.6527	.54623	5	موافق
05	ساعد تصميم قائمة التصنيفات من سهولة عملي تصفحي للموقع	2.5498	.57073	8	موافق

06	أعطت الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية راحة للعيني	2.5402	.66052	9	موافق
07	ساهم وضوح الصور ودقتها في زيادة قراءتي لمحتويات الموقع	2.6913	.52783	2	موافق
08	ساعدني وضوح الايقونات الموجودة في الصفحة الرئيسية من التجول بأريحية	2.6238	.48521	6	موافق
09	ساعدني شكل تصميم أداة البحث في الوصول للمعلومة بكل سهولة	2.5981	.49108	7	موافق
10	نوع الخطوط وأحجامها ساعدني على عملية قراءة المضامين بكل سهولة	2.5016	.65685	10	موافق
11	الوسائط المتعددة الموظفة لم تشجعتني على التفاعل والمشاركة	2.4084	.60944	14	موافق
12	اتاحة الموقع مشاركة المضامين عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي شجعتني على التفاعل	2.6656	.47254	4	موافق
13	تتماز الصفحة الأولى بسرعة في التحميل وعرض محتوياتها	2.4984	.56153	11	موافق
14	عدم تجاوب الموقع مع المتصفح الذي استخدمه جعلني ابتعد عليه	2.2540	.76818	15	موافق
15	كثرة وجود الإعلانات أعاققت عملية تصفحي للموقع	2.4534	.67459	12	موافق
					المستوى العام
		2.55	0.12	/	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25

يتضح من خلال الجدول رقم 85 أن مستوى أثر العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية على تفاعل المستخدمين معها بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.55)، بانحراف معياري مقداره (0.12)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى نسبة قبول بدرجة موافق. وكتعليق يمكننا القول بأن النتيجة تعتبر مؤشرا مهما يبرز أن افراد العينة يدركون مدى أهمية العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية في تشجيع التفاعل مع مضامينها.

وانطلاقاً من النتائج الواردة في الجدول أعلاه، يمكننا ترتيب الفقرات المشكلة للبعد الخاص بـ كيف أثرت العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية على تفاعلك معها تنازلياً من الاتجاه الأقوى إلى الأقل، وذلك بناءً على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الخاص بإجابات عينة الدراسة كما يلي:

■ جاءت الفقرة رقم (01) التي تضمنت "سأهم اتجاه وأسلوب تصميم الصفحة الرئيسية من انجذاب الموقع وتكرار الدخول إليه" في المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.69) بانحراف معياري مقداره (0.45). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة موافقون على مساهمة اتجاه وأسلوب تصميم الصفحة الرئيسية من انجذابهم لمواقع الصحف الإلكترونية وتكرار الدخول إليهم.

ويرى الباحث أن سلوك مستخدم الصحافة الإلكترونية بشكل عام لا يتحمل التصميم المعقد وإنما يفضل أن يرى تصميم بسيط يوفر له سهولة الاستخدام بمجرد مسح الصفحة الرئيسية في وقت قصير جداً كما هو الحال في أغلب مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، ذات الأسلوب الإخراجي الجيد المصمم بفاعلية وكفاءة وبطريقة ترضى المستخدمين.

كما يؤكد الباحث على ضرورة إنشاء استطلاعات رأي للمستخدمين داخل الموقع لتقييم أداءه وأسلوب واتجاه تصميمه، حتى يحقق الموقع يسر الاستخدام للمستخدم.

■ جاءت الفقرة رقم (07) التي تضمنت "سأهم وضوح الصور ودقتها في زيادة قراءتي لمحتويات الموقع" في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.69) بانحراف معياري مقداره (0.52). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على مساهمة وضوح الصور ودقتها في زيادة قراءتهم لمحتويات الموقع.

وكما أشار الباحث سابقاً، أن دقة الصور وجودتها ووضوحها وتباينها يساهم بشكل مباشر في تفعيل تفاعل المستخدمين مع مختلف المضامين المعروضة على مواقع الصحف الإلكترونية.

■ جاءت الفقرة رقم (02) التي تضمنت "تتسم مواقع الصحف بسهولة التحوّل والاستخدام" في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.66) بانحراف معياري (0.54). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية تتسم بسهولة التحوّل والاستخدام.

ويعود ذلك في رأي الباحث لبساطة التصميم والإخراج في مواقع الصحف الجزائرية، من خلال الأدوات الموظفة والتي تخفف الجهد عن المستخدم.

■ جاءت الفقرة رقم (12) التي تضمنت "اتاحة الموقع مشاركة المضامين عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي شجعتني على التفاعل" في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.66)، بانحراف معياري (0.47). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن اتاحة الموقع مشاركة المضامين عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي شجعه على التفاعل.

ويفضل المستخدم أن يتفاعل مع المضامين المقدمة من خلال مشاركتها مع أصدقائه ومناقشتها معهم عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، لذا يحرض مشرفي مواقع الصحف على توظيفها بشكل مستمر مع المضامين لتحقيق التفاعل.

■ جاءت الفقرة رقم (04) التي تضمنت "ساهم تحديث شريط الأخبار العاجلة في دخولي للموقع بشكل متكرر" في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.66) بانحراف معياري مقداره (0.54). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة موافقون على أن تحديث شريط الأخبار العاجلة ساهم في دخول أفراد العينة للموقع بشكل متكرر. ويعتبر التحديث المستمر أحدث أبرز خصائص الصحافة الإلكترونية، مما يتيح للمستخدم الاطلاع على الأخبار فور حدوثها أول بأول من خلال شريط الأخبار العاجلة.

■ جاءت الفقرة رقم (08) التي تضمنت "ساعدني وضوح الايقونات الموجودة في الصفحة الرئيسية من التجول بأريحية" في المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.62) بانحراف معياري مقداره (0.48). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن وضوح الايقونات الموجودة في الصفحة الرئيسية ساعدتهم من التجول بأريحية.

ويرى الباحث أن الأيقونات تمكن المستخدم من فهم الموقع وتقسيماته وتسهل عليه التجول فيه بكل سهولة. كما تساعد في إثارة الاهتمام بالمضامين المقدمة وجذب المستخدم إليها.

■ جاءت الفقرة رقم (09) التي تضمنت "ساعدني شكل تصميم أداة البحث في الوصول للمعلومة بكل سهولة" في المرتبة السابعة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط

الحسابي المرجح لها (2.59) بانحراف معياري مقداره (0.49). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة موافقون على أن شكل تصميم أداة البحث ساعد في الوصول للمعلومة بكل سهولة. ويرى الباحث أن أداة البحث تعتبر جزء مهم من أجزاء تصميم الصحف الإلكترونية، حيث أن تصميمها الجيد يتيح للمستخدم بالعودة إلى المعلومات والمضامين بكل سهولة.

■ جاءت الفقرة رقم (05) التي تضمنت "ساعد تصميم قائمة التصنيفات من سهولة عمليتي تصفحي للموقع" في المرتبة الثامنة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.54) بانحراف معياري مقداره (0.66). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن تصميم قائمة التصنيفات ساعد من سهولة عملية تصفح الموقع. ويرى الباحث أن قائمة التصنيفات تساعد المستخدم في فهم الموقع وخصائصه وكذا تسهل عليه الوصول إلى المعلومة بكل سهولة. فهي تعتبر أداة جذب مهمة للغاية كونها تبرز تقسيمات موقع الصحيفة وكذا هويته الشخصية.

■ جاءت الفقرة رقم (06) التي تضمنت أعطت الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية راحة للعين " في المرتبة التاسعة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.54) بانحراف معياري (0.66). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية أعطت راحة للعين.

ويرى الباحث أن الألوان من بين العناصر التيبوغرافية المهمة جدا في تشكيل البناء العام لموقع الصحيفة من خلال الاعتماد على عدة ألوان متكاملة يراعي فيها المصمم قابلية المستخدم لقراءة المضامين بشكل واضح من خلال التبيان. والذي يعتبر اختلاف درجة النص عن درجة الخلفية بشكل كبير بحيث يستطيع المستخدم تمييز النص، ولا تجهد عينه في قراءة المضامين، فمن غير المعقول استخدام خلفية سوداء اللون مثلا والكتابة تكون باللون الرمادي أو الأحمر الغامق أو بالأزرق الغامق، حيث هذا الدمج الغير مدروس يسبب إزعاج للعين وبالتالي نفور المستخدم من موقع الصحيفة.

■ جاءت الفقرة رقم (10) التي تضمنت "نوع الخطوط وأحجامها ساعدني على عملية قراءة المضامين بكل سهولة" في المرتبة العاشرة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.50)، بانحراف معياري (0.65). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على

أن نوع الخطوط وأحجامها ساعدهم على عملية قراءة المضامين بكل سهولة. حيث توفر الخطوط راحة لعين المستخدم وتسهم في فهمه للمضامين المقدمة.

- جاءت الفقرة رقم (13) التي تضمنت "تتماز الصفحة الأولى بسرعة في التحميل وعرض محتوياتها" في المرتبة الحادية عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.49) بانحراف معياري مقداره (0.56). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة موافقون على أن مواقع الصحف الجزائرية تتميز الصفحة الأولى فيها بسرعة في التحميل وعرض محتوياتها، وهو ما يتوافق ونتائج الدراسة التحليلية التي قام بها الباحث والتي أكدت أن مواقع صحف عينة الدراسة يمتازون بسرعة ممتازة تمكن المستخدم من التجول في الموقع بكل سلاسة.
- جاءت الفقرة رقم (15) التي تضمنت " كثرة وجود الإعلانات أعاقت عملية تصفحي للموقع" في المرتبة الثانية عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.45) بانحراف معياري مقداره (0.67). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن كثرة وجود الإعلانات أعاقت عملية تصفحهم لمواقع الصحف. ويؤكد الباحث على ضرورة تقادي كثرة الإعلانات حتى لا تفقد مواقع الصحف مستخدميها.
- جاءت الفقرة رقم (03) التي تضمنت ساهم وضوح شريط المانشيت من تحفيزي على التفاعل " في المرتبة الثالثة عشر من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.44) بانحراف معياري (0.55). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن وضوح شريط المانشيت ساهم من تحفيزهم على التفاعل، إذ يعتبر من بين عناصر الجذب المهمة من خلال احتوائه لأهم المواضيع، مع تصميمه الفريد المتكون من صور وخط كبير يجعله بارزا للمستخدم ويشجعه على النقر عليه والدخول لقراءة مضامينه والتفاعل معها.
- جاءت الفقرة رقم (11) التي تضمنت "الوسائط المتعددة الموظفة لم تشجعي على التفاعل والمشاركة" في المرتبة الرابعة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.40) بانحراف معياري مقداره (0.60). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن الوسائط المتعددة الموظفة لم تشجعهم على التفاعل والمشاركة.

والوسائط المتعددة تمكن الصحف الالكترونية من إبراز المعاني في أشكال، وصور حية تمكن القارئ من التفاعل مع المواد المقدمة خاصة وأن الوسائط المتعددة لديها القدرة الكبيرة في الاستحواذ على المدارك

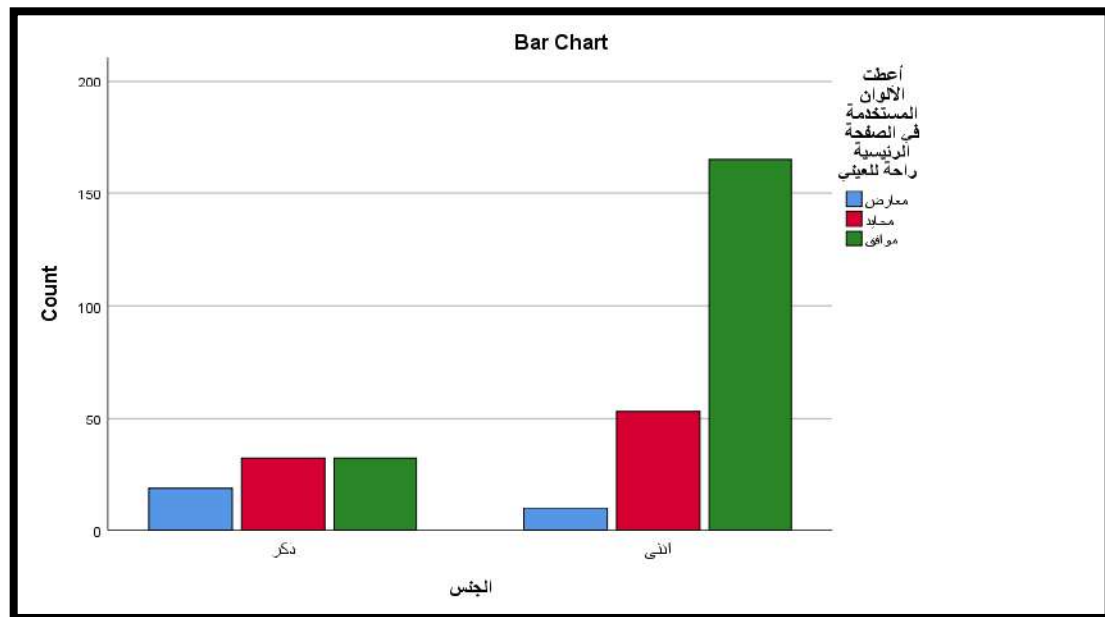
السمعية والبصرية وتتعلق الوسائط المتعددة في ذلك من القناعة بان الأنماط المرئية تمثل 80% من الأظر المرجعية المتكونة لدى الأفراد ولذا تسعى الوسائط المتعددة إلى تقديم المضامين بصور أكثر واقعية ، مما يسهل تعرض الأفراد لها ، ومن ثم تقلل الجهد المبذول لدى المتلقي في الحصول على المعلومات والأخبار ،حيث يمكن للمتلقي إدراك المعاني التي يعبر عنها باستخدام الوسائط المتعددة بمجرد الاطلاع عليها دون الحاجة إلى إعمال الذهن في القراءة (بن صالح العنزي، 2007). لذا يؤكد الباحث على ضرورة إيجاد تصميم للوسائط المتعددة يتكيف المضامين المقدمة ويكون سهل الفتح والوصول، مع ضرورة الاهتمام أكثر بتوظيفها رفقة المضامين.

- جاءت الفقرة رقم (14) التي تضمنت "عدم تجاوب الموقع مع المتصفح الذي استخدمه جعلني ابتعد عليه" في المرتبة الخامسة عشر من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.25) بانحراف معياري (0.76). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن عدم تجاوب الموقع مع المتصفح الذي استخدمه جعلني ابتعد عليه.
- ويرى الباحث التصميم المتجاوب مع مختلف المتصفحات يحقق يسر الاستخدام بالنسبة للمستخدم، والعكس يجعل المستخدم يبتعد عليه، بالتالي يجب في نظر الباحث تجريب الموقع من قبل المصممين والمطورين على مختلف المتصفحات الأكثر استعمالاً في العالم حتى يضمنوا عمله بشكل جيد.

رقم 87: يوضح اتجاه أفراد العينة نحو تحقيق الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية راحة للعين حسب متغير الجنس.

المجموع	أعطت الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية راحة للعيبي			الجنس	
	موافق	محايد	معارض		
83	32	32	19	ت	ذكر
26.7	10.3	10.3	6.1	%	
228	165	53	10	ت	انثى
73.3	53.1	17	3.2	%	
311	197	85	29	ت	المجموع
100.0	63.3	27.3	9.3	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 121: مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو تحقيق الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية راحة للعين حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن أفراد العينة موافقون على أن الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية أعطتهم راحة للعين، بتكرار بلغ 197 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 63.3%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 53.1% مقابل 10.3% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 85 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 27.3%، مثلوا فيها الاناث أيضا النسبة الأكبر بـ 17% مقابل 10.3% للذكور، فيما جاء المعارضون ثالثا من أفراد العينة بـ 29 مفردة من أصل 311، مثلوا فيها الذكور النسبة الأكبر بـ 6.1%

مقابل 3.2% للإناث.

ويرى الباحث الألوان من أهم العناصر الأساسية التي تشكل الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف، بل من أهم المعايير لتقييم هذه الصفحة، لذا يؤكد الباحث في هذا الإطار على عدم الاكتفاء بلون واحد في الصفحة الرئيسية لأن ذلك قد يرجع بشكل سلبي على أداء الموقع والاعتماد على تعدد الألوان وتنوعها حتى تساهم في صنع تحفة فنية من الموقع. كما أن ألوان الخلفية والنصوص، الروابط، الأيقونات، الصور، وغيرها يجب أن تكون متباينة مع بعضها البعض حتى تشكل وضوح بالنسبة للمستخدم، كاستخدام خلفية بيضاء مع نص أسود أو أزرق.

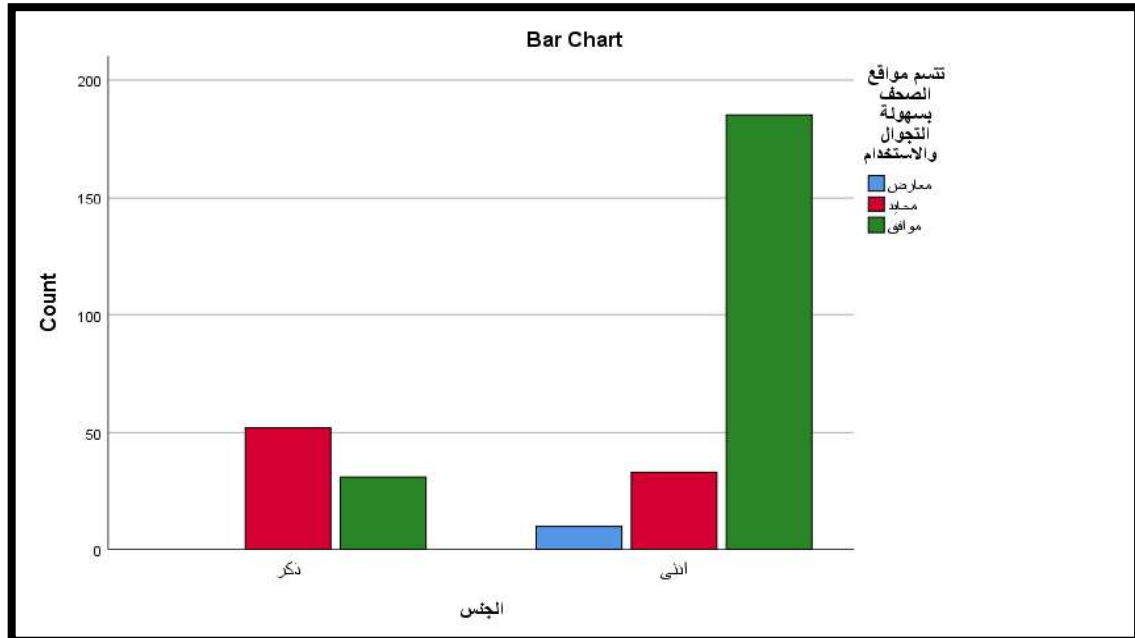
كما تؤثر الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف على تحفيز المستخدمين على رد فعل محددة بعدد نقرات معينة أو تفاعل مع الأخبار وما إلى ذلك. فما نسميه اللون هو ذلك التأثير الفسيولوجي الذي تحدثه الموجات الضوئية المختلفة على شبكة العين، وهنا تكمن المفارقة الخاصة باللون فبينما يوجد اللون من خلال الضوء، فإن الضوء نفسه يختلط بالألوان بالنسبة إلى العين البشرية. (عبد الحميد ش.، 2008)

والألوان بشكل عام مرتبطة ارتباط كبير بالمضامين والمحتويات المختلفة، كما تعكس هوية موقع الصحيفة واتجاهاته التحريرية، لذا يؤكد الباحث على ضرورة حرص مصممي الصحف على الاختيار الجيد والمدروس لألوان الصفحة الرئيسية بالتحديد لاعتبارها أول ما يشاهده المستخدم عند ولوجه لموقع الصحيفة.

رقم 88: يوضح اتجاه أفراد العينة نحو اتسام مواقع الصحف بسهولة التحوال والاستخدام حسب متغير الجنس.

المجموع	تتسم مواقع الصحف بسهولة التحوال والاستخدام			الجنس
	موافق	محايد	معارض	
83	31	52	0	ت
26.7	10.0	16.7	0	%
228	185	33	10	ت
73.3	59.5	10.6	3.2	%
311	216	85	10	ت
100	69.5	27.3	3.2	%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 122: مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو اتسام مواقع الصحف بسهولة التحوال والاستخدام حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن أفراد العينة موافقون على أن مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية تتسم بسهولة التحوال والاستخدام، بتكرار بلغ 216 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 69.5%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 59.1% مقابل 10% للذكور. بينما المحايدين من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 85 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 27.3%، مثلوا فيها الذكور النسبة الأكبر بـ 16.7% مقابل 10.6% للإناث، فيما جاء المعارضون ثالثا من أفراد العينة بـ 10 مفردة فقط من أصل 311، مثلوا فيها الاناث النسبة الاجمالية بـ 3.2%.

ويرى الباحث أن رضا المستخدم على موقع الصحيفة هو دليل واضح على مدى فاعلية التصميم في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية ونجاعته وملائمته للمستخدم، ويعكس أيضا التوزيع الجيد للعناصر التيبوغرافية المختلفة مع أسلوب الإخراج المعتمد مما يضفي جمالية وسلاسة في أثناء التحوّل للمستخدم. المحور الرابع: اقتراحات تحسين جودة الإخراج في الصحف الإلكترونية الجزائرية لتفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضمونها

اقتراحات تحسين جودة الإخراج بشكل عام في الصحف الإلكترونية الجزائرية

رابعا- اقتراحات تحسين جودة الإخراج بشكل عام في الصحف الإلكترونية الجزائرية:

يتكون البعد من فقرات كانت موزعة في الاستبانة وفقا للترتيب الآتي: (1-16)، ومن أجل تحليلها سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة موافقة أفراد العينة تجاه كل فقرة من فقراتها، والجدول الآتي يوضح ذلك:

الجدول رقم 89: يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد "اقتراحات تحسين جودة الإخراج بشكل عام في الصحف الإلكترونية الجزائرية".

الرقم	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
1	الاهتمام أكثر بالمظهر العام لمواقع الصحف باعتماد تصميم يحفز ويشجع على التفاعل	2.7910	.40725	3	موافق
2	التقليل من الإعلانات المزعجة التي تعيق عملية قراءة المضمين	2.7588	.42848	7	موافق
3	الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف بالمضمين	2.6463	.60932	11	موافق
4	تنسيق الصور وجعلها مناسبة مع حجم مختلف شاشات العرض	2.7878	.40954	6	موافق
5	التقليل من كثرة استخدام الألوان في الصفحة الرئيسية لراحة أكثر للعين	2.4566	.71654	16	موافق
6	الاعتماد على خط حصري مفهوم وواضح	2.6688	.52942	10	موافق

7	الاهتمام أكثر بالوسائط المتعددة من فيديوهات وبودكاست وأنفو جرافيك... الخ	2.6141	.59486	12	موافق
8	التقليل من استخدام الحركات العشوائية التي تساهم في عدم الاستجابة السريعة لمواقع الصحف	2.5981	.55288	13	موافق
9	العمل على تسريع الموقع لمنح استجابة سريعة للمستخدم	2.7878	.40954	5	موافق
10	تطوير أداة البحث داخل وخارج المواقع لتحقيق وصول سريع للمواضيع	2.6977	.51927	9	موافق
11	الابتعاد عن التوظيف المفرط للأيقونات داخل مواقع الصحف	2.5048	.62150	15	موافق
12	الاهتمام أكثر بعناصر الشخصية وإتاحتها للمستخدم بتصميم سهل وسريع	2.5691	.61241	14	موافق
13	إتاحة التعليق على المضامين دون طلب التسجيل	2.7910	.47997	4	موافق
14	القيام باستطلاعات رأي من خلال درجة رضا المستخدمين من تجربة استخدامهم لمواقع الصحف وسهولة الوصول إليها	2.6977	.52544	8	موافق
15	الاستفادة أكثر من التقنيات الحديثة للإخراج الإلكتروني التي تتيحها شبكة الانترنت	2.8264	.37940	1	موافق
16	تطوير مهارات مصممي ومحري مواقع الصحف من خلال المشاركة في دورات تدريبية لخبراء في مجال تصميم وتطوير المواقع	2.8199	.38486	2	موافق
					مرتفع
		2.68	0.11	/	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25

يتضح من خلال الجدول رقم 89 أن مستوى اقتراحات تحسين جودة الإخراج بشكل عام في الصحف الإلكترونية الجزائرية بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.68)، بانحراف معياري مقداره (0.11)، ووفقاً لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى نسبة قبول بدرجة موافق.

وكتعليق يمكننا القول بأن النتيجة تعتبر مؤشرا مهما يبرز أن أفراد العينة يدركون مدى أهمية تحسين جودة الإخراج بشكل عام في الصحف الإلكترونية الجزائرية من خلال عدة اقتراحات.

وانطلاقا من النتائج الواردة في الجدول أعلاه يمكننا ترتيب الفقرات المشكلة للبعد الخاص باقتراحات تحسين جودة الإخراج بشكل عام في الصحف الإلكترونية الجزائرية تنازليا من الاتجاه الأقوى إلى الأقل، وذلك بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الخاص بإجابات عينة الدراسة كما يلي:

▪ جاءت الفقرة رقم (15) التي تضمنت "الاستفادة أكثر من التقنيات الحديثة للإخراج الإلكتروني التي تتيحها شبكة الانترنت" في المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.82) بانحراف معياري مقداره (0.37). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة موافقون على أنه يجب على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية الاستفادة أكثر من التقنيات الحديثة للإخراج الإلكتروني التي تتيحها شبكة الانترنت.

ويؤكد الباحث على ضرورة تكييف تقنيات الانترنت مع مواقع الصحف الإلكترونية، فهي تتصف بالمرونة الكبيرة كونها وسيلة تفاعلية تجعل المستخدم شريك أساسي وفاعل في العملية الاتصالية، بالإضافة إلى كونها تتيح للصحف الإلكترونية الوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين في أنحاء العالم، وبالتالي يرى الباحث ضرورة تكيف الموقع مع كل منطقة جغرافية، حيث يظهر الموقع بعدة أشكال حسب رغبات وطبيعة الجمهور المعين، كتغيير اللغة، الإعلانات، المظهر العام للصفحة الرئيسية، مضامين مختلفة، وتقسيمات مختلفة وغيرها من التغييرات التصميمية التي تجعل المستخدم مهما كان بلده ولغته وثقافته يشعر بالانتماء للموقع.

▪ جاءت الفقرة رقم (16) التي تضمنت "تطوير مهارات مصممي ومحري مواقع الصحف من خلال المشاركة في دورات تدريبية لخبراء في مجال تصميم وتطوير المواقع" في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.81) بانحراف معياري مقداره (0.38). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن على مصممي ومحري مواقع الصحف تطوير مهاراتهم من خلال المشاركة في دورات تدريبية لخبراء في مجال تصميم وتطوير المواقع.

اذ يؤكد الباحث كل التأكيد على ضرورة تطوير مهارات مصممي مواقع الصحف وحتى المحررين من خلال أكاديميين ومطوري ويب وخبراء في هذا المجال من أجل التعرف على آخر التقنيات خصوصا

تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتكييفها مع مواقع الصحف، بالإضافة إلى التعرف على الثغرات الأمنية الشائعة وكيفية معالجتها وحمايتها.

وتساعد الدورات التكوينية المصمم والمحرر على إبقاء مواقع الصحف في حالة تطوير مستمر يواكب طموحات المستخدم ويجعله راض كل الرضا على أداء الموقع وشكله.

▪ جاءت الفقرة رقم (1) التي تضمنت الاهتمام أكثر بالمظهر العام لمواقع الصحف باعتماد تصميم يحفز ويشجع على التفاعل "في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.79) بانحراف معياري (0.40). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن ضرورة الاهتمام أكثر بالمظهر العام لمواقع الصحف باعتماد تصميم يحفز ويشجع على التفاعل.

ويرى الباحث أن على مصممي ومخرجي المواقع الصحفية الاعتماد على أشكال ورسومات وتقسيمات واضحة وبسيطة ذات ألوان جذابة تسهم في تشجيع المستخدم على التفاعل مع مختلف المضامين المقدمة.

▪ جاءت الفقرة رقم (13) التي تضمنت "اتاحة التعليق على المضامين دون طلب التسجيل" في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.79)، بانحراف معياري (0.47). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن من بين الاقتراحات التعديلية هي اتاحة التعليق على المضامين دون طلب التسجيل.

ويرى الباحث أن مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية تتيح إمكانية التعليق دون الحاجة إلى التسجيل، فالعملية تتطلب فقط الاسم والبريد الإلكتروني، وهي إجراءات تسهيلية حتى تمكن المستخدم من التفاعل بسهولة.

▪ جاءت الفقرة رقم (9) التي تضمنت "العمل على تسريع الموقع لمنح استجابة سريعة للمستخدم" في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.87) بانحراف معياري مقداره (0.40). وعليه يمكننا القول بأن افراد العينة موافقون على أن من بين اقتراحات تحسين الجودة العمل على تسريع الموقع لمنح استجابة سريعة للمستخدم.

ويرى الباحث أن على مشرفي ومصممي مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية الاعتماد على سيرفرات استضافة قوية تضمن للموقع الاستجابة السريعة، بالإضافة إلى تجنب الإكثار من الإضافات التطويرية والصور والفيديوهات ذات الحجم الكبير، مما يساهم ذلك في بطء الموقع أمام المستخدم.

■ جاءت الفقرة رقم (4) التي تضمنت "تنسيق الصور وجعلها مناسبة مع حجم مختلف شاشات العرض" في المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.78) بانحراف معياري مقداره (0.4). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أن تنسيق الصور وجعلها مناسبة مع حجم مختلف شاشات العرض من بين اقتراحات تحسين جودة الإخراج.

ويؤكد الباحث على ضرورة فلتر الصورة وتنسيقها ومعالجتها عن طريق برامج التصميم المختلفة كالفوتوشوب، حتى تلائم قالب الموقع المتكيف مع كل الأجهزة العارضة، سواء كانت أجهزة كومبيوتر، أو أجهزة هواتف ذكية أو لوحية.

■ جاءت الفقرة رقم (2) التي تضمنت التقليل من الإعلانات المزعجة التي تعيق عملية قراءة المضامين" في المرتبة السابعة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.75) بانحراف معياري (0.42). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أنه يجب التقليل من الإعلانات المزعجة التي تعيق عملية قراءة المضامين. إذ يؤكد الباحث على ضرورة تخصيص مكان واحد توضع فيه الإعلانات مما يضمن عدم ازعاج المستخدم أثناء تجوله في موقع الصحيفة.

■ جاءت الفقرة رقم (14) التي تضمنت "القيام باستطلاعات رأي من خلال درجة رضا المستخدمين من تجربة استخدامهم لمواقع الصحف وسهولة الوصول إليها" في المرتبة الثامنة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.69) بانحراف معياري مقداره (0.52). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة موافقون على أن ضرورة القيام باستطلاعات رأي من خلال درجة رضا المستخدمين من تجربة استخدامهم لمواقع الصحف وسهولة الوصول إليها.

اذ تعد استطلاعات الرأي أداة لتقييم مستوى التصميم ومدى رضا المستخدم على أداء الموقع، وبالتالي تطوير الموقع بما يتناسب مع رغبات المستخدمين لضمان استمرارية زيارتهم وتفاعلهم مع مختلف المضامين والمحتويات المقدمة.

- جاءت الفقرة رقم (10) التي تضمنت "تطوير أداة البحث داخل وخارج المواقع لتحقيق وصول سريع للمواضيع" في المرتبة التاسعة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.69) بانحراف معياري مقداره (0.51). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على أنه يجب تطوير أداة البحث داخل وخارج المواقع لتحقيق وصول سريع للمواضيع، ويقودنا ذلك الى ضرورة وضع تقنيات جديدة للبحث، كأداة البحث الصوتي بعدة لغات لتسهيل الوصول بسرعة للمضامين المختلفة داخل الموقع وخارجه، من خلال ربط محرك بحث الموقع بمحركات خارجية.
- جاءت الفقرة رقم (6) التي تضمنت "الاعتماد على خط حصري مفهوم وواضح" في المرتبة العاشرة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.66) بانحراف معياري (0.52). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على ضرورة الاعتماد على خط حصري مفهوم وواضح.
- ويشير الباحث إلى ان أغلب مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية تعتمد على خطوط مجانية من الانترنت وتوظفها في كتابة النصوص والعناوين المختلفة، وهنا يؤكد الباحث على ضرورة اختيار خط واحد فقط بعناية شديدة، يكون مفهوم وحروفه واضحة وحجمه مناسب للعين اثناء القراءة، مع التأكيد على عدم تغييره كل فترة وأخرى.
- جاءت الفقرة رقم (3) التي تضمنت "الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف بالمضامين" في المرتبة الحادية عشر من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.64)، بانحراف معياري (0.6). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على ضرورة الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف بالمضامين.
- ويعتمد أغلب مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية على الاتجاه الراسي في التصميم، والذي يمتاز بكثرة الموضوعات، لذا يؤكد الباحث على ضرورة ترشيد الموضوعات في الصفحة الرئيسية، من خلال ادراج المضامين المهمة والجديدة فقط، مما يشجع المستخدم على الدخول للموقع باستمرار كونه يوفر له الراحة والمرونة في التجوال.
- جاءت الفقرة رقم (7) التي تضمنت "الاهتمام أكثر بالوسائط المتعددة من فيديوها وبودكاست وأنفو جرافيك... الخ" في المرتبة الثانية عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ

المتوسط الحسابي المرجح لها (2.61) بانحراف معياري مقداره (0.59). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة موافقون على ضرورة الاهتمام أكثر بالوسائط المتعددة من فيديوهات وبودكاست وأنفو جرافيك... الخ.

ويرى الباحث أن الاهتمام بالوسائط المتعددة يأتي من خلال تخصيص قسم خاص بها يضم صحفيين ومصورين ومصممين مختصين في السمعي البصري، مع تخصيص الوسائط الداعمة كتقسيم خاص من بين تقسيمات الموقع الأخرى، مما يضمن جودة في أداء هذه الوسائط وبالتالي تحقيق أداء مميز للموقع الصحيفة.

■ جاءت الفقرة رقم (8) التي تضمنت "التقليل من استخدام الحركات العشوائية التي تساهم في عدم الاستجابة السريعة لمواقع الصحف" في المرتبة الثالثة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.59) بانحراف معياري مقداره (0.55). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على ضرورة التقليل من استخدام الحركات العشوائية التي تساهم في عدم الاستجابة السريعة لمواقع الصحف.

ويرى الباحث أن استخدام الحركات عادة ما يكون في السلايد شو الخاص بالمانشيت، أي الحركة في ظهور الشرائح التي تحمل أهم الأخبار في الصفحة الرئيسية، والتي تضفيه جمالا يجذب المستخدم، لكن الاكثار منها يشكل صعوبات في استجابة المانشيت أمام المستخدم.

لذا يؤكد الباحث على ضرورة تقليص الحركات في التصميم إلى الحد الأدنى للحفاظ على سرعة استجابة الموقع أمام المستخدم.

■ جاءت الفقرة رقم (12) التي تضمنت الاهتمام أكثر بعناصر الشخصية واتاحتها للمستخدم بتصميم سهل وسريع" في المرتبة الرابعة عشر من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.56) بانحراف معياري (0.61). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على ضرورة الاهتمام أكثر بعناصر الشخصية واتاحتها للمستخدم بتصميم سهل وسريع.

ولعل أبرز عناصر الشخصية التي يوصي بها الباحث، هي إتاحة التسجيل والعضوية في موقع الصحيفة، وذلك قصد ضمان انتماء المستخدم للموقع، وهو المنهج الذي تتبعه أغلب مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى خاصية غرف الدردشة ليتسنى للمستخدم التواصل مع مختلف المستخدمين ويتناقش معهم حول مختلف المضامين.

كذلك تفعيل عناصر التحكم بالتجوال، أي التحكم في خلفية الموقع، تكبير وتصغير الخط، إخفاء الإعلانات، ظهور الأخبار حسب تفضيلات المستخدم، أي مثلا مستخدم ما يميل للرياضة، فالموقع يتيح له الأخبار الرياضية في بداية الصفحة الرئيسية وذلك بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

■ جاءت الفقرة رقم (11) التي تضمنت "الابتعاد عن التوظيف المفرط للأيقونات داخل مواقع الصحف" في المرتبة الخامسة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.50) بانحراف معياري مقداره (0.62). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على ضرورة الابتعاد عن التوظيف المفرط للأيقونات داخل مواقع الصحف.

ويبرر الباحث استعمال الأيقونات في تصميم المواقع لغرض الاختصار وتسهيل التجوال، فمثلا بدلا من كتابة كلمة رجوع والتالي للتنقل بين الصفحات والمضامين يتم استعمال ايقونة سهم للمين وسهم للييسار بحجم صغير دلالة على ذلك. لكن يؤكد الباحث على ضرورة عدم الاكثار منها حتى يكون الموقع بسيط وسهل للاستخدام.

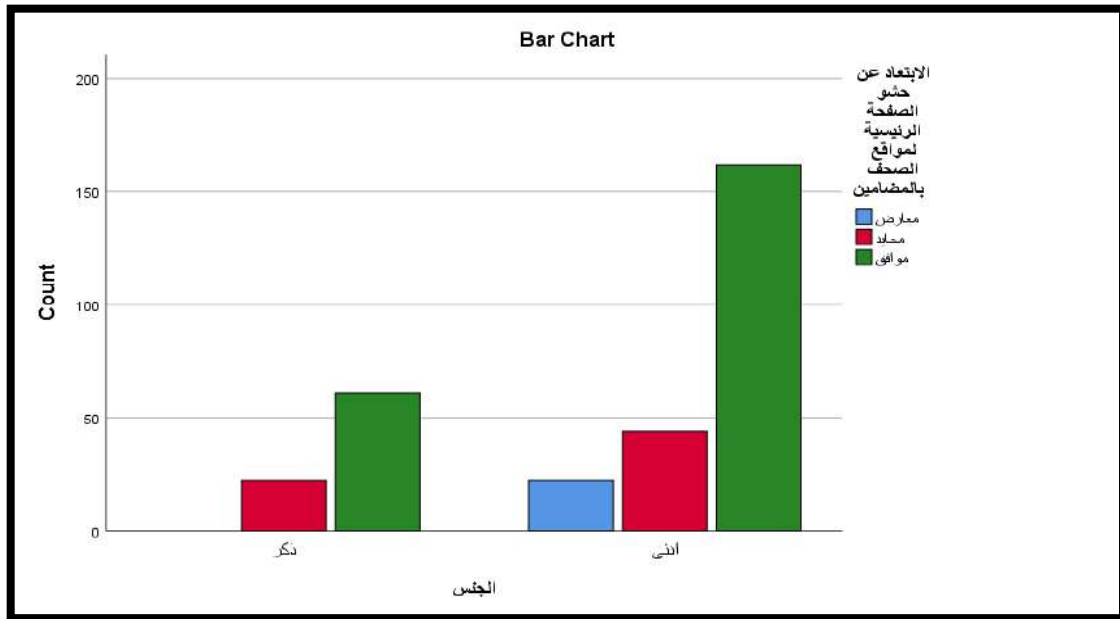
■ جاءت الفقرة رقم (5) التي تضمنت "التقليل من كثرة استخدام الألوان في الصفحة الرئيسية لراحة أكثر للعين" في المرتبة السادسة عشر من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.45) بانحراف معياري (0.71). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على ضرورة التقليل من كثرة استخدام الألوان في الصفحة الرئيسية لراحة أكثر للعين.

ويرى الباحث أن أهمية الألوان في تصميم مواقع الصحف بشكل عام والصفحة الرئيسية بشكل خاص كبيرة للغاية، حيث تضفي جمالا وتناسقا ووضوحا واتساقا للمستخدم وتساهم في جذبهم، لكن مع الانتباه لعدم الاكثار منها خصوصا على الصفحة الرئيسية حتى لا ينفّر المستخدم من الموقع بشكل كلي.

رقم 90: يوضح اتجاه افراد العينة نحو الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف بالمضامين حسب متغير الجنس.

المجموع	الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف بالمضامين			الجنس	
	موافق	محايد	معارض		
83	61	22	0	ت	ذكر
26.7	19.6	7.1	0	%	
228	162	44	22	ت	انثى
73.3	52.1	14.1	7.1	%	
311	223	66	22	ت	المجموع
100	71.7	21.2	7.1	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 123: مخطط بياني يوضح اتجاه افراد العينة نحو الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف بالمضامين حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن أفراد العينة موافقون على ضرورة الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الجزائرية بالمضامين، بتكرار بلغ 223 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 71.7%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 52.1% مقابل 19.6% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 66 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 21.2%، مثلوا

فيها الاناث أيضا النسبة الأكبر — 14.1% مقابل 7.1% للذكور، فيما جاء المعارضون ثالثا من أفراد العينة بـ 22 مفردة فقط من أصل 311، مثلوا فيها الاناث النسبة الاجمالية بـ 7.1%.

ويؤكد الباحث على ضرورة الابتعاد على عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بالمضامين والمحتويات المختلفة كالصور والإعلانات وغيرها، خصوصا أن أغلب مواقع الصحف تستخدم الأسلوب الرأسي في التصميم وبالتالي يكون الحشو بشكل مبالغ فيه نظرا لوجود المساحة.

ويفقد حشو الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة جمال تصميمها وتنظيمها، مما يجعل تجربة المستخدم للموقع مملة وبالتالي يأخذ انطباع سيئ وبالتالي عدم معاودة زيارته له، لذا وجب من المصممين الانتباه لهذه الثغرة وإبراز المواضيع المهمة فقط للمستخدم.

خامسا-اقتراحات تطوير الأدوات التطبيقية في الصحف الإلكترونية الجزائرية:

يتكون البعد من فقرات كانت موزعة في الاستبانة وفقا للترتيب الآتي: (01-06)، ومن أجل تحليلها سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة موافقة افراد العينة تجاه كل فقرة من فقراتها، والجدول الآتي يوضح ذلك:

الجدول رقم 91: يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد "اقتراحات تطوير الأدوات التطبيقية في الصحف الإلكترونية الجزائرية".

الرقم	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
01	ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف	2.8617	.34573	1	موافق
02	تصميم تطبيق يتيح للمستخدم التعليق الصوتي الفوري على المضامين	2.7331	.51069	5	موافق
03	تصميم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إمكانية فلترة التعليقات المتشابهة من حيث المحتوى	2.7203	.44960	4	
04	تصميم تطبيق يتيح للمستخدم البحث الصوتي في أرشيف المضامين	2.8617	.34573	2	موافق

05	تصميم تطبيق يتيح معرفة مصدر الصور المتضمنة رفقة المضامين	2.7621	.42651	3	موافق
06	تصميم تطبيق لموقع الصحيفة على متجري iOS و Android لتمكين المستخدم من الوصول الى المضامين من خلال الاشعارات	2.6881	.46401	6	موافق
					المستوى العام
		2.77	0.07	/	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25

يتضح من خلال الجدول رقم 91 أن مستوى اقتراحات تطوير الأدوات التطبيقية في الصحف الإلكترونية الجزائرية بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.77)، بانحراف معياري مقداره (0.07)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى نسبة قبول بدرجة موافق.

وكتعليق يمكننا القول بأن النتيجة تعتبر مؤشرا مهما يبرز أن افراد العينة يدركون مدى أهمية اقتراحات تطوير الأدوات التطبيقية في الصحف الإلكترونية الجزائرية.

وانطلاقا من النتائج الواردة في الجدول أعلاه يمكننا ترتيب الفقرات المشكلة للبعد الخاص باقتراحات تطوير الأدوات التطبيقية في الصحف الإلكترونية الجزائرية تنازليا من الاتجاه الأقوى إلى الأقل، وذلك بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الخاص بإجابات عينة الدراسة كما يلي:

- جاءت الفقرة رقم (01) التي تضمنت "ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف" في المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.86) بانحراف معياري مقداره (0.34). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة موافقون على ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف.

ويؤكد الباحث على ضرورة توجه مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بالاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحقيق تجربة أداء للمستخدم فريدة أثناء تصفحه للموقع، وكذلك تسهيل عملية تصميم وبناء المضامين.

- جاءت الفقرة رقم (04) التي تضمنت "تصميم تطبيق يتيح للمستخدم البحث الصوتي في أرشيف المضامين" في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط

الحسابي المرجح لها (2.86) بانحراف معياري مقداره (0.34). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على تصميم تطبيق يتيح للمستخدم البحث الصوتي في أرشيف المضامين. وتساعد هذه الأداة المستخدم في سهولة البحث وبشكل سريع عن طريق الكلام دون الكتابة.

■ جاءت الفقرة رقم (05) التي تضمنت "تصميم تطبيق يتيح معرفة مصدر الصور المتضمنة رفقة المضامين" في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.76) بانحراف معياري (0.42). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على تصميم تطبيق يتيح معرفة مصدر الصور المتضمنة رفقة المضامين. ويسمح هذا التطبيق للمستخدم للوصول إلى مكان وتاريخ نشر الصورة المستخدمة أول مرة، وبالتالي معرفة الجهة التي قامت بتصويرها وأخذها، وكذا تسمح له التعرف عليها من حيث أنها مزيفة أو حقيقة، حديثة أو من الأرشيف.

■ جاءت الفقرة رقم (03) التي تضمنت "تصميم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إمكانية فلترة التعليقات المتشابهة من حيث المحتوى" في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.72)، بانحراف معياري (0.44). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على تصميم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إمكانية فلترة التعليقات المتشابهة من حيث المحتوى.

ويؤكد الباحث على أهمية هذه الأداة التقنية والتي تسمح لمشرفي مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من فلترة ردود المستخدمين على المضامين، من خلال الحذف الآلي لكل تعليق يحمل سب أو شتم وكذلك التعليقات المتكررة أو الآلية التي لا يكون كتابها مستخدم حقيقي.

■ جاءت الفقرة رقم (02) التي تضمنت "تصميم تطبيق يتيح للمستخدم التعليق الصوتي الفوري على المضامين" في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.73) بانحراف معياري مقداره (0.51). وعليه يمكننا القول بأن أفراد العينة موافقون على تصميم تطبيق يتيح للمستخدم التعليق الصوتي الفوري على المضامين.

ويرى الباحث أن أداة التعليق الصوتي على المضامين تشجع المستخدمين على التفاعل نظرا لسهولة استخدامها وشكلها الجذاب، وتسمح أيضا بتواصل المستخدمين مع بعضهم وكأنهم في جلسة نقاش حول موضوع ما.

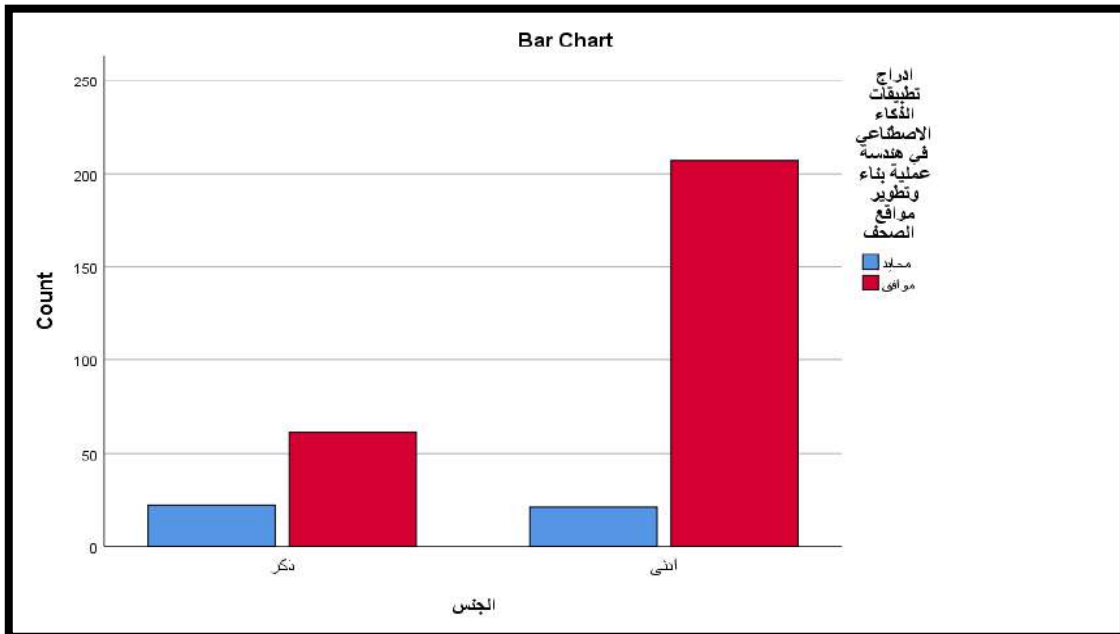
■ جاءت الفقرة رقم (06) التي تضمنت "تصميم تطبيق لموقع الصحيفة على متجري iOS و Android لتمكين المستخدم من الوصول الى المضامين من خلال الاشعارات" في المرتبة السادسة والأخيرة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.68) بانحراف معياري مقداره (0.46). وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة موافقون على تصميم تطبيق لموقع الصحيفة على متجري iOS و Android لتمكين المستخدم من الوصول الى المضامين من خلال الاشعارات.

ويرى الباحث أن بعض مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية على غرار "النهار أونلاين" بدأت في استعمال تطبيق لها يقدم للباحث الأخبار أول بأول من خلال الإشعارات كما في الفيس بوك، تويتر، الاميل وغيرها، وبالتالي تشجيع المستخدم على النقر مباشرة على الاشعار ودخوله لموقع الصحيفة وقراءة الخبر بشكل كامل. لذا يؤكد الباحث على الاستفادة من هذه التطبيقات لزيادة تفاعل المستخدمين مع مضامين الصحف الإلكترونية.

الجدول رقم 92: يوضح اتجاه افراد العينة نحو ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف حسب متغير الجنس.

المجموع	ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف		الجنس	
	موافق	محايد		
83	61	22	ت	ذكر
26.7	19.6	7.1	%	
228	207	21	ت	انثى
73.3	66.6	6.8	%	
311	268	43	ت	المجموع
100	86.2	13.8	%	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS 25



شكل رقم 124: مخطط بياني اتجاه افراد العينة نحو ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال قراءة بيانات الجدول رقم أن أفراد العينة موافقون على ضرورة ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، بتكرار بلغ 268 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 86.2%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 66.6% مقابل 19.6% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 33 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 13.8%، مثلوا فيها الذكور النسبة الأكبر بـ 7.1% مقابل 6.8% للإناث، فيما لم يعارض اطلاقاً

افراد العينة على العبارة.

ويرى الباحث أنه من الضروري توجه مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية الى الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي المختلفة، كـ Chabot's وهي أحد الوسائل المعتمدة لتحقيق التواصل بين مؤسسات الأعمال والجمهور المستهدفة، حيث أثبتت قدرتها على فتح مسارات جديدة للجهات المختلفة من خلال التواصل مع المستخدمين والمساعدة في زيادة شعبية تطبيقات المراسلة باستخدام التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي كما أنها تقدم طرقا جديدة في الوصول إلى الجمهور بسرعة وفاعلية أكبر مما يجعلها أحد الاستراتيجيات المبتكرة والمهمة لدى كثير من المؤسسات. (عزي، 2021)

بالإضافة إلى تقنية قصة الخبرة لكل مستخدم، أي عرض المضامين وفق لاهتمامات ورغبات المستخدم، وذلك من خلال تتبع اهتماماته في الموقع من خلال أكثر المواضيع التي نقر عليها، وبالتالي تظهر له في الأعلى، من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي الخاصة بتصنيف المحتوى الرقمي وتخصيصه للمستخدم وفق تفضيلاته وتنسيقها في قوالب مناسبة له.

وهناك العديد أيضا من الأدوات التي تساعد المحرر على غرار ChatGPT التي تسمح للصحفي بالحصول على إجابات أكثر دقة وملاءمة ومفيدة تلبي احتياجاته وتوقعاته من خلال طرح الأسئلة أو التوجيهات. أيضا أداة Automated Transcription Service التي تساعد المحرر بتفريغ المعلومات المجمعة بشكل أوتوماتيكي، أيضا أداة Prowritingaid التي تحسن النصوص والقواعد، أداة Ginger التي تسمح بتدقيق النصوص وتصحيح الأخطاء الإملائية، أداة Dall-e التي تسمح بإنشاء صور بناء على نص المضمون، أداة Soniox والتي تحول الصوت إلى نص، أداة Trint التي تحول المقابلات إلى نصوص، وغيرها العديد من الأدوات التي تسهل خدمة الصحفي وتضفي جمالا للتصميم العام للموقع تجعل المستخدم يتفاعل مع مضامين الموقع.

النتائج العامة للدراسة الميدانية:

- شكلت فئة الإناث النسبة الأكبر من أفراد العينة المبحوثين، بتكرار بلغ 228 بنسبة 73.3%، بينما الذكور بتكرار 83 وبنسبة 26.7%. وهذا راجع لطبيعة المجتمع الجامعي الجزائري وكذا طبيعة العينة التي اختارها الباحث والتي يطغى عليها توافد الإناث أكثر من الذكور.
- بينت نتائج الدراسة أن توزيع أفراد العينة حسب السن لم يكن متكافئاً، حيث نجد أفراد العينة من فئة 22-25 سنة تمثل في 157 مفردة بنسبة 50.5% وهي أعلى نسبة من المستخدمين مقارنة بالفئات الأخرى، ويعزو الباحث ذلك بمزاولة الطلاب لدراساتهم بشكل منتظم خلال مسيرتهم الدراسية، والأغلبية منهم لا يزاولون أعمال أخرى ولا يتحملون المزيد من الأعباء في هذه الفترة، مما يتوفر لديهم الوقت الذي يسمح لهم بمتابعة وتصفح مواقع الصحف الإلكترونية، ومثلت عينة الأفراد من 26-29 سنة النسبة التي تليها بـ 72 مفردة ممثلين بنسبة 23.2%، تليها الفئة العمرية أكبر من 29 سنة بنسبة قدرت بـ 14.5% من تكرارات اجابات المبحوثين وعلى الأغلب يرجع الباحث أن هذه الفئة تمثل الطلاب الحائزين على وظائف عمل ويهدفون إلى رفع مستواهم وتنمية معارفهم وأيضاً منهم المزاولين لدراساتهم في سن متقدمة عن طريق التعليم بالمراسلة، فيما جاءت أخيراً فئة من 18 إلى 21 سنة بنسبة 11.9%، وهي تمثل فئة الطلاب الذي يدرسون سنة أولى جذع مشترك علوم إنسانية.
- أوضحت الدراسة أن طلبة الطور ليسانس هم الأعلى حضوراً من بين الأطوار الأخرى، حيث تمثل في 193 مفردة بنسبة 62.05%، يليه طور الماستر النسبة التي تليها بـ 95 مفردة ممثلين بنسبة 30.54%، ليأتي في الأخير طلبة طور الدكتوراه حيث تمثل في 23 مفردة بنسبة 7.39%.
- كشفت الدراسة أن الطلاب الذين ليس لديهم إقامة جامعية جاءوا في المرتبة الأولى، وهم الأغلبية الكبيرة من ولاية قسنطينة مقر الجامعة محل الدراسة، حيث تمثل في 205 مفردة بنسبة 65.91%، ومثل الطلاب الذين لديهم إقامة جامعية وهم من ولايات أخرى ثانياً بـ 106 مفردة ممثلين بنسبة 34.08%.
- أوضحت الدراسة نرى أن أغلب الطلاب المبحوثين يتقنون اللغة العربية بشكل واضح، حيث تصدرت المرتبة الأولى كأعلى تكرارات بـ 208 مفردة ممثلة بنسبة 66.9%، وجاءت في المرتبة الثانية اللغة الانجليزية ممثلة بـ 73 مفردة ممثلة بنسبة 23.5%، وجاءت في المرتبة الأخيرة اللغة الفرنسية ممثلة بـ

30 مفردة وبنسبة 9.6%، وهي نسبة ضئيلة جدا رغم أن هناك العديد من المواقع الصحفية الجزائرية تنطق وتنتشر بها.

كشفت الدراسة أن أغلب الطلاب المبحوثين لا يعرفون سرعة الانترنت التي يستخدمونها، حيث تصدرت المرتبة الأولى كأعلى تكرارات بـ 217 مفردة ممثلة بنسبة 69.8%، وجاءت في المرتبة الثانية استخدام سرعة 2 جيجا ممثلة بـ 53 مفردة ممثلة بنسبة 17.0%، فيما جاءت ثالثا 1 جيجا ممثلة بـ 41 مفردة ممثلة بنسبة 13.2%.

بينت الدراسة أن الطلاب المبحوثين يطالعون الصحافة الإلكترونية في حالة وجود أحداث مهمة بشكل أساسي من بين الاختيارات الأخرى، حيث تمثلت في 150 مفردة بنسبة 48.2%، ومثل غير منتظم النسبة التي تليها بـ 121 مفردة ممثلين بنسبة 38.9%، وجاءت ثالثا يوميا بـ 21 مفردة بنسبة 6.8%، فيما جاءت في الأخيرة مرة في الأسبوع بـ 19 مفردة بنسبة 6.1%. ويمكن القول إن استخدام المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية والولوج إليها يعد جيدا الى حد ما.

كشفت الدراسة أن الطلاب المبحوثين يطالعون الصحافة الإلكترونية الجزائرية بدرجة أولى في حالة وجود أحداث مهمة، خاصة فئة الإناث الذين مثلوا نسبة مرتفعة نسبيا مقارنة بالذكور بتكرار بلغ 120 وبنسبة 38.6%، مقابل 30 تكرار وبنسبة 9.6% للذكور، أما فجاءت غير منتظمة ثانيا لدى الإناث بتكرار بلغ 98 ممثلين بنسبة 31.5%، مقابل تكرار 23 وبنسبة 7.4% للذكور، وجاءت ثالثا مرة في الأسبوع لدى الذكور بتكرار بلغ 19 مفردة وبنسبة 6.1%، فيما لم تهتم فئة الإناث بالولوج والمطالعة مرة واحدة فقط في الأسبوع، وهذا يدل لعدم التشقت والاهتمام الواضح لهن في متابعة الأخبار بشكل دائم ومستمر، و جاءت المطالعة بشكل يومي في المرتبة الأخيرة لدى الذكور والانات بنسب ضعيفة ومتقاربة، بنسبة 3.5% للذكور و3.2% للإناث.

أظهرت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يقضون أقل من ساعة في تصفحهم لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية وذلك بتكرار 270 وبنسبة بـ 86.8%، وهي مدة الإبحار الأكثر بين أفراد العينة حيث تمثل أغلبية العينة، في حين يقضي 13.2% من المبحوثين المقدر عددهم 41 من ساعة الى ساعتين.

كشفت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يتصفحون بدرجة أولى مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بحكم تخصصهم في علوم الإعلام والاتصال بتكرار بلغ 114 من أصل 311 وبنسبة بـ 36.7%، وهي نتيجة إيجابية لحد ما، تبرز مدى تعلق الطلاب المبحوثين بميدان تخصصهم من خلال عدة مقاييس

يدرسونها كمقياس فنيات التحرير الإلكتروني، مقياس إخراج الصحيفة الإلكترونية والمطبوعة وغيرها تدفع الطلاب للاطلاع والاحتكاك بمواقع الصحافة الإلكترونية بشكل مستمر يكسبهم مهارة في التعامل معها مستقبلا عند توظيفهم في المؤسسات الصحفية. فيما اختار 76 مفردة من اجمالي الباحثين بنسبة 24.4%، أن سبب تفضيلهم للصحافة الإلكترونية يعود لكونها بديلا عن الصحف المطبوعة، تلتها فئة أنها لا تكلف الكثير الجهد والمال بتكرار بلغ 61 بنسبة 19.6%، ونسبة 10.3% لفئة لا نها تصدر قبل الصحف المطبوعة، تليها في المرتبة الخامسة أن هامش الحرية لديها أكبر من الصحافة المطبوعة بتكرار بلغ 19 بنسبة 6.1%، وأخيرا حل خيار العمل في الصحافة الإلكترونية مستقبلا بتكرار بلغ 9 مفردات من اجمالي 311 بنسبة 2.9%.

- كشفت الدراسة أن 70.1% من الإناث يستخدمون الهاتف الذكي عند تصفح الصحافة الإلكترونية الجزائرية بمقابل 26.7% للذكور، وهذا ما يدل على أن فئة الإناث يبذلون اهتمام كبير للهواتف الذكية في عملية تصفح المواقع الإلكترونية الصحفية ومطالعة الأخبار، كونه يعد وسيلة جامعة لكل شي تقريبا وسهل الاستخدام ويمكن حمله بكل سهولة، والأمر ذاته ينطبق على فئة الذكور الذين لا يستخدمون جهاز كومبيوتر PC إطلاقا في عملية التصفح عكس الإناث الباحثين اللاتي عبر 10 منهن أنهم يستخدمون جهاز الكومبيوتر أثناء التصفح.
- توصلت الدراسة إلى أن جل الطلاب الباحثين يستخدمون وضع عرض الهاتف المحمول على متصفح الهاتف أثناء عملية مطالعة مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار عام بلغ 290 ونسبة فاقت 93.2%، موزعة بنسبة 66.6% للإناث مقابل 26.7% للذكور، وهو ما يدل على أن هذه المواقع توفر تصميم متجاوب مع كل الأجهزة القارئة مما يسمح للموقع بالتكيف مع الهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية وغيرها دون حدوث مشاكل تقنية، وهي نفس النتيجة التي توصل إليها الباحث في الدراسة التحليلية.

- كشفت الدراسة أن افراد العينة يستخدمون متصفح Google Chrome بشكل أساسي من بين المتصفحات الأخرى، ممثل بـ 273 مفردة وبنسبة اجمالية قدرت بـ 87.8%، ممثلة بـ 209 مفردة وبنسبة 67.2% للإناث و64 مفردة بنسبة 20.6% للذكور، وجاء متصفح Safari ثانيا بنسبة اجمالية 9.0%، ممثلة بـ 19 مفردة وبنسبة 6.1% للذكور و9 مفردة بنسبة 2.9% للإناث، فيما

اختار 10 اناث من اجمالي العينة متصفحات أخرى بنسبة اجمالية 3.2%، وهي نسبة ضئيلة جدا في ضل سيطرة متصفح Google Chrome.

■ بينت الدراسة أن جل الطلاب المبحوثين يستخدمون اللغة العربية بدرجة أولى أثناء عملية مطالعة مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار عام بلغ 260 ونسبة فاقت 83.6%، للإناث النصيب الأكبر بـ 206 مفردة بنسبة 66.2% والذكور ممثلين بـ 54 مفردة وبنسبة 17.4%. و ذلك لكون اللغة الرسمية في الجزائر هي العربية، وتكوين الطلاب في الجامعات أغلبه بالعربية، وأغلب مواقع الصحف الإلكترونية ناطقة بها، وجاءت اللغة الفرنسية ثانيا من حيث الاستخدام، بتكرار عام بلغ 39 ونسبة فاقت 12.5%، للذكور النصيب الأكبر بـ 29 مفردة بنسبة 9.3% والاناث ممثلين بـ 10 مفردات فقط وبنسبة 3.2%، فيما جاءت اللغة الإنجليزية في المرتبة الأخيرة من حيث استخدامها أثناء التصفح، بتكرار عام بلغ 12 ونسبة 3.9% للإناث، فيما الذكور من الطلاب لا يقرأون مواقع الصحف الجزائرية باللغة الإنجليزية، وذلك لضعفهم فيها بسبب عدم تكوينهم طوال حياتهم الدراسية بها.

■ بينت الدراسة أن جل الطلاب المبحوثين يتفاعلون مع مضامين مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بالتعليق والمشاركة على حد سواء بنسب متقاربة جدا. حيث حل التعليق على المضامين أولا في تفاعل المبحوثين بتكرار عام بلغ 156 ونسبة فاقت 85.2%، للإناث النصيب الأكبر بـ 123 مفردة بنسبة 39.5% والذكور ممثلين بـ 33 مفردة وبنسبة ضئيلة قدرت بـ 10.6%. فيما حلت مشاركة المضامين ثانيا بتكرار عام بلغ 155 ونسبة 49.8%، للإناث النصيب أيضا النصيب الأكبر بـ 105 مفردة بنسبة 33.8% والذكور ممثلين بـ 50 مفردة فقط بنسبة 16.1%.

■ كشفت الدراسة أن أغلب الطلاب المبحوثين يكتفون بالصفحة الأولى لموقع الصحيفة بتكرار 104 وهو الأعلى بين جميع الخيارات وممثلة بنسبة بـ 33.4%، وهذا الاهتمام يعود لكونها البوابة الرئيسية للدخول إلى تقسيمات الموقع الأخرى بالإضافة إلى أنها تختزل جل الخدمات التي يقدمها الموقع من أخبار وموضوعات وأدوات تفاعلية بشكل إخراجي مما يمنحها جاذبية ومرونة لدى المستخدم مقارنة بباقي الصفحات الداخلية الأخرى. وجاءت في المرتبة الثانية قراءة المبحوثين للمواضيع كاملة بتكرار بلغ 84 وبنسبة 27.3%، وهي نسبة إجابيه جدا في نظر الباحث تعكس مدى اهتمام الطلاب بالمضامين المقدمة والتعمق فيها من جهة، والتصميم الجيد للمشرفين على مواقع الصحف من جهة أخرى. وجاءت في المرتبة الثالثة في إجابات المبحوثين العناوين بتكرار بلغ 14 وبنسبة 13.2%،

ومقدمة المواضيع رابعا بتكرار بلغ 38 وبنسبة 12.2%، وتلتها في المرتبة الخامسة مشاهدة الفيديوهات بتكرار بلغ 33 بنسبة 10.6%، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة الاستماع الى البودكاست بتكرار بلغ 10 وبنسبة قدرت بـ 3.2%.

كشفت الدراسة أن الطلاب الجامعين يكتفوا بالصفحة الأولى، خاصة الإناث الذين مثلوا أكبر نسبة، قدرت بـ 22.8%، أما المرتبة الثانية تمثلت في قراءة المواضيع كاملة لدى الإناث بنسبة قدرت بـ 20.9% بمقابل 6.4% فقط للذكور، وجاءت في المرتبة الثالثة العناوين بنسبة اجمالية قدرت بنسبة 13.2%، موزعة بين 9.6% للإناث و3.5% للذكور، وجاءت في المرتبة الرابعة مقدمة المواضيع بنسبة اجمالية قدرت بنسبة 12.2%، موزعة بالتساوي بنسبة 6.1% بين الإناث وللذكور، أما المرتبة الخامسة والسادسة فتمثلت في مشاهدة الفيديوهات الاستماع الى البودكاست لدى الإناث بنسبة قدرت بـ 10.6% و3.2% على التوالي.

أوضحت الدراسة أن أغلب الطلاب المبحوثين يستخدمون بدرجة أولى خاصية تكبير وتصغير حجم صفحة العرض بتكرار بلغ 190 وبنسبة فاقت 61.1%، تليها فئة تكبير وتصغير حجم النص بتكرار بلغ 110 وبنسبة 35.4% وفي الأخير جاءت تغيير لون الخلفية بتكرار 11 وبنسبة 3.5%.

بينت الدراسة أن أسلوب عرض الموضوعات أكثر ما يجذب الطلاب المبحوثين في الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 83 وبنسبة فاقت 26.7%. وهذا راجع حسب رأي الباحث لكون الأسلوب الرأسي يناسب تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ويحقق للمستخدم راحة نظرا لأن ذلك يساعده على قراءة النصوص بشكل سلس. وجاءت ثانيا الوسائط المتعددة بتكرار بلغ 74 وبنسبة 23.8%، فيما جاءت ثالثا تصميم الصفحة الأولى بتكرار بلغ 72 وبنسبة 23.2%، واحتلت الأخبار المتحركة المرتبة الرابعة بتكرار بلغ 32 وبنسبة 10.3%، وجاءت سرعة تحميل الصفحة الأولى في المرتبة الخامسة بتكرار بلغ 21 وبنسبة 6.8%، وجاء سادسا شكل وحجم الخطوط بتكرار بلغ 18 وبنسبة 5.8%، فيما احتلت الألوان والصور المرتبة الأخيرة من بين الخيارات المعروضة للمبحوثين من طرف الباحث، بتكرار بلغ 11 وبنسبة 3.5%، وهي نسبة ضئيلة في نظر الباحث لكون الألوان والصور يعدان من العناصر التيبوغرافية التي يعتمد عليها مصممي مواقع الصحف الإلكترونية في عملية جذب المستخدمين وابقائهم أكبر قدر ممكن من الوقت على الموقع.

■ كشفت الدراسة أن الاناث من الطلاب المبحوثين يميلون أكثر إلى أسلوب عرض الموضوعات في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 72 من أصل 83 ونسبة فاقت 23.2%، مقابل تكرار 11 من أصل 83 للذكور ممثلين بنسبة 3.5%، وجاءت ثانيا بالنسبة للإناث الوسائط المتعددة بتكرار بلغ 43 ونسبة فاقت 13.8%، فيما حلت ثالثا تصميم الصفحة الأولى بتكرار بلغ 42 وبنسبة 13.5%، وجاءت كل من الأخبار المتحركة في المرتبة الرابعة مناصفة مع سرعة تحميل الصفحة بتكرار بلغ 21 ونسبة فاقت 6.8%، أما في المرتبة الخامسة شكل وحجم الخطوط بتكرار بلغ 18 وبنسبة 5.8%، وجاءت الألوان والصور في المرتبة الأخيرة بتكرار بلغ 11 وبنسبة 3.5%. أما بالنسبة لفئة الذكور فأكثر ما يشدهم ويجذبهم في الصحف الإلكترونية الجزائرية الوسائط المتعددة بتكرار بلغ 31 وبنسبة 10%، وثانيا تصميم الصفحة الأولى بتكرار بلغ 30 وبنسبة 9.6%، وجاءت كل من الأخبار المتحركة في المرتبة الرابعة مناصفة مع أسلوب عرض الموضوعات بتكرار بلغ 11 بنسبة 3.5%، فيما لم تجذبهم كليا كل من شكل وحجم الخطوط والألوان والصور وسرعة تحميل الصفحة.

■ أوضحت الدراسة أن تأثير مستوى الإخراج على تفاعل المبحوثين مع مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.65)، بانحراف معياري مقداره (0.19). ووفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى نسبة قبول بدرجة موافق. حيث جاءت الفقرة رقم (01) التي تضمنت " أسهم في تميزه في عرض المضامين بشكل واضح وبسيط " في المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.83) بانحراف معياري مقداره (0.36). وجاءت الفقرة رقم (02) التي تضمنت " ساعد في إمكانية الحصول على المعلومات بشكل سريع وفوري " في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.83) بانحراف معياري مقداره (0.63).. فيما جاءت الفقرة رقم (16) التي تضمنت سهل وجود الأرشيف الفوري من إمكانية استرجاع المضامين بشكل سريع، في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.83) بانحراف معياري (0.37). وجاءت الفقرة رقم (13) التي تضمنت " ساهم تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين المقدمة. " في المرتبة الرابعة

من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.75)، بانحراف معياري (0.43). جاءت الفقرة رقم (13) التي تضمنت " ساهم تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين المقدمة. " في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.75)، بانحراف معياري (0.43). وجاءت الفقرة رقم (19) التي تضمنت " زاد الأنفوجرافيك من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين " في المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.72) بانحراف معياري مقداره (0.51). وجاءت الفقرة رقم (04) التي تضمنت سهل أسلوب إخراج المضامين الصحفية طريقة الوصول إليها واسترجاعها " في المرتبة السابعة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.71) بانحراف معياري (0.51). وجاءت الفقرة رقم (03) التي تضمنت " زاد من تفاعلي مع المضامين وانجذابي إليها بشكل واضح " في المرتبة الثامنة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.70) بانحراف معياري مقداره (0.45). و جاءت الفقرة رقم (08) التي تضمنت " مكن وجود أكثر من لغة للقراءة في تفاعلي مع المضامين " في المرتبة التاسعة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.70) بانحراف معياري مقداره (0.52). و جاءت الفقرة رقم (15) التي تضمنت ساهمت قلة الإعلانات في وجود راحة أثناء قراءة المضامين " في المرتبة العاشرة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.70) بانحراف معياري (0.58). و جاءت الفقرة رقم (09) التي تضمنت " أسهمت أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها بتوفير راحة بصرية أثناء القراءة " في المرتبة الحادية عشر من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.69)، بانحراف معياري (0.46). و جاءت الفقرة رقم (05) التي تضمنت " أسهمت وضوح الصور بمواصلة قراءتي للمضامين " في المرتبة الثانية عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.68) بانحراف معياري مقداره (0.46). و جاءت الفقرة رقم (17) التي تضمنت " ساهمت الخدمات البريدية (النشرة البريدية، خدمة RSS، ... الخ) من الحصول على المعلومات بشكل فوري ودون جهد " في المرتبة الثالثة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.65) بانحراف

معياري مقداره (0.53). و جاءت الفقرة رقم (14) التي تضمنت سهل وجود العناصر التواصلية من مشاركتي للمضامين على مختلف منصات التواصل الاجتماعي " في المرتبة الرابعة عشر من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.65) بانحراف معياري (0.59). و جاءت الفقرة رقم (11) التي تضمنت " أسهمت وجود خانة التعليق في زيادة تفاعلي مع المضامين " في المرتبة الخامسة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.62) بانحراف معياري مقداره (0.54). و جاءت الفقرة رقم (12) التي تضمنت سهلت الفواصل الموضوعية بين المضامين (بياض، خطوط متقطعة... الخ) التمييز بين المواضيع وعدم التشتت أثناء القراءة " في المرتبة السادسة عشر من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.58) بانحراف معياري (0.65). و جاءت الفقرة رقم (10) التي تضمنت "ساعدت ألوان المضامين على قراتي الكاملة للمواضيع دون تشتت أثناء القراءة" في المرتبة السابعة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.58) بانحراف معياري مقداره (0.64). و جاءت الفقرة رقم (06) التي تضمنت " أسهمت النصوص الفائقة في توفير مصادر متنوعة حول ما ينشر من مضامين وأحداث " في المرتبة الثامنة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.57) بانحراف معياري مقداره (0.49). و جاءت الفقرة رقم (07) التي تضمنت تداخل النصوص والصور شتت عملية قراءتي للمضامين " في المرتبة الأخير من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.91) بانحراف معياري (0.78).

- كشفت الدراسة أن أفراد العينة موافقون على أن أسلوب الإخراجي المضامين الصحفية سهل عليهم طريقة الوصول إليها واسترجاعها بتكرار بلغ 213 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 74.3%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 60.5% مقابل 13.8% للذكور، بينما المحايدين من أفراد العينة شكلوا 71 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 22.8%، مثلوا فيها الذكور النسبة الأكبر بـ 12.9% مقابل 10% للذكور، وبلغ المعارضون من أفراد العينة تكرار 9 من الاناث وبنسبة 2.9% بينما لم يعارض الذكور اطلاقا.
- أظهرت الدراسة أن أفراد العينة موافقون على مساهمة وضوح الصور في مواصلتهم لعملية قراءة المضامين في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 213 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 68.5%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 54.7% مقابل 13.8% للذكور. بينما المحايدين

من أفراد العينة شكلوا 98 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 31.6%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 18.6% مقابل 12.9% للذكور، فيما لم يعارض أفراد العينة العبارة اطلاقا.

■ كشفت الدراسة أن أفراد العينة موافقون على مساهمة أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها بتوفير راحة بصرية لهم أثناء القراءة في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 216 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 69.5%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 55.9% مقابل 13.5% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة شكلوا 95 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 30.5%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 17.4% مقابل 13.2% للذكور، فيما لم يعارض أفراد العينة العبارة اطلاقا.

■ بينت الدراسة أن مستوى المعينات التي واجهت المستخدمين اثناء قراءة مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.37)، بانحراف معياري مقداره (0.18)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى نسبة قبول بدرجة موافق. حيث جاءت الفقرة رقم (06) التي تضمنت " كثرة إعلانات Ads by google وحجبها للمضامين في المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.65) بانحراف معياري مقداره (0.53). وجاءت الفقرة رقم (01) التي تضمنت " ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.58) بانحراف معياري مقداره (0.67). وجاءت الفقرة رقم (08) التي تضمنت عدم اتاحة خاصية تحميل البيانات وملفات الملتيميديا والملفات الأخرى بسهولة في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.50) بانحراف معياري (0.63). وجاءت الفقرة رقم (07) التي تضمنت "عدم اتاحة وسائط التواصل (بريد الكتروني للموقع، بريد الكتروني للمحررين، غرف دردشة) مع محرري المضامين" في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.44)، بانحراف معياري (0.67). وجاءت الفقرة رقم (08) التي تضمنت "وجود عناصر الملتيميديا على روابط خارجية وليس على الموقع" في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.44) بانحراف معياري مقداره (0.62). وجاءت الفقرة رقم (10) التي تضمنت "الرسائل القافزة الفجائية فوق المضامين" في المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.42) بانحراف معياري مقداره (0.71). وجاءت الفقرة رقم (02) التي تضمنت "عدم وجود خاصية التحكم في حجم خط كتابة المضامين" في المرتبة السابعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.27) بانحراف معياري (0.72). وجاءت الفقرة رقم (03) التي

تضمنت "عدم وجود خاصية التحكم في خلفية الموقع لتغيير الوضع (ليلي نهاري) أثناء القراءة" في المرتبة الثامنة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.19) بانحراف معياري مقداره (0.79). وجاءت الفقرة رقم (04) التي تضمنت "عدم تجاوب تصميم مواقع الصحف مع اللوحات الرقمية والهواتف الذكية" في المرتبة التاسعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.14) بانحراف معياري مقداره (0.75). وجاءت الفقرة رقم (05) التي تضمنت عدم وجود نصوص فائقة مدعمة للمضامين" في المرتبة العاشرة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.12) بانحراف معياري (0.80).

- كشفت الدراسة أن أفراد العينة موافقون على أن ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة يعيق عملية قراءتهم لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 214 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 68.8%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 45.3% مقابل 23.5% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 65 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 20.9%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 17.7% مقابل 3.2% للذكور، فيما جاء المعارضون ثالثا من أفراد العينة بـ 32 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 10.3% للإناث.
- أوضحت الدراسة أن أفراد العينة موافقون على أن كثرة إعلانات Ads by google يعيق عملية قراءتهم لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية وتحجبها بتكرار بلغ 214 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 68.8%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 49.2% مقابل 19.6% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 87 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 28%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 20.9% مقابل 7.1% للذكور، فيما جاء المعارضون ثالثا من أفراد العينة بـ 10 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية ضئيلة قدرت بـ 3.2% للإناث.
- بينت الدراسة أن أفراد العينة موافقون على مساهمة تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعلهم بشكل واضح مع المضامين المقدمة في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 234 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 75.2%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 57.9% مقابل 17.4% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة شكلوا 77 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 24.8%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 15.44% مقابل 9.3% للذكور، فيما لم يعارض أفراد العينة العبارة اطلاقا.
- كشفت الدراسة أن مستوى أثر العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية على تفاعل المستخدمين معها بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.55)، بانحراف معياري مقداره (0.12)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى نسبة قبول بدرجة موافق. حيث جاءت الفقرة رقم (01) التي

تضمنت "سأهم اتجاه وأسلوب تصميم الصفحة الرئيسية من انجذابى للموقع وتكرار الدخول الىه" فى المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابى المرجح لها (2.69) بانحراف معيارى مقداره (0.45). وجاءت الفقرة رقم (07) التى تضمنت "سأهم وضوح الصور ودقتها فى زيادة قراءتى لمحتويات الموقع" فى المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابى المرجح لها (2.69) بانحراف معيارى مقداره (0.52). وجاءت الفقرة رقم (02) التى تضمنت "تنسّم مواقع الصحف بسهولة التجوال والاستخدام" فى المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابى المرجح لها (2.66) بانحراف معيارى (0.54). وجاءت الفقرة رقم (12) التى تضمنت "أاحة الموقع مشاركة المضامى عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعى شجعتنى على التفاعل" فى المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابى المرجح لها (2.66)، بانحراف معيارى (0.47). وجاءت الفقرة رقم (04) التى تضمنت "سأهم تحديث شريط الأخبار العاجلة فى دخولى للموقع بشكل متكرر" فى المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابى المرجح لها (2.66) بانحراف معيارى مقداره (0.54). وجاءت الفقرة رقم (08) التى تضمنت "سأعدنى وضوح الأيقونات الموجودة فى الصفحة الرئيسية من التجول بأريحية" فى المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابى المرجح لها (2.62) بانحراف معيارى مقداره (0.48). وجاءت الفقرة رقم (09) التى تضمنت "سأعدنى شكل تصميم أداة البحث فى الوصول للمعلومة بكل سهولة" فى المرتبة السابعة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابى المرجح لها (2.59) بانحراف معيارى مقداره (0.49). وجاءت الفقرة رقم (05) التى تضمنت "سأعد تصميم قائمة التصنيفات من سهولة عملى تصفى للموقع" فى المرتبة الثامنة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابى المرجح لها (2.54) بانحراف معيارى مقداره (0.66). وجاءت الفقرة رقم (06) التى تضمنت "أعطت الألوان المستخدمة فى الصفحة الرئيسية راحة للعينى" فى المرتبة التاسعة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابى المرجح لها (2.54) بانحراف معيارى (0.66). وجاءت الفقرة رقم (10) التى تضمنت "نوع الخطوط وأحجامها سأعدنى على عملية قراءة المضامى بكل سهولة" فى المرتبة العاشرة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابى المرجح لها (2.50)، بانحراف معيارى (0.65). وجاءت الفقرة رقم (13) التى تضمنت "تتماز الصفحة الأولى بسرعة فى التحميل وعرض محتوياتها" فى المرتبة الحادية عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابى المرجح لها (2.49) بانحراف معيارى مقداره (0.56). وجاءت

الفقرة رقم (15) التي تضمنت " كثرة وجود الإعلانات أعاقت عملية تصفحي للموقع" في المرتبة الثانية عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.45) بانحراف معياري مقداره (0.67). وجاءت الفقرة رقم (03) التي تضمنت ساهم وضوح شريط المناشيت من تحفيزي على التفاعل " في المرتبة الثالثة عشر من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.44) بانحراف معياري (0.55). وجاءت الفقرة رقم (11) التي تضمنت "الوسائط المتعددة الموظفة لم تشجعي على التفاعل والمشاركة" في المرتبة الرابعة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.40) بانحراف معياري مقداره (0.60). وجاءت الفقرة رقم (14) التي تضمنت "عدم تجاوب الموقع مع المتصفح الذي استخدمه جعلني ابتعد عليه" في المرتبة الخامسة عشر من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.25) بانحراف معياري (0.76).

- أوضحت الدراسة أن أفراد العينة موافقون على أن الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية أعطتهم راحة للعين، بتكرار بلغ 197 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 63.3%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 53.1% مقابل 10.3% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 85 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 27.3%، مثلوا فيها الاناث أيضا النسبة الأكبر بـ 17% مقابل 10.3% للذكور، فيما جاء المعارضون ثالثا من أفراد العينة بـ 29 مفردة من أصل 311، مثلوا فيها الذكور النسبة الأكبر بـ 6.1% مقابل 3.2% للإناث.
- بينت الدراسة أن أفراد العينة موافقون على أن مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية تتسم بسهولة التحوال والاستخدام، بتكرار بلغ 216 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 69.5%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 59.1% مقابل 10% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 85 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 27.3%، مثلوا فيها الذكور النسبة الأكبر بـ 16.7% مقابل 10.6% للإناث، فيما جاء المعارضون ثالثا من أفراد العينة بـ 10 مفردة فقط من أصل 311، مثلوا فيها الاناث النسبة الاجمالية بـ 3.2%.
- أوضحت الدراسة أن مستوى اقتراحات تحسين جودة الإخراج بشكل عام في الصحف الإلكترونية الجزائرية بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.68)، بانحراف معياري مقداره (0.11)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى نسبة قبول بدرجة موافق. حيث جاءت الفقرة رقم (15) التي تضمنت "الاستفادة أكثر من التقنيات الحديثة للإخراج الإلكتروني التي تتيحها شبكة الانترنت" في المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.82) بانحراف معياري مقداره (0.37). وجاءت الفقرة رقم (16) التي تضمنت "تطوير مهارات مصممي

ومحري مواقع الصحف من خلال المشاركة في دورات تدريبية لخبراء في مجال تصميم وتطوير المواقع" في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.81) بانحراف معياري مقداره (0.38). وجاءت الفقرة رقم (1) التي تضمنت الاهتمام أكثر بالمظهر العام لمواقع الصحف باعتماد تصميم يحفز ويشجع على التفاعل "في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.79) بانحراف معياري (0.40). وجاءت الفقرة رقم (13) التي تضمنت "اتاحة التعليق على المضامين دون طلب التسجيل" في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.79)، بانحراف معياري (0.47). وجاءت الفقرة رقم (9) التي تضمنت "العمل على تسريع الموقع لمنح استجابة سريعة للمستخدم" في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.87) بانحراف معياري مقداره (0.40). وجاءت الفقرة رقم (4) التي تضمنت "تنسيق الصور وجعلها مناسبة مع حجم مختلف شاشات العرض" في المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.78) بانحراف معياري مقداره (0.4). وجاءت الفقرة رقم (2) التي تضمنت التقليل من الإعلانات المزعجة التي تعيق عملية قراءة المضامين" في المرتبة السابعة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.75) بانحراف معياري (0.42). وجاءت الفقرة رقم (14) التي تضمنت "القيام باستطلاعات رأي من خلال درجة رضا المستخدمين من تجربة استخدامهم لمواقع الصحف وسهولة الوصول إليها" في المرتبة الثامنة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.69) بانحراف معياري مقداره (0.52). وجاءت الفقرة رقم (10) التي تضمنت "تطوير أداة البحث داخل وخارج المواقع لتحقيق وصول سريع للمواضيع" في المرتبة التاسعة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.69) بانحراف معياري مقداره (0.51). وجاءت الفقرة رقم (6) التي تضمنت "الاعتماد على خط حصري مفهوم وواضح" في المرتبة العاشرة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.66) بانحراف معياري (0.52). وجاءت الفقرة رقم (3) التي تضمنت "الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف بالمضامين" في المرتبة الحادية عشر من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.64)، بانحراف معياري (0.6). وجاءت الفقرة رقم (7) التي تضمنت "الاهتمام أكثر بالوسائط المتعددة من فيديوهات وبودكاست وأنفو جرافيك... الخ" في المرتبة الثانية عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.61) بانحراف معياري مقداره (0.59).

وجاءت الفقرة رقم (8) التي تضمنت "التقليل من استخدام الحركات العشوائية التي تساهم في عدم الاستجابة السريعة لمواقع الصحف" في المرتبة الثالثة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.59) بانحراف معياري مقداره (0.55). وجاءت الفقرة رقم (12) التي تضمنت الاهتمام أكثر بعناصر الشخصية واتاحتها للمستخدم بتصميم سهل وسريع" في المرتبة الرابعة عشر من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.56) بانحراف معياري (0.61). وجاءت الفقرة رقم (11) التي تضمنت "الابتعاد عن التوظيف المفرط للأيقونات داخل مواقع الصحف" في المرتبة الخامسة عشر من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.50) بانحراف معياري مقداره (0.62). وجاءت الفقرة رقم (5) التي تضمنت "التقليل من كثرة استخدام الألوان في الصفحة الرئيسية لراحة أكثر للعين" في المرتبة السادسة عشر من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.45) بانحراف معياري (0.71).

■ أوضحت الدراسة أن أفراد العينة موافقون على ضرورة الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الجزائرية بالمضامين، بتكرار بلغ 223 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 71.7%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 52.1% مقابل 19.6% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 66 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 21.2%، مثلوا فيها الاناث أيضا النسبة الأكبر بـ 14.1% مقابل 7.1% للذكور، فيما جاء المعارضون ثالثا من أفراد العينة بـ 22 مفردة فقط من أصل 311، مثلوا فيها الاناث النسبة الاجمالية بـ 7.1%.

■ بينت الدراسة أن مستوى اقتراحات تطوير الأدوات التطبيقية في الصحف الإلكترونية الجزائرية بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.77)، بانحراف معياري مقداره (0.07)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى نسبة قبول بدرجة موافق. حيث جاءت الفقرة رقم (01) التي تضمنت "ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف" في المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.86) بانحراف معياري مقداره (0.34). وجاءت الفقرة رقم (04) التي تضمنت "تصميم تطبيق يتيح للمستخدم البحث الصوتي في أرشيف المضامين" في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.86) بانحراف معياري مقداره (0.34). وجاءت الفقرة رقم (05) التي تضمنت "تصميم تطبيق يتيح معرفة مصدر الصور المتضمنة رفقة المضامين" في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.76) بانحراف معياري (0.42). وجاءت الفقرة رقم (03) التي تضمنت "تصميم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في

إمكانية فلترة التعليقات المتشابهة من حيث المحتوى" في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.72)، بانحراف معياري (0.44). وجاءت الفقرة رقم (02) التي تضمنت "تصميم تطبيق يتيح للمستخدم التعليق الصوتي الفوري على المضامين" في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.73) بانحراف معياري مقداره (0.51). وجاءت الفقرة رقم (06) التي تضمنت "تصميم تطبيق لموقع الصحيفة على متجري iOS و Android لتمكين المستخدم من الوصول الى المضامين من خلال الإشعارات" في المرتبة السادسة والأخيرة من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.68) بانحراف معياري مقداره (0.46).

■ أوضحت الدراسة رقم أن أفراد العينة موافقون على ضرورة ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، بتكرار بلغ 268 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 86.2%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 66.6% مقابل 19.6% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 33 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 13.8%، مثلوا فيها الذكور النسبة الأكبر بـ 7.1% مقابل 6.8% للإناث، فيما لم يعارض اطلاقا افراد العينة على العبارة.

توصيات ومقترحات الدراسة

من خلال استعراض الباحث لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة في شقيها التحليلي والميداني، يمكن له أن يخلص إلى مجموعة من التوصيات والمقترحات التي قدم تسهم في تطوير تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، وهي كما يلي:

أ. التوصيات:

- على المخرجيين القائمين على المواقع الصحفية إجراء استفتاءات لاختبار يسر الاستخدام واتجاهات المستخدمين نحو طريقة تصميم الموقع والمضامين وتفضيلات القراء الإخراجية لها.
- يجب على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية الاعتماد بصورة كبيرة على الوسائط المتعددة لكون المستخدم يبحث عن مقاطع الفيديو والصور للأحداث بدلا من قراءة الأخبار كنص فقط.
- يجب على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية أن تهتم بصورة أكبر بوسائط الاتصال والتواصل بين المستخدمين وتوفير بريد الكتروني للصحفيين والموقع وتفعيل خدمة الاستجابة عبر البريد الإلكتروني.
- ضرورة إضافة العديد من الخيارات التفاعلية أمام المستخدم، مثل: (تعدد اللغات، وتسجيل المستخدم في الموقع، التحكم في الخلفيات، التحكم في حجم الخط... الخ)، بالإضافة إلى تطوير واجهة المستخدم لتناسب احتياجاته.
- ضرورة إضافة وتوفير ملفات الإنفو جراف التفاعلي والخرائط التفاعلية بمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، خاصة ما تعلق بالقضايا والموضوعات الحساسة في الساحة المحلية والدولية.
- ضرورة تدريب المصممين للمحررين بمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية على الإشراف الكامل على عملية وضع المضامين والمواد المرافقة لها من وسائط متعددة ونصوص فائقة و مواد جرافيكية.
- ضرورة تبنى مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي لتوظيفها في تحقيق تفاعلية المستخدم.
- زيادة الاهتمام بصحافة المواطن وإتاحة الفرصة قدر الإمكان لمشاركة المستخدمين بإنتاج المضامين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بصورة، أو ملف صوتي وفيديو، أو المشاركة بخبر، وفق السياسة التحريرية لكل صحيفة.

- وضع رؤية استشرافية لتطوير بنية مواقع الصحف الجزائرية بشكل عام من حيث تطبيقات الويب المتقدمة، والأكواد واللغات البرمجية، والأدوات التفاعلية، لتواكب المتغيرات الحاصلة في ظل تطورات الميتافيرس والويب المتجسد.

ب. المقترحات:

يقترح الباحث جملة من النقاط التي يمكن إجراء موضوعات بحثية فيما يخص تقنيات إخراج وبناء مواقع الصحف التفاعلية وأدوات الذكاء الاصطناعي وكيفية دمجها معها، وهي كالتالي:

- ما تأثير لغات البرمجة التفاعلية على الأساليب الإخراجية لمواقع الصحف الإلكترونية في ظل استخدام أدوات الويب المتجسد؟
- ما حدود العلاقة بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وتفاعل المستخدمين مع ما تقدمه مواقع الصحف الإلكترونية من مضايمين؟
- هل توجد علاقة ارتباطية بين درجة يسر استخدام مواقع الصحف الإلكترونية ومعدل رضا ورغبة المستخدم في تكرار الدخول له.
- هل ستؤثر أدوات الذكاء الاصطناعي على نمط العملية التفاعلية بين المستخدمين، وأقسام وإدارات المواقع الصحفية وطريقة عملها؟
- ما حدود العلاقة بين استخدام مواقع الصحف الإلكترونية للتطبيقات الذكية وزيادة تفاعل المستخدمين مع مضايمينها؟
- كيف يتم الحفاظ على خصوصية المستخدم في مواقع الصحف الإلكترونية في ظل وجود أدوات الويب المتجسد؟

خاتمة

مكنتنا هذه الدراسة من محاولة الإجابة على مختلف التساؤلات الفرعية التي تم طرحها، والتي انطلقت من صلب التساؤل الرئيس الذي يتمحور حول دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية، وفي هذا السياق دفعت هذه الأسئلة بالباحث إلى إثارة محاور دقيقة، تصل به إلى الإجابة الفعلية لجملة التساؤلات المطروحة، وذلك وفقا لما تقتضيه أصول البحث العلمي المتعارف عليها، ومن هنا توضح للباحث أن هذه الدراسة تشكل بالفعل انطلاقة جادة، عبر إثارة مشكلة بحثية مستجدة، ومتغيرات تمتاز بأنها متعددة المفاهيم والأدوار.

وتوصلت الدراسة التحليلية والتي استهدفت أربعة مواقع لصحف إلكترونية جزائرية هي: "الشعب أونلاين"، "سبق برس"، "الجزائر الآن" و "competition" إلى جملة من النتائج والتي تعد كإجابات للتساؤلات الفرعية التي وضعها الباحث.

ففي إجابة للسؤال الأول الذي يتعلق بالمكونات التركيبية العامة لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، تبين لنا بأن كل مواقع الصحف عينة الدراسة لديهم توطين على Domain محلي dz، وأن كلهم قد احتوت صفحاتهم الرئيسية على رأس وجسم وذيل (Header, Body, Footer)، بالإضافة لاحتوائهم على مختلف Programming Language على غرار لغة HTML، JavaScript، CSS، و PHP في بناء مواقعها الإلكترونية من أبسط صفحات الويب الثابتة الى بناء تطبيقات الويب المعقدة.

كما تبين أن موقع صحيفة "الشعب أونلاين" هو الأطول بين مواقع صحف عينة الدراسة، حيث بلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية 1261 Pixel في عرض بلغ 300 Pixel، كما هو موضح في الأشكال رقم 17/16/15/14، يليه موقع صحيفة "الجزائر الآن" حيث بلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية 1243 Pixel في عرض بلغ 213 Pixel، فيما جاء ثالثا موقع صحيفة "سبق برس" حيث بلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية 1181 Pixel في عرض بلغ 220 Pixel، وجاء في المرتبة الرابعة موقع صحيفة "competition" كأقصر طول بين مواقع صحف عينة الدراسة.

هذا وتصدر موقع صحيفة "الشعب أونلاين" من حيث First Contentful Paint بـ 0.8 ثانية كوقت يستغرقه المتصفح في عرض المحتويات الخاصة بالموقع، فيما احتلت بقية مواقع عينة الدراسة المرتبة الثانية بـ 0.9 ثانية، بينما تصدر موقع صحيفة "الجزائر الآن" من حيث Speed Index بـ 0.9 ثانية كوقت مستغرق لتحميل محتويات الصفحة الرئيسية أمام المستخدم، فيما جاء ثانيا موقع صحيفة "الشعب أونلاين" بـ 1.1 ثانية، وجاء موقع صحيفة "competition" ثالثا بـ 1.4 ثانية، وموقع صحيفة "سبق برس" في المرتبة الأخيرة بـ 1.5 ثانية، فيما تصدر تصدر موقع صحيفة "competition" من حيث

Cumulative Layout Shift — 0 ثانية كوقت للتغيرات في حركة العناصر التراكمية على الصفحة الرئيسية، فيما جاء ثانياً موقع صحيفة "الجزائر الآن" — 0.01 ثانية، وجاء موقع صحيفة "سبق برس" ثالثاً بـ 0.19 ثانية، وموقع صحيفة "الشعب أونلاين" في المرتبة الأخيرة بـ 0.27 ثانية.

وكإجابة للسؤال الثاني الذي يتعلق بأدوات التصميم البنائية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، تبين لنا أن مواقع صحف "الشعب أونلاين" و"الجزائر الآن" و "competition" يعتمدون على أسلوب البوابة (Gate style) في إخراج الصفحة الرئيسية لمواقعهم، وذلك بنسبة 100% لكل موقع، طيلة فترة الدراسة، بينما يعتمد موقع صحيفة "سبق برس" على الأسلوب المختلط (Mixed Style) في إخراج الصفحة الرئيسية وذلك بنسبة 100%، ويتفق كل مواقع الصحف عينة الدراسة على الاتجاه الراسي لأسلوب الإخراج المعتمد.

هذا وتقرّد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" من بين مواقع صحف عينة الدراسة باستخدام قائمة تفرعية، بينما اعتمدت المواقع البقية على القائمة الثابتة، بينما اتفقت كل مواقع الصحف على اعتماد نوع الشريط المتعدد الأحداث Slide Show أعلى وسط الصفحة الرئيسية كمان له مع الحجم الكبير، أي بعرض الصفحة.

كما اتفقت كل صحف مواقع عينة الدراسة على اعتماد الصور ذات الحجم الصغير بشكل أساسي في الصفحات الرئيسية والصور ذات الحجم المتوسط في الصفحات الداخلية مع مضامينها طيلة فترة الدراسة، ويعد موقع صحيفة "سبق برس" الأكثر من بين مواقع صحف عينة الدراسة استعمالاً للصور الصغيرة في الصفحة الرئيسية بنسبة 83.95%، وموقع صحيفة "الشعب أونلاين" الأكثر من بين مواقع صحف عينة الدراسة استعمالاً للصور المتوسطة في الصفحات الداخلية بنسبة 99.62%، مع اعتمادهم على استخدام الصور الموضوعية بشكل أساسي مع المضامين.

وتبين لنا أيضاً سيطرة اللون الأبيض بمقدار سداسي عشري #ffffff لأرضيات للصفحات الداخلية لمواقع صحف الدراسة بنسبة 100%، وسيطرة اللون الأسود بمختلف تدرجاته اللونية بشكل أساسي في كتابة عناوين المضامين في الصفحات الداخلية بنسبة 100%، حيث استعمل موقعي صحيفي "الشعب أونلاين" و "سبق برس" اللون الأسود بمقداره السداسي العشري #f33383، وموقع صحيفة "الجزائر الآن" استعمله بمقدار #f2f2f2، بينما موقع صحيفة "competition" استعمله بمقدار #000000.

كما تبين لنا اختلاف أنواع الخطوط المعتمدة في كتابة المضامين في مواقع صحف عينة الدراسة، حيث نجد موقع صحيفة "الشعب أونلاين" يعتمد خط Almarai، بينما موقع صحيفة "سبق برس" يعتمد خط Jazeera، وموقع صحيفة "الجزائر الآن" يعتمد خط Droid Arabic Kufi، فيما موقع صحيفة "competition" يعتمد خط Balboa.

واعتمدت مواقع صحف الدراسة بشكل أساسي على مقاطع الفيديو كوسائط داعمة طيلة فترة الدراسة، حيث جاء موقع "الشعب أونلاين" أولاً بتكرار بلغ 125 وبنسبة 85.61%، يليه موقع صحيفة "سبق برس" بتكرار بلغ 33 وبنسبة 100%، وجاء ثالثاً موقع صحيفة "الجزائر الآن" بتكرار بلغ 15 وبنسبة 100%، فيما حل رابعاً موقع صحيفة "competition" بتكرار بلغ 06 وبنسبة 100%، كما تعتمد مواقع صحف الدراسة بشكل أساسي على المساحة الفارغة كعنصر فصل بين الموضوعات في الصفحة الرئيسية، عدا موقع صحيفة "سبق برس" التي تعتمد بشكل أساسي على عنصر الإطارات.

وكإجابة للسؤال الثالث الذي يتعلق بالعناصر البنائية المعلوماتية والتفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، تبين لنا أن كل مواقع صحف عينة الدراسة تقدم خدمة البحث داخل الموقع بشكل بسيط، بالاعتماد على شكل الأيقونة في تصميمه، عدا موقع صحيفة "سبق برس" الذي جاء على عن شكل كتابة.

كما تفرد موقع صحيفة "competition" في إتاحة خدمة النشرة البريدية بنسبة 100%، لمستخدميه فيما لم تتيح خدمة RSS من بين كل مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة التي غابت فيها كليا العناصر البريدية. وانفرد موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و "سبق برس" بتوفير خدمات تفاعلية للمستخدمين كالتعليق على المضامين ومشاركتها وحتى طباعتها، بينما اكتفى موقعي صحيفتي "الجزائر الآن" و "competition" بخدمة مشاركة المضامين فقط، مع إهمال تام لباقي الخدمات التفاعلية الأخرى خصوصا خدمة التعليق، مع إتاحة كل المواقع لمشاركة المضامين الصحفية أمام المستخدمين عبر أغلب منصات التواصل الاجتماعي.

كما تبين أن كل مواقع صحف عينة الدراسة يستخدمون عناصر الاتصال الشخصي بنسبة بلغت 18.75%، وتفرد موقع صحيفة "سبق برس" من بين كل المواقع بإتاحة البريد الإلكتروني للمحررين لمستخدميه بتكرار بلغ 216 وبنسبة 94.73%، وبريد الصحيفة بتكرار بلغ 12 وبنسبة 5.26%.

ويستخدم كل مواقع صحف عينة الدراسة عناصر تعدد الخيارات بنسبة بلغت 20%، وأدوات تخفيف الجهد عن المستخدمين بنسبة اجمالية بلغت 25%، وهي نسب متواضعة.

وتوصلت الدراسة الميدانية والتي استهدفت طلبة كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة صالح بوبنيدر قسنطينة3-الجزائر إلى جملة من النتائج والتي تعد كإجابات للتساؤلات الفرعية التي وضعها الباحث.

ففي إجابة للسؤال الأول الذي يتعلق بدوافع اتجاهات الطلاب الجامعين نحو التصفح والتفاعل مع مضامين الصحافة الإلكترونية الجزائرية، تبين لنا أن الطلاب المبحوثين يطالعون الصحافة الإلكترونية في حالة وجود أحداث مهمة بشكل أساسي من بين الاختيارات الأخرى، حيث تمثلت في 150 مفردة بنسبة 48.2%، ومثل غير منتظم النسبة التي تليها بـ 121 مفردة ممثلين بنسبة 38.9%، وجاءت ثالثا يوميا بـ 21 مفردة بنسبة 6.8%، فيما جاءت في الأخيرة مرة في الأسبوع بـ 19 مفردة بنسبة 6.1%. كما أن جل الطلاب المبحوثين يتفاعلون مع مضامين مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بالتعليق والمشاركة على حد سواء بنسب متقاربة جدا. حيث حل التعليق على المضامين أولا في تفاعل المبحوثين بتكرار عام بلغ 156 ونسبة فاقت 85.2%، للإناث النصيب الأكبر بـ 123 مفردة بنسبة 39.5% والذكور ممثلين بـ 33 مفردة وبنسبة ضئيلة قدرت بـ 10.6%. فيما حلت مشاركة المضامين ثانيا بتكرار عام بلغ 155 ونسبة 49.8%، للإناث النصيب أيضا النصيب الأكبر بـ 105 مفردة بنسبة 33.8% والذكور ممثلين بـ 50 مفردة فقط بنسبة 16.1%.

وتبين أن أسلوب عرض الموضوعات أكثر ما يجذب الطلاب المبحوثين في الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 83 وبنسبة فاقت 26.7%، وجاءت ثانيا الوسائط المتعددة بتكرار بلغ 74 وبنسبة 23.8%، فيما جاءت ثالثا تصميم الصفحة الأولى بتكرار بلغ 72 وبنسبة 23.2%، واحتلت الأخبار المتحركة المرتبة الرابعة بتكرار بلغ 32 وبنسبة 10.3%، وجاءت سرعة تحميل الصفحة الأولى في المرتبة الخامسة بتكرار بلغ 21 وبنسبة 6.8%، وجاء سادسا شكل وحجم الخطوط بتكرار بلغ 18 وبنسبة 5.8%، فيما احتلت الألوان والصور المرتبة الأخيرة من بين الخيارات المعروضة للمبحوثين من طرف الباحث، بتكرار بلغ 11 وبنسبة 3.5%.

وإجابة للسؤال الثاني الذي يتعلق بالأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية وأثرها في اتجاهات انقرايتها من طرف الطلاب الجامعيين، تبين لنا أن تأثير مستوى الإخراج على تفاعل المبحوثين مع مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.65)، بانحراف معياري

مقداره (0.19)، حيث جاءت "أسهم في تميزه في عرض المضامين بشكل واضح وبسيط" في المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.83) بانحراف معياري مقداره (0.36). وجاءت "ساعد في إمكانية الحصول على المعلومات بشكل سريع وفوري" في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.83) بانحراف معياري مقداره (0.63). فيما جاءت الفقرة رقم (16) التي تضمنت سهل وجود الأرشيف الفوري من إمكانية استرجاع المضامين بشكل سريع، في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.83) بانحراف معياري (0.37). وجاءت "ساهم تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين المقدمة." في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.75)، بانحراف معياري (0.43).

ووافق أفراد العينة على أن أسلوب الإخراجي المضامين الصحفية سهل عليهم طريقة الوصول إليها واسترجاعها بتكرار بلغ 213 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 74.3%، مثلوا فيها الإناث النسبة الأكبر بـ 60.5% مقابل 13.8% للذكور، بينما المحايدون من أفراد العينة شكلوا 71 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 22.8%، مثلوا فيها الذكور النسبة الأكبر بـ 12.9% مقابل 10% للذكور، وبلغ المعارضون من أفراد العينة تكرار 9 من الإناث وبنسبة 2.9%.

كما عبروا أيضا عن موافقتهم على مساهمة وضوح الصور في مواصلتهم لعملية قراءة المضامين في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتكرار بلغ 213 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 68.5%، مثلوا فيها الإناث النسبة الأكبر بـ 54.7% مقابل 13.8% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة شكلوا 98 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 31.6%، مثلوا فيها الإناث النسبة الأكبر بـ 18.6% مقابل 12.9% للذكور.

وكإجابة للسؤال الثالث الذي يتعلق بمقترحات تحسين جودة الإخراج في الصحف الإلكترونية الجزائرية لتفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامينها، تبين لنا أن مستوى المعوقات التي واجهت المستخدمين أثناء قراءة مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية بلغ متوسط حسابه للإجابات (2.37)، بانحراف معياري مقداره (0.18)، حيث جاءت "كثرة إعلانات Ads by google وحجبها للمضامين في المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.65) بانحراف معياري مقداره (0.53). وجاءت "ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.58)

بانحراف معياري مقداره (0.67)، وجاءت "عدم اتاحة خاصية تحميل البيانات وملفات الملتيميديا والملفات الأخرى بسهولة" في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة لدى عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.50) بانحراف معياري (0.63).

كما عبر أفراد العينة على ضرورة الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الجزائرية بالمضامين، بتكرار بلغ 223 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 71.7%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 52.1% مقابل 19.6% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 66 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 21.2%، مثلوا فيها الاناث أيضا النسبة الأكبر بـ 14.1% مقابل 7.1% للذكور، فيما جاء المعارضون ثالثا من أفراد العينة بـ 22 مفردة فقط من أصل 311، مثلوا فيها الاناث النسبة الاجمالية بـ 7.1%.

ودفع أفراد العينة بضرورة ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، بتكرار بلغ 268 من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 86.2%، مثلوا فيها الاناث النسبة الأكبر بـ 66.6% مقابل 19.6% للذكور. بينما المحايدون من أفراد العينة في المرتبة الثانية بـ 33 مفردة من أصل 311 وبنسبة اجمالية قدرت بـ 13.8%، مثلوا فيها الذكور النسبة الأكبر بـ 7.1% مقابل 6.8% للإناث.

وكإجابة عامة عن التساؤل الرئيس الذي يبحث في دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية الجزائرية، يمكن القول أن هناك أثر واضح للشكل الإخراجي لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية على جذب انتباه المستخدمين لها وبالتالي اقبالهم على المضامين المقدمة، أي أن هناك علاقة تكاملية بين استخدام تقنيات الإخراج المختلفة التقليدية والإلكترونية في بناء مواقع الصحف وزيادة مقروئية المستخدمين للمضامين وتفاعلهم معها، وتبرر هذه النتيجة استنادا إلى ما تم رصده من تأثير للعناصر التيبوغرافية المستخدمة في تصميم وإخراج المضامين على المستخدمين.

وتبقى في النهاية، هذه الدراسة حلقة من سلسلة حلقات البحث العلمي المستمرة والمتواصلة في هذا المجال الإلكتروني، والتي سعت إلى البحث والتحري عن جوانب مهمة في عملية تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من خلال توظيف العناصر التيبوغرافية المختلفة والأدوات التقنية التي تسهم في تحقيق يسر الاستخدام للمستخدم أثناء قراءته لمختلف المضامين المقدمة، حيث وصلت إلى نتائج يمكن أن تكون بداية لمواضيع بحثية أخرى، تتطرق إلى جوانب مختلفة لم يتسنى لنا التفصيل فيها.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر:

القرآن الكريم.

المراجع العربية:

الموسوعات والمعاجم:

الفيروز أباذي. (1995). القاموس المحيط. بيروت: دار الكتب العلمية.

مجمع اللغة العربية. (2005). المعجم الوسيط (المجلد 5). القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.

محمد منير حجاب. (2003). الموسوعة الإعلامية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

مختار عمر أحمد. (2000). المعنز الكبير، معجم شامل للمجالات والمترادفات والمتضادات. عمان: عالم الكتب للنشر والتوزيع.

الكتب:

إبراهيم بعزیز. (2012). الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة. الجزائر: دار الكتاب الحديثة.

إبراهيم حيدر خضر. (2018). الميديا مفهومها وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي. القاهرة: المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية.

أحمد بن مرسل. (2003). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

أحمد عادل درويش. (2020). التفاعلية والإدمان الرقمي في الإعلام الجديد. القاهرة: المكتبة العصرية.

أحمد عادل عبد الفتاح. (2018). التفاعلية والإدمان الرقمي في الإعلام الجديد. القاهرة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

أحمد فرج أحمد. (2010). تقنيات الويب 0.2 وتوظيف تطبيقاتها في مؤسسات المعلومات. الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، تونس، الصفحات 02-16.

أشرف فهمي خوجة. (2007). المدخل إلى الإخراج الصحفي والطباعة. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

انتصار رسمي. (2004). تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية. عمان: دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع.

انتصار رسمي. (2004). تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية. عمان: دار وائل للنشر.

اندردهال برايان ، و اندردهال كيث . (2001). الانترنت بايبل. (دار الفاروق، المترجمون) القاهرة: دار الفاروق.

أولجا جوديس بيلي. (2009). فهم الإعلام البديل. (علا أحمد صلاح، المترجمون) القاهرة، مصر: مجموعة النيل العربية.

أوما سيكران. (1998). طرق البحث في الإدارة: مدخل بناء المهارات البحثية. الرياض: جامعة الملك سعود.

باد سميت ، و بيباك آرثر . (2006). إنشاء صفحات الويب. Creating Web Pages: (خالد العامري، المحرر) القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

بسنت العباوي. (2011). الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت. جدة : مكتبة خوارزم العلمي.

تريا البيدي. (2005). مستخدم الإنترنت: قراءة في نظريات الإعلام الجديد ومناهجه. القاهرة: عالم الكتب.

- جمال عبد ناموس القيسي. (2013). الأخبار في الصحافة الإلكترونية: موقعا BBC العربية وإيلاف أنموذجا. بغداد: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- جمعة حمد حلمي. (1999). أساسيات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و المالية و الإدارية. عمان: دار الصفاء للنشر.
- حسني محمد نصر. (2003). الانترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية. العين: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- حسني محمد نصر. (2004). الانترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- حسني محمد نصر. (2013). وسائل الإعلام الجديدة، أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية. الكويت: مكتبة الفلاح.
- حسني محمد نصر. (2013). وسائل الإعلام الجديدة، أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية. الكويت: مكتبة الفلاح.
- حسني شفيق. (2009). التصميم الجرافيكي في وسائل الإعلام والإنترنت. القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- حسني شفيق. (2010). الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية. القاهرة: دار فكر وفن.
- حسني شفيق. (2010). الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت. دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، الصفحات 11-27.
- حسني شفيق. (2022). المواقع الإخبارية الإلكترونية. القاهرة: دار فكر وفن.
- حسين علي إبراهيم الفلاحي. (2017). الكتابة الصحفية الفاعلة والتحرير الصحفي الناجح: عرض للأساليب الحديثة في كتابة الأخبار والتقارير الصحفية وتحريرها. العين: دار الكتاب الجامعي.
- حسين موسى بيري. (2014). فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية دراسة تحليلية. عمان: غيداء للنشر تاريخ النشر.
- حلمي محاسب. (2007). إخراج الصحف الإلكترونية على الإنترنت: دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافيتين المصرية والأمريكية (المجلد 1). القاهرة: دار العلوم والنشر.
- حلمي محمود محاسب. (2007). إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت (المجلد 1). القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.
- خليفة عبد اللطيف. (2011). علم النفس الاجتماعي. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر.
- خليل محمود ، و شريف اللبان. (2002). اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي (المجلد ط1). القاهرة، مصر: دار العربي للنشر والتوزيع.
- ديفيد كارلينز. (2008). كيف تصميم موقع ويب بنفسك. القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع.
- رشدي أحمد طعيمة. (2004). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- رضا أمين عبد الواحد. (2015). الإعلام الجديد. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- رضا عبد الواحد أمين. (2007). الصحافة الإلكترونية (المجلد 1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- رضا عبد الواحد أمين. (2007). النظريات العلمية في مجال العلمية الإلكترونية. القاهرة: د ن.
- روجر ويتير. (2013). مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي (المجلد 1). (صالح أبو أصبع فاروق منصور، المترجمون) بيروت: المنظمة العربية للترجمة.
- زيد سليمان. (2009). الصحافة الإلكترونية. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

- زيد منير سليمان. (2009). الصحافة الالكترونية (المجلد 1). عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- زيد منير سليمان. (2009). الصحافة الالكترونية. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- سامية محمد جابر. (د.س.). منهجيات البحث الاجتماعي والإعلامي. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
- سعاد سطحي، و ناصر سلمان. (د.س.). منهجية إعداد البحث العلمي في العلوم الإنسانية والإسلامية. قسنطينة: دار السلام للنشر والتوزيع.
- سعيد الغريب. (2009). التقاطعية في الصحف العربية على الإنترنت. الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد. المنامة: جامعة البحرين.
- سمير محمد حسن. (1991). بحوث الإعلام الأسس والمبادئ. القاهرة: عالم الكتب.
- سمير محمد حسن. (1991). تطبيقات في مناهج البحث العلمي. القاهرة: عالم الكتب.
- سمير محمد حسين. (1983). تحليل المضمون (المجلد 1). القاهرة: عالم الكتب.
- السيد بخيت. (2000). الصحافة الالكترونية العربية إلى أين؟ القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- شاكر عبد الحميد. (2008). الفنون البصرية وعبقرية الإدراك. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- الشركة المصرية لونجمان. (2004). الإنترنت. بيروت: مكتبة لبنان.
- شريف اللبان. (2005). الصحافة الإلكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- شفيق حسنين . (2009). الإخراج الصحفي الإلكتروني، التجهيزات الفنية (المجلد 1). القاهرة، مصر: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- شفيق حسنين. (2009). إخراج الصحف الالكترونية على شبكة الانترنت. القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر.
- طه عبد العاطي نجم. (2015). مناهج البحث الإعلامي (المجلد 1). الإسكندرية: دار كلمة للنشر والتوزيع.
- عامر إبراهيم قندلجي. (2008). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. عمان: دار البازوري.
- عباس حسن. (2012). الصحفي الإلكتروني. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- عبد الأمير الفيصل. (2005). الصحافة الالكترونية في الوطن العربي. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- عبد الأمير الفيصل. (2014). مدخل في صحافة الانترنت. أبوضبي: دار الكتاب الجامعي.
- عبد الباسط محمد عبد الوهاب. (2005). استخدام تكنولوجيا اتصال في الانتاج الإذاعي والتلفزيوني. القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.
- عبد الباقي زيدان. (1974). وسائل وأساليب الاتصال. القاهرة: المكتبة الأنجلو مصرية.
- عبد الحميد بسيوني. (2007). الوسائط المتعددة. القاهرة: دار النشر للجامعات.
- عبد الرزاق محمد الدليمي . (2021). مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد. مصر: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- عبد الصبور فاضل. (2014). صناعة الأخبار في عصر تكنولوجيا الاتصال. حلوان: دار عطا الله للطباعة والنشر.
- عبد العالي رزاق. (2014). المهنة صحفي محترف: قوانين الإعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية، التجاوزات في الممارسة المهنية. الجزائر: دار هومة.
- عبد الغفار رشاد القصيبي. (2004). مناهج البحث في العلوم السياسية. القاهرة: مكتبة الآداب.

- عبد الفتاح أحمد عادل. (2018). التفاعلية والاندماج الرقمي في الإعلام الجديد (المجلد ط1). القاهرة، مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
- عبد القادر بن عبد الله. (2001). الانترنت للمستخدم العربي. الرياض: مكتبة العبيكان.
- عبد الله سليمان. (1973). المنهج وكتابة تقرير البحث في العلوم السلوكية. القاهرة: المكتبة الأنجلو مصرية.
- عبد المحسن حامد أحمد عقيلة. (2015). الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري (المجلد 1). المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
- عبد العزيز خالد الشريف. (2014). الإعلام الإلكتروني . دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.
- عز عبد الفتاح. (2008). مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام (SPSS 25) الرياض: خوارزم العلمية للنشر والتوزيع.
- عصمت عدلي. (2001). علم الاجتماع الأمني. القاهرة: دار الجامعة الإسكندرية.
- علي عبد الفتاح كنعان. (2007). الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- علي عبد الفتاح كنعان. (2007). الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية (المجلد 1). عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عمار بوحوش . (1995). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عمر حسنين الشفيح . (2011). الصحافة الإلكترونية: المفهوم والخصائص والانعكاسات. ابوظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- عمر حسنين الشفيح. (2011). الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات. أبو ظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- عيسى عبد الباقي. (2015). مدخل إلى علم الصحافة. القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع.
- فاضل البدراني. (2015). أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والإلكتروني. ابوظبي: دار الكتاب الجامعي.
- فضيلة تومي. (2014). الصحافة الإلكترونية التفاعلية، أبعادها وأشكالها. عمان: دار ابن بطوطة للنشر والتوزيع.
- فضيلة تومي. (2022). التحرير للاذاعة والتلفزيون. سطيف: دار المجد للطباعة والنشر والتوزيع.
- فهد المعسكر. (1998). الإخراج الصحفي وأهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة. الرياض: مكتبة العبيكان.
- لينش باتريك، و سارة هوروتون. (05 06, 2023). استراتيجيات الوسائط المتعددة على شبكة الإنترنت. تم الاسترداد من <https://webstyleguide.com/wsg3/12-multimedia/2-web-multimedia-strategies.html>
- ماجد تريان. (2008). الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- ماهر عودة الشمالية. (2015). الصحافة الالكترونية الرقمية. عمان: دار الاعصار العلمي.
- محمد الحفناوي. (2014). بدايات الفن الصحفي. القاهرة: دار العالم والإيمان.
- محمد الشربيني. (2008). صحافة الأطفال الإلكترونية. القاهرة: دار العالم العربي.
- محمد الشربيني. (2008). صحافة الأطفال الإلكترونية. القاهرة: دار العالم العربي.
- محمد شطاح. (2006). قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والأيدولوجيا. الجزائر: دار الهدى.
- محمد شومان. (2004). الصحف الإلكترونية العربية، دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الصفحات 18-29.

- محمد عبد الحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عبد الحميد. (2003). دراسات الجمهور في بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عبد الحميد. (2007). الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عبد الحميد. (2010). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (المجلد 5). القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عبد الحميد. (2010). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عبد الحميد. (2017). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عبيدات. (2000). منهجية البحث العلمي. القاهرة: دار وائل للنشر.
- محمد قاسم. (2003). مدخل إلى مناهج البحث العلمي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- محمد لعقاب. (2007). مجتمع الإعلام والمعلومات: ماهيته وخصائصه. الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر.
- محمود خليل. (2000). الصحافة الإلكترونية أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- محمود علم الدين. (2005). أساسيات المعلومات والحاسبات والإنترنت للإعلاميين. القاهرة: دن.
- محمود علم الدين. (2008). الصحافة الإلكترونية. القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.
- محمود علم الدين. (2008). الصحافة الإلكترونية. القاهرة: دار السحاب.
- محمود علم الدين. (2013). أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين. القاهرة: دار النهضة العربية.
- مرفت الطرابيشي. (2006). نظريات الاتصال. القاهرة: دار النهضة العربية.
- مروان عبد المجيد إبراهيم. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. الوراق للنشر والتوزيع.
- مصطفى رضا عبد الوهاب. (2000). الإنترنت، أسرار احتراف تملك العالم بين يديك. القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع.
- منار محمد. (2011). تصميم مواقع الصحف الإلكترونية. القاهرة: دار العالم العربي.
- موريس أنجريس. (2004). منهجية البحث العلم في العلوم الإنسانية. (بوزيد صحراوي ، المترجمون) الجزائر: دار القصة.
- نادية سعيد عيشور. (2017). منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. الجزائر: إحسان للنشر والتوزيع.
- نانسي عبد العزيز عبد الرحيم. (2016). تأثير تصميم الصحف الإلكترونية على درجة مقروئيتها. القاهرة، مصر: دراسة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- نبيل صادق. (1983). طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية. القاهرة: دار الثقافة.
- نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين. (1975). معجم العلوم الاجتماعية. القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب.
- نزار بشير جديد. (2015). الإعلام المقروء: بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية. عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- نفست اشادور. (2006). فرنت بيدج 2003. (خالد العامر، المترجمون) القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

نوال بومشطة. (2022). استخدام اللغة العربية في الصحف الجزائرية، صراع بين الفصحى والعامية جريدة النهار انموذجا. مجلة إشكالات في اللغة والادب جامعة تامنغست، الصفحات 100-123.

هاني إبراهيم البطل. (2011). الإخراج الصحفي فن وعلم. القاهرة: عالم الكتب.

قوانين ومراسيم:

الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية. (25 11, 2020). المرسوم التنفيذي رقم 20-332، المتضمن كفايات ممارسة نشاط الإعلام عبر الانترنت العدد 70. الجزائر: الأمانة العامة للحكومة.

الجريدة الرسمية. (16 01, 2023). الجريدة الرسمية. تم الاسترداد من <https://www.joradp.dz/FTP/jo-arabe/2022/A2022023.pdf>

مؤتمرات:

جمال غطاس. (03 08, 2020). المؤتمر الرابع للصحفيين. تم الاسترداد من موقع الخيمة :

<http://www.khayma.com./lifrarians/archive/lis/199htm>

جاسم محمد الشيخ جابر. (2009). الصحافة الإلكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية. أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد. المنامة: جامعة البحرين.

جمال بوعجمي ، و بلقاسم برون. (2005). الصحافة الالكترونية في الجزائر واقع وأفاق. صحافة الانترنت في العالم، الواقع والتحديات. الشارقة: كلية الاتصال، جامعة.

شريف درويش اللبان. (2005). الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث تصميم مواقع الصحف. صحافة الإنترنت في العالم العربي: الواقع والتحديات. الشارقة: جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة.

عباس صادق. (2005). التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت. صحافة الإنترنت في العالم العربي: الواقع والتحديات. الشارقة: جامعة الشارقة.

محمد شطاح. (2005). الانترنت ومستقبل الصحافة الورقية في الجزائر. صحافة الانترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات. الشارقة: جامعة الشارقة.

مداخلات:

وزير الاتصال عمار بلحيمر. (2020). المداخلة الكاملة لوزير الاتصال الناطق الرسمي باسم الحكومة عمار بلحيمر بمناسبة إطلاق أولى ورشات إصلاح القطاع. تم الاسترداد من <http://www.ministerecommunication.gov.dz/ar/node/8510>

وثائق:

د.ك. (2023). معلومات مقّمة من طرف إدارة كلية الإعلام والاتصال والسمعي بصري بجامعة صالح بوبنيدر قسنطينة في الموسم الجامعي 2022/2023.

صحيفة الاتحاد الإماراتية. (2006). صحيفة الاتحاد الإماراتية .

المقالات المنشورة:

- الصادق الحمادي. (2009). تجديد الإعلام: فرضيات حول هوية الصحافة الإلكترونية. المجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الشارقة، الصفحات 37-49.
- الص عبد الوهاب بخنوفة. (2007). الأطفال والثورة المعلوماتية، التمثل والاستخدامات. مجلة اتحاد الدول العربية، الصفحات 70-92.
- صادق رايح. (2014). الصحافة الإلكترونية وعصر الويب 0.2. مجلة الباحث الإعلامي، الصفحات 19-33.
- أحمد فرج أحمد. (2010). تقنيات الويب 0.2 وتوظيف تطبيقاتها في مؤسسات المعلومات. مجلة أعلم جامعة الإمام كلية علوم الحاسب قسم دراسات المعلومات، الصفحات 19-32.
- أماني رضا عبد المقصود. (2020). التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي. مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، الصفحات 413-426.
- الصادق لحمادي . (2007). المسألة النظرية لمفهوم الإعلام. مجلة اتحاد الدول العربية، الصفحات 14-27.
- آمال سعد، و نهى صديق. (2023). تأثير تقنيات تكنولوجيا الإخراج الجديدة في جذب القراء للمواقع الإخبارية الإلكترونية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، الصفحات 143-159.
- آمال نهى صديق. (2021). تأثير تقنيات تكنولوجيا الإخراج الجديدة في جذب القراء للمواقع الإخبارية الإلكترونية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، الصفحات 151-191.
- أمين محمد إبراهيم بريك. (2020). اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية، دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا . UTAUT مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مصر، الصفحات 465-479.
- ايد الرويلي منصور سمير. (2015). فاعلية برنامج تعليمي قائم على أدوات الويب الدلالية web3.0 ، في تدريس الرياضيات على تنمية المفاهيم التكنولوجية لدى التلاميذ ذوي الإعاقة العقلية بالمملكة العربية السعودية. المجلة الدولية للأبحاث التربوية، الصفحات 171-189.
- بشرى جميل الراوي. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير/مدخل نظري. مجلة الباحث الإعلامي، الصفحات 90-120.
- حامد علي مبارك الشهراني. (2019). العوامل المؤثرة على تقبل طلاب جامعة الملك خالد لاستخدام تطبيق واتس اب في دعم العملية التعليمية في ضوء النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا. المجلة التربوية، جامعة سوهاج، الصفحات 107-190.
- حسن نيازي الصيفي. (2015). تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية: دراسة مسحية في إطار النظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها. المجلة العربية للإعلام والاتصال، الصفحات 143-165.
- سعد كاظم حسن. (2016). أولويات أوجه الثراء الإعلامي لدى مستخدمي الصحف الإلكترونية العراقية. مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، الصفحات 58-67.
- عبير عزي. (2021). العوامل المؤثرة في تبني استخدام روبوت المحادثة Chatbots وأنظمة الذكاء الاصطناعي Artificial Intellegence وعلاقتها بإدارة العلاقات مع العميل. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، الصفحات 503-523.
- علي قسايسة. (2010). تكنولوجيا الإعلام و دراسات الجمهور في المجتمعات الانتقالية. مجلة الاتصال والتنمية، الصفحات 05-22.

مليكه جابر. (2015). التمثلات الاجتماعية للطلبة الجامعيين (ما بعد التدرج) لفرص العمل بعد التخرج، دراسة على عينة من طلبة ما بعد التدرج جامعة قاصدي مرباح ورقلة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة ورقلة، الصفحات 15-29.

نوال الصفتي. (2001). مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الإنترنت، دراسة تحليلية وصفية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية هند السيد محمد حجازي. (2016). تقنيات النصوص الفائقة بالمواع الإخبارية (دراسة تحليلية). مجلة بحوث التربية النوعية جامعة المنصورة، الصفحات 440-459.

الإعلام، جامعة القاهرة، الصفحات 182-196.

وليد عبد الفتاح النجار. (2016). الإعلام الجديد وعلاقته بدرجة الرضا التعليمي لدى طلاب الإعلام بالجامعات المصرية في إطار نظرية ثراء الوسيلة. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام مصر، الصفحات 182-194.

رسائل الجامعات:

أحمد أديب الشاطري. (2010). تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية: دراسة حالة للصحف اليمنية. الجزائر: مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

أحمد كمال عيد الحافظ. (2008). تصميم الصفحة الأولى للصحف الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها. مصر: رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان.

آمنة قجالي. (2017). النفاذية في الصحافة الإلكترونية، دراسة في استخدامات وإشباع النخبة الأكاديمية الجزائرية، دراسة تحليلية وميدانية. أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة.

أمينة نبیح. (2008). المدونات الكترونية المكتوبة: بين التعبير الحر والصحافة البديلة. الجزائر: مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

إيمان شكري. (2014). تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الإخراج الصحفي، دراسة ميدانية على المخرجين الصحفيين في المؤسسات الصحفية المصرية. القاهرة، مصر: رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة القاهرة.

ايناس قنيغة. (2023). الإعلان في الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية. الجزائر: مذكرة دكتوراه، قسم الاتصال والعلاقات العامة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3.

بسنت عبد المحسن. (2005). تصميم صحيفة إلكترونية لتلاميذ المرحلة الإعدادية. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

نالة محمد زهير اليماني. (2013). العلاقة بين تصميم المواقع الإخبارية وجذب المستخدمين لها، دراسة ميدانية على المواقع الإخبارية السورية. القاهرة، مصر: رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

الحاج علي آدم علي. (2018). استخدامات التيبوغرافيا في تصميم الصحف الإلكترونية. السودان: رسالة دكتوراه، جامعة غرب كردفان.

حسن فراج حسن. (2017). العوامل المؤثرة في استخدام تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع المواقع الصحفية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو مضمونها. مصر: رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام، جامعة عين شمس.

حميدة بن معزوز. (2021). خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة وصفية تحليلية لصحيفتي الجزائر تايمز و Algeria 360 قسنطينة، الجزائر: رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.

- خضرة واضح. (2010). اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الإعلانات الإلكترونية: دراسة ميدانية بنوادي الانترنت بولاية قسنطينة. قسنطينة، الجزائر: مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة.
- رايح عامر. (2017). الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني: دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية. الجزائر: دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة أحمد بن بلة وهران.
- رضوان تواتي. (2016). اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو برامج القنوات التلفزيونية الخاصة بالجزائر القناة التلفزيونية "الشروق" TV نموذجاً، دراسة ميدانية. رسالة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
- زهرة محمد أحمد الفاسي. (2016). العلاقة بين تصميم الصحف الإلكترونية الليبية ومقروئيتها بعد ثورة 17 فبراير 2011م. القاهرة، مصر: دراسة ماجستير، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- شهد طارق حميض. (2017). واقع تصميم واجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية. عمان، الاردن: رسالة ماجستير غير منشورة، قسم التصميم الجرافيك، كلية العمارة والتصميم، جامعة الشرق الأوسط.
- شهيناز لعبدلي. (2017). الصحافة الإلكترونية: دراسة تحليلية ميدانية، مذكرة دكتوراه، قسم الصحافة المكتوبة. قسنطينة، الجزائر: رسالة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3.
- صالح الربيعان. (2008). مقروئية الصحف السعودية: دراسة في قدرة القراء على قراءة النصوص الصحفية وفهمها والعوامل المؤثرة في ذلك. الرياض، السعودية: رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- صالح بن زيد بن صالح العنزي. (2007). إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت. الرياض، السعودية: دراسة ماجستير، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- صبرينة قوراري. (2011). اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة. الجزائر: شهادة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- طالب كبحول. (2016). مصداقية الصحافة الإلكترونية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، دراسة ميدانية وتحليلية على عينة من وسائل الإعلام العربية والجزائرية والطلبة الجامعيين الجزائريين. الجزائر: رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
- عائشة محمود عاطف. (2016). تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية وعلاقته ببسر استخدام هذه المواقع للحصول على الأخبار. القاهرة، مصر: دراسة ماجستير، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- عبد الباسط أحمد هاشم. (2005). التفاعلية في المجالات الإلكترونية، دراسة تحليلية لمجلتي آخر ساعة المصرية وتايم الأمريكية مع دراسة ميدانية للقائمين بالخدمات الإلكترونية. القاهرة، مصر: ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي.
- عبد العزيز الزهراني. (2009). مقروئية النصوص الإعلامية الإلكترونية: دراسة مقارنة على عينة من المواد المنشورة في الصحف والمنتديات السعودية. الرياض، السعودية: رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- عبير محمد سليم لبد. (2014). إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الانترنت. غزة، فلسطين: قسم الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية.
- كريم محمد عادل عبد العظيم. (2015). تصميم المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها، دراسة تحليلية وميدانية. القاهرة، مصر: دراسة الماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. .

- كريمة بوفلاقة. (2010). الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية، دراسة استكشافية لعينة من القراءة المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية. الجزائر: أطروحة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة دالي إبراهيم.
- كريمة توفيق. (2010). انقراض الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على صحف مصر العربية، الشرق الأوسط والرأي العام. القاهرة، مصر: رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الزقازيق.
- لمياء سيف العتيبي. (2016). أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية اليومية، دراسة وصفية تحليلية على صحيفة الرياض الإلكترونية. الرياض، السعودية: دراسة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- ليليا شاوي. (2008). دور الاذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين. الجزائر: رسالة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
- ماجد فضل صقر. (2014). التفاعلية ف المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية : دراسة تحليلية. غزة، فلسطين: رسالة دكتوراه، قسم الصحافة و الإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة.
- محمد خليفة محمد أحمد. (2022). استخدام أدوات الويب الحديثة في تصميم المواقع الصحفية العربية والأجنبية وعلاقتها بتفاعل المستخدمين، دراسة تطبيقية. القاهرة، مصر: رسالة دكتوراه، قسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- محمد رضا حبيب. (2007). علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والانترنت بمستوى المعرفة بالأحداث الجارية. القاهرة، مصر: رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- محمد نور طابع السمان. (2007). تصميم الصفحة الرئيسية في مواقع الصحف العربية والعالمية على شبكة الانترنت. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا.
- مروه محمد شبل. (2016). تصميم الإعلان الالكتروني على شبكة الإنترنت وأثره في تذكر مضمون الإعلان في إطار نظرية تمثيل المعلومات: دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعة. مصر: رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- منار فتحي . (2009). تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور. القاهرة، مصر: كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، رسالة دكتوراه غير منشورة.
- منار فتحي محمد رزق. (2009). تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت، دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور. القاهرة، مصر: رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- منه الله الإمام. (2017). أساليب تصميم صحف المواطن على شبكة الانترنت، دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصحف العربية والعالمية. دمياط، مصر: مذكرة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة دمياط.
- هاني إبراهيم محمد السمان. (2019). العوامل التقنية المؤثرة في أساليب تصميم الصفحة الرئيسية للبوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بانتباه الجمهور وتكره للأخبار، دراسة تحليلية وشبه تجريبية. سوهاج، مصر: قسم الإعلام، جامعة سوهاج، رسالة دكتوراه غير منشورة.
- هيثم جودة . (2010). تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية، لدي عينة من طلاب الجامعة: في إطار نظرية تمثيل المعلومات. المنصورة، مصر: رسالة دكتوراه، قسم الاعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.
- هيثم مؤيد. (2010). تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على تذكر الطلاب للمحتوى الصحفي المقدم بها، دراسة شبه تجريبية على عينة من طلاب الجامعة. المنصورة، مصر: رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة.
- وفاء جمال درويش عبد الغفار . (2013). العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت"، دراسة على المضمون والقائم بالاتصال". مصر: دراسة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الزقازيق.

يجي باسم عياش. (2015). انقراءة الأخبار في الصحف الفلسطينية الإلكترونية: دراسة تحليلية ميدانية. غزة، فلسطين: رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية.

المواقع الإلكترونية:

الشروق أونلاين. (2020). بلحيمر: 84 موقعا إخباريا فقط مصرحا به لدى وزارة الاتصال. الشروق أونلاين.
<https://www.echoroukonline.com/%D8%A8%D9%84%D8%AD%D9%8A%D9%85%D8%B1-84-%D9%85%D9%88%D9%82%D8%B9%D8%A7-%D8%A5%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%A7-%D9%81%D9%82%D8%B7-%D9%85%D8%B5%D8%B1%D8%AD%D8%A7-%D8%A8%D9%87-%D9%84%D8%AF%D9%89>

الشعب أونلاين. (16, 01, 2023). الشعب أونلاين. تم الاسترداد من الشعب أونلاين-
<http://www.ech-chaab.com/ar/about-echaab.html>

سبق برس. (16, 01, 2023). سبق برس. تم الاسترداد من سبق برس : <https://www.sabqpress.dz/about/>

عبد الرزاق بوالقمح. (09, 12, 2020). في 12 نقطة.. هذه شروط ممارسة الصحافة الإلكترونية بالجزائر. تم الاسترداد من الشروق أونلاين-
<https://www.echoroukonline.com/%D9%81%D9%8A-12-%D9%86%D9%82%D8%B7%D8%A9-%D9%87%D8%B0%D9%87-%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B7-%D9%85%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%B3%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83>

info-algerie. (16 01, 2023). info-algerie. تم الاسترداد من info-algerie: <https://info-algerie.com/%D8%AC%D8%B1%D9%8A%D8%AF%D8%A9-Competition-37.html>

w3counter.com. (2023). w3counter. Récupéré sur w3counter: <https://www.w3counter.com/>

w3counter.com. (2023). w3counter.com. تم الاسترداد من w3counter.com: <https://www.w3counter.com/globalstats.php?year=2023&month=1>

w3counter.com. (2023). w3counter.com. تم الاسترداد من w3counter.com: <https://www.w3counter.com/globalstats.php?year=2023&month=2>

w3counter.com. (2023). w3counter.com. تم الاسترداد من w3counter.com: <https://www.w3counter.com/globalstats.php?year=2023&month=3>

Wikipedia. (2023, 05 26). Adobe Dreamweaver. Récupéré sur Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Dreamweaver

wikipedia. (2023, 05 26). Microsoft FrontPage. Récupéré sur wikipedia.org: http://en.wikipedia.org/wiki/Microsoft_FrontPage

www.speedtest.net. (2023). Récupéré sur www.speedtest.net: <https://www.speedtest.net/>

المراجع الأجنبية:

Angers, M. (1997). initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines. Alger: casbah université.

Badger, J. (2014). Media Richness and Information Acquisition in internet. Journal of Managerial Phycology, pp. 18-36.

- Betul , E., & Yeni , N. (2020). Web Paradigması, Web 4.0 (New Generation Web Paradigm: Web 4.0). Gazi Üniversitesi Rektörlüğü, Ankara, Türkiye, Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi, pp. 72-53.
- Burell David, K. (2000). An Analysis of Digital Typography and Page Layout for Headline in Electronic Newspapers. Ph.D thesis, Texas University.
- Changhoon. (2020, 4 25). Understanding User Perception of Automated News Generation System. Récupéré sur www.changhoonoh.com: <http://www.changhoonoh.com/wp-content/uploads/2020/02/Paper682.pdf>
- Clint Hunley Eccher. (2004). Professional Web Design: Techniques and Templates. USA: Charles River Media.
- Crispin, T., & Laura, L. (2004). Computer Mediated Communication: Social Interactio. SAGE Publications.
- David, R. (1997). Skimming Electronic Newspaper Headlines: A Study of Type Face, Point Size, Screen Resolution and Monitor Size. Information processing Management.
- fast.com. (2023). fast.com. Récupéré sur [fast.com](https://fast.com/ar/): <https://fast.com/ar/>
- Fichter, D. (2023, 05 24). What Is a Mashup? Retrieved 12 August 2013. Récupéré sur [books.infotoday.com](https://books.infotoday.com/books/engard/engard-sample-chapter.pdf): <https://books.infotoday.com/books/engard/engard-sample-chapter.pdf>
- Gogus. (2012). Educational Technology Acceptance across Culture: a validation of The unified Theory of Acceptance and Use of Technology in the Context of Turkish National Culture. the Turkish online Journal of Educational Technology, pp. 300-412.
- Gratture, J. (2020). The Elements of User's Experience. Bootcamp.
- HANANZITA , H. (2005). Malaysian Web Search Engines, A Comparantive Study, Dissertation For De gree of Master. Library and Information Science, Faculty of Computer Science and Information Technology.
- J, Muin, M. (2011, April). Agenda-Setting Theory and the Role of the Media in Shaping Public Opinion for the Iraq War. a research paper in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts. USA: University of Central Missouri, Department of Communication.
- Jennifer , N. (2001). Web Design in a Nutshell (Vol. 2nd). O'Reilly Media.
- Jesus , B. (2010). Students' perspectives on university web site usability: an evalua- tion. California, United States of America: Degree Doctor of Education in Educational Technolo , Pepperdine University.
- karan, p. (2013). Incremental Journey for World Wide Web: ntroduced withWeb 1.0 to Recent Web 5.0. Récupéré sur https://www.researchgate.net/publication/262562142_Incremental_Journey_for_World_Wide_Web_Introduced_with_Web_10_to_Recent_Web_50_-_A_Survey_Paper
- Ken , S. (2005). Perception and the Newspaper Page: A Critical Analysis. London: LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES.
- Keshab , N., & Raja , I. (2015). What Comes after Web 3.0? Web 4.0 and the Future. Récupéré sur www.researchgate.net:

https://www.researchgate.net/publication/281455061_What_Comes_after_Web_30_Web_40_and_the_Future

Leckner, S. (2012, May). Presentation factors affecting reading behaviour in readers of newspaper media: an eye-tracking perspective. *Visual Communication*.

Lee Younghwa. (2003). The Technology Acceptance Model: Past, Present, and Future. *Communications of the acceptance for information systems* 744-752 ، الصفحات

Lehnert , W. (2001). *Web101, Making the Net Work for You*. Boston: Addition Wesley Longman.

M Parvathi ، R Mariselvi. (2017). A bird's eye on the Evolution - Web 1.0 to Web 5.0: Lib 1.0 to Lib 5.0. *International Journal of Advanced Research Trends in Engineering and Technology*-170 ، الصفحات ، 184.

Madhumitha , R. (2019). Et als: Design of Optimized E-Commerce Website using Web Assembly. *Indian Journal of Science and Technology*, pp. 01-15.

Marchewka Jack و ، Kostiwa Kurt . (2007). An Application of the UTAUT Model for Understanding Student Perceptions Using Course Management Software. *Communications of the IIMA*-90 ، الصفحات ، 103.

Mercer, D. (2003). *HTML*. McGraw Hill Professional.

Morris, & Venkatesh. (2000). Age Differences in Technology Adoption Decisions Implications for a Changing Workforce. *Personnel Psychology*, pp. 375-403.

Morris, & Venkatesh. (2000). Age Differences in Technology Adoption Decisions Implications for a Changing Workforce. *Personnel Psychology*, pp. 375-403.

Mustafa Suleiman, A. (2021). Design interactive forms for Web sites and scale them to the user. *International Journal of Artificial Intelligence and Emerging Technology*, pp. 40-61.

Myeong, H. (2015). A Design of Infographics by using MVC Design Patterns Based on N-Tier Platform. *Indian Journal of Science and Technology*.

Nafiseh , H., & Balakrishnan , M. (2016). The Effects of Font Type and Spacing of Text for Online Readability and Performance. *CONTEMPORARY EDUCATIONAL TECHNOLOGY*, Universiti Sains Malaysia, pp. 161-174.

Ozgur , O. (2019, December). Web 6.0: Journey From Web 1.0 To Web 6.0,. *Journal of Media*, pp. 05-25.

Peisl, E. (2020). Exploring Technology Acceptance and Planned Behavior by the adoption of predictive HR analytics During Recruitment. *Software and services Process Improvement*, 27th European Conference, Germany. Springer Netherlands.

Peter , V. (2018). *From Media Hype to Twitter Storm, News Explosions and Their Impact on Issues, Crises and Public Opinion*. Chicago: Amsterdam University Chicago Press.

Qingxiong , M., & Liping, L. (2005). The Technology Acceptance Model. *Journal of Organizational and End User Computing*, pp. 60-61.

Richard , B., & Julian , M. (2012). *Media Studies 2.0: A Retrospective*. *Media Education Research Journal*, pp. 5-10.

- Richard , M. (2006). CSS Web Design for Dummies 1st Ed. USA: Wiley Publishing Inc.
- Rosenfeld, L. (2000). Information Architecture for the World Wide Web. O'Reilly.
- Rukundo , P. (2018). ÉTUDE SUR L'IMPACT DE LA RICHESSE DES CANAUX DE COMMUNICATION SUR LA SATISFACTION DE LA RÉOLUTION DES DÉFAILLANCES DES SERVICES EN LIGNE ET L'INTENTION DE RÉ-ACHAT DU CONSOMMATEUR. Récupéré sur archipel.uqam.ca:
<https://archipel.uqam.ca/11439/1/M15483.pdf>
- sanketshingote binitamayekar. (25 06, 2023). Explain characteristics of Web and also technology behind Web 2.0 or RIA. تم الاسترداد من www.ques10.com: <https://www.ques10.com/p/30003/explain-characteristics-of-web-and-also-technology/>
- Szuprowicz , B. (1996). Building a Multimedia Presence on the World Wide Web south California. California: Computer Technology Research Group.
- Thomas , P. (2002). Web Design: the Complete Reference. New York: McGraw- Hill Osborne.
- Venkatesh. (2009). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. MIS Quarterly, pp. 425-478.
- Vivian , G. (2008). Automatic Evaluation of Accessibility in RIA. Conference Mathematics and Computer Science Institute. Récupéré sur https://www.academia.edu/393585/Automatic_Evaluation_of_Accessibility_In_RIA
- Watson, M. (2009). Scripting Intelligence Web 3.0 Information Gathering and Processing. Récupéré sur pdfdrive.com: <https://www.pdfdrive.com/scripting-intelligence-web-30-information-gathering-and-processing-d158786706.html#top>
- Wright , B. (2008). Application of media richness theory to data collection. The Journal of Applied Business Research, pp. 130-142.
- Xigen, L. (2002, 09 01). Web page Affects News Retrieval Efficiency. Newspaper Research Journal.

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة في إطار أطروحة دكتوراه عن:

دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية

دراسة تحليلية ميدانية على عينة من المستخدمين

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال
تخصص الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

إشراف
أ.د تومي فضيلة

إعداد الطالب
مأمون محمد إسلام

السنة الجامعية: 1444 هـ - 1445 هـ / 2022-2023م

المحور الأول: المكونات التركيب العامة لمواقع صحف الدراسة

1- فئة Domain Type				
العبارات	تقيس	لا تقيس	رأي المحكم	
				Domain Type
				- .com - .net - . dz - . info
2- فئة URL (Uniform Resource Locator)				
العبارات	تقيس	لا تقيس	رأي المحكم	
				URL
				-Identical -Incongruent
3- فئة Programming Language				
العبارات	تقيس	لا تقيس	رأي المحكم	
				Programming Language
				-HTML - JavaScript -CSS -Php
4- فئة browser compatibility				
العبارات	تقيس	لا تقيس	رأي المحكم	
				Browser compatibility design
				-approver -disapprover
5- فئة Home Page Parts				
العبارات	تقيس	لا تقيس	رأي المحكم	
				Home Page Parts
				-Header, Body,Footer -Header, Body
6- فئة Home Page Space				
العبارات	تقيس	لا تقيس	رأي المحكم	
				Home Page Space
				-Header Space -Body Space -Footer Space

			-Total area	
7-فئة Home Page Speed				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Home Page Speed
			-Time to Interactive -First Contentful Paint -Speed Index -Cumulative Layout Shift	
8-فئة Cookies				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Cookies
			-Available -Unavailable	
9-فئة Privacy Policy				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Privacy Policy
			-Available -Unavailable	
المحور الثاني: أدوات التصميم البنائية لمواقع صحف الدراسة				
10-فئة Methods Designs				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Type
			-Gate style -Units Style -Mixed Style	
			-Vertical -Horizontal	direction
11-فئة Logo				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	

			-writing -drawing -writing& drawing	Type
			-JPEG -PNG -GIF -WebP	Formats
			-Top right of the home page -Top center home page -Top left of the home page	Place
Menu فئة 12				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Type
			-Fixed -branched	
			-Top page -Down page -Right of the page -left of the page	Place
Menu color-13				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	background
			-red -white -black -blue	
			-white -black -blue	Text
Slide Show-14				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			-One news	

			-Several news	Type
			-Top right home page -Top center home page -Top left of the home page	Place
			-big -middle -small	Size
15- فئة Breaking news ticker				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Type
			-Temporary -Installed -Removable	
			-top page -down page	Place
16- فئة Paper version archive				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Type
			-Available -Unavailable	
			-PDF -Flash	Formats
17- فئة Types Image				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Types
			-Personality -Objectivity -Advertising	
18- فئة Size Images				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	on home page
			-big -Middle -small	

			-big -Middle -small	in inner pages
Image Format فئة 19				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Image Format
			-JPEG -PNG -GIF -WebP	
Colors on the Inside Pages-20				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Background
			-red -white -black -blue	
			-red -white -black	Titles
			-white -black	Texts
Colors on the Home Page-21				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Background
			-red -white -black -blue	
			-red -white -black	Titles
Languages used فئة 22				

رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			-One language -Multilingualism	Languages used
Fonts-فئة 23				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			-Balboa -Droid Arabic Kufi -Almarai -Alexandria -Cairo -Roboto	Titles
			- 15px -16 px -17 px	Texts
			-Balboa -Droid Arabic Kufi -Almarai -Alexandria -Cairo -Roboto	Titles
			-12 px -13 px -14 px	Texts
Text Alignment-24				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			-Left -Center -Right	Titles
			-Left -Center	Texts

			-Right	
25-فئة Tags				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Tags
			-Available -Unavailable	
26-فئة Hypertext				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Types
			-Internat HyperText -Externat HyperText	
27-فئة Content updates				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Types
			-Available -Unavailable	
28-Multimedia				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Types
			-Photo Album -Videos -Sound -Infographique	
29-Separative Element				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	Types
			-Null Space -Closing Line -Tire -Using tables	

30- فئة Advertising Type				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			-Fixed Advertising -Animated Advertising	Type
31- فئة Advertising formats				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			-JPEG -PNG -GIF -WebP -HTML -Mp4	formats
المحور الثالث: العناصر البنائية المعلوماتية والتفاعلية التواصلية في مواقع صحف الدراسة				
32- Search Engine				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			-Simple -Advanced	Type
			-Icon -writing	Design
			-Top Home Page -Bottom of Home Page	Place
33- Postal Items				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			-Newsletter -RSS	Type
34- Interactive services associated with the contents				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	

			<ul style="list-style-type: none"> -Comment on the contents -Share on the contents -Contents printing -Control the font size of the paragraph -Paragraph background control 	Interactive services associated with the contents
Sharing the contents on social media platforms-35				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			<ul style="list-style-type: none"> -Facebook -Twitter -Telegram -youtube -WhatsApp -TikTok -Instagram 	Social media applications
Content editor information-36				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			<ul style="list-style-type: none"> -Name, surname of the editor -Photo editor -Editor's mail 	Content editor information
Use of e-mail فئة-37				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			<ul style="list-style-type: none"> -Site mail -Editors Mail -Site Sections Mail 	Use of e-mail
Use of social media platforms-38				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	

			<ul style="list-style-type: none"> -Facebook -Twitter -Telegram -youtube -WhatsApp -TikTok -Instagram -Viber 	Social media applications
--	--	--	--	---------------------------

Elements of personal communication as one of the dimensions of –39 interaction

رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			<ul style="list-style-type: none"> -E-mail -call us -social media sites -chat rooms 	elements of personal contact

Elements of achieving multiple choices as one of the dimensions of –40 interaction

رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
			<ul style="list-style-type: none"> -Responsive design -Multimedia -hypertexts -multilingual -Website background control 	Multiple choice items

User effort mitigation components–41

رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	
------------	---------	------	----------	--

			<ul style="list-style-type: none"> -auto update -RSS -The most important topics -Back to top icon 	User effort mitigation components
additional services-42				
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	additional services
			<ul style="list-style-type: none"> -weather condition -the date -Exchange Rates -Prayer Timings 	



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة في إطار أطروحة دكتوراه عن:

دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو

مضامين الصحافة الإلكترونية

دراسة تحليلية ميدانية على عينة من المستخدمين

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال
تخصص الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

الى السيد/السيدة/الآنسة

بعد التحية والتقدير،

نضع بين أيدي المبحوثين المحترمين استمارة خاصة ببحث ميداني لتحضير شهادة الدكتوراه حول الموضوع المذكور أعلاه، وعليه نأمل أن يسمح وقتك بقراءة هذا الاستبيان قراءة متأنية والاجابة على أسئلتها بكل موضوعية ودقة، علما أن بيانات هذا الاستبيان ستبقى سرية وتستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

شكرا جزيلاً على تعاونك

إشراف

أ.د تومي فضيلة

إعداد الطالب

مأمون محمد إسلام

السنة الجامعية: 1444 هـ - 1445 هـ / 2022-2023م

البيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثين

- الجنس: ذكر () انثى ()
- السن: من 18 - 21 سنة () من 22 - 25 سنة () من 26 - 29 سنة () أكثر من 29 سنة ()
- المستوى الجامعي: ليسانس () ماستر () دكتوراه ()
- الإقامة: الإقامة الجامعية () غير جامعية ()
- الحالة العائلية: أعزب () متزوج ()
- اللغات التي تتقنها: العربية () الفرنسية () الإنجليزية () أخرى:.....

المحور الأول: واقع استخدام الطلاب الجامعيين للصحافة الالكترونية الجزائرية؟

1- ماهي سرعة شبكة الإنترنت المتوفرة لديك؟

- 1 جيجا () 2 جيجا () 3 جيجا () 4 جيجا () لا أعرف ()

2- متى تطلع الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

- يوميا () في حالة وجود أحداث مهمة () مرة في الأسبوع () غير منتظم ()

3- ما هو الوقت المستغرق في تصفح الصحف الالكترونية الجزائرية؟

- أقل من ساعة () من ساعة الى ساعتين () من ساعتين الى ثلاث () أكثر من ثلاث ساعات ()

4- ما هي أسباب تصفحك للصحف الالكترونية؟

- تعد بديلا عن الصحف المطبوعة () لا تكلف الكثير الجهد والمال () لأنها تصدر قبل الصحف المطبوعة () بحكم تخصصك في الإعلام والاتصال () لإنك تريد أن تعمل في الصحافة الإلكترونية مستقبلا ()

أخرى أذكرها:

5- ماهي الوسيلة التي تستخدمها عند تصفحك للصحافة الإلكترونية؟

- جهاز كومبيوتر PC () لوح الكتروني () هاتف ذكي ()

- إذا كانت الإجابة ب هاتف ذكي، هل تستخدم وضع عرض التصفح على:
- وضع عرض الهاتف المحمول () وضع عرض جهاز الكمبيوتر ()
- 6- ما هو المتصفح الذي تستخدمه عند تصفحك للصحافة الإلكترونية؟
 - Google Chrome () Firefox () Opera () Safari ()
- أخرى أذكرها:
- 7- ماهي اللغة التي تستخدمها عند تصفحك للصحافة الإلكترونية؟
- العربية () الفرنسية () الانجليزية () أخرى أذكرها:
- 8- كيف تتفاعل مع الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- التعليق () المشاركة () المراسلة ()
- 9- عند استخدامك الصحف الإلكترونية الجزائرية، هل تستخدم
- هويتك واسمك الحقيقي () هوية مستعارة () هوية زائر فقط ()
- 10- عند تصفحك للصحف الإلكترونية الجزائرية تكتفي ب
- الصفحة الأولى () العناوين () مقدمة المضامين () المضامين كاملة () مشاهدة الصور () مشاهدة الفيديوهات () الاستماع الى البودكاست () مشاهدة الإعلانات ()
- أخرى أذكرها:
- 11- هل تتجه عند تصفحك للصحف الإلكترونية الجزائرية الى الخيارات التقنية التالية:
- تكبير وتصغير حجم صفحة العرض () تكبير وتصغير حجم النص () تغيير لون الخلفية ()
- أخرى أذكرها:
- 12- كمستخدم، ما يشدك في الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- تصميم الصفحة الرئيسية () أسلوب عرض الموضوعات () الألوان والصور () طريقة تقسيم الموقع () شكل وحجم الخطوط () الوسائط المتعددة () التحديث المستمر () سرعة تحميل الصفحة ()
- أخرى أذكرها:

المحور الثاني: اتجاهات الطلاب الجامعيين نحو إخراج مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية والتفاعل معها

13- من وجهة نظرك، كيف أثر الإخراج على تفاعلك مع مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

العبارات	موافق	محايد	معارض
أسهم في تميزه في عرض المضامين بشكل واضح وبسيط			
ساعد في إمكانية الحصول على المعلومات بشكل سريع وفوري			
زاد من تفاعلي مع المضامين وانجذابي إليها بشكل واضح			
سهل أسلوب إخراج المضامين الصحفية طريقة الوصول إليها واسترجاعها			
أسهمت وضوح الصور بمواصلة قراءتي للمضامين			
أسهمت النصوص الفائقة في توفير مصادر متنوعة حول ما ينشر من مضامين وأحداث			
تداخل النصوص والصور شتت عملية قراءتي للمضامين			
ممكن وجود أكثر من لغة للقراءة في تفاعلي مع المضامين			
أسهمت أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها بتوفير راحة بصرية أثناء القراءة			
ساعدت ألوان المضامين على قرأتي الكاملة للمواضيع دون تشتت أثناء القراءة			
أسهمت وجود خانة التعليق في زيادة تفاعلي مع المضامين			
سهلت الفواصل الموضوعية بين المضامين (بياض، خطوط منقطعة... الخ) التمييز بين المواضيع وعدم التشتت أثناء القراءة			
ساهم تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين المقدمة.			
سهل وجود العناصر التواصلية من مشاركتي للمضامين على مختلف منصات التواصل الاجتماعي			

			ساهمت قلة الإعلانات في وجود راحة أثناء قراءة المضامين
			سهل وجود الأرشفة الفوري من إمكانية استرجاع المضامين بشكل سريع
			ساهمت الخدمات البريدية (النشرة البريدية، خدمة RSS، ... الخ) من الحصول على المعلومات بشكل فوري ودون جهد
			أسهمت عناصر الذكاء الاصطناعي في زيادة تفاعلي مع المضامين المعروضة
			زاد الأنفوجرافيك من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين

14- وجهة نظرك كمستخدم، ماهي المعوقات التي واجهتك أثناء قراءتك لمضامين الصحف الإلكترونية

الجزائرية؟

العبارات	موافق	محايد	معارض
تقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة			
عدم وجود خاصية التحكم في حجم خط كتابة المضامين			
عدم وجود خاصية التحكم في خلفية الموقع لتغيير الوضع (ليلي نهاري) أثناء القراءة			
عدم تجاوب تصميم مواقع الصحف مع اللوحات الرقمية والهواتف الذكية			
عدم وجود نصوص فائقة مدعمة للمضامين			
كثرة إعلانات Ads by google وحجبها للمضامين			
عدم إتاحة وسائط التواصل (بريد الكتروني للموقع، بريد الكتروني للمحررين، غرف دردشة) مع محرري المضامين			
عدم إتاحة خاصية تحميل البيانات وملفات الملتيميديا والملفات الأخرى بسهولة			
وجود عناصر الملتيميديا على روابط خارجية وليس على الموقع			
الرسائل القافزة الفجائية فوق المضامين			

المحور الثالث: توظيف العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية وأثرها على اتجاهات انقراءتها لدى الطلاب الجامعيين؟

15- وجهة نظرك كمستخدم، كيف أثرت العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية على تفاعلك معها؟

العبارات	موافق	محايد	معارض
ساهم اتجاه وأسلوب تصميم الصفحة الرئيسية من انجذابي للموقع وتكرار الدخول اليه			
تتسم مواقع الصحف بسهولة التجوال والاستخدام			
ساهم وضوح شريط المانشيت من تحفيزي على التفاعل			
ساهم تحديث شريط الأخبار العاجلة في دخولي للموقع بشكل متكرر			
ساعد تصميم قائمة التصنيفات من سهولة عملي تصفحي للموقع			
أعطت الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية راحة للعيني			
ساهم وضوح الصور ودقتها في زيادة قراءتي لمحتويات الموقع			
ساعدني وضوح الايقونات الموجودة في الصفحة الرئيسية من التجول بأريحية			
ساعدني شكل تصميم أداة البحث في الوصول للمعلومة بكل سهولة			
نوع الخطوط وأحجامها ساعدني على عملية قراءة المضامين بكل سهولة			
الوسائط المتعددة الموظفة لم تشجعني على التفاعل والمشاركة			
اتاحة الموقع مشاركة المضامين عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي شجعتني على التفاعل			
تتماز الصفحة الأولى بسرعة في التحميل وعرض محتوياتها			
عدم تجاوب الموقع مع المتصفح الذي استخدمه جعلني ابتعد عليه			
كثرة وجود الإعلانات أعاققت عملية تصفحي للموقع			

المحور الرابع: اقتراحات تحسين جودة الإخراج في الصحف الإلكترونية الجزائرية لتفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامينها

16- من وجهة نظر، كيف ترى اقتراحات تحسين جودة الإخراج بشكل عام في الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

العبارات	موافق	محايد	معارض
الاهتمام أكثر بالمظهر العام لمواقع الصحف باعتماد تصميم يحفز ويشجع على التفاعل			
التقليل من الإعلانات المزجة التي تعيق عملية قراءة المضامين			
الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف بالمضامين			
تنسيق الصور وجعلها مناسبة مع حجم مختلف شاشات العرض			
التقليل من كثرة استخدام الألوان في الصفحة الرئيسية لراحة أكثر للعين			
الاعتماد على خط حصري مفهوم وواضح			
الاهتمام أكثر بالوسائط المتعددة من فيديوهات وبودكاست وأنفو جرافيك... الخ			
التقليل من استخدام الحركات العشوائية التي تساهم في عدم الاستجابة السريعة لمواقع الصحف			
العمل على تسريع الموقع لمنح استجابة سريعة للمستخدم			
تطوير أداة البحث داخل وخارج المواقع لتحقيق وصول سريع للمواضيع			
الابتعاد عن التوظيف المفرط للأيقونات داخل مواقع الصحف			
الاهتمام أكثر بعناصر الشخصية وفتحها للمستخدم بتصميم سهل وسريع			
إتاحة التعليق على المضامين دون طلب التسجيل			
القيام باستطلاعات رأي من خلال درجة رضا المستخدمين من تجربة استخدامهم لمواقع الصحف وسهولة الوصول إليها			
الاستفادة أكثر من التقنيات الحديثة للإخراج الإلكتروني التي تتيحها شبكة الانترنت			

			تطوير مهارات مصممي ومحرري مواقع الصحف من خلال المشاركة في دورات تدريبية لخبراء في مجال تصميم وتطوير المواقع
--	--	--	---

17- من وجهة نظرك، كيف ترى اقتراحات تطوير الأدوات التطبيقية في الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

العبارات	موافق	محايد	معارض
ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف			
تصميم تطبيق يتيح للمستخدم التعليق الصوتي الفوري على المضامين			
تصميم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إمكانية فلترة التعليقات المتشابهة من حيث المحتوى			
تصميم تطبيق يتيح للمستخدم البحث الصوتي في أرشيف المضامين			
تصميم تطبيق يتيح معرفة مصدر الصور المتضمنة رفقة المضامين			
تصميم تطبيق لموقع الصحيفة على متجري iOS وAndroid لتمكين المستخدم من الوصول الى المضامين من خلال الاشعارات			

ملحق رقم 03

		الجنس			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	83	26.7	26.7	26.7
	انثى	228	73.3	73.3	100.0
Total		311	100.0	100.0	

		السن			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنة 18-21	37	11.9	11.9	11.9
	سنة 22-25	157	50.5	50.5	62.4
	سنة 26-29	72	23.2	23.2	85.5
	اكبر من 29 سنة	45	14.5	14.5	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

		المستوى الجامعي			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ليسانس	94	30.2	30.2	30.2
	ماستر	173	55.6	55.6	85.9
	دكتوراه	44	14.1	14.1	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

		اللغات التي تتقنها			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اقامة جامعية	66	21.2	21.2	21.2
	غير جامعية	245	78.8	78.8	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

الحالة العائلية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اعزب	265	85.2	85.2	85.2
	متزوج	46	14.8	14.8	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

الإقامة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	العربية	208	66.9	66.9	66.9
	الفرنسية	30	9.6	9.6	76.5
	الانجليزية	73	23.5	23.5	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

سرعة شبكة الإنترنت المتوفرة لديك

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	جيجا 1	41	13.2	13.2	13.2
	جيجا	217	69.8	69.8	83.0
	لا اعرف	53	17.0	17.0	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

تطالع الصحافة الإلكترونية الجزائرية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	يومية	21	6.8	6.8	6.8
	في حالة وجود أحداث مهمة	150	48.2	48.2	55.0
	مرة في الأسبوع	19	6.1	6.1	61.1
	غير منتظم	121	38.9	38.9	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

الوقت المستغرق في تصفح الصحف الإلكترونية الجزائرية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أقل من ساعة	270	86.8	86.8	86.8
من ساعة الى ساعتين	41	13.2	13.2	100.0
Total	311	100.0	100.0	

أسباب تصفحك للصحف الإلكترونية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid تعد بديلا عن الصحف المطبوعة	76	24.4	24.4	24.4
لا تكلف الكثير الجهد والمال	61	19.6	19.6	44.1
لأنها تصدر قبل الصحف المطبوعة	32	10.3	10.3	54.3
بصحكم تخصصك في الإعلام والاتصال	114	36.7	36.7	91.0
لأنك تريد أن تعمل في الصحافة الإلكترونية مستقبلا	9	2.9	2.9	93.9
تملك هامش حرية اكبر من الصحافة الأخرى	19	6.1	6.1	100.0
Total	311	100.0	100.0	

الوسيلة التي تستخدمها عند تصفحك للصحافة الإلكترونية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PC جهاز كومبيوتر	10	3.2	3.2	3.2
هاتف ذكي	301	96.8	96.8	100.0
Total	311	100.0	100.0	

إذا كانت الإجابة بـ هاتف ذكي، هل تستخدم وضع عرض التصفح على

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid وضع عرض الهاتف المحمول	290	93.2	93.2	93.2
وضع عرض جهاز الكمبيوتر	21	6.8	6.8	100.0
Total	311	100.0	100.0	

المتصفح الذي تستخدمه عند تصفحك للصحافة الإلكترونية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Google Chrome	273	87.8	87.8	87.8
	Safari	28	9.0	9.0	96.8
	Reseaux sociaux	10	3.2	3.2	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

اللغة التي تستخدمها عند تصفحك للصحافة الإلكترونية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	العربية	260	83.6	83.6	83.6
	الفرنسية	39	12.5	12.5	96.1
	الانجليزية	12	3.9	3.9	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

تفاعل مع الصحف الإلكترونية الجزائرية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	التعليق	156	50.2	50.2	50.2
	المشاركة	155	49.8	49.8	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

عند استخدامك الصحف الإلكترونية الجزائرية، هل تستخدم

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	هويتك واسمك الحقيقي	227	73.0	73.0	73.0
	هوية زائر فقط	84	27.0	27.0	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

عند تصفحك للصحف الإلكترونية الجزائرية تكتفي بـ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	الصفحة الأولى	104	33.4	33.4	33.4
	العناوين	41	13.2	13.2	46.6
	مقدمة المواضيع	38	12.2	12.2	58.8
	المواضيع كاملة	85	27.3	27.3	86.2
	مشاهدة الفيديوهات	33	10.6	10.6	96.8
	الاستماع الى البودكاست	10	3.2	3.2	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

تتجه عند تصفحك للصحف الإلكترونية الجزائرية الى الخيارات التقنية التالية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	تكبير وتصغير حجم صفحة العرض	190	61.1	61.1	61.1
	تكبير وتصغير حجم النص	110	35.4	35.4	96.5
	تغيير لون الخلفية	11	3.5	3.5	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

كمستخدم، ما يشدك في الصحف الإلكترونية الجزائرية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	تصميم الصفحة الأولى	72	23.2	23.2	23.2
	أسلوب عرض الموضوعات	83	26.7	26.7	49.8
	الألوان والصور	11	3.5	3.5	53.4
	شكل وحجم الخطوط	18	5.8	5.8	59.2
	الأخبار المتحركة	32	10.3	10.3	69.5
	سرعة تحميل الصفحة	21	6.8	6.8	76.2
	الوسائط المتعددة	74	23.8	23.8	100.0
	Total	311	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
أسهم في تميزه في عرض المضامين بشكل واضح وبسيط	311	2.8392	.36791
ساعد في إمكانية الحصول على المعلومات بشكل سريع وفوري	311	2.8392	.36791
زاد من تفاعلي مع المضامين وانجذابي اليها بشكل واضح	311	2.7010	.45857
سهل أسلوب إخراج المضامين الصحفية طريقة الوصول إليها واسترجاعها	311	2.7138	.51284
أسهمت وضوح الصور بمواصلة قراءتي للمضامين	311	2.6849	.46531
أسهمت النصوص الفائقة في توفير مصادر متنوعة حول ما ينشر من مضامين وأحداث	311	2.5788	.49455
تداخل النصوص والصور شتت عملية قراءتي للمضامين	311	1.9196	.78902
ممكن وجود أكثر من لغة للقراءة في تفاعلي مع المضامين	311	2.7074	.52170
أسهمت أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها بتوفير راحة بصرية أثناء القراءة	311	2.6945	.46135
ساعدت ألوان المضامين على قرأتي الكاملة للمواضيع دون تشتت أثناء القراءة	311	2.5884	.64588
أسهمت وجود خانة التعليق في زيادة تفاعلي مع المضامين	311	2.6206	.54248
سهلت الفواصل الموضوعية بين المضامين (بياض، خطوط متقطعة... الخ) التمييز بين المواضيع وعدم التشتت أثناء القراءة	311	2.5820	.65663
ساهم تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين المقدمة.	311	2.7524	.43231
سهل وجود العناصر التواصلية من مشاركتي للمضامين على مختلف منصات التواصل الاجتماعي	311	2.6527	.59159
ساهمت قلة الإعلانات في وجود راحة أثناء قراءة المضامين	311	2.7074	.58578

سهل وجود الأرشيف الفوري من إمكانية استرجاع المضامين بشكل سريع	311	2.8328	.37376
ساهمت الخدمات البريدية (النشرة الخ) من ...، RSS البريدية، خدمة الحصول على المعلومات بشكل فوري ودون جهد	311	2.6559	.53336
أسهمت عناصر الذكاء الاصطناعي في زيادة تفاعلي مع المضامين المعروضة	311	2.7363	.50920
زاد الأنفوجرافيك من تفاعلي بشكل واضح مع المضامين	311	2.7203	.51638
Valid N (listwise)	311		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة	311	2.5852	.67080
عدم وجود خاصية التحكم في حجم خط كتابة المضامين	311	2.2797	.72881
عدم وجود خاصية التحكم في خلفية الموقع لتغيير الوضع (ليلي نهاري) اثناء القراءة	311	2.1994	.79034
عدم تجاوب تصميم مواقع الصحف مع اللوحات الرقمية والهواتف الذكية	311	2.1415	.75728
عدم وجود نصوص فائقة مدعمة للمضامين	311	2.1222	.80193
كثرة إعلانات Ads by google وحجبها للمضامين	311	2.6559	.53937
عدم إتاحة وسائط التواصل (بريد الكتروني للموقع، بريد الكتروني للمحررين، غرف دردشة) مع محرري المضامين	311	2.4405	.67835
عدم إتاحة خاصية تحميل البيانات وملفات الملتيميديا والملفات الأخرى بسهولة	311	2.5048	.63180
وجود عناصر الملتيميديا على روابط خارجية وليس على الموقع	311	2.4405	.62385
الرسائل القافزة الفجائية فوق المضامين	311	2.4277	.71419
Valid N (listwise)	311		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ساهم اتجاه وأسلوب تصميم الصفحة الرئيسية من انجذابي للموقع وتكرار الدخول اليه	311	2.6977	.45997
تتسم مواقع الصحف بسهولة التحوال والاستخدام	311	2.6624	.53747
ساهم وضوح شريط المانشيت من تحفيزي على التفاعل	311	2.4469	.55322
ساهم تحديث شريط الأخبار العاجلة في دخولي للموقع بشكل متكرر	311	2.6527	.54623
ساعد تصميم قائمة التصنيفات من سهولة عملي تصفحي للموقع	311	2.5498	.57073
أعطت الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية راحة للعيبي	311	2.5402	.66052
ساهم وضوح الصور ودقتها في زيادة قراءتي لمحتويات الموقع	311	2.6913	.52783
ساعدني وضوح الايقونات الموجودة في الصفحة الرئيسية من التحوال بأريحية	311	2.6238	.48521
ساعدني شكل تصميم أداة البحث في الوصول للمعلومة بكل سهولة	311	2.5981	.49108
نوع الخطوط وأحجامها ساعدني على عملية قراءة المضامين بكل سهولة	311	2.5016	.65685
الوسائط المتعددة الموظفة لم تشجعتني على التفاعل والمشاركة	311	2.4084	.60944
اتاحة الموقع مشاركة المضامين عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي شجعتني على التفاعل	311	2.6656	.47254
تتماز الصفحة الأولى بسرعة في التحميل وعرض محتوياتها	311	2.4984	.56153
عدم تجارب الموقع مع المتصفح الذي استخدمه جعلني ابتعد عليه	311	2.2540	.76818
كثرة وجود الإعلانات أعاققت عملية تصفحي للموقع	311	2.4534	.67459
Valid N (listwise)	311		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
الاهتمام أكثر بالمظهر العام لمواقع الصحف باعتماد تصميم يحفز ويشجع على التفاعل	311	2.7910	.40725
التقليل من الإعلانات المزعجة التي تعيق عملية قراءة المضامين	311	2.7588	.42848
الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف بالمضامين	311	2.6463	.60932
تنسيق الصور وجعلها مناسبة مع حجم مختلف شاشات العرض	311	2.7878	.40954
التقليل من كثرة استخدام الألوان في الصفحة الرئيسية لراحة أكثر للعين	311	2.4566	.71654
الاعتماد على خط حصري مفهوم وواضح	311	2.6688	.52942
الاهتمام أكثر بالوسائط المتعددة من فيديوهات وبودكاست وأنفو جرافيك الخ...	311	2.6141	.59486
التقليل من استخدام الحركات العشوائية التي تساهم في عدم الاستجابة السريعة لمواقع الصحف	311	2.5981	.55288
العمل على تسريع الموقع لمنح استجابة سريعة للمستخدم	311	2.7878	.40954
تطوير أداة البحث داخل وخارج المواقع لتحقيق وصول سريع للمواضيع	311	2.6977	.51927
الابتعاد عن التوظيف المفرط للأيقونات داخل مواقع الصحف	311	2.5048	.62150
الاهتمام أكثر بعناصر الشخصية واتاحتها للمستخدم بتصميم سهل وسريع	311	2.5691	.61241
اتاحة التعليق على المضامين دون طلب التسجيل	311	2.7910	.47997
القيام باستطلاعات رأي من خلال درجة رضا المستخدمين من تجربة استخدامهم لمواقع الصحف وسهولة الوصول اليها	311	2.6977	.52544
الاستفادة أكثر من التقنيات الحديثة للإخراج الإلكتروني التي تتيحها شبكة الانترنت	311	2.8264	.37940

تطوير مهارات مصممي ومحري مواقع الصحف من خلال المشاركة في دورات تدريبية لخبراء في مجال تصميم وتطوير المواقع	311	2.8199	.38486
Valid N (listwise)	311		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف	311	2.8617	.34573
تصميم تطبيق يتيح للمستخدم التعليق الصوتي الفوري على المضامين	311	2.7331	.51069
تصميم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إمكانية فلتر التعليقات المتشابهة من حيث المحتوى	311	2.7203	.44960
تصميم تطبيق يتيح للمستخدم البحث الصوتي في أرشيف المضامين	311	2.8617	.34573
تصميم تطبيق يتيح معرفة مصدر الصور المتضمنة رفقة المضامين	311	2.7621	.42651
تصميم تطبيق لموقع الصحيفة على لتمكين Android و iOS المتجري المستخدم من الوصول الى المضامين من خلال الاشعارات	311	2.6881	.46401
Valid N (listwise)	311		

Crosstabs

Notes

Output Created		05-AUG-2023 13:54:02
Comments		
Input	Data	C:\Users\pc\Desktop\عمل مصادر دور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	311
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax	CROSSTABS /TABLES=الجنس BY 2س /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT TOTAL /COUNT ROUND CELL /BARChart.	
Resources	Processor Time	00:00:05.69
	Elapsed Time	00:00:06.04
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	524245

[DataSet1] C:\Users\pc\Desktop\عمل مصادر دور الإخراج في تفعيل اتجاه
المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية.sav

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
الجنس * تطالع الصحافة الإلكترونية الجزائرية	311	100.0%	0	0.0%	311	100.0%

Crosstabulation

		تطالع الصحافة الإلكترونية الجزائرية				Total	
		يومية	مهمة	مرة في الأسبوع	غير منتظم		
الجنس	ذكر	Count	11	30	19	23	83
		% of Total	3.5%	9.6%	6.1%	7.4%	26.7%
	انثى	Count	10	120	0	98	228
		% of Total	3.2%	38.6%	0.0%	31.5%	73.3%
Total		Count	21	150	19	121	311
		% of Total	6.8%	48.2%	6.1%	38.9%	100.0%

Crosstabs

Notes

Output Created	05-AUG-2023 13:55:00	
Comments		
Input	Data	C:\Users\pc\Desktop\عمل مصادرور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	311
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

Cases Used		Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS / TABLES=3 BY الجنس / FORMAT=AVALUE TABLES / CELLS=COUNT TOTAL / COUNT ROUND CELL / BARCHART.
Resources	Processor Time	00:00:01.86
	Elapsed Time	00:00:00.98
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	524245

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
الوقت المستغرق في تصفح الصحف الإلكترونية الجزائرية * الجنس	311	100.0%	0	0.0%	311	100.0%

Crosstabulation الوقت المستغرق في تصفح الصحف الإلكترونية الجزائرية * الجنس

		الجنس		Total	
		ذكر	انثى		
الوقت المستغرق في تصفح الصحف الإلكترونية الجزائرية	أقل من ساعة	Count	64	206	270
		% of Total	20.6%	66.2%	86.8%
	من ساعة الى ساعتين	Count	19	22	41
		% of Total	6.1%	7.1%	13.2%
Total		Count	83	228	311
		% of Total	26.7%	73.3%	100.0%

Crosstabs

Notes

Output Created		05-AUG-2023 13:55:23
Comments		
Input	Data	C:\Users\pc\Desktop\عمل مصراندور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	311
	Missing Value Handling	Definition of Missing
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=4 BY المستوى س /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT TOTAL /COUNT ROUND CELL /BARCHART.
Resources	Processor Time	00:00:01.23
	Elapsed Time	00:00:00.67
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	524245

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
أسباب تصفحك للصحف الإلكترونية * المستوى الجامعي	311	100.0%	0	0.0%	311	100.0%

Crosstabulation أسباب تصفحك للصحف الإلكترونية * المستوى الجامعي

أسباب تصفحك للصحف الإلكترونية	المستوى الجامعي	ليسانس	ماسنر	دكتوراه
تعد بديلا عن الصحف المطبوعة	Count	43	22	11
	% of Total	13.8%	7.1%	3.5%
لا تكلف الكثير الجهد والمال	Count	30	21	10
	% of Total	9.6%	6.8%	3.2%
لأنها تصدر قبل الصحف المطبوعة	Count	10	10	12
	% of Total	3.2%	3.2%	3.9%
بصحكم تخصصك في الإعلام والاتصال	Count	11	92	11
	% of Total	3.5%	29.6%	3.5%
لأنك تريد أن تعمل في الصحافة الإلكترونية مستقبلا	Count	0	9	0
	% of Total	0.0%	2.9%	0.0%
تملك هامش حرية أكبر من الصحافة الأخرى	Count	0	19	0
	% of Total	0.0%	6.1%	0.0%
Total	Count	94	173	44
	% of Total	30.2%	55.6%	14.1%

Crosstabulation أسباب تصفحك للصحف الإلكترونية * المستوى الجامعي

أسباب تصفحك للصحف الإلكترونية	المستوى الجامعي	Total
تعد بديلا عن الصحف المطبوعة	Count	76
	% of Total	24.4%
لا تكلف الكثير الجهد والمال	Count	61
	% of Total	19.6%
لأنها تصدر قبل الصحف المطبوعة	Count	32
	% of Total	10.3%
بصحكم تخصصك في الإعلام والاتصال	Count	114
	% of Total	36.7%
لأنك تريد أن تعمل في الصحافة الإلكترونية مستقبلا	Count	9
	% of Total	2.9%
تملك هامش حرية أكبر من الصحافة الأخرى	Count	19
	% of Total	6.1%

	% of Total	6.1%
	Count	311

Crosstabs

Notes

Output Created		05-AUG-2023 13:57:10
Comments		
Input	Data	C:\Users\pc\Desktop\عمل مصادرور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	311
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=5س BY الجنس /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT TOTAL /COUNT ROUND CELL /BARChart.
Resources	Processor Time	00:00:00.73
	Elapsed Time	00:00:00.66
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	524245

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
الوسيلة التي تستخدمها عند تصفحك للصحافة الإلكترونية * الجنس	311	100.0%	0	0.0%	311	100.0%

Crosstabulation الوسيلة التي تستخدمها عند تصفحك للصحافة الإلكترونية * الجنس

		الجنس		Total	
		ذكر	انثى		
الوسيلة التي تستخدمها عند تصفحك للصحافة الإلكترونية	PC جهاز كومبيوتر	Count	0	10	10
		% of Total	0.0%	3.2%	3.2%
	هاتف ذكي	Count	83	218	301
		% of Total	26.7%	70.1%	96.8%
Total		Count	83	228	311
		% of Total	26.7%	73.3%	100.0%

Crosstabs

Notes

Output Created	05-AUG-2023 13:57:35	
Comments		
Input	Data	C:\Users\pc\Desktop\عمل مصادرور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	311
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

Cases Used		Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=6س BY الجنس /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT TOTAL /COUNT ROUND CELL /BARCHART.
Resources	Processor Time	00:00:00.61
	Elapsed Time	00:00:00.77
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	524245

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
إذا كانت الإجابة ب هاتف ذكي، هل تستخدم وضع عرض التصفح على * الجنس	311	100.0%	0	0.0%	311	100.0%

Crosstabulation إذا كانت الإجابة ب هاتف ذكي، هل تستخدم وضع عرض التصفح على * الجنس

		الجنس		Total	
		ذكر	انثى		
إذا كانت الإجابة ب هاتف ذكي، هل تستخدم وضع عرض التصفح على	وضع عرض الهاتف المحمول	Count	83	207	290
		% of Total	26.7%	66.6%	93.2%
وضع عرض جهاز الكمبيوتر		Count	0	21	21
		% of Total	0.0%	6.8%	6.8%
Total		Count	83	228	311
		% of Total	26.7%	73.3%	100.0%

Crosstabs

Notes

Output Created		05-AUG-2023 13:58:00
Comments		
Input	Data	C:\Users\pc\Desktop\عمل مصراندور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	311
	Missing Value Handling	Definition of Missing
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=7س BY الجنس /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT TOTAL /COUNT ROUND CELL /BARCHART.
Resources	Processor Time	00:00:00.45
	Elapsed Time	00:00:00.60
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	524245

Case Processing Summary

	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
المتصفح الذي تستخدمه عند تصفحك للصحافة الإلكترونية * الجنس	311	100.0%	0	0.0%	311	100.0%

Crosstabulation المتصفح الذي تستخدمه عند تصفحك للصحافة الإلكترونية * الجنس

		الجنس		Total	
		ذكر	انثى		
المتصفح الذي تستخدمه عند تصفحك للصحافة الإلكترونية	Google Chrome	Count	64	209	273
		% of Total	20.6%	67.2%	87.8%
	Safari	Count	19	9	28
		% of Total	6.1%	2.9%	9.0%
	Reseaux sociaux	Count	0	10	10
		% of Total	0.0%	3.2%	3.2%
Total	Count	83	228	311	
	% of Total	26.7%	73.3%	100.0%	

Crosstabs

Notes

Output Created	05-AUG-2023 13:58:58	
Comments		
Input	Data	C:\Users\pc\Desktop\عمل مصادرور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	311
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

Cases Used		Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=8س BY الجنس /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT TOTAL /COUNT ROUND CELL /BARCHART.
Resources	Processor Time	00:00:00.72
	Elapsed Time	00:00:00.63
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	524245

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
اللغة التي تستخدمها عند تصفحك للصحافة الإلكترونية * الجنس	311	100.0%	0	0.0%	311	100.0%

Crosstabulation اللغة التي تستخدمها عند تصفحك للصحافة الإلكترونية * الجنس

		الجنس		Total	
		ذكر	انثى		
اللغة التي تستخدمها عند تصفحك للصحافة الإلكترونية	العربية	Count	54	206	260
		% of Total	17.4%	66.2%	83.6%
	الفرنسية	Count	29	10	39
		% of Total	9.3%	3.2%	12.5%
	الانجليزية	Count	0	12	12
		% of Total	0.0%	3.9%	3.9%
Total	Count	83	228	311	
	% of Total	26.7%	73.3%	100.0%	

Crosstabs

Notes

Output Created		05-AUG-2023 13:59:59
Comments		
Input	Data	C:\Users\pc\Desktop\عمل مصادرور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	311
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax	CROSSTABS /TABLES=9س BY الجنس /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT TOTAL /COUNT ROUND CELL /BARChart.	
Resources	Processor Time	00:00:00.41
	Elapsed Time	00:00:00.51
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	524245

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
تفاعل مع الصحف الإلكترونية الجزائرية * الجنس	311	100.0%	0	0.0%	311	100.0%

Crosstabulation

		الجنس		Total
		ذكر	انثى	
التعليق	Count	33	123	156
	% of Total	10.6%	39.5%	50.2%
المشاركة	Count	50	105	155
	% of Total	16.1%	33.8%	49.8%
Total	Count	83	228	311
	% of Total	26.7%	73.3%	100.0%

Crosstabs

Notes

Output Created	05-AUG-2023 14:00:40	
Comments		
Input	Data	C:\Users\pc\Desktop\عمل مصادر الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	311
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

Cases Used		Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=11س BY الجنس /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT TOTAL /COUNT ROUND CELL /BARCHART.
Resources	Processor Time	00:00:00.56
	Elapsed Time	00:00:00.47
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	524245

Case Processing Summary

	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
عند تصفحك للصحف الإلكترونية الجزائرية تكتفي بـ * الجنس	311	100.0%	0	0.0%	311	100.0%

Crosstabulation عند تصفحك للصحف الإلكترونية الجزائرية تكتفي بـ * الجنس

		الجنس		Total	
		ذكر	انثى		
عند تصفحك للصحف الإلكترونية الجزائرية تكتفي بـ	الصفحة الأولى	Count	33	71	104
		% of Total	10.6%	22.8%	33.4%
	العناوين	Count	11	30	41
		% of Total	3.5%	9.6%	13.2%
	مقدمة المواضيع	Count	19	19	38
		% of Total	6.1%	6.1%	12.2%
	المواضيع كاملة	Count	20	65	85
		% of Total	6.4%	20.9%	27.3%
	مشاهدة الفيديوهات	Count	0	33	33
		% of Total	0.0%	10.6%	10.6%
	الاستماع الى البودكاست	Count	0	10	10
		% of Total	0.0%	3.2%	3.2%

Total	Count	83	228	311
	% of Total	26.7%	73.3%	100.0%

Crosstabs

Notes

Output Created		05-AUG-2023 14:00:53
Comments		
Input	Data	C:\Users\pc\Desktop\عمل مصادرور الإخراج في تفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامين الصحافة الإلكترونية.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	311
	Missing Value Handling	Definition of Missing
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=13س BY الجنس /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT TOTAL /COUNT ROUND CELL /BARCHART.
Resources	Processor Time	00:00:00.50
	Elapsed Time	00:00:00.53
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	524245

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
	كمستخدم، ما يشدك في الصحف الإلكترونية الجزائرية * الجنس	311	100.0%	0	0.0%	311

Crosstabulation كمستخدم، ما يشدك في الصحف الإلكترونية الجزائرية * الجنس

		الجنس		Total	
		ذكر	انثى		
كمستخدم، ما يشدك في الصحف الإلكترونية الجزائرية	تصميم الصفحة الأولى	Count	30	42	72
		% of Total	9.6%	13.5%	23.2%
	أسلوب عرض الموضوعات	Count	11	72	83
		% of Total	3.5%	23.2%	26.7%
	الألوان والصور	Count	0	11	11
		% of Total	0.0%	3.5%	3.5%
	شكل وحجم الخطوط	Count	0	18	18
		% of Total	0.0%	5.8%	5.8%
	الأخبار المتحركة	Count	11	21	32
		% of Total	3.5%	6.8%	10.3%
	سرعة تحميل الصفحة	Count	0	21	21
		% of Total	0.0%	6.8%	6.8%
	الوسائط المتعددة	Count	31	43	74
		% of Total	10.0%	13.8%	23.8%
Total		Count	83	228	311
		% of Total	26.7%	73.3%	100.0%

فهرس المحتويات	
03	الشكر والتقدير
04	الاهداء
05	ملخص الدراسة باللغة العربية
06	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية
08	خطة الدراسة
13	مقدمة
78-17	الإطار المنهجي
19	أولاً: تحديد الإشكالية.
21	ثانياً: تساؤلات البحث.
22	ثالثاً: أسباب اختيار موضوع الدراسة.
23	رابعاً: أهداف الدراسة.
24	خامساً: أهمية موضوع البحث.
24	سادساً: الجدوى النظرية والعلمية للدراسة.
25	سابعاً: منهج البحث وأدواته.
54	ثامناً: مجتمع البحث وعينته.
60	تاسعاً: تحديد المصطلحات والمفاهيم.
61	عاشراً: الدراسات السابقة.
173-78	الإطار النظري
113-78	الفصل الثاني: الاقتراب النظري من تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية.
85	المبحث الأول: أجيال الويب، تطوراتها وتطبيقاتها المتزامنة.
98	المبحث الثاني: بناء مواقع الصحف الإلكترونية: التقنيات والمستويات.
104	المبحث الثالث: سمات يسر الاستخدام لمواقع الصحف الإلكترونية ورضا المستخدم.
109	المبحث الرابع: توظيف العناصر المرئية وهندسة يسر الاستخدام.
159-114	الفصل الثاني: الاقتراب النظري من تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية.

114	المبحث الأول: تفعيل اتجاه مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية وفق نظرية ثراء الوسيلة وقبول استخدام التقنية.
125	المبحث الثاني: تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية: المفاهيم والمبادئ.
135	المبحث الثالث: المدارس الإخراجية والاتجاهات الحديثة في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية.
137	المبحث الرابع: العناصر البنائية وأساليب إخراج الصفحة الرئيسية (Home Page).
185-160	الفصل الثالث: الصحافة الإلكترونية بين الانقراضية وتفاعلية المستخدمين.
160	المبحث الأول: المستخدمين وانقراضية مضامين الصحف الإلكترونية.
169	المبحث الثاني: الخدمات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية.
174	المبحث الثالث: عادات قراءة مستخدمي الصحف الإلكترونية للمضامين.
179	المبحث الرابع: تقنيات التحرير للصحافة الإلكترونية ودورها بإنقراضية مضامينها.
عرض بيانات وتحليل نتائج الدراسة التحليلية	
174	عرض بيانات الدراسة التحليلية
175	المحور الأول: المكونات التركيب العامة لمواقع صحف الدراسة.
196	المحور الثاني: أدوات التصميم البنائية لمواقع صحف الدراسة.
263	المحور الثالث: العناصر البنائية المعلوماتية والتفاعلية التواصلية في مواقع صحف الدراسة
281	نتائج الدراسة التحليلية
عرض بيانات وتحليل نتائج الدراسة الميدانية	
294	عرض بيانات الدراسة الميدانية
296	البيانات الشخصية الخاصة بالبحوثين.
304	المحور الأول: واقع استخدام الطلاب الجامعيين للصحافة الإلكترونية الجزائرية.
337	المحور الثاني: اتجاهات الطلاب الجامعيين نحو إخراج مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية والتفاعل معها.
358	المحور الثالث: توظيف العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية وأثرها على اتجاهات انقراضيتها لدى الطلاب الجامعيين.

368	المحور الرابع: اقتراحات تحسين جودة الاخراج في الصحف الالكترونية الجزائرية لتفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامينها.
383	نتائج الدراسة الميدانية
398	توصيات ومقترحات الدراسة
401	خاتمة الدراسة
408	قائمة المراجع
423	الملاحق
469	فهرس المحتويات
472	فهرس الجداول
477	فهرس الأشكال

فهرس الجداول		
رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	الأوزان المعطاة لخيارات الإجابة المتاحة في الاستبانة.	43
02	المتوسطات المرجحة لل فقرات والاتجاه الموافق لها.	44
03	المتوسطات المرجحة للأبعاد والمتغيرات والمستويات الموافقة لها.	45
04	معاملات الارتباط بين فقرات مع الدرجة الكلية للأبعاد التي تنتمي إليها.	46
05	معاملات الارتباط بين فقرات المعيقات التي واجهة المستخدم اثناء قراءته لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية مع الدرجة الكلية للأبعاد التي تنتمي إليها.	47
06	معاملات الارتباط بين فقرات توظيف العناصر الاخراجية للصحف الالكترونية الجزائرية وأثرها على اتجاهات انقرائيتها لدى الطلاب الجامعيين.	48
07	معاملات الارتباط بين فقرات اقتراحات تحسين جودة الاخراج في الصحف الالكترونية الجزائرية لتفعيل اتجاه المستخدمين نحو مضامينها.	49
08	معاملات الارتباط بين فقرات اقتراحات تطوير الأدوات التطبيقية في الصحف الإلكترونية الجزائرية.	50
09	معاملات الثبات لمحور الدراسة باستخدام معامل كرونباخ ألفا.	51
10	تفضيلات طلبة كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة3 للصحف الإلكترونية الجزائرية.	53
11	العينة الزمنية لتحليل مواقع صحف عينة الدراسة.	54
12	مقارنة Lodhia بين الثراء في الإعلام المطبوع وشبكة الويب العالمية.	110
13	القيم اللونية للألوان وفقا للنظام السداسي العشري المستخدم في لغة HTML وبرنامج دريم ويفر .	135
14	تتابع إصدار الصحف الالكترونية الجزائرية من 1997 إلى 2000.	151
15	نوع Domain لمواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	175
16	تطابق عنوان URL باسم مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	177
17	Programming Language مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	178
18	browser compatibility مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	179
19	Home Page Partsمواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	182
20	Home Page Space مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	184
21	Home Page Speed مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	190

194	Cookies مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة مع المتصفحات.	22
195	Privacy Policy مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة مع المتصفحات.	23
196	Methods Designs مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	24
199	Homepage design style مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	25
203	Logo مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	26
207	Menu مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	27
209	Menu color مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	28
211	Slide Show مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	29
214	Breaking news ticker مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	30
215	Paper version archive في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	31
218	Types Image مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	32
220	Size Images مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	33
223	Image Format مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	34
227	Colors on the Home Page مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	35
232	Colors on the Inside Pages مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	36
237	Languages used مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	37
238	Fonts في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	38
241	Text Alignment في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	39
244	Tags في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	40
245	Hypertext في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	41
247	Content updates في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	42
248	Multimedia في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	43
252	Separative Element في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	44
257	Advertising Type في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	45
260	Advertising formats في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	46
263	Search Engine في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	47
267	Postal Items في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	48
268	Interactive services associated with the contents مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	49

271	Sharing the contents on social media platforms الجزائرية عينة الدراسة.	50
273	Content editor information في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	51
274	Use of e-mail في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	52
275	Use of social media platforms في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة	53
278	Elements of personal communication as one of the dimensions of interaction في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	54
279	Elements of achieving multiple choices as one of the dimensions of interaction في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	55
280	User effort mitigation components في مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	56
296	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.	57
298	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.	58
300	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي.	59
301	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة.	60
302	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة العائلية.	61
303	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير اللغة المتقنة.	62
304	سرعة شبكة الإنترنت المتوفرة لدى أفراد العينة.	63
306	مطالعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية الجزائرية.	64
308	مطالعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.	65
310	الوقت المستغرق لأفراد العينة في تصفح الصحف الإلكترونية الجزائرية.	66
312	أسباب تصفح أفراد العينة للصحف الإلكترونية.	67
314	الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة عند تصفح الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس.	68
316	استخدام أفراد العينة وضع عرض التصفح حسب متغير الجنس.	69
318	نوع المتصفح الذي يستخدمه أفراد العينة عند تصفح الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس.	70
321	اللغة التي يستخدمها أفراد العينة عند تصفح الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس.	71
323	كيفية تفاعل أفراد العينة مع الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير	72

	الجنس.	
325	بماذا يكتفي أفراد العينة عند تصفحهم للصحف الإلكترونية الجزائرية.	73
327	بماذا يكتفي أفراد العينة عند تصفحهم للصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.	74
330	اتجاهات أفراد العينة للخيارات التقنية عند تصفحهم للصحف الإلكترونية الجزائرية.	75
232	ما يشد انتباه أفراد العينة في الصحف الإلكترونية الجزائرية.	76
335	العناصر التي تشد أفراد العينة في الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.	77
337	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد "أثر الإخراج على تفاعل أفراد العينة مع مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية".	78
345	اتجاه أفراد العينة نحو تحقيق أسلوب إخراج المضامين الصحفية بسهولة لأفراد العينة للوصول إليها واسترجاعها حسب متغير الجنس.	79
346	اتجاه أفراد العينة نحو أثر وضوح الصور في مواصلة أفراد العينة لعملية قراءة المضامين في الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.	80
348	اتجاه أفراد العينة نحو مساهمة أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها بتوفير راحة بصرية أثناء القراءة حسب متغير الجنس.	81
349	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد "المعوقات التي واجهت أفراد العينة أثناء قراءتهم لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية"	82
354	اتجاه أفراد العينة نحو ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة حسب متغير الجنس.	83
355	اتجاه أفراد العينة نحو كثرة إعلانات Ads by google وحجبها للمضامين حسب متغير الجنس.	84
357	اتجاه أفراد العينة نحو مساهمة تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعل أفراد العينة بشكل واضح مع المضامين المقدمة حسب متغير الجنس.	85
358	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد "المعوقات التي واجهت أفراد العينة أثناء قراءتهم لمضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية".	86
365	اتجاه أفراد العينة نحو تحقيق الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية راحة للعين حسب متغير الجنس.	87
365	اتجاه أفراد العينة نحو ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة حسب متغير الجنس.	88

367	اتجاه أفراد العينة نحو اتسام مواقع الصحف بسهولة التحوال والاستخدام حسب متغير الجنس.	89
368	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد "كيف أثرت العناصر الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية على تفاعل أفراد العينة معها".	90
376	اتجاه افراد العينة نحو الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف بالمضامين حسب متغير الجنس.	91
368	اتجاه أفراد العينة نحو تحقيق الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية راحة للعين حسب متغير الجنس.	89
376	اتجاه افراد العينة نحو الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف بالمضامين حسب متغير الجنس.	90
377	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد "اقتراحات تحسين جودة الإخراج بشكل عام في الصحف الإلكترونية الجزائرية".	91
381	اتجاه افراد العينة نحو ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف حسب متغير الجنس.	92

فهرس الأشكال		
رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	تطور علاقة الويب الإنترنت.	81
02	الأجزاء الرئيسية المكونة لتقنية الـ (RIAS).	88
03	التسلسل الهرمي لوسائل الإعلام وفقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام.	110
04	النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية (UTAUT).	113
05	نموذج قبول التكنولوجيا TAM.	114
06	نموذج لدرجات الألوان الثلاثة الخاصة بنظام RGB.	135
07	نوع Domain مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	176
08	نوع Programming Language مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	179
09	موقع صحيفة "الشعب أونلاين" على متصفح opera.	180
10	موقع صحيفة "سبق برس" على متصفح Google chrome.	180
11	موقع صحيفة "الجزائر الآن" على متصفح opera.	181
12	موقع صحيفة "competition" على متصفح Mozilla Firefox.	181
13	Home Page Parts مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة.	183
14	مساحة موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	186
15	مساحة موقع صحيفة "سبق برس".	187
16	مساحة موقع صحيفة "الجزائر الآن".	188
17	مساحة موقع صحيفة "competition".	189
18	Home Page Speed موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	192
19	Home Page Speed موقع صحيفة "سبق برس".	192
20	Home Page Speed موقع صحيفة "الجزائر الآن".	193
21	Home Page Speed موقع صحيفة "competition".	193
22	نظام الـ Cookies في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	194
23	Privacy Policy في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	196
24	Gate style مع الاتجاه الرأسي لموقع صحيفة "الشعب أونلاين".	101
25	Mixed Style مع الاتجاه الرأسي لموقع صحيفة "سبق برس".	102
26	نوع Logos في مواقع صحف عينة الدراسة.	204
27	Formats Logo مواقع صحف عينة الدراسة.	205
28	Place Logo في مواقع صحف عينة الدراسة.	206
29	نوع Menu موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	208
30	نوع Menu في مواقع صحف عينة الدراسة.	208

210	Menu color مواقع صحف عينة الدراسة.	31
212	Slide Show موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	32
213	Slide Show موقع صحيفة "سبق برس".	33
213	Slide Show موقع صحيفة "الجزائر الآن".	34
213	Slide Show موقع صحيفة "competition".	35
214	Breaking news ticker في موقعي صحفتي "الشعب أونلاين" و "competition".	36
216	Paper version archive في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	37
216	Paper version archive موقع صحيفة "competition".	38
217	Format version archive موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	39
217	Format version archive موقع صحيفة "competition".	40
221	Size Image في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "competition".	41
222	Size Image في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "الجزائر الآن".	42
222	Size Image في الصفحات الداخلية لموقع صحيفة "الشعب أونلاين".	43
222	Size Image في الصفحات الداخلية لموقع صحيفة "سبق برس".	44
226	نوع امتداد JPEG في صور موقع صحيفة "competition".	45
226	نوع امتداد WebP في صور مواقع صحف "الشعب أونلاين" و "سبق برس" و "الجزائر الآن".	46
230	ألوان الأرضيات في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "الجزائر الآن".	47
231	ألوان الأرضيات في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "competition".	48
231	ألوان العناوين في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "الشعب أونلاين".	49
232	ألوان العناوين في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "سبق برس".	50
235	لون الأرضية في الصفحات الداخلية لموقع صحيفة "الشعب أونلاين".	51
235	لون الأرضية في الصفحات الداخلية لموقع صحيفة "competition".	52
236	لون النصوص في الصفحات الداخلية لموقع صحيفة "سبق برس".	53
236	لون النصوص في الصفحات الداخلية لموقع صحيفة "الجزائر الآن".	54
239	حجم الخط في موقع صحيفة "سبق برس".	55
239	نوع الخط في موقع صحيفة "الجزائر الآن".	56
240	نوع الخط في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	57
241	نوع الخط في موقع صحيفة "competition".	58
243	المحاذاة الى اليمين في العناوين والنصوص لمواقع صحف "الشعب أونلاين" و "سبق برس" و "الجزائر الآن".	59

243	المحاذاة الى اليسار في العناوين والنصوص لموقع صحيفة "competition".	60
244	الوسوم في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	61
246	النص الفائق الخارجي في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	62
249	مقاطع الفيديو المحذوفة في موقع صحيفة "competition".	63
251	أبومات الصور في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	64
251	مقاطع الفيديو في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	65
251	مقاطع الفيديو في موقع صحيفة "الجزائر الآن".	66
252	الإطارات كعنصر فصل بين الموضوعات في موقع صحيفة "سبق برس".	67
253	عناصر الفصل بين الموضوعات في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	68
254	المساحات الفارغة كعنصر فصل بين الموضوعات في موقع صحيفة "الجزائر الآن".	69
255	المساحات الفارغة كعنصر فصل بين الموضوعات في موقع صحيفة "competition".	70
258	إعلانات "جوجل أدوردز" في موقع صحيفة "competition".	71
259	الإعلانات في موقع صحيفة "سبق برس".	72
259	الإعلانات في موقع صحيفة "سبق برس".	73
260	الإعلانات في موقع صحيفة "شعب أونلاين".	74
261	امتداد Mp4 في إعلانات موقع صحيفة "سبق برس".	75
261	امتداد JPEG في إعلانات موقع صحيفة "الجزائر الآن".	76
262	امتداد WebP في إعلانات موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	77
262	امتداد HTML في إعلانات موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	78
264	محرك البحث في مواقع صحف "الشعب أونلاين" و"سبق برس" و "الجزائر الآن".	79
264	محرك البحث في موقع صحيفة "competition".	80
265	شكل محرك البحث في مواقع صحف عينة الدراسة.	81
266	موقع محرك البحث في موقع صحيفة "سبق برس".	82
267	النشرة البريدية في موقع صحيفة "competition".	83
269	الخدمات التفاعلية المرافقة للمضامين في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	84
269	الخدمات التفاعلية المرافقة للمضامين في موقع صحيفة "سبق برس".	85
272	منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة عبرها في مواقع صحف الدراسة.	86
273	معلومات محرري المضامين في موقع صحيفة "الشعب أونلاين".	87
275	بريد المحررين في موقع صحيفة "الشعب سبق برس".	88
276	أيقونات منصات التواصل الاجتماعي في موقع صحيفة "competition".	89

276	أيقونات منصات التواصل الاجتماعي في موقع صحيفة "سبق برس".	90
296	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس.	91
298	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير السن.	92
300	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق المستوى الجامعي.	93
301	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق الإقامة.	94
302	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق الحالة العائلية.	95
303	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق اللغة المتقنة.	96
304	دائرة نسبية تمثل سرعة شبكة الإنترنت لدى أفراد العينة.	97
306	دائرة نسبية تمثل مطالعة الصحافة الإلكترونية الجزائرية لدى أفراد العينة.	98
308	مخطط بياني يوضح مطالعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.	99
310	دائرة نسبية تمثل بين الوقت المستغرق في تصفح الصحف الإلكترونية الجزائرية لدى أفراد العينة.	100
312	دائرة نسبية تمثل أسباب تصفح أفراد العينة للصحف الإلكترونية الجزائرية.	101
314	مخطط بياني يوضح الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة عند تصفح الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس.	102
316	مخطط بياني يوضح استخدام أفراد العينة وضع عرض التصفح حسب متغير الجنس.	103
318	مخطط بياني يوضح نوع المتصفح الذي يستخدمه أفراد العينة عند تصفح الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس.	104
320	صدارة متصفح Google Chrome على جميع المتصفحات الأخرى خلال شهر جانفي 2023.	105
320	صدارة متصفح Google Chrome على جميع المتصفحات الأخرى خلال شهر فيفري.	106
320	صدارة متصفح Google Chrome على جميع المتصفحات الأخرى خلال شهر مارس.	107
321	مخطط بياني يوضح اللغة التي يستخدمها أفراد العينة عند تصفح الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس.	108
323	مخطط بياني يوضح كيفية تفاعل أفراد العينة مع الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.	109
325	مخطط بياني يوضح بماذا يكتب أفراد العينة عند تصفحهم للصحف الإلكترونية الجزائرية	110

328	مخطط بياني يوضح بماذا يكتفي أفراد العينة عند تصفحهم للصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.	111
330	مخطط بياني يوضح اتجاهات أفراد العينة للخيارات التقنية عند تصفحهم للصحف الإلكترونية الجزائرية.	112
332	دائرة نسبية تمثل ما يشد أفراد العينة في الصحف الإلكترونية الجزائرية.	113
336	مخطط بياني يوضح العناصر التي تشد أفراد العينة في الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.	114
345	مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو تحقيق أسلوب إخراج المضامين الصحفية سهولة لأفراد العينة للوصول إليها واسترجاعها حسب متغير الجنس.	115
346	مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو أثر وضوح الصور في مواصلة أفراد العينة لعملية قراءة المضامين في الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس.	116
348	مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو مساهمة أنواع الخطوط التي كتبت بها المضامين وأحجامها بتوفير راحة بصرية أثناء القراءة حسب متغير الجنس.	117
354	مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو ثقل تحميل صفحات الموقع وعدم سرعته في الاستجابة حسب متغير الجنس.	118
355	مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو كثرة إعلانات Ads by google وحجبها للمضامين حسب متغير الجنس.	119
357	مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو مساهمة تنوع الوسائط المتعددة (صوت، صورة، فيديو، بودكاست، جرافيك) من تفاعل أفراد العينة بشكل واضح مع المضامين المقدمة حسب متغير الجنس.	120
365	مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو تحقيق الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية راحة للعين حسب متغير الجنس.	121
367	مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو اتسام مواقع الصحف بسهولة التحوال والاستخدام حسب متغير الجنس.	122
376	مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو الابتعاد عن حشو الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف بالمضامين حسب متغير الجنس.	123
381	مخطط بياني يوضح اتجاه أفراد العينة نحو ادراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هندسة عملية بناء وتطوير مواقع الصحف حسب متغير الجنس.	124