تأثير تقنيات تكنولوجيا الإخراج الجديدة في جذب القراء للمواقع الإخبارية الإلكترونية

د. آمال سعد الدين حسين حلبي*

أ.نهى صديق إبراهيم مكرش **

المستخلص:

تستهدف الدراسة 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 تتيحها شبكة الإنترنت لجذب القراء بشكل دائم وأساليب استخدامها للتقنيات الإخراجية الحديثة. واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على 400 مفردة من أفراد المجتمع السعودي.

أهم نتائج الدراسة:

- تتعدد الصعوبات التي تواجه المبحوثين في استخدام هذه المواقع؛ فذكروا في المقدمة "كثرة الإعلانات الإلكترونية على الموقع" بوزن نسبي (82,3%), ثم "بطء تحميل الموقع" بوزن نسبي (64.7%), وأخيرًا "صعوبة التصفح والتجول داخل الموقع" بوزن نسبي (50,3%).
- تختلف دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية؛ فذكروا في المقدمة "لأنها تتمتع بالفورية في نقل وعرض الأخبار" بوزن نسبي (98%), ثم "لأتعرف على الأحداث بشكل يتوافق مع ظروفي" بوزن نسبي (96.7%), وأخيرًا "لأنها تتمتع بالمصداقية والموضوعية في عرض وتناول الأخبار" بوزن نسبي (75%).
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية ودوافع استخدامهم لها.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صعوبة استخدام هذه المواقع بالنسبة للمبحوثين وانطباعهم عن هذه المواقع.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية ومدى انجذابهم لهذه المواقع باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية والإشباعات المتحققة لديهم.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الإخراج - المواقع الإخبارية الإلكترونية

The role of new output technologies in attracting readers to news websites

The study aims to analyze the role of production technologies in attracting readers to the electronic news websites, and to reveal how these websites use traditional production elements, technology design elements and interactive

* أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الإعلام والاتصال – جامعة أم القرى

** محاضر بقسم الصحافة والنشر الإلكتروني بكلية الإعلام والاتصال - جامعة الإمام محمد سعود الإسلامية

tools provided by the Internet to attract readers. The study used the survey method and the questionnaire tool by applying it to 400 individuals from the Saudi community.

The main results:

- The difficulties faced by respondents in using these websites are determined in "the large number of electronic advertisements on the site" (82.3%), then "the slowness of the site" (64.7%), and finally "the difficulty of navigation and usability of the site" (50.3%).
- The respondents' motives for using news websites are determined in "spreading the news immediately" (98%), then "showing the events in a way that matches our circumstances" (96.7%), and finally "because these websites have credibility and objectivity in presenting the news" (75%).
- There is a statistically significance relationship between the respondents 'keenness to follow news websites and their motives of use.
- There is a statistically significant relationship between the difficulty in using these sites and the respondents' impression of these sites.
- There is a statistically significant relationship between the respondents 'keenness to follow the news websites and the extent of their attraction to these sites.
- There is a statistically significant correlation between the respondents' motives for using news websites and their satisfaction of using these websites.

Keywords: output technology - news websites

مقدمة:

تعد التطورات التكنولوجية المتلاحقة والسريعة لشبكة الإنترنت سببًا في عديد من التغيرات في جميع صناعات الإعلام، فقد أدت إلى حدوث تطورات في النظم الصحفية نظرًا لتأثرها بالمستحدثات التكنولوجية, مع زيادة إدراك مؤسسيها بالأدوار المستحدثة لأهمية التطور التقني والتكنولوجي في البيئة الإخراجية الصحفية الاتصالية حيث أنها غيرت مفاهيم العمل الإعلامي التقليدي وتنوعت أدوات ووسائل جمع البيانات ونشرها في المجال الصحفي، حيث إن تقديم معلومات وخدمات إعلامية صحفية إلكترونية ساعدت على انتشار مفهوم صحفي جديد واختيار جمهور مختلف عما قبل يفضل التفاعل مع وسائل الإعلام الحديثة والتقنيات التكنولوجية المستخدمة في الوسائل الإعلامية الصحفية لتلبية احتياجاتهم وبالتالي اصبح الصحفى بوقتنا الحالى يستغنى عن عدد كبير من الوسائل التقليدية القديمة .

فقد أسهم التطور التكنولوجي في تطور الأساليب الإخراجية الرقمية المتطورة التي عززت إمكانية تخطيها حدود المكان والزمان، فسهولة ويسر الاستخدام للمواقع الإخبارية على

الإنترنت هى التي تساعد على نشر وانتشار التفاعل الايجابي بها, حيث تستفيد وسائل التواصل الجماهيري بالإسلوب الإخراجي المتبع على هذه المواقع الإخبارية.

يتم توصيل الرسالة الاتصالية عبر الإنترنت من خلال الاستخدام الأمثل للعناصر المميزة للإنترنت كالوسائط المتعددة، مما يؤدي إلى جذب المستخدمين لقراءة الأخبار المستحدثة على المواقع الإخبارية, مع خلق انطباع جيد لدى المستخدمين عن هذه المواقع والجهات المعبرة عنها, وزيادة مصداقيتها لدى المستخدمين، والإسهام في جذب القراء وزيادة ارتباطهم بمواقع الصحف. وقد لعبت المؤسسات الإعلامية دورًا مهمًا في تغيير الوسيلة الإعلامية، فظهرت تكنولوجيا الإعلام الرقمي الجديد التي تمتاز مزياها بالتفاعلية والوسائط المتعددة والنص الفائق, مما أحدثت تطورًا هائلاً في ثقافة الإعلام وممارساته بكل أشكالها[1] . وقد سعت الصحف والمواقع الإلكترونية للعناية بشكلها وتوظيف الجانب الجمالي لجذب الجمهور إلى هذا النوع من الصحافة[2] . وتعتمد المواقع الإخبارية على التفاعلية في نشر أخبارها على أكثر من وسيط تفاعلي تقني إخراجي متطور، مما يجعلها مختلفة عن باقي وسائل الإعلام التقليدية، حيث تعد التفاعلية سمة أساسية من سمات الصحافة الإلكترونية لتوضيح وسائل الإقناع والتنوع في الأخبار إعلاميًا.

الدراسات السابقة:

اهتمت دراسة (حاتم, 2020)[3] ودراسة (عائدة, 2019) [4] دراسة (خلود, 2019)[5] بالبحث في التقنيات المستخدمة في نقل الأخبار ومعالجتها وأساليب الصياغة الفنية لها, والتعرف على أدوات التحرير الصحفي في الصحف الإلكترونية ومدى ثراء المضمون بالنسبة للقارئ. واستهدفت دراسة (أمين, 2018) [6] ودراسة (تسنيم رياض, 2018) [7] و دراسة (منه الله, 2017[8]) ودراسة (كريم محمد, 2015)[9] و دراسة (سالي شحاتة, 2015)[10] ودراسة (منار منير, 2015)[11] ودراسة (نادر عبد المطلب, 2015)[12] ودراسة (محمد إسماعيل ياسين 2015) ودراسة (وفاء عبد الغفار, 2013)[13] ودراسة (هيثم مؤيد, 2010)[14] ودراسة (Mattew Joseph, 2010)[15] ودراسة (Seelig, Michelle, 2007)[16] ودراسة(Ku, Linlin, 2006) [17]) البحث في أساليب الإخراج الصحفي والعوامل التي تساعد عللا زيادة وتنمية الإبداع في مجال التصميم الصحفي الإلكتروني. أما دراسة (نجم الدين, 2017 [18]) ودراسة (عطية, 2017[19]) ودراسة (محي الدين, 2016[20]), فقد هدفت إلى التعرف على التطورات التي حدثت في نهاية القرن العشرين في مجال العلوم والتكنولوجيا من خلال الاكتشافات العلمية وتطور النظريات الفلسفية والعلمية التي أسهمت في زيادة الابتكارات التكنولوجية, خاصة في المجال الصناعي. وبالتركيز على العناصر التيبوغرافية, هدفت دراسة (عمران الهاشمي, 2016[21]) إلى استعراض العناصر التيبوغرافية، وبيان خصائصها الفنية ودورها في الإخراج الصحفي.

تحددت المناهج البحثية التي استخدمتها هذه الدراسات في منهج المسح والمنهج التاريخي ومنهج العلاقات المتبادلة والعلاقات السببية, وأدوات تحليل المضمون والمقابلة المتعمقة والاستبيان الإلكتروني. **وتنوعت العينات البحثية** التي تمت هذه الدراسات بالتطبيق

عليها, فتمت دراسة (حاتم, 2020) بالتطبيق على وسائل الإعلام العراقية, وتحددت عينة دراسة (خلود, 2019) في الصحف الإلكترونية السعودية ومحرريها ورؤساء تحريرها, في حين تحددت عينة دراسة (تسنيم رياض, 2018) في صحف ديلي نيوز إيجيبت Daily news Egypt، والأهرام ويكلى Al ahram weekly، ولبروجريه إجيبسيان le progress egyptien، والأهرام إبدوAl Ahram hebdo. وتمثلت عينة دراسة (منة الله, 2017) في صحف المواطن العربية والعالمية (الأصوات العالمية والمواطن وأهلا العربية وDigitaljournal وNewsvine). وكانت عينة دراسة (كريم محمد, 2015) هي الصحف الرياضية الإلكترونية, في حين شملت عينة دراسة (منار منير, 2015) مجموعة من مواقع الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية. وتحددت عينة دراسة (نادر عبد المطلب, 2015) في المواقع الإلكترونية الإخبارية (اليوم السابع - المصري اليوم – الوطن). وشملت عينة دراسة (محمد إسماعيل ياسين, 2015) الصحف الفلسطينية اليومية. وتمثلت عينة دراسة (وفاء عبد الغفار, 2013) في المواقع الإلكترونية لكل من (الأهرام، الوفد، اليوم السابع). وتمت دراسة (Mattew Joseph, 2010) بالتطبيق على موقعي www.Newspaperdesign.c وwww.visualeditors.com. وشملت دراسة (Seelig, Michelle, 2007) صفحات وسائل الإعلام الإخبارية. وتمثلت عينة دراسة (Ku, Linlin, 2006) في المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية.

توصلت هذه الدراسات إلى مجموعة مختلفة من النتائج, تتمثل في اعتبار الخبر الصحفي الفن الرئيسي الذي تعتمده كل وسائل الإعلام، فضلاً عن كونه يأتي من ضمن أولويات الجمهور، فعصرنا الحالي هو عصر التنافس في مجال سرعة الحصول على المعلومات والأخبار وبثها وتقديم التفسيرات والخلفيات المرافقة لها. كما تطورت صناعة الخبر الصحفي في الدول المتقدمة من ناحية التقنيات المستخدمة في نقلها ومعالجتها ومن ناحية أساليب الصياغة الفنية وتعددت أيضًا المصادر الإخبارية وخيارات التعامل مع الأخبار من ناحية الإخراج الصحفي, وذلك وفق ما أكدت دراسة (حاتم, 2020). كما أكدت دراسة (عائدة, 2019) أنه نتيجة للتطور التكنولوجي سعى عديد من الفنانين إلى تشكيل الحروف من خلال البرمجيات الحاسوبية المختلفة، إضافة إلى الصورة الرقمية لإخراج أعمالهم التصميمية والتشكيلية وذلك لسهولة وسرعة إنجاز العمل. وتتفق معها في هذا الرأي دراسة (خلود, 2019) التي أكدت أن الوسائط المتعددة استطاعت أن تعزز من تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية, كما أوصت بإنشاء إدارة التغيير أو التحول (Transformation/Change Management) في كافة المؤسسات الإعلامية العربية سواء تلك التي تبنت تكنولوجيا الحاسبات أو تلك التي لم تطبقها بشكل كامل، بحيث تحرص تلك الإدارة على تطوير جميع أساليب الإنتاج الصحفي على المستوى التحريري والإخراج والتواصل باستمرار مع العاملين في العملية التحريرية لفهم المتطلبات والاحتياجات الصحفية. هذا إلى جانب دراسة (هيثم مؤيد, 2010) التي أكدت أهمية العمل على بناء ثقافة جديدة لدى المخرجين الصحفيين من خلال الأفكار والثقافات الجديدة التي تنشرها مما أسهم في جعل محتوى الشكل أكثر ملاءمة مع

المضمون. ودراسة (Mattew Joseph, 2010) التي أثبتت أن توافر عناصر الوسائط المتعددة يساعد على تمثيل معلومات الرسالة الإخبارية بشكل كبير, ومن ثم تذكر المحتوى الإعلامي. وفي ذات الإطار, أوضحت دراسة (أمين, 2018) أن الإخراج الصحفي يعد عملية فنية وصحفية لها طابعها الجمالي والوظيفي، فهو خطوة مهمة من خطوات إصدار الجريدة، حيث تعني بعرض المادة التحريرية على الصفحة بشكل جذاب وملفت لنظر القارئ. وقد أدت المنافسة الحادة بين الجرائد على اختلاف اتجاهاتها إلى البحث عن أساليب تؤكد بها بقاءها واستمراريتها وإبراز شخصيتها, فالإخراج الصحفي أحد الفنون الصحفية التي تساعد على تميز جريدة عن أخرى، من خلال عرض المضمون بشكل واضح لجذب انتباه القارئ، ويتم ذلك بتوظيف العناصر التيبوغرافية أو الوحدات الطباعية وتطويعها بما يتناسب مع المضمون والسياسة العامة للجريدة, وأضافت أن العلاقة بين الإخراج الصحفي وتوجهات الجريدة تقوم على أساس أن الإخراج يخدم المضمون ويظهره في قالب فني يسهل على القارئ عملية القراءة والمتابعة، حيث تجد الجريدة لنفسها أسلوباً متميزاً في تقديم المضمون, وأن التطور التكنولوجي الكبير الذي حصل في وسائل الاتصال بشكل عام والصحافة بشكل خاص كان له أثر كبير على مضمون وشكل الجريدة، الأمر الذي أدى بدوره إلى تطور الإخراج الصحفي من خلال ظهور مجموعة كبيرة من برامج التصميم المتخصصة، بفضل تقنيات النشر المكتبي، وما وفره التطور التقني الهائل في مجال الطباعة، مما انعكس بدوره على تطور الجرائد على اختلاف اتجاهاتها، ومواكبة المنافسة فيما بينها للاستحواذ على القارئ وتحقيق أهدافها. واستفاضت دراسة (تسنيم رياض, 2018) في تأكيد أهمية السياسة التحريرية والإخراجية كأحد الأسس التي تتدخل في تحديد شخصية صحف الدراسة, حيث أوضحت في نتائجها التفصيلية أن عامل المنافسة بين الصحيفتين الإنجليزيتين، الأهرام ويكلى وديلى نيوز، تمثل في تمتع كل منهما بشكل إخراجي مميز، ولكن نتيجة لاختلاف دورية الصدور، فقد مثل ذلك إحدى عقبات منافسة ديلي نيوز لصحيفة الأهرام الأسبوعية، التي تميزت بالمعالجة الإخراجية المنوعة للعناوين، والاعتماد على الضخامة غير المتوقعة لأحد عناصر التصميم، بينما كانت الديلي تسعى لأن تضفي نوعًا من التميز على صفحاتها، من خلال استخدام ورق أكثر بياضًا، واستخدام بعض الصور الكبيرة والمفرغة أحيانًا، فضلاً عن التوسع في استخدام الرسوم خصوصًا الرسوم المعلوماتية والرسوم الساخرة. وحول إخراج صحف المواطن, أشارت دراسة (منة الله, 2017) إلى استخدام صحف المواطن أسلوب الامتدادات الطولية للصفحة الرئيسية وأسلوب الوحدات الإلكترونية في إخراج صفحاتها, كما تستخدم أسلوب الامتدادات الطولية للصفحة الرئيسية, وهذا الأسلوب غير مرغوب فيه استنادًا إلى العادات القرائية والقواعد الإخراجية المعروفة التي لاتنصح بطول كهذا لأنه يسبب ملل المتصفح ويسبب عزوفه عن القراءة, كما استخدمت معظم صحف المواطن أسلوب الوحدات الإلكترونية في إخراج صفحاتها, ويساعد هذا الأسلوب على تسهيل التصفح من خلال إعطاء مستخدم الإنترنت نبذة مختصرة عن الأخبار والموضوعات قبل الدخول إلى تفاصيلها. وشددت على ذلك أيضًا دراسة (نجم الدين, 2017) التي أكدت أن الفنان اليوم وبتوغله في المجال الرقمي، لم يعد هاجسهُ يرتكز أساسًا

على الأشكال والألوان، وما يمكن أن ترسيهِ من علاقات تشكل هي الأخرى استنادًا إلى مسارات بنيوية يحكمها التلاحم والتباعد تارةً والالتفاف والتجاور طورًا، لكن إلى ما يمكن أن تؤول إليه هذه الأشكال وما قد تقيمه من علاقات مفهومها الحركة والديناميكية وليس مجرد حالتها القارة والمستقرة دائمًا كما هو معهود وسائد, وهكذا تتحقق الوحدة الجمالية حيث تتلاءم أجزاء العمل الرقمي عبر نمط ونسق متحرك. وفي إطار ذلك, أوصت دراسة (عطية, 2017) بضرورة تشغيل الكفاءات الفنية المتخصصة في مجالي الإخراج والطباعة, اتفقت معها في نفس الرأي دراسة (محي الدين, 2016) التي شددت على إبراز الألوان والصور وإبراز الموضوعات المراد التركيز عليها. أما دراسة (عمران الهاشمي, 2016), فقد أكدت أن العناصر التيبوغرافية تؤدي دوراً أساسياً في إحداث التوازن في الصفحة الواحدة والصفحات الأخرى, كما تنحصر أهمية العناصر التيبوغرافية المساعدة وهي (الفواصل والجداول والإطارات) في الفصل بين المواد التحريرية بعضها عن بعض، وبطريقة واضحة تسهل من خلالها عملية القراءة، كما تبعد التشابك والتلاحم بين الأخبار والموضوعات التحريرية المختلفة. وبذلك, حرصت دراسة (كريم محمد, 2015) على حث الصحف على مراعاة تفضيلات المبحوثين للعناصر التصميمية التكنولوجية والتفاعلية في تصميم المواقع التابعة لها. وتتفق معها في ذلك دراسة وفاء عبد الغفار (2013) التي أكدت أن الراحة في التصفح وسهولة الحصول على المعلومات أكثر تأثيرًا على المستخدمين من اعتماد الموقع على الصور. ودراسة (Ku, Linlin, 2006) التي أوضحت أهمية العلاقات التفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور. وهنا نبهت دراسة (سالي شحاتة, 2015) إلى ضرورة عدم تكدس الموضوعات على الصفحة مع عدم إسراف المصممين في استخدام الأرضيات خاصة الملونة، ومراعاة توافر مساحات مناسبة من بياض الصفحة بين عناصرها الإخراجية المختلفة. وبالتركيز على آراء المبحوثين أوضحت دراسة (محمد إسماعيل ياسين, 2015) أن 60% من المبحوثين يرون أن ارتفاع تكلفة استخدام التقنية يمثل السبب الأول في عدم استخدام بعض الأدوات التكنولوجية، و45% يرون أن عدم توفر التقنية يمثل السبب الثاني لذلك، بينما يرجع 25% منهم عدم استخدام بعض الأدوات التكنولوجية لافتقادهم المعرفة بطريقة استخدام التقنية، وعدم توفر متطلبات استخدامها، ودرجة تعقيدها، وعدم الحاجة إليها, كما رأى المبحوثون أن التكنولوجيا أدت إلى تقدم تعدد برامج التصميم والإخراج والمزج بين مخرجاتها في إخراج الصفحات, حيث يعتبرون أهم مجالات الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير إخراج صحيفتي الدراسة، تلاها توفر خيارات واسعة لإضفاء لمسات فنية وجمالية على إخراج الصفحات، ثم توفر خيارات واسعة من الخطوط والألوان. كما أوضحت دراسة (منار منير, 2015) أن أهم مميزات الصحافة الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين هي السرعة في نقل الأخبار والفورية في تحديث المضمون ثم استخدامها لأشكال متنوعة لعرض المحتوى (نص– صوت – صورة – مقاطع فيديو حية) أو الجمع بين هذه الأشكال فيما يُسمى تقنيات الوسائط المتعددة ثم إمكانية البحث عن الموضوعات القديمة في الأرشيف الإلكتروني ثم التكلفة الأقل وتميزها بأخبار جديدة غير متاحة في الوسائل التقليدية. وبشكل دقيق, أكدت دراسة (نادر عبد المطلب, 2015)

اعتماد المواقع محل الدراسة على خطي (Arial) و (Driod Arabic Naskh) في كتابة متن الموضوعات ، حيث احتل خط (Arial) المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت 75.97%، بينما جاء خط (Driod Arabic Naskh) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية بلغت 24.02%.

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة :

- التحديد الدقيق لموضوع الدراسة لضمان عدم التكرار وتقديم الجديد، وتعميق المشكلة البحثية، وصياغة التساؤلات والأهداف بشكل أعمق.
- تحديد المفاهيم والتعريفات الإجرائية للدراسة.
- التعرف على الأطر النظرية الأكثر ملائمة لهذه الدراسة، لتحقيق أهداف الدراسة وبما يتناسب مع المشكلة البحثية.
- اختيار أدوات جمع البيانات والمناهج الأكثر ملائمة لهذه الدراسة.
- تركزت الأبعاد الموضوعية لتناول القضايا والإشكاليات البحثية في مجال إخراج الصحف بمعظم الدراسات السابقة على دراسة الجوانب الإخراجية بالتركيز على عناصر التصميم مجتمعة، أو أحد العناصر فقط، أو الجوانب المتعلقة بأسس وأساليب التصميم للصحف، أو دراسة أثر أحد العوامل على العملية الإخراجية، في حين ندرت الدراسات التي تتناول مختلف العوامل المؤثرة على الإخراج الصحفى، وإن أسهمت نتائج الدراسات السابقة في توسيع النطاق المعرفي لدى الباحثة بما ساعد على اختيار موضوع الدراسة وتحديد أبعاده لاستكمال النقص المعرفى في المجال البحثي وبلورة المشكلة البحثية الخاصة بالدراسة.
- استخدمت معظم هذه الدراسات منهجي المسح والمقارن بشكل أساسي، وإن قل استخدام المنهج التاريخي أو منهج العلاقات المتبادلة، والعلاقات السببية، بينما ندر استخدام المنهج التجريبي، كما اعتمدت معظم الدراسات التحليلية على أدوات الملاحظة وتحليل الشكل بنوعيه الكمي والكيفي أو الكيفي فقط، وإن فاق استخدام الأسلوب الكيفي للتحليل بالدراسات الإخراجية السابقة، كما استخدمت المقابلة كأداة تكميلية بالدراسات التحليلية أو أساسية إلى جانب الاستقصاء بالدراسات الميدانية الخاصة بالقائم بالاتصال أو الجمهور في بعض الدراسات.

مشكلة الدراسة:

نظرًا للتحول الإعلامي التكنولوجي الذي حدث خلال العقد الأخير على مستوى المواقع الصحفية والإخبارية، ونظرًا لإهمية نشر المنتج الإخباري عبر الصحف والمواقع الإلكترونية, لما يقدمه ذلك من مميزات لا توجد في أي وسيلة أخرى للنشر، فإن الأمر يحتم دراسة وتحليل تصميم بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية لمعرفة مواطن القوة والضعف به، وتحديد دور تقنيات الإخراج في جذب القراء للمواقع الإخبارية. ومن هنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في **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 تتيحها شبكة الإنترنت لجذب القراء بشكل دائم وأساليب استخدامها للتقنيات الإخراجية الحديثة.**

أهمية الدراسة

تبع أهمية الدراسة من الجوانب التالية:

1- تبني المواقع الإخبارية للتقنيات التكنولوجية الإخراجية الحديثة هو أحد أطواق النجاة لكي نضمن للمواقع الإخبارية الإلكترونية المنافسة مع الصحف وأيضًا المنافسة الشديدة مع الوسائل الإعلامية الأخرى, التي تشمل وسائل الإعلام الرقمية الجديد.

2- يُعد تبني المواقع الإخبارية السعودية للأساليب التكنولوجية الإخراجية الحديثة أحد أهم الوسائل لمواكبة المنافسة بين الصحف والمواقع الإخبارية الإلكترونية؛ لذا فمن الضرورى دراسة العوامل التي يمكن أن تؤثر على تبني المواقع الإخبارية الإلكترونية للأساليب الإخراجية الحديثة.

3- إن شكل الموقع الإخباري الإلكتروني وأسلوب تصميمه إن لم يكن يكافئ مضمونه في الأهمية فإنه يفوق المضمون, لما للإخراج الصحفى من أهمية في جذب انتباه القارئ للموقع الإخباري الإلكتروني وللمضمون.

اهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في رصد وتفسير **تأثير تقنيات تكنولوجيا الإخراج الجديدة على جذب القراء للمواقع الإخبارية الإلكترونية**.

ينبع من هذا الهدف الرئيسي مجموعة أهداف فرعية, هي:

1. دراسة تصميم عدد من المواقع الإخبارية الإلكترونية للكشف عن كيفية استخدامها للعناصر التصميمية التقليدية مثل (العناوين - الصور - الألوان), ومدى استخدامها للعناصر التصميمية الإلكترونية مثل (النص الفائق- تكنولوجيا الوسائط المتعددة - البريد الإلكتروني - التفاعل) وتحديد مدى تأثير هذه التقنيات التكنولوجية الإخراجية لجذب القراء.
2. التعرف على مدى تفضيل القراء لاستخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية محل الدراسة للعناصر التصميمية كافة ومدى تأثير هذه التقنيات على الجمهور.
3. تحديد مزايا المستحدثات الإخراجية لجذب انتباه القارئ، وتحديد تأثير هذه التقنيات التكنولوجية الإخراجية الجديدة على جذب القراء.
4. التعرف على تأثير استخدام تكنولوجيا الإنتاج الصحفى على تبني الموقع الإخباري الإلكتروني للأساليب الإخراجية الحديثة.
5. التعرف على تأثير درجة تأهيل المخرج الصحفي على الموقع الإخباري الإلكتروني لاستخدام التكنولوجيا على تبني المخرج الصحفي للأساليب الإخراجية الحديثة.
6. التعرف على تأثير المنافسة الصحفية بين الصحف والمواقع الإخبارية الإلكترونية على تبني الصحيفة والموقع الإخباري الإلكتروني للأساليب الإخراجية الحديثة.

تساؤلات الدراسة:

1. ما مدى حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية إلكترونيًا ومعدل متابعتهم لها؟
2. ما مدى وجود صعوبة في استخدام المبحوثين لهذه المواقع؟
3. ما الصعوبات التي تواجه المبحوثين في استخدام هذه المواقع؟

4. ما دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية؟
5. ما الإشباعات الناتجة عن استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية؟
6. ما العناصر التي تجذب انتباه المبحوثين لتصفح الأخبار على الموقع؟
7. ما مدى انجذاب القراء للمواقع الإخبارية الإلكترونية باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة؟
8. ما الانطباع العام للمبحوثين عن المواقع الإخبارية؟
9. ما السلبيات التي يلاحظها المبحوثون على المواقع الإخبارية السعودية؟

الإطار النظري للدراسة:

مدخل النموذج المهجن Hybrid model:

تعتمد هذه الدراسة على النموذج المهجن فيما يتعلق بتصميم المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت ويعتمد هذا المدخل في بنائه على المعادلة التالية:

النموذج المهجن = النموذج الاستاتيكي + النموذج الديناميكي .[22]

(Static Model + Dynamic Model= Hybrid Model)

يُقصد بالنموذج الاستاتيكي العناصر البنائية التقليدية مثل الصور والنصوص، أما النموذج الديناميكي, فيُقصد به ما تحظى به الإنترنت من عناصر بنائية تكنولوجية تؤدي إلى تفاعلية القارئ مع الشكل والمضمون.

عبر جورج جلدر George Gilder في نموذجه المهجن عن التزاوج بين الكمبيوتر والصحافة, فهو يرى أن الكمبيوتر مساعد جيد للصحافة في أداء دورها، وأنه يدعم صناعة الأخبار, إذ أنه يجعل الصحيفة تتمكن من تسليم منتجاتها في وقت يسير، كما ساعد الكمبيوتر في زيادة كمية المعلومات المتاحة أمام الصحيفة، ويفتح الطريق أمام الأخبار لتقديمها بالصوت والصورة والفيديو[23] . فعن طريق استخدام الكمبيوتر في إنتاج وتسليم المواد الإعلامية, تم التزاوج بين الكتابة المطبوعة (Literacy print) والتسليم الرقمي (Digital delivery) بواسطة الكمبيوتر للمواد الصحفية.

بناءً على "النموذج المهجن", فإن الصحف على الإنترنت تجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية المتمثلة في النص والصور والرسوم والعناوين ...الخ، وتكنولوجيا الإنترنت الحديثة المتمثلة في النص الفائق وتطبيقات الوسائط المتعددة والرسوم المتحركة بالإضافة إلى استخدامها للعناصر التفاعلية المتمثلة في البحث، والأرشفة والبريد الإلكتروني .... الخ. فالصحف الإلكترونية مثل الشبكات الإذاعية يمكن أن تقدم أخبارها في أي وقت إلى المستمع، الا أن الصحف الإلكترونية تتميز عنها في مقدرة القارئ على اختيار المعلومات التي يتعرض لها[24] .

يقدم النموذج المهجن تصورًا لكيفية تحسين وظائف الصحف عن طريق استخدام التكنولوجيا الإلكترونية، وذلك عن طريق تفعيل دور المواقع الإخبارية الإلكترونية من خلال ما تقدمه لها التكنولوجيا الحديثة من أدوات تساعد في سهولة العرض لجذب القراء.

مدى الاستفادة من المدخل المستخدم:

تستفيد هذه الدراسة من المدخل المهجن في معرفة مدى استخدام المواقع الإخبارية محل

الدراسة للتقنيات الإخراجية الحديثة التي أتاحتها شبكة الإنترنت بما يجعل تلك الشبكة تمثل وسيطًا جديدًا للنشر, وليست وسيطً شكليًا فقط, حيث يتم الكشف من خلال هذا النموذج عن مدى استخدام هذه المواقع الإخبارية لتكنولوجيا النشر التقليدية من صور ورسوم وعناوين وتكنولوجيا الإنترنت, بما يؤدي الى استخدام النص الفائق وملفات الفيديو والصوت، بالإضافة إلى الصور المتحركة فضلاً عن تقديم مضمون مختلف عن الصحف التقليدية لجذب القراء.

الإجراءات المنهجية والإجرائية للدراسة

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التي تعتمد المناهج البحثية المتعددة بهدف الوصول إلى نتائج علمية، وتستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة، أو مجموعة من الظواهر، أو موقف معين يغلب عليه صفة عدم التحديد[25] . كما تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة من الظواهر كالسلوك أو الاتجاه وغيره من العناصر في سياق مجتمع معين, بالاعتماد على الأساليب الكمية, وكذلك الأساليب الكيفية, والتحليل الإحصائي في تفسير البيانات[26] , دون إحداث أى تغيير في طبيعة بيانات هذه الظاهرة, فهى تسعى إلى التعرف على طبيعة العلاقات المكونة للظاهرة محل الدراسة وقوتها وتكرار حدوثها، وهو ما يعطي معلومات دقيقة عن الظاهرة محل الدراسة, من حيث تركيبها وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها[2]. وبناء على ذلك, تسعى هذه الدراسة للكشف عن طبيعة تأثير الأساليب التقنية الحديثة المُستخدمة في الإخراج الصحفي على المواقع الإخبارية ودرها في جذب القراء لهذه المواقع.

منهج الدراسة:

يعتبر منهج المسح الإعلامي من أنسب المناهج الإعلامية ملاءمة للدراسات الوصفية بصفة عامة, لأن هذا المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها، من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها[27] . كما يُعتبر من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية، ويُعد المنهج الرئيسي في دراسة جمهور وسائل الإعلام والقائمين بالاتصال في الإطار الوصفي أو التحليلي[28] . وبهذا فقد استخدمت الباحثة منهج المسح لمسح الجمهور المستهدف من الدراسة, من خلال عينة عمدية من الجمهور السعودي المتابع للمواقع الإخبارية محل الدراسة, حيث تستخدم الباحثة هذا المنهج في الرصد الدقيق لموضوع البحث والوصول إلى أوصاف الظاهرة التي تتحدد في رصد دور أساليب التقنية التكنولوجية الإخراجية للمواقع الإخبارية السعودية في جذب القراء.

مجتمع وعينة الدراسة:

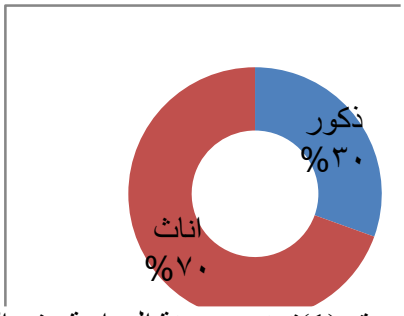
يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور السعودي المتصفح لبعض المواقع الإخبارية السعودية, وتتحدد عينة الدراسة الميدانية في عينة ممثلة من الجمهور السعودي المتصفح للمواقع الإخبارية السعودية الاكثر انتشارًا, بلغ عددها 400 مفردة. ويمكن توضيح خصائص عينة الدراسة على النحو التالي:

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة

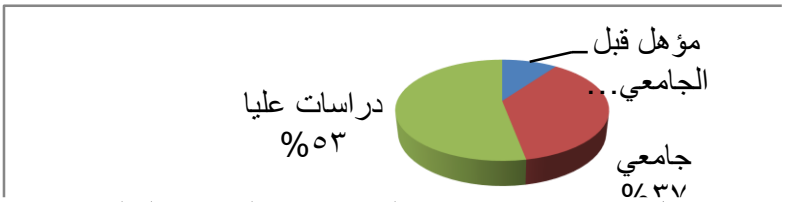
البيانات الشخصية		الإجمالي	
		ك	%
النوع	ذكور	122	30.5
	إناث	278	69.5
	الإجمالي	400	100.0
العمر	أقل من 35 عامًا	150	37.5
	من 35 عامًا إلى أقل من 50 عامًا	226	56.5
	50 عامًا فأكثر	24	6.0
	الإجمالي	400	100.0
المستوى التعليمي	مؤهل قبل الجامعي	40	10.0
	جامعي	148	37.0
	دراسات عليا	212	53.0
	الإجمالي	400	100.0

توضح البيانات السابق عرضها الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة؛ حول النوع, بلغت نسبة الإناث (69,5%), في مقابل (30,5%) من الإناث. وحول العمر, بلغت نسبة من تتراوح أعمارهم بين "35 و50 عامًا" (56,5%), ثم من تقل أعمارهم عن "35 عامًا" (37,5%), وأخيرًا من تزيد أعمارهم عن "50 عامًا" (6%). وفيما يتعلق بالمستوى الأكاديمي, بلغت نسبة الحاصلين على "دراسات عليا" (53%), وكانت نسبة "الجامعيين" (37%), وأخيرًا جاء الحاصلون على "مؤهل قبل جامعي" (10%).



شكل رقم (1)توزريع عينة الدراسة وفق النوع

شكل رقم (2)توزريع عينة الدراسة وفق السن



شكل رقم (3)توزيع عينة الدراسة وفق المستوى التعليمي

أساليب جمع البيانات:

تتمثل أداة جمع البيانات في صحيفة الاستقصاء, باعتبار أن هذه الأداة توفر قدرًا جيدًا من الموضوعية العلمية بعيدًا عن التحيز الذاتي, كما تعد أحد الأساليب المستخدمة في جمع بيانات مباشرة من العينة المختارة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدمًا, بهدف التعرف على حقائق معينة أو رؤى واتجاهات أو سلوكيات أفراد عينة البحث, ومجتمع الدراسة حول دور أساليب التقنية التكنولوجية الإخراجية للمواقع الإخبارية السعودية في جذب القراء. وبذلك, تتحدد أدوات جمع البيانات, التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث, في استمارة الاستبيان, حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة, والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها, وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المغلقة والمقاييس المختلفة.

اختبارا الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها, وذلك على النحو التالى:

- **اختبار الصدق (Validity):**

يعني الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه, وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث, تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين(‡) في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

- **اختبار الثبات (Reliability):**

ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أى محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدى لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي:

قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان, ثم أعادت تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول, الذي وصل إلى 92.8%, مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

(‡) أ.د.محمود علم الدين أستاذ الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.
د. نرمين الأزرق أستاذ مساعد – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.
د. دعاء فتحي أستاذ مساعد – كلية الإعلام – جامعة الملك عبد العزيز.

التحليل الإحصائي للبيانات:

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أى عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

أولاً: المقاييس الوصفية

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري, هو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.

الوزن النسبى الذي يحسب من المعادلة:

(المتوسط الحسابي x 100) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) .
- كا2 (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية

ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

مفاهيم الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

تكنولوجيا الإخراج:

يعَدّ الإخراج عملية فنية وصحفية لها جانبان الأول جمالى والثانى وظيفى، فهو يعد خطوة مهمة من خطوات إصدار الصحف لعرض المضامين التحريرية على الصفحات، وبشكل جذاب ومميز. كما أثر التطور التكنولوجى الذي أصاب مختلف وسائل الاتصال بشكل كبير على المضمون والشكل الإخراجى للصفحات، فالإخراج الصحفى" (Layout) هو فن تطبيقى لهُ أغراضه, فالصحيفة تصدر ليقرأها الناس، وكلما سهلت عملية القراءة كان ذلك دليلاً على نجاح الإخراج الصحفى[29] . ويعد التصميم (Design) رسمًا أوليًا يوضح تصور المصمم لعمل الصفحات فى الصحف متوخياً توزيع العناصر البنائية، وتوزيعاً يضفي عليها وضوحاً وجمالاً، ولا يراعي في الرسم الأولي ضوابط الدقة إلا لحفظ النسب في الأبعاد[30] .

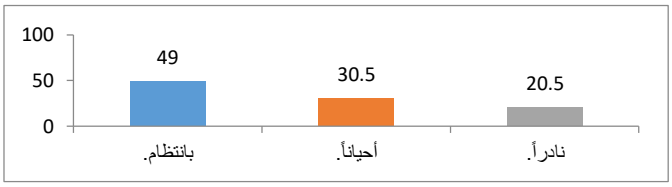
المواقع الإخبارية الإلكترونية:

هي مجموعة من الصفحات المتصلة على الشبكة العالمية، التي تعتبر كياناً واحداً يمتلكه عادةً شخص واحد أو منظمة واحدة، ويُكرّس لموضوع واحدٍ أو لعدّة موضوعات وثيقة الصلة, ويكون الغرض من هذا النوع من المواقع توفير معلوماتٍ عن الأحداث الجارية، وينتهي عنوان الإنترنت الخاص بها بـ[31] .com.

نتائج الدراسة:

أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

- **مدى حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية إلكترونيًا:**



شكل رقم (4) مدى حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية إلكترونيًا

توضح بيانات الشكل السابق مدى حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية إلكترونيًا؛ فذكروا "بانتظام" في المقدمة بنسبة (49%), ثم "أحيانًا" بنسبة (30,5%), وأخيرًا "نادرًا" بنسبة (20,5%).

يمكن للباحثة تفسير حرص عينة الدراسة على متابعة المواقع الإخبارية بانتظام وفقًا لعديد من الأسباب, تتحدد فى توافق الموقع الإخباري مع التطور العصري الذي يعيشة المجتمع؛ ففي الوقت الحالى يستخدم كثير من الأفراد الهواتف الذكية والأجهزة المحمولة مواكبةً للتطور التكنولوجى, وبذلك تعتبر المواقع الإخبارية من الأدوات العصرية التى تساعد على تناقل المعلومات وتداولها بسهولة، لذا نجد إقبالاً كبيرًا من مختلف فئات الأفراد على استخدام المواقع الإخبارية سواء العامة أو المتخصصة بما يحقق الفائدة المرجوة. وقد استطاعت هذه المواقع حل عديد من المشكلات, أبرزها ضيق الوقت فى متابعة الأحداث, فبمجرد اطلاع المستخدم على الموقع, يستطيع التعرف على كافة ما يريد خلال ثوانٍ معدودة.

- **معدل متابعة المبحوثين لعدد من المواقع الإخبارية بالسعودية:**

جدول رقم (2)

معدل متابعة المبحوثين لعدد من المواقع الإخبارية بالسعودية

العبارة	بانتظام		احيانا		نادرا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
موقع صحيفة عسير نيوز الإلكترونية	384	96.0	16	4.0	-	-	2.96	.196	98.7	1
موقع فرنس 24	376	94.0	24	6.0	-	-	2.94	.238	98.0	2
موقع عين اليقين	368	92.0	16	4.0	16	4.0	2.88	.431	96.0	3
موقع ايلاف	346	86.5	54	13.5	-	-	2.87	.342	95.7	4
موقع المواطن	310	77.5	82	20.5	8	2.0	2.76	.475	92.0	5
موقع الجزيرة	300	75.0	84	21.0	16	4.0	2.71	.535	90.3	6
موقع محيط	318	79.5	16	4.0	66	16.5	2.63	.751	87.7	7
موقع الشرق	234	58.5	124	31.0	42	10.5	2.48	.679	82.7	8
موقع البى بى سي	230	57.5	114	28.5	56	14.0	2.44	.726	81.3	9
موقع السى ان ان	230	57.5	114	28.5	56	14.0	2.44	.726	81.3	9
موقع جريدة الشرق الأوسط	190	47.5	180	45.0	30	7.5	2.40	.625	80.0	10
موقع الرياض	232	58.0	72	18.0	96	24.0	2.34	.840	78.0	11
موقع الوطن	226	56.5	66	16.5	108	27.0	2.30	.866	76.7	12
موقع عكاظ	72	18.0	212	53.0	116	29.0	1.89	.678	63.0	13
موقع سبق	70	17.5	116	29.0	214	53.5	1.64	.763	54.7	14

تشير بيانات الجدول السابق إلى معدل متابعة المبحوثين لعدد من المواقع الإخبارية بالسعودية؛ فذكروا في المقدمة "موقع صحيفة عسير نيوز الإلكترونية" بوزن نسبي (98,7%), ثم "موقع فرنس 24" بوزن نسبي (98%), وأخيرًا "موقع سبق" بوزن نسبي (54,7%).

يتضح مما سبق تعدد المواقع الإخبارية السعودية التي اطلعت عليها عينة الدراسة, وجاء في مقدمتها موقع صحيفة عسير نيوز, حيث يعتبر هذا الموقع أضخم شبكة إخبارية متخصصة في منطقة عسير، صنفت كالأقوي تأثيرًا وقراءة في المنطقة الجنوبية بالمملكة العربية السعودية, إضافة إلى تغطيتها لجميع المناسبات الرسمية واهتمامها بعرض التقارير المصورة للتعريف بالمنطقة الجنوبية سياحيًا واقتصاديًا وأكاديميًا. وما يدور بها من أحداث. أما بالنسبة لموقع قناة فرانس 24, فهو يهتم بنشر الأخبار الدولية على مدار الساعة, سواء كانت أخبارًا سياسية أو اقتصادية أو ثقافية عبر برامج ونشرات إخبارية على مدار 24 ساعة، كما تفردت القناة بحملها ريادة مستقلة طبعت هويتها، وتميزت بالتنوع إضافة إلى إنها تقوم على أساس كادر ينتمي لأكثر من 35 جنسية تعمل جنبًا إلى جنب، كما تنطق بثلاث لغات.

جدول رقم (3)

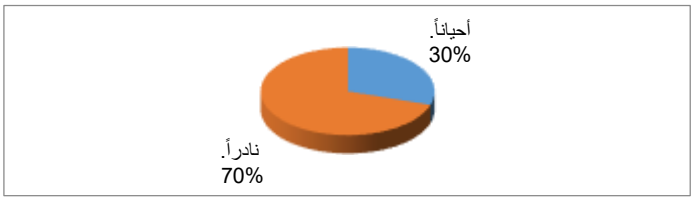
المقياس العام حول معدل متابعة المبحوثين لعدد من المواقع الإخبارية بالسعودية

المقياس العام حول معدل متابعة المبحوثين لعدد من المواقع الإخبارية بالسعودية	ك	%
متوسطا	60	15
قويا	340	85
الإجمالي	400	100
مؤشرات إحصائية (كا2: 196.000 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية : 0.000 دال)		

يتضح من الجدول السابق المقياس العام حول معدل متابعة المبحوثين لعدد من المواقع الإخبارية بالسعودية؛ فكان "مرتفعًا" بنسبة (85%), ثم "متوسطًا" بنسبة (15%).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول, حيث تبلغ قيمة كا2 (196.000), عند درجة حرية (1), ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين من حيث معدل متابعتهم لعدد من المواقع الإخبارية بالسعودية.

- **مدى وجود صعوبة في استخدام المبحوثين لهذه المواقع:**

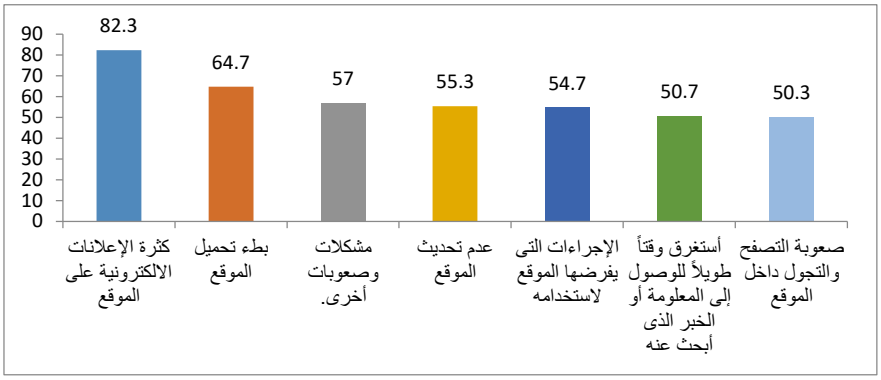


شكل رقم (5)

مدى وجود صعوبة في استخدام المبحوثين لهذه المواقع

توضح بيانات الشكل السابق مدى وجود صعوبة في استخدام المبحوثين لهذه المواقع؛ فذكروا "نادرًا" في المقدمة بنسبة (70%), ثم "أحيانًا" بنسبة (30%).

- **الصعوبات التي تواجه المبحوثين في استخدام هذه المواقع:**



شكل رقم (6)

الصعوبات التي تواجه المبحوثين في استخدام هذه المواقع

تشير بيانات الشكل السابق إلى الصعوبات التي تواجه المبحوثين في استخدام هذه المواقع؛ فذكروا في المقدمة "كثرة الإعلانات الإلكترونية على الموقع" بوزن نسبي (82,3%), ثم "بطء تحميل الموقع" بوزن نسبي (64.7%), وأخيرًا "صعوبة التصفح والتجول داخل الموقع" بوزن نسبي (50,3%).

تتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد إسماعيل ياسين (2015) [32] التي استهدفت التعرف على استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير شكل ومضمون الصحف الفلسطينية اليومية، وذلك من خلال رصد أهم الأدوات التكنولوجية المستخدمة من قبل القائمين بالاتصال في الصحف، والوقوف على مجالات الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والتعرف على سلبيات وصعوبات استخدامها، ورؤية القائمين بالاتصال لسبل تعزيز استخدامها. وتوصلت إلى أن 60% من المبحوثين يرون أن ارتفاع تكلفة استخدام التقنية يمثل السبب الأول في عدم استخدام بعض الأدوات التكنولوجية، و45% منهم يرون أن عدم توفر التقنية يمثل السبب الثاني لذلك، بينما يرجع 25% منهم عدم استخدام بعض الأدوات التكنولوجية لافتقادهم المعرفة بطريقة استخدام التقنية، وعدم توفر متطلبات استخدامها، ودرجة تعقيدها، وعدم الحاجة إليها. وكذلك دراسة منه الله 2017[33] التي استهدفت التعرف على أساليب تصميم صحف المواطن على شبكة الإنترنت. وانتهت إلى تميز صحف المواطن محل الدراسة باستخدام أسلوب الامتدادات الطولية للصفحة الرئيسية وهذا الأسلوب غير مرغوب فيه استنادا إلى العادات القرائية والقواعد الإخراجية المعروفة والتي لاتنصح بطول كهذا لأنه يسبب ملل المتصفح ويسبب عزوفه عن القراءة.

تعددت الصعوبات التي واجهت عينة الدراسة في استخدام هذه المواقع, وجاء في مقدمتها كثرة الإعلانات على الموقع, حيث تؤدي فترة الإعلانات إلى قطع شغف القراء وانجذابهم للأخبار التي يفضلونها, كما تعمل على تشتيت انتباه المشاهد, مما يقلل انقرائية ومشاهدة الموقع وعدم رغبته في إتمام المشاهدة. كما يعمل بطء تحميل الموقع كسبب رئيسي في الابتعاد عن المواقع الإخبارية, نظرًا لكثرة الإعلانات والفيديوهات والصور بالموقع وبمساحة كبيرة.

جدول رقم (4)
المقياس العام حول الصعوبات التي تواجه المبحوثين في استخدام هذه المواقع

المقياس العام حول الصعوبات التي تواجه المبحوثين في استخدام هذه المواقع	ك	%
محدودة	194	48.5
متوسطة	164	41
متعددة	42	10.5
الإجمالي	400	100
مؤشرات إحصائية (كا2: 97.220 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال)		

يتضح من الجدول السابق المقياس العام حول الصعوبات التي تواجه المبحوثين في استخدام هذه المواقع؛ فكانت "محدودة" بنسبة (48,5%), ثم "متوسطة" بنسبة (41%), وأخيرًا "متعددة" بنسبة (10,5%).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول, حيث تبلغ قيمة كا2 (97.220), عند درجة حرية (2), ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين من حيث الصعوبات التي تواجههم في استخدام هذه المواقع.

-دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية:

جدول رقم (5) دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
لأنها تتمتع بالفورية في نقل وعرض الأخبار	376	94.0	24	6.0	-	-	2.94	.238	98.0	1
لأتعرف على الأحداث بشكل يتوافق مع ظروفي	360	90.0	40	10.0	-	-	2.90	.300	96.7	2
لأتعرف على الأحداث الداخلية والخارجية بشكل فوري	318	79.5	82	20.5	-	-	2.79	.404	93.0	3
لأنها تمثل لي بديلاً عن الصحف والقنوات	316	79.0	58	14.5	26	6.5	2.72	.575	90.7	4
لأنها تستخدم الصوت والصورة في عرض الأخبار	284	71.0	108	27.0	8	2	2.69	.505	89.7	5
لأنها توفر التفاعلية في التعامل مع الموقع والمواقع المقترحة	254	63.5	146	36.5	-	-	2.63	.482	87.7	6
لأنها توفر أرشيفًا إلكترونيًا بالموقع	250	62.5	134	33.5	16	4.0	2.59	.569	86.3	7
لأنها تستخدم أسلوبًا إخراجيًا تقنيًا وجذابًا وممتعًا	244	61.0	132	33.0	24	6.0	2.55	.607	85.0	8
لأنها تتمتع بالمصداقية والموضوعية في عرض وتناول الأخبار	132	33.0	236	59.0	32	8.0	2.25	.590	75.0	9

تشير بيانات الجدول السابق إلى دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية؛ فذكروا في المقدمة "لأنها تتمتع بالفورية في نقل وعرض الأخبار" بوزن نسبي (98%), ثم "لأتعرف على الأحداث بشكل يتوافق مع ظروفي" بوزن

نسبي (96.7%), وأخيرًا "لأنها تتمتع بالمصداقية والموضوعية في عرض وتناول الأخبار" بوزن نسبي (75%).

تتفق هذه النتائج مع دراسة منار منير (2015)[34] التي اهتمت برصد آليات التفاعلية الوظيفية التي قدمتها مواقع الصحف الإلكترونية على الإنترنت وتحديد أوجه الاختلاف بين مواقع الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية. وتوصلت إلى أن أهم مميزات الصحافة الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين هي السرعة في نقل الأخبار والفورية في تحديث المضمون ثم استخدامها لأشكال متنوعة لعرض المحتوى (نص– صوت – صورة – مقاطع فيديو حية) أو الجمع بين هذه الأشكال فيما يسمى تقنيات الوسائط المتعددة ثم إمكانية البحث عن الموضوعات القديمة في الأرشيف الإلكتروني ثم التكلفة الأقل وتميزها بأخبار جديدة غير متاحة في الوسائل التقليدية. وكذلك دراسة أمين 2018 [35] التي أكدت أن الإخراج يخدم المضمون ويظهره في قالب فني يسهل على القارئ عملية القراءة والمتابعة، حيث تجد الجريدة لنفسها أسلوباً متميزاً في تقديم المضمون, وأن التطور التكنولوجي الكبير الذي حصل في وسائل الاتصال بشكل عام والصحافة بشكل خاص كان له أثر كبير في مضمون وشكل الجريدة، الذي أدى بدوره إلى تطور الإخراج الصحفي من خلال ظهور مجموعة كبيرة من برامج التصميم المتخصصة، بفضل تقنيات النشر المكتبي، وما وفره التطور التقني الهائل في مجال الطباعة، الذي انعكس بدوره على تطور الجرائد على اختلاف اتجاهاتها، ومواكبة المنافسة فيما بينها للاستحواذ على القارئ وتحقيق أهدافها.

يتضح مما سبق تنوع دوافع استخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية, وكانت في مقدمتها الفورية في نقل الأحداث والأخبار, حيث إن مميزات الخبر تحتم بحثه على الفور, وبالتالي يرتفع تأثيره على المستخدمين ويرتفع شغفهم وانتباههم, مما يؤدي إلى زيادة الانقرائية, مع إضافة قيمة أو أكثر من القيم الخبرية. ويُلاحظ مؤخرًا تزايد الاهتمام بالأخبار الفورية نظرًا لما تحقق من تقدم كبير في مجال الأقمار الصناعية على نحو لم يسبق له مثيل في تاريخ البشرية. وتحدد الدافع الثاني للمبحوثين في "التعرض للأحداث بشكل يتفق مع ظروفي", ويمكن توضيح ذلك في ضوء احتفاظ الموقع بالأخبار التي يتم بثها لفترات طويلة, ومن ثم يمكن لمبحوثي الدراسة الاطلاع عليها وفقًا لظروفهم لأنها متاحة في أي وقت, كما يوجد أرشيف إلكتروني يضمها كلها.

جدول رقم (6)

المقياس العام حول دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية

المقياس العام حول دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية	ك	%
متوسطة	74	18.5
متعددة	326	81.5
الإجمالي	400	100
مؤشرات إحصائية (كا2: 158.760 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية : 0.000 دال)		

يتضح من الجدول السابق المقياس العام حول دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية؛ فكانت "متعددة" بنسبة (81,5%), ثم "متوسطة" بنسبة (18,5%).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول, حيث تبلغ قيمة كا2 (158.760), عند درجة حرية (1), ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين من حيث دوافع استخدامهم للمواقع الإخبارية الإلكترونية.

- **الإشباعات الناتجة عن استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية:**

جدول رقم (7)

الإشباعات الناتجة عن استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
معرفة أخبار الدولة محليًا وخارجيًا	344	86.0	56	14.0	-	-	2.86	.347	95.3	1
الإلمام بالأحداث الجارية في الداخل والخارج	334	83.5	66	16.5	-	-	2.84	.372	94.7	2
متابعة التطورات الجديدة في القضايا المختلفة	318	79.5	66	16.5	16	4.0	2.76	.515	92.0	3
لمتابعة ما يُنشر بشكل يومي	312	78.0	56	14.0	32	8.0	2.70	.609	90.0	4
اكتساب معلومات ومعارف جديدة	276	69.0	108	27.0	16	4.0	2.65	.555	88.3	5
لمساعدتي في تكوين وجهات نظر بشأن الأوضاع الحالية للدولة	268	67.0	124	31.0	8	2.0	2.65	.518	88.3	5
متابعة التحليلات للاحداث الجارية المتعمقة	262	65.5	122	30.5	16	4.0	2.61	.564	87.0	6
لمعرفة مصادر المعلومات	246	61.5	120	30.0	34	8.5	2.53	.648	84.3	7

تشير بيانات الجدول السابق إلى الإشباعات الناتجة عن استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية؛ فذكروا في المقدمة "معرفة أخبار الدولة محليًا وخارجيًا" بوزن نسبي (95,3%), ثم "الإلمام بالأحداث الجارية في الداخل والخارج" بوزن نسبي (94.7%), وأخيرًا "لمعرفة مصادر المعلومات" بوزن نسبي (84,3%).

تتفق هذه النتيجة مع دراسة منار منير (2015)[36] التي أوضحت أن أهم مميزات الصحافة الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين هي السرعة في نقل الأخبار والفورية في تحديث المضمون ثم استخدامها لأشكال متنوعة لعرض المحتوى (نص– صوت – صورة – مقاطع فيديو حية) أو الجمع بين هذه الأشكال فيما يسمى تقنيات الوسائط المتعددة ثم إمكانية البحث عن الموضوعات القديمة في الأرشيف الإلكتروني ثم التكلفة الأقل وتميزها بأخبار جديدة غير متاحة في الوسائل التقليدية.

يمكن تفسير الإشباع المتعلق بالتعرف على الأخبار العالمية والدولية في ضوء إرضاء شغف المشاهدين في متابعة التحليلات والأخبار والتقارير الدولية لمعرفة ما يدور بالعالم من أحداث تهم المواطن السعودي ومعرفة الأخبار لحظة بلحظة. وتتفق هذة النتيجة مع النتيجة السابق ذكرها حول وجود قناة فرانس في صدارة المواقع الإخبارية الإلكترونية التي يتابعها المبحوثون, حيث تفردت في نشر الأخبار الدولية على مدار الـ 24 ساعة. وبالنسبة لمتابعة عينة الدراسة للتطورات الجديدة في القضايا المختلفة, تبرز عديد من القضايا التي تهم المواطن السعودي؛ فهناك أحداث تتعلق

بفيروس كورونا، وأخرى تتعلق بقمة العشرين، واجتماع العلا, وغير ذلك من حملات التنمية المستدامة التي نادت بها الأجهزة الحكومية السعودية.

جدول رقم (8)

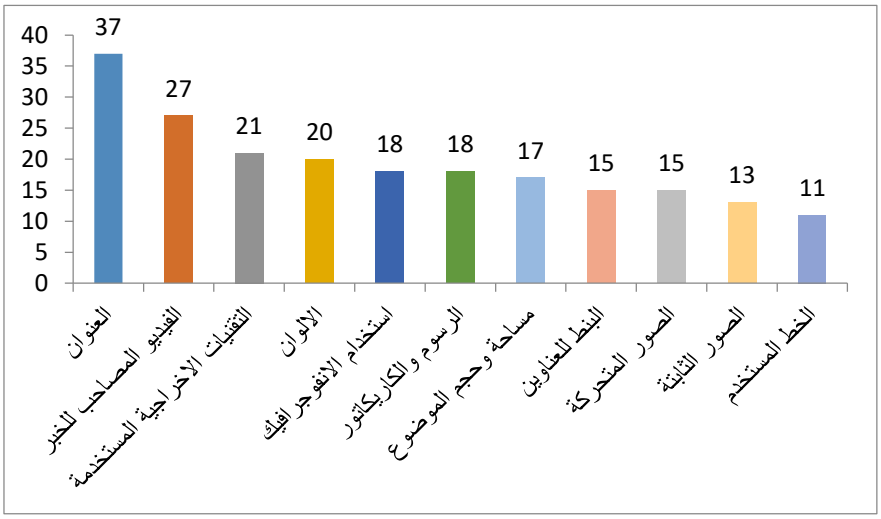
المقياس العام حول الإشباعات الناتجة عن استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية

المقياس العام حول الإشباعات الناتجة عن استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية	ك	%
متوسطة	90	22.5
متعددة	310	77.5
الإجمالي	400	100
مؤشرات إحصائية (كا2: 121.000 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية : 0.000 دال)		

يتضح من الجدول السابق المقياس العام حول الإشباعات الناتجة عن استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية؛ فكانت "متعددة" بنسبة (77,5%), ثم "متوسطة" بنسبة (22,5%).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول, حيث تبلغ قيمة كا2 (121.000), عند درجة حرية (1), ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين من حيث الإشباعات الناتجة عن استخدامهم للمواقع الإخبارية الإلكترونية.

- **العناصر التي تجذب انتباه المبحوثين لتصفح الأخبار على الموقع:**



شكل رقم (7)

العناصر التي تجذب انتباه المبحوثين لتصفح الأخبار على الموقع

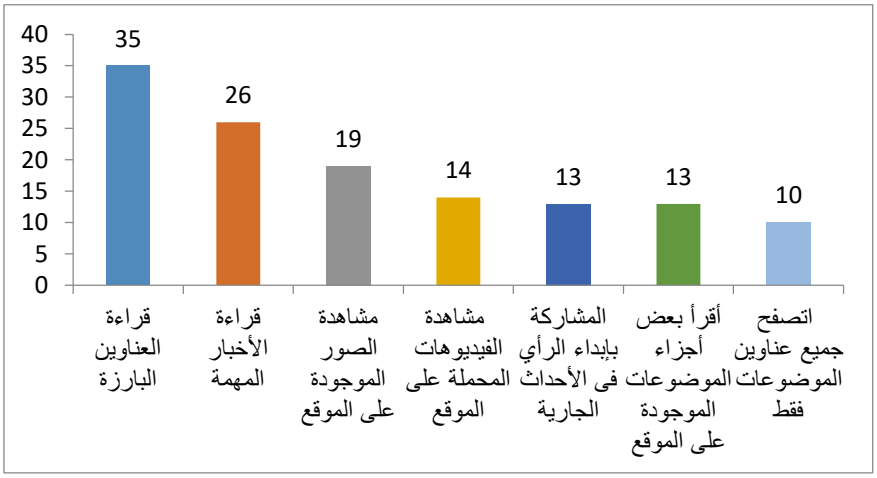
توضح بيانات الشكل السابق العناصر التي تجذب انتباه المبحوثين لتصفح الأخبار على الموقع؛ فذكروا "العنوان" في المقدمة بنسبة (37%), ثم "الفيديو المصاحب للخبر" بنسبة (27%), وأخيرًا "الخط المستخدم" بنسبة (11%).

تتفق هذه النتيجة مع دراسة أمين 2018 [37] التي أكدت أن الإخراج يخدم

المضمون ويظهره في قالب فني يسهل على القارئ عملية القراءة والمتابعة، حيث تجد الجريدة لنفسها أسلوباً متميزاً في تقديم المضمون. وأن التطور التكنولوجي الكبير الذي حصل في وسائل الاتصال بشكل عام والصحافة بشكل خاص أثر بشكل كبير في مضمون وشكل الجريدة، الذي أدى بدوره إلى تطور الإخراج الصحفي من خلال ظهور مجموعة كبيرة من برامج التصميم المتخصصة، بفضل تقنيات النشر المكتبي، وما وفره التطور التقني الهائل في مجال الطباعة، الذي انعكس بدوره على تطور الجرائد على اختلاف اتجاهاتها، ومواكبة المنافسة فيما بينها للاستحواذ على القارئ وتحقيق أهدافها. وكذلك دراسة خلود 2019[38] التي أكدت أن الوسائط المتعددة استطاعت أن تعزز من تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية، كما أكدت ضرورة إنشاء إدارة التغيير أو التحول (Transformation/Change Management) في كافة المؤسسات الإعلامية العربية سواء تلك التي تبنت تكنولوجيا الحاسبات أو تلك التي لم تطبقها بشكل كامل، بحيث تحرص تلك الإدارة على تطوير جميع أساليب الإنتاج الصحفي على المستوى التحريري والإخراج والتواصل باستمرار مع العاملين في العملية التحريرية لفهم المتطلبات والاحتياجات الصحفية.

يمكن تفسير ورود العنوان في المرتبة الأولى في ضوء اعتباره أهم الأسباب التي تدفع المشاهد إلى متابعة الموقع الإخباري, لذلك فهو أحد العناصر التيبوغرافية الرئيسية التي تقود المشاهد إلى الاطلاع على الموقع الإخباري. كما نال الفيديو المصاحب للخبر أهمية كبيرة, حيث شهد العقد الأخير من القرن العشرين تحولاً في القطاع التكنولوجي, نتج عنه تطوير نهج المواقع الإلكترونية واستخدام التكنولوجيا الحديثة في بثها، مما وفر خيارات متعددة تمكن المشاهدين من الوصول إلى المعلومات مع تحفيز المشاهد واكتساب المعلومات السريعة وتنشيط ذاكرته, وذلك بربط الأحداث مع ما يتم مشاهدته، وزيادة تفاعل المشاهدين وحماسهم. وقد رصدت الدراسة أن التقنيات الإخراجية المستخدمة تعد من أهم ما يجذب المشاهد للموقع الإخباري, وقد تمثلت في تقنيات نظم النشر المكتبي بمكوناتها وبرماجياتها وكيفية توظيفها في عمليات تصميم وإعداد وتجهيز عناصر الصفحات من معالجة المتون والعناوين والمواد المصورة والجداول والفواصل والألوان، ثم ترتيب هذة العناصر مجتمعة على الصفحة. كما برزت أهمية تصاميم الإنفوجرافيك, نظرًا لفاعليتها كوسيلة مرئية تجسد المعلومات والبيانات والأرقام بعرضها بصورة مختصرة بطريقة جذابة ومريحة للعين والعقل.

- **الطريقة المفضلة للمبحوثين لقراءة الأخبار على الموقع:**



شكل رقم (8)

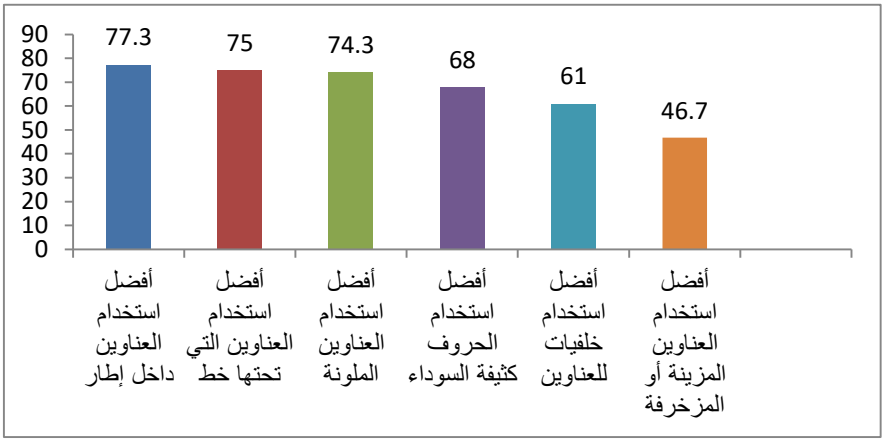
الطريقة المفضلة للمبحوثين لقراءة الأخبار على الموقع

توضح بيانات الشكل السابق الطريقة المفضلة للمبحوثين لقراءة الأخبار على الموقع؛ فذكروا "قراءة العناوين البارزة" في المقدمة بنسبة (35%), ثم "قراءة الأخبار المهمة" بنسبة (26%), وأخيرًا "أتصفح جميع عناوين الموضوعات فقط" بنسبة (10%).

تتسق هذه النتيجة مع دراسة خلود 2019[39] التي أكدت أن الوسائط المتعددة استطاعت أن تعزز من تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية. وأوصت بإنشاء إدارة التغيير أو التحول (Transformation/Change Management) في كافة المؤسسات الإعلامية العربية سواء تلك التي تبنت تكنولوجيا الحاسبات أو تلك التي لم تطبقها بشكل كامل، بحيث تحرص تلك الإدارة على تطوير جميع أساليب الإنتاج الصحفي على المستوى التحريري والإخراج والتواصل باستمرار مع العاملين في العملية التحريرية لفهم المتطلبات والاحتياجات الصحفية. وكذلك دراسة سالي شحاتة (2015)[40] التي خلصت إلى ملاءمة المعالجات الإخراجية لموضوعات الجريدة والتعبير عن سياستها التحريرية وشخصيتها المميزة وطبيعة موضوعاتها, فقد اعتمد المصممون في معالجتهم الإخراجية على الصورة الفوتوغرافية، وعملوا علي إبرازها وأفراد مساحات كبيرة لها، وعدم تكدس الموضوعات على الصفحة مع عدم إسراف المصممين في استخدام الأرضيات خاصة الملونة، مما ساعد علي توافر مساحات مناسبة من بياض الصفحة بين عناصرها الإخراجية المختلفة .

يمكن تفسير ذلك في ضوء أهمية العناوين البارزة التي ربما تعادل أهمية الخبر ذاته, فالمواقع الإخبارية تحرص على إعطاء الأولوية للأخبار المهمة عن غيرها, مثل الأخبار الاقتصادية والسياسية التي يحرص الأفراد على متابعتها.

- **العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم العناوين على المواقع الإخبارية:**



شكل رقم (9)

العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم العناوين على المواقع الإخبارية

توضح بيانات الجدول السابق العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم العناوين على المواقع الإخبارية؛ فذكروا "أفضل استخدام العناوين داخل إطار" في المقدمة بنسبة (77,3%), ثم "أفضل استخدام العناوين التي تحتها خط" بنسبة (75%), وأخيرًا "أفضل استخدام العناوين المزينة أو المزخرفة" بنسبة (46,7%).

تتسق هذه النتيجة مع دراسة عمران الهاشمي (2016)[41] التي أكدت أن العناصر التيبوغرافية تؤدي دوراً أساسياً في إحداث التوازن في الصفحة الواحدة والصفحات الأخرى, كما تنحصر أهمية العناصر التيبوغرافية المساعدة, وهي (الفواصل والجداول والإطارات), في الفصل بين المواد التحريرية بعضها عن بعض، وبطريقة واضحة تسهل من خلالها عملية القراءة، كما تبعد التشابك والتلاحم بين الأخبار والموضوعات التحريرية المختلفة.

يرجع تفضيل المبحوثين لاستخدام العناوين داخل إطار إلى دور الإطار في إعطاء جاذبية ووضوح للعنوان, وجعله منفردًا عن باقي العناوين الأخري, لذا يعد العنوان داخل الإطار هو بؤرة المحتوى التي ستجذب القارئ أو المشاهد, فيكون الخبر المصاحب لهذا العنوان خبرًا مهمًا. وتعتبر العناوين المصاحبة للخطوط من العناوين الجذابة التي تعمل على جذب القارئ إلى قراءة بقية الموضوع, كما تعتبر من الطرق المختصرة والثرية لبيان أهمية الموضوع. أما بالنسبة للعناوين الملونة, فاللون يعد عنصر جذب في حد ذاته, لذا لابد من استخدام العناوين الملونة ولكن على نحو حذر, حيث إن المبالغة في استخدام العناوين الملونة تشتت انتباه المشاهد.

جدول رقم (9)

المقياس العام حول العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم العناوين على المواقع الإخبارية

المقياس العام حول العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم العناوين على المواقع الإخبارية	ك	%
محدودة	48	12
متوسطة	286	71.5
متعددة	66	16.5
الإجمالي	400	100
مؤشرات إحصائية (كا2: 263.420 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال)		

يتضح من الجدول السابق المقياس العام حول العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم العناوين على المواقع الإخبارية؛ فكانت "متعددة" بنسبة (16,5%), و"متوسطة" بنسبة (71,5%), وأخيرًا "محدودة" بنسبة (12%).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول, حيث تبلغ قيمة كا2 (263.420), عند درجة حرية (2), ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين من حيث العناصر التي يفضلونها في تصميم العناوين على المواقع الإخبارية.

- **العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم النصوص على المواقع الإخبارية:**

جدول رقم (10)

العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم النصوص على المواقع الإخبارية

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
أفضل استخدام خط في كتابة النصوص عريض واضح	290	72.5	110	27.5	-	-	2.72	.447	90.7	1
أفضل استخدام خط خظ ثقيل	230	57.5	116	29.0	54	13.5	2.44	.720	81.3	2
أفضل استخدام خط تقليدي	182	45.5	136	34.0	82	20.5	2.25	.774	75.0	3
أفضل استخدام الحروف كثيفة السوداء بولدBold	188	47.0	110	27.5	102	25.5	2.22	.825	74.0	4
أفضل استخدام النصوص على هيئة مستطيل رأسي	160	40.0	84	21.0	156	39.0	2.01	.890	67.0	5
أفضل استخدام النصوص بألوان مختلفة	80	20.0	212	53.0	108	27.0	1.93	.683	64.3	6
أفضل استخدام خط خفيف	104	26.0	98	24.5	198	49.5	1.76	.838	58.7	7
أفضل استخدام النصوص على هيئة مستطيل أفقي	74	18.5	150	37.5	176	44.0	1.75	.749	58.3	8
أفضل استخدام أرضيات (خلفيات للنص	84	21.0	96	24.0	220	55.0	1.66	.804	55.3	9
أفضل استخدام النصوص على هيئة دائرة	50	12.5	130	32.5	220	55.0	1.58	.704	52.7	10

توضح بيانات الجدول السابق العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم النصوص على المواقع الإخبارية؛ فذكروا "أفضل استخدام خط في كتابة النصوص عريض واضح" في

المقدمة بنسبة (90,7%), ثم "أفضل استخدام خط خط ثقيل" بنسبة (81,3%), وأخيرًا "أفضل استخدام النصوص على هيئة دائرة" بنسبة (52,7%).

تتسق هذه النتيجة مع دراسة عمران الهاشمي (2016)[42] التي أكدت أن العناصر التيبوغرافية تؤدي دوراً أساسياً في إحداث التوازن في الصفحة الواحدة والصفحات الأخرى, كما تنحصر أهمية العناصر التيبوغرافية المساعدة و (الفواصل والجداول والإطارات) في الفصل بين المواد التحريرية بعضها عن بعض، وبطريقة واضحة تسهل من خلالها عملية القراءة، كما تبعد التشابك والتلاحم بين الأخبار والموضوعات التحريرية المختلفة.

جاء في المرتبة الأولى تفضيل القراء لاستخدام خط عريض واضح في كتابة النصوص, فعند وقوع عين القارئ على الخبر, يتم انجذابه وفقًا للعنوان ونوع الخط المصاحب للخبر, حيث تؤكد عديد من الدراسات تأثر القراء بشكل كبير بنوع وحجم الخط, وأنهم قد يعزفون عن القراءة نهائياً إذا لم يشعروا براحة تامة في أثناء القراءة, مهما كان المحتوي جيدًا ومهمًا.

جدول رقم (11)

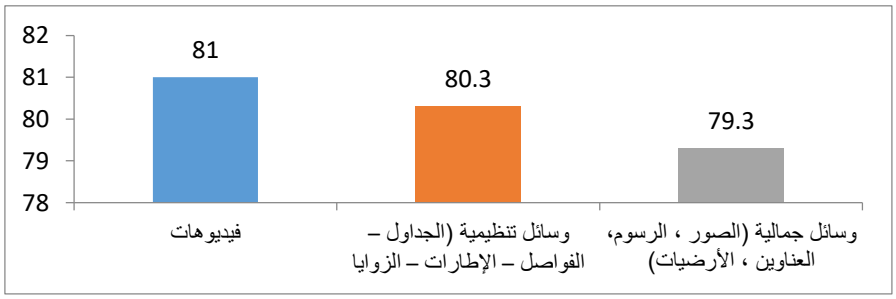
المقياس العام حول العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم النصوص على المواقع الإخبارية

المقياس العام حول العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم النصوص على المواقع الإخبارية	ك	%
محدودة	68	17
متوسطة	266	66.5
متعددة	66	16.5
الإجمالي	400	100
مؤشرات إحصائية (كا2: 198.020 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال)		

يتضح من الجدول السابق المقياس العام حول العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم النصوص على المواقع الإخبارية؛ فكانت "متعددة" بنسبة (16,5%), و"متوسطة" بنسبة (66,5%), و"محدودة" بنسبة (17%).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول, حيث تبلغ قيمة كا2 (198.020), عند درجة حرية (2), ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين من حيث العناصر التي يفضلونها في تصميم النصوص على المواقع الإخبارية.

- **وسائل الفصل بين المواد التي يفضلها المبحوثون:**



شكل رقم (10) وسائل الفصل بين المواد التي يفضلها المبحوثون

توضح بيانات الشكل السابق وسائل الفصل بين المواد التي يفضلها المبحوثون؛ فذكروا "الفيديوهات" في المقدمة بنسبة (81%), ثم "وسائل تنظيمية (الجداول – الفواصل – الإطارات – الزوايا)" بنسبة (80,3%), وأخيرًا "وسائل جمالية (الصور – الرسوم - العناوين - الأرضيات)" بنسبة (79,3%).

تتسق هذه النتيجة مع دراسة عمران الهاشمي (2016[43]) التي أكدت أن العناصر التيبوغرافية تؤدي دوراً أساسياً في إحداث التوازن في الصفحة الواحدة والصفحات الأخرى, كما تنحصر أهمية العناصر التيبوغرافية المساعدة (الفواصل والجداول والإطارات) في الفصل بين المواد التحريرية بعضها عن بعض، وبطريقة واضحة تسهل من خلالها عملية القراءة، كما تبعد التشابك والتلاحم بين الأخبار والموضوعات التحريرية المختلفة. وكذلك دراسة محي الدين (2016)[44] التي أكدت أن تقنيات الطباعة أمراً مهماً في ظل التنافس الكبير بين وسائل الإعلام والصحف والتسابق الكبير حول تحسين صورة الصحيفة من حيث الألوان والصور وإبراز الموضوعات المراد التركيز عليها.

ترى الباحثة أن هذه الوسائل التنظيمية (الجداول – الفواصل – الإطارات – الزوايا) تعتبر من العناصر التي يتم بها الفصل بين المواد المختلفة داخل الصفحة الواحدة على الموقع, وتأتي أهمية هذة الوسائل في كون صفحات المواقع الإخبارية تتداخل فيها المواد بشكل كبير جدًا, فلا يمكن أن تتأثر مادة واحدة بكل مساحة الصفحة مثلما يحدث أحيانًا في الصحافة الورقية. وهناك أدوات كثيرة للفصل بين المواد تُستخدم في الصفحة الرئيسية للموقع أو في صفحة الخبر ذاته. ولكن يجب مراعاه التناسق في استخدام تلك الأدوات والاهتمام بالتنوع لإضافة الميزm الجمالية.

جدول رقم (12)

المقياس العام حول وسائل الفصل بين المواد التي يفضلها المبحوثون

المقياس العام حول وسائل الفصل بين المواد التي يفضلها المبحوثون	ك	%
متوسطة	214	53.5
متعددة	186	46.5
الإجمالي	400	100
مؤشرات إحصائية (كا2: 1.960 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية : 0.162 غير دال)		

يتضح من الجدول السابق المقياس العام حول وسائل الفصل بين المواد التي يفضلها المبحوثون؛ فكانت "متعددة" بنسبة (46,5%), و"متوسطة" بنسبة (53,5%).
تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول, حيث تبلغ قيمة كا2 (1.960), عند درجة حرية (1), ومستوى معنوية (0.162)؛ الأمر الذي يعني عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين من حيث المواد التي يفضلونها.

- **العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم الصور والرسوم على الموقع:**

جدول رقم (13)
العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم الصور والرسوم على الموقع

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
أفضل استخدام الرسوم بنظام الانفوجرافيك	264	66.0	136	34.0	-	-	2.66	.474	88.7	1
أفضل استخدام صورة كبيرة لأهم حدث وصور صغيرة المساحة للأحداث الأخرى	276	69.0	100	25.0	24	6.0	2.63	.595	87.7	2
أفضل وجود كلام يشرح الصورة	240	60.0	144	36.0	16	4.0	2.56	.572	85.3	3
أفضل استخدام الرسوم الكاريكاتورية على الموقع	222	55.5	178	44.5	-	-	2.56	.498	85.3	3
افضل استخدام الفيديوهات	186	46.5	148	37.0	66	16.5	2.30	.736	76.7	4
أفضل استخدام رسوم توضيحية (خرائط – رسوم بيانية في بعض الموضوعات	178	44.5	152	38.0	70	17.5	2.27	.741	75.7	5
أفضل صغر مساحة الموضوعات مع قلة عدد الصور في الصفحة الرئيسية	136	34.0	152	38.0	112	28.0	2.06	.786	68.7	6
أفضل استخدام الصور على أشكال هندسية متنوعة	132	33.0	138	34.5	130	32.5	2.01	.810	67.0	7
أفضل صغر مساحة الموضوعات مع زيادة عدد الصور في الصفحة الرئيسية	136	34.0	122	30.5	142	35.5	1.99	.835	66.3	8

توضح بيانات الجدول السابق العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم الصور والرسوم على الموقع؛ فذكروا "أفضل استخدام الرسوم بنظام الانفوجرافيك" في المقدمة بنسبة (88,7%), ثم "أفضل استخدام صورة كبيرة لأهم حدث وصور صغيرة المساحة للأحداث الأخرى" بنسبة (87,7%), وأخيرًا "أفضل صغر مساحة الموضوعات مع زيادة عدد الصور في الصفحة الرئيسية" بنسبة (66,3%).

تتسق هذه النتيجة مع دراسة محي الدين (2016)[45] التي أكدت أن تقنيات الطباعة أمراً مهماً في ظل التنافس الكبير بين وسائل الإعلام والصحف والتسابق الكبير حول تحسين صورة الصحيفة من حيث الألوان والصور وإبراز الموضوعات المراد التركيز عليها. وكذلك دراسة عمران الهاشمي (2016)[46] التي أكدت أن العناصر التيبوغرافية تؤدي دوراً أساسياً في إحداث التوازن في الصفحة الواحدة والصفحات الأخرى, كما تنحصر أهمية العناصر التيبوغرافية المساعدة (الفواصل والجداول والإطارات) في الفصل بين المواد التحريرية بعضها عن بعض، وبطريقة واضحة تسهل من خلالها عملية القراءة، كما تبعد التشابك والتلاحم بين الأخبار والموضوعات التحريرية المختلفة.

يرجع تفضيل المبحوثين لاستخدام الرسوم بنظام الإنفوجرافيك إلى المظهر الجمالي للتصميم, ويأتي من خلال الصور التي تكتسب أهمية كبيرة إذا كانت جزءاً ثابتاً في التصميم, وتشمل الصور الإنفوجرافيك والخرائط والرسوم البيانية أو أي شيء يمثل شكلاً مختلفًا عن الحروف والكلمات. وفي الآونة الأخيرة, برز فن

الإنفوجرافيك الذي أصبح يؤدي دوراً حيوياً في توصيل المعلومات للقراء وتأكيدها، كما أصبح الأداة الأولى لجذب محدودي التعليم والثقافة, كما يعمل علي توطيد العلاقة مع الموضوع. وحول تفضيل المبحوثين للصور, ترى الباحثة أن الصور تعتبر من العناصر الجمالية التي تتزين بها الأخبار والموضوعات داخل الموقع, ولكن يجب مراعاة تناسق الصور مع كل من التصميم بشكل عام والمحتوى الذي ينشرة الموقع, كما يجب أن تتميز الصور بالإيضاح من أجل جذب القارئ, وأن تعطي له طاقة إيجابية في أثناء دخوله للموقع.

جدول رقم (14)

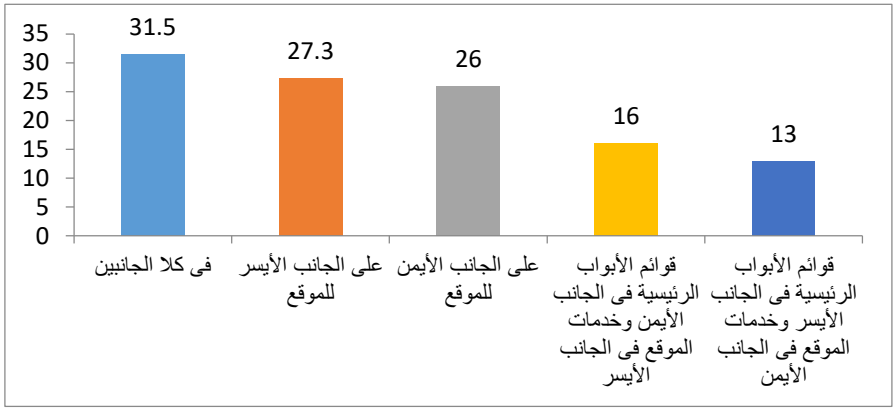
المقياس العام حول العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم الصور والرسوم على الموقع

المقياس العام حول العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم الصور والرسوم على الموقع	ك	%
محدودة	26	6.5
متوسطة	186	46.5
متعددة	188	47
الإجمالي	400	100
مؤشرات إحصائية (كا2: 129.620 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال)		

يتضح من الجدول السابق المقياس العام حول العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم الصور والرسوم على الموقع؛ فكانت "متعددة" بنسبة (47%), و"متوسطة" بنسبة (46,5%), و"محدودة" بنسبة (6,5%).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول, حيث تبلغ قيمة كا2 (129.620), عند درجة حرية (2), ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين من حيث العناصر التي يفضلونها في تصميم الصور والرسوم على الموقع.

- **المكان الذي يفضل المبحوثون وضع قوائم محتويات الموقع فيه:**



شكل رقم (11)

المكان الذي يفضل المبحوثون وضع قوائم محتويات الموقع فيه

تشير بيانات الشكل السابق إلى المكان الذي يفضل المبحوثون وضع قوائم محتويات الموقع فيه؛ فذكروا في المقدمة "فى كلا الجانبين" بنسبة (31,5%), ثم "على الجانب الأيسر للموقع" بنسبة (27.3%), وأخيرًا "قوائم الأبواب الرئيسية في الجانب الأيسر وخدمات الموقع في الجانب الأيمن" بنسبة (13%).

- مدى تحقيق جذب القراء على المواقع الإخبارية الإلكترونية باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة:

جدول رقم (15)
مدى تحقيق جذب القراء على المواقع الإخبارية الإلكترونية باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
أسلوب إخراجي مستحدث يمكن من البحث والتزود بالمعرفة في كافة المجالات والموضوعات	342	85.5	50	12.5	8	2.0	2.84	.422	94.7	1
تتمتع بشكلها الجمالي وأسلوب تصميمها	352	88.0	24	6.0	24	6.0	2.82	.518	94.0	2
دورية تحديث اخراج الموقع وعرض متجدد للأخبار والموضوعات	320	80.0	80	20.0	-	-	2.80	.401	93.3	3
وسيلة جيدة في عرض اخراج الموقع للتعبير عن الآراء والتعليق على الموضوعات والتفاعل معها	336	84.0	32	8.0	32	8.0	2.76	.586	92.0	4
استخدام شريط الأخبار المتحرك أعلى الموقع يساعد على جذب انتباه المتصفح وتجعله يقرأ المحتوى الخبرى	320	80.0	64	16.0	16	4.0	2.76	.513	92.0	5
الموقع سهل الاستخدام غير مجهد للعين	288	72.0	112	28.0	-	-	2.72	.450	90.7	6
أدوات الفصل بين الموضوعات مناسبة تماما	298	74.6	86	21.5	16	4	2.71	.537	90.3	7
الألوان موزعة بطريقة جيدة داخل الموقع	278	69.5	122	30.5	-	-	2.70	.461	90.0	8
العناوين تجذب عين القارئ وتثير دافعيته نحو الموضوعات	254	63.5	146	36.5	-	-	2.64	.482	88.0	9
هناك ترابط واضح بين الصور والنصوص والمساحات والأشكال	272	68.0	102	25.5	26	6.5	2.62	.606	87.3	10
الاستقتاء حول الأخبار والأحداث في الموقع يساعد على التفاعل مع المتصفحين ويحافظ على استمرار متابعتهم لها	272	68.0	104	26.0	24	6.0	2.62	.597	87.3	10
الصور والرسوم حديثة وحيوية	234	58.5	166	41.5	-	-	2.59	.493	86.3	11
مكان الرسوم المتحركة بالنسبة للنصوص مناسب	296	74.0	40	10.0	64	16.0	2.58	.752	86.0	12
البرامج المستخدمة في تقديم الوسائط المتعددة كالفيديوهات والأصوات مناسبة ومتاحة للجميع	222	55.5	178	44.5	-	-	2.56	.498	85.3	13
المؤثرات الصوتية المستخدمة مناسبة	216	54.0	184	46.0	-	-	2.54	.499	84.7	14
استخدم الموقع للتفاعل مع الجمهور	230	57.5	154	38.5	16	4.0	2.53	.574	84.3	15
سرعة تحميل الوسائط المتعددة مناسب	232	58.0	144	36.0	24	6.0	2.52	.609	84.0	16
الرسوم المتحركة تظهر الأخبار المهمة وتوضح الأشياء وتجذب الانتباه	254	63.5	74	18.5	72	18.0	2.45	.781	81.7	17

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى تحقيق جذب القراء على المواقع الإخبارية الإلكترونية باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة؛ فذكر المبحوثون في

المقدمة "أسلوب إخراجي مستحدث يمكن من البحث والتزود بالمعرفة في كافة المجالات والموضوعات" بوزن نسبي (94,7%), ثم "تتمتع بشكلها الجمالي وأسلوب تصميمها" بوزن نسبي (94%), وأخيرًا "الرسوم المتحركة تظهر الأخبار المهمة وتوضح الأشياء وتجذب الانتباه" بوزن نسبي (81,7%).

تتسق هذه النتيجة مع دراسة وفاء عبد الغفار (2013)[47] التي أكدت حرص القائم بالاتصال على وجود برامج التصميم الحديثة سواء فيما يتعلق بالأسلوب الرأسي والأسلوب الأفقي، وأسلوب الوحدات وأسلوب البوابة أكثر من اعتماد تلك المواقع على الصور، فدرجة الراحة في التصفح وسهولة الحصول على المعلومات أكثر تأثيرا على المستخدمين من اعتماد الموقع على الصور. وكذلك دراسة أمين (2018)[48] التي أوضحت أن الإخراج يخدم المضمون ويظهره في قالب فني يسهل على القارئ عملية القراءة والمتابعة، حيث تجد الجريدة لنفسها أسلوباً متميزاً في تقديم المضمون, وأن التطور التكنولوجي الكبير الذي حصل في وسائل الاتصال بشكل عام والصحافة بشكل خاص أثر بشكل كبير على مضمون وشكل الجريدة، مما أدى بدوره إلى تطور الإخراج الصحفي من خلال ظهور مجموعة كبيرة من برامج التصميم المتخصصة، بفضل تقنيات النشر المكتبي، وما وفره التطور التقني الهائل في مجال الطباعة، الذي انعكس بدوره على تطور الجرائد على اختلاف اتجاهاتها، ومواكبة المنافسة فيما بينها للاستحواذ على القارئ وتحقيق أهدافها. إلى جانب دراسة منة الله (2017[49]) التي أكدت استخدام صحف المواطن أسلوب الامتدادات الطولية للصفحة الرئيسية، وأسلوب الوحدات الإلكترونية في إخراج صفحاتها, كما تميزت باستخدام أسلوب الامتدادات الطولية للصفحة الرئيسية موضحة أن هذا الأسلوب غير مرغوب فيه استنادًا إلى العادات القرائية والقواعد الإخراجية المعروفة التي لا تنصح بطول كهذا لأنه يسبب ملل المتصفح ويسبب عزوفه عن القراءة, كما استخدمت معظم صحف المواطن أسلوب الوحدات الإلكترونية في إخراج صفحاتها, حيث يساعد هذا الأسلوب على تسهيل التصفح من خلال إعطاء مستخدم الإنترنت نبذة مختصرة عن الأخبار والموضوعات قبل الدخول إلى تفاصيلها

ترجع أهمية الأسلوب الإخراجي المستحدث إلى تمكين المبحوث من البحث والتزود بالمعرفة في كافة المجالات والموضوعات. وترى الباحثة أن أسلوب الإخراج يجب أن يكون غير تقليدي وجديد ويراعي التناسق في استخدام أدوات الفصل, كما يجب أن يهتم بالتنوع ولا يبالغ في استخدام كل من رسوم الجرافيك والفيديوهات والصور والنسق الشبكي, فيعطي ميزة جمالية للموضوع ويعمل علي تسهيل عملية القراءة ولا يسبب إرهاقًا للقارئ مما يساعد علي الانقرائية. ويتضح من خلال اختيار المبحوثين لـ "تتمتع بشكلها الجمالي وأسلوب تصميمها" أثر هذا الشكل في إعطاء انطباع الحيوية للقارئ, مما يساعد على التأثير الإيجابي على الحالة النفسية لمتصفح الموقع, ومساعدته على التفاعل مع المواد المنشورة.

جدول رقم (16)

المقياس العام حول مدى تحقيق جذب القراء على المواقع الإخبارية الإلكترونية باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة

المقياس العام حول مدى تحقيق جذب القراء على المواقع الإخبارية الإلكترونية باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة	ك	%
متوسط	48	12
قوي	352	88
الإجمالي	400	100
مؤشرات إحصائية (كا2: 231.040 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية : 0.000 دال)		

يتضح من الجدول السابق المقياس العام حول مدى تحقيق جذب القراء على المواقع الإخبارية الإلكترونية باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة؛ فكان الجذب "قويًا" بنسبة (88%), و"متوسطًا" بنسبة (12%).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول, حيث تبلغ قيمة كا2 (231.040), عند درجة حرية (1), ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين من حيث انجذابهم للمواقع الإخبارية الإلكترونية باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة.

- **الانطباع العام للمبحوثين عن المواقع الإخبارية:**

شكل رقم (12)

الانطباع العام للمبحوثين عن المواقع الإخبارية

توضح بيانات الجدول السابق الانطباع العام للمبحوثين عن المواقع الإخبارية؛ فكان الانطباع "ممتازًا" في المقدمة بنسبة (63%), ثم "تقليديًا" بنسبة (33%), وأخيرًا "سيئًا" بنسبة (4%).

تتفق هذه النتيجة مع دراسة منار منير (2015)[50] التي أثبتت أن أهم مميزات الصحافة الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين هي السرعة في نقل الأخبار والفورية في تحديث المضمون ثم استخدامها لأشكال متنوعة لعرض المحتوى (نص– صوت – صورة – مقاطع فيديو حية) أو الجمع بين هذه الأشكال فيما يسمى تقنيات الوسائط المتعددة ثم إمكانية البحث عن الموضوعات القديمة في الأرشيف الإلكتروني ثم التكلفة الأقل وتميزها بأخبار جديدة غير متاحة في الوسائل التقليدية .

- **السلبيات التي يلاحظها المبحوثون على المواقع الإخبارية السعودية:**

جدول رقم (17)

السلبيات التي يلاحظها المبحوثون على المواقع الإخبارية السعودية

السلبيات التي يلاحظها المبحوثون على المواقع الإخبارية السعودية	ك	%
تزايد عدد الإعلانات في بعض المواقع	120	30
الشائعات غير المفيدة	90	22,5
الإسهاب أحيانا في نقل الخبر	80	20
نقص الصور المدعمة للخبر	50	12,5
التفاعل محدود	40	10
الإجمالي		

توضح بيانات الجدول السابق السلبيات التي يلاحظها المبحوثون على المواقع الإخبارية السعودية؛ فذكر المبحوثون "تزايد عدد الإعلانات في بعض المواقع" في المقدمة بنسبة (30%), ثم "الشائعات غير المفيدة" بنسبة (22,5%), وأخيرًا "التفاعل المحدود" بنسبة (10%).

تتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد إسماعيل ياسين (2015)[51] التي أكدت تصدر أجهزة الحاسوب الأدوات التكنولوجية من حيث الأهمية في العمل الصحفي، تلاها برامج الحاسوب، ثم خدمات شبكة الإنترنت، ثم الهواتف الذكية، ثم شبكات التواصل الاجتماعي، ثم كاميرات التصوير الرقمية، ثم أدوات نقل الملفات كالفلاش، وأخيرًا الماسح الضوئي. وأوضحت أن 60% من المبحوثين يرون أن ارتفاع تكلفة استخدام التقنية يمثل السبب الأول في عدم استخدام بعض الأدوات التكنولوجية، و45% يرون أن عدم توفر التقنية يمثل السبب الثاني لذلك، بينما يرجع 25% منهم عدم استخدام بعض الأدوات التكنولوجية لافتقادهم المعرفة بطريقة استخدام التقنية، وعدم توفر متطلبات استخدامها، ودرجة تعقيدها، وعدم الحاجة إليها. وكذلك دراسة منه الله (2017)[52] التي أكدت تميز صحف المواطن محل الدراسة باستخدام أسلوب الامتدادات الطولية للصفحة الرئيسية وأن هذا الأسلوب غير مرغوب فيه استنادًا إلى العادات القرائية والقواعد الإخراجية المعروفة التي لاتنصح بطول كهذا لأنه يسبب ملل المتصفح ويسبب عزوفه عن القراءة.

يتضح مما سبق أن السلبية الأولى تتحدد في "تزايد عدد الاعلانات في بعض المواقع", وتتفق نتيجة هذا الجدول مع الجدول رقم 4, مما يؤكد أن تزايد الاعلانات في الموقع ينتج عديدًا من السلبيات والمعوقات التي تتمثل في تشتيت انتباه القارئ، وشعور القارئ بالملل, وعزوفه عن استخدام الموقع نهائيًا، مع فقدان الموقع لرونقة ووظيفته الإخبارية, حيث يصبح قريبًا من مواقع التسوق والمواقع الاستهلاكية. أما بالنسبة للسلبية الخاصة بـ "الشائعات غير المفيدة", فهي تعمل على خلق حالة من الفراغ الاجتماعي والسياسي الذي لا يضر بالفرد فقط, ولكن بالمجتمع بوجه عام؛ الأمر الذي يؤدي إلى زرع بؤرة العداء داخل المجتمع.

- **مقترحات المبحوثين لتطوير المواقع الإخبارية السعودية وتحسين أدائها مستقبلاً:**

جدول رقم (18)

مقترحات المبحوثين لتطوير المواقع الإخبارية السعودية وتحسين أدائها مستقبلاً

مقترحات المبحوثين لتطوير المواقع الإخبارية السعودية وتحسين أدائها مستقبلاً	ك	%
الاهتمام بالمضمون	120	30
إلغاء الإعلانات	90	22,5
تنويع الوسائل التي تستخدمها	80	20
زياده فرص التعبير عن الرأي	60	15
تصميم المواقع بشكل ملفت وجذاب للقارىء	50	12,5
الإجمالي	400	100

توضح بيانات الجدول السابق مقترحات المبحوثين لتطوير المواقع الإخبارية السعودية وتحسين أدائها مستقبلا؛ فذكر المبحوثون "الاهتمام بالمضمون" في المقدمة بنسبة (30%), ثم "إلغاء الإعلانات" بنسبة (22,5%), وأخيرًا "تصميم المواقع بشكل ملفت وجذاب للقارىء" بنسبة (12,5%).

تتفق هذه النتيجة مع دراسة سالي شحاتة (2015)[53] التي خلصت إلى ملاءمة المعالجات الإخراجية لموضوعات الجريدة والتعبير عن سياستها التحريرية وشخصيتها المميزة وطبيعة موضوعاتها, حيث اعتمد المصممون الإلكترونيون في معالجتهم الإخراجية الصورة الفوتوغرافية، وعملوا علي إبرازها وأفراد مساحات كبيرة لها، وعدم تكدس الموضوعات علي الصفحة مع عدم إسراف المصممين في استخدام الأرضيات خاصة الملونة، مما ساعد علي توافر مساحات مناسبة من بياض الصفحة بين عناصرها الإخراجية المختلفة .

ثانيًا: التحقق من فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية ودوافع استخدامهم لها.

جدول رقم (19)

العلاقة بين حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية ودوافع استخدامهم لها

حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية / ودوافع استخدامهم لها	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	**0.371	0.000	دال
إجمالي العينة (ن)	400		

تكشف البيانات السابقة عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية ودوافع استخدامهم لها, حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.371**), عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما ارتفع حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية, زادت دوافع استخدامهم لها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صعوبة استخدام هذه المواقع بالنسبة للمبحوثين وانطباعهم عن هذه المواقع.

جدول رقم (20)

العلاقة بين صعوبة استخدام هذه المواقع بالنسبة للمبحوثين وانطباعهم عن هذه المواقع

صعوبة استخدام هذه المواقع بالنسبة للمبحوثين / انطباعهم عن هذه المواقع	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	**0.458	0.000	دال
إجمالي العينة (ن)	400		

تكشف البيانات السابقة عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صعوبة استخدام هذه المواقع بالنسبة للمبحوثين وانطباعهم عن هذه المواقع, حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.458**), عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما ارتفعت صعوبة استخدام هذه المواقع بالنسبة للمبحوثين, ارتفعت انطباعهم السلبية عن هذه المواقع.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية ومدى انجذابهم لهذه المواقع باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة.

جدول رقم (21)

العلاقة بين حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية ومدى انجذابهم لهذه المواقع باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة

حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية / انجذابهم لهذه المواقع باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	**0.370	0.000	دال
إجمالي العينة (ن)	400		

تكشف البيانات السابقة عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية ومدى انجذابهم لهذه المواقع باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة, حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.370**), عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما ارتفع حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية, زاد مدى انجذابهم لهذه المواقع باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية والإشباعات المتحققة لديهم.

جدول رقم (22)

العلاقة بين دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية والإشباعات المتحققة لديهم

دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية / الإشباعات المتحققة لديهم	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	**0.360	0.000	دال
إجمالي العينة (ن)	400		

تكشف البيانات السابقة عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية والإشباعات المتحققة لديهم,

حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.360**), عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما ارتفعت دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية, زادت الإشباعات المتحققة لديهم.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية وجوانب تفضيلاتهم في تصميم الصور والرسوم – العناوين – النصوص.

جدول رقم (23)

العلاقة بين دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية وجوانب تفضيلاتهم في تصميم الصور والرسوم – العناوين – النصوص

دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية كل من:	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
الصور والرسوم	0.355**	0.000	دال
العناوين	0.423**	0.000	دال
النصوص	0.004	0.935	غير دال
اجمالي العينة	400		

تكشف البيانات السابقة عن مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية وجوانب تفضيلاتهم في تصميم الصور والرسوم – العناوين – النصوص, حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.355****) بالنسبة للصور والرسوم, و(0.423**) بالنسبة للعناوين, عند مستوى معنوية (0.000) لكل منهما, في حين بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.004), عند مستوى معنوية (0.935)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما ارتفعت دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية, تعددت جوانب تفضيلاتهم في تصميم الصور والرسوم والعناوين فقط.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدي حرص عينة الدراسة علي متابعة مواقع الصحف الإلكترونية وبين المتغيرات الديموجرافية (النوع- السن – المستوى التعليمي)

جدول رقم (24)

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدي حرص عينة الدراسة علي متابعة مواقع الصحف الإلكترونية وبين المتغيرات الديموجرافية (النوع- السن – المستوى التعليمي)

حرص عينة الدراسة علي متابعة مواقع الصحف الإلكترونية / المتغيرات الديموغرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية: الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكور	122	1.72	.785	ت= 0.106	398	0.915 غير دال
	اناث	278	1.71	.786			
السن	أقل من 35 عام.	150	1.88	.882	ف= 8.824	2 397	0.000دال
	من 35 عام إلى اقل من 50	226	1.58	.728			
	50 عام فاكثر	24	2.00	.000			
	الإجمالي	400	1.72	.784			
المستوى التعليمي	أقل من 35 عام.	40	2.80	.405	ف= 54.727	2 397	0.000 دال
	من 35 عام إلى اقل من 50	148	1.65	.669			
	50 عام فاكثر	212	1.56	.755			
	الإجمالي	400	1.72	.784			

تكشف البيانات السابقة عن مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدي حرص عينة الدراسة علي متابعة مواقع الصحف الإلكترونية وبين المتغيرات الديموجرافية (النوع- السن – المستوى التعليمي)؛ ففيما يتعلق بالنوع, بلغت قيمة ت (0.106), عند مستوى معنوية (0.915)؛ الأمر الذي يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدي حرص عينة الدراسة علي متابعة مواقع الصحف الإلكترونية وفق النوع. وحول السن, بلغت قيمة ف (8.824), عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني و3

جود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدي حرص عينة الدراسة علي متابعة مواقع الصحف الإلكترونية وفق السن, وكانت الفروق لصالح من تزيد أعمارهم عن 50 عامًا, ثم من تقل أعمارهم عن 35 عامًا, وأخيرًا من تتراوح أعمارهم بين 35 و50 عامًا. وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي, بلغت قيمة ف (54.727), عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدي حرص عينة الدراسة علي متابعة مواقع الصحف الإلكترونية وفق التعليم, وكانت الفروق لصالح من تقل أعمارهم عن 35 عامًا, ثم من تتراوح أعمارهم بين 35 و50 عامًا, وأخيرًا من تزيد أعمارهم عن 50 عامًا.

أهم نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى عدد كبير من النتائج, يمكن توضيح أهمها على النحو التالي:

- تتعدد الصعوبات التي تواجه المبحوثين في استخدام هذه المواقع؛ فذكروا في المقدمة "كثرة الإعلانات الإلكترونية على الموقع" بوزن نسبي (82,3%), ثم "بطء تحميل الموقع" بوزن نسبي (64.7%), وأخيرًا "صعوبة التصفح والتجول داخل الموقع" بوزن نسبي (50,3%).
- تختلف دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية؛ فذكروا في المقدمة "لأنها تتمتع بالفورية في نقل وعرض الأخبار" بوزن نسبي (98%), ثم "لأتعرف على الأحداث بشكل يتوافق مع ظروفي" بوزن نسبي (96.7%), وأخيرًا "لأنها تتمتع بالمصداقية والموضوعية في عرض وتناول الأخبار" بوزن نسبي (75%).
- تتعدد الإشباعات الناتجة عن استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية؛ فذكروا في المقدمة "معرفة أخبار الدولة محليًا وخارجيًا" بوزن نسبي (95,3%), ثم "الإلمام بالأحداث الجارية في الداخل والخارج" بوزن نسبي (94.7%), وأخيرًا "لمعرفة مصادر المعلومات" بوزن نسبي (84,3%).
- تتنوع العناصر التي تجذب انتباه المبحوثين لتصفح الأخبار على الموقع؛ فذكروا "العنوان" في المقدمة بنسبة (37%), ثم "الفيديو المصاحب للخبر" بنسبة (27%), وأخيرًا "الخط المستخدم" بنسبة (11%).
- تتعدد العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم العناوين على المواقع الإخبارية؛ فذكروا "أفضل استخدام العناوين داخل إطار" في المقدمة بنسبة (77,3%), ثم "أفضل استخدام العناوين التي تحتها خط" بنسبة (75%), وأخيرًا "أفضل استخدام العناوين المزينة أو المزخرفة" بنسبة (46,7%).
- تتعدد العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم النصوص على المواقع الإخبارية؛ فذكروا "أفضل استخدام خط في كتابة النصوص عريض واضح" في المقدمة بنسبة

(90,7%), ثم "أفضل استخدام خط خظ ثقيل" بنسبة (81,3%), وأخيرًا "أفضل استخدام النصوص على هيئة دائرة" بنسبة (52,7%).

- تتعدد العناصر التي يفضلها المبحوثون في تصميم الصور والرسوم على الموقع؛ فذكروا "أفضل استخدام الرسوم بنظام الانفوجرافيك" في المقدمة بنسبة (88,7%), ثم "أفضل استخدام صورة كبيرة لأهم حدث وصور صغيرة المساحة للأحداث الأخرى" بنسبة (87,7%), وأخيرًا "أفضل صغر مساحة الموضوعات مع زيادة عدد الصور في الصفحة الرئيسية" بنسبة (66,3%).
- يختلف الانطباع العام للمبحوثين عن المواقع الإخبارية؛ فكان الانطباع "ممتازًا" في المقدمة بنسبة (63%), ثم "تقليديًا" بنسبة (33%), وأخيرًا "سيئًا" بنسبة (4%).
- تتنوع السلبيات التي يلاحظها المبحوثون على المواقع الإخبارية السعودية؛ فذكر المبحوثون "تزايد عدد الإعلانات في بعض المواقع" في المقدمة بنسبة (30%), ثم "الشائعات غير المفيدة" بنسبة (22,5%), وأخيرًا "التفاعل المحدود" بنسبة (10%).
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية ودوافع استخدامهم لها, حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.371**), عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما ارتفع حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية, زادت دوافع استخدامهم لها.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صعوبة استخدام هذه المواقع بالنسبة للمبحوثين وانطباعهم عن هذه المواقع, حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.458**), عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما ارتفعت صعوبة استخدام هذه المواقع بالنسبة للمبحوثين, ارتفعت انطباعهم السلبية عن هذه المواقع.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية ومدى انجذابهم لهذه المواقع باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة, حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.370**), عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما ارتفع حرص المبحوثين على متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية, زاد مدى انجذابهم لهذه المواقع باستخدام التقنيات الإخراجية الحديثة.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية والإشباعات المتحققة لديهم, حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.360**), عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما ارتفعت دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية, زادت الإشباعات المتحققة لديهم.

توصيات الدراسة:

تقدم الدراسة مجموعة من التوصيات, يمكن تحديدها فيما يلي:

- الحد من عدد الإعلانات والحرص على عدم نشر الشائعات, مع الاهتمام بالمضمون.
- عدم الإسهاب في نقل الخبر ونشر الصور المدعمة للخبر, وتنويع الوسائل المستخدمة.
- زيادة التفاعل مع القراء, وزيادة فرص التعبير عن الرأي.
- تصميم المواقع بشكل ملفت و جذاب للقارىء.

مراجع الدراسة:

(1) خلود العصيمي، "أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية: دراسة مسحية على القائم بالاتصال، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل"، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، **العدد 7**، ص 92، ابريل 2019.

(2) منه الله الامام السعيد، "أساليب تصميم صحف المواطن على شبكة الانترنت - دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصحف العربية والعالمية ، **رسالة ماجستير** غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ص 46، 2017.

(3) حاتم بديوي عبيد الشمري، "مضمون الخبر في الصفحة الأولى لجريدة الصباح انموذجا للمدة من 1 / 1 / 2012 إلى 31 / 1 / 2012"، **مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية**، جامعة بابل - مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية ، مج10, ع1، العراق ص 449 – 474، 2020.

(4) عائدة حسين أحمد جوخرشة، "دمج الحرف العربي مع الصورة الرقمية ودوره في الاخراج الجرافيكي: تجارب ونتائج، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية"، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية ، ع16، مصر، ص 352 – 368، 2019.

(5) خلود العصيمي، **مرجع سابق**.

(6) إكرام فريدون حمة أمين، "تأثير التصميم والإخراج الصحفي على القراء"، **مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع**، كلية الإمارات للعلوم التربوية، العدد 22، ص 330 – 350، 2018.

(7) تسنيم رياض إبراهيم، "الشخصية الإخراجية للصحف المصرية الصادرة بالإنجليزية والفرنسية، وعلاقتها بالقدرات الإبداعية للقائم بالاتصال"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2018.

(8) منه الله الامام السعيد، "أساليب تصميم صحف المواطن على شبكة الانترنت - دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصحف العربية والعالمية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة، ص 46، 2017.

(9) كريم محمد عبد العظيم محمد، "تصميم المواقع الرياضية ال إلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها : دراسة تحليلية ميدانية"، **رسالة ماجيستير غير منشورة** ، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2015.

(10) سالي أسامة عبد الواحد شحاتة، "العملية الابداعية في تصميم الصفحة الرئيسية بالصحافة الإلكترونية العربية"، **رسالة دكتوراة غير منشورة**, كلية الآداب، جامعة المنيا، 2015.

(11) منار منير محمود، "التفاعلية في مواقع الصحف ال إلكترونية العربية والأجنبية ومدى ادراك الجمهور المصري لها : دراسة تطبيقية"، **رسالة ماجيستير غير منشورة**، كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات، جامعة الأزهر, 2015.

(12) نادر محمد علي عبد المطلب، "أسس تصميم المواقع ال إلكترونية الإخبارية وعلاقتها بالتفاعلية لدى المراهقين"، **رسالة ماجيستير غير منشورة**, معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2015.

(13) وفاء جمال درويش عبد الغفار، "العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع ال إلكترونية للصحف المصرية على شبكة الانترنت : دراسة ميدانية على القائم بالاتصال"، **رسالة ماجيستير غير منشورة**، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، 2013.

(14) هيثم جودة محمد مؤيد، "تأثير الأساليب الإخراجية للصحف ال إلكترونية على العمليات الادراكية لدى عينة من طلاب الجامعة: في اطار نظرية تمثيل المعلومات ... دراسة شبة تجريبية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، 2010.

(15) Matthew Joseph Haught, "The newspaper: Examining the role of design in the modern print edition", **Master of arts in journalism**, Marshalluniversity,May 2010 .

(16) Seelig, Michelle, "A Comparative Analysis of Web Newspapers, Radio Stations and Television Stations Design and Content of Websites", **the annual meeting of the Association for Education in. Journalism and Mass Communication**, The Renaissance, Washington, DC, Aug 18, 2117, available at: http://www.allacademic.com/meta/p214205_index.html .

(17) Ku, Linlin, **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**, Dresde International Congress Centre, Dresden, Germany, Jun 16, 2006 Online 2012-10-31

(18) نجم الدين الدرعي، "الوسائط الرقمية واثرها على الممارسة الفنية"، **مجلة فكر**, مركز العبيكان للأبحاث والنشر, السعودية، العدد 19, ص 50 – 53 ، 2017.

(19) عطية الله أبو زيد حاج أحمد محمد، عبدالمولى موسى محمد, "تكنولوجيا الطباعة ودورها في صناعة الصحافة الورقية السودانية"، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، مجلد 18، عدد1، ص 229 – 252، 2017.

(20) محى الدين احمد ادريس تيتاوى، "أثر تقنيات الطباعة في إبراز فنيات الإخراج الصحفي وجمالياته : دراسة في جماليات الإخراج الصحفي في الصحف السودانية"، **مجلة علوم الاتصال**، جامعة أم درمان الإسلامية - كلية الإعلام العدد 1، ص ص 63 – 92، 2016.

(21) عمران الهاشمي المجدوب، "العناصر التيبوغرافية ودورها في الإخراج الصحفي"، **مجلة التربوي** ,ع9، جامعة المرقب - كلية التربية بالخمس، ص 98 – 127، 2016.

(22) Sammer singh ,Tamas Domonkos Gedeon, and Youngju Rho, "Enhancing Comprehension of web information for Users with Special Linguistic Need", **Journal of communication**, Vol.48 , no .2, 1998 , p 102.

(23) Xigen Li, "Web Page Design and Graphic Use of Three U.S. Newspaper", **Journalism and Mass communication Quarterly** , vol,75, no 2 , Summer, 1998, p355.

(24) حلمي محمود محسب، **"إخراج الصحف ال إلكترونية على شبكة الإنترنت"**، ط1, دار العلوم للنشر والتوزيع القاهرة، 2006، ص 39.

(25) سمير محمد حسين، **"تطبيقات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام"**، الطبعة الثانية، عالم الكتب، (القاهرة: عالم الكتب ، 1991)

(26) عبد العزيز السيد عبد العزيز، **"مناهج البحث العلمي"**، دار النهضة العربية للنشر, القاهرة، 2007، ص 19

(27) محمد عبد الحميد، **"بحوث الصحافة"**، ط (1)، عالم الكتب, القاهرة، 1992.

(28) محمد عبد الحميد, **"البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"**, عالم الكتب, القاهرة, 1997، ص 158-159.

(29) حمد فريد محمود عزت، "قاموس المصطلحات الإعلامية"، دار ومكتبة الهلال، بيروت, 2008، ص189.

(30) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية ط2، بيروت، دار الجيل, بيروت، 1994، ص271.

(31)website or web site", www.dictionary.com, Retrieved 21-11-2017. Edited.

(32) محمد إسماعيل ياسين, **مرجع سابق.**
(33) منه الله الامام السعيد، **مرجع سابق.**
(34) منار منير محمود، **مرجع سابق.**
(35) إكرام فريدون حمة أمين، **مرجع سابق.**
(36) منار منير محمود، **مرجع سابق.**
(37) إكرام فريدون حمة أمين، **مرجع سابق.**
(38) خلود العصيمي، مرجع سابق.
(39) المرجع السابق.
(40) سالي أسامة عبد الواحد شحاتة، **مرجع سابق.**
(41) **عمران الهاشمي المجدوب، مرجع سابق.**
(42) **المرجع السابق**.
(43) **عمران الهاشمي المجدوب** ، ال**مرجع السابق.**
(44) محى الدين احمد ادريس تيتاوى، **مرجع سابق.**
(45) **المرجع السابق.**
(46) عمران الهاشمي المجدوب، **مرجع سابق.**
(47) وفاء جمال درويش عبد الغفار، **مرجع سابق.**
(48) إكرام فريدون حمة أمين، **مرجع سابق.**
(49) منه الله الامام السعيد، **مرجع سابق.**
(50) منار منير محمود، **مرجع سابق.**
(51) محمد إسماعيل ياسين, **مرجع سابق.**
(52) منه الله الامام السعيد، **مرجع سابق.**
(53) سالي أسامة عبد الواحد شحاتة، **مرجع سابق.**