نموذج رقم (1)

إقـــــرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت

"دراسة تحليلية مقارنة"

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وإن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

DECLARATION

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification

اسم الطالبة: عبير محمد سليم لُبّد Student's name:

التوقيع: Signature:

التاريخ: 30 ديسمبر 2014 Date:

الجامعة الإسلامية–غزة
عمادة الدراسات العليا
كلية الآداب
قسم الصحافة

إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت

دراسة تحليلية مقارنة

إعداد الباحثة:

عبير محمد سليم لُبد

إشراف:

د. أيمن خميس أبونقيرة

الأستاذ المساعد في قسم الصحافة والإعلام

الجامعة الإسلامية –غزة

قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الصحافة

2014م – 1436هـ

بسم الله الرحمن الرحيم

الجامعة الإسلامية – غزة
The Islamic University - Gaza

مكتب نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا هاتف داخلي 1150

الرقم Ref ..... ج س غ/35/

التاريخ Date 2014/12/24م

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة شئون البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحثة/ **عبير محمد سليم لبد** لنيل درجة الماجستير في **كلية *الآداب*/ قسم الصحافة**، وموضوعها:

إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت
دراسة تحليلية مقارنة

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم الأربعاء 02 ربيع أول 1436هـ، الموافق 2014/12/24م الساعة الثانية عشرة ظهراً بمبنى طيبة، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

د. أيمن خميس أبو نقيرة	**مشرفاً ورئيساً**	.....
أ.د. جواد راغب الدلو	**مناقشاً داخلياً**	.....
د. خضر مصطفى الجمالي	**مناقشاً خارجيًا**	.....

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحثة درجة الماجستير في **كلية *الآداب*/قسم الصحافة**.

واللجنة إذ تمنحها هذه الدرجة فإنها توصيها بتقوى الله ولزوم طاعته وأن تسخر علمها في خدمة دينها ووطنها.

والله ولي التوفيق،،،

مساعد نائب الرئيس للبحث العلمي وللدراسات العليا

أ.د. فؤاد علي العاجز

P.O. Box 108, Rimal, Gaza, Palestine fax: +970 (8) 286 0800 فاكس Tel: +970 (8) 286 0700 ص.ب. 108 الرمال، غزة، فلسطين هاتف
public@iugaza.edu.ps www.iugaza.edu.ps

بِسْمِ اللّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿قَالُواْ سُبْحَانَكَ لاَ عِلْمَ لَنَا إِلاَّ مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾

سورة البقرة: آية 32

الإهـداء

إلى من أفنى حياته من أجلنا، إلى من أفتقد وجوده بجانبي في هذه اللحظات،

إلى روح أبي الغالي

إلى من ضحت وتعبت وسهرت الليالي، إلى الشمعة التي تذوب يوماً بعد يوم لتُنير لنا طريق العلم والنجاح،

إلى أمي الحنون

إلى سندي وقوتي ومن أفتخر بهم، إخوتي:

م. سليم، د. طارق، أ. عبد الكريم، أ. عبدالله

إلى من عرفت معهن معنى الحياة وتقاسمنا الأحلام والابتسامات والضحكات إلى القلوب الرقيقة، أخواتي:

د. سحر، أ. أسماء، أ. منى

إلى من عشت في كنفهم طفولتي من جديد إلى براءة طفولتهم، أبناء إخوتي:

سمر، ديما، محمد، عبد الله، كريم، يحيى، سلمى، راما، سارة، إيمان، كنان

الباحثة

الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيد المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، الحمد لله الذي هداني إلى طريق العلم والمعرفة، وأعانني على هذا الجهد ومنحني القيام بهذا العمل المتواضع، فالحمد لله من قبل ومن بعد.

ويسعدني بعد أن أنجزت الرسالة أن أتوجه بالشكر والتقدير والعرفان إلى أستاذي الفاضل الدكتور أيمن خميس أبو نقيرة؛ لتشرفه بقبول الإشراف على رسالة الماجستير، ولما له الفضل من توجيهي وإرشادي وتشجيعي المستمر طيلة فترة إعداد الرسالة، مما كان له عظيم الأثر في إثراء هذه الدراسة وإتمامها على هذا النحو.

وأشكر الأستاذ الدكتور جواد الدلو أستاذ الصحافة بالجامعة الإسلامية، والدكتور خضر الجمالي رئيس قسم الدراسات الإنسانية بالكلية الجامعية؛ لتفضلهما بقبول مناقشة الرسالة.

كما أتوجه بالشكر والتقدير إلى الدكتور طلعت عيسى، والدكتور أمين وافي؛ لتوجيهاتهم ومساعدتهم وتقديم النصح والمقترحات لإثراء الرسالة، وكذلك أشكر أعضاء الهيئة التدريسية بقسم الصحافة الإعلام بالجامعة الإسلامية كافةً.

كما أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى كلٍ من: المهندس طارق ثابت، والمهندس أحمد شقورة، والمهندس أحمد الصعيدي، والمهندسة زينب الجاجة، والأستاذ منير أبو راس؛ لإرشادهم وتقديم النصح والمعلومات اللازمة في مجال تصميم مواقع الويب.

وفي النهاية أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى عائلتي التي كانت الدافع الأول لي نحو دراسة الماجستير، وقدمت لي المساندة والتشجيع لإنجاز الرسالة بأفضل صورة.

الباحثة

ملخص الدراسة باللغة العربية

تهدف الدراسة إلى رصد ووصف واقع إخراج وتصميم مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت من حيث البناء العام للموقع، والأساليب الإخراجية المستخدمة، ووصف العناصر البنائية المكونة لواجهات مواقع صحف الدراسة.

وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي تستهدف توصيف البناء العام لمواقع الصحف الفلسطينية على شبكة الإنترنت بما تحتويه من عناصر بنائية وأساليب عرض المواد التحريرية على الصفحة الرئيسية، وتعتمد على منهجين، هما: منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره استخدم أسلوب تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره تم توظيف أسلوب المقارنة المنهجية؛ لمعرفة أوجه التشابه والاختلاف بين مواقع صحف الدراسة، وتم جمع معلومات الدراسة من خلال: استمارة تحليل المضمون، والمقابلة غير المقننة.

وتمثلت عينة الدراسة بالحصر الشامل لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية الأربع، وهي: موقع جريدة فلسطين، وموقع جريدة القدس، وموقع جريدة الأيام، وموقع جريدة الحياة الجديدة، وتم إجراء الدراسة التحليلية خلال شهر يوليو 2014م.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: اعتماد أغلب مواقع الصحف الفلسطينية اليومية أسلوب البوابة في إخراج موضوعاتها على الصفحة الرئيسية، بينما اعتمد موقع جريدة فلسطين أسلوب الوحدات الإلكترونية، وحرصت مواقع صحف الدراسة على توفير بريد إلكتروني خاص بالموقع وإدارته، وكذلك بريد إلكتروني لأقسام الموقع، في حين وفر موقعا جريدتي الأيام والحياة الجديدة بريداً إلكترونياً لبعض كتاب المقالات الصحفية فقط، وليس بشكل دائم.

وتنوعت الخطوط المستخدمة في مواقع صحف الدراسة، وأهمها: Tahoma، Arial، Simplified Arabic، Arabic Transparent، حيث استخدم موقعا جريدتي الأيام وفلسطين نوعين من الخطوط، بينما اقتصر موقعا جريدتي القدس والحياة الجديدة على نوع واحد فقط، وتراوحت أحجام الخطوط المستخدمة في العناوين بين 9-18 بنط، وفي المتن تراوحت بين 9-13.5 بنط، ومحدودية استخدام الوسائط المتعددة في مواقع صحف الدراسة، فخلى موقعا جريدتي

الأيام والحياة الجديدة من أشكال الوسائط المتعددة، وعلى عكسهما اهتم موقعا جريدتي القدس وفلسطين ببعض أشكال الوسائط المتعددة في مقدمتها مقاطع الفيديو.

وأوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات، منها: ضرورة الاستفادة من التقنيات الحديثة في عالم تصميم الوب، وأهمها التصميم التفاعلي Responsive Web Design، الذي يتفاعل مع مقاسات الشاشات المختلفة، وكذلك الاستفادة من الإمكانات التي يوفرها الإنترنت، من خلال الاعتماد على الوسائط المتعددة، والصور وألبومات الصور، وأيضاً ضرورة استثمار مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية على الإنترنت، ومواكبة تطورات الأحداث.

Abstract

The study aims to describing the designing the Palestinian daily newspapers sites on internet regarding to the site general format, the designing styles used, and the structure elements of the homepage of the study newspapers.

This study belongs to the descriptive studies that's aims to describing the general format of the study newspapers sites with their all structure elements and the styles designing. The study depends on two approaches: a survey approach, in which the method of analyzing the content is used. The mutual relations approach in which the methodical comparison method is also used in order to figure out the similarities and differences among the newspapers sited of study. Moreover the content analysis tool used to collect the data for the study.

The study sample represents the Palestinian Daily Newspapers on the internet which are: Felesteen Newspaper, Al-quds Newspaper, Al-hayat Al-jadida Newspaper and Al-ayyam Newspaper sites. The analytic study is apposed within July 2014.

It is worth mentioning that the study achieved a group of results like: most of the newspapers sites in the study depend on gate style in designing the topics on the homepage, in addition the newspapers sites specify an e-mail for the site, and another one for the site departments, while Al-ayyam and Al-hayat Al-jadida newspapers specify an e-mail for some writers. Moreover various fonts and sizes are used in the sites like: Tahoma, Arabic Transparent, Simplified Arabic, Arial.

The use of multimedia by the newspapers sites in study is limited. In other word, Al-Ayyam and Al-hayat Al-jadida sites never use multimedia.

On contrary, Al-quds and falesteen sites care about using some multimedia shapes, video is mostly used.

The study recommended, to make use of modern technology in designing webs like using the "Responsive Web Design" which responds and changes according to different screen sizes, and to depend on using photos, albums and multimedia, also to make use of social media to promote the Palestinian Daily Newspaper Sites, and to follow the new events and developments.

فهرس الموضوعات

آية قرآنية ..... أ

الإهداء ..... ب

الشكر والتقدير ..... ج

ملخص الدراسة باللغة العربية ..... د

Abstract ..... و

فهرس الموضوعات ..... ح

فهرس الجداول ..... ك

فهرس الأشكال ..... ل

المقدمة **1**

الفصل الأول

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: أهم الدراسات السابقة 4

ثانياً: الاستدلال على مشكلة الدراسة 29

ثالثاً: مشكلة الدراسة 30

رابعاً: أهمية الدراسة 31

خامساً: أهداف الدراسة 31

سادساً: تساؤلات الدراسة 32

سابعاً: الإطار النظري 33

ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها 39

تاسعاً: مجتمع الدراسة وعينتها 54

عاشراً: وحدات التحليل والقياس 55

حادي عشر: إجراءات الصدق والثبات 55

ثاني عشر: مصطلحات الدراسة 59
ثالث عشر: تقسيم الدراسة 60

الفصل الثاني

إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت

المبحث الأول "الصحافة الإلكترونية في فلسطين" 63
أولاً: نشأة وتعريف الصحافة الإلكترونية 63
ثانياً: خصائص الصحافة الإلكترونية 66
ثالثاً: نشأة الصحافة الإلكترونية في فلسطين 67
رابعاً: المواقع الإلكترونية للصحف الفلسطينية اليومية 69
المبحث الثاني "الإخراج والتصميم الإلكتروني" 72
أولاً: مفهوم الإخراج الإلكتروني 72
ثانياً: الفرق بين التصميم الطباعي والتصميم الإلكتروني 75
ثالثاً: مبادئ تصميم وإخراج الصحف الالكترونية 77
رابعاً: العناصر البنائية للصحف الإلكترونية 88
المبحث الثالث "العناصر البنائية التقليدية" 91
أولاً: العناصر البنائية التيبوغرافية 91
ثانياً: العناصر البنائية الجرافيكية 101
المبحث الرابع "العناصر البنائية الإلكترونية" 111
أولاً: الوسائط المتعددة Multimedia 111
ثانياً: النص الفائق Hypertext 119
ثالثاً: العناصر التفاعلية Interactive Elements 130
المبحث الخامس "إخراج الصفحة الرئيسية Home Page" 141
أولاً: تعريف الصفحة الرئيسية Home Page 141

ثانياً: مكونات الصفحة الرئيسية 143
ثالثاً: أساليب إخراج الصحف الإلكترونية 145

الفصل الثالث

نتائج الدراسة التحليلية

المبحث الأول "البناء العام لمواقع صحف الدراسة" 151
أولاً: المكونات الثابتة غير التفاعلية لمواقع صحف الدراسة 151
ثانياً: المكونات الثابتة التفاعلية لمواقع صحف الدراسة 190
ثالثاً: الخدمات الإضافية التي تقدمها مواقع صحف الدراسة 208
المبحث الثاني "العناصر البنائية المكونة لجسم مواقع صحف الدراسة" 210
أولاً: الصور والرسوم 210
ثانياً: الوسائط المتعددة 218
ثالثاً: النصوص الفائقة 223
رابعاً: الألوان 225
خامساً: الحدود والفواصل 227
المبحث الثالث "أهم نتائج الدراسة وتوصياتها" 233
أولاً: أهم نتائج الدراسة 233
ثانياً: أهم التوصيات 237
المصادر والمراجع 239
الملاحق 253

فهرس الجداول

جدول (1) مساحة الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية..... 152
جدول (2) نوع القائمة الرئيسية في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية..... 163
جدول (3) نوع وحجم الخطوط المستخدمة في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية..... 174
جدول (4) إجمالي مساحة الإعلانات في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية 180
جدول (5) العناصر التفاعلية المعلوماتية في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية..... 191
جدول (6) العناصر التفاعلية التواصلية في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية 203
جدول (7) أنواع الصور في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية..... 211
جدول (8) مساحة الصور في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية 214
جدول (9) ألبوم الصور في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية 216
جدول (10) الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية..... 219
جدول (11) النصوص الفائقة في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية..... 224
جدول (12) استخدامات الألوان في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية..... 226
جدول (13) الحدود والفواصل في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية 228

فهرس الأشكال

الشكل (1) الصفحة الرئيسية– موقع جريدة القدس 155

الشكل (2) الصفحة الرئيسية– موقع جريدة فلسطين..... 156

الشكل (3) الصفحة الرئيسية– موقع جريدة الحياة الجديدة..... 157

الشكل (4) الصفحة الرئيسية– موقع جريدة الأيام..... 158

الشكل (5– أ) مكونات هوية موقع جريدة القدس..... 159

الشكل (5– ب) مكونات هوية جريدة القدس النسخة المطبوعة 160

الشكل (6– أ) مكونات هوية موقع جريدة الأيام..... 160

الشكل (6– ب) مكونات هوية جريدة الأيام النسخة المطبوعة 161

الشكل (7– أ) مكونات هوية موقع جريدة الحياة الجديدة..... 161

الشكل (7– ب) مكونات هوية جريدة الحياة الجديدة النسخة المطبوعة..... 161

الشكل (8– أ) مكونات هوية موقع جريدة فلسطين 162

الشكل (8– ب) مكونات هوية جريدة فلسطين النسخة المطبوعة..... 162

الشكل (9) القائمة التفرعية (المنسدلة) – موقع جريدة القدس 164

الشكل (10) القائمة الرئيسية– موقعا جريدتي الأيام والحياة الجديدة..... 165

الشكل (11) القائمة الرئيسية– موقع جريدة فلسطين..... 165

الشكل (12) نموذج أعلى وأسفل الصفحة الرئيسية لقوائم التجوال– موقع جريدة فلسطين..... 166

الشكل (13) نموذج أعلى ويسار الصفحة الرئيسية لقوائم التجوال– موقع جريدة الحياة الجديدة 167

الشكل (14) نموذج أعلى وأسفل ويساروايمين الصفحة الرئيسية لقوائم التجوال– موقع جريدة الأيام ...168

الشكل (15) أسلوب البوابة والاتجاه الرأسي– موقع جريدة القدس 169

الشكل (16) أسلوب الوحدات الإلكترونية والاتجاه الرأسي– موقع جريدة فلسطين 171

الشكل (17) أسلوب البوابة والاتجاه المختلط (الرأسي والأفقي) – موقع جريدة الأيام..... 171

الشكل (18) أسلوب البوابة والاتجاه الأفقي– موقع جريدة الحياة الجديدة 172
الشكل (19– أ) كود خط العناوين– موقع جريدة القدس..... 176
الشكل (19– ب) كود خط المتون– موقع جريدة القدس..... 176
الشكل (20– أ) كود خط العناوين– موقع جريدة الأيام..... 177
الشكل (20– ب) كود خط المتون– موقع جريدة الأيام..... 177
الشكل (21– أ) كود خط العناوين– موقع جريدة الحياة الجديدة..... 178
الشكل (21– ب) كود خط المتون– موقع جريدة الحياة الجديدة 178
الشكل (22–أ) كود خط العناوين– موقع جريدة فلسطين 178
الشكل (22– ب) كود خط المتون– موقع جريدة فلسطين 179
الشكل (23– أ) أيقونات رأس موقع جريدة القدس..... 182
الشكل (23– ب) أيقونات جسم موقع جريدة القدس..... 183
الشكل (23– ج) أيقونات ذيل موقع جريدة القدس 184
الشكل (24) أيقونات ذيل موقع جريدة الأيام..... 184
الشكل (25) أيقونات رأس موقع جريدة الحياة الجديدة..... 185
الشكل (26– أ) أيقونات رأس موقع جريدة فلسطين 185
الشكل (26– ب) أيقونات جسم موقع جريدة فلسطين 186
الشكل (26– ج) أيقونات ذيل موقع جريدة فلسطين..... 187
الشكل (27) أجزاء الصفحة الرئيسية– موقع جريدة الحياة الجديدة 189
الشكل (28) بحث داخلي بسيط – موقع جريدة القدس 195
الشكل (29) بحث داخلي بسيط – موقع جريدة الأيام..... 196
الشكل (30) بحث داخلي بسيط ومتقدم – موقع جريدة الحياة الجديدة..... 196
الشكل (31) بحث بسيط ومتقدم – موقع جريدة فلسطين 197

الشكل (32) خدمة الأرشيف – موقع جريدة القدس 198
الشكل (33) خدمة الأرشيف – موقع جريدة الأيام..... 199
الشكل (34) خدمة الأرشيف – موقع جريدة الحياة الجديدة..... 200
الشكل (35) خدمة الأرشيف – موقع جريدة فلسطين..... 201
الشكل (36) نموذج لاستفتاءات الرأي – موقع جريدة القدس 206
الشكل (37) مساحات الصور في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية 215
الشكل (38) نموذج لألبوم صور حول حدث واحد – موقع جريدة القدس 217
الشكل (39) نموذج ألبوم صور مستقل – موقع جريدة فلسطين 218
الشكل (40) نماذج لمقاطع الفيديو – موقع جريدة القدس 222
الشكل (41) نماذج لمقاطع الفيديو – موقع جريدة فلسطين..... 223
الشكل (42) الصور والخطوط الأفقية كفواصل – موقع جريدة القدس..... 229
الشكل (43) العناوين كفواصل – موقع جريدة الأيام..... 230
الشكل (44) الخطوط الأفقية كفواصل – موقع جريدة الحياة الجديدة..... 231
الشكل (45) الخطوط كفواصل – موقع جريدة فلسطين 232

المقدمة

شهدت صناعة الصحافة في العقود الثلاثة الأخيرة تطوراً كبيراً على جميع المستويات المادية والفنية، ففي إطار المنافسة الشديدة التي تعرضت لها من وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، كان على الصحافة أن تتبنى طرقاً جديدة في الإنتاج والتوزيع حتي تحافظ على مكانتها كوسيلة إعلام جماهيرية.

ولقد استفادت الصحافة المطبوعة ووسائل الإعلام الأخرى عموماً من التطورات التكنولوجية التي يشهدها عالم الإعلام والاتصال، ولعل من أبرزها تكنولوجيا الحاسب الآلي وتكنولوجيا الاتصال الشبكي، مما ساعد على ظهور ما سمى بالصحافة الإلكترونية في إشارة إلى الصحيفة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدها، وكان هذا المصطلح في بداية ظهوره مقتصراً على النسخ الإلكترونية للصحف المطبوعة، ولكن مع تزايد ظاهرة النشر الصحفي على شبكة الإنترنت، اتسع المفهوم ليشمل كافة أشكال التعبير على الشبكة من مواقع لصحف مطبوعة، ومواقع إخبارية، ومواقع القنوات الفضائية، والإذاعات وغيرها من المواقع التي تعد وسيلة تعبير[1].

وهناك دراسات وأبحاث تشير إلى إن معدل تحويل الصحف الورقية إلى صحف إلكترونية يسجل زيادة ملحوظة، لذا لجأت المؤسسات الصحفية التي تصدر الصحف الورقية إلى إصدار نسخ إلكترونية من النسخة الورقية، على اعتبار أن السبيل لبقاء الصحافة بصفة عامة كوسيلة اتصال جماهيرية يكمن في تطويرها، من حيث الشكل إلى وسيلة إلكترونية[2].

فقد 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[3].

---

(1) حسني نصر، **الإنترنت والصحافة الإلكترونية**، ط 3 (الإمارات: دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2009) ص 71.

(2) أشرف خوخة، **الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية**، ط1 (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2011) ص 137-138.

(3) محمود خليل وشريف اللبان، **اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي**، ط1 (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، 2000) ص 64.

وإذا كان الإخراج في الصحافة المطبوعة يجذب القراء لقراءة موضوعات الصحيفة، وتسهيل عملية القراءة، فهو لا يختلف في الصحافة الإلكترونية، فتصميم الصحيفة الإلكترونية يستهدف يسر التصفح ويسر الاستخدام بالنسبة للمستخدم، الذي يعني مدى كفاءة موقع الصحيفة في عرض المعلومات واستعادتها بطريقة سهلة في بيئة الوسائط المتعددة[1].

ولم تكن الصحافة الفلسطينية بمنأى عن تلك التطورات التكنولوجية، فقد عرفت فلسطين الصحافة الإلكترونية مبكراً مقارنة بالدول العربية، فسارعت معظم وسائل الإعلام الفلسطينية، من صحف ومجلات ومحطات تلفزة، إلى التكيف مع هذا التطور الجديد، عبر إنشائها مواقع إلكترونية، وتوسيع دائرة التواصل مع قرائها محلياً وعالمياً[2]، الأمر الذي أدخل الصحف الإلكترونية الفلسطينية على شبكة الإنترنت في منافسة مع المواقع الإخبارية ومواقع المحطات الإذاعية والتلفزيونية العالمية والمحلية على الشبكة، ولكي تستطيع أي صحيفة المنافسة والصمود لا بد لها أن تحوي مضموناً متميزاً؛ يجذب القراء إليها وفي الوقت نفسه لابد لها من إخراج جيد، باعتبار أن الإخراج هو الشكل الذي يحمل المضمون ويعبر عنه، وأن تستفيد من كل الإمكانات التكنولوجية التي تتيحها شبكة الإنترنت.

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة ووصف واقع إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، من خلال التعرف على تصميم صفحاتها الرئيسية، على اعتبار أنها تحتوى موضوعات الصحيفة بكافة العناصر البنائية؛ للتعرف على العناصر البنائية التقليدية والإلكترونية المكونة للموقع الإلكتروني، إضافةً إلى معرفة مدى إفادة هذه الصحف من الإمكانات الكبيرة التي تتيحها شبكة الإنترنت، وأساليب إخراجها وطريقة وضع المضامين الإعلامية على صفحات الويب.

(1) حسني نصر، **مرجع سابق**، ص 72.

(2) أمين أبو وردة، "أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي: طلبة جامعة النجاح الوطنية نموذجاً (2000-2007م)"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (نابلس: جامعة النجاح الوطنية، 2008) ص77.

الفصل الأول

الإجراءات المنهجية للدراسة

- الدراسات السابقة
- الاستدلال على مشكلة الدراسة
- مشكلة الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- الإطار النظري للدراسة
- نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها
- مجتمع الدراسة وعينتها
- إجراءات الصدق والثبات
- مصطلحات الدراسة
- تقسيم الدراسة

أولاً: أهم الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على أهم الدراسات التي تناولت إخراج مواقع الصحف على شبكة الإنترنت تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين، رُوعي في التقسيم الإلمام بكافة جوانب إخراج وتصميم المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وهي كالتالي:

- المحور الأول: دراسات تناولت العناصر البنائية في المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت.
- المحور الثاني: دراسات تناولت تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

المحور الأول: دراسات تناولت العناصر البنائية في المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت:

(1) دراسة بعنوان: " التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"[(1)]:

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى تحقق التفاعلية في مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، وهي: موقع صحيفة القدس، وموقع صحيفة الأيام، وموقع صحيفة الحياة الجديدة، وموقع صحيفة فلسطين، ومدى استفادة هذه المواقع من الخيارات الحديثة والوسائل الجديدة التي يتيحها الإنترنت؛ من أجل زيادة التفاعلية، وأهم الفروق بين مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث المنهج المسحي، وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، واعتمد استمارة تحليل المضمون كأداة رئيسية في الدراسة، لمواقع صحف الدراسة، وتم إجراء التحليل خلال ثلاثة شهور متواصلة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- حرصت مواقع الصحف الدراسة على الربط بمواقع التواصل الاجتماعي في مواقعها.
ب- لم تُسجل مواقع صحف الدراسة أي فرصة للمستخدم للمشاركة في المحتوى المنشور على مواقعها.

(1) ماجد حبيب، "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (غزة: الجامعة الإسلامية، 2014).

ج- غياب الوسائط الفائقة المصاحبة للمادة التحريرية والبديلة عنها.

(2) دراسة بعنوان: "حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت"[1]:

هدفت الدراسة إلى وصف الإمكانات التفاعلية التي أتاحها حارس البوابة الإعلامية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت للجمهور، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، ومن خلالها استخدم الباحث المنهج المسحي، وفي إطاره استخدم أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، واعتمد على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات من حراس البوابة في المواقع الإخبارية، وتمثل مجتمع الدراسة في 102 موقعاً إخبارياً، وتم الاعتماد على عينة عشوائية من حراس البوابة الإلكترونية للمواقع الإخبارية الفلسطينية، بلغ حجمها 31 موقعاً.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- تستخدم المواقع الإخبارية الفلسطينية تستخدم الملتيميديا (صورة، نصوص، فيديو) في النشر بنسبة 100%.

ب- توفر المواقع الإخبارية الفلسطينية البريد الإلكتروني؛ للتواصل مع القائم بالاتصال (حارس البوابة) بنسبة 93.5%، بينما جاءت النتائج حول توفير البريد الإلكتروني الخاص بمحرر المادة الخبرية بنسبة منخفضة 29%، أي أن نسبة التفاعلية بين القائم بالاتصال (حارس البوابة) كانت عالية في حين جاءت التفاعلية مع محرر المادة الخبرية في الموقع بنسبة منخفضة جداً.

ج- أن المواقع الإخبارية الفلسطينية تتيح خدمتي البحث وأرشيف بالموقع بنسبة 93.5%.

(1) ثائر تلاحمة، "حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (عمان: جامعة الشرق الأوسط، 2012).

(3) دراسة بعنوان: "العلاقة التفاعلية بين المشاركين في العملية الاتصالية عبر الإعلام الجديد: دراسة تحليلية للتفاعلية في المنتديات الإلكترونية السعودية"[1]:

تسعي الدراسة إلى التعرف على العلاقة التفاعلية بين المشاركين في العملية الاتصالية في تطبيقات الإعلام الجديد المتمثلة في المنتديات الإلكترونية، وأهم العوامل الاتصالية المؤثرة على التفاعل، وأهم القضايا التي يتناولها المشاركون، وتأثير اتجاهاتهم الفكرية على سير عملية التفاعل، مستخدماً الباحث المنهج المسحي ضمن البحوث الوصفية، واعتمد استمارة تحليل المضمون كأداة لتحليل محادثات المنتديات، حيث اختار عينة عمدية من المنتديات التي تمثل أطياف الاتجاهات الفكرية الرئيسية الثلاثة (الإسلاميون، الليبراليون، والمستقلون)، وعينة عشوائية منتظمة من محادثات المنتديات بواقع (90) محادثة خلال شهر يناير 2012م.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- قوة التفاعل الذي يتم عبر المنتديات بشكل عام، وإن كان هذا التفاعل يختلف بحسب الاتجاه الفكري للمنتدى، حيث كان التفاعل في منتدى الجادة المستقل فكرياً أقوى منه في المنتديين الآخرين.

ب- أن التفاعل والحوار من خلال وعاء اتصالي مستقل يكون أكثر ثراءً وقوةً من التفاعل الذي يتم عبر وعاء محسوب على تيار معين سواء الإسلامي أم الليبرالي، وكان للاتجاه الفكري للمنتدى تأثير واضح على طبيعة القضايا التي يتناولها أعضاء كل منتدى.

ج- قوة التفاعل تتأثر إيجاباً بعدد من العوامل بعضها داخل العملية الاتصالية، وهي: عدد المشاهدات وعدد المشاركات، وجنس المشاركين، وبعضها الآخر خارج العملية الاتصالية، وبخاصة اعتماد المتحاورين على الحجج المنطقية والعقلية، والتجارب الذاتية، كما تتأثر قوة التفاعل سلباً باستخدام المتحاورين للحجج الاجتماعية المستندة على التقاليد والأعراف.

(1) حمد الموسى، "العلاقة التفاعلية بين المشاركين في العملية الاتصالية عبر الإعلام الجديد: دراسة تحليلية للتفاعلية في المنتديات الإلكترونية السعودية"، **ورقة مقدمة للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية"** (الرياض: جامعة الملك سعود، 14-15 أبريل 2012).

(4) دراسة بعنوان: "التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت"[1]:

تسعي هذه الدراسة إلى الكشف عن مستويات التفاعلية بأبعادها في الصحف العربية على الإنترنت، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الوصفي والتحليلي، وفي إطاره تمَّ استخدام أداة تحليل المضمون على عينة شملت (71) صحيفة عربية على الإنترنت، وضمت استمارة تحليل المضمون الفئات الرئيسية التي مثلت مستويات التفاعلية، وهي: تعدد الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين، وإمكانية الاتصال بين المستخدمين ومسئولي الصحيفة ومحرريها، وإمكانية الاتصال الشخصي، والمراقبة المستمرة للموقع، وإمكانية البحث عن المعلومات، وإمكانية إضافة المعلومات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- أن إمكانية البحث عن المعلومات هي أكثر الأبعاد توافراً، ومن ثم تعدد الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين، وإمكانية الاتصال بين المستخدمين ومسئولي الصحيفة ومحرريها.

ب- تميز الصحف العربية الخالصة على الإنترنت بنسب قليلة عن الصحف العربية على الإنترنت ذات النسخ المطبوعة، فقد حققت الأولى معدلات أعلى من التفاعلية على مواقعها الإلكترونية.

ج- قدمت الصحف العربية على الإنترنت المعلومات الخدمية على الصفحة الرئيسية بنسبة 46.5%، واستخدمت وصلات النص الفائقة مع بعض الموضوعات بنسبة 36.6%.

(5) دراسة بعنوان: "قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت: بالتطبيق على موقعي الجزيرة وCNN"[2]:

هدفت الدراسة لقياس تفاعلية المواقع الإخبارية التلفزيونية على الإنترنت، وتنتمي إلى الدراسات الوصفية الكمية، واعتمدت على منهج المسح؛ لمسح العناصر التفاعلية في المواقع

(1) سعيد النجار، "التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت"، **مجلة أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة ..لعالم جديد** ، (البحرين، جامعة البحرين: 7-9 أبريل 2009) ص 559- 584.

(2) حلمي محسب، "قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت: بالتطبيق على موقعي الجزيرة وCNN"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 29 (القاهرة: جامعة القاهرة، 2008) ص 221-264.

التلفزيونية عينة الدراسة، والأسلوب المقارن؛ لرصد أوجه الشبه والاختلاف في استخدام المواقع التلفزيونية الإخبارية للعناصر التفاعلية، وتعتمد على تحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات في الدراسة، وتمثلت عينة التحليل بموقعي الجزيرة وCNN، وتم إجراء الدراسة التحليلية لمدة شهرين من 1/1/ 2007 إلى 2007/4/1؛ للوقوف على الخدمات التفاعلية التي تقدمها المواقع الإخبارية التلفزيونية، وتعتمد الدراسة على مقياس كاري هيتر* في قياسها لتفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- أن موقع قناة CNN يقدم ثلاث أنواع للمنتديات (العامة، الخاصة والمقترحة من قبل المستخدم) في مواقعه المختلفة باستثناء النسخة العربية، في حين قدم موقع قناة الجزيرة نوعين فقط هما: المنتديات العامة والخاصة، ولم يتطرق للمنتديات المقترحة من قبل المستخدمين، ومن ثم يمكن القول بأن موقع CNN يسهل الاتصال الشخصي أكثر من موقع الجزيرة.

ب- يقدم موقع قناة CNN نمطين من محركات البحث، هما: بحث داخل الموقع، وبحث داخل مواقع الويب بصفة عامة مركزاً على المال والرياضة، أما موقع الجزيرة فيقدم نمطين من محركات البحث، الأول: بحث شامل داخل موقع قناة الجزيرة، والثاني: بحث تفصيلي يتم فيه تحديد تقسيمات الموقع التي يريد المستخدم أن يحصل على معلومات منها.

ج- يقدم موقع CNN الروابط الإخبارية على موقعه بأنواع النصوص الفائقة الثلاثة (الداخلية، والخارجية، والمحلية)؛ فهو يربط الحدث بقوى فاعلة في الموضوع، ومواقع خاصة لمنظمات وهيئات دولية، كما يقدم توسع للحدث بشرحه في الصفحات الداخلية، أما الجزيرة فلم يدعم الروابط الخارجية بالموقع.

* يقصد بمقياس هيتر للتفاعلية: الأبعاد الست التي تقوم عليها تعريف التفاعلية الذي تبنته الباحثة كاري هتير عام 1998م، واتخذوه الباحثون فيما بعد مقياساً عالمياً لقياس التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، وتمثلت الأبعاد: تعدد الاختيارات المتاحة، والجهد المبذول من قبل المستخدم، والاستجابة لرغبات المستخدم، ورصد استخدامات المتلقي لوسيلة، وسهولة إضافة معلومات، وسهولة الاتصال الشخصي بين الجمهور.

(6) دراسة بعنوان: "توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني"[1] :

تهدف الدراسة إلى استكشاف مدى توظيف الوسائط المتعددة في تقديم الرسائل التواصلية ضمن مواقع وسائل الإعلام الإلكتروني العربي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي معتمداً على عينة عمدية من مواقع وسائل الإعلام الإلكتروني العربي اشتملت على (10) وسائل إعلامية على الانترنت، تسع منها وسائل تقليدية في الأصل والعاشرة وسيلة نشأت على الإنترنت، وتم اختيار الصفحة الرئيسية؛ لدراسة مدى توظيف الوسائط المتعددة في مواقع العينة المختارة، ومدى استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني العربي للوسائط المتعددة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- أن بعض وسائل الإعلام العربي على الرغم من إمكانياتها الكبيرة وشهرتها، إلا أنها لم تستفد من الإمكانات التواصلية الهائلة التي تتيحها الوسائط المتعددة، وظلت أسيرة لنمط الإعلام التقليدي.

ب- تباين كبير في استخدام الصور بالصفحات الرئيسية سواء المرافقة للنصوص أو منفردة، وأن مواقع الإعلام الإلكتروني العربي المدروسة نادراً ما توظف الحركة كوسيط متعددة بكيفية فعالة، ووظفت بعض المواقع الحركة في إبراز بعض الوصلات والإعلانات.

ج- أن كل مواقع الدراسة تستخدم الخطوط بكيفية توفر الحد الأدنى من الانقرائية، بتفادي استخدام الخطوط الفنية الزخرفية، والاكتفاء بالحد الأدنى من الخطوط؛ لتمييز النصوص باستخدام خط واحد بشكل عادي وسميك أو استخدام خطين.

(7) دراسة بعنوان: " التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت"[2]:

هدفت الدراسة إلى مقارنة أوجه التطور والتخلف في التطبيقات المستخدمة في الصحافة الإلكترونية العربية، من حيث النوع والشكل مع التطورات الجارية في هذا النوع من الصحافة عالمياً

(1) محمد أحمد، "توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني"، **بحث مقدم لمؤتمر صحافة الانترنت الواقع والتحديات** (الشارقة: جامعة الشارقة 22-24 نوفمبر 2005).

(2) عباس صادق، "التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت"، **بحث مقدم لمؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات** (الشارقة: جامعة الشارقة 22-24 نوفمبر 2005).

مركزةً على عشرة مواقع صحفية بعضها يمثل صحفاً معروفة، وبعضها يمثل قنوات تلفزيونية وإذاعية، وبعضها نشأ في شبكة الإنترنت، وتشمل هذه المواقع: الشرق الأوسط، الحياة، إيلاف، الجزيرة نت، العربية نت، إسلام أون لاين، الاتحاد، الخليج، البيان، والموقع العربي لبي بي سي، وتمَّ حصر الملاحظات على هذه المواقع في الفترة ما بين مايو إلى يوليو 2005.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- أن المواقع الصحفية عينة الدراسة تستخدم الحد الأدنى من أدوات النشر الذي يعتمد على النص كوسيلة أساسية؛ لتوصيل الأخبار وغيره من الأشكال الصحفية، وبالتالي فهي ما زالت قاصرة في استخدام أساليب وتكنولوجيات ومميزات النشر الإلكتروني.

ب- أن ذهنية النشر الورقي هي السائدة في معظم مواقع صحف الدراسة، فغالبية تلك المواقع لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخ إلكترونية كربونية للصحيفة التي صدرت في الصباح، وتعتمد على النص كوسيلة أساسية؛ لتوصيل الأخبار وغيره من الأشكال الصحفية.

ج- أن استخدام الوسائط المتعددة يكاد ينعدم تماماً لولا اهتمام ثلاثة مواقع، هي: العربية نت، والجزيرة نت، والبي بي سي بنوع من أبسط أنواع الوسائط المتعددة.

(8) دراسة بعنوان: "التفاعلية في الصحافة الإلكترونية: دراسة حالة على صحيفة الجارديان النيجيرية على الإنترنت"[(1)]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستويات التفاعلية ومدى استخدامها في صحافة الإنترنت، في إطار منهج دراسة الحالة على صحيفة الجارديان النيجيرية على الإنترنت، وتمثلت أدوات الدراسة في استمارة تحليل المضمون لموقع الصحيفة واستمارة المقابلة عبر البريد الإلكتروني أو الفاكس مع القائمين بالاتصال.

(1) Folayan, O., Interactivity in Online Journalism: A Case Study of the Interactive Nature of Nigeria's Online Guardian, *Unpublished Master Thesis* (South African: Rhodes University, 2004).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- وجدت أن خيارات التفاعلية قليلة في صحيفة الجارديان النيجيرية على الانترنت، ولم يوجد اهتمام من قبل القائمين عليها باستخدام مستويات وخيارات التفاعلية.

ب- يوفر موقع صحيفة الجارديان على الانترنت غرف دردشة، ولكن هذه الخدمة تم تقييد الوصول إليها للمشتركين فقط.

ج- تُتيح الصحيفة على موقعها بريداً إلكترونياً؛ لربط المستخدمين وإتاحة الفرصة لإرسال تعليقاتهم أو استفساراتهم، ويكون ذلك من خلال اتصل بنا، ولا يتم توفير عناوين بريد الإلكتروني لرؤساء التحرير والصحفيين.

(9) دراسة بعنوان: "التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية"[1]:

تهدف الدراسة إلى توضيح أبعاد التفاعلية للمواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، والعوامل المؤثرة، من خلال دراسة تحليلية لمدى توفر أبعاد التفاعلية التي تمثلت في: تعدد الاختيارات المتاحة بالصفحة الرئيسة، إمكانية الاتصال بالقائم بالاتصال، إمكانية التفاعل مع النص المنشور، مدى وجود آلية بحث وقاعدة بيانات للموقع، سهولة إضافة معلومات من قبل المستخدم للموقع، وتحديث الموقع، وتعد الدراسة من الدراسات الاستكشافية التي تحاول دراسة ظاهرة التفاعلية بالمواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، واعتمدت الباحثة على منهجي المسح والمقارن في دراستها لعينة عشوائية من المواقع الإخبارية العربية بلغ عددها (45) موقعاً إخبارياً.

(1) نجوى فهمي، "التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الثاني، العدد الرابع (القاهرة: جامعة القاهرة، أكتوبر- ديسمبر 2001) ص 221-269.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- عدم استغلال مواقع العينة للإمكانيات التي تُتيحها الثورة الرقمية، حيث أن مستوى التفاعلية بين القارئ ونص المادة الخبرية كان في أدنى مستوياته أو غائب تماماً في العديد من المواقع الإخبارية العربية.

ب- عدم حرص الصحف الإلكترونية العربية على إقامة صلة مباشرة بين محرريها وجمهور القراء، من خلال عدم إتاحة عناوين البريد الالكتروني لمحرريها.

ج- لم يحاول أي موقع إخباري عربي ربط المضمون الإخباري بمضمون متوافر في أرشيف الجريدة لتوضيح خلفيات الخبر، وأيضا لم تحاول إحالة القارئ إلى أي موقع آخر قد يحتوي على معلومات إضافية حول الموضوع الذي يتناوله الخبر.

المحور الثاني: دراسات تناولت تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت:

(10) دراسة بعنوان: " تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية لدى عينة من طلاب الجامعة: في إطار نظرية تمثيل المعلومات: دراسة شبه تجريبية"[(1)]:

تهدف الدراسة إلى معرفة تأثير أساليب إخراج الصحف الالكترونية على إدراك الطلاب للمحتوى المقدم، وتدعيم تذكرهم له واتجاهاتهم نحو المواقع التي يتعرضون لها، وتنتمي إلى دراسات العلاقات السببية بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة، وتعد الدراسة من الدراسات شبه التجريبية إلا أنها التزمت بأسس ومعايير المنهج التجريبي، وتم إجراء الدراسة على عينة من طلاب الفرقة الأولى والثانية والثالثة بشعبة الإعلام التربوي وتكنولوجيا التعليم واللغة الانجليزية من جامعة الزقازيق، وبلغ عدد العينة المتعلقة بمتغير الإدراك والتذكر (480) طالباً، حيث 240 طالباً لتجربة الإدراك، والأخرين لتجربة التذكر، وتم تطبيق التجربة خلال الفترة 2010/3/16 إلى 2010/4/1.

(1) هيثم مؤيد، "تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية لدى عينة من طلاب الجامعة: في إطار نظرية تمثيل المعلومات: دراسة شبه تجريبية"، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة (المنصورة: جامعة المنصورة، 2010).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعات التجريبية التي تعرضت للمواقع التي استخدمت أسلوب البوابة المصممة بشكل رأسي معتمدة على محدودية الصور وملفات الفلاش والوسائط المتعددة، والمجموعات التجريبية التي تعرضت للمواقع التي استخدمت أسلوب البوابة المصممة بشكل رأسي معتمدة على تعددية الصور وملفات الفلاش والوسائط المتعددة في إدراك الشكل الإخراجي للصحيفة الالكترونية.

ب- إن الخبر على الإنترنت مكتمل العناصر (صور+ نص+ فيديو) من أكثر التصميمات تذكراً لدى المتصفحين، ومن أكثر التصميمات التي ساعدت على تمثيل معلومات الرسالة الإخبارية ، مؤكدةً بأن توافر عناصر الوسائط المتعددة يساعد على تمثيل معلومات الرسالة الإخبارية بشكل كبير ومن ثم تذكر المحتوى الإعلامي .

ج- أن عنصر الفيديو والصوت له تأثير كبير في تذكر المضمون الإخباري، ولكن باتحاده مع عناصر التصميم الأخرى كالنص والصورة، بينما يقل تأثيره أو ينعدم في حالة أن يكون مصاحباً لملفات الفلاش، فبالرغم من أهمية ملفات الفلاش إلا أنها قد تؤدي إلى تشتيت الانتباه.

(11) دراسة بعنوان: "تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور"[(1)]:

تهدف الدراسة إلى توصيف تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية، وكشف أثر التقنيات على تصميم تلك المواقع، وتوضيح طبيعة القائم بالاتصال المرئي وماهيته، وأثر ذلك على التصميم، في ظل استخدام اختبار يسر استخدام مواقع الدراسة؛ لإبراز مدى رضا الجمهور عن تلك المواقع، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح على مستويين: المسح الوصفي؛ لرصد السمات والخصائص التي تخص كل متغير على حدة في حالة السكون، ومنها أسلوب مسح الوسيلة (تصميم صفحات الموقع)، وأسلوب مسح القائم بالاتصال

(1) منار رزق، "تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور"، رسالة دكتوراه منشورة في كتاب: **تصميم مواقع الصحف الإلكترونية**، ط1 (القاهرة: دار العالم العربي، 2011).

(المصمم)، وأسلوب مسح الجمهور، أما المستوى الثاني هو: المسح الاستدلالي؛ للتعرف على المتغيرات نفسها في حالة الحركة.

واعتمدت الباحثة على المقابلة البؤرية المركزة مع المسئولين عن إنشاء مواقع صحف الدراسة، وتحليل الشكل، من خلال استمارة تحليل تصميم المواقع وفقاً للخطوط الإرشادية التي توصل إليها الخبراء أو نتائج الدراسات السابقة، وكذلك اختبار يسر الاستخدام، من خلال تعريض عينة المستخدمين لمواقع الدراسة، واستمارة الاستبيان؛ لمعرفة مدى رضا المستخدم عن الموقع الذي طالعه، وتمثلت العينة في مواقع عدد من الصحف المصرية، هي: الأهرام، والوفد، والمصري اليوم، والشروق، واليوم السابع، وأما عينة القائم بالاتصال فتمثلت بمسح شامل للمعنيين بإصدار الموقع، وعينة عمدية من جمهور مستخدمي الإنترنت قوامها 100 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- أن مواقع الدراسة تنوعت في أشكال التجول المستخدمة، منها: قوائم، وأشرطة التجول سواء المعتمدة على النصوص، أو الصور، أو الأزرار، أو الأيقونات، كما اعتمدت على شريط الإعلانات، وخريطة الموقع النصية، لكنها لم تستخدم كلا من خريطة الصور، ولا صفحات الفهرس.

ب- قدمت مواقع الدراسة تشكيلاً متنوعاً لنماذج الإخراج التي تتبعها، فيتبنى موقع الأهرام نموذجاً إخراجياً يعتمد على عمود التجول الأيسر، في حين يتبع تصميم واجهة موقع الشروق نموذجاً إخراجياً يعتمد على تجول أعلى وأسفل الصفحة مع استخدام عرض الصفحة للنص، مما يشكل حرف (I)، في حين يتبنى التصميم بموقع اليوم السابع نموذجا إخراجياً يعتمد على ثلاثة أعمدة لوضع أكبر كمية من المضمون، والتجول بأقصى مستويات يسر القراءة، ويتبع التصميم بموقع المصري اليوم والوفد نموذجا إخراجياً يقوم على نموذج أعلي يسار أسفل الموقع TLB.

ج- اتباع مواقع صحف الدراسة بعض الخطوط الإرشادية التي أوصت بها دراسات يسر الاستخدام، مما مثل لها نقاط قوة لصالح تصميم الموقع، مثل: عدم استخدام برامج مضافة تلزم المستخدم تحميلها حتي يتسنى له مشاهدة الموقع ككل، والعمل ضمن العديد من

بيئات وأنظمة التشغيل المختلفة، وارتباط عنوان الموقع باسم الجريدة، مع سرعة تحميل الصفحة الرئيسية.

(12) دراسة بعنوان: " الصحف الالكترونية البحرينية: دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات"[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الصحافة الإلكترونية في البحرين من خلال تقييم وتصميم واجهة الاستخدام في الوصول إلى المعلومات، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدت على تحليل المضمون لعينة تكونت من مواقع الصحف البحرينية وهي: الأيام، الوسط، أخبار الخليج، الوقت، الوطن، بالاعتماد على صفحتين لكل موقع هما: الصفحة الرئيسية، وصفحة المقال الإخباري، من خلال التقاط صور شاشة صفحات الويب ضمن المقاسين (800x600 بكسل)، (1024X768 بكسل) بتاريخ 29 يوليو 2008، وضمنت استمارة تحليل المضمون الفئات التالية: الإبحار، المضمون، الإعلان، العرض الخاص، الهوية البحث، عناصر إبراز، وغير مستخدم.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- ضعف المساحة المخصصة للمضمون الإخباري أو الإعلامي في صحف العينة ما عدا الوقت وأخبار الخليج، إلى جانب غياب للمساحات المخصصة للإعلانات وعروض الترويج باستثناء حالات قليلة.

ب- تعد صحيفة الوقت الصحيفة الأكثر نجاحاً في مستوى تصميم واجهة الاستخدام، من خلال التوزيع الموفق للمساحات المكونة للصحفة الرئيسية وبقية الصفحات الداخلية.

ج- ارتفاع نسبة المساحات غير المستخدمة ضمن الصفحة، وإن اختلفت هذه المساحة من صحيفة إلى أخرى ،مما يعبر عن غياب استراتيجية تصميم واضحة لتغطية هذه المساحات.

(1) حاتم الصريدي، "الصحف الالكترونية البحرينية: دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات"، **مجلة أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد** (البحرين: جامعة البحرين، 7-9 ابريل 2009) ص 101-124.

(13) دراسة بعنوان: "تصميم مجلة إلكترونية رياضية للأطفال للمرحلة العمرية 12- 15 سنة"[1]:

تهدف الدراسة إلى تحديد عناصر تصميم مجلة رياضية إلكترونية متخصصة في رياضة الأطفال للمرحلة العمرية (12-15) سنة، من خلال الاستعانة بالخبراء والمتخصصين والتعرف على خصائص المجلات الإلكترونية الموجهة للأطفال، واعتمد الباحث على المنهج المسحي وفي إطاره أسلوب مسح القائم بالاتصال على عينة عمدية من الخبراء والمصممين للمواقع والصحف الإلكترونية بلغ عددهم (20) شخصاً، وكذلك أسلوب مسح الجمهور على عينة من الأطفال المستهدفين قدرت (300) طفلاً من محافظات بورسعيد الاسماعيلية السويس، مستخدماً الاستبانة والمقابلة كأدوات للبحث.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- أن تصميم المجلة الإلكترونية من وجهة نظر الخبراء والمصممين، يجب أن يحتوي على صور متحركة وموسيقي فنية، بجانب ألوان جذابة ومقاطع صوت لنجوم الرياضة المشاهير.

ب- ضرورة وجود صفحات تفاعلية للأطفال مع الأبطال الرياضيين في مختلف الألعاب الرياضية.

ج- صعيد الأطفال، بينت الدراسة أن الأطفال يفضلون العناوين الكبيرة والمثيرة ذات الألوان والرسوم والحركة، وعدم تفضيلهم للإعلانات عند التصميم.

(1) خالد مسعد، "تصميم مجلة الكترونية رياضية للأطفال للمرحلة العمرية 12- 15 سنة"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 31 يناير (القاهرة: جامعة الأزهر، 2009) ص161-224.

(14) دراسة بعنوان: "الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية"[1]:

تسعي الدراسة إلى تحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية وخصائصها ومعاييرها المهنية والفنية، انطلاقاً من المقارنة بين الإطار النظري الذي حدده المختصون في هذا المجال وبين الواقع الذي هي عليه الصحافة الإلكترونية العربية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحث على المنهج المسحي، واستخدام تحليل المحتوي لعينة منتخبة من الصحف الإلكترونية العربية، وتم تحليلها لمدة أسبوع متواصل لكل صحيفة من عينة الدراسة وبأوقات مختلفة، وتم اختبار الصحف الإلكترونية الخالصة التي ليس لها أصل مطبوع أو نسخة ورقية، وبلغ عددها 19 صحيفة إلكترونية، وكذلك استخدم استبانة للعاملين في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- أن الصحف الإلكترونية العربية لم تستخدم الوسائط المتعددة بكامل الإمكانات التقنية التي توفرها خدمة الإنترنت باستثناء صحيفة "إيلاف"، حيث عرضت أربع صحف من عينة الدراسة أفلام فيديو، وأن صحيفة واحدة تقدم تسجيلاتٍ ومواداً صوتيةً، أما الصور الفوتوغرافية فإن جميع الصحف تقدمها على صفحاتها.

ب- أن نسبة كبير من العينة وفرت خدمة البحث باستثناء خمسة منها فقط لم توفر هذه الخدمة، وأن خدمة البحث هنا تكون على مستويين الأول البحث داخل موقع الصحيفة نفسها، والمستوى الثاني هو ربط الموقع مع محركات البحث المعروفة في شبكة الإنترنت.

ج- غياب خاصية الترابط النصية عن أغلب الصحف العربية، باستثناء "إيلاف ومأرب برس" إذ لم تقدم خدمة النصوص المترابطة التي يستطيع القارئ من خلالها أن يتنقل إلى مواضيع ذات صلة سواء داخل الصحيفة ذاتها أو في مواقع أخرى من خلال الروابط التي تثبت داخل النص أو على جوانبه، حيث استخدمتا هذه الخاصية بصورة واضحة، وإن

(1) جاسم جابر، "الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية" **مجلة أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد** (البحرين: جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009) ص 391-412.

اقتصر استخدامها على وضع روابط خارج النص لمواضيع ذات علاقة، أي أن استخدامها كان في حدودها الدنيا.

(15) دراسة بعنوان: " أساليب تصميم مجلات الأطفال الإلكترونية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بتعرض الأطفال لهذه المجلات: دراسة في التقنيات والجمهور والقائم بالاتصال"[(1)]:

تهدف إلى التعرف على أهم أساليب تصميم مجلات الأطفال الإلكترونية (المصرية والعربية والأجنبية) الموجهة إليهم عبر شبكة الإنترنت، والبرامج المستخدمة في تصميم تلك المجلات، وأثرها في درجة تعرض الأطفال لمثل تلك الأساليب، وكذلك دور المصممين لتلك المجلات في تحقيق عوامل الجذب بالنسبة لجمهور مجلات الأطفال الإلكترونية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث على المنهج المسحي، ومنهج المقارن، وتمثلت عينة المجلات الإلكترونية في المجلات التالية: المجلات المصرية (بلبل، وقطر الندى)، ومجلات عربية (مجلة فراس تون، والفاتح)، ومجلات عالمية (Just for Kids، The 200 Books)، وعينة من مصممي مجلات الأطفال الإلكترونية المصرية، بالإضافة إلى عينة من أطفال محافظات القاهرة وبلغت 400 مفردة، واستخدم الباحث استمارة تحليل الشكل؛ لمعرفة العناصر الأساسية والتفاعلية في بناء مجلات الدراسة، والمقابلة غير المقننة مع المصممين، واستمارة المقابلة المقننة للأطفال؛ للتعرف على آرائهم وتفضيلاتهم الإخراجية للتصميمات المجلات الإلكترونية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- استخدمت مجلات الدراسة أنواع عديدة من الصور، منها: JPG، GIF، ولا تستخدم صور PNG؛ يرجع ذلك لأنها غير معروفة لدى عدد كبير من الجمهور، وغير معروفة لدى الأنظمة الحديثة لأجهزة الكمبيوتر.

ب- استخدمت المجلات المصرية خط نوعه Arial، أما المجلات العربية كانت الخطوط الأكثر استخداماً هي: Simplified ،Arabic Transparent ،Time New Roman

(1) محمد الشربيني، "أساليب تصميم مجلات الأطفال الإلكترونية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بتعرض الأطفال لهذه المجلات: دراسة في التقنيات والجمهور والقائم بالاتصال"، رسالة دكتوراه منشورة في كتاب: **صحافة الأطفال الإلكترونية**، ط1 (القاهرة: دار العالم العربي، 2008).

Arabic، وفي المجلات الأجنبية فاستخدمت الخطوط التالية: Verdana، Tinkertoy، وتراوح حجم الخط في مجلات الدراسة ما بين 12إلى 18 بنط.

ج- لم تستخدم مجلات الأطفال المصرية والعربية أي ملفات صوتية، في حين استخدمت المجلات الأجنبية نوعين من تلك الملفات، هما: ملفات صوتية قائمة بذاتها، ويتم تحميلها من على صفحة المجلة الإلكترونية، أو ملفات صوت مصاحبة لتحميل الصفحة ويكون موسيقي خفيفة غالباً.

(16) دراسة بعنوان: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت"[1]:

تهدف الدراسة إلى تحليل الشكل الأساسي الذي تظهر به الصحف السعودية الإلكترونية من حيث الوحدات المكونة لهذا الشكل والعناصر المستخدمة في بنائه، وتحليل التصاميم المتغيرة التي تظهر بها الصحف عينة الدراسة من حيث الوحدات المكونة لهذه التصاميم، وتقويم سعي المصممين والمخرجين لتبني أنماط إخراجية تتوافق مع طبيعة شبكة الإنترنت، واستخدمت الأسلوب الكمي في منهج المسح؛ للتعرف على آراء المصممين للصحف والمواقع، والأسلوب الكيفي في تحليل واقع إخراج الصحف السعودية على شبكة الإنترنت، حيث تمت الدراسة التحليلية على جميع مواقع صحف الجزيرة، الرياض، الوطن، عكاظ، اليوم، المدينة على الإنترنت، واستمرت الدراسة لمدة ستة أشهر من بداية شهر محرم وحتي نهاية جمادي ثاني.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- أن الصحف السعودية الإلكترونية تستخدم أسلوبين فقط من أساليب إخراج الصحف الالكترونية، هما: الوحدات الإلكترونية وأسلوب البوابة، بالإضافة إلى أن الشكل الأساس لعينة الدراسة لم يتغير طوال فترة الدراسة باستثناء تغير طفيف على صحيفة المدينة.

(1) صالح العنزي، "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت"، رسالة ماجستير، منشورة في كتاب: **إخراج الصحف السعودية الإلكترونية**، ط1 (الرياض: جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، 2005).

ب- أتاحت مواقع صحف الدراسة خدمة البحث في أعدادها السابقة، حيث جاءت هذه الخدمة في المرتبة الأولى بين الخدمات التي تتيحها الصحف الإلكترونية، كما لم توفر مواقع صحف الدراسة الخدمات التفاعلية المباشرة مثل المنتديات والدردشة والاتصال بالمحررين.

ج- 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 اقتصرت فقط على الإعلانات التجارية.

(17) دراسة بعنوان: "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية"[1]:

ركزت الدراسة على كيفية استفادت الصحافة الإلكترونية من العناصر البنائية الموجودة على الإنترنت من ناحية، ومحاولة خروجها من عباءة الصحف الورقية في الشكل والتصميم من ناحية أخرى، وتستهدف الدراسة توصيف العناصر البنائية الموجودة في بعض الصحف المصرية والأمريكية اليومية على الإنترنت؛ بغرض التعرف على استخدامها وسماتها وخصائصها، بجانب تقويم العناصر البنائية في الصحف عينة الدراسة وذلك لغرض بناء صحافة الكترونية تفيد من جميع العناصر البنائية، واستخدام الباحث منهج المسح والمنهج المقارن، أما أدوات الدراسة فتمثلت في: تحليل المضمون والاستبانة؛ للتعرف على آراء ذوي الخبرة والأكاديميين في المجال، وتمثل مجتمع الدراسة في صحيفة الأهرام والجمهورية وصحيفة يو اس ايه توداي USA Today، ونيويورك تايمز New York Times.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- اختلفت مواقع صحف الدراسة في اعتمادها على العناوين كأدوات فصل، فقد استخدمتها مواقع الصحف المصرية بشكل ثانوي، بينما اعتمدتها مواقع الصحف الأمريكية بشكل أساسي في فصل موضوعاتها

(1) حلمي محسب، "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية" رسالة دكتوراه منشورة في كتاب: **إخراج الصحف الالكترونية على شبكة الإنترنت**، ط1(القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2007).

ب- أن موقع صحيفة الأهرام فلم يستفد من استفتاءات الرأي، في حين استفاد منه موقع صحيفة الجمهورية في عمل استفتاء رياضي، أما النيويورك تايمز واليو أس أيه توداى فقد استخدمتاه في تقديم العديد من لاستفتاءات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بطرقة علمية.

ج- اختلاف مواقع الصحف الدراسة في تبنيها لأفضلية الخطوط التي حددتها الدراسات الأكاديمية، فقد استخدمت صحيفة اليو إس إيه توداي USA Today خط Arial في كتابة موضوعاتها، أما صحيفة النيويورك تايمز New York Times فقد استخدمت خط Times News Roman، واعتمدت صحيفتا الأهرام والجمهورية خط Arial.

(18) دراسة بعنوان: "توصيات لتصميم الصحف على شبكة الإنترنت"[1]:

تهدف الدراسة إلى الوصول إلى فهم شامل لتصميم الصحف المطبوعة على شبكة الانترنت، واستخلاص قواعد أساسية لتصميم الصحف على شبكة الإنترنت المبني على العلاقة بين المصمم والغرض من التصميم وعلاقته بالجمهور المستهدف، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحثان على المنهج المسحي، واستخدما عدة أدوات لجمع المعلومات، هي: المقابلة مع ناشري ومصممي مواقع الصحف السويدية على شبكة الإنترنت، بجانب المقابلات مع مستخدمي تلك المواقع، حيث تم اختيار 21 مستخدم لكل موقع صحيفة، وكذلك تحليل الصفحات الرئيسية لمواقع تسع صحف سويدية على شبكة الإنترنت، خلال عام 2003م، ومقارنته بتحليل سابق لنفس مواقع الصحف عام 2001م؛ للتعرف على التغييرات والتطورات الحادثة في التصميم.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- أهمية الصفحة الأولى في مواقع صحف الدراسة في إعطاء لمحة عامة وسريعة عن مكونات وموضوعات الصحيفة، حيث وفر المصممون ما يساعد المستخدم للتجول والتنقل بالمواقع، مثل: قوائم الملاحة أو التجوال، قائمة أو قسم الأكثر قراءة، وأكثر إرسالاً، وغيرها.

(1) Ihlstrom, C. & Lundberg, J. ,"Design Recommendations For Online Newspapers: A Genre Perspective", *Journal of Web Engineering*, Vol.3, No. 1, 2004, P.p.50-74.

ب- ضرورة تحديث الموضوعات ووضع الوقت أو الزمن المحدث للأخبار والموضوعات المنشورة، حيث أظهر المستخدمون تفضيلهم للنسخة الإلكترونية لكونها تحدث الأخبار، ووجود أخبار تختلف عن المطبوعة، بجانب قلة التكلفة المالية.

ج- لم تقدم أي من مواقع الدراسة خريطة لمواقعها، وأنها قدمت خدمات إضافية تختلف عن المطبوعة، مما يفرض عليها تنظيم عملية الملاحة، حيث عرضت قوائم التجوال أو الملاحة بأسلوب القوائم المنسدلة، وأكدت على ضرورة وجود محركات البحث وأرشيف لأخبار الموقع.

(19) دراسة بعنوان: "اتجاهات تصميم الصفحة الرئيسية"[1]:

تهدف الدراسة إلى التعرف على تصميم الصحف بنسختيها المطبوعة والإلكترونية على شبكة الإنترنت، من خلال مدى استخدامها للألوان، والصور الصحفية، والرسوم وبرامج التصميم، وكذلك التعرف على مواقف واتجاه المحررين من التصميم العام للصحف ومدى أهميته لقراء الصحف، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وفي إطاره أسلوب مسح القائم بالاتصال، حيث تم اختيار عينة قوامها 300 محرراً وناشراً، وتم إرسال الاستبيانات إليهم عبر البريد خلال 2003م.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- أن الذين يقومون بعملية التصميم الإلكتروني الخاصة بالصحف الإلكترونية هم أشخاص لديهم معرفة بالحاسب الآلي، وليس لديهم معرفة بعلوم الصحافة، وما يتعلق بالتقنيات المستخدمة في تصميم الصحف الإلكترونية.

ب- أن الصحف الإلكترونية تعتمد على الصور أكثر من الورقية، كما أنها تعتمد على نوعية خطوط تختلف عن الخطوط المستخدمة في النسخة الورقية.

ج- أن حجم الخطوط والمتن في النسخة الورقية يختلف عن تلك المستخدمة في النسخة الالكترونية، وذلك لتلاءم الخصائص النفسية للقارئ وتسهل عملية التصفح.

(1) Utt, S. , & Pasternack, S., "Front Page Design: Some Trends Continue", *Newspaper Research Journal*, Vol. 24, no. 3, summer 2003, P.P.48-61.

(20) دراسة بعنوان: "تقييم الصحف على شبكة الإنترنت باستخدام المبادئ التوجيهية لتصميم الويب"[1]:

تسعي الدراسة لتقييم الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، من خلال الإرشادات والنتائج والنصائح التي خرج بها الباحثون في مجال تصميم ويسر استخدام المواقع الإلكترونية، فاعتمدت الدراسة على إرشادات كلا من الباحثين: Jakob Nielsen، ونصائح Jared Spool، ومعايير CNET Network، واعتمدت على المنهج المسحي، واستمارة تحليل المضمون لعينة من الصحف الإلكترونية مكونة من عشرة صحف إلكترونية، حيث تم تحليل صفحات الويب من خلال 122 مبدأً توجيهياً.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- اعتمدت صحف الدراسة على وضع الشعار الخاص بها في كل صفحة داخلية وبنفس المساحة والحجم وعنوان للباب، بحيث يكون هذا الشعار واضحاً ولا يكون بجواره صور أو رسومات تؤدى إلى تشتت رؤية المستخدم له.

ب- أن يتم تقسيم الصفحة في حال كانت طويلة إلى مجموعة من الصفحات، مع مراعاة عدم زيادة مساحة الصفحة عن 800×1200 بكسل.

ج- أن مساحة عناوين الصفحات يجب أن تتراوح بين 40-60 حرف مع استخدام خطوط كبيرة ويدعمها المتصفح، بالإضافة إلى أن ملفات الصور المتحركة يجب ألا تزيد عن 10 ثوانٍ بين كل صورة وأخرى.

(21) دراسة بعنوان: "الصفحات الرئيسية على الويب"[2]:

تسعى الدراسة إلى التعرف على سمات الصفحات الشخصية على شبكة الإنترنت من خلال المراجعة الأدبية لعدد من الدراسات والأبحاث في المجال، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهجي المسحي، حيث اعتمدت على تحليل المضمون لثلاثين دراسة

(1) Donaghy, R. ," Evaluating Online Newspapers Using Established web Design Guidelines", *Unpublished Master Thesis* (North Carolina: School of Information and Library Science, 2002).

(2) Döring, N., "Personal Home Pages on the Web: A Review of Research", *Journal of Computer – Mediated Communication (JCMC)*, Vol.7, No. 3, April 2002, P.p. 1-8.

تجريبية على الصفحات الشخصية للمواقع، وكذلك استخدمت أداة الاستبانة كأداة جمع معلومات واستطلاع آراء المستخدمين حول الخصائص والسمات التي يفضلونها في الصفحات الشخصية، وتم اختيار عينة عشوائية بلغ حجمها 422 شخصاً، تم إرسالها عبر البريد الإلكتروني.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- أن الذكور يحرصون على الاطلاع على جميع التفاصيل الخاصة بالمعلومات الموجودة في صفحات الاستقبال أكثر من الإناث.

ب- أكد معظم أفراد العينة أن من أبرز سمات صفحات الاستقبال أنها تمكن أن تتيح مجال للدردشة.

ج- أشارت إلى أن استخدام العناصر المرئية في عرض الصفحات يؤدى إلى طريقة أكثر تفضيلاً إلى المستخدم مقارنة بالنص الذي يظهر باللون الأسود وبدون صور.

(22) دراسة بعنوان: "تصميم الويب وكفاءة استرجاع الأخبار: تحليل خمس صحف أمريكية على شبكة الإنترنت"[(1)]:

تسعى الدراسة للتعرف على تأثير تصميم الصحف الإلكترونية على فعالية استرجاع المعلومات، ومستوى السهولة والسرعة الذي يجده المستخدم في الموقع الذي يستطيع من خلاله الوصول إلى المعلومات، واستخدم الباحث المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون لخمس صحف إلكترونية أمريكية، وهى: "واشنطن بوست"، و"يواس أيه توداي"، و"شيكاغو تريبون"، و"لوس أنجلس تايمز"، و"بوسطن جلوب"، لمدة عشرة أيام خلال الفترة 10-23 أبريل 1999، ويرجع السبب في اختيار هذه الصحف؛ لاختلاف الأساليب التصميمية في كل صحيفة.

(1) Li X. ,"Web Page Design and News Retrieval Efficiency: A content Analysis of Five Us Internet News Papers" in Xigen Li "*Internet Newspapers: the Making of a Mainstream Medium* " (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2006), pp. 65-80.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها:

أ- لا يوجد نموذج واحد فقط لتصميم الصحف الالكترونية يمكن أن يؤثر في كفاءة استرجاع الأخبار، فبينما تبدو بعض المواقع الإخبارية أكثر جاذبية من الناحية البصرية إلا أنها قد لا تكون أكثر فاعلية من حيث استخدام القراء لها.

ب- جاءت صحيفة شيكاغو تريبون كأفضل صحيفة من حيث التصميم باعتمادها على الصور والرسوم والألوان بالمقارنة بالصحف الأخرى، ولكنها جاءت أقل كفاءة في عملية تدفق الأخبار والوصول الخطي للأخبار، في حين صحيفة واشنطن بوست لم تكن على درجة عالية من الناحية البصرية، ولكنها كانت أكثر فاعلية في استرجاع الأخبار، حيث أنها أتاحت خيارات أكثر للقارئ في استرجاع المعلومات خاصة بالنسبة للقصص الإخبارية لاعتمادها على روابط متشعبة متعددة.

ج- أكدت أن مصممي الصحف الالكترونية يجب أن يأخذوا في الاعتبار العوامل المؤثرة على التصميم لكي تؤثر على فاعلية استرجاع الأخبار مثل الوصول الفوري إلى المعلومات والأخبار وسلامة تدفق الأخبار لكى تحقق الفاعلية في استرجاع هذه المعلومات.

(23) دراسة بعنوان: "الصحف الإلكترونية على الإنترنت: دراسة لإنتاج واستهلاك الصحف العربية اليومية على شبكة الإنترنت"[1]:

تهدف الدراسة التعرف على واقع الصحف العربية على شبكة الانترنت، ومدى رضا المستخدمين لتصميم ومضمون تلك الصحف الإلكترونية، وتعد الدراسة من الدراسات الاستكشافية، حيث اعتمدت على المنهج المسحي، واستخدم الباحث ثلاث أدوات رئيسية لجمع المعلومات، هي: تحليل مواقع الصحف العربية على الانترنت؛ للتعرف على محتوياتها وخصائص الشكل، وبلغ عدد مواقع الدراسة 48 موقعاً، ومقابلات مع القائم بالاتصال (المصممين أو الناشر) لتلك المواقع، واستبانة إلكترونية، ترسل عبر البريد الإلكتروني لقراء الصحف الالكترونية العربية، وبلغ إجمالي عينة القراء 800 مفردة.

(1) Alshehri, F., "Electronic Newspapers on The Internet: A Study of The Production and Consumption of Arab Dailies on the World Wide Web", *Unpublished Doctor Thesis* (U.K.: University of Sheffied, Department Of Journalism Studies, 2000).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- أن معظم الناشرين لتلك الصحف الإلكترونية لم يكن لديهم استراتيجيات واضحة على النشر عبر الإنترنت، حيث أظهرت النتائج نقصاً في الخبرات العربية في مجال النشر الإلكتروني، وعدم وجود صحفيين متخصصين في المجال الإلكتروني.

ب- أن عدداً قليلاً من الصحف العربية على الإنترنت استفاد من الخدمات التي يقدمها الإنترنت، وأتاحت مجموعة من الخدمات الإضافية لمواقعها، وأن النشاط الإعلاني ضئيل أو معدوم في جميع الصحف على الإنترنت محل الدراسة.

ج- أن صحف الدراسة تُتيح عناوين البريد الإلكتروني، ولكن الشكاوى واستفسارات الجمهور نادراً ما يتم الرد عليها من الصحفيين والمسئولين بالموقع.

(24) دراسة بعنوان: "تصميم صفحات الويب واستخدام الجرافيك في الصحف الأمريكية"[1] :

تسعي الدراسة لتعرف على طريقة ومنهج تصميم الصحف على الإنترنت واستخدام الجرافيك في تصميمها، من خلال تحليل لثلاث مواقع إلكترونية للصحف الرئيسة في الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الانترنت، وهي: نيويورك تايمز "The New York Times "، واشنطن بوست " Washington Post"، الولايات المتحدة الأمريكية اليوم"USA Today "، وتم عملية التحليل لمدة عشرة أيام من شهر أكتوبر، وتمثلت عينة الدراسة: الصفحة الرئيسية وصفحة المقالات الإخبارية في المواقع الإلكترونية للصحف الثلاثة على شبكة الإنترنت، ومن خلال تحليل الصحف الثلاث على شبكة الإنترنت.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أ- أن مواقع الصحف على شبكة الإنترنت تعطي أولوية للمعلومات النصية على الجرافيكية والرسوم، وأن نسبة الرسوم والجرافيك تكون كبير وبنسبة عالية في الصفحة الرئيسية.

(1) Li, X. ,"Web Page Design and Graphic Use of Three U.S. Newspapers", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 75, No. 2. 1998, Available at: https://www.msu.edu/user/lixigen/Internet-paper.htm,Retrived: 25\3\2013.

ب- أن مواقع الصحف على الإنترنت أقل في استخدامها للصور والرسوم كبيرة الحجم عن الصحف التقليدية في تصويرها للأحداث.

ج- تحتل الرسوم التوضيحية والبيانية نسبة ضئيلة جداً من إجمالي الصور المستخدمة في المواقع الثلاث، وعادةً ما توجد صورة واحدة في الصفحة الرئيسية.

الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

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

1. هدفت بعض الدراسات إلى قياس أبعاد ومستويات التفاعلية في الصحف العربية على شبكة الإنترنت، وأخرى التعرف على مدى توظيف الوسائط المتعددة في تقديم الرسائل على مواقع الإعلام العربي، ووصف وتقييم العناصر البنائية والوحدات المكونة للموقع الإلكتروني، بجانب التعرف على أساليب إخراج المواقع الإلكترونية للصحف على الإنترنت.
2. انطلقت بعض الدراسات التي تناولت إخراج وتصميم المواقع الإلكترونية من مدخل يسر الاستخدام، من حيث سهولة استخدام الموقع للوصول إلى المعلومات، وأخرى قيمت تصميم المواقع الإلكترونية بناءً على الإرشادات والنتائج التي توصلت إليها الدراسات والباحثين في المجال.
3. اعتمدت معظم الدراسات على الدراسات الوصفية، وبعضها الدراسات الاستكشافية في تناولها للموضوع، وجميعها استخدمت المنهج المسحي ومنه أسلوب تحليل المضمون، أو أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، أو مسح جمهور وسائل الإعلام، أو دراسة الحالة على إحدى مواقع الصحف على شبكة الإنترنت، والبعض استخدم المنهج المقارن للتعرف على أوجه التشابه والاختلاف بين المواقع الدراسة، وبعض الدراسات جمعت بين المنهجين المسحي والمقارن.
4. تنوعت أدوات الدراسات السابقة ما بين استمارة تحليل المضمون وأداة المقابلة، والاستبانة وبعض الدراسات استخدمت أداتين منهما أو جميعها.

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة، يتضح أن الدراسة الحالية تشترك مع الدراسات السابقة في كونها من الدراسات الوصفية، وتعتمد على المنهج المسحي وأسلوب تحليل المضمون، ومعتمدةً على استمارة تحليل المضمون من حيث الشكل، أي أن هذه الدراسة تتبع نفس الإجراءات المنهجية مع كافة الدراسات السابقة وإن اختلف مجتمع وعينة الدراسة، حيث تنفرد الدراسة الحالية بدراسة واقع إخراج وتصميم الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى توقيت إجراء الدراسة.

ومن ناحية أخرى، تركز هذه الدراسة على دراسة العناصر البنائية المختلفة المكونة للموقع الإلكتروني، بجانب التعرف على أساليب وطرق إخراج الموقع، وهذا يتفق مع دراسة حلمي محسب، ودراسة صالح العنزي، وكذلك تشترك مع دراسة هيثم مؤيد في تناولها لأساليب إخراج الصحف الإلكترونية، ولكن يدرسها الباحث هيثم مؤيد من منطلق تأثيرها على عملية الإدراك والتذكر للمحتوى الإعلامي، وتتشابه كذلك مع دراسة منار محمد التي تدرس تصميم وإخراج الصحف المصرية على الإنترنت، ولكن الأخيرة تنطلق من منطلق يسر الاستخدام، وقياس مدى رضا المستخدم عن تلك المواقع.

أما دراسة محمد الشربيني التي تدرس تصميم المجلات الإلكترونية الموجهة للأطفال وأساليب إخراجها، فتختلف الدراسة معها في كونها تهدف إلى توصيف واقع إخراج وتصميم مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، وتختلف مع دراسة خالد مسعد في كونها تدرس العناصر البنائية المكونة للموقع الالكتروني للصحف الفلسطينية المطبوعة بجانب أسلوب إخراجها.

بينما تسعي كلاً من دراسة Carina Ihlstrom & Jonas Lundberg، و Roger Donaghy لتقييم الصحف الإلكترونية وفقاً للنتائج والإرشادات التي خرج بها الباحثون، وتسعى كلاً من دراسة Fayes Alshehri، وجاسم جابر للتعرف على خصائص ومكونات الصحف العربية على الإنترنت.

وتتناول هذه الدراسة بعض المكونات التفاعلية التي قاستها الدراسات التالية: سعيد النجار، Oluseyi Folayan، ماجد حبيب، وثائر تلاحمة، ومحمد أحمد، ونجوى فهمي، وعباس

صادق، نظراً لتناول الدراسات السابقة جزئيات من الإخراج، حيث تناول بعضها أبعاد ومستويات التفاعلية، والأخر الوسائط المتعددة والتطبيقات الحديثة بالمواقع الإلكترونية.

استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

تستفيد هذه الدراسة من الدراسات السابقة على النحو التالي:

1. التعرف على المناهج العلمية المستخدمة في دراسات إخراج المواقع الإلكترونية والأساليب وأدوات جمع البيانات.
2. الاستفادة من الإطار النظري المستخدم في بعض الدراسات السابقة، حيث هناك قلة بالنظريات أو النماذج الاتصالية ذات العلاقة بإخراج المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت، علاوةً على الإخراج الصحفي في الصحف المطبوعة.
3. الاستفادة من الإطار المعرفي الموجود بالدراسات، حيث يوجد ندرة في المراجع في مجال الإعلام الإخراج الإلكتروني.
4. الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة والمقارنة بينها وبين النتائج المتوقعة لهذه الدراسة.

ثانياً: الاستدلال على مشكلة الدراسة:

أتاح استخدام الإنترنت ظهور الصحف الإلكترونية، حيث تزايدت المواقع الصحفية والإعلامية على شبكة الإنترنت، وإن تباينت في مستوى كفاءتها واستفادتها من المزايا التي تقدمها الشبكة، وإن من أخطر المشاكل التي تواجه مواقع الصحف اليومية على شبكة الإنترنت عدم الاتفاق على مفهومها وطبيعتها؛ مما يجعل الصحيفة المطبوعة وفنونها هي المسيطرة على فكر المحررين والمصممين والمسئولين على الموقع الإلكتروني[1].

ومن خلال دراسة استكشافية قامت بها الباحثة لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية الأربع (موقع جريدة القدس، وموقع جريدة الأيام، وموقع جريدة الحياة الجديدة، وموقع جريدة فلسطين) امتدت على مدار أسبوع خلال المدة 19 –25 سبتمبر 2013م، واستخدمت الباحثة في دراستها عدداً من فئات التحليل، وهي: مدى استخدام النص التشعبي، واستخدام الصور، والوسائط

(1) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 13-15.

المتعددة، وتوفير خدمات تفاعلية، وأسلوب عرض الموضوعات الصحفية على الموقع، وخرجت الدراسة الاستكشافية بمجموعة من النتائج، أهمها:

1. تفاوتت صحف الدراسة الأربع في استفادتها للإمكانات التي تقدمها شبكة الإنترنت.
2. استفاد موقعا صحيفتي القدس وفلسطين من الإمكانات التي توفرها شبكة الإنترنت، حيث احتوى الموقعان على مقاطع للفيديو، وأدوات ربط لمواقع التواصل الاجتماعي، إضافةً لاستخدام الصور مع كافة الموضوعات الصحفية المنشورة على الموقع.
3. لم يستفد موقعا صحيفتي الأيام والحياة الجديدة من الإمكانات المتوفرة على شبكة الإنترنت بصورة كبيرة، حيث استخدم الموقعان الصور بشكل محدود، ولم يستخدم الوسائط المتعددة.
4. يستخدم موقعا صحيفتي القدس وفلسطين الألوان والصور بشكل ملحوظ، إلا أن صحيفتي الأيام والحياة الجديدة لا تستخدمهما بشكل كبير.
5. طورت صحيفة القدس موقعها الإلكتروني بشكل أكبر من بقية مواقع صحف الدراسة، حيث تقدم نشرات وموجز إخباري لأهم الأحداث السياسية والرياضية والاقتصادية، بجانب عرض تقارير مصورة في كافة المجالات، وتأتي تلك التقارير تحت مسمى تلفزيون القدس.
6. تفتقر المواقع الإلكترونية لصحف: الأيام والحياة الجديدة وفلسطين، لاستخدام الفيديو في عرض الموضوعات والأحداث.
7. استخدمت المواقع الإلكترونية لصحف الدراسة النص التشعبي عبر الكلام والصور، من خلال النقر على كلمة "المزيد" أو على عنوان الخبر، أو النقر على صورة الحدث.
8. لا تقدم مواقع صحف الدراسة مساحات حرة لمناقشة القضايا الجدلية، وذلك عبر المنتديات أو غرف الدردشة.
9. اتفقت جميع مواقع صحف الدراسة على توفير بريد إلكتروني عام لمواقعها.

ثالثاً: مشكلة الدراسة:

بناءً على نتائج الدراسة الاستكشافية، تتلخص مشكلة الدراسة في معرفة الأساليب الإخراجية المستخدمة في إخراج مواقع الصحف الفلسطينية على شبكة الانترنت، ووصف العناصر البنائية

المختلفة المكونة لواجهات مواقع عينة الدراسة، والتعرف على أوجه التشابه والاختلاف بين مواقع عينة الدراسة.

رابعاً: أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في:

1. الندرة في الدراسات الإعلامية التي تناولت دراسة إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت عموماً، وعلى صعيد الدراسات الإعلامية في فلسطين خاصةً، فأغلب الدراسات والبحوث الإعلامية المتخصصة في الإعلام الإلكتروني لا تزال محصورة في معظمها بالمضمون ودرجة التفاعل معه، وتأثير الصحف الإلكترونية على المطبوعة والوسائل الأخرى.
2. الحاجة الى دراسات علمية تتناول إخراج الصحف الإلكترونية بمفهوم الإخراج الشامل والمتكامل من حيث العناصر البنائية المكونة للصحيفة الإلكترونية ومدى استخدامها، والأسلوب الإخراجي الذي عليه يتم توزيع العناصر البنائية على صفحة الويب على الإنترنت.
3. الحاجة للدراسات العلمية في مجال الصحافة الإلكترونية الفلسطينية بأنواعها، وأسس بنائها وتقييمها للتحسين من مستواها وزيادة إمكاناتها التقنية للاستفادة من إمكانات شبكة الإنترنت.
4. التعرف على إفادة مواقع الصحف الفلسطينية اليومية من الإمكانات التي توفرها شبكة الإنترنت.
5. تصف الدراسة إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، وأهم العناصر البنائية المكونة لها، والتبصر في أساليب وأسس إخراجها.

خامساً: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على:

1. أساليب إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت.

2. العناصر البنائية المكونة لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت.
3. أدوات الربط بين النسخة المطبوعة للصحف الفلسطينية اليومية ونسختها الإلكترونية على شبكة الإنترنت.
4. مكونات البناء العام لصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت.
5. الخدمات الإضافية غير الإعلامية التي تقدمها مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت.
6. المكونات الثابتة التفاعلية وغير التفاعلية في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

تتمحور الدراسة حول سؤال رئيس، وهو: ما ملامح إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت؟، وانبثق من السؤال الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية، هي:

أ. تساؤلات خاصة بالبناء العام لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت:

1) ما أبعاد الصفحة الرئيسية لمواقع صحف الدراسة على شبكة الإنترنت؟
2) ما مكونات هوية مواقع صحف الدراسة على شبكة الإنترنت؟
3) ما نوع القائمة الرئيسية في مواقع صحف الدراسة على شبكة الإنترنت؟ وما أساليب إخراج قوائم التجوال في مواقع صحف الدراسة؟
4) ما أساليب إخراج الموضوعات الصحفية في مواقع صحف الدراسة على شبكة الإنترنت؟
5) ما أنواع الخطوط المستخدمة في مواقع صحف الدراسة، وما أحجامها؟
6) ما مساحة الإعلانات في مواقع صحف الدراسة، وأين تقع تلك الإعلانات على الصفحة الرئيسية لمواقع صحف الدراسة؟
7) ما أهم أنواع الأيقونات المستخدمة في مواقع صحف الدراسة، وأماكنها؟
8) ما مكونات أو أجزاء الصفحة الرئيسية لمواقع صحف الدراسة على شبكة الإنترنت؟
9) ما العناصر التفاعلية المعلوماتية التي تقدمها مواقع صحف الدراسة؟

10) ما العناصر التفاعلية التواصلية التي تقدمها مواقع صحف الدراسة؟

11) ما أهم الخدمات الإضافية غير الإعلامية التي تقدمها مواقع صحف الدراسة؟

ب. تساؤلات خاصة بالعناصر البنائية المكونة لجسم مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت:

1) ما أنواع الصور والرسوم المستخدمة في مواقع صحف الدراسة على شبكة الإنترنت؟

2) ما مدى توفر ألبوم صور في مواقع صحف الدراسة على شبكة الإنترنت؟

3) ما مدى استخدام الوسائط المتعددة في مواقع صحف الدراسة على شبكة الإنترنت؟

4) ما أنواع النصوص الفائقة المستخدمة في مواقع صحف الدراسة على شبكة الإنترنت؟

5) ما استخدامات الألوان في مواقع صحف الدراسة على شبكة الإنترنت؟

6) ما أهم الحدود والفواصل بين موضوعات مواقع صحف الدراسة على شبكة الإنترنت؟

7) ما أوجه التشابه والاختلاف في العناصر البنائية المكونة لجسم مواقع صحف الدراسة؟

سابعاً: الإطار النظري:

اعتمدت الدراسة على نموذج المدخل المهجن، ونظرية انتشار وتبنى المبتكرات.

1- نموذج المدخل المهجن:

لخص جورج جلد George Gilde النموذج بأنه عبارة عن عملية تزاوج بين الكمبيوتر والعملية الصحفية، معتبراً أن الكمبيوتر مكملاً مثاليًا للصحيفة والعمل الصحفي، من خلاله تمكنت الصحيفة وطاقمها الصحفي من صناعة الأخبار وإعدادها ومن ثم تسليمها في الوقت المطلوب، ووجود الكمبيوتر أسهم في زيادة كمية المعلومات المتاحة، بجانب الصور ومقاطع الفيديو وفتح الطريق أمام تطوير العملية الصحفية وتطوير الصحفي، من خلال تعزيز وإثراء الأخبار بالمعلومات والصور ومقاطع الفيديو المتاحة، إضافةً لتسهيل عملية التصفح والقراءة للمستخدمين القراء وحرية اختيار القصص والإعلانات في الوقت الذي يناسبهم[1].

(1) Li, X., ,"Web Page Design and Graphic Use of Three U.S. Newspapers", op. cit.

يعتمد المدخل المهجن على معادلة أساسية في بنائه، هي:

النموذج المهجن= النموذج الثابت + النموذج الديناميكي

ويصلح هذا النموذج في الدراسات المتعلقة بتصميم مواقع الإنترنت، حيث يتم الاستعانة بالوسائط المتعددة، والنص الفائق، والوسائط الفائقة في بناء صفحات الإنترنت بوصفها أدوات تمثل النموذج الديناميكي، بالإضافة إلى الصور والنصوص الثابتة لتمثل النموذج الاستاتيكي (الثابت) حتي يتحقق التكامل الشكلي في صفحة الإنترنت.

ولذلك فإن الصحف على الإنترنت طبقاً للنموذج تجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية المتمثلة في الصور، والرسوم، والعناوين و.. ، كما تجمع بين تكنولوجيا الإنترنت الحديثة المتمثلة في النص الفائق، والرسوم المتحركة، وتطبيقات الوسائط المتعددة المختلفة، بالإضافة إلى استخدامها للعناصر التفاعلية المتمثلة في البحث، والأرشفة، والبريد الإلكتروني وغيرها من العناصر.

كما يعطينا النموذج المهجن فكرة عن كيفية تحسين وظائف الصحف عن طريق استخدام التكنولوجيا الإلكترونية؛ وذلك من خلال تفعيل دور الصحف الإلكترونية من خلال ما تقدمه لها التكنولوجيا الحديثة من أدوات تساعد في سهولة العرض[1].

وتستفيد هذه الدراسة من نموذج المدخل المهجن في معرفة مدى استفادة الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت من التكنولوجيا الحديثة وما توفره من عناصر تفاعلية في تطوير وتصميم مواقعها على شبكة الإنترنت، والخروج من التفكير الورقي في إخراج مواقع صحف العينة، كذلك في معرفة مدى دمج الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت بين العناصر التقليدية المتمثلة في النص، والصور، والألوان وغيرها، والعناصر الإلكترونية من رسوم متحركة، ووسائط متعددة، ونصوص فائقة، ووسائل تفاعلية مع المستخدم.

(1) حلمي محسب، "التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الإنترنت: بالتطبيق علي عينة من المجلات المصرية والأمريكية"، **مجلة الدراسات الإنسانية المنوفية** ،2007، متوفر على الرابط/ http://goo.gl/dA5GSR ، بتاريخ 2013/5/5.

2- نظرية انتشار وتبنى المبتكرات:

ظهرت هذه النظرية خلال السنوات الأخيرة من الخمسينات والستينات متأثرة بنموذج تدفق المعلومات على مرحلتين الذي قدمه لازاروسفيلد وزملاؤه، حيث وجد علماء الاجتماع الريفي أن نموذج نشر المعلومات على المزارعين يمكن فهمه في إطار تدفق المعلومات على مرحلتين وأنه يمكن النظر إلى عملية نشر الأفكار الحديثة بين المزارعين على أنها مشابهة تماما لعملية التصويت في الانتخابات، وأن النصيحة في الحالتين تتم تلبيتها من خلال الاتصال الشخصي وتأثير قادة الرأي الذين يتفقون وخصائصهم تماما، كما انتهت إليه دراسات التصويت الانتخابي[1].

وهذا دفع العلماء أن يعيدوا النظر في النموذج من خلال طرح أسئلة شككت في مصداقية هذا النموذج، مثل: هل وجود قادة الرأي ضروري في إقناع رسائل وسائل الاتصال؟، وقد عني الباحثون عن تدفق الاتصال على عدة مراحل بدراسة انتشار المبتكرات ومن خلالها درسوا دور الاتصال في انتشار المبتكر[2].

وتفترض النظرية أن قنوات وسائل الإعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، حين تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول الابتكار الجديد، ويقترب مدخل انتشار المبتكرات كثيراً من مدخل تدفق الاتصال على مرحلتين الذي يفترض أن الرسالة الإعلامية تصل إلى الجماهير عن طريق أفراد يتميزون عن سواهم بأنهم أكثر اتصالاً ونشاطاً في تعاملهم مع وسائل الاتصال الجماهيري[3].

والابتكار هو أي فكرة جديدة أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة[4]، بينما يعرف روجرز صاحب النظرية، عملية انتشار وتبنى المبتكرات على أنها عملية إبداعية متعلقة بالأفكار الجديدة والمبتكرة وفقاً لنظام اجتماعي يستخدم فيه الأعضاء نوعاً خاصاً من الاتصال

(1) منال المزاهرة، **نظريات الاتصال**، ط1 (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012) ص 303.

(2) برهان شاوي، **مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته**، ط1 (إربد: دار الكندي، 2003) ص 162.

(3) منال المزاهرة، **مرجع سابق**، ص 306.

(4) مجد الهاشمي، **تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري**، ط1 (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012) ص 82.

لتبادل أفكارهم عبر القنوات الاتصالية، مستغرقاً انتقال الأفكار والمستحدثات بعضاً من الوقت من مخترعها إلى تبنى أفراد المجتمع لها[1].

ومن خلال التعريف السابق، يتضح أن نظرية انتشار وتبنى المبتكرات تعتمد على أربعة عناصر رئيسية، هي[2]:

1. **المبتكر أو الابتكار**، وهو أي فكرة جديدة تدخل النظام الاجتماعي، مثل: استخدام الكمبيوتر.
2. **الاتصال** عبر قنوات الاتصال الجماهيري أو الاتصال الشخصي.
3. **الوقت**، ويعني أن انتشار المبتكرات سيتم عبر مرور الزمن، فالوقت ضروري لانتشار المبتكرات وفي تبنى الأفراد لها.
4. **أعضاء النظام الاجتماعي**، فالمبتكرات موجهة إلى أفراد في مجتمع ما تربطهم مجموعة من العلاقات.

محددات قبول وانتشار المبتكرات:

ليست كل الأفكار والمبتكرات على قدر واحد من الذيوع والانتشار؛ لأنها لا تتشابه في الخصائص والصفات ما يجعل بعضها أكثر رواجاً وتقبلاً من البعض الأخر، فهناك مجموعة من المحددات والمعايير التي تحكم عملية انتشار وتبنى المبتكرات، أهمها[3]:

1) **الميزة النسبية:** فالمستحدث أو المبتكر قد يكون مشابهاً لشيء آخر موجود مسبقاً، لكن المهم هو مدى إدراك الفرد للمزايا النسبية للفكرة الجديدة سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية، ويقصد بالميزة النسبية عادة مدى الفائدة الاقتصادية التي تعود على الشخص الذي يتبنى الفكرة أو الأسلوب الجديد.

(1) ماجد حبيب، **مرجع سابق**، ص 29.

(2) برهان شاوي، **مرجع سابق**، ص 164.

(3) منال المزاهرة، **مرجع سابق**، ص 312-313.

2) **درجة التعقيد:** أي مدى إدراك الفرد للمبتكر أو المستحدث على أنه سهل الفهم والاستخدام، وتختلف المستخدمات في مدى سهولة فهمها والتعامل معها، فكلما كانت الفكرة الجديدة سهلة التعامل والفهم زادت سرعة انتشارها.
3) **الملاءمة:** أي كلما أدرك الفرد أن هذه المبتكرات تتفق مع قيمه واجتماعاته وخبراته السابقة زادت سرعة انتشارها.
4) **القابلية للتجريب:** وتعني مدى قدرة الفرد على تجربة المستخدم على نطاق محدد وقبل أن يتخذ القرار النهائي بشأنه، لهذا فكلما كان الفرد قادراً على تجربة المستحدث زادت فرصة تبنيه له، بحيث يمكن أن يتعرف على المزايا النسبية للمستحدث من خلال هذه المعاينة.
5) **وضوح النتيجة:** أي مدى وضوح استخدام أو تبني المستحدث، فسهولة ملاحظة الفرد والجماعة لنتائج تبني المستحدث تزيد من إمكانية انتشاره، وتتيح هذه الخاصية للفرد أن يتحدث عن المستحدث مع الآخرين، مما قد يزيد من قناعاتهم الخاصة بفوائده.

وترى الباحثة أن التكلفة المالية لمبتكر تؤثر أيضا في عملية انتشار وتبنى المبتكرات، هذا إضافة إلى ثقافة المجتمع وعاداته وتقاليده التي من الممكن رفض بعض تلك الأفكار أو المبتكرات؛ لتعارضها معها.

مراحل تبني الأفكار والأساليب المستحدثة:

تُعرف عملية تبني الأفكار الجديدة والمستحدثة على أنها العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكرة أو الابتكار حتى ينتهي به الأمر إلى أن يتبناها[1]، وتمر هذه العملية بخمس مراحل هي[2]:

1 **مرحلة الوعي بالفكرة:** وفيه يعلم الفرد بالفكرة الجديدة لأول مرة، ولا يمكن الجزم أن كان هذا الوعي عفوياً أو مقصوداً، وتعد هذه المرحلة مفتاح الطريق إلى سلسلة المراحل التالية في عملية التبني.

(1) بسام المشاقبة، **نظريات الإعلام**، ط1 (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011) ص 106.
(2) محمد حجاب، **نظريات الاتصال**، ط1 (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010) ص 322-323.

2 **مرحلة الاهتمام:** تتولد في هذه المرحلة رغبة لدى الفرد في التعرف على واقع الفكرة، وجمع المزيد من المعلومات عنها؛ ليصبح الفرد أكثر ارتباطاً من الناحية النفسية بالفكرة، لهذا يصبح سلوكه هادفاً بشكل كبير.

3 **مرحلة التقييم:** في هذه المرحلة يُقيم الفرد المعطيات المتوفرة، ويقرر ما إذا كان هناك فائدة لإخضاع المسألة للتجريب العملي.

4 **مرحلة التجريب:** وفيها يقوم الفرد بتجريب الأفكار المستحدثة على نطاق ضيق؛ كي يحدد فائدتها وفق ظروف خاصة، فإذا اقتنع بفائدتها فإنه يقرر تبنيها وتطبيقها على نطاق أوسع أو العكس.

5 **مرحلة التبني:** تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي ، فالفرد قد انتهى إلى قرار تبني الفكرة المستحدثة بعد إقناعه بجدواها.

الانتقادات الموجهة للنظرية:

رغم ما حققته النظرية من توصيف لكيفية انتشار الأفكار المستحدثة وتغيير الدوافع التي تقود الأفراد لتبنى تلك الأفكار، وتبنى الوسائل الإعلامية الجديدة، مثل: الإنترنت، والفضائيات وغيرها، إلا أنه هناك مجموعة من الانتقادات وجهت للنظرية، أهمها[1]:

1- أن تطبيق هذا النموذج والعمل به في دول العلم الثالث، أدى إلى اتساع فجوة المعلومات، وازدياد الفروقات الاجتماعية والاقتصادية بين فئات المجتمع؛ لأن الفئات المتقدمة اقتصاديًا واجتماعياً تشجع أكثر من غيرها على التجديد وممارسته نتيجة إقبالها على تلقي المعلومات أكثر من غيرها من الفئات الفقيرة.

2- عدم اتفاق الباحثين والدارسين على تعريف محدد للتنمية في ظل النظرية.

3- إيمان الباحثين وعلى رأسهم روجرز صاحب النظرية بقوة تأثير وسائل الاتصال على قادة الرأي، وبفاعليتها من مطلق نظرية الطلقة السحرية، أي أن نموذج الانتشار أخذ مبدأ سريان المعلومات في اتجاه واحد أي من الحكومة ومراكز التنمية إلى الجمهور المتلقي.

(1) انظر إلى:
- منال المزاهرة، **مرجع سابق**، ص 317-318.
- ماجد حبيب، **مرجع سابق**، ص 34-35.

4- لم تفرق النظرية بين الأفكار الضارة وغير الضارة، مع إغفالها للفوائد النفسية والعوائد الأخرى كدوافع للتبني أو الرفض.

5- لوحظ أن معدل انتشار الأفكار المستحدثة يكون بطيئاً في أول الأمر، ثم تزداد سرعة الانتشار بالتدريج كلما رأى الأفراد أو سمعوا عن نجاحها، إضافةً إلى أن السلوك الاتصالي للأفراد يختلف في كل مرحلة عن الأخرى من مراحل عملية تبني الأفكار المستحدثة.

6- ترتيب مراحل تبني المبتكرات ليس حتمياً، بحيث قد تتداخل مع بعضها البعض أو قد يُستغنى عن بعضها (التجريب)، وأن بعضها الآخر (التقييم) لا يمكن اعتباره مرحلة مستقلة؛ لأنه يتم في الغالب خلال كل مراحل الانتشار.

وتستفيد الدراسة من نظرية انتشار وتبني المبتكرات في معرفة مدى تبني الصحف الفلسطينية اليومية لوسائل الاتصال الجديدة والمتمثلة في الإنترنت، ودرجة استفادتها من الإمكانات والتقنيات التكنولوجيا الجديدة التي يوفرها الإنترنت.

ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

1. نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى **الدراسات الوصفية**، التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة ما؛ بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن تلك الظاهرة[1]، فإن هذه الدراسة تهدف إلى توصيف العناصر البنائية المكونة في بناء وتصميم مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى وصف أساليب عرض الموضوعات وتفسيرها وتحليلها من أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

2. منهج الدراسة: تستخدم الدراسة منهجين، هما:

أ/ **منهج الدراسات المسحية:** وهو يعد من أنسب المناهج العلمية ملاءمة للدراسات الوصفية، ويستهدف تسجيل، وتحليل، وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة عنها

(1) سمير حسين، **دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام**، ط2 (القاهرة: عالم الكتب، 1995) ص 131.

وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها، وطرق الحصول عليها[1].

وفي إطاره استخدمت الباحثة أسلوب تحليل المضمون، وسوف يتم استخدامه للتعرف على العناصر البنائية المكونة لمواقع الصحف اليومية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، بجانب أسلوب عرض الموضوعات الصحفية على صفحتها الرئيسية.

ب/ **منهج دراسة العلاقات المتبادلة:** هي التي يسعى فيها الباحثون إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة، والوصول استنتاجات وخلاصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الإيجابي[2]، وفي إطار هذا المنهج استخدمت الباحثة أسلوب المقارنة المنهجية؛ لإجراء المقارنة بين مواقع صحف الدراسة والكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بينها.

3. أدوات الدراسة: تشتمل هذه الدراسة على عدد من الأدوات لجمع البيانات والمعلومات بهدف تحقيق أهداف الدراسة، وهي كالتالي:

1/3. **المقابلة غير المقننة:** وهي نوع من أنواع المقابلة التي تعتمد على نوع الأسئلة المطروحة، وفي هذا النوع، لا تكون الأسئلة معدة مسبقاً من قبل الباحث، بل يقوم الباحث بطرح أسئلة عامة حول مشكلة البحث، ومن خلال إجابة المبحوثين يتسلسل في طرح الأسئلة الأخرى، ويمتاز هذا النوع من المقابلة بغزارة المعلومات[3]، وتستخدم الباحثة هذا النوع من المقابلات في إجراء مقابلة مع مصممي مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت عموماً*؛ لإتاحة الفرصة لهم لطرح

(1) محمد عبد الحميد، **بحوث الصحافة**، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 1992) ص 93.

(2) سمير حسين، **مرجع سابق**، ص 160.

(3) ربحي عليان، وعثمان غنيم، **أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العلمي**، ط2 (عمان: دار صفاء، 2008) ص 112.

* حرصت الباحثة على التواصل مع مصممي مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت (القدس، والحياة الجديدة، والأيام)، سواء عبر مراسلتهم بالبريد الإلكتروني العام للموقع، أو التواصل مع الصحفيين أو المراسلين العاملين بها بالقطاع، ورغم ذلك لم تتمكن الباحثة من التواصل معهم، ونظراً لعدم وجود متسع من الوقت اضطرت الباحثة لإجراء مقابلات مع مصممين للمواقع إخبارية أو صحف مطبوعة تصدر من غزة، بجانب مصمم موقع جريدة فلسطين.

وجهات نظرهم في تصميم المواقع، وأهم العناصر المكونة والأسباب في اختيار تلك العناصر، وما هي المقاييس المثلى لتصميم موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت.

2/3. **استمارة تحليل المضمون:** وتعد أسلوب أو أداة للبحث العلمي، التي يمكن أن تفيد الباحثين في مختلف المجالات البحثية، وتستخدم في المجال الإعلامي لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية، من حيث الشكل والمضمون؛ تلبيةً لاحتياجات البحث وتساؤلاته[1]، واقتصرت الباحثة على فئة كيف قيل، نظراً لطبيعة موضوع الدراسة، وتم تصميم استمارة التحليل لتضم العناصر البنائية المكونة للصحف الإلكترونية، وكذلك الأساليب الإخراجية للصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية*.

وتعتمد الباحثة بجانب استمارة تحليل المضمون لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، على تحليل أكواد مواقع صحف الدراسة، التي تمكن الباحثة من التعرف على العناصر التي يستخدمها المصمم في بناء موقع الصحيفة التي لا تظهر للمستخدم بالعين المجردة، مثل: نوع الخط وحجمه، والأبعاد الصور والصفحة الرئيسية للموقع وغيرها، إضافةً لاستفادة الباحثة من بعض المواقع الإلكترونية التي تقيس وتحلل المواقع الإلكترونية في سبيل التعرف على بعض الخصائص لمواقع صحف الدراسة.

(1) ذوقان عبيدات، وسهيلة أبو السميد، **البحث العلمي: البحث النوعي والبحث الكمي**، ط7 (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2001) ص 149.

* تم عرض استمارة التحليل على عدد من الأساتذة والخبراء، وهم:

1. أ.د. جواد الدلو، أستاذ الصحافة في قسم الصحافة والإعلام– الجامعة الإسلامية.
2. د. ماجد تربان، أستاذ الصحافة المشارك في كلية الإعلام– جامعة الأقصى.
3. د. طلعت عيسى، أستاذ الصحافة المساعد في قسم الصحافة والإعلام– الجامعة الإسلامية.
4. د. م. إياد الآغا، رئيس قسم تطوير البرمجيات– الجامعة الإسلامية.
5. م. لمياء الصعيدي، أستاذة في قسم نظم تكنولوجيا المعلومات– الجامعة الإسلامية.
6. م. أحمد شقورة، عضو مجلس إدارة شركة أطياف للتصميم.
7. م. أحمد الصعيدي، مصمم موقع فلسطين أون لاين.
8. م. محمد الحلبي، مصمم مواقع ويب.

واشتملت استمارة تحليل المضمون على فئات التحليل الآتية*:

فئات تحليل المضمون (كيف قيل):

يقصد بفئات التحليل العناصر الرئيسية والثانوية التي يتم وضع الوحدات فيها، وتشمل التعريفات الإجرائية لفئات تحليل الشكل الفئات: الشكل العام للمواقع الإلكترونية لصحف الدراسة، والعناصر البنائية لجسم مواقع صحف الدراسة.

أولاً: فئة البناء العام للموقع الإلكتروني لصحف الدراسة: ويقصد بها المكونات الأساسية والثابتة التي تشكل الهيكل العام للموقع، وهي عبارة عن العناصر البنائية الثابتة للموقع، وتنقسم إلى مكونات ثابتة غير تفاعلية، ومكونات ثابتة تفاعلية، وكذلك تضم الخدمات الإضافية التي يقدمها الموقع للمستخدمين.

1. **المكونات الثابتة غير التفاعلية:** وهي العناصر البنائية الثابتة للموقع وهي لا تتغير؛ لأنها تمثل التصميم الأساس للموقع، وتشتمل على الفئات الفرعية الآتية:

1.1. مساحة الصفحة الرئيسة للموقع: ويقصد بها حاصل ضرب ارتفاع الصفحة في عرضها، ويقاس بالبيكسل.

1.2. مكونات هوية الموقع: وتتكون من اسم وشعار الصحيفة الإلكترونية التي يمثلها الموقع، وعادة ما تكون بنفس شعار وألوان الصحيفة المطبوعة التي تظهر على نسختها المطبوعة[1]، وتضم:

1.2.1. **الشعار المصور: (الرمز)** وهو رسم أو صورة أو أرضية تدعم مضمون الاسم.

* انظر ملحق رقم (1) "استمارة تحليل المضمون (كيف قيل)، ص 254.

(1) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 160.

1.2.2. **الشعار المكتوب،** وهو عبارة أو قول مأثور أو آية قرآنية أو حديث شريف أو بيت شعر تعبر عن مضمون الصحيفة أو هدفه[1].

1.2.3. **موقع الشعار**: ويقصد به مكان الشعار في رأس الموقع، الذي قد يكون في يمين رأس الصفحة، أو في وسط رأس الصفحة، أو في يسار رأس الصفحة.

1.2.4. **مدى مطابقته مع هوية أو لافتة النسخة المطبوعة.**

1.3. نوع القائمة الرئيسية: ويقصد بها قائمة التجوال التي تضم أقسام وأبواب الصحيفة الإلكترونية، وعادةً ما تكون في رأس الصفحة، أو على أحد جانبي الموقع، وتنقسم إلى نوعين[2]:

1.3.1. **القوائم التفريعة:** ويقصد بها تلك القوائم التي تتفرع منها مجموعة من الاختيارات أو القوائم الفرعية، ومن خلالها يمكن للمستخدم اختيار القائمة الفرعية التي يريدها.

1.3.2. **القوائم الثابتة:** وهي التي تبقي كما هي ولا تحتوي على أي قائمة فرعية منها.

1.4. أساليب عرض قوائم التجوال: هي تلك القوائم التي تمكن المستخدم من التجول بالموقع، من خلال اختيار القسم أو الموضوع الذي يريد مطالعته، وتضم القائمة الرئيسية، بالإضافة إلى الأعمدة أو القوائم التي تحتوي على عناوين لأهم المقالات الصحفية أو أكثر الموضوعات قراءةً وغيرها، وتمتاز قوائم التجوال بالثبات في الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية للموقع، وتنقسم من حيث أساليب عرضها إلى[3]:

1.4.1. **نموذج أعلى وأسفل الصفحة:** وفي هذا النوع تخصص الصحيفة الجزء العلوي من الموقع لقوائم التجوال الرئيسية، التي تقع بجانب المكونات الأساسية

(1) فهد العسكر، **الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة**، ط1 (الرياض: دار العبيكان، 1998م) ص 143.

(2) أحمد الصعيدي، **مصمم موقع جريدة فلسطين**، مقابلة شخصية في الجريدة بتاريخ 21 يونيو 2014م.

(3) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 184-187.

لهوية الموقع، بينما تستخدم الجزء السفلى لعناوين الأبواب، والملاحظ أن هذا النموذج دائماً ما يستخدم في أسلوب البوابة.

1.4.2. **نموذج أعلى ويسار أو أعلي ويمين الصفحة:** يقصد به أن قوائم التجوال الرئيسية تكون في الجزء العلوي من الموقع، وكذلك يمكن أن تشغل العناوين الرئيسية لأبواب والأقسام الخاصة بالموقع أحد جانبي الموقع، والذي يتخذ شكل العمود الجانبي الأيسر أو الأيمن.

1.4.3. **نموذج أعلى وأسفل ويسار ويمين الصفحة:** وفي هذا النموذج تكون قوائم التجوال محاطة بالمحتوي الصحفي من جميع الجوانب، حيث يخصص الجزء العلوي للقوائم الرئيسية، بينما الجزء السفلي يُخصص للحقوق النشر للموقع، وطرق الاتصال والتواصل مع الموقع، أما العمود الأيسر والأيمن فيتناول أهم عناوين أبواب الموقع، بجانب أهم المقالات، وأكثر الموضوعات قراءةً.

1.5. عرض الموضوعات الصحفية: ويقصد بها طريقة عرض الموضوعات على الموقع، من حيث العرض وأسلوب الإخراج، وتنقسم هذه الفئة إلى شقين، هما:

1.5.1. **أسلوب العرض:** ويقصد به الطريقة التي تقدم بها الموضوعات الصحفية، وتضم[1]:

1.5.1.1. **الاتجاه الرأسي (Vertical):** وتنشر فيه عناوين قليلة على أكثر من عمودين، وتستخدمه بعض الصحف المحافظة مثل وول ستريت جورنال، ويتميز بسرعة الجمع.

1.5.1.2. **الاتجاه الأفقي (Horizontal):** الذي تنشر فيه عناوين كثيرة ممتدة وعريضة وهو أكثر اتساعاً ويسمح بمرونة عمل المخرج.

1.5.1.3. **المزج بين النوعين السابقين (Mixed):** وهو ما يحقق عناصر التباين والمرونة والبعد عن الملل والرتابة.

(1) محمود علم الدين، **الإخراج الصحفي**، ط1 (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1989) ص 69.

1.5.2. **الأسلوب الإخراجي لعرض الموضوعات:** هي عبارة عن أساليب إخراج الموضوعات الصحفية على الصفحة الرئيسية، وتنقسم إلى:

1.5.2.1. **أسلوب الوحدات الإلكترونية:** يعتمد هذا الأسلوب على سرد الأخبار على الصفحة بشكل موجز، مع وجود روابط في نهاية كل خبر للاستزادة حول الخبر، ويُبرز هذا الأسلوب ملخص أو مقدمة الخبر مع العنوان أو الصور المعبرة عن الحدث أو كليهما، كما يوجد في هذا الأسلوب قوائم جانبية للدخول على الأبواب الأخرى الخاصة بالصحيفة، أو من القوائم المنسدلة التي تدرج الفهرس الخاص بالصحيفة[1].

1.5.2.2. **أسلوب البوابة:** يركز هذا الأسلوب على عرض مجموعة كبيرة من الروابط التشعبية، والعناوين الخاصة بالمواد الصحفية المنشورة في الصفحات الداخلية للصحيفة، مع عدم تقديم أي تفاصيل لمضامين المواد الصحفية، حيث تقدم هذه التفاصيل في الصفحات الداخلية[2].

1.5.2.3. **الأسلوب المختلط:** عبارة عن أسلوب يجمع بين أسلوب الوحدات بوجود عناوين مصاحبة لملخص سريع، وأسلوب البوابة في عرض مجموعة الروابط التشعبية فقط بدون تعليق، بالإضافة إلى وجود وسائط متعددة مصاحبة للخبر[3].

1.6. الخطوط: ويقصد به الطريقة التي يظهر بها الحرف على الورق أو الشاشة، أي نوع أو جنس الخط المستخدم في كتابة الموضوعات الصحفية على الموقع[4]، وعادةَ ما تُقاس بالنبط، وتضم:

1.6.1. **خطوط العناوين،** وتضم:

1.6.1.1. **نوع الخط،** ويقصد به شكل الخط الذي يُكتب به العنوان.

---

(1) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 113.

(2) **المرجع السابق نفسه**، ص 114.

(3) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 31-32.

(4) بسنت العقباوي، **الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت**، ط1 (جدة: مكتبة خوارزم العلمية، 2010) ص 172.

1.6.1.2. **حجم الخط:** وهو سمك الخط الذي يُكتب به العنوان.

1.6.2. **خطوط المتن،** ويضم:

1.6.2.1. **نوع الخط،** وهو شكل الخط المستخدم في كتابة المتن.

1.6.2.2. **حجم الخط،** وهو سمك الخط المستخدم في كتابة المتون.

1.7. **الإعلانات:** ويقصد به الترويج لسلعة أو منتج، وتعد عنصر من العناصر البنائية الأساسية في تكوين أو بناء الموقع الإلكتروني، وتضم:

1.7.1. **مساحة الإعلان:** ويقصد بها حاصل ضرب ارتفاع الإعلان بعرضه، ويقاس بالبيكسل.

1.7.2. **موقع الإعلان:** أي مكان الإعلان على الصفحة الرئيسية للموقع، والذي قد يكون في أحد هامشي الصفحة، أو في أي من أجزائها: أعلى، أو وسط، أو أسفل الصفحة.

1.8. الأيقونات: وهى مجموعة من الرموز التي تدل على ما خلفها من مضمون، وتكون في الغالب رسوم تدل على معانيها ويسهل تمييزها، وهي ثابتة لا تتغير[1]، وتختلف المواقع في استخدامها، وتعد أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر انتشاراً بين المواقع.

1.9. أجزاء الصفحة الرئيسية: وهي عبارة عن المكونات الرئيسية التي تشكل الصفحة الرئيسية، وتتمثل في ثلاثة مكونات: الرأس، والجسم، والذيل، وتتفاوت وجودهم في صفحات المواقع الإلكترونية، وتضم الفئات التالية[2]:

1.9.1. **رأس وجسم وذيل:** أي وجود المكونات الثلاث لصفحة الموقع، حيث يمثل الرأس الجزء العلوي للموقع، ويضم مجموعة من العناصر المكونة له، بينما الجسم، فيقع بين الرأس وذيل الصفحة، ويحتوي على الموضوعات الصحفية والخدمات التي يقدمها الموقع، وأخيراً الذيل، ويقع في أسفل الصفحة، ويضم

(1) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 39.

(2) أحمد شقورة، **عضو مجلس إدارة شركة أطياف للتصميم، ومصمم مواقع ويب**، مقابلة شخصية بمكتبه، بتاريخ 23 يونيو 2014م.

الحقوق الفكرية للموقع، مع بيان الجهة القائمة على الموقع، وأهم أقسام الموقع وأبوابه.

1.9.2. **رأس وجسم فقط:** أي وجود عنصران فقط من عناصر الصفحة الرئيسة، هما الرأس: الجزء العلوي، والجسم، الممتد من الرأس وحتي نهاية الصفحة.

2. **المكونات الثابتة التفاعلية:** وهي عبارة عن العناصر البنائية التفاعلية، التي تنقسم إلى تفاعلية معلوماتية، وتفاعلية تواصلية، وتضم[1]:

2.1. العناصر التفاعلية المعلوماتية: وهي العناصر التي تُمكن المستخدم من الحصول على المعلومات التي يريدها بسهولة، من خلال مجموعة من الأدوات والعناصر، هي:

2.1.1. **محركات البحث:** وهي البحث عن معلومات معينة في موضوعات الصحف الإلكترونية أو بالمواقع على شبكة الإنترنت، وهي شكلان:

1.2.1.1. **البحث الداخلي:** وهو البحث داخل موقع الصحيفة الإلكترونية، وينقسم إلى[2]:

1.2.1.1.1. **البحث البسيط:** ويكون عن طريق وضع كلمة أو مصطلح البحث، ثم إجراء عملية البحث، وفي هذه الحالة تكون النتيجة العديد من الروابط التي يدخل بعضها في إطار الموضوع المطلوب والبعض يكون خارجه.

1.2.1.1.2. **البحث المتقدم:** وفي حالة البحث المتقدم، يكون بإمكان المستخدم الربط بين عدد من العناصر في عملية البحث، حيث من خلالها يتم تضييق البحث ضمن الإطار الذي يحدده المستخدم.

1.2.1.2. **البحث الخارجي:** ويقصد به البحث عن المعلومات المطلوبة على شبكة الإنترنت من خلال محرك بحث يوفره موقع الصحيفة الإلكترونية، وتكون

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 55- 56.

(2) أمل خطاب، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي**، ط1 (القاهرة: دار العالم العربي، 2009) ص148.

مرتبط بمحركات بحث أخرى، ويظهر النتائج سواء كانت داخل موقع الصحيفة أو على مواقع أخرى على شبكة الإنترنت.

2.1.2. **الأرشيف:** ويقصد بها حفظ الموضوعات الصحفية، مع إمكانية الرجوع إليها عند الحاجة، وتأخذ شكلين بالأرشفة:

2.1.2.1. **أرشيف النسخة المطبوعة:** ويقصد بها أن توفر الصحيفة الإلكترونية موادها الصحفية المنشورة على نسختها المطبوعة؛ بهدف الاطلاع عليها من قبل المستخدم، وهي نوعان:

2.1.2.1.1. **مشاهدة أو الاطلاع عليها بصيغة Flash:** ويكون ذلك من خلال توفير النسخة المطبوعة على هيئة فلاش، أي بإمكان المستخدم مطالعتها على الإنترنت، دون الحاجة إلى تحميلها.

2.1.2.1.2. **تحميل PDF:** ويقصد بها تحميل صفحات النسخة المطبوعة على جهاز المستخدم ومطالعتها في أي وقت.

2.1.2.2. **أرشيف المواد المنشورة على الموقع:** ويقصد بها أرشفة الموضوعات المنشورة على الموقع، التي يرغب المستخدم في مطالعتها بعد فترة من نشرها.

2.1.2.3. **مدة الأرشيف:** ويقصد بها الفترة الزمنية التي تحتفظ بها الصحيفة الإلكترونية بموادها التحريرية على الموقع.

2.1.3. **خريطة الموقع:** هي أشبه بفهرس يوضح صفحات الموقع، وأهم أقسامه من خلال روابط تنقل المستخدم للصحفة التي يريدها، وهي تسهم في تنظيم وتسهيل الوصول إلى المعلومات.

2.2. العناصر التفاعلية التواصلية: وهي العناصر التي تساعد المستخدم على الاتصال والتواصل مع العاملين بالموقع، من صحفيين وفنيين وغيرهم، إضافةً إلى التواصل مع غيره من المستخدمين، وتتمثل بالعناصر الآتية:

2.2.1. **البريد الإلكتروني:** وتمثل الخدمة الأكثر استخداماً على شبكة الإنترنت بين الأصدقاء وزملاء العمل وغيرهم، ويمكن من خلالها إرسال واستقبال الرسائل والصور والأصوات من خلال أجهزة الكمبيوتر[1]، وتنقسم إلى:

2.2.2.1. **بريد إلكتروني للموقع:** وهو بريد إلكتروني يمكن المستخدم من التواصل مع إدارة الموقع.

2.2.2.2. **بريد إلكتروني لأقسام الموقع:** عادة ما توفر الصحف الإلكترونية عناوين بريد إلكتروني لأقسامها أو أبوابها المختلفة؛ لتسهيل مهمة التواصل مع القسم المناسب.

2.2.2.3. **بريد إلكتروني للصحفي أو المحرر:** ويكون ذلك في حال كتاب المقالات؛ لإرسال تعليقات الجمهور حول المقال.

2.2.2. **غرف الدردشة:** ويقصد بها إرسال واستقبال الرسائل بين المستخدمين، مع إتاحة الفرصة لهم بالتعبير عن آرائهم تجاه القضايا.

2.2.3. **المنتديات:** هي عبارة عن أماكن ومساحات للنقاش على الشبكة، وتدور حول مواضيع معينة واهتمامات مشتركة[2].

2.2.4. **استفتاءات الرأي:** وهي عبارة عن سؤال يتم وضعه على موقع الصحيفة بهدف معرفة آراء ووجهات المستخدمين اتجاه قضية ما، وغالباً ما يتم طرح قضايا ساخنة ومثار جدل.

2.2.5. **مواقع التواصل الاجتماعي:** هي مواقع ويب تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه، ومن ثمة التواصل مع الأصدقاء ومشاركة المحتويات والاتصالات[3]، وتضم أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً، وهي:

2.2.5.1. موقع الفيس بوك Facebook.

(1) مراد شلباية وأخرون، **مقدمة إلى الإنترنت**، ط1 (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع ،2002) ص 17

(2) أحمد حمودة، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، 2013) ص 60.

(3) **المرجع السابق نفسه**، ص 56.

2.2.5.2. موقع YouTube.

2.2.5.3. موقع Twitter.

2.2.5.4. موقع Google Plus.

3. **خدمات إضافية:** ويقصد بها الخدمات التي تقدمها الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها، غير تلك الإعلامية، كنوع من التفاعل والمشاركة في مستلزمات الحياة اليومية، وتضم:

3.1. **خدمة RSS***: ويقصد بها إمكانية متابعة آخر أخبار الموقع دون الحاجة لزيارته، وتقدم الخدمة عنوان الخبر ومختصر لنص الخبر ورابط الخبر الكامل على الموقع.

3.2. **خدمة البريد الإلكتروني للمستخدم:** يقصد بها إمكانية المستخدم عمل بريد إلكتروني يحمل اسم موقع الجريدة.

3.3. **خدمة الاشتراك بالنسخة المطبوعة:** أي يُمكن للمستخدم الاشتراك بالنسخة المطبوعة من خلال الموقع الإلكتروني للجريدة.

3.4. **خدمة الاشتراك بالقائمة البريدية للصحيفة،** ومن خلالها يقوم المستخدم بالاشتراك عبر البريد الإلكتروني الخاص به، ليصله فيما بعد أخر أخبار الموقع وأحياناً النسخة المطبوعة.

3.5. **خدمة مواقيت الصلاة:** يقصد بها مواعيد آذان الصلوات الخمس.

3.6. **حالة الطقس:** التوقعات الجوية لدرجات الحرارة .

3.7. **خدمة أسعار العملات.**

3.8. **سوق فلسطين:** يقصد بها أسعار الأسهم في بورصة فلسطين.

ثانياً: العناصر البنائية لجسم الصفحة الرئيسية: وهي عبارة عن مجموعة من العناصر التي تكون موضوعات الصحيفة الإلكترونية، وتكون ممتدة من نهاية رأس الصفحة، وحتي بداية ذيلها، وتضم العناصر الآتية:

1. **الصور والرسوم:** وهي الصور التي تكون مرافقة للموضوعات الصحفية المكونة لجسم الصفحة الرئيسة، وتضمن الفئات الأتية:

* RSS : اختصار لمصطلح Really Simple Syndication.

1.1. نوع الصور والرسوم: وهي[1]:

1.1.1. **الصور الإخبارية:** هي تلك الصور التي تجسد الأحداث وتكون مرتبطة بالموضوع الصحفي.

1.1.2. **الصور الشخصية:** هي تلك الصور التي تحتوي على صورة الشخصيات المرتبطة بالمواد التحريرية، وعادةً تكون لكتاب المقالات الصحفية.

1.1.3. **الصور الموضوعية:** هي صور تهدف إلى نقل تفاصيل عن أحداث أقل سرعة للنشاط الإنساني مثل الصور المصاحبة للتحقيقات الصحفية.

1.1.4. **الكاريكاتير:** هي رسوم لشخصيات معروفة مع تشويه ملامحها بشكل مبالغ فيه ومن خلال التعليقات.

1.1.5. **صور أخرى:** ويقصد بها الصور التي يحتويها الموقع باستثناء الصور الموضوعية والصور الشخصية، وقد تكون رسوم توضيحية، أو صور جمالية وغيرها من الصور.

1.2. ألبوم الصور (معرض الصور Gallery): وهو عبارة عن مجموعة من الصور، وتنقسم إلى[2]:

1.2.1. **ألبوم صور مستقلة:** ويتكون من مجموعة من الصور المستقلة بذاتها، وتعبر كل صورة من الصور عن حدث معين مستقل يختلف عن الصور الأخرى.

1.2.2. **ألبوم صور تدور حول حدث واحد:** وهي عبارة عن ألبوم يتكون من مجموعة من الصور التي تتناول حدث واحد فقط، وتكون الصور تكمل بعضها البعض من حيث تناول تفاصيل مختلفة لنفس الحدث.

(1) فهد العسكر، **مرجع سابق**، ص 34-36.

(2) أحمد الصعيدي، مصمم موقع جريدة فلسطين، مقابلة شخصية بالجريدة، بتاريخ 21 يونيو 2014، **مرجع سابق**.

1.3. مساحة الصور: ويقصد بها حاصل ضرب عرض الصورة بارتفاعها وتقاس بالبيكسل*، وتنقسم إلى*:

1.3.1. **صور كبيرة:** وتتراوح مساحتها ما بين (350*220. 700*300) بيكسل.

1.3.2. **صور متوسطة:** تتراوح مساحتها ما بين (130* 1. 350* 220) بيكسل.

1.3.3. **صور صغيرة:** وهي أقل من (130*150) بيكسل.

2. **الوسائط المتعددة:** يشير إلى مجموعة من التكنولوجيات التي تسمح بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة (نصوص، صور، أصوات، فيديو ..)، فهي أكثر من تجميع لوسائل إعلامية متعددة، حيث أنه يحيل بالأحرى إلى اندماجها بفضل المعلومات[1]، وتنقسم إلى:

2.1. الرسوم المتحركة: وهي عبارة عن رسوم تعرض وراء بعضها بشكل متتابع منطقي؛ لتعطى في النهاية إحساس بالحركة على الشاشة[2]، وتستخدم في الرسوم البيانية التوضيحية، والخرائط والإعلانات وغيرها لتوضيح المعلومات.

2.2. الصوت: احتواء الموقع على ملفات صوتية قد تكون مرفقة مع المواد التحريرية، أو كمؤثرات صوتية لتضفي على الموقع لمسة جمالية، أو استخدامها كملف موسيقي.

2.3. الفيديو: وهو عبارة عن مقاطع تجسد الأحداث وتجعل المشاهد يتعايش مع الحدث، وقد تكون مرافقة للمواد التحريرية، أو تكون مستقلة عنها.

---

* علماً بأن كل ١١٨ بيكسل=١ سم

** قامت الباحثة بدراسة استطلاعية لمساحات الصور المستخدمة بمواقع صحف الدراسة لمدة ثلاث أيام متواصلة؛ للتأكد من أن مساحات الصور لا تتغير بشكل يومي، وقامت بحصر كافة مساحات الصور، وحصرها بثلاث أقسام: كبيرة، ومتوسطة، وصغيرة؛ بناءً على المساحات المستخدمة في مواقع صحف الدراسة.

(1) ميشال إنولا، **الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية**، ترجمة: نصر الدين لعياضي والصادق رابح، ط1 (العين: دار الكتاب الجامعي، 2004) ص 19.

(2) حسنين شفيق، **التصميم الجرافيكي في وسائل الإعلام والإنترنت**، ط1 (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2009) ص 231

3. **النصوص الفائقة:** وهي عبارة عن كلمة أو صورة أو رسوم، ومن خلال النقر عليها يتم إحالة المستخدم لتفاصيل الحدث في صفحة أخرى، قد تكون بنفس الموقع أو في مواقع أخري، ويقتصر دراسة النصوص منها فقط، وتنقسم إلى[1]:

3.1. النص الفائق الداخلي بنفس الموقع: هو الذي يحيل القارئ إلى الصفحات الداخلية من نفس الموقع بناءً على العناوين المقدمة أمامه، وتستخدمه الصحف الإلكترونية في عرض العناوين التي سبق وطرحتها في صفحتها الرئيسية.

3.2. النص الفائق الخارجي: هو الذي يحيل القارئ إلى مواقع أخرى غير موقع الصحيفة، لكي يستزيد القارئ من المعلومات حول حدث معين.

3.3. النص الفائق المحلي بنفس الصفحة الرئيسة: وهو الذي يكون على نفس الصفحة، ولا يحيل القارئ إلى صفحات أخرى، وإنما يُبقي القارئ بنفس الصفحة ويكون على شكل أسهم، أو عناوين داخلية لنفس الصفحة.

4. **الألوان:** تمثل الألوان البصمة المميزة لكل صحيفة إلكترونية، وتتنوع استخداماتها في الصحافة الإلكترونية؛ لتحقيق التباين، وتنقسم إلى:

4.1. الأرضيات (الخلفيات): استخدام الألوان في أرضيات (خلفيات) النصوص، أو خلفيات العناوين، أو الأيقونات.

4.2. العناوين: يقصد بها استخدام الألوان بكتابة العناوين.

4.3.النصوص: استخدام الألوان في كتابة النصوص عدا اللون الأسود.

5. **الفواصل:** ويقصد بها الأدوات التي تستخدمها الصحف الإلكترونية للفصل بين موضوعاتها على الصفحة الرئيسية، وتنقسم إلى:

5.1. الخطوط: وهي من أكثر الأدوات استخداماً للفصل بين الموضوعات، وتنقسم إلى خطوط رأسية، وخطوط أفقية.

(1) حسنين شفيق، **مرجع سابق**، ص 108.

5.2. العناوين: استخدام عناوين الموضوعات للفصل بين الموضوعات من خلال اللون أو زيادة حجم العنوان.

5.3. الصور: ويكون استخدام الصور في فصل الموضوعات من خلال اتجاه الصورة، التي تكون مرفقة للموضوع المتجهة نحوه.

5.4. البياض: هو ترك مساحة فارغة بدون الكتابة عليها؛ بهدف إراحة عين القارئ، وكوسيلة للفصل بين الموضوعات الصحفية أو الوحدات.

5.4. الإطارات: هو مساحة رباعية الشكل يحيط بالمادة الصحفية، بحيث يفصلها عن الموضوعات الأخرى.

تاسعاً: مجتمع الدراسة وعينتها:

1- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية بمواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، التي تشمل: موقع فلسطين أون لاين "جريدة فلسطين اليومية"، وموقع جريدة القدس، وموقع جريدة الأيام الفلسطينية، وموقع جريدة الحياة الجديدة الفلسطينية.

2- عينة الدراسة: وتنقسم إلى:

أ. العينة التحليلية: درست الباحثة مجتمع الدراسة بشكل حصر شامل، وشملت كل مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، وهي:

مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الانترنت.

1. موقع صحيفة القدس: www.alquds.com
2. موقع صحيفة الأيام: www.al-ayyam.com
3. موقع صحيفة فلسطين: www.felesteen.ps
4. موقع صحيفة الحياة الجديدة: www.alhayat-j.com

ب. العينة الزمنية: تتسم المواقع الإلكترونية على الإنترنت بالثبات النسبي، فلا يتم تغيير المواقع الإلكترونية من حيث الشكل دفعة واحدة ولكن يتم إحداث بعض التغيرات الطفيفة على الموقع دون إحداث تغير جوهري في تصميم وبناء الموقع*، ومن ثم فإن طول الفترة الزمنية لا يُعد ذا جدوى تذكر إلا في الدراسات التي تسعى إلى رصد التغير على المدى الطويل، بينما تهدف هذه الدراسة إلى توصيف ورصد واقع إخراج وتصميم مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، وقد اعتمدت الباحثة في تحليل مواقع صحف الدراسة على عينة عمدية امتدت شهراً واحداً، بدأت من 1 يوليو وانتهت في 31 يوليو من عام 2014م، حيث قامت الباحثة بتحليل المواقع بواقع ثلاث ساعات يومياً تبدأ من الساعة الحادية عشر صباحاً، ويرجع اختيار الباحثة لتلك العينة لوقوعها في مدة الدراسة.

عاشراً: وحدات التحليل والقياس:

1. **وحدة التحليل:** اعتمدت الباحثة على **الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية**، وفي إطارها استخدمت الصفحة الرئيسية Homepage لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، كوحدة لتحليل تلك المواقع؛ للتعرف على العناصر البنائية المكونة لجسم الموقع.
2. **وحدات القياس:** وتعتمد على وحدة العد والتكرار التي يقصد بها تكرار ورود العناصر البنائية للصحف وأساليب إخراجها.

حادي عشر: إجراءات الصدق والثبات:

1. إجراءات الصدق: يقصد به مدى قدرة الأداة على قياس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، أي أن إجراءات أو اختبارات الصدق تسعى لتأكيد صحة أداة البحث أو المقياس المستخدم في الدراسة وصلاحيته بدرجة عالية من الكفاءة والدقة[1].

وقامت الباحثة بمجموعة من الإجراءات؛ لتحري الدقة والصدق في الأداة؛ للوصول إلى نتائج تتسم بالدقة التي يمكن تعميمها فيما بعد، والإجراءات هي:

---

* قامت الباحثة بالحديث مع عدد من المصممين إضافة إلى بعض الأكاديميين في مجال التصميم، وجميعهم أكدوا على أن تصميم المواقع الإلكترونية يمتاز بالثبات، ولا يتم تغيره بشكل جذري إلا بعد دراسات واستطلاعات حول تصميم المواقع، أو مواكبةً لتطورات الحاصلة في عالم الوب.

(1) سمير حسين، **مرجع سابق**، ص 314.

أ- تحديد فئات التحليل من خلال الدراسة الاستكشافية والدراسات السابقة.

ب- تعريف فئات التحليل بشكل واضح ودقيق ومتفق عليه، حيث استندت الباحثة للمراجع والدراسات السابقة في ذلك.

ج- اعتماد عينة مسح شامل لكافة مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، وتحليلها خلال فترة زمنية محددة.

د- إخضاع مواقع صحف الدراسة إلى التجربة وتحليلها لمدة عشرة أيام قبل البدء بعملية التحليل، بهدف التأكد من صحة الفئات وجدواها.

هـ- عرض أداة التحليل على محكمين في المجال الإعلامي وتكنولوجيا المعلومات، وكذلك مصممين ممارسين للعمل، للاستفادة من خبرتهم في المجال البحثي، والأخذ بملاحظاتهم بعين الاعتبار.

2. إجراءات الثبات: يراد به التأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع نفس المعلومات[1].

ونظراً لطبيعة موضوع الدراسة المتمثل في وصف إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، الذي يمتاز بالثبات في البناء العام، بينما يمتاز بالتغير النسبي في إخراج موضوعاته، فقد قامت الباحثة بالتأكد من ثبات النتائج، من خلال إعادة التحليل مرة أخرى لعينة من مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت لمدة ثلاثة أيام تم اختيارها بطريقة عشوائية عن طريق القرعة، وتمثلت مواقع العينة في: موقع جريدة الأيام، وموقع جريدة الحياة الجديدة؛ ويرجع سبب اختيارهما لأنهما يحتفظان بنسخة من الصفحة الرئيسية للموقع، أما الأيام التي تم إعادة التحليل، فكانت: 11-16-27 يوليو 2014م.

ولقد انتهت الباحثة من إجراء التحليل لمواقع صحف الدراسة في 31 يوليو 2014م، وقامت بإعادة التحليل لعينة منها في الأول من أكتوبر 2014م، أي بعد مرور شهرين من انتهاء الدراسة التحليلية، وبعد إعادة التحليل للعينة، قامت الباحثة بمقارنة النتائج، وكانت على النحو الآتي:

(1) سمير حسين، **مرجع سابق**، ص 309-310.

موقع جريدة الأيام:

فئة الصور والرسوم: وتضم ثلاث فئات فرعية، هي: نوع الصور والرسوم، ومساحتها، وألبوم الصور.

بلغ عدد الصور والرسوم المستخدمة في الموقع خلال الدراسة التحليلية (17) صورة، موزعة على **فئة أنواع الصور والرسوم**، كالتالي: صور إخبارية (5)، وصور شخصية (0)، وصور موضوعية (4)، وكاريكاتير (3)، وصور أخرى (5)، وفي حالة الإعادة، بلغ عدد الصور (17)، موزعة على أنواع الصور كالتالي: إخبارية (6)، وصور شخصية (0)، وصور موضوعية (2)، وكاريكاتير (3)، وصور أخرى (6).

أما عن **فئة مساحة الصور**، وصل عددها في حالة التحليل خلال الدراسة إلى (17) صورة، موزعة كالتالي: (0) صور كبيرة المساحة، و(3) صور متوسطة، و(14) صور صغيرة، وفي حالة الإعادة، بلغ إجمالي عدد الصور(17)، موزعة كالتالي: (0) صور كبيرة، و(3) صور متوسطة المساحة، و(14) صورة صغيرة.

أما عن **فئة ألبوم الصور**، بلغ عددها في خلال الدراسة التحليلية (0)، وفي حالة إعادة التحليل بلغ (0).

مما سبق، يتضح ما التالي:

- وجود فرق في عدد الصور الإخبارية: 6-5= 1.
- وجود فرق في عدد الصور الموضوعية: 4-2= 2.
- وجود فرق في عدد الصور الأخرى: 6-5= 1.
- عدد الوحدات المتفقة عليها بين التحليلين بلغ 13.

ولمعرفة نسب ثبات نتائج الدراسة قامت الباحثة بتطبيق معادلة هولستي[1]:

(1) محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، ط1(جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1993) ص 219.

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{2* عدد الوحدات المتفقة عليها}}{\text{مجموع وحدات الترميز}}$$

وبالتطبيق على المعادلة السابقة، يكون معامل الثبات في النتائج على النحو الآتي:

- معامل الثبات لفئة أنوع الصور والرسوم = $\frac{2*13}{17+17}$ = 76.47%

وبتطبيق المعادلة على فئتي مساحة الصور وألبوم الصور، يكون معامل الثبات في النتائج على النحو الآتي:

- معامل الثبات لفئة مساحة الصور = 100%
- معامل الثبات لفئة ألبوم الصور = 100%

وبناءً على ما سبق، يكون معامل الثبات في موقع جريدة الأيام:

$$\text{"}\frac{\text{مجموع نسب الثبات في الفئات}}{\text{عددها}}$$

معامل الثبات في موقع جريدة الأيام = $\frac{100+100+76.47}{3}$ = 92.16%

وبتطبيق المعادلة على موقع جريدة الحياة الجديدة يتبين ما يلي:

- معامل الثبات لفئة أنواع الصور والرسوم = 95.24%
- معامل الثبات لفئة مساحة الصور = 100%
- معامل الثبات لفئة ألبوم الصور = 100%

معامل الثبات في موقع جريدة الحياة الجديدة = $\frac{100+100+95.24}{3}$ = 98.41%

معامل الثبات في الدراسة = $\frac{98.41+92.12}{2}$ = 95.29%

وتشير هذه النسبة إلى مستوى عالٍ من الثبات.

ثاني عشر: مصطلحات الدراسة:

1. **الصحافة الإلكترونية:** "هي وسيلة من وسائل الاتصال عبر شبكة الإنترنت تستخدم فنون وآليات ومهارات العمل الصحفي مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الالكتروني كوسيلة اتصال مستخدمة في ذلك عناصر الوسائط المتعددة والنص الفائق والوسائط الفائقة للتعامل مع محتويات الصحيفة ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الالكتروني بسرعة، بحيث يتاح للمتلقي التفاعل بإيجابية وبسرعة وسهولة حسب احتياجاته وقدراته في تصفح الموضوعات واستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية، وإمكانية حفظه للمعلومات والأخبار وطباعتها"[1].
2. **المواقع الإلكترونية للصحف المطبوعة على شبكة الإنترنت:** هي تلك الإصدارات التي تصدر عن الصحيفة الورقية الأم حرصاً منها على توصيل أخبارها باستخدام شبكة الإنترنت[2]، ويراد بها المواقع الإلكترونية لصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت.
3. **أساليب إخراج المواقع الإلكترونية:** يقصد بها طرق بناء الوحدات الإلكترونية والموضوعات المنشورة في الصحف الإلكترونية، باستخدام العناصر البنائية المختلفة المكونة للموقع الإلكتروني للصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت[3].
4. **الصفحة الرئيسية Home Page:** هي الصفحة التي تقع عليها عين المستخدم بمجرد أن يسجل عنوانها الإلكتروني، وفيها يتم تعريف المستخدم بالموقع، وما يتضمنه من معلومات أساسية، ورئيسية حول محتوي الموقع، كما أنها تحتوي على العديد من الوصلات، وآليات التجوال التي تنقل المستخدم للصفحات الأخرى، سواء داخل الموقع، أو عبر وصلات مشتركة مع مواقع أخرى[4].

(1) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص23.

(2) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 30.

(3) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 459.

(4) ماجد تربان، **الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية**، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008) ص 214.

ثالث عشر: تقسيم الدراسة:

تنقسم الدراسة إلى مقدمة وثلاثة فصول، **الفصل الأول:** يتناول الإجراءات المنهجية للدراسة، وتتضمن أهم الدراسات السابقة، ومشكلة الدراسة وأهميتها، وأهداف الدراسة وتساؤلاتها، إضافةً إلى النظريات والنماذج التي اعتمدت عليها الدراسة، ونوع الدراسة ومنهجها وأدواتها، ومجتمع الدراسة وعينتها، إجراءات الصدق والثبات، ومصطلحات الدراسة.

أما **الفصل الثاني** جاءَ بعنوان "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت"، وقد تم تقسيمهُ إلى خمسة مباحث، الأول: بعنوان "الصحافة الإلكترونية في فلسطين"، وجاء المبحث الثاني تحت عنوان "الإخراج الإلكتروني"، أما المبحث الثالث فحمل عنوان "العناصر البنائية التقليدية"، استعرض المبحث الرابع: العناصر البنائية الإلكترونية، أما المبحث الخامس: ركز على إخراج الصفحة الرئيسة.

وخُصص **الفصل الثالث** لنتائج الدراسة التحليلية، واشتمل على ثلاثة مباحث، الأول: البناء العام لمواقع صحف الدراسة، والمبحث الثاني تناول العناصر البنائية المكونة لجسم مواقع صحف الدراسة، أما المبحث الثالث عرض أهم نتائج الدراسة وتوصياتها.

وفي الختام عرضت الباحثة مصادر ومراجع الدراسة، إضافةً إلى الملاحق.

الفصل الثاني

إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت

المبحث الأول: الصحافة الإلكترونية في فلسطين.

المبحث الثاني: الإخراج والتصميم الإلكتروني

المبحث الثالث: العناصر البنائية التقليدية

المبحث الرابع: العناصر البنائية الإلكترونية

المبحث الخامس: إخراج الصفحة الرئيسية Home Page

تمهيد..

في ظل الانتشار السريع لشبكة الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات يزداد دور الصحافة الإلكترونية، التي أضحت من أشد منافسي الإعلام التقليدي، وقد أحدثت العديد من التغييرات في مختلف العلوم، وعلى صعيد الصحافة، فقد اتجهت وسائل الإعلام التقليدية للاستفادة مما قدمت تلك التكنولوجيا الحديثة من تقنيات في مختلف مراحل العملية الصحفية.

فعلى صعيد الإخراج الصحفي، شهدت الصحافة نقلة نوعية فيما يُسمى بالنشر الإلكتروني خاصة عبر صفحات الإنترنت، فحرصت كافة وسائل الإعلام التقليدية على إنشاء موقعاً خاصة بموادها التحريرية، مستفيدة من الوسائل الجديدة التي يوفرها الإنترنت، إضافة لنشر موادها وموضوعاتها لكافة المستخدمين من أرجاء العالم.

وعند الحديث عن الإخراج والتصميم لمواقع الصحف الإلكترونية، يتبادر إلى الذهن العناصر التيبوغرافية والجرافيكية والأساليب الإخراجية الخاصة بالصحف المطبوعة، ولكن بالواقع تصميم صفحة الويب يختلف عن تصميم المطبوعات، من حيث أحجام الشاشات وأنواع وأحجام الخطوط، وغيرها من الاختلافات التي تفرضها البيئة الجديدة لعلم التصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية.

ويتناول هذا الفصل إخراج الصحف الإلكترونية، من خلال البيئة الجديدة للصحف، وهي الإنترنت، وما قدمته للصحف من إمكانات وتقنيات تفتقرها الصحف المطبوعة، وقُسم الفصل إلى خمسة مباحث، الأول: بعنوان "الصحافة الإلكترونية في فلسطين"، وجاء المبحث الثاني تحت عنوان "الإخراج الإلكتروني"، أما المبحث الثالث فحمل عنوان "العناصر البنائية التقليدية"، استعرض المبحث الرابع: العناصر البنائية الإلكترونية، أما المبحث الخامس: ركز على إخراج الصفحة الرئيسة.

المبحث الأول

الصحافة الإلكترونية في فلسطين

أولاً: نشأة وتعريف الصحافة الإلكترونية:

تعد الصحافة الإلكترونية النوع الرابع في علم الاتصال والإعلام من بعد الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون، ويقصد بها جمع وتوزيع المحتوى الإخباري على شبكة الإنترنت، ومطالعتها من قبل مستخدمي العالم عبر شاشات الكمبيوتر، ودرس العديد من الباحثين تاريخ الصحافة الإلكترونية، مع اختلافهم في تحديد البداية الحقيقية لظهور الصحافة الإلكترونية.

ويرجع بعض الباحثين ظهور الصحافة الإلكترونية إلى عام 1970م، وذلك عندما ظهر نوعان من أنواع أنظمة الصحافة الإلكترونية، هما: التليتكست Teletext، والفيديوتكست Videotext، واعتمدت تلك الأنواع على نقل المعلومات بشكل إلكتروني[1]، وأخرين يرون أن الصحافة الإلكترونية جاءت نتيجة تجارب التلتكست Teletext والفيديوتكست Videotext في هيئة الإذاعة البريطانية BBC والتجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكياً[2].

أما الصحافة الإلكترونية بشكلها الحالي – مرتبطة بظهور شبكة الإنترنت، واستخدامها كوسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري– لم تُعرف إلا في بداية التسعينات، عندما بدأت شبكة الإنترنت تنتشر بشكل جماهيري، ويتأكد ذلك من صدور أول صحيفة إلكترونية على شبكة الإنترنت، وإن اختلف الباحثون والدارسون في تحديدها، فالبعض يقول أن صحيفة "النادي الإلكتروني" التي انطلقت في عام 1990م، تعد أول صحيفة إلكترونية تصدر على الإنترنت[3].

(1) Carlson, D., *The History of Online Journalism* (United States of America: Rowman and Littefield Publisher: 2003) p. 34-35.

(2) فارس المهداوي، "صحافة الإنترنت: دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية موقع العربية نت نموذجاً"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (الدنمارك: الأكاديمية العربية المفتوحة، 2007) ص 50.

(3) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 85.

ويعتبر البعض صحيفة "هيلزنبورج داجبلاد" السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم التي نشرت إلكترونياً بالكامل على شبكة الإنترنت عام 1990م[1]، بينما يُبين مارك ديوزي Mark Deuze أن في مايو 1992م أطلقت صحيفة شيكاغو تريبيون Chicago Tribune أول موقع إلكتروني على شبكة أمريكا، بعنوان "شيكاغو أون لاين Chicago Online"[2].

أما كاواموتو Kawamoto فيرى أن موقع الصحافة الإلكترونية الأول على شبكة الإنترنت انطلق عام 1993م في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا، وهو موقع "بالو ألتو أون لاين Palo Alto"، وألحق به موقع آخر في 19 يناير 1994م هو "ألتو بالو ويكلي"؛ لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة[3].

عربياً، أدركت الصحف العربية أهمية الإنترنت وضرورة وجودها على هذه الشبكة، إلا أنها تأخرت في تقديم خدماتها الصحفية على الشبكة إلى منتصف التسعينيات؛ يعود ذلك لأسباب تقنية واقتصادية[4].

ولقد توافرت الصحيفة اليومية العربية إلكترونياً لأول مرة عبر شبكة الإنترنت في 9 أيلول 1995م، حيث نشرت صحيفة الشرق الأوسط في عددها الصادر في 6 أيلول من ذلك العام خبراً على صفحتها الأولى أعلنت فيه أنه ابتداء من 9 أيلول 1995م سوف تكون موادها الصحفية اليومية متوافرة إلكترونياً للقراء على شكل صور عبر شبكة الإنترنت، والصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الإنترنت كانت صحيفة النهار اللبنانية، التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من الأول من شباط 1996م، ثم تلتها صحيفة الحياة اللندنية في الأول من حزيران 1996م، والسفير اللبنانية في نهاية العام نفسه[5].

---

(1) عبد الأمير الفيصل، **الصحافة الإلكترونية بالوطن العربي**، ط1 (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006) ص93.

(2) Deuze, M. , Online Journalism; Modeling the First Generation of News Media on the World Wide Web, *First Monday Free-Reviewed Journal on the Internet*, V.6, N.10, 2001, available at: http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/893/802, retrieved at: 1\1\2014.

(3) Kawamoto. K. ,*Digital Journalism ;Emerging Media and The Changing Horizons of Journalism* (United States of America: Rowman and Littefield Publishe:2003) p. 6-8.

(4) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 29.

(5) عبد الأمير الفيصل، **مرجع سابق**، ص98.

وهناك محاولات عربية لإصدار صحف إلكترونية محضة ليس لها نسخة ورقية، حيث تعد صحيفة "الجريدة Eljareeda" الصادرة عام 2000م، وصحيفة "إيلاف Elaph" الصادرة عام 2001م، من الصحف الإلكترونية العربية الخالصة على شبكة الإنترنت[1].

ويُشار إلى الصحافة الإلكترونية في الدراسات العربية بمسميات عدة، منها: الصحافة الإلكترونية، الصحافة الفورية، والنسخ الإلكترونية، والصحف الرقمية، والصحف اللاورقية، والصحف التفاعلية، التي تقابلها مسميات باللغة الانجليزية مرادفة لها، وهي: Electronic Newspaper، Electronic Edition، Online Journalism، Virtual Newspapers، Electronic Journalism[2].

ولاشك أن تعدد مسميات الصحافة الإلكترونية لابد وأن ينعكس على تعريف المفهوم، حيث لا يوجد مفهوم شامل ومتفق عليه لدى الباحثين، فتعددت تعريفاتهم لمفهوم الصحافة الإلكترونية؛ نظراً لاختلاف مداخلهم التي يعتمدون عليها في التعريف.

(1) عماد بشير، "الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي"، **ورقة مقدمة لندوة مجلة العربي (الكويت)** الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني21/أبريل2001، تاريخ 4 يناير 2014، متوفر على الرابط/
http://www.alarabimag.org/arabi/common/book/afaq015_3.htm

(2) عبد الأمر الفيصل، **مرجع سابق**، ص79.

فتعرف بسنت العقباوي الصحيفة الإلكترونية بأنها "وسيلة من وسائل الاتصال عبر شبكة الإنترنت تستخدم فنون وآليات ومهارات العمل الصحفي، مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات، التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيلة اتصال، مستخدمةً في ذلك عناصر الوسائط المتعددة، والنص الفائق، والوسائط الفائقة؛ للتعامل مع محتويات الصحيفة، ومعالجتها، وتحليلها، ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة، بحيث يتاح للمتلقي التفاعل بإيجابية وبسرعة وسهولة، حسب احتياجاته وقدراته في تصفح الموضوعات واستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية، وإمكانية حفظه للمعلومات والأخبار وطباعتها"[1].

ثانياً: خصائص الصحافة الإلكترونية:

تتنوع الخصائص التي تتسم بها الصحافة الإلكترونية؛ لتكون بمثابة المعالم المميزة للنشر على شبكة الإنترنت؛ لذلك فإن نجاح الإصدارات الصحفية على شبكة الإنترنت تقتضي فهم هذه الخصائص، والعمل على الإفادة الوظيفية منها، لتقديم نمط اتصالي جديد يتناسب مع الطبيعة الحديثة للنشر الإلكتروني[2].

فلقد فرضت الصحافة الإلكترونية واقعاً مهنياً جديداً فيما يتعلق بالصحفيين وإمكاناتهم وشروط عملهم، فقد أصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملماً بالإمكانات التقنية،

(1) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص23.

للاستزادة حول مفهوم الصحافة الإلكترونية، يمكن الاطلاع على:

- فتحي شهاب، "المستقبل التقني للصحيفة المطبوعة في منافسة الصحيفة الإلكترونية"، **مجلة علوم وفنون**، المجلد الرابع عشر، العدد الرابع (حلوان: جامعة حلوان، اكتوبر 2002) ص 20.
- مها الطرابيشي، "الصحافة الإلكترونية الدينية على الإنترنت: دراسة تحليلية وصفية لموقع صحيفة عقيدتي"، **مجلة كلية الآداب**، العدد السابع (حلوان: جامعة حلوان، يناير 2000) ص 539.
- منار محمد، **مرجع سابق**، ص24.
- جمال غيطاس، الصحافة الإلكترونية، ورقة مقدمة للمؤتمر الرابع للصحفيين، القاهرة، 2005، نقلاً عن **موقع كل الجرنالجية في مصر** بتاريخ 4 يناير 2014/، متوفر على الرابط/

http://www.khayma.com/librarians/archive/lis/199.htm

- زيد سليمان، **الصحافة الإلكترونية**، ط 1(عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009) ص 11
- ماجد تربان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني، **مرجع سابق**، ص 51.

(2) عبد الرزاق الدليمي، **الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية**، ط1 (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010) ص 221.

وبشروط الكتابة للصحافة الإلكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الحاسوب، وأن يضع في اعتباره أيضا عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها[1].

وبالنظر إلى بيئة العمل والخصائص التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية يتضح أنها تتفوق على الصحافة التقليدية بعديد من المزايا تشكل في النهاية السمات الأساسية للصحافة الإلكترونية[2]، التي يُلخصها مارك ديوزي في ثلاثة خصائص، هي: التفاعلية، والوسائط المتعددة والروابط الفائقة، والبعض يضيف إليها خاصية الفورية والآنية، في حين الباحثين العرب في مجال الصحافة الإلكترونية يضيفوا العديد من الخصائص التي تكسبها البيئة الجديدة للصحافة، أهمها: استخدام الروابط الفائقة، تعددية الوسائط، والتفاعلية، والآنية أو الحالية، الأرشيف الإلكتروني وغيرها من الخصائص*.

ثالثاً: نشأة الصحافة الإلكترونية في فلسطين:

عرفت الضفة الغربية وقطاع غزة الصحافة الإلكترونية مبكراً، إذا قورنت بعدد من الدول العربية، فبالرغم من الإمكانات المحدودة لوسائل الإعلام الفلسطينية، ونقص الخبرات في مجال النشر الإلكتروني، بالإضافة إلى الظروف السياسية والاقتصادية إلا أن التواجد الإعلامي الفلسطيني على الإنترنت كان في منتصف التسعينات من القرن الماضي[3].

(1) فيصل أبو عيشة، **مرجع سابق**، ص 132.

(2) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص40.

* للاستزادة في خصائص الصحافة الإلكترونية يمكن الاطلاع على:
- عبد الرزاق الدليمي، **مرجع سابق**، ص 221.
- فيصل أبو عيشة، **مرجع سابق**.
- صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 69.
- ماجد تربان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني، **مرجع سابق**، ص 79.
- زيد سليمان، **مرجع سابق**، ص 17.
- منار محمد، **مرجع سابق**، ص 33- 40.
- بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 40- 45.
- جاسم جابر، **مرجع سابق**، ص 396-400.
- Deuze, M., op. cit.

(3) ماجد تربان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني، **مرجع سابق**، ص 118.

ويرجع ذلك إلى محاولة الفلسطينيين لمجابهة الاحتلال الإسرائيلي، لاعتقادهم بأن الصحافة على الإنترنت عنصراً أساسياً في الصراع القائم، للتعريف بالقضية الفلسطينية، ونقل معاناة الشعب الفلسطيني، والواقع المرير الذي يعيشه في ظل الاحتلال، وفضح ممارسات الاحتلال ضد الشعب الفلسطيني[1].

وكان من أبرز المؤسسات الإعلامية السباقة في هذا المجال مؤسسة "الأيام للمطبوعات والنشر" ومقرها في مدينة رام الله، التي تصدر عنها جريدة الأيام اليومية الفلسطينية، إذ يقول القائمون عليها بوجودها على شبكة الإنترنت منذ شهر تشرين أول من عام 1995م[2]، في حين يُبين جواد الدلو بأن الصحف الفلسطينية الثلاثة (القدس، والحياة الجديدة، والأيام) ظهرت على موقع آمين، الذي تملكه مؤسسة الإنترنيوز بمنطقة الشرق الأوسط في 1996م، لافتاً إلى أن غالبية محتواها منقول عن النسخ المطبوعة، وهو يشمل أخبار وتقارير ومقالات ورسوم كاريكاتير وصوراً وبعض الصفحات المتخصصة[3].

وسارعت معظم وسائل الإعلام الفلسطينية، من صحف ومجلات ومحطات تلفزة، إلى التكيف مع هذا التطور الجديد، عبر إنشائها مواقع إلكترونية بشكل موازٍ، لمواكبة تلك التطورات، وتوسيع دائرة التواصل مع قرائها محلياً وعالمياً، الأمر الذي أسهم في تحقيق حضور يضاهي العديد من الدول التي تعيش أجواءً أكثر استقراراً[4].

ولكن القفزة النوعية في عدد المواقع الإعلامية الفلسطينية على شبكة الإنترنت جاءت مع بدء انتفاضة الأقصى 2000م، وما صاحبها من معارك إعلامية بين وجهات النظر الفلسطينية

(1) خالد معالي، " أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين (الضفة الغربية وقطاع غزة) من عام 1996-2007م"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (نابلس: جامعة النجاح الوطنية، 2008) ص66.

(2) نقلاً عن: خالد معالي، **مرجع سابق**، ص 66-67.

(3) جواد الدلو، "الصحافة الإلكترونية واحتمالات تأثيرها على الصحف المطبوعة: دراسة ميدانية"، **مجلة كلية اللغة العربية بالقاهرة**، العدد 20 (القاهرة: جامعة الأزهر، 2003) دون صفحات.

(4) أمين أبو وردة، **مرجع سابق**، ص77.

والإسرائيلية، إذ أصبح جلياً أن الإنترنت هي الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي يمكن من خلالها الوصول لأكبر عدد من الأشخاص في العالم دون الحاجة لإمكانات أو قدرات عالية[1].

وأخذت وسائل الإعلام الفلسطينية المختلفة تتسابق في إنشاء مواقع إلكترونية لها على شبكة الإنترنت، وعليه ظهرت العديد من المواقع الإلكترونية سواء مواقع إلكترونية إخبارية عامة أم مواقع إلكترونية لصحف مطبوعة، أم مواقع لصحف حزبية، بالإضافة إلى العديد من المجلات المطبوعة التي رأت أن يكون لها مواقع إلكترونية، مثل: مجلة الكرمل، والرافد، والبيادر السياسي، ومجلة فتح المركزية وبيت المقدس[2].

رابعاً: المواقع الإلكترونية للصحف الفلسطينية اليومية:

اهتمت مختلف حركات وفئات وفعاليات الشعب الفلسطيني بتأسيس مواقع إلكترونية لها على الإنترنت؛ لما في ذلك من فوائد عديدة، منها: توصيل رسالتها إلى العالم، وإظهار حقيقة معاناة الشعب الفلسطيني من قبل الاحتلال، ولتحقيق أهداف عديدة سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية، الأمر الذي يجعل الحديث عن أرقام دقيقة صعبة إلى حد ما، فلا يوجد تحديد دقيق لعدد المواقع الصحفية الفلسطينية على شبكة الإنترنت[3]، فعلى الرغم من حديث بعض المصادر عن أن عدد هذه المواقع الفلسطينية الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية تبلغ أكثر من (160) موقعاً، فإنه يمكن القول إن الفلسطينيين يمتازون بالإقبال الملحوظ على بناء مواقع جديدة باستمرار[4].

(1) أمل طومان، "وسائل الإعلام الفلسطيني وأثرها في الانقسام السياسي 2006-2009م: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعات قطاع غزة"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (غزة: جامعة الأزهر: 2010) ص 38-39.

(2) ماجد تربان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني، **مرجع سابق**، ص 119.

(3) خالد معالي، **مرجع سابق**، 69.

(4) أمين أبو وردة، **مرجع سابق**، ص77.

وفيما يلي عرض لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت.

1. **صحيفة القدس:** تعد أقدم الصحف الفلسطينية التي صدرت بعد عام 1967م، ويعود تأسست إلى عام 1951م، وتصدر من مدينة القدس، وهي صحيفة سياسية يومية، ومحررها المسئول محمد أبو الزلف[1].

وفي العام 1996م، أطلقت الصحيفة موقعها الإلكتروني، ويمتاز باستخدامه لأحدث التكنولوجيا في المجال، ومع بداية العام 2008 تطور الموقع؛ ليصبح موقعاً يتناول الأخبار الآنية بدلاً من أن يكون موقعاً للصحيفة الورقية فقط، ويتم تحديث الموقع بشكل مستمر وسريع، ويوفر خدمة الأخبار العاجلة.

2. **صحيفة الحياة الجديدة:** تأسست عام 1994م، كصحيفة سياسية يومية، ولكنها في البداية كانت تصدر أسبوعياً ثم أصبحت يومية، وتعتبر صحيفة الحياة الجديدة من مؤسسات السلطة الوطنية الفلسطينية، لذلك فهي تتبنى سياسات السلطة، ومقرها مدينة رام الله، ورئيس تحريرها حافظ البرغوثي[2].

وأطلقت الصحيفة موقعها الإلكتروني عام 2004، وتقدم خدمة الفلاش التي تمكن القارئ من تصفح صفحات الصحيفة بسهولة ويسر بشكل مطابق لتصفحه النسخة المطبوعة.

3. **صحيفة الأيام:** تأسست عام 1995 بعد دخول السلطة الوطنية الفلسطينية، وهي تصدر عن شركة الأيام للصحافة والطباعة والنشر والتوزيع، وهي شركة خاصة ممولة من قبل رجال أعمال فلسطينيين، ومقرها مدينة رام الله ولها فروع في محافظات الضفة الغربية وقطاع غزة، ورئيس تحريرها أكرم هنية[3].

ودشنت الصحيفة موقعها الإلكتروني عام 1996م، واستطاعت الصحيفة من خلال الموقع التواصل مع الجمهور الخارجي، ونقل القضية الفلسطينية للرأي العام.

---

(1) حسن أبو حشيش، **الصحافة في فلسطين: النشأة والتطور والمستقبل 1876–2005**، ط1 (غزة: مكتبة الأمل، 2005) ص 97.

(2) خالد شعبان، "دور الصحف الفلسطينية في انتخابات المجلس التشريعي الفلسطيني الثاني"، **مجلة جامعة الأقصى**، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني (غزة: جامعة الأقصى، يونيو 2008) بدون صفحة.

(3) حسن أبو حشيش، **مرجع سابق**، ص 99.

4. **صحيفة فلسطين:** صدرت في الثالث من مايو من العام 2007م، وهي صحيفة يومية شاملة تصدر من مدينة غزة عن شركة الوسط للإعلام والنشر المساهمة المحدودة الربحية، ورئيس مجلس الإدارة الدكتور أحمد الساعاتي، ويرأس تحريرها لحظة إعداد الدراسة الدكتور حسن أبو حشيش.

وأطلقت موقعها الإلكتروني عام 2007م، تحت اسم "فلسطين أون لاين"، والموقع موجه لكافة شرائح الشعب العربي، ويسعى لتلبية رغبات الجماهير العربية في كافة المجالات، والمساهمة في رفع مستوى التفكير والمعرفة لدى أبناء الشعب الفلسطيني، من خلال دراسة الوضع الفلسطيني بصورة علمية وواعية والتعمق في معرفة توجهاته والقضايا التي تشكل له محوراً مركزياً[1].

(1) موقع جريدة فلسطين، متوفر على الرابط/

http://felesteen.ps/general/aboutus

المبحث الثاني
الإخراج والتصميم الإلكتروني

أولاً: مفهوم الإخراج الإلكتروني:

لاشك أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة والإنترنت قد أثرت على العمل الصحفي إجمالاً وعلى عملية الإخراج خاصةً، لما أفرزته من تقنيات ووسائل مستحدثة في مجال الإخراج، وعلى مدار الأعوام الماضية حظيت دراسة تأثير تكنولوجيا الاتصال على العملية الصحفية باهتمام العديد من الباحثين من عدة جوانب ومداخل، وعلى صعيد الإخراج اهتم البعض بدراسة العناصر البنائية للصحف الإلكترونية، والبعض درس أساليب إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وأخرون درسوا القائم بالاتصال "المصممون" على تلك الصحف.

فتعددت تعريفات الباحثين لمفهوم إخراج الصحف الإلكترونية؛ نظراً لاختلاف مداخلهم الفكرية والبحثية التي يعتمدون عليها في التعريف، فقد عرف ماجد تربان تصميم الصحف الإلكترونية على أنها طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على الصفحة الإلكترونية[1].

ويرى زيد سليمان تصميم الصحف الإلكترونية بأنه طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على واجهة الصحيفة الإلكترونية، مع مراعاة حركة العين ومبادئ التصميم والثبات في الشكل لإصدارات الصحيفة وتحديثاتها ولا تتغير إلا بعد فترة زمنية طويلة نسبياً؛ لأن المستخدم يكون قد اعتاد أن يرى واجهة الصحيفة بشكل معين، كذلك أن الواجهة تعكس هوية الصحيفة[2].

ويقصد حلمي محسب بالتصميم وضع العناصر البنائية بصورة متناغمة، بحيث يدعم كل عنصر بنائي العنصر الآخر مع مراعاة أن لكل عنصر بنائي وظيفة يؤديها داخل البناء الكلي للصحيفة؛ وذلك من خلال استخدام أسس التصميم المتعارف عليها، وهي: الوحدة، والتباين،

(1) ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 199.
(2) زيد سليمان، **مرجع سابق**، ص 40.

والتوازن، والحركة؛ إذ يقوم التصميم بوضع كل عنصر بنائي في مكانه المناسب طبقاً للنظريات السيكولوجية والفسيولوجية للإبصار المرئي[1].

أما صالح العنزي فعرف إخراج الصحف الإلكترونية بإعداد الشكل الأساسي للصحف، الذي يعبر عن الشكل الثابت للصحيفة الإلكترونية، في صفحتها الرئيسة (الواجهة)، وملفاتها الفرعية، الذي يتصف بالاستمرار لفترة طويلة نسبياً، ويتكون من مجموع الوحدات الإلكترونية الثابتة (اسم الصحيفة، طريقة بناء النصوص، عرض الصفحة، الخدمات الإضافية، ..)[2].

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 المادة الصحفية وتصحيحها ومراجعتها، وصياغتها في القالب أو الشكل التحريري المناسب، ويخطئ كل من يظن أن الإخراج الصحفي يتطلب نماذج محددة وأشكالاً جامدة وتصميمات معروفة أو معدة مسبقاً[3].

ويعتبر هيثم مؤيد الإخراج الإلكتروني بأنه علم وفن يختص بتحويل المادة الصحفية إلى شكل رقمي قابلة للقراءة يتوافر فيها يسر الاستخدام والتصفح، وذلك باستخدام العناصر البنائية التقليدية من حروف، ونصوص، وأشكال، وصور، وألوان، وفواصل، وجداول، وشبكات تتواءم مع طبيعة شبكة الإنترنت، وعناصر بنائية تكنولوجية من فلاش، ووسائط متعددة، ونص فائق، وروابط تشعبية، وعناصر تفاعلية من خدمة التعليق على الأخبار، وغرف الدردشة، والبريد الإلكتروني، والمنتديات، وذلك بتسلسل واضح ومتناسق طولاً وعرضاً وفقاً لإحدى أساليب عرض الصفحات الإلكترونية، مع مراعاة إبراز المواضيع حسب أهميتها النسبية، وبما يتوافق مع سياسة الصحيفة،

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 10.

(2) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 18.

(3) حسنين شفيق، **الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية**، ط1 (القاهرة: دار فكر وفن للنشر والتوزيع، 2009) ص 17.

بما يحقق الجانب الوظيفي والفني بشكل يواءم طبيعة شبكة الإنترنت وخصائص شاشة الحاسب الآلي وذلك سواء بالنسبة للصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية[1].

ويعرف حلمي محسب إخراج الصحف الإلكترونية بأنه الطريقة التي تقدم بها الصحيفة الإلكترونية إلى المستخدم ثلاث عمليات أساسية، هي: الأدوات التكنولوجية، والعناصر البنائية، والتصميم؛ لإرضاء القارئ وإشباع احتياجاته واهتماماته[2].

وتعتبره انتصار رسمي بأنه عملية ابتكار وإبداع للإعمال باستخدام خطة معينة بكيفية توظيف عناصر التصميم والتعامل مع المساحات، والخطوط، والألوان؛ لتحقيق الجانب الجمالي والوظيفي، وعرف أيضاً معين صالح الميتمي تصميم المواقع الإلكترونية على أنه عملية فهم طرق وأسس وتطبيقات وإجراءات التصميم على شبكة الإنترنت، وما يتعلق بها من برامج تساعد على إدراك المستخدمين لتصميم المواقع، بحيث تشد انتباههم وتجذب اهتمامهم للاستمرار بالتصفح، كما أنه طريقة لتقديم محتوى الموقع من خطوط، وألوان، وترتيب الصور وغير ذلك بأسلوب بسيط وجميل قادر على إثارة الانتباه وجذب الاهتمام[3].

بينما يرى Thomas Powell أن تصميم المواقع الإلكتروني يشتمل على خمسة مجالات، هي: **المحتوي** من حيث الشكل وتنظيم المحتوي باستخدام لغات التصميم، مثل: HTML أو CSS، والمجال الثاني تمثل **بالمرئي**، ويقصد به إخراج الشاشة، والعناصر المكونة لها من رسوم وفلاش وروابط تجوال، ويعد الأكثر وضوحاً للمستخدم، ولكنه ليس الأهم، أما المجال الثالث، **التكنولوجيا**، والمرتبطة بالأسس التقنية للتصميم من خلال لغات التصميم HTML، وCSS، JavaScript، والرابع يتعلق **بالتصفح**، وعلاقته بسرعة الخادم وسرعة البرامج المرتبطة بالتصميم، وأخيراً **الغرض من الموقع**، وأي الفئات المستهدفة، والأمور التي يجب مراعاتها[4].

---

(1) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 20-21.

(2) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 10.

(3) نقلاً عن: هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 19- 20.

(4) Powell, T., *Web Design: The Complete Reference*, 2nd edition (Osborne\ McGraw-Hill: 2002) P.4.

وتعرف الباحثة الإخراج الصحفي الإلكتروني بأنه فن ترتيب وتنظيم العناصر البنائية للصحف الإلكترونية، والمتمثلة بالعناصر التقليدية والعناصر الإلكترونية التي وفرتها الإنترنت، بصورة متناغمة بحيث يؤدي كل عنصر وظيفته التي وضع من أجلها، مع مراعاة مبادئ التصميم من الوحدة والتباين والتوازن والثبات، وضرورة توافر يسر استخدام الموقع وسهولة الحصول على المعلومات من خلال أساليب إخراج الصفحات الإلكترونية مع الحفاظ على الأهمية النسبية للموضوعات الصحفية، والاستفادة من سمات وخصائص الإنترنت.

ثانياً: الفرق بين التصميم الطباعي والتصميم الإلكتروني:

في مقال ل جاكوب نيلسون Jakob Nielsen تناول فيه الفروق بين التصميم الطباعي والتصميم الإلكتروني، مبيناً أنه هناك مجموعة من الفروق بين التصميم الطباعي والتصميم الإلكتروني، تمثلت في[1]:

1. **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.
2. **التجوال أو الإبحار Navigation:** ويمتاز تصميم الإلكتروني بالإبحار النابع من النصوص الفائقة Hypertext التي تعد جوهر الوب، ويمتاز الإبحار بأنه الأكثر رسوخاً 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

(1) انظر إلى:

- شريف اللبان، **مرجع سابق**، ص 129-132.
- Nielsen, J. ,*Diffèrences Between Print Design and Web Design*,1999 , available at: http://www.nngroup.com/articles/differences-between-print-design-and-web-design/, retrieved at: 1\4\2014.

محدوداً للغاية، وأنه ليس عنصراً أساسياً من عناصر التصميم، وعلى النقيض فإن النص الفائق يعد 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.

3. **زمن الاستجابة والدقة والمساحة أو الحجم Response Time, Resolution, and Size:** يعد التصميم الطباعي متفوقاً على تصميم الوب في السرعة، ونوع الحروف، وجودة الصور، وكذلك في الحجم أو المساحة، ولكن هذه الاختلافات ليست جوهرية؛ لأننا نحصل بالنهاية على التالي:

3.1. سعة الموجة bandwidth، حيث تكون السرعة الكافية لتحميل صفحة الوب هي نفسها السرعة اللازمة لقلب الصفحة في حال الصحف المطبوعة.

3.2. دقة الشاشة Screen resolution، لكي يتم الحصول على حروف واضحة يسيرة للقراءة حتي تصل سرعة القراءة من الشاشة إلى السرعة نفسها في الجريدة المطبوعة.

وخلال السنوات العشر القادمة أو ما يزيد، ستبقى الاختلافات والفروق قائمة بين التصميم الطباعي والتصميم الإلكتروني، وسيؤدي إلى وجود قصور في تصميم الوب، حيث عدد أقل من العناصر الجرافيكية، ومساحة أقل للعناصر الجرافيكية، وأقل جودة في العناصر التيبوغرافية، وذلك لعدم معرفة أنواع الخطوط المستخدمة على جهاز الكمبيوتر للمستخدم، بالإضافة إلى إخراج أقل جودة.

وحتي نصل لمكونات مثالية خلال السنوات القادمة، من الضروري الحد من عدد كلمات الموضوع؛ لأن مستخدم الانترنت لا يتحلى بالصبر الكافي للاستمرار بالقراءة، علاوةً على ضرورة تصميم المعلومات بما يتلاءم مع إخراج المساحات الصغيرة، لأن الوسائل المحمولة سوف تحتفظ بشاشات صغيرة حتي لو حصلنا على شاشات كبيرة في المكتب.

4. **الوسائط المتعددة والتفاعلية Multimedia and Interactivity** : إن التصميم الطباعي يجذب القارئ من خلال التأثير العالي للعناصر المرئية visualization، ولكن تصميم الوب

استطاع التفوق على التصميم الطباعي، لأن المستخدم أصبح مشاركاً في العملية الاتصالية، ويمكن لتصميم الوب عرض الصور المتحركة بتحكم المستخدم بها، ويسمح للمستخدم معالجة العناصر التفاعلية، وفي المستقبل قد يتم استخدام قناة لمزج أو وضع طبقات متعددة من المعلومات.

5. **احترام الاختلافات بين التصميم الطباعي وتصميم الوب Respect the Differences:**

إن التصميم الطباعي الجيد من المرجح أن يكون تصميماً ردءاً للوب؛ لأنه يوجد اختلافات وفروق بين الوسيلتين، ومن الضروري تبني مناهج مختلفة في التصميم، مع الاستفادة من نقاط القوة لكل وسيلة والحد من نقاط الضعف.

- يقوم التصميم الطباعي على ترك أعين القراء لتمر على المعلومات، والنظر بانتقائية للمعلومات والموضوعات، واستخدام التجاور المكاني لتقوم عناصر الصفحة في شرح وتفسير بعضها.
- وظيفة التصميم الإلكتروني ترك يد المستخدم لتحرك المعلومات بواسطة التمرير بالشاشة أو النقر، ليتم التعبير عن العلاقات المعلوماتية كجزء من التفاعل وحركة المستخدم.

وباستخدام برامج وأجهزة أفضل، يمكن للاختلافات في المظهر والإخراج أن تتضاءل أو تتقلص، وفي الوقت نفسه فإن البرمجيات القوية والفهم الجيد أو الأفضل لمعلومات التفاعلية سيزيد من الاختلافات من حيث التفاعلية وتحكم المستخدم، حيث التصميمات الحالية للوب تعد تفاعلية بدرجة غير كافية، وتفتقر لاستخدام الوسائط المتعددة، ومن النادر رؤية عناصر متحركة في تصميم الوب لها أي أهداف سوى ازعاج المستخدم.

ثالثاً: مبادئ تصميم وإخراج الصحف الالكترونية:

يعتمد تصميم المواقع على الإنترنت على عدد من القواعد، والعناصر التي تكون في مجملها أسساً تساعد على سهولة القراءة، وسهولة الحصول على المعلومات من الصحيفة، ومن أهم هذه القواعد الإلمام بلغة ترميز النصوص المتشعبة، أو ما يتطور عنها، مع الفهم الصحيح لماهية

الصحيفة الإلكترونية، وسياستها التحريرية ومكوناتها، مع ضرورة ضمان سهولة التعامل مع موقع الصحيفة وقابليته للاستخدام[1]

وبناء على ما سبق، يستهدف تصميم الصحف الإلكترونية بالدرجة الأولي – كما هو الحال في الصحف المطبوعة– تحقيق يسر القراءة (يسر التصفح أو يسر الاستخدام) بالنسبة للمستخدم، وإن اختلف المصطلح، حيث يستخدم مصطلح "يسر القراءة" Readability في الصحافة المطبوعة، الذي يقابله في الصحافة الإلكترونية يسر الاستخدام Usability، ويعني مدى كفاءة موقع الصحيفة في عرض المعلومات واستعادتها بطريقة سهلة في بيئة الوسائط المتعددة، ويتأثر يسر استخدام الصحيفة الإلكترونية بعوامل متعددة تتصل بسيكولوجية المستخدمين، وخصائص العمل في بيئة الكمبيوتر، وخصائص المادة الصحفية[2].

ويقصد بمبادئ التصميم التأثيرات السيكولوجية الناجمة عن وضع عناصر التصميم، وقد تباين العلماء في تناولهم لمبادئ التصميم؛ فهناك من رأى أنها تتكون من أربعة مبادئ فقط، وهناك من رأى أنها تتكون من سبعة مبادئ، وهناك من رأى أنها تسعة مبادئ، إضافة إلى ذلك هناك من قدم بعض عناصر التصميم على أنها مبادئ للتصميم، والعكس صحيح أيضا، ورغم هذا التباين إلا أن هناك شبه اتفاق بينهم حول بعض مبادئ التصميم منها: التوازن، والوحدة، والتباين، والإيقاع[3].

وفيما يلي تحاول الباحثة إيراد أهم مبادئ التصميم الإلكتروني التي وردت في الأدبيات والدراسات السابقة في المجال:

1. التوازن Balance: يقصد به عدم إثقال جزء من الصحفة أو أكثر بالعناصر البنائية، في الوقت الذي يخلو فيه جزء أو أكثر من هذه العناصر أو يكاد[4]، فهو الإحساس بتوازن وتساوي عناصر التصميم، ويعد من أهم مبادئ التصميم الصحفي الإلكتروني، والذي دونه يصعب على

(1) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 98.

(2) حسني نصر، **مرجع سابق**، ص 106

(3) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 288.

(4) ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، 209.

المستخدم أن يدرك الصفحة الإخبارية بشكل واضح، حيث أنه يعتبر العلاقة بين المكونات المختلفة التي تؤدّي إلى تحقيق الاستقرار البصري[1].

ويمكن تحقيق التوازن من خلال تصنيف العناصر المعروضة على الصحيفة الإلكترونية، وتجميع العناصر المتماثلة منها حتى يتم التعامل معها بصرياً ككل لا يتجزأ، فمثلاً عناوين الأبواب والروابط التشعبية الخاصة بأهم الموضوعات كلها في جانب أو مكان ثابت ومحدد من الصفحة الإلكترونية الرئيسية، ولا يتم تغيره في باقي الصفحات الداخلية حتى لا تبدو الصحيفة الإلكترونية غير متزنة أو تعطي إحساس بعدم الاتزان؛ ولذلك يجب الاهتمام بتحقيق التوازن في توزيع الرسومات، والصور، والنصوص على الصفحات الإلكترونية[2].

ويتخذ التوازن ثلاثة أشكال، هي: **التوازن التماثلي Symmetrical Balance**: ويطلق عليه أيضا (التوزان الشكلي Formal Balance)، وينتج عندما تكون العناصر مقسمة بالتساوي على أجزاء الصحفة، وهو ثلاثة أنواع، هي: تماثل رأسي، وتماثل أفقي، وأخيراً تماثل أفقي رأسي[3]، و**التوزان اللاتماثليAsymmetrical Balance**: يطلق عليه بالتوازن الديناميكي النشط، حيث أنه يتيح استعمال عناصر مختلفة الألوان والأحجام في حيز واحد، مما يتيح حرية أكثر في الاختيار، ويعطى نتائج أكثر جاذبية، ويعمل على خلق توازن في المكان دون رتابة أو ملل[4]، و**التوازن الإشعاعي Radial Balance**: ويقصد به أن هناك نقطة مركزية عوضاً 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 [5].

(1) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 109.

(2) **المرجع السابق نفسه**، ص 109-110.

(3) Beaird, J. , *The Principles of Beautiful Web Design*, 2007 , available at: http://www.sitepoint.com/principles-beautiful-web-design/ . retrieved at 1\4\2014.

(4) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 112.

(5) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص291.

2. الوحدة Unity: وتشير إلى طريقة تكوين وتفاعل العناصر مع بعضها البعض، ولا يقصد بالوحدة وحدة العناصر على صفحة الويب فقط، وإنما وحدة الصفحة بأكملها أيضا، حيث يجب أن تكون الصفحة وحدة واحدة[1].

وتعد الوحدة عاملاً أساسياً في تصميم الصحيفة وإخراجها، ففي التصميم يجب أن تشكل أطر الشكل تكويناً مترابطاً متماسكاً، ولا يكفى أن تعمل هذه العناصر كمجرد أشكال واضحة في المجال المرئي فقط، بل لابد أن تحتوى فيما بينها على علاقات متكاملة بين الأحجام والأشكال والألوان، ونجاح التصميم يعتمد على مدى تحقيق العلاقة الوظيفية بين أجزاء التصميم مع بعضها البعض[2].

وتتحقق الوحدة من خلال جانبين، هما: **التقارب Proximity** : ويقصد بها أن توضع العناصر قريبة من بعضها ضمن نقطة محورية تنجذب إليها عين القارئ، بما يخلق إحساس قوي بالعلاقة والألفة بينها والارتباط لتقوي التصميم، **والتكرار Continuity (Repetition):** ويقصد به تكرار الألوان والأشكال والقوائم ومختلف العناصر البنائية، بما يحقق الوحدة ويشعر القارئ بتماسك الصفحة وربط عناصرها بعضها البعض، فالتكرار يؤكد اتجاه العناصر وإدراك حركتها[3].

أما الوحدة في الصحف والمواقع الإلكترونية، فتنقسم عادة إلى نوعين[4]:

النوع الأول: وحدة الموضوع، ويقصد به جعل كل موضوع يظهر كأنه متفرد عن بقية الموضوعات، وذلك من خلال تميزه بسمة معينة قد تكون نوع الخط أو الشكل الذي يحتويه كأن يكون شكلاً مربعاً أو مستطيلاً، أو لون نصوصه، أو أن تكون أرضيته مختلفة عن بقية الموضوعات الموجودة على الصفحة.

---

(1) Beaird, J., Op. Cit..

(2) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 114.

(3) انظر إلى:

- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 115-116.
- Beaird, J., Op. Cit.
- Kyrnin, J., *Unity - Basic Principles of Design*, available at: http://webdesign.about.com/od/webdesignbasics/p/aaunity.htm, retrieved at: 1\4\2014.

(4) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 293.

النوع الثاني: وحدة الصفحة، ويقصد بها وحدة الصفحة ككل، وذلك من خلال خلق وحدة تربط وحدات الموضوعات الفرعية ببعضها البعض، فإن وحدة الموضوع لا تنفى وحدة الصفحة ولكنها تؤكدها؛ فيمكن أن تكون هناك وحدة عامة تربط بين وحدات الموضوع مثل حجم الخط أو نوع الخط، وفي نفس الوقت يمكن أن تكون هناك وحدة الموضوع من خلال تميزه بلون معين.

ويختلف عنصر الوحدة في الصحيفة المطبوعة عن الصحيفة الإلكترونية، فبينما يمثل الموضوع الوحدة الأساسية في إخراج الموضوعات بالصحيفة الإلكترونية، فإن الوحدة ذاتها تتسع في الصحيفة الورقية لتشتمل على أكثر من موضوع، حيث تعد الصفحة الواحدة التي تتضمن عادة أكثر من موضوع هي الوحدة، وذلك في إخراج الصحف الورقية المطبوعة العادية "Standard"، وكل صفحتين متقابلتين في الصحيفة النصفية "Tabloid"، بما تتضمناه أيضاً من موضوعات عدة، ويرجع ذلك إلى حقيقة أن المجال المرئي بالنسبة للصحيفة المطبوعة هي الصفة الواحدة في الصحيفة العادية أو الصحيفتين المتقابلتين في الصحيفة النصفية.

بينما يصبح الموضوع هو الوحدة التي يعتمد عليها إخراج وتصميم الصحف الإلكترونية، وذلك إذا تصورنا أن الموضوع سيملأ شاشة واحدة، أما في حالة امتداد الموضوع على أكثر من صفحة، بمعنى أكثر من شاشة فإن الوحدة الإخراجية هنا تختلف، حيث ستصبح الشاشة المعروضة عليها جزء المادة الصحيفة هي الوحدة الإخراجية، فإذا تصورنا أن قارئ ما يطالع مادة صحفية خاصة بتغطية إحدى المباريات الرياضية، فإنه من الممكن أثناء المتابعة أن يطلب عرضاً تلفزيونياً للأهداف، فتنقسم الشاشة إلى جزئيين جزء خاص بالنص والجزء الثاني بعرض تلفزيونياً للأهداف، وقد يطلب 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 حده[1].

3. **التباين Contract**: ويعرف بأنه التبادلية بين عناصر التصميم المختلفة، مثل: التبادل بين الإضاءة والإظلام، والكبر والصغر، والدفء والبرودة، كما يعرف بأنه تجنب العناصر

(1) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 117.

المتشابهة في الحجم واللون والمساحة متجاورة لبعضها البعض[1]، فهو إظهار الاختلاف بين الأشياء مع عدم المبالغة في ذلك، ويستخدم التباين في الصحف للتمييز بين الأقسام، والعناصر المكونة للصحيفة وغيرها؛ بهدف تحقيق يسر الاستخدام وسهولة التصفح[2].

فالتباين هو في الواقع انتقال مفاجئ سريع من حالة إلى عكسها تماماً، فمن الهدوء إلى الفراغ ومن الرتابة إلى الإثارة، فهو يساعد على جذب الانتباه، كما أن له أهمية كبيرة في الرغبة في التنوع المانع للملل البصري الذي ينجم عن الرتابة[3]، ويمكن تحقيق التباين بطرق، منها: تغيير الخطوط (حجم الخط، وزن الخط، نوع الخط) التي يمكن أن توجد تباين مع النصوص المجاورة أو العناوين، استخدام مختلف أحجام الصور، وأيضاً عبر استخدام الألوان المتناقضة أو تغيير درجة الألوان[4].

4. الإيقاع Rhythm: هو تكرار عناصر التصميم، مثل: الخطوط والأشكال والألوان والفراغات، لكي تعطي التصميم الحيوية، ويستخدم المصمم هذا النوع عندما يريد أن يتنقل القارئ من عنصر إلى آخر على الصفحة، ويرتبط الإيقاع بمحاذاة الصور الأفقية والرأسية، فالإيقاع يتحقق عادةً في الصور المتسلسلة المساحة والشكل واللون[5].

5. المحاذاة Alignment: وتشير إلى الطريقة التي تصطف بها عناصر التصميم خلال الصفحة[6]، وتنقسم إلى شكلين، **المحاذاة الأفقية**، وتأخذ الاتجاه إما من اليمين إلى اليسار في حالة اللغة العربية، أو من اليسار إلى اليمين في اللغة الانجليزية، أو اللغات الأجنبية الأخرى، وتوحي المحاذاة الأفقية بالهدوء والاستقرار، وتساعد العين على رؤية الكلمات المتتابعة في عملية القراءة، ومتابعة العناصر المرئية عند ترتيبها أفقياً [7].

---

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 298.

(2) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 120-121.

(3) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 120.

(4) Kyrnin, J., Contrast – Basic Principles of Design, available at http://webdesign.about.com/od/webdesignbasics/p/aaunity.ht, retrieved at: 1\4\ 2014.

(5) ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 210.

(6) زيد سليمان، **مرجع سابق**، ص43.

(7) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 118.

والشكل الأخر هو **المحاذاة الرأسية**، على غرار ضبط النصوص والأشكال المرئية بالاتجاه الأفقي، تلجأ الصحف أيضا إلى الاتجاه الرأسي في تقديم بعض أشكالها المرئية[1]، 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 الالكترونية؛ لأنها تكسر حدة الرتابة لدى القارئ، كذلك يجب اختيار محاذاة وتنسيق واحد يطبق على كافة الموضوعات داخل الصحيفة، ويجب أن تكون العناصر بعيدة عن حافة الشاشة[2].

6. الثبات Consistency: وهو اعتماد أسلوب دائم لتنظيم محتويات الصحيفة وتجميع العناصر المتشابهة، وتطبيق نمط موحد لها؛ لتحقيق انطباع يمكن أن يتوقعه المستخدم، ولتحقيق هذا المبدأ يجب تصنيف المعلومات، وتشكيل بنيتها وفقاً لمفاهيم منطقية ثابتة ومنظمة، بحيث يسهل على المستخدم إمكانية التجول ضمن الموقع؛ إذ يجب أن يكون المستخدم قادراً على استنتاج الأسلوب المتبع لبناء وتصميم الصحيفة بسرعة وسهولة، كذلك يجب استخدام نمط ثابت لموقع الصحيفة[3]، وعلى الرغم من افتراض استقلالية الإصدارات الإلكترونية عن الصحف المطبوعة إلا أن تصميم بعض الإصدارات الإلكترونية ذات الأصل المطبوع ضرورة التكامل بين الإصدارين، لعكس الصحيفة الإلكترونية الشكل الخاص بالصحيفة الورقية[4].

7. يسر الاستخدام أو سهولة الوصول Usability: ويقصد بها عملية تقييم واجهات المواقع الإلكترونية لمدى سهولة استخدام المواقع من قبل المستخدم، والسهولة في الحصول على المعلومات، وهو شرط ضروري من أجل البقاء والاستمرار، حيث إذا كان الموقع صعب استخدام، فإن المستخدم يتركه ليتجه لآخر، فلابد وأن يكون الموقع يجيب عن أسئلة المستخدم يوضح

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 302.
(2) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 118.
(3) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 118-119.
(4) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 120.

معلومات الموقع بشكل واضح ومقروء[1]، لذا على المصمم أن يتخيل دائماً من هو المستخدم وأن يحاول إرضاء احتياجاته وأهدافه وقدراته وتطلعاته، كما يتأثر يسر الاستخدام بالبيئة المحيطة بالمستخدم من إضاءة وحجم الشاشة المستخدمة وحالة السماعات إذا كان هناك صوت بالموقع، بالإضافة إلى خصائص بيئة الاتصال من شبكات وخطوط الهاتف والضوضاء المحيطة بالمستخدم[2].

ومفهوم يسر الاستخدام يعكس مجموعة من المفاهيم، وهي: الكفاءة efficient، والفعالية effective، والاندماج engaging، والقدرة على تحمل الأخطاء error tolerant، وسهولة التعلم easy to learn، وتعد هذه المفاهيم سمات مميزة ليسر الاستخدام التي يمكن تقويم الواجهات من خلالها، التي تحدد متطلبات المستخدم لنجاح الموقع والرضا عنه[3].

وتبرز الحاجة لتسهيل التلقي نظراً لما تتوافر عليه شبكة الإنترنت من صحف ومواقع إلكترونية متعددة جعلت الفرصة أمام المتلقين لانتقاء الأفضل منها، حيث بات مدى السهولة التي تتوافر عليه المواقع الإلكترونية أحد أهم الاعتبارات الرئيسة في تقويم المواقع من قبل المستخدمين، خاصة تلك المواقع التي تتشابه في المضمون، حيث أصبح لدى مستخدمي الإنترنت الخيارات الواسعة التي تساعدهم في الحفاظ على أوقاتهم أثناء تصفحهم المواقع الإلكترونية، ولذا يحرص متصفحو الإنترنت على البحث عن المواقع التي تشبع احتياجاتهم، ورغباتهم بأسرع وقت ممكن[4].

وقد خلصت الدراسات التي أجريت حول يسر استخدام مواقع الصحف على شبكة الإنترنت إلى أن غالبية المستخدمين يشعرون بالراحة مع المواقع الأقل استخداماً للألوان التي تحمل معلومات أكثر، وتُتيح قدراً كبيراً من التفاعلية، كما يفضل المستخدمون المواقع الأقل تعقيداً، حيث

(1) Nielsen, J., *Usability* 101*: Introduction to Usability* , 2012, available at http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/, retrieved at: 1\4\2014.

(2) منار محمد رزق، **مرجع سابق**، ص 42-43.

(3) Nielsen, J., Op. Cit.

(4) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 126.

أن المستخدم يبحث عن معلومات محددة في الموقع، لذا على الموقع أن يُمكن المستخدم من العثور على ما يريده بأيسر الطرق[1].

ويتضح مما سبق، أن تصميم مواقع الصحف على الإنترنت ينبغي أن يركز على المستخدم ويُلبي احتياجاته، لذا هناك اعتبارات مهمة يجب أن تُؤخذ في الاعتبار عند التصميم، أهمها: ضرورة الاهتمام بتأثير استخدام الألوان وخداع البصر، وطرق وضع المعلومات، وحجم المادة والمساحات الفارغة، والإضاءة والتباين وحجم الصور، وطرق الإبحار المختلفة، واستخدام الوسائط المتعددة، إذ يجب أن تدعم كل هذه العوامل هدف تحقيق وضوح الرؤية، والسرعة في الاستعراض، وسهولة اللغة لأكبر عدد ممكن من المستخدمين المتباينين في خلفياتهم وانتماءاتهم اللغوية والمختلفين في قدراتهم على استخدام الكمبيوتر، ويرتبط بهذا التقليل إلى أقصى حد من مشكلات بطء الاستعراض، وطول وقت الانتقال من صفحة إلى أخرى داخل موقع الصحيفة، وعدم توافق برامج تصفح الصحيفة مع بعض برامج التصفح الأخرى[2].

وقد اقترح بعض الخبراء العديد من التوجيهات الإرشادية التي يجب الالتزام بها عند تصميم المواقع، وذلك على النحو التالي[3]:

أ. **التوازن بين الأبيض والأسود Balance of Black and White:** ويرتبط هذا بتصميم أشكال الحروف، ويُقترح أنه بالنسبة للعرض على الشاشة، فإن المساحات الإيجابية والسلبية لكل شكل حرف تعد مهمة تماماً مثل تصميم الصفحة بأكملها، وفي هذا الإطار، يجب تجنب

(1) نقلاً عن: حسني نصر، **مرجع سابق**، ص 106.

(2) **المرجع السابق نفسه**، ص 106.

(3) انظر إلى:

- شريف اللبان، **مرجع سابق**، ص 175- 178.
- ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 212- 214.
- أشرف خوخة، **مرجع سابق**، ص 150.
- Friedman,V.,*10 Principles Of Effective Web Design*, 2008, available at http://uxdesign.smashingmagazine.com/10/31/01/2008-principles-of-effective-web-design/, retrieved at: 1\4\2014.
- Nielsen, J., *Top 10 Mistakes in Web Design*, 2011, available at http://www.nngroup.com/articles/top-10-mistakes-web-design/, retrieved at: 1\4\2014.

الأرضيات أو الخلفيات المزدحمة والمشوشة، وربما تكون الخلفية البيضاء أو الزرقاء أكثر تفضيلاً.

ب. **استخدام الهوامش Use of Margins**: وهو ما يتم تجاهله أساساً من قبل معظم مصممي المعلومات على الشاشة، ولكنه يعد مهماً للغاية عندما تحوي نوافذ عديدة معلومات نصية، ويمكن وضعها بعضها فوق بعض على الشاشة، وفي هذه الحالة، يستخدم الهامش كفاصل للمساعدة في عملية القراءة، وكوسيلة بنائية وتنظيمية للنص.

ج. **تصميم النص على شكل أعمدة Design of Columnar Text**: ويشير هذا إلى أنه يجب الالتزام بإخراج النص على شكل أعمدة، كلما كان ذلك ممكناً؛ فهذا يؤدي إلى إنتاج نص يبدو هادئاً على الشاشة، ولا يؤدي إلى إرباك العين عند قراءة السطور المتتابعة.

د. **التيبوغرافيا Typography**: ترتبط هذه النقطة باستخدام الخصائص التيبوغرافية المختلفة لعرض النص على الشاشة؛ فشاشة الكمبيوتر تتمتع بمزية تتفوق بها على الصحيفة المطبوعة، ولاسيما في استخدام اللون، وتتضمن الخصائص الأخرى استخدام النص المنتظم والنص المائل والنص ذي الكثافة السوداء لتمييز العناصر النصية المختلفة على الشاشة، وتعد العناصر التيبوغرافية عامل جذب قوي لبصر القارئ غير الدائم، أو الجديد وتشجعه على الاستمرار بالارتباط والتعلق بصحيفته.

هـ. **التسلم Delivery**: ويقصد به أنه يجب أن يتواءم التصميم مع القارئ، وذلك باستخدام أشكال الحروف الشائعة في معظم أنظمة الكمبيوتر.

و. **استخدام أسلوب كتابة مناسب Writing Style**: وذلك لأن قراء الصحف الإلكترونية يميلون لمسح الصفحة ناظرين للعناصر التي سوف توجههم إلى المعلومات المناسبة، وهو ما يشبه أسلوب تعامل القارئ مع الصحيفة، وتتضمن هذه العناصر: قوائم يُوضع فيها معلومات مركزية، وكلمات مفتاحية مميزة في تصميمها داخل النص، وعناوين دالة، وكتل قصيرة من النص.

ز. **التصميم بما يناسب عملية التحميل Design for Download**: حيث أن طول الوقت الذي يرغب المستخدم في أن ينتظره لتحميل صفحة ما يستغرق نحو 10 ثواني، لذا فمن المهم لمصمم الصفحة القيام بالحد من استخدام الصور، والأرضيات، والعناصر التي تثقل من

الصفحة، وتجعلها بطيئة، وهذا ما ينفر المستخدم منها ويجعله لا يحاول الولوج إليها مرة أخرى.

ح. **استخدام الجداول والإطارات Use of Tables and Frames:** في مقال Jackob Nielsen " الأخطاء العشرة في تصميم الويب" يؤكد أن الإطارات يجب ألا تُستخدم؛ لأنها تؤثر على قدرة المستخدم على طباعة وتصفح الصفحات المختلفة، إلا أنه يُبين أن تكنولوجيا المتصفحات قد تحسنت، وأن استخدام الإطارات لم يعد سيئاً، ويعد استخدام الجداول بدلاً من الإطارات المدخل الأمثل للإخراج الكتلي لصفحات الوب.

ط. **تجنب العناصر الوامضة والمتحركة Avoid Flashing and Animation:** يجب التقليل من العناصر التي تشتت انتباه المستخدم، وخاصة أثناء إتمام المهام المتعلقة باسترجاع المعلومات؛ فالإعلانات الوامضة والنص المتحرك والاستخدامات الأخرى للتحريك المشتتة للانتباه تميل إلى إبطاء حركة المستخدم في بحثه عن المعلومات، فمن الأفضل تجنب التصاميم التي تبدو وكأنها متحركة أو وامضة كالإعلانات والرسوم المتحركة، وذلك لأن المستخدمين يتجاهلون النصوص بوجودها.

ي. **تحريك الموضوعات على الشاشة Scrolling :** حيث يمكن القول أن تحريك الموضوعات على الشاشة، يمكن أن يؤدي إلى تشتيت اتجاه المستخدم، في حين أن تجميع الأخبار بحيث توضع في صفحة واحدة على الشاشة أفضل من وضع كل خبر في صفحة مستقلة.

ك. **الإبحـــار Navigation:** يجب التركيز على عناصر الصفحة التي يمكن أن تساعد المستخدمين للوصول إلى المكان الذي يرغبون بالوصول إليه.

ل. **التركيـز والاختصـار:** حيث تختلف الكتابة للويب عنها بالمطبوع، فمن الضروري مراعاة احتياجات وتفضيلات وعادات المستخدم في أسلوب الكتابة، ولعل التركيز والاختصار هما السمة المميزة للصحف على الإنترنت، وذلك باستخدام الجمل القصيرة في صياغة الخبر؛ لأن قارئ الإنترنت دائماً يريد الانتهاء من القراءة بسرعة، وليس معني الاختصار والتركيز أن الخبر لا يورد التفاصيل بل على العكس فقد يغطي الخبر على الإنترنت تفاصيل كثيرة جداً ولها علاقة بأحداث سابقة أكثر مما يقدمه الخبر المنشور في الصحيفة المطبوعة، وذلك من خلال

الروابط أو الوصلات التي يتيحها الموقع على الصفحة لمن يريد معرفة تفاصيل أكثر عن الخبر.

رابعاً: العناصر البنائية للصحف الإلكترونية:

يقصد بالبناء (الهيكل العام للصفحة): كل ما فيها من عناصر مقروءة ومرئية ومسموعة ومرئية مسموعة، كالصور الثابتة، والرسوم المتحركة، والنصوص، والألوان والوسائط الفائقة، ومحركات البحث .. وغيرها من العناصر المكونة لصفحة الويب[1].

فتشمل عناصر التصميم الأساسي في الصحف الإلكترونية، التي لا تتغير كاسم الصحيفة والشعار، وشكله، وطرق كتابة العناوين والأبواب، وطرز العناوين والألوان، بالإضافة إلي طريقة تصميم الروابط الشعبية، وشكل الصفحة الرئيسية، وأماكن الوسائط المتعددة وملفات الفلاش والصور، وبالنسبة للعناصر غير المرئية تتمثل في المساحة البيضاء، ودرجة وضوح الصفحة، والهوامش، والشبكات، والأطر، والأعمدة.

ويقصد بالعناصر البنائية للصحيفة الإلكترونية على الإنترنت: مجموعة العناصر التي تتكون منها الصحيفة، ويختلف الباحثون في تحديد العناصر البنائية للصحف الإلكترونية، حيث يرى بعض الباحثين* أن العناصر البنائية تنقسم إلى: **عناصر جرافيكية تقليدية**، وهي التي تستخدمها الصحيفة المطبوعة، متمثلة في: المتن، والصور، والرسوم، والألوان، **وعناصر إلكترونية**، وهي ناتجة عن دمج وسائل الاتصال الحديثة بعضها ببعض، ومنها: النص التشعبي، والرسوم المتحركة، والوسائط المتعددة.

في حين يرى باحثون** أخرون أن العناصر البنائية مكونة من: **عناصر تيبوغرافية**، وتشمل النصوص والخطوط والعناوين والفواصل والجداول، وهي التي تتميز بها الصحف التقليدية،

---

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 55.

* الباحثون هم: – مروة كمال الدين، **مستقبل طباعة الصحف العربية رقمياً**، ط 1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية: 2007)

– محمد الشربيني، **مرجع سابق**،

** الباحثون هم: – بسنت العقباوي، **مرجع سابق**.

– ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**.

و**عناصر جرافيكية:** وتشمل الألوان، والصور والرسومات، وهذه العناصر تتميز بأنها مشتركة بين الصحف التقليدية والإلكترونية، إلا أن التقدم التكنولوجي أضفي إليها مزيداً من الجاذبية، و**عناصر تكنولوجية:** وتشمل الرسوم المتحركة والوسائط المتعددة والنص الفائق.

بينما صنفها حلمي محسب كالتالي[1]:

1 **العناصر البنائية الأساسية:** وهي التي تستخدمها الصحف الإلكترونية في تقديم موادها إلى المستخدم، وهذه العناصر هي:
- العناصر البنائية التقليدية: النصوص والصور الثابتة.
- الوسائط المتعددة Multimedia: وتشمل الصوت ولقطات الفيديو والرسوم المتحركة.
- الوسائط الفائقة Hypermedia.

2 **العناصر البنائية المساعدة:** وهي التي تستخدمها الصحف الإلكترونية لتدعيم العناصر الأساسية، إذ لا تحتوي على معلومات في حد ذاتها إنما تستخدم للتأكيد على العناصر الأساسية، وهذه العناصر هي:
- الألوان
- الحدود والفواصل.

3 **العناصر البنائية التفاعلية:** تتميز هذه العناصر بتفاعلية المستخدم معها، وتعد لصيقة الصلة بالوسيلة الجديدة، ويمكن تقسيمها إلى نوعين:
- تفاعلية تواصلية: وهي التي يتواصل من خلالها المستخدم مع الآخرين، وتشتمل على: البريد الإلكتروني، وغرف الدردشة، والمنتديات، واستفتاءات الرأي العام.
- تفاعلية معلوماتية: وهي التي تمد المستخدم بالمعلومات التي يريدها، وفقاً لاختياره وتشتمل على: محركات البحث، والأرشفة، وخريطة الموقع.

وتنطلق الباحثة في تقسيمها للعناصر البنائية للصحف الإلكترونية من نموذج المدخل المهجن، القائم على التزاوج بين العناصر التقليدية للصحافة المطبوعة والعناصر الإلكترونية التي

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 55-56.

توفرها البيئة الجديدة للصحافة وهي الإنترنت، مع محاولة دمج بين تقسيمات الباحثين الأخرين للخروج بمنظومة شاملة لأهم العناصر البنائية بما يتفق مع النموذج.

وبناءً علي ذلك فإن العناصر البنائية للصحف الإلكترونية تنقسم إلى نوعين، هما: العناصر التقليدية، وتضم: العناصر التيبوغرافية، هي: الخطوط (النصوص)، والحدود والفواصل، وأخرى عناصر جرافيكية، وهي: الصور والألوان، أما النوع الثاني، فهو العناصر الإلكترونية الذي يضم الوسائط المتعددة والنصوص الفائقة، وأخرى عناصر تفاعلية، وتنقسم إلى تفاعلية معلوماتية، وتحتوى على محركات البحث، والأرشيف، وخريطة الموقع، وتفاعلية تواصلية تضم البريد الإلكترونية بأقسامه، والمنتديات وغرف الدردشة واستفتاءات الرأي، وأخيراً مواقع التواصل الاجتماعي، وفي المباحث التالية تتناول الباحثة تلك العناصر البنائية بشيء من التفصيل.

المبحث الثالث

العناصر البنائية التقليدية

هي العناصر التي ورثتها الصحافة الإلكترونية من نظيرتها الورقية، وتشمل: النصوص، والصور، والرسوم، والألوان، والحدود والفواصل، وتعتمد عليها في تقديم المضمون إلى المستخدم، وتنقسم العناصر البنائية التقليدية إلى نوعين من العناصر، هما: عناصر تيبوغرافية (النصوص، والحدود والفواصل)، وعناصر جرافيكية (ألوان وصور ورسوم).

ومثلما ورثت الصحافة الإلكترونية هذه العناصر من الصحافة الورقية، ورثت معها بعض قواعدها المتعلقة بوضعية هذين العنصرين على الصفحة من ناحية، ومن ناحية أخرى فإنها لم تقبل كل قواعد النصوص والصور؛ إنما عدلت في بعضها، وقدمت قواعد جديدة تتواءم مع المستحدثات التكنولوجية[1].

أولاً: العناصر البنائية التيبوغرافية:

1. **النصوص:** تمثل البنية الأساسية لأية صحيفة سواء كانت مطبوعة أو إلكترونية، وتعد العنصر الذي يحمل الرسالة الإعلامية إلى القراء[2]، وتشمل النصوص في الفنون الصحفية ثلاثة أنواع، هي: العناوين، والمقدمات، والمتون أو الجسم؛ ولكل نوع منها قواعد تحكمه داخل البناء الشكلي للصحيفة والمتمثلة في الانقرائية[3].

ويجب أن تكون حروف النصوص على درجة عالية من يسر القراءة أو الانقرائية Readability، وهي درجة الكفاءة التي تجعل من اليسير على القارئ أن يتابع أكبر كميات ممكنة من حروف المتن، ويتصل بيسر القراءة عدد من العوامل التي يجب مراعاتها بالنسبة لحروف المتن، منها: شكل الحروف، وطريقة تصميمها، وحجمها، واتساع السطور[4].

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 59-60.
(2) أمل خطاب، **مرجع سابق**، ص95.
(3) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 61.
(4) أمل خطاب، **مرجع سابق**، ص 95-96.

كما يجب على المخرج الصحفي أن ينسق عناصر الصفحة بما ييسر القراءة، بحيث لا يجد القارئ مشكلة في التصفح والقراءة، من خلال تزويد بالعناصر المساعدة واستخدام الخطوط المناسبة[1].

وتعرضت عديد من الدراسات والأدبيات لأسس عرض النص على شاشة الكمبيوتر، وقدمت خطوطاً إرشادية لعرض النصوص المكتوبة، من حيث: شكل الحروف، وحجمها، وطرق تميزها، والفراغ بين الكلمات والسطور[2]، فيما يلي عرض تلك الجزئيات – نوع الخط وحجمه واتساع السطور – بشيء من التفصيل كعنصر أساسي من عناصر تصميم الصحيفة الإلكترونية.

1.1. **نوع الخط:** يعد من أهم العوامل التي تؤثر على عملية يسر القراءة، ويقصد به الطريقة التي يظهر بها الحرف على الورق أو الشاشة، ويعني أيضا منظره المنفرد الذي يميزه عن غيره من الحروف[3]، وتمثل الحروف أداة التعبير عن المتون الصحفية التي تعد المادة الأهم في المضامين المقدمة في الصحافة، ولقد شهدت تطورات كبيرة خلال السنوات الماضية، التي أسفرت عن اكتشاف العديد من أشكال الحروف المعاصرة، ولا سيما مع التطورات الكبيرة التي رافقت دخول الحاسبات الآلية للعمل الصحفي[4].

فقدمت برامج معالجة الكلمات أشكالاً مختلفة من الحروف الممدودة والمضغوطة، والحروف المحددة والمظللة، والحروف الشبكية والرمادية، والحروف المعكوسة، وما شابه ذلك من تأثيرات، كما وفرت الحروف العربية المشكولة، وهي الحروف التي تحمل حركات الشكل، مثل: الضم، والفتح، والكسر، والسكون، والتنوين، وتساعد القارئ على القراءة والفهم الصحيح[5].

ولكل نوع من الحروف مميزاته الخاصة به، ينبغي مراعاتها عند اختيار الخطوط، وقديماً كانت الخطوط تُوضع من قبل المتصفح، ولكن في ظل الإصدارات الحديثة من HTML وCSS

(1) حسنين شفيق، الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية، **مرجع سابق**، ص 67.
(2) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 172.
(3) حسنين شفيق، الإخراج الصحفي الإلكترونية والتجهيزات الفنية، **مرجع سابق**، ص 70.
(4) فهد العسكر، **مرجع سابق**، ص 23-24.
(5) أمل خطاب، **مرجع سابق**، ص 97.

أصبح بإمكان المصمم اختيارها، ولابد من مراعاة الخطوط الافتراضية الموجودة على أجهزة المستخدم وإلا سيقوم المتصفح بعرض الموقع بالخط الافتراضي والمحدد من قبله[1].

وأكثر أنواع الخطوط شيوعاً واستخداماً، هي: Times New Roman, Georgia (Serif), Arial and Verdana (San Serif)، حيث يمثل خطي Times New Roman and Arial الأكثر شيوعاً في الصحافة المطبوعة؛ لأنهما الأكثر وضوحاً واقتصاداً في المساحة بالإضافة إلى شعبتهما في الوسائل المطبوعة، بينما يستخدم الخطين الآخرين – Georgia and Verdana – للكتابة للويب نظراً لوضوحهما على شاشة الكمبيوتر[2].

وتوضح الدراسات والأدبيات في أفضلية الخطوط المستخدمة على صفحات الويب، أن خط Arial هو أفضل الخطوط من حيث الوضوح وسهولة القراءة، ويفضل استخدامه في النصوص (جسم المادة الإعلامية)، وكذلك يعد خط Verdana من الخطوط المفضل استخدامها، ورأت أن خط Times New Roman هو الأسوأ من حيث المقروئية[3]، ويرى حلمي محسب أن خط Arial هو الأفضل بالنسبة للعناوين والمقدمات، أما خط Verdana فهو الأنسب للنص المستمر، وذلك في اللغة الانجليزية، موضحاً عدم تمكنه من الوصول لدراسات عربية توصلت لأنسب الخطوط العربية وأيسرها للقراءة[4].

ويتفق Patrick Lynch and Sarah Horton مع حلمي محسب بأن خط Arial مناسباً للعناوين، ويختلف معه في أن خط Verdana مناسباً للنص المستمر، حيث يعتبر Patrick

(1) Lynch, P. & Horton, S. *, Web Style Guide*, 3rd edition, available at: www.webstyleguide.com, Chapter 8 "Typefaces",http://webstyleguide.com/wsg3/8-typography/4-web-typefaces.html.

(2) Banerjee, J., Majumdar, D., Pal, M., & Majumdar, D., "Readability, Subjective Preference and Mental Workload Studies on Young Indian Adults for Selection of Optimum Font Type and Size during Onscreen Reading", *A US National Library of Medicine enlisted Journal*, Vol. 4, No. 2, 2011, P. 132.

(3) انظر إلى:

- محمد الشربيني، **مرجع سابق**، ص 175-176.
- حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 65.
- ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 258.
- Ali, A., Wahid, R., Samsudin, Kh., & Idris, M., Op. Cit. p. 27.

(4) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 65.

Lynch and Sarah Horton بأن الخطوط الرقيقة هي الأكثر وضوحاً والأنسب للنصوص المستمرة بالقراءة، وذلك وفقاً للدراسات والأبحاث في هذا المجال، ومن وجهة نظرهما يعد خط Georgia هو الأنسب للنصوص على صفحات الويب[1].

ويشير كل من حلمي محسب و Patrick Lynch and Sarah Horton أنه يجب أن تستخدم الصحيفة الإلكترونية الخطوط من نفس العائلة والفئة؛ بهدف خلق وحدة الرؤية في الصفحة، حيث يجب أن تستخدم نفس عائلة الحروف في العناوين، وقوالب النصوص، والأزرار، والقوائم، مع مراعاة الاختلاف بالحجم والكثافة[2].

وقد أكدت الدراسات العربية، مثل: دراسة فوزي عبد الغني، وحلمي محسب، ومحمد الشربيني، بالإضافة إلي دراسة أحمد كمال أن أغلب الخطوط المستخدمة في المتن في الصحف الإلكترونية المصرية والعربية، هي: Aerial & Simplified Arabic & Arabic Transparent & Time New Roman ، وبالنسبة للعناوين اعتمدت معظم الصحف على الخطوط السابقة في العناوين، ولكن ببنط أكبر ودرجة كثافة أكبر، بالإضافة إلى خط Tahoma[3].

هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في يسر قراءة حروف النص على صفحات الويب، وهذا يتطلب مراعاة ما يلي[4]:

1. البساطة في التصميم، والتقليل من الخطوط المزخرفة، وتجنب الخطوط غير التقليدية.
2. تجنب المبالغة في تمييز النص، أو استخدام أكثر من وسيلة تميز بشكل متجاور؛ لأن ذلك يؤدي إلى تشتت القارئ.

---

(1) Lynch, P. & Horton, S. , Op. Cit. chapter 8, Typeface, available at: http://webstyleguide.com/wsg8/3-typography/4-web-typefaces.html

(2) انظر إلى:

- حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 66.
- Lynch, P. & Horton, S. , Op. Cit. chapter 8, Typeface, available at: http://webstyleguide.com/wsg3/8-typography/4-web-typefaces.html

(3) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 78-79.

(4) انظر إلى:

- بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 172-174.
- ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 259.

3. تأكيد أهمية العناوين باستخدام الحروف المائلة في كتابة أجزاء منها؛ لتحقيق نوع من التباين.
4. اختيار نوع الخط المناسب مع الموضوع، كاختيار الخط الكوفي مع الموضوعات الإسلامية.
5. استخدام أنواع متعددة من الخطوط أو الحروف؛ لكسر الرتابة وتجديد نشاط القارئ، بشرط ألا يزيد ذلك على ثلاثة أشكال أو أنواع.

1.2. **حجم الخط (الحروف)**: يقصد به ارتفاع الحرف، ويقاس بوحدة البنط (72/1 من البوصة)، ويعتمد على مقدار المسافة التي تفصل بين أعلى الحرف أسفله[1]، ويتأثر التحديد الأمثل للخط بعدة عوامل، منها: حجم شاشة الكمبيوتر، والكثافة النقطية للعرض Pixel، والقدرات البصرية لدى المستخدم، حيث كلما زادت الكثافة النقطية (Pixel) كلما صغر حجم الخط، لذا يجب على المصمم أن يحدد بالضبط كثافة العرض المثلى، ومن ثم استخدام حجم الخط المناسب[2]، ويعد حجم الحرف المستخدم من العوامل المهمة المؤثرة في يسر القراءة، فالحروف الكبيرة مريحة لعين القارئ التي يجهدها صغر حجم الحرف[3].

هناك العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي درست أحجام الخطوط المناسبة على شاشة الكمبيوتر، منها دراسة Michael Bernard & Melissa Mills التي تناولت الخطوط الأكثر شيوعاً على الانترنت، وهما: Arial, Times New Roman؛ بهدف التعرف على دقة تلك الخطوط ووضوحهما والحجم المناسب للقراءة، حيث تمت الدراسة على مجموعة من المشاركين، وطُلب منهم قراءة مقاطع من النصوص بأحجام مختلفة، وتوصلت الدراسة إلى أن الخط Arial ذو الحجم 12 بنط هو الأفضل وضوحاً بالقراءة، وكذلك خط Times New Roman ذو 12 بنط أيضاً يكون واضحاً وسهل القراءة[4].

(1) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 75.

(2) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 174-175.

(3) حسنين شفيق، الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية، **مرجع سابق**، ص 71.

(4) Michael Bernard & Melissa Mills, *So,* What Size and Type Should I Use on My Website?, *Usability News*, Vol. 2 Issue 2, July 2000, available at: http://usabilitynews.org/so-what-size-and-type-of-font-should-i-use-on-my-website/, retrieved at: 7\4\2014.

وفي دراسة أخرى للباحثين Michael Bernard & Others حول تفضيل الأطفال للخطوط للقراءة على الكمبيوتر، وذلك من خلال دراسة أربعة أنواع للخطوط تتراوح أحجامها ما بين 12-14 بنط، على 27 مشاركاً متطوعاً، والخطوط هي: Times New Roman, Courier New, Arial, and Comic Sans Ms، وخلصت الدراسة إلى أن الحجم 14 بنط هو الأفضل والأسهل قراءةً بالنسبة للأطفال للقراءة على شاشة الكمبيوتر، وكان خطي Arial & Comic هما أكثر تفضيلاً لدى العينة[1].

ومن الدراسات العربية التي وضعت أسس استخدام مقاس للخط في الصحف الإلكترونية العربية، دراسة فوزي عبد الغني التي أكدت على أن أنسب حجم للخطوط المستخدمة في الصحف الالكترونية هو 14 بنط، أما بنط 12 فهو مقبول غير أنه صغير الحجم، ويجهد عين القارئ؛ نظراً لصغره وضيق حجم البياض بين سطوره، أما دراسة أحمد كمال أثبتت أن الحجم المستخدم في تفاصيل الموضوعات الخاصة بالصحف عينة الدراسة جاءت 12 بنط استخدم في خمس صحف بنسبة 33%، وبنط 11 استخدم مع أربع صحف بنسبة 27%، وبنط 10 استخدم مع ثلاث صحف بنسبة 20%، وحجم 9 مع ثلاث صحف بنسبة 20%، وبالنسبة للعناوين تراوحت أحجام العناوين بين بنط (14،18)[2].

في حين بينت دراسة حلمي محسب أن الحجم 12 بنط هو الأفضل للقراءة المستمرة بنسبة 85% من عينة الأكاديميين – الدراسة الميدانية-، التي انسجمت مع الدراسة التحليلية لصحف الدراسة، حيث استخدمت صحف الدراسة الأربعة البنط 12 كحجم للمتون[3].

وأما عن حجم الخط المثالي، فاتفقت الدراسات التي تناولت الخط المثالي المعروض على شاشة الكمبيوتر، على ضرورة أن يكون هذا الخط أكبر من الخط المقدم في الكتابة الورقية، بيد أنها اختلفت اختلافاً طفيفاً حول الحجم المناسب لهذا الخط، وثمة قاعدة تحكم علاقة حجم الخط

(1) Michael Bernard, Melissa Mills, Talissa Frank, & Jan Mckown, Which Font Do Children Prefer to Read Online?, *Usability News*, Vol. 3 Issue 1, Jan. 2001, available at: http://usabilitynews.org/which-fonts-do-children-prefer-to-read-online/, retrieved at: 7\4\2014.

(2) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 75-75.

(3) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 92.

في الصفحة، هي: ضرورة أن تكون المقدمات أكبر من حجم خطوط المتن بمقدار نقطة أو نقطتين، وكذلك لابد أن تكون العناوين أكبر من المقدمات بمقدار نقطة أو نقطتين؛ بهدف التدرج في الحجم للنص، ومراعاة الرؤية البصرية للقارئ[1].

1.3. **اتساع السطور**: يقصد به مجموعة الحروف المشكلة للسطر، التي تؤثر على طوله، والذي يتأثر بحجم تلك الحروف[2]، وتباين علماء التيبوغرافيا في تحديد الحجم المناسب لطول السطر، نجم عن هذا التباين ظهور قواعد مختلفة لطول السطر، ولكل قاعدة من هذه القواعد ما يدعمها من أدلة وبراهين.

فهناك قاعدة الحروف، التي تنص على ضرورة ألا تقل الحروف عن خمسين حرفاً ولا تزيد عن ثمانية وسبعين حرفاً، وهذه القاعدة تسمح بتقديم عدد كبير من الكلمات بما يتناسب مع الإخراج الأفقي للصفحات، وهناك قاعدة الكلمات، التي تنص على ضرورة ألا يزيد عدد الكلمات عن عشرة وألا يقل عن ثمان كلمات في السطر، وبمواءمة القاعدتين نجد أنهما متشابهتين فالخمسون حرفاً تساوي قرابة تسع كلمات، وثمانية وسبعون حرفاً تساوي قرابة ثلاثة عشرة كلمة تقريباً[3].

وتتفق معظم الدراسات بأن الطول المتوسط والقصير للسطر على شاشة الكمبيوتر هو المفضل؛ لأن السطر الطويل يتطلب مزيداً من حركات العين الجانبية، مما يجعلها عرضة لفقدان مكان النص[4]، حيث أوصت دراسة Michael Bernard and other بضرورة تجنب السطور التي تملأ الشاشة؛ مبينة أن البالغين يفضلون السطور متوسطة الاتساع التي تتراوح ما بين 65-

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 72.

(2) عبد العزيز الصويعي، **الإخراج الصحفي والتصميم بين الأقلام والأفكار والحواسيب**، ط 1(بيروت: دار الملتقي للطباعة والنشر: 1998) ص 246.

(3) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 367.

(4) See:

- Michael Bernard, Marissa Fernandez, and Spring Hull, The Effects if Line Length on Children and Adults' Online Reading Performance, *Usability News*, July, 2002, available at: http://usabilitynews.org/the-effects-of-line-length-on-children-and-adults-online-reading-performance/, retrieved at: 7\4\2014.
- Shaikh, D. , The Effects of Line Length on Reading Online News, *Usability News*, 2005, available at: http://usabilitynews.org/the-effects-of-line-length-on-reading-online-news/, retrieved at: 7\4\2014.

75 CPL* ، أما الأطفال يفضلون السطور القصيرة المكونة 45 CPL[1]، أما دراسة Dawn Shaikh وجدت أن السطور القصيرة التي تحتوي على35 CPL تكون أسهل بالقراءة وأكثرها راحةً للعين، وكذلك بينت أن السطور التي تحتوي على CPL95 هي الأخرى مفضلة لدى العينة، ومناسبة للقراءة[2].

وأكدت دراسة Jonathan Ling and Paul van Schaik أن تفوق السطور متوسطة الطويلة من حيث الأفضلية والسهولة بالقراءة، موضحةً أن السطور الطويلة تساعد في الحصول على كميات من المعلومات بسرعة، وتساعد القارئ في عملية الفحص Scanning للمعلومات، ليس بهدف القراءة[3].

2. **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[4].

وتستخدم الصحف الإلكترونية الفواصل؛ للفصل بين الأخبار والموضوعات الصحفية، ومن هذه الفواصل ما هو تقليدي، ومنها ما هو تكنولوجي[5]، حيث تستخدم الجداول، والإطارات، والخطوط كأدوات فصل تقليدية، والصور والأيقونات كأدوات فصل تكنولوجية[6]، ورغم اختلاف الفواصل والحدود بين الصحف الإلكترونية والمطبوعة إلا أنها تنقسم إلى: فواصل تنظيمية، تهدف

* يقصد CPL بعدد الحروف الموجودة بالسطر الواحد، وهي اختصار Character Per Line.

(1) Bernard, Michael, Fernandez, M., and Hull, S., Op. Cit.

(2) Shaikh, D. , *Op. Cit.*

(3) Ling, J., & Schaik, P., The Influence of Font Type and Line Length on Visual search and Information Retrieval in Web Page, *International Journal of Human-Computer Studies*, 2006, P.404.

(4) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 105.

(5) ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 260.

(6) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 105.

إلى تنظيم وترتيب المضمون، وفواصل جمالية، التي تضفي لصفحة الويب مسحة جمالية أكثر من كونها أداة فصل[1].

وينبغي الإشارة إلى أن الفواصل تقوم بمجموعة من الأدوار[2]:

1. تحديد علاقات الاتصال، أو الانفصال لمساحات الصفحة التي تشغلها المواد التحريرية.
2. القيام بعملية القراءة، بحيث لا تختلط عين القارئ بين المواد المتجاورة.
3. التأكيد، مثل إحاطة بعض العناصر بإطار أو جداول للتأكيد عليها وإعطائها أهمية معينة، مما يضفى على الصفحة قيمة جمالية.

ورغم أهمية عناصر الفصل في إخراج الصحف الالكترونية إلا أن بعض الباحثين يرون ضرورة تجنب تلك العناصر أو الإقلال منها، إذ أن كثيراً من مستخدمي شبكة الانترنت يجدون صعوبة في تصفح الموضوعات، خاصةً الوحدات الإلكترونية داخل الأطر أو الجداول، ويعزو بعض الباحثين هذا السبب إلى عدم وضوح الأطر، والجداول في تصميم الصفحات، أو لأن البرمجيات التي يستخدمها متصفحو الإنترنت لا تستطيع قراءة الأطر، كما أن المتصفحات المبينة على النص بشكل عام قد لا تعرض الجداول بالطريقة نفسها التي تقوم بها المتصفحات الخاصة بالصور، ونتيجة لذلك فإن الصفحات تفقد الكثير من الشكل الذي صممت به[3].

وفيما يلي عرض أهم عناصر الفصل والحدود بالصحف الإلكترونية بإيجاز:

1. **الجداول Tables:** وهي عبارة عن مجموعة من الأعمدة والصفوف التي تقوم بتنظيم النص والصور بها، وغالباً ما يتم استخدامها لعرض بيانات جدولية، بالإضافة إلى كونها أداة تنظيمية أو تخطيطية لصفحة الويب[4].

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 167-178.

(2) محمد الشربيني، **مرجع سابق**، ص 177.

(3) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 106.

(4) الشركة المصرية لونجمان، **الإنترنت**، ط1 (بيروت: مكتبة لبنان، 2004) ص 61-62.

وتختلف الجداول المستخدمة في الصحف الإلكترونية عن تلك المستخدمة في الصحف المطبوعة، حيث الجداول في الصحف المطبوعة عبارة عن خطوط رأسية وأفقية لتستخدم للفصل بين الوحدات المشتركة في تصميم الصفحة، وتقسم الجداول بالصحف المطبوعة إلى نوعين، طولية، وهي الخطوط الرأسية التي تفصل بين الأعمدة، وجداول عرضية، وهي خطوط أفقية تفصل بين الوحدات الطباعية[1]، في حين الجداول المستخدمة بالصحف الإلكترونية مكونة بين أعمدة وصفوف، لتشكل خلايا، ويمكن أن تكون هذه الجداول ظاهرة للمستخدم أو مخفية[2].

2. **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[3]، ورغم تلك المميزات إلا أن الإطارات لا تحظى بنفس القدر من الشعبية مثل الجداول، ويرجع ذلك لصعوبة إنشاء الإطارات، علاوةً على صعوبة معرفة المستخدم أي الإطارات النشطة، حيث يختلف التجول داخل إطار واحد في الصفحة عن التجول داخل الصفحة ككل؛ لذا فإن المستخدمين قد يضلون طريقهم داخل الموقع[4].

3. **الخطوط Lines:** هو العنصر الأكثر شيوعاً في تصميم الموقع، لا يقتصر استخدامه كأداة للفصل بين الموضوعات، فيمكن استخدامه في الشعار وفي مختلف أنحاء الموقع وبكافة أشكاله، وتأخذ أشكال مختلفة، منها الأفقية، والرأسية، والقطرية وغيرها[5].

4. **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 قدراً 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

(1) فهد العسكر، **مرجع سابق**، ص 55-56.

(2) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 168-169.

(3) **المرجع السابق نفسه**، ص 173.

(4) بد سميث وآرثر بيباك، **إنشاء صفحات الويب للمبتدئين**، ترجمة: مكتبة جرير، ط 1 (الرياض: مكتبة جرير: 2000) ص 166.

(5) Beaid, J., *The Principles of Beautiful Web Design*, 2nd edition,(Australia : Site Point Pty: 2010) p. 83-84

الصفحة، لكن استخدام البياض يجب أن يتم بحذر، بحيث لا يقل حتى لا تتداخل الوحدات ولا يزيد بحيث لا يبدو الانفصال ظاهراً بين وحدات الصفحة، مع ضرورة تقنين توزيع المساحات البيضاء لتشمل كل أجزاء الصفحة[1].

5. الأيقونات Icons: ويقصد بها صورة صغيرة مستحدثة لتمثل فعلاً ما أو مضموناً معيناً، ويمكن أن تستخدم بمفردها أو مع الكلمات[2]

وتتميز الأيقونات كأدوات فصل بأنها تضفي إلى الصحيفة نوعاً من الحيوية والجاذبية، بيد أنه يعيبها أنها تأخذ حجماً كبيراً؛ مما يعيق تحميل الصفحة بسرعة[3].

6. **العناوين والصور:** 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 عين القارئ تتجه نحو الموضوع[4].

ثانياً: العناصر البنائية الجرافيكية:

1. الصور: تعد عنصراً مهماً وأساسياً في جذب الانتباه للفن الصحفي وإدراكه بسهولة، فالصور الفوتوغرافية وسيلة ولغة لنقل المعلومات، ويمكن لأي فرد مهما اختلفت ثقافته أن يفهمها[5]، وذلك لما لها من قدرات تأثيرية ومعاني مهمة تحملها إلى القراء، حيث يتم استخدامها مع المتون؛ بهدف تسهيل إيصال المعاني المتضمنة في المتون المنشورة التي ربما لا يمكن الوصول إليها في ظل الاعتماد على الكلمات والمعاني التحريرية فقط[6].

(1) فهد العسكر، **مرجع سابق**، ص 62-63.
(2) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 167.
(3) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 178.
(4) فهد العسكر، **مرجع سابق**، ص 63-64.
(5) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص187-188.
(6) فهد العسكر، **مرجع سابق**، ص 34.

ولقد أدى التطور التقني الهائل الذي طرأ على آلات التصوير إلى ثورة حقيقية في عالم التصوير الصحفي متمثلاً في ظهور الكاميرا الرقمية "Digital Camera" وهي تلك التقنية التي حولت الفوتوغرافية بعامة والصحيفة بخاصة من عالم الفوتوغرافية الرقمية Film Based photograph إلى عالم جديد يعتمد على التقنية الرقمية وهو ما يعرف باسم الفوتوغرافية أو التنسيق الرقمي Digital photography التي أتاحت إمكانية تخزين الصور بتنسيقات مختلفة (JBEG) (JIF), (ITFF), (PICT) التي يستخدم بعضها في الصحف والمواقع الإلكترونية[1].

وتستخدم الصور بأشكال مختلفة داخل الصحيفة الإلكترونية، ومنها: 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: أيقونة البدء أو العودة إلى الخلف، أو العودة إلى الصفحة الرئيسة، أو الأيقونات الخدمية، مثل: أيقونة الطباعة أو الحفظ[2].

ويرى حلمي محسب أن الصور المقدمة بالصحافة الإلكترونية تتخذ أشكالاً ثلاث من حيث الاستخدام، هي كالتالي[3]:

1. **الصور المعلوماتية والإخبارية:** وهي التي تقدم معلومات إلى القارئ، وتتعد أنواعها وتقسيماتها، فمنها: الصور الشخصية، والموضوعية، والإبهامية، وأيضاً الرسوم التوضيحية المتمثلة في: الرسوم البيانية، والخرائط، والأشكال التوضيحية، والرسوم الساخرة.
2. **شعار الصحيفة:** وهو الذي يقدم شخصية الصحيفة، ويقوم بعملية ربط بصري بين القارئ والصحيفة.
3. **الصور كروابط:** تستخدم الصحف هذا النوع بدلاً من النصوص؛ لتقديم شكل جمالي إلى المستخدم.

(1) سعيد الغريب النجار، **تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية**، ط1، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003) ص 25-27.
(2) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 104.
(3) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 80.

ويقال أن الصورة تكافئ ألف كلمة، لكن فيما يتعلق بالويب، يجب أن نفكر في هذا الأمر بطريقة مختلفة، تؤدي العديد من الصور إلى آلاف المشاكل، حيث يمثل إضافتها زيادة في حجم تحميل صفحة الوب (KB)* وإذا لم تُستغل جيداً، ويمكن أن تكون غير مفيدة، ويجب الأخذ بعين الاعتبار السرعة التي يتصل بها المستخدم بالإنترنت[1]، وعلاوة على ذلك ضرورة معرفة بأن مستخدم الويب غير صبور، وغالباً ما سيترك الصفحة إذا لم تحمل في غضون 15–30 ثانية، وعلى الرغم من ذلك تعد صفحة الويب الخالية من اللون، أو الصور، أو الرسوم مملة[2]، فهناك مجموعة من المعايير المرتبطة بنوع الصور، وحجمها، وموقعها على صفحة الويب، التي يتوجب من المصمم أخذها بعين الاعتبار عند التصميم[3].

ولذا اقترح خبراء التصميم لتجنب مشكلات تحميل الصور على الصفحة الإلكترونية استخدام طريقتين[4]:

1. **الطريقة الأولي:** وهي استخدام صور صغيرة الحجم في الصفحة الإلكترونية، وجعلها بمثابة رابط يمكن النقر عليه فينتقل المستخدم إلى النسخة المكبرة من الصورة.
2. **الطريقة الثانية:** هي تقليل حجم الصورة عن طريق تقليل عدد البايتات المطلوبة لتخزين الصورة، ويعتمد المصمم في تغيير حجم البايتات الموجودة بالصورة عن طريق أحد البرامج الخاصة بالصور، وفي حالة استخدام الصور على الصفحة الرئيسية، يجب وضعها في قوائم تسمح بتغير الصور تلقائيًا كل 10 ثواني تقريبًا، ومن الممكن أن يجمع الموقع أو الصحيفة بين الطريقتين.

* يقصد KB: هي وحدة قياس لسعة التخزين في الكمبيوتر، وتعادل 1000 بايت.

(1) ماري هاغرد، **تصميم وإنشاء وإدارة مواقع الوب العالمية**، ترجمة مركز التعريب والبرمجة، ط1 (الإمارات المتحدة: الدار العربية للعلوم، 1998) ص 32.

(2) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 170.

(3) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 81.

(4) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 95-96.

في حين أكد حلمي محسب على أن حجم الصور في الصفحة الإلكترونية بشكل عام حدده الخبراء في قاعدتين[1]:

1. يجب ألا تزيد حجم الصور المفردة عن 25 إلى 50 كيلوبايت في الصفحة الواحدة.
2. ألا يزيد حجم الصور في الصفحة الواحدة عن مائتين كيلوبايت ولتطبيق هاتين القاعدتين على الصور الموجودة في الصحف الإلكترونية، يجب التفريق بين الصور الثابتة التي تستخدمها الصحف في صفحاتها أو تثبيت أركانها، وبين الصور المتغيرة من عدد إلى آخر، التي تستخدمها الصحف في تقديم الأخبار والمعلومات الجديدة، فيجب أن تقلل الصحف من الصور الثانية لتفسح المجال لتحميل الصفحات بسرعة.

وهناك العديد من تنسيقات الصور ولكل منها مميزات خاصة بها، على الرغم من التنوع في الامتدادات أو التنسيقات للصور إلا أنه يفضل استخدام أحد أهم تلك التنسيقات، وهي: GIF,JPEG, and PNG؛ لأنها تمتاز بالقدرة على التخزين والنقل، إضافةً إلى أحجامها المناسبة للعرض على صفحات الويب "الإنترنت".

فتتميز صور GIF بمواءمتها للرسوم التي لها شرائط أفقية للألوان، أو مساحات كبيرة من ألوان متماثلة، وبفضل قلة الألوان جعلها مفيدة جداً للرسوم[2]، وتتميز بدعمها للشفافية، التي تسمح لها وضع صور كخلفية دون رؤية حدود الصورة، وهذا النوع من الصور يمكن استعماله مع الأيقونات، والشعارات، والأزرار، وهو غير جيد مع الصور الفوتوغرافية؛ لقلة الألوان التي يتضمنها هذا النوع، ويمكن أن تدعم الرسوم المتحركة البسيطة، التي لا تعمل على نظام فلاش[3].

أما صور JPEG، فتعد لصيقة الصلة بالصور الفوتوغرافية، على الرغم من أنها تستخدم بمعدل أقل من صور GIF على الويب إلا أنها تستخدم للرسوم المعقدة وللرسوم الكبيرة[4]، حيث

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 84-85.

(2) محمد الشربيني، **مرجع سابق**، ص 169.

(3) George, J., *GIF, JPG and PNG – What's the Difference?,* 2011, Site point site, available at: http://www.sitepoint.com/gif-jpg-png-whats-difference/, retrieved at: 15\4\2014.

(4) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 82.

تحتوي على 16.7 مليون لون، الذي يجعلها الخيار الأفضل للصور الفوتوغرافية، ولضمان الحصول على صور جميلة وواضحة المعالم[1].

ويمكن ضغط هذا النوع من الصور، ومن خلال عملية الضغط يمكن فقدان بعض المعلومات بالصور، التي لا يمكن للعين البشرية إدراكها[2]، ولكن قد يؤدي مثل ذلك الضغط إلى فقد جودة الصورة، ولكن تكون الصور على صفحات الويب صغيرة الحجم عادة، وتحتاج إلى الضغط؛ لتقلل من حجم الملف الأمر الذي يقلل زمن التحميل، ويلائم هذا النسق الصور الفوتوغرافية أكثر من الشعارات أو النصوص المزخرفة، ويجب تحديد معدل الضغط بعناية شديدة ليؤدي إلى أعلى معدل ضغط وأقل حجم لملف الصورة مع الاحتفاظ بأفضل صورة ممكنة للصورة الأصلية[3].

بينما صور PNG الأنسب لملفات الصور الصغيرة والشعارات واللافتات والصور التي تحتوي على مساحات لونية كبيرة للاستخدام على مواقع الويب، وبالرغم من أن هذا النسق يعد من أفضل الطرق لتقديم هذه الصور إلا أنه لا يُدعم من جميع متصفحات الويب، وبمجرد أن يتم تدعيم هذا النسق من كافة متصفحات الويب سيكون هو الاختيار الأول عند تصميم مواقع الويب[4].

(1) George, J. ,Op. Cit.

(2) Webopedia, *JPG vs. GIF vs. PN*G, 2010, available at: http://www.webopedia.com/DidYouKnow/Internet/JPG_GIF_PNG.asp, retrieved at: 15\4\2014.

(3) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 169.

(4) **المرجع السابق نفسه**، ص 169.

أسس ومعايير استخدام الصور في الصحف الإلكترونية:

بعد عرض أنواع الصور المستخدمة على شبكة الإنترنت، ومميزات كلاً منها، هناك مجموعة من القواعد والأسس التي يجب أن يأخذها المصمم بعين الاعتبار عند اختيار الصور لموقعه، هي كالتالي[1]:

1. يجب مراعاة أن تكون الصور الصغيرة – كالأيقونات والأزرار وعينات الصور – من نوع الصور المترابطة التي يتم فتحها علي شبكة الإنترنت مرة واحدة وليس تدريجياً، وذلك أيضاً بالنسبة للصور التي تستخدم كخلفيات، كما يجب استخدام الصور بتنسيق GIF في تصميم الشعارات والأيقونات الخاصة بالأبواب.
2. 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 .
3. الاختيار بين نوعين من الصور، النوع الأول: هو صور Vector التي 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 البيكسلات المتراصة بجوار بعضها البعض، ولا تتكون من مساحات لونية كما في صور Vector.
4. على مصمم الصحف الإلكترونية أن يحتفظ دائماً بنسخة احتياطية من الصور التي سوف يضعها في الصفحة قبل إجراء أية تعديلات جوهرية علي هذه الصور.

(1) انظر إلى:
- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 103-104.
- منار محمد، **مرجع سابق**، ص 170-171.

5. وضع عدد من الصور الصغيرة بدلاً من صورة واحدة كبيرة، حيث إن وضع صور صغيرة يسهل من إنشاء روابط داخل الصور، وخلق تصميم فريد للصفحة، كما للصور الصغيرة المتعددة ميزة أخرى، فأغلب المتصفحات لديها ذاكرة مخبأة تخزن الصور محلياً على القرص الصلب بالحاسب، فإذا تم إنشاء مجموعة من الصفحات مستخدمة أجزاء من الصور الصغيرة بدلاً من الصورة الكاملة كل مرة، يقلل من الزمن الكلي للتحميل، وحيث أن المستخدم يخزن مزيداً من الصور التي تظهر في مجموعة الصفحات فإن كل صفحة سيتم تحميلها أسرع.
6. تحديد عرض وارتفاع الصورة، مما يسمح للمتصفح بتشكيل باقي الصفحة قبل تحميل الصور، وهذا أمر جيد إذا كان المستخدم أغلق اختيار عرض الصور لتوفير الوقت.
7. تستغرق الصور زمناً طويلاً في التحميل، ومن الخصائص التي تسهم في حل مشكلة زمن التحميل، التي تتوفر في نسق GIF هي خاصية التشابك، وتعني تقسيم ملف الصورة إلى مجموعتين من الشرائط، بحيث إذا قام الزائر بزيارة الموقع الذي يحتوي على هذا النسق من الصور، ستظهر المجموعة الأولى أثناء تحميل الصورة بشكل واضح، وبجودة عالية، يستفيد المستخدم بعد رؤية الملامح الرئيسية للصورة وبالتالي تقرير ما إذا كان سينتظر تحميلها.
8. استخدام صورة صغيرة كرابط لنفس الصورة الأصلية ذات الحجم الأكبر، لاختزال زمن تحميل الصور الاصلية الكبيرة، حيث أن الصور الصغيرة يتم تحميلها في زمن قياسي، وبهذا الأسلوب يتم ترك الخيار لمستخدمي الموقع، فإما أن يكتفي بالصورة الصغيرة أو مشاهدة الصورة الأكبر.

2. الألوان: يعد اللون أحد العوامل الأساسية المؤثرة في وضوح النص في وسائل العرض المختلفة وبالأخص شاشات الكمبيوتر، ويعد وضوح النصوص المعروضة على الشاشة عاملاً مهماً ومؤثراً على تفاعل الفرد مع المادة المعروضة، ويعد تباين الألوان عاملاً مهماً جداً في النصوص المعروضة على الشاشة، فالتباين المنخفض يتعب القراء؛ لذا لا ينصح بدمج الألوان التي لها نفس النهاية الطيفية مثل الأزرق والأحمر؛ لأن ذلك يرهق العين بسبب تأثيرهما المختلف على العين،

وكذلك التباين الشديد بين ألوان النص والخلفية، مثل النص الأبيض على خلفية سوداء، يجذب الانتباه، ولكن استخدامها بكثرة يقلل الانقرائية[1].

ويقصد **باللون:** الاستجابة السيكولوجية للمدركات؛ فهو إحساس وليس مادة، يتكون من رد الفعل الفيزيائي للعين والتفسير الأوتوماتيكي لاستجابة العقل لخصائص طول موجات الضوء عند مستوى وضوح معين[2].

ويرى بعض الباحثين* أن الألوان على الإنترنت عموماً، تنقسم إلى: **الألوان الأمامية**، وهي التي تستخدم في الخطوط، والحدود، والوحدات، والصور، والرسوم، والجداول، ونحوها، **والألوان الخلفية**، التي تستخدم لتحقيق وظائف اتصالية معينة، تتمثل في إحداث آثار تقنية وملء الفراغ داخل الوحدات المستخدمة في التصميم، وآثار نفسية لدى المتلقي[3].

فمع ظهور الكمبيوتر تم الاعتماد على تقنية عالية للألوان وهي نمط RGB**، والذي يتكون من الألوان: الأحمر، والأخضر، والأزرق، ويمكن أن تمزج هذه الألوان مع بعضها لتكون ألواناً مغايرة، ويجب مراعاة أنه كلما زاد عدد الألوان زاد حجم الملف، مما يؤثر على سرعة التحميل، فعلى المصمم مراعاة ذلك عند التصميم[4]، حيث يتيح الكمبيوتر استخدام 256 درجة لونية لكل لونٍ من الألوان الأساسية المكونة للضوء المرئي، ويوجد عدد من هذه الألوان 216 لون، هي الألوان الآمنة الظهور على مواقع شبكة الإنترنت، وبقية الألوان ربما لا تظهر على المواقع الإلكترونية[5].

---

(1) وفاء الدسوقي، "انقرائية ووضوح وتفضيل النصوص العربية في صفحات الويب التعليمية: أثر تباين لون النص والخلفية"، **بحث مقدم لمؤتمر الثالث لكلية التربية النوعية** بعنوان "تطوير التعليم النوعي في مصر والوطن العربي لمواجهة متطلبات سوق العمل في عصر العولمة "رؤى استراتيجية" (المنصورة: جامعة المنصورة: 2008) ص 410.

(2) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 139.

* اتفق الباحثون العرب في دراساتهم حول الصحف الإلكترونية وتصميمها على شبكة الإنترنت على أن الألوان نوعان، هما ألوان أمامية، وألوان خلفية، والباحثون، هم: بسنت العقباوي، حلمي محسب، ماجد تربان، محمد الشربيني، وصالح العنزي، ووفاء الدسوقي، مروة كمال الدين.

(3) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 184.

** يختلف نمط RGB عن النمط المستخدم بالصحافة المطبوعة، وهو CMYK والمكون من السيلاني والأرجواني، والأصفر والأسود.

(4) Powell, T. , *Web Design: The Complete Reference*, 2nd edition (Osborne\ McGraw-Hill: 2002) p. 479-482.

(5) مروة كمال الدين، **مرجع سابق**، ص 203.

استخدام الألوان بالصحافة الإلكترونية:

يعد استخدام الألوان في الصحافة الإلكترونية بمثابة البصمة المميزة لكل صحيفة، فالمستخدم يقوم بالربط البصري بين الألوان الموجودة على الصحيفة وتذكره للصحيفة من زاوية، وتذكره لموضوعاتها من زاوية أخرى، هذا علاوةً على ما تحققه الألوان من لفت انتباه المستخدم، وفصل بين الموضوعات، وإضفاء لمسة فنية[1].

تتعدد استخدامات الصحف الإلكترونية للألوان، ومن أكثرها استخداماً في النصوص؛ لتحقيق التباين بين الموضوعات الموجودة في الصحيفة، وإضفاء الجاذبية إلى الموضوع، وكذلك لتحقيق الوحدة والتوافق بين النصوص ومضمونها، والأرضيات؛ لخلق خلفية للنص التي تميزه عن غيره من الموضوعات، إضافةً إلى تحقيق التباين، والصور، حيث تضفي لمسة جمالية على الصفحة، وكذلك لجذب انتباه القارئ، والتعبير عن الواقع، والروابط التشعبية، لتمييزها عن باقي النصوص، وعادةً ما يستخدم اللون الأزرق لدلالة على وجود رابط تشعبي لهذه الكلمة، وأيضا في الحدود والفواصل، بهدف تحقيق التباين، مع عدم الإسراف في الاستخدام ومراعاة معايير لاستخدام الألوان.

معايير استخدام الألوان في الصحافة الإلكترونية:

على الرغم ما وفرته التقنيات الحديثة بالكمبيوتر، وإتاحة للمصمم الاختيار الدرجات اللونية المختلفة من الألوان، إلا أن هناك معايير على المصمم أن يراعيها عند اختيار الألوان، وهي[2]:

1) تجنب الألوان الصارخة، والدرجات الفاتحة جداً من الألوان.
2) تجنب تجاور الألوان المتعارضة، مثل: اللون الأخضر والأزرق؛ لأن العين البشرية لن تميز درجات تلك الألوان بشكل صحيح.
3) تجنب نقص التباين اللوني بمعني المحافظة على قدر من التباين بين الشكل والأرضية.

(1) كريمة توفيق، "انقرائية الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على صحف (مصر العربية– الشرق الأوسط– الرأي العام)"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، 2010) ص 395.

(2) ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 264.

4) تجنب الزيغ اللوني، مثل: استخدام الألوان البراقة جداً كالأزرق الصارخ، أو الأحمر الفاقع، وذلك حتي لا يؤثر على شبكية العين غير القادرة على التركيز في تفاصيل تلك الألوان.
5) تجنب حالات العمي اللوني عند توظيف اللون، والذي يحدث في حالة النظر إلى شاشة الكمبيوتر في الضوء المنخفض.

المبحث الرابع

العناصر البنائية الإلكترونية

هي العناصر التي اكتسبتها الصحافة الإلكترونية من الإنترنت، حيث وفر الإنترنت إمكانات وتقنيات ميزتها عن نظيرتها المطبوعة، من خلال تدعيم المواد التحريرية بالمواد السمعية والبصرية، إضافة إلى مشاركة المستخدم في العملية الصحفية، واتجاه الصحافة الإلكترونية إلى اللاخطية في العمل الصحفي بما أنه لا يوجد مسار معين على القراء اتباعه لقراءة موضوع صحفي معين، وإنما من خلال تقنية النص الفائق الذي مكن المستخدم الإبحار عبر الروابط للخوض في تفاصيل الأخبار والأحداث، وغيرها من التقنيات والإمكانات التي ساعدت في ظهور عناصر جديدة في الصحافة الإلكترونية.

وقسمت الباحثة العناصر الإلكترونية إلى ثلاثة أقسام، هي: الوسائط المتعددة، والنصوص الفائقة، وأخيراً العناصر التفاعلية، وفيما يلي عرض لتلك العناصر:

أولاً: الوسائط المتعددة Multimedia:

تمثل تقنيات الوسائط المتعددة أبرز مظاهر الثورة الرقمية، حيث أتاحت تقنيات الإنترنت تقديم المواد المقروءة، والمسموعة، والمرئية في آن واحد، ولعل هذه التقنية هي السر الذي دفع الإعلام التقليدي التوجه نحو النشر الإلكتروني، حيث إنها تخاطب جميع حواس الإنسان ومدركاته[1].

فقد ساعدت الوسائط المتعددة على إبراز كثير من المعاني التي تتضمنها المواد الإعلامية بشكل مناسب ووضوح أكبر، والوسائط المتعددة تعني التكامل بين أكثر من وسيلة للتعبير عن المعاني، مثل: استخدام النصوص المكتوبة، والصوت المسموع مع الصور الثابتة، أو المتحركة لتوصيل المضامين والأفكار[2].

(1) محمد فلحي، **النشر الإلكتروني: الطباعة والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة**، بدون طبعة (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006) ص 97.
(2) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 101.

وتتكون الوسائط المتعددة Multimedia من شقين، الأول: فهو الكلمة الانجليزية multi أي متعددة، أما الشق الثاني: فهو media أي الوسائط، ويركز المصطلح على النص مصحوباً بالصوت واللقطات الحية من فيديو وصورة وتأثيرات خاصة، مما يزيد من العرض، وبناءً على ذلك فإن التعددية تنطلق من الناحية الشكلية لتقديم المعلومات، التي تتكامل فيها أكثر من وسيلة، كاستخدام نص مكتوب مع الصوت المسموع مع الصورة الثابتة أو المتحركة[1].

وترى أمل خطاب أن الوسائط المتعددة هي إحدى وسائل التكنولوجيا الحديثة التي تساهم في تحقيق يسر القراءة، من خلال جمعها لمزايا وخصائص وسائل الاتصال الأخرى[2]، غير أن تشغيل مثل تلك الملفات بحاجة إلى مشغل قوى، وقدرات تخزينية عالية، وشاشة عالية الجودة، بالإضافة إلى السماعات[3]، كما أنها هي أكثر من تجميع لوسائل إعلامية متعددة، بل تحيل بالأحرى إلى اندماجها بفضل المعلومات[4].

ومن خلال ما سبق، فيمكن تعريف الوسائط المتعددة على أنها طريقة تقديم الموضوعات أو المعلومات من خلال المزج بين النصوص، والصور، والرسوم المتحركة، والصوت، والفيديو، مستعينةً بذلك ببرامج الكمبيوتر.

ولما تناولت الدراسة النصوص والصور كعناصر تقليدية، فإنها تعرض فيما يلي لباقي مكونات الوسائط المتعددة، وهي: الرسوم المتحركة، والصوت، والفيديو.

1. **الرسوم المتحركة:** هي أسلوب عمل حركة خادعة عن طريق استعراض سلسلة من الصور المختلفة التي تمر بسرعة فائقة، حيث تخدع العين عن طريق ما يُسمى بالخداع البصري Optical Elision[5]، وعليه فإن الرسوم المتحركة هي عبارة عن سلسلة من الصور أو

(1) حسنين شفيق، التصميم الجرافيكي في وسائل الإعلام والإنترنت، **مرجع سابق**، ص 227.
(2) أمل خطاب، **مرجع سابق**، ص 163.
(3) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 171.
(4) ميشال إنولا، **مرجع سابق**، ص 19.
(5) ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 264.

الرسوم الثابتة لمراحل متتالية من الحركة، وبعرضها بسرعة منتظمة على الشاشة وبالتوالي ينتج عنها الإيحاء بالحركة Animation [1].

والرسوم المتحركة هي مجموعة من رسوم ومخططات الذاكرة التي تعرض بعضها وراء البعض الآخر بشكل متتابع؛ لتعطي في النهاية إحساساً بتحرك الرسومات على الشاشة، وهي تعرض إما على موقع محدد من الشاشة أو تنطلق متحركة على أكثر من موقع فيها[2].

وتؤدي الرسوم المتحركة أدواراً كثيرةً في توسيع مساحة الصفحة، وتشغل حيزاً كبيراً في الناحية الفيزيائية، وتنقسم الرسوم المتحركة التي تعرضها الصحف الالكترونية إلى: رسوم متحركة من نوعية (GIF)، والرسوم المتحركة من نوعية (Macromedia Flash)، وحالياً 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[3].

وتنقسم الرسوم المتحركة من حيث استخدامها في الصحافة الإلكترونية إلى نوعين، هما[4]:

1. **الرسوم المتحركة الديناميكية:** وهي التي تتغير من عدد لأخر وفقاً لنوعية الموضوعات المنشورة في مواقع الصحيفة، وبصفة عامة تستخدمها الصحافة الإلكترونية لتحقيق ما يلي:

- عرض عناوين الأخبار والموضوعات في الصفحات الداخلية .
- عرض مجموعة من الصور المتتابعة حول حدث معين، مثل: استخدامها في عرض صور لاعبي كرة القدم الذين أحرزوا أهداف المباراة.
- عرض مجموعة من العناوين المهمة في صفحة البدء غير المرئية التي يصل إليها القارئ عن طريق تحريك الصفحة إلى أسفل .

(1) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 199.

(2) عباس حسن، **الصحفي الإلكتروني**، ط1 (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2012) ص 157-168.

(3) زيد سليمان، **مرجع سابق**، ص 47.

(4) انظر إلى:

- ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 265-266.
- بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 201- 204.
- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 60-61.
- مروة كمال الدين، **مرجع سابق**، ص 205- 206.

- من الضروري وضع ملفات الرسوم المتحركة داخل ملف خاص، مثل: ملفات الفيديو والصوت التي توضع على الصفحة الرئيسية حتى لا يؤثر ذلك على تركيز وانتباه المستخدم للمحتوى الإعلامي .

2. **الرسوم المتحركة الثابتة:** وهي الرسوم ثابتة في كل أعداد الصحيفة على الإنترنت، التي تميز شخصية الصحيفة، وتستخدم الصحف الإلكترونية هذا النوع في تحقيق بعض الأدوار التالية:

- تثبيت شخصية الصحيفة على الشبكة عن طريق تميز موقعها برسم معين يميزها عن غيرها من باقي الصحف والمواقع الموجودة على الشبكة .
- جذب انتباه القارئ للصحيفة .
- المساعدة على التذكر .
- خلق انطباع معين لدى القراء.

وتتعد تقنيات وبرمجيات صنع الرسوم المتحركة على الإنترنت، فهناك الكثير من لغات البرمجة والبرمجيات التطبيقية التي تتوفر للمصمم، وعلى الرغم من ذلك إلا أن أكثر هذه التقنيات استخداماً على الإنترنت، هما: تقنية الرسوم المتحركة GIF، تليها تقنية الرسوم المتحركة Shockwave Flash، التي تأخذ امتداد SWF، فيما يلي عرض لهذين النوعين[1]:

- **تقنية GIF:** تعتبر هذه التقنية بسيطة جداً، فملفات الصور الرقمية GIF معروفة من قبل كل متصفحات الإنترنت، وتمتاز بصغر حجمها الذي يتيح سرعة تحميلها، على الرغم من ذلك تبقي إمكانات هذه الطريقة محدودة، فهي تعد مناسبة للحركات البسيطة، وغير ملائمة للحركات المعقدة[2].
- **تقنية Shockwave Flash:** هي إحدى التقنيات التي أنتجتها شركة ماكروميديا macromedia ، وتتيح هذه التقنية طرق مبتكرة وغير تقليدية لإعداد العروض التفاعلية؛ لذا يُطلق عليها بالعرض التفاعلي؛ لأنها تُتيح تفاعل المشاهد معها، إذ بإمكان

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 117.

(2) عامر سعد، "إغناء صفحات الوب بالرسوم والصور المتحركة والأفلام، **مجلة المعلوماتية**، العدد 25، 2008، متوفر على الرابط:
http://www.infomag.news.sy/index.php?inc=issues/showarticle&issuenb=25&id=495
تاريخ: 16\ 4\2014.

المشاهد التنقل بين عناصر ومكونات العرض، وأن يقوم بإدخال المعلومات[1]، وتعد هذه التقنية الأكثر تعقيداً على الوب، والأكثر مناسبةً للمناظر الغنية بالحركة[2].

وهناك مجموعة من المحاذير التي يجب أن يراعيها المصمم في استخدام الرسوم المتحركة، منها: ألا يضع الرسوم المتحركة في منتصف الصفحة؛ لأن ذلك يؤثر على مجال الرؤية لدى المستخدم، ويجعله لا يتابع القراءة المستمرة للنص، نتيجة لإحساسه بالحركة، وكذلك وضع الرسوم المتحركة في المناطق التي تحظى بدرجة انتباه عالية في الصفحة، والرسوم المتحركة تُجبر المستخدم بها نتيجة لما تتضمنه من حركة[3].

2. الصوت: يُعرف من الناحية الفيزيائية على أنه تخلخل في الهواء ينتج عنه موجات، وهذه الموجات تدرك كصوت في أذن الإنسان[4]، ويعد الصوت وسيلة فعالة لتقديم المعلومات، فمن خلال التسجيل الصوتي يمكن للراوي التعبير عن الحدث بأسلوبه، بجانب كونه يعزز النص المقدم[5]، وتتنوع الأصوات التي توجد في الصفحة الالكترونية بين الصوت الرقمي Digital sound، الذي يعبر عن المضمون الإعلامي المقدم سواء خبر أو حديث أو تحقيق صحفي، والموسيقى Music ، والمؤثرات الصوتية Sound Effect[6].

ويستفيد المصمم من الصوت في تقديم قناة منفصلة عن العرض، ويستخدم لتقديم لمحة عن مكان الحدث في نفس الوقت الذي تقدم فيه الصورة ومن خلال المؤثرات الصوتية يمكن خلق جو نفسي يجعل المستخدم يتفاعل مع الرسالة الإعلامية المقدمة[7]، وللصوت جوانب متعددة لابد من مراعاتها عند التسجيلات الصوتية Sound Record، والموسيقي التصويرية والخلفية Music

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 118.

(2) عامر سعد، **مرجع سابق**.

(3) ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 266.

(4) **المرجع السابق نفسه**، ص 267.

(5) Lynch, P. & Horton, S. , Op. Cit. chapter 12 Multimedia, available at: http://webstyleguide.com/wsg3/12-multimedia/2-web-multimedia-strategies.html

(6) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 61.

(7) زيد سليمان، **مرجع سابق**، ص 47.

backward، والمؤثرات الصوتية Sound Effect، وللصوت أخصائي للقيام بدور تسجيل وترقيم السرد الصوتي[1].

وأما أنواع الملفات الصوتية المستخدمة في الصحف والمواقع الالكترونية، فتنقسم إلى[2]:

أ- **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 من أهم وسائل الاتصال التي يجدها المستخدم على الموقع الإلكتروني للصحيفة.

ب- **الموسيقىMusic** : تعد الموسيقى من أهم العناصر الصوتية في الصفحات الإلكترونية، فهي تخلق القيمة وتعزز وتحسن العملية التفاعلية وتعمل على جذب الانتباه، وتخلق الانفعال، وعادةً 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 أو الاغتيالات؛ لتؤكد المعنى المراد توصيله لدى القارئ.

ج- **المؤثرات الصوتية Sound Effects** : ويقصد به الصوت الذي يصدره الجهاز لمحاكاة صوت أخر 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 وجميلة أمام الطفل.

(1) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 207-208.

(2) انظر إلى:
- بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 209-210.
- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 63.

وتوجد مجموعة إرشادات لتوظيف الصوت داخل الصحيفة الإلكترونية، منها: أن يكون الصوت متسقاً مع الوظيفة المصاحبة لها، وعدم الإسراف في استخدام الملفات الصوتية، مع تمكين المستخدم من التحكم في إلغاء الرسائل اللفظية، تجنب استخدام ألحان متقاربة؛ حتي لا يختلط معناها على المستخدم[1].

3. **لقطات الفيديو**: تعد من أقوى وسائل الوسائط المتعددة تأثيراً في العملية التفاعلية؛ إذ تحتوي على كل العناصر من النص، والصورة، والصوت، فضلاً عن الحركة[2]، وعلى الرغم من قوة تأثيرها إلا أنها الأكثر تحدياً من ضمن الوسائط المتعددة، والسبب يرجع إلى حجمها الهائل، فالفيديو ذات جودة العالية يتطلب 27 ميغا بايت من مساحة التخزين، أي أنها تمتاز بحجمها الكبير، الذي يؤثر على زمن التحميل، خاصةً في ظل بطء الاتصال[3].

وتجسد ملفات الفيديو الأحداث، حيث تتبع أهميتها من أنها تجعل المشاهد يتعايش مع الحدث وكأنه من مفرداته[4]، علاوةً على ذلك تعد ملفات الفيديو من أشكال التفاعلية، حيث بدأت المواقع الإخبارية بدمج مواد الفيديو مع الروابط المضافة إلى الأخبار ذات العلاقة بالحدث، ما خلق تجربة متقدمة على الطريقة التقليدية للبث التلفزيوني، يطلق عليها البث التفاعلي Interactive Web Casting، حيث يتم معالجة المادة المصورة تلفزيونياً بتضمين النص وبعض النقاط الحية والوصلات في الفيديو التي تمكن المشاهد من التنقل داخلها أو عبرها إلى أجزاء أخرى[5].

ويقدم الفيديو في المواقع الإلكترونية والصحف الإلكترونية بإحدى طريقتين؛ الأولى: بدمجه داخل صفحة الويب، ويتم تحميله تلقائياً، ومشاهدته مباشرة، والطريقة الثانية: إضافة رابط لتحميل الفيديو، بحيث يصبح للمستخدم حرية الاختيار والتحكم في عرضه[6].

(1) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 208-209.

(2) عباس حسن، **مرجع سابق**، ص 158.

(3) Lynch, P. & Horton, S. , Op. Cit. chapter 12 Multimedia, available at: http://webstyleguide.com/wsg3/12-multimedia/2-web-multimedia-strategies.html

(4) ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 268.

(5) عباس صادق، **مرجع سابق**، ص 15

(6) محمد الشربيني، **مرجع سابق**، ص 179.

وهناك مجموعة من الضوابط الواجب مراعاتها عند إعداد الوسائط المتعددة، وهي[1]:

1. يجب استخدام الوسائط المتعددة لاستثارة عاطفة ما، وللحفاظ على بقاء المستخدم على موقع الصحيفة الالكترونية.
2. يجب استخدام الصوت لخلق جو نفسي معين، مع إتاحة الفرصة أمام المستخدم لاختيار نمط الصوت كلما كان ذلك ممكناً.
3. يجب أن تكون ملفات الفيديو قليلة الحجم حتى تحمل بسرعة.
4. يجب أن تقدم الموضوعات النادرة وغير المتكررة ، او تلك التي لها مسحة تاريخية يندر تواجدها.
5. يجب أن تكون ملفات الفيديو ذات جودة مرئية ولا يكون وضوحها مشوشاً.

يتضح مما سبق أن الوسائط المتعددة حققت للصحافة الإلكترونية عديداً من الأدوار والوظائف، هي[2]:

1. التحرر من أسر التنظيم الخطي linearity ؛ مما يعطي القارئ حرية تامة في اختيار مسار رحلة قراءته، حيث يمكن أن يتنقل من عرض النصوص إلى الأشكال والصور إلى الصوت والصور الحية وإلى نماذج المحاكاة ليتفاعل معها .
2. إمكانية عرض الموضوع من جميع جوانبه أمام القارئ في شكل script يحتوى على النص والصوت والحركة.
3. تحقق الوسائط المتعددة للقارئ التفاعلية.
4. تحقق الواقعية من خلال عرض الحدث أمام عين المشاهد لحظة وقوعه.
5. ربط المتصفح للإنترنت بالصحيفة من خلال الاستحواذ على مدركاته السمعية والبصرية.

---

(1) انظر إلى:
- شريف اللبان، **مرجع سابق**، ص 182.
- ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 269-270

(2) انظر إلى:
- ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 266-267.
- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 65.
- مروة كمال الدين، **مرجع سابق**، ص 206-207.

6. خلق العالم اللاواقعي عن طريق تقديم مجموعة من اللقطات الخيالية التي تحقق للمشاهد نوعاً من التسلية والمتعة والهروب من الواقع.
7. تحقق التكاملية مع بقية العناصر التيبوغرافية في تقديم الحدث بالإضافة إلى ذلك، فيمكن أن تحقق التوازن والوحدة على الصفحة الالكترونية.

ثانياً: النص الفائق Hypertext:

يعد من أهم خصائص الإنترنت التي وفرتها للصحافة الإلكترونية وأكثرها إثارةً، وتقوم على ربط المواد المختلفة ببعضها البعض، حيث تحتوي صفحات الويب على مجموعة من الروابط التي تتيح للمستخدم استعراض الصور أو تشغيل ملفات الصوت أو الفيديو، أو الانتقال إلى صفحات أخرى على الإنترنت[1].

وتُوصف النصوص التشعبية كأحد أشكال التفاعلية غير الخطية، من خلال ربط الكلمات بقواعد من البيانات المتوفرة على شبكة الإنترنت عبر النقر بالماوس، وهذه التقنية تعمل على طمس وإلغاء فكرة النص الخطي، والسماح للقارئ بمزيد من الحرية واختيار مسار القراءة للمحتوي الإعلامي[2]، فالنص الفائق الذي يمتاز بتدفق الأخبار والمعلومات، والربط بينها يشبه عمل ذاكرة البشر في طريقة التفكير وتسهيل معالجة المعلومات[3].

ويعرف البعض النص الفائق بأنه نوع من عمليات نسيج النصوص مثلما يتم نسج النسيج، ويعني بهذا جملة النص أي عمل مكتوب، فهي تشمل بالإضافة إلى الحروف، والأرقام، والرسوم التوضيحية والفنية، والصور الفوتوغرافية[4].

---

(1) بد سميث وآرثر بيباك، **مرجع سابق**، ص 15

(2) Canavilhas, J. ,*Hypertext Newswriting Effects on Satisfaction, Comprehension and attitudes*, available at: https://online.journalism.utexas.edu/2008/papers/Canavilhas.pdf, retrieved at: 20\4\2014.

(3) Opgenhaffen, M., "Multimedia, Interactivity, and Hypertext in Online News: Effect on News Processing and Objective and Subjective Knowledge, *Unpublished Doctor Thesis in Social Sciences* (Catholic University of Leuven: 2009) available at: http://lirias.lessius.eu/bitstream/123456789/4387/1/PhD_archive.pdf, p.p. 44-45.

(4) محمد الشريني، **مرجع سابق**، ص 166-167.

فيشير النص التشعبي Hypertext إلى نوعية خاصة من النصوص التي يتم تزويدها بروابط من شأنها إتاحة الفرصة للمستخدم للانتقال إلى أجزاء نصية أخرى غير تلك التي يستعرضها، سواء ما إذا كانت هذه الأجزاء في نفس الموقع أو المواقع الأخرى[1]، فباختصار النص الفائق هو اتصال مباشر بين أجزاء من النص بنصوص أخرى، وتكون عبارة عن روابط إلكترونية مرتبطة مع بعضها عبر العقد nodes، وتوفر مسارات متعددة لنصوص، وغالباً ما يتم الجمع بين النص الفائق مع الوسائط المتعددة لتشكل الوسائط الفائقة، بحيث يتضمن محتوى الوسائط الفائقة وسائط متعددة، مثل: الصور، والرسوم، ومقاطع الصوت والفيديو[2].

وهذا يدفع للتفريق بين النص الفائق hypertext والوسائط الفائقة hypermedia، فالنص الفائق مع الوسائط المتعددة multimedia – النص، الرسوم المتحركة، الصوت، الفيديو، الصور– يطلق عليها بالوسائط الفائقة، في حين النص الفائق hypertext فإنه يرتبط بالنص فقط، وعليه فإن مصطلح وسائط فائقة يتضمن النص الفائق[3].

وجاء فكرة النص الفائق عام 1945 من خلال مقال يحمل عنوان As We May Think، لعالم فانيفار بوش Vannevar Bush ، الذي حاول تقديم تصور لوسيلة تعمل بنظام غير خطي للنصوص؛ بهدف تنظيم المعلومات وتمكين الباحثين من استعادتها بسهولة، خاصةً في ظل الكم الهائل من المعلومات، ومن خلالها يمكن الربط بين المستندات والمعلومات، وأطلق على الأداة اسم memex، ويعد بمثابة مكتبة تفاعلية وامتداد لذاكرة الإنسان، فمن خلاله يمكن تخزين المعلومات والأفكار في ظل بيئة تكنولوجيا الميكروفيلم، مع إقامة وصلات بين المستندات، لإتاحة الفرصة للانتقال من مستند لأخر، تماماً كالطريقة التي يفكر بها الناس التي تعتمد على استدعاء المعلومات والأفكار[4].

---

(1) حسنين شفيق، التصميم الجرافيكي في وسائل الإعلام والإنترنت، **مرجع سابق**، ص 234.

(2) Canavilhas, J., Op. Cit.

(3) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 95.

(4) انظر إلى:

- حسنين شفيق، التصميم الجرافيكي في وسائل الإعلام والإنترنت، **مرجع سابق**، ص 234-235.
- ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، 371.
- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 40.

وأول استخدام لمصطلح النص الفائق hypertext يعود إلى ثيودور نيلسون Theodor Nelson، ودوغلاس انجلبرت Douglas Engelbart عام 1960، مستعينين بأنظمة الكمبيوتر ومعالجة النصوص في إنشاء نظام Xanadu، الذي يمكنه تنظيم المعلومات لتعكس بنيتها الحقيقية، وهو قريب جداً من نظام memex الذي قدمه Bush، حيث عرف النص الفائق على أنه أسلوب في الكتابة غير الخطية، ولكن الفكرة الأساسية المميزة له هو احتوائه على إحالات مرجعية Cross Reference، واستخدام التكشيف المترابط Associative Indexing في تصميمه[1].

وفي عام 1987م ظهر أول نظام نص فائق على المستوى التجاري، ويعمل على الأجهزة الشخصية المتوافقة مع IBM، أطلق عليه مسمي الروابط الفائقة والذي استخدم فيه نص فقط، وفي نفس العام ظهر برنامج هايبركارد HyperCard، الذي ساهم في نشر تطبيقات النص الفائق والوسائط الفائقة بعد ذلك على أجهزة الماكنتوش[2].

ومن خلال النصوص الفائقة يمكن للمستخدم التجول بأنحاء موقع الصحيفة الإلكترونية، والاطلاع على كافة وجهات النظر المتعلقة بموضوع معين من خلال الروابط التي توفرها، سواء كانت تلك الروابط داخل الموقع أو لمواقع أخرى، ومن خلالها تستطيع الصحيفة الإلكترونية تطوير قصة بشكل جيد ونشر وثائق المصادر والمعلومات الخلفية باستخدام النصوص الفائقة، ومن أهم مقومات الروابط الفائقة، هو: الاعتماد على قاعدة معلومات تسمح لقارئ الصحيفة الإلكترونية بالتعمق ما رواء النص الأصلي[3].

وتتبع أهمية النصوص الفائقة، التي باتت تمثل أحد خصائص الصحافة الإلكترونية وتميزها عن التقليدية، من خلال عاملين رئيسين، هما: الأول، هو أن جمهور الإنترنت يفضل السرعة في

– Berger, S., Breaking Up News.. An Investment in the Online Newspaper's Future? Effects of Linear and Nonlinear Hypertext Formats on Users' Recall, Reading, Satisfaction, and Perceived Story Credibility, *Unpublished Master Thesis of Arts in Mass Communication* (University of Florida: The Graduate School:2001). P. p. 8-9.

(1) Berger, S., Op. Cit., p.9.

(2) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 212.

(3) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 33.

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 شكلاً من أشكال التفاعلية Interactivity، وعلى الرغم من أن Deuze يعتبرها الشكل الابتدائي من أشكال التفاعلية، إلا أنها في النهاية تحقق تفاعلاً بين مصدر أو منتج الخبر وبين المستخدم، الذي يصبح مشاركاً فيه، من خلال انتقاله إلى معلومات أخرى سواء داخل الصحيفة ذاتها أو في مواقع أخرى[1].

مما سبق يمكن تعريف النص الفائق على أنه عبارة عن كلمة أو مجموعة من الكلمات الموجودة بالموضوع، ومن خلال النقر عليها يتم إحالة المستخدم لصفحة أخرى قد تكون بنفس الموقع أو في مواقع أخرى، وتهدف النصوص الفائقة بالدرجة الأولى إلى تزويد المستخدم أو القارئ بالمعلومات التفصيلية أو الخلفية عن الموضوع بأشكاله المختلفة.

وتعتمد بنية النص الفائق في الصحف الإلكترونية على تقسيم المعلومات إلى قوائم متماسكة تركز كل واحدة على موضوع واحد، والمبدأ هنا أن تسمح للقارئ باختيار الموضوعات التي تهمه ليقوم بقراءتها أو تحميلها من الموقع، ويقدم الموضوع الصحفي المكتوب على قاعدة الهرم المقلوب الذي يبدأ بملخص قصير حتى يمكن للمستخدم معرفة المحتوى حتى إذا لم يقرأ الصفحة بكاملها، ولجعل النص قصيراً بدون التضحية بعمق التفاصيل يتم تقسيم المعلومات إلى عقد متعددة متصلة بوصلات النص التشعبي التي تؤدي إلى التفاصيل، بينما تكون الصفحات الأولى مختصرة ومباشرة، ويمكن تحريك التفاصيل والخلفيات إلى صفحات ثانوية يتم الوصول إليها بواسطة وصلة تشعبية[2].

وعليه فإن بنية النص الفائق تتكون من عنصرين أساسيين، هما: العقد Nodes، التي تحتوي على النص أو الصوت أو صورة أو فيديو، بجانب قاعدة بيانات معلوماتية التي تزود القارئ بالمزيد عن الحدث، ولكن عند تناولها بنوع من التفصيل، نلاحظ التداخل بين ثلاثة علوم أساسية لكلاً منها خصوصيته، وهذه العلوم هي: علم المكتبات، وعلم تكنولوجيا المعلومات، وأخيراً علم الاتصال

(1) جاسم جابر، **مرجع سابق**، ص 397.
(2) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 41.

والإعلام، فكلاً منها يقسم البنية بناءً على طبيعته ومتطلبات تخصصه، ففي تكنولوجيا المعلومات يكون تناول البنية بشكل معمق ومفصل، حيث يتم تناول كل مكون من مكونات النص الفائق على حدة وتفصيله، فمثلاً يتم تقسيم العقد بناءً على التصميم، والربط، والغرض، المضمون، وكلٌ منها له تفريعاته الخاصة، أما في المكتبات فالحال يختلف فيعتمد عليها كأساس مهم في عملية البحث والاسترجاع، أما في الاتصال والإعلام فهي مرتبطة بآلية الربط وشكلها، فتقسمها بسنت العقباوي إلى ثلاثة أشكال، هي[1]:

1. **التنظيم الشبكي للنص الفائق Network Hypertext Organization**: وفيه ينظم الكاتب المادة الإعلامية في شكل صفحات تحتوي على مفاهيم أو مصطلحات، ويقوم ربطها بصفحات أخرى مرتبطة بها دونما علاقة تنظيمية محددة (قبل أو بعد)، وطالما أن القارئ يتفاعل مع عناصر المعلومات؛ فإنه سيستمر في الإبحار، وجانب القوة في هذا التنظيم: أن نوع الروابط التي تربط بين عناصر المعلومات ليست مجرد روابط علاقية، بل روابط تبنى على أساس دلالي.
2. **التنظيم الهرمي Hierarchical hypertext**: قد يأخذ بناء نظام النص الفائق شكل قائمة المحتويات التي ترتب فيها جميع المعلومات بشكل هرمي، ويكفى للمستخدم للانتقال من صفحة إلى أخرى النقر بالفارة (الماوس) على عنوان الموضوع والروابط، هنا تبنى على أساس بنائي وليس على أساس دلالي، وللبناء الهرمي سببان تدعو إلى استخدامه من قبل معدى البرامج هما:

- أنه أقرب ما يكون إلى الأصول المكتوبة التي يجدها القارئ ضمن الصحف التقليدية المطبوعة.
- أن هذا التنظيم يدعم عملية الإبحار، فالمستخدم لهذا النموذج يعرف النقطة التالية التي يجب أن يذهب إليها، والنقاط التي سبق وأن مر بها .

إلا أن من عيوب هذا التنظيم أن عملية الربط بين المفاهيم تكون ضعيفة حيث أنها تسير في اتجاه واحد.

(1) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 215-218.

3. **الجمع بين التنظيم الشبكي والهرمي:** وهو الاتجاه المستخدم في أغلب الصحف الإلكترونية الأجنبية التي تعتمد على توظيف الوسائط المتعددة، حيث يوجد البناء الهرمي بالتوازي مع البناء الشبكي المبنى على الدلالات، وهذا التنظيم هو الأنسب في البرمجة غير الخطية للصحف الإلكترونية، وفي هذا التنظيم نجد في الصفحة الرئيسية للصحيفة قائمة محتويات كما في التنظيم الهرمي، ولكن في نفس الوقت نربط الموضوعات في صفحات الصحيفة بروابط دلالية كما في التنظيم الشبكي.

يتضح من ما سبق، أن النص الفائق أو التشعبي في الصحف الإلكترونية ينقسم إلى ثلاثة أشكال: الهرمي والشبكي والجمع بينهما، ويمكن من خلاله الانتقال عبر الأجزاء أو بين الصفحات داخل الموقع في شبكة الإنترنت، وعلى المخرج أن يستفيد من تلك الأشكال في ربط المعلومات وإيجاد روابط ووصلات بينها لتسهيل الحصول على معلومات جديدة تفصيلية عن الأحداث والموضوعات المقدمة.

وهذا التقسيم لبنية النصوص التشعبية أدى إلى تعدد استراتيجيات القراءة وتفرعت إلى قسمين، هما:

القسم الأول: التعقب Browsing: تعتمد هذه الطريقة على أن الروابط Links الموجودة في الصفحات الإلكترونية، قد تنقل المستخدم إلى أجزاء داخل نفس الملف أو ملف آخر داخل نفس الكمبيوتر أو قد تنقل المستخدم إلى خدمات أخرى على شبكة الإنترنت، مثل: عناوين *FTP [1].

القسم الثاني: الملاحة Navigation : ويعد الإبحار من أساسيات الموقع، ويجب التركيز على عناصر الصفحة التي يمكن أن تساعد المستخدم في التنقل الحر بين أبواب الموقع؛ للحصول على المعلومات التي يريدها، وتتمثل عناصر الإبحار في: عناوين الصفحة، شرائط الإبحار، خرائط الموقع، والفهارس، وقائمة المحتويات، ووسائل إبحار أخرى تزيد من فرصة المستخدم لكي يتمكن من الوصول إلى المعلومات التي يبحث عنها[2].

* FTP: اختصار لمصطلح (File Transfer protocol)، والمقصود به بروتوكول نقل الملفات وهي لغة للتفاهم بين أجهزة الكمبيوتر لاستدعاء أحد الملفات.

(1) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 41.

(2) محمد الشربيني، **مرجع سابق**، ص 179-180.

وتتنوع أدوات ووسائل الإبحار التي تشمل أزرار، والكلمات النشطة، والأيقونات، والقوائم، ومحركات البحث، والخرائط، وفيما يلي عرض لهذه الأدوات.

1. **القوائم Menus:** تستخدم القوائم في توضيح تبويب الصحيفة، حيث يمكن اختيار أدوات التجول وآليات التعامل مع المادة من خلال نظام القوائم[1]، وتحتاج المواقع إلى قوائم؛ لأن مظهر والشعور مختلف من موقع لآخر، فإن المستخدم غالباً لا يجد نموذج تجول مألوف، لذا على المصمم أن يتأكد من إدراك المستخدم الأدوات التي يتيحها المصمم كمساعدات للتجول، وتقديمها في أسلوب منطقي جذاب[2].

وتنقسم القوائم المستخدمة في الصحف الإلكترونية إلى ما يلي:

(أ) **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[3]، 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[4].

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، **والقوائم الرأسية**، تأخذ القائمة الشكل الرأسي في تقديم أقسام الصحيفة وأبوابها الثابتة[5]، ومن حيث الحركة، تنقسم إلى: **قوائم مختفية**، وهي التي لا تظهر على الشاشة سوى جزء يسير يتفاعل معه المستخدم بالماوس عن

(1) ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 205

(2) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 164.

(3) زيد سليمان، **مرجع سابق**، ص 46.

(4) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 318.

(5) **المرجع السابق نفسه**، ص 319-320.

طريق إيقاف الماوس عليه، **وقوائم عائمة**، وهي التي تتحرك مع المستخدم عندما يسحب الصفحة إلى الأسفل، وقد تكون ظاهرة أو مخفية[1].

(ب) **القوائم المنسدلة Dropdown Menus:** يقصد بها القوائم التي لها شكل رأسي ثابت، ولا يطرأ عليها أي تغيير نتيجة تفاعل المستخدم معها سوى انسدال القائمة لأسفل[2]، وتلجأ الصحف الإلكترونية لاستخدامها لحصر مجموعة من الخيارات في مساحة صغيرة، فهي لا تشغل حيزاً كبيراً من مساحة الصفحة، حيث تكون الخيارات مخفية ويقوم المستخدم بتنشيطها وفور وضع المؤشر عليها[3].

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[4]، وعلى الرغم من ذلك إلا أنه لها عيبين، هما: عدم رؤية كافة العناصر دفعةً واحدة، وأن على المستخدم تحريك المؤشر فوق العنصر لتنشيط القائمة قبل مشاهدتها، وقد لا يعرف بعض المستخدمين ذلك[5].

(ت) **قوائم القفز Jump Menu:** عبارة عن قوائم ثابتة لا تظهر خيارات أمام المستخدم بمجرد التأشير عليها بالماوس، وإنما يتغير لونها أو تظهر بحركة خفيفة نشطة بمجرد التأشير عليها بالماوس، 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 للأخبار الرياضة وهكذا[6].

(1) زيد سليمان، **مرجع سابق**، ص 46.

(2) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 322.

(3) Lynch, P. & Horton, S. , Op. Cit. chapter 6 "Page Structure", available at: http://webstyleguide.com/wsg3/6-page-structure/4-page-templates.html

(4) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 45.

(5) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 165.

(6) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 44.

2. **خريطة الموقع Website Mapping:** يتم وضع خريطة توضح الأبواب الرئيسة للجريدة في صفحة الاستقبال، كما يتم أيضا وضع الخريطة لعناوين الأخبار الرئيسة في كل باب من الأبواب، وتظهر أهمية هذه الخرائط في توضيح المسارات التي توصل القارئ إلى المادة الصحفية التي يريد قراءتها[1]، وتعطي للمستخدم نظرة شاملة من صفحة واحدة لبناء الموقع، وغالباً ما تُقدم في صورة تخطيط هرمي لبناء الموقع، موفرة روابط لكل الأقسام[2].
3. **محرك البحث Search Engine:** يمثل وجود وسيلة للبحث عن المعلومات في المواقع الإلكترونية أهمية قصوى للحصول على الأخبار والمعلومات المختلفة بسرعة، وقد استفادت مواقع الصحف من التطورات التكنولوجية التي أتاحت نقل المادة الصحفية في نمط النص الفائق، وأدخلت خدمات البحث لمستخدميها داخل الموقع أو داخل شبكة الإنترنت[3]، سيتم تناول محركات البحث بشيء من التفصيل "العناصر التفاعلية".
4. **الكلمات النشطة Hot words** :عبارة عن كلمات أو أجزاء معينة في الصفحة أو الشاشة قد تكون صورة أو جزءاً من صورة، هذه الكلمة أو الجزء أو النقطة تسمى نقطة ساخنة أو نشطة، حيث تكون على هيئة رابط Link، عند النقر عليه يتم الإبحار إلى شاشة أخرى أو مجموعة شاشات مرتبطة بتلك الكلمة أو الصورة، وغالباً ما تأخذ هذه النقطة الساخنة لوناً مخالفاً للون النص الموجود على الشاشة، كما أن مؤشر الماوس يتحول عند الاقتراب من تلك الكلمة النشطة، وهو دليل على أنها رابط يمكن الإبحار من خلاله إلى شاشات أو روابط وعقد أخرى، وفى هذه الحالة يمكن القول بأن هناك ضرورة لوجود أزرار التالي والسابق كأدوات مساعدة للعودة إلى الشاشات السابقة التي تم الانطلاق منها[4].

أنواع النص الفائق:

اختلف الباحثون والعلماء في تقسيم النص الفائق، ويرجع ذلك لاختلاف تخصصاتهم، ورؤيتهم لطبيعة النص الفائق هل هو شكل أم مضمون؟، وكيفية التعاطي معه، وهذه إشكالية

(1) ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 205-206.
(2) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 170.
(3) أمل خطاب، **مرجع سابق**، 147.
(4) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 45.

يصعب التوحد حولها، ولكن يمكن اعتباره كليهما شكلاً ومضموناً، ويكون ذلك وفقاً لأهداف الدراسة، وهنا تم التعامل مع النص الفائق كشكل يتعلق بعملية إخراج وتصميم الصحف الإلكترونية، وعلى الرغم من ذلك اختلف الباحثون في إخراج وتصميم الصحف الإلكترونية في أنواعه، فالبعض يقسمه إلى نوعين فقط، وآخر إلى ثلاثة أنواع، وآخرون يقسمونه إلى خمسة أنواع، وفيما يلي نورد تقسيم حلمي محسب، الذي قسم النص الفائق إلى خمسة أنواع، وهي كالتالي[1]:

1. **النص الفائق الداخلي Internal Hypertext**، هو الذي يحيل القارئ إلى الصفحات الداخلية من نفس الموقع بناءً على العناوين المقدمة أمامه، وهذا النوع منتشر في كل الصحف الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت، وتستخدمه الصحف الإلكترونية في عرض العناوين التي سبق وطرحتها في صفحتها الرئيسية.
2. **النص الفائق الخارجي External Hypertext**، هو الذي يحيل القارئ إلى مواقع أخرى غير موقع الصحيفة، لكي يستزيد القارئ من المعلومات حول حدث معين، إلا أنه يعيب هذا النوع إمكانية ترك القارئ لموقع الصحيفة الأصلي وعدم العودة له نتيجة دخوله موقعاً آخر في الوقت الذي يترك لدى القارئ انطباعاً إيجابياً عن الصحيفة التي توفر له الروابط التي يريدها.
3. **النص الفائق المحلي Home Hypertext**، هو النص الذي يسمح للقارئ بالتنقل داخل الصفحة نفسها، وهناك نوعان من الروابط المحلية، أحدهما يستخدم في الصفحة الرئيسية، ويسمح للقارئ بالتنقل داخل أرجاء الصفحة، وتلجأ الصحيفة عادةً لهذا النوع لعرض أكبر قدر من المعلومات والأخبار في صفحتها الرئيسية، ويكون التنقل هنا لأعلى أو لأسفل، والنوع الآخر يستخدم في الصفحات الداخلية ليجعل القارئ يتنقل بين ثنايا الخبر أو القصص الإخبارية.
4. **النص الفائق والقوى الفاعلة Hypertext & Power Factor**، وهو الذي يحيل القارئ إلى قوي فاعلة في النص، مثل: الشخصيات العامة من السياسيين والكتاب والفنانين و.. إلخ، ويفيد هذا النص الفائق القارئ في توثيق علاقته بالقوى الفاعلة من ناحية،

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 108-110.

والاستزادة من معلوماتهم حول أحد الأخبار المهمة من ناحية أخرى، في حين يفيد الصحيفة في إبراز تميزها والتأكيد على قدرتها في ربط القارئ بالشخصيات التي يحبها من ناحية أخرى، ويتم هذا الربط من خلال تقديم مواقع القوى الفاعلة على شبكة الإنترنت أو من خلال البريد الإلكتروني.

5. **النص الفائق والقائم بالاتصال Hypertext & Communicator**، من خلال خلق أداة اتصال بين القائم بالاتصال والمتلقي عبر النص، ويفيد هذا النوع في تدعيم الصلة بين الطرفين.

وبعد استعراض أنواع النص الفائق وفقاً لحلمي محسب الذي شمل التقسيمات الأخرى للباحثين، فحصرها مارك ديوزي Deuze في نوعين فقط، هما: النص الفائق الداخلي والنص الفائق الخارجي[1]، في حين قسمها فوزي خلاف إلى ثلاثة أنواع، هي: النص الفائق الداخلي، والنص الفائق الخارجي، والنص الفائق المحلي[2]، وإن اختلف تعريفهما مع حلمي محسب، بينما يُقسم محمد الشربيني أنواع الوصلات التشعبية إلى ثلاثة أشكال، هي: الوصلات التشعبية المباشرة، ويكون ذلك من خلال العنوان، ووصلات تشعبية محلية، ويقصد بها الانتقال إلى ارتباطات داخل الموقع نفسه، وأخيراً وصلات تشعبية للصور، ويتم ذلك من خلال النقر على الصور لتنقل المستخدم إلى المعلومات[3].

وترى الباحثة أن النص الفائق يمكن تقسيمه إلى نوعين، هما النص الفائق الداخلي، الذي يحيل القارئ إلى موضوعات موجودة على نفس الموقع، والنص الفائق الخارجي، الذي يحيل القارئ إلى موضوعات موجودة على مواقع أخرى خلافاً لموقع الصحيفة، في حين ترى الباحثة أن النص الفائق الداخلي، والذي يحيل القارئ للمعلومات على نفس الصفحة، لا يتواجد إلا في حال الصفحات الإخبارية الطويلة، التي تحرص للبقاء المستخدم بالموقع، وعليه ستقصر الدراسة على دراسة ثلاث أنواع من النصوص الفائقة، هما: النص الفائق الخارجي، والنص الفائق الداخلي، والنص الفائق المحلي.

---

(1) Deuze, M., Op. Cit.

(2) نقلاً عن: بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 213-214.

(3) محمد الشربيني، **مرجع سابق**، ص 178.

ثالثاً: العناصر التفاعلية Interactive Elements:

قدمت الصحافة الإلكترونية نمطاً حديثاً من أشكال الاتصال، وهو الاتصال الثنائي الاتجاه، أو ما سمي بالاتصال التفاعلي، الذي يعتمد على رجع الصدىFeedback من المستقبل إلى المرسل؛ ومن أهم سماتها التفاعلية التي تركز على تلبية حاجات الأفراد المتلقين حسب اهتماماتهم وتفضيلاتهم التي يرصدها القائم بالاتصال من خلال رجع الصدى، وإتاحة المشاركة النشطة للمتلقي في عملية خلق محتوى وسيلة الاتصال التي يرغب في التعرض لها[1].

فالتفاعلية هي العلامة الفارقة بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية، ويعرف قاموس أكسفورد التفاعلية بأنها عمل متبادل، ولكن في الواقع هي أكثر تعقيداً، حيث تستند عملية التفاعل على إرسال رسالة من المرسل فيتم بعد ذلك اتخاذ إجراءات بشأنها من قبل المتلقي، والتفاعلية وفقاً ل Rafaeli تعتمد على رد الفعل التي تعد جزءاً من العملية الاتصالية، وتعطي الأفراد الشعور بالانتماء لشبكة الإنترنت[2].

(1) محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت**، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 2007) ص 57-60.

(2) Pedersen, B., A Study of the Concept of Interactivity As It Applies to Online Newspaper, *Unpublished Master Thesis of Science in Journalism* (West Virginia University: Perley Isaac Reed School of Journalism: 2006) p 9.

يحدد Rafaeli ثلاثة مستويات توضح التدرج في التواصل والاتصال بين طرفي العملية الاتصالية، وهذه المستويات هي: **الاتصال في اتجاهين Two-Way Communication**، وفيه تتبادل الرسائل بين المرسل والمستقبل، ولكنه لا يصل إلى درجة التفاعل، **الاتصال التفاعلي Reactive Communication**، في هذا المستوى ينشأ نوع من التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية بمثابة فعل ورد فعل فقط، **الاتصال التفاعلي " التفاعلية" Interactive Communication**، وفي هذا المستوى تكون سلسلة من الرسائل المتبادلة بين المستقبل والمرسل، ويؤكد Rafaeli على أن رد الفعل أو الاستجابة هي جوهر الاتصال التفاعلي بين المرسل والمستقبل[1].

ومع ظهور شبكة الإنترنت، بدأت الصحف الإلكترونية تسعى إلى جذب الجمهور بواسطة وضع أدوات تفاعلية على صفحاتها؛ مما يجعل الأفراد يستمتعون بقراءة الأخبار ويشاركوا فيها مع مراعاة عملية الارتياح والسهولة للقارئ مما يؤدى إلى تكرار الزيارة [2].

ويرى Refaeli التفاعلية بأنها سلسلة من التبادلات والاتصالات للرسائل بين طرفي العملية الاتصالية[3]، في حين يرى Tanjev Schultz أن التفاعلية تتمثل في عدة أشكال توفرها بيئة

---

(1) see:

- Rafaeli, S. & Sudweeks, F., Network Interactivity, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 2 Issue 4, March 1997, available at: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00201.x/full
- Folayan, O. , op. cit. , p.38-39.

(2) Kenney, K., Gorelik, A.,& Mwangi, S., Interactive Features of Online Newspapers*, First Monday Journal on the Internet*, Vol. 5, Nu. 1, 2000, available at: http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/720/629

(3) Hashim, N., Hasan, H. & Sinnapan, S. , Australian Online Newspapers: A Website content analysis approach to measure interactivity, *18th Australian Conference on Information Systems (ACIS)*, 5-7 Dec, Toowoomba, 2007, p. 3.

الانترنت، كالبريد الإلكتروني، والمحادثات وغرف الدردشة المتاحة عبر الإنترنت التي توفر مكاناً لنقاش والحوار، وأيضا استطلاعات الرأي وغيرها من الأشكال[1].

وأما الباحثان McMillan, and Hwang فقدما تعريفاً للتفاعلية على أنها عملية متعددة الوظائف، تتيح مرونة وتفاعلية أكثر بالاتصال والتواصل، مع الإحساس بالسيطرة والتحكم من قبل المستخدم، مؤكدين أن أدبيات التفاعلية ركزت على ثلاثة عناصر أساسية في التفاعلية، هي: اتجاه الاتصال، تحكم المستخدم، والوقت، وهذه العناصر تمثل مظلة باقي عناصر التفاعلية[2].

وترى الباحثة التفاعلية على أنها عملية اتصالية تبادلية بين المرسل والمستقبل، يصبح المستقبل خلالها مشاركاً فعالاً، حيث بإمكانه إرسال استجاباته وردود فعله تجاه الرسائل المقدمة له، مع إمكانية إضافة معلومات والمشاركة بصناعة الحدث، والدخول في نقاشات وحوارات مع المرسل أو المستقبلين الأخرين، ولا يشترط بالتفاعلية التزامنية.

أنواع العناصر التفاعلية:

تعد التفاعلية عملية مرتبطة بعملية التصميم والإخراج الإلكتروني للصحف والمواقع الإلكترونية، حيث يؤدي 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 إلى المعلومات التي يريدها من خلال الاختيار والتجول Navigation الذي يؤثر في تصميم واجهة الاختيارات ومسارات المحتوى، ويسمح أيضا للمتلقي بالتدخل في بناء المحتوى في بعض الحالات – بالتعليق وإبداء الرأي– وليس بالقبول والعزوف فقط[3].

(1) Schultz, T. , Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers, *journal of computer- mediated communicatio*n, Volume 5 Issue 1September, 1999, available at: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00331.x/full

(2) McMillan, S. & Hwang, J., Measures of Perceived Interactivity: An Exploration of the Role of Direction of Communication, User Control, and Time in Shaping Perceptions of Interactivity, *The Journal of Advertising*, Vol.31 (3) Full 2002, p. 30.

(3) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام علة شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص61- 62.

وعلى الصحف الإلكترونية أن تستفيد من الإمكانات والعناصر المتوافرة على شبكة الإنترنت؛ لتحقيق أعلى مستويات التفاعلية للمستخدم، وتُقسم العناصر التفاعلية على شبكة الإنترنت التي تخص الصحف الإلكترونية إلى مجموعتين، هما: التفاعلية التواصلية، والتفاعلية المعلوماتية، وهي كالآتي:

1. **التفاعليـة التواصـلية:** يقصـد بهـا الأدوات التـي تجعـل المسـتخدم يتواصـل مـع الأخـرين، وتتمثل هذه الأدوات في أربعة أشكال: البريد الإلكتروني، غرف الدردشة "حجر الثرثرة"، والمنتديات، واستفتاءات الرأي العام[1].

1.1. البريـد الإلكترونـي "E-Mail" Electronic Mail: يمثل الخدمة الأكثر استخداماً على شبكة الإنترنت؛ للاتصال بين الأصدقاء وزملاء العمل والأسر وغيرهم، وتتيح هذه الخدمة إرسال واستقبال الخطابات والصور والأصوات ولقطات الفيديو والجداول بطرقة سريعة وآمنة ومجانية[2].

أهم مميزات البريد الإلكتروني[3]:

- السرعة، حيث يمكن كتابة رسالة وإرسالها بسرعة كبيرة.
- الوصول، هو عالمي وذو بعد الشخصية أيضاً؛ حيث يمكن التواصل مع أناس في مختلف العالم.
- براعة، من خلال إرسال الرسوم البيانية والرسومات بالإضافة إلى النصوص عن طريق البريد الإلكتروني
- الاستجابة والرد، معظم الناس لا تزال تميل لقراءة رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بهم، على الرغم من ارتفاع صناديق البريد، وهناك فرصة أفضل من الرد؛ لأنه من السهل جدا للاستفادة من الرسالة ثم الضغط على مفتاح الإرسال
- المرونة، من خلال إمكانية إرسال نفس الرسالة إلى أكبر عدد من الناس.

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 211.

(2) حسني نصر، **مرجع سابق**، ص 32.

(3) Ward, M. , *Journalism Online*, 1st edition, (USA: Focal Press ,2002) p. 14.

- المساءلة، من خلال إعدادات البريد الإلكتروني التي تتيح معرفة إذا ما وصلت الرسالة للشخص الذي أرسلت إليه أم لا.

ويستخدم البريد الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية كوسيلة رجع صدى، حيث من خلاله يمكن التواصل مع الصحفيين وإرسال استجابات واستفسارات القراء نحو الموضوعات المنشورة، وتحرص الصحف الإلكترونية على توفير عناوين البريد الإلكتروني[1].

وينقسم البريد الإلكتروني في مواقع الصحف الإلكترونية إلى ثلاثة أشكال، هي: **البريد الإلكتروني العام**، وهو مرتبط بإدارة الصحيفة، ومن خلاله يرسل المستخدمون استفساراتهم وتساؤلاتهم حول معلومات معينة، والشكل الثاني، هو **البريد الإلكتروني الخاص بالمحرر أو الصحفي**، ومن شأنه توطيد العلاقة بين المحرر وقرائه، حيث يمكن للمستخدمين التواصل مباشرةً مع المحرر وإرسال ردود أفعالهم تجاه كتاباته الصحفية، أما الشكل الأخير، فتمثل **بالبريد الإلكتروني الخاص بأقسام الصحيفة**، حيث تضع الصحيفة بريداً إلكترونياً خاصاً لكل قسم من أقسامها؛ لتسهيل التواصل مع المستخدمين بناءً على الموضوعات وطبيعتها.

1.2. غرف الدردشة Chat: هي من الخدمات الاتصالية التفاعلية التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، وتتيح للمستخدم التعبير عن رأيه ومناقشته مع مستخدمين أخرين أو مع الصحفيين العاملين بالصحيفة الإلكترونية[2]، ويؤدي هذا التفاعل إلى زيادة اطلاع القارئ حول الموضوع المثار للنقاش، وكما تفيد الصحفي في استكمال موضوعاته أو ترشده لأفكار جديدة لموضوعات صحفية[3].

ويرى رضوان بلخيري أن غرف الدردشة تمثل فضاءً اتصالياً استطاع أن يستقطب العديد من الأفراد في وقت قياسي، فرغم أنها مجرد خدمة توفرها شبكة الإنترنت، إلا أنها استطاعت فعلاً أن

(1) Schultz, T. , Op. Cit.

(2) أمل خطاب، **مرجع سابق**، ص 154.

(3) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 215.

تنافس وسائل إعلامية بأكملها، حيث أثبتت الدراسات أن غرف الدردشة الإلكترونية هي أول وأكثر الخدمات التي تستعمل لأجلها شبكة الانترنت[1].

1.3. **المنتديات Forum:** حيث تتيح شبكة الإنترنت الفرصة لمستخدميها لتبادل الآراء والأفكار حول الموضوعات المختلفة، وتعرف المنتديات على أنها "موقع على الإنترنت يتجمع الأشخاص من ذوي الاهتمامات المشتركة؛ ليتبادلوا الأفكار والنقاش عن طريق إنشاء موضوع من قبل أحد أعضاء المنتدى، ومن ثم يقوم باقي الأعضاء بعمل مشاركات وردود داخل الموضوع للنقاش مع صاحب الموضوع، سواء بشكره على المعلومات التي قدمها بموضوعه أو نقده والتعليق على ما كتبه فيه"[2].

وتزيد المنتديات التفاعلية في وسائل الإعلام، وذلك من خلال توسيع فرص الاتصال بين المستخدمين، وهي تضمن مشاركة كافة الفئات الذين يشتركون في المعارف والخلفيات، وبالتالي تحقق الاندماج بين المشاركين من خلال تبادل الآراء والنقاش الحر حول الموضوعات، فهي ليس بمجموعة متخصصة كما في Usenet Group، وإنما تمثل ساحة للحوار والنقاش حول الموضوعات الساخنة[3].

وتختلف المنتديات عن غرف الدردشة، بأن الأولى لا تشترط الاتصال الآني للمناقشة والتواصل، في حين غرف الدردشة تُعد من أعلى مستويات التفاعلية؛ لأنها تشترط التزامن الوقتي لمشاركة المرسل والمستقبل، وإتمام النقاش[4].

1.4. **استفتاءات الرأي العام Polls:** تتميز مواقع الصحف الإلكترونية بتقديم خدمة إجراء استطلاعات فورية خاصة تجاه عدد من الموضوعات والأحداث المهمة؛ لاستطلاع رأي القراء تجاه تلك الأحداث، وعدم توافرها لا يمثل نقصاً لخصائص

(1) رضوان بلخيري، "منتديات الدردشة الإلكترونية ودورها في إحداث التغيير في المجتمع الجزائري: دراسة في دوافع الاستخدام والإشباعات المتحققة لمنتدى فيسبوك"، **المؤتمر الدولي الثاني لكلية الآداب والعلوم الاجتماعية** (عمان: جامعة السلطان قابوس، 2012) ص 5.

(2) موقع ويكيبيديا: الموسوعة الحرة، **منتدى الإنترنت**، متوفر على الرابط/ http://ar.wikipedia.org/wiki، بتاريخ: 28/ 4/ 2014.

(3) Schultz, T. , Mass Media and the Concept of Interactivity: An Exploratory Study of Online Forums and Reader E-Mail, Media, *Culture and Society*, Vol. 22 No. 2, 2000, p. 214.

(4) ماجد حبيب، **مرجع سابق**، ص148.

خدمات الاتصال لمواقع الصحف عبر شبكة الإنترنت، إلا أن توافرها يمثل خدمة إضافية لإشراك القراء في الشأن العام[1].

وتفيد الاستفتاءات الصحف في قياس اتجاهات القراء نحو موضوع معين، وقد تسهم في تغيير بعض السياسات التي تنتهجها بعض الدول من ناحية، ومن ناحية أخرى تفيد في تغيير شكل الصحيفة أو مضمونها وفقاً لرغبات القراء والموضوعات التي يودون طرحها[2].

1.5. مواقع التواصل الاجتماعي: تعد مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي أحد أبرز مظاهر الإعلام الجديد الذي أنتجته وساعدت على ظهوره ثورة الإنترنت، فقد استطاعت أن تفرض نفسها بقوة بعد أن أصبحت مصدراً للصحفيين ووسائل الإعلام المختلفة والقنوات الفضائية التي باتت تنقل العديد من أخبارها ومعلوماتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالعديد من المزايا والخدمات التي ساعدت في سرعة انتشارها بصورة هائلة بين الناس، حيث توفر وسائل الإعلام خدماتها عبرها، التي تتيح لجميع المستخدمين مشاركة الأنشطة والاهتمامات وتكوين صداقات وتجمعات ذات اهتمامات متشابهة وتبادل التعليقات والرسائل الفورية، وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات والتفاعل مع الآخرين بصورة مجانية وغاية في السلاسة والسهولة، وأتاحت هذه المواقع حرية التعبير للأفراد الذين أصبحوا يعبرون عن آرائهم في مختلف القضايا[3].

وترى الباحثة أن مواقع التواصل الاجتماعي هي وسائط إلكترونية وفرها الإنترنت للمستخدمين للتواصل مع غيرهم من أرجاء العالم، وتُتيح للمستخدم التعبير عن أرائه اتجاه القضايا المختلفة بحرية وبكافة الأشكال (المكتوبة والمصورة والفيديو) واستقبال التعليقات ومناقشتها مع غيره.

(1) أمل خطاب، **مرجع سابق**، ص 154-155.

(2) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 216.

(3) مصعب قتلوني، "دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي: مصر نموذجاً"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (نابلس: جامعة النجاح الوطنية، 2012) ص 85-89.

وتتعدد أشكال مواقع أو شبكات التواصل الاجتماعي التي مازالت في تغير وتطور مستمر من حيث الشكل والنوع والخدمات، فيحصرها الباحث عبدالله الرعود في ستة أشكال، هي: شبكات اجتماعية كبيرة (الفيس بوكFace book وماي سبس My space)، والمدونات Blog، التي تعد من أفضل الأشكال المعروفة في شبكات التواصل الاجتماعي، وهي عبارة عن مجلات عبر الإنترنت مع مدخلات تظهر حسب حداثتها، وموسوعات، وهي مواقع تسمح للأشخاص بإضافة محتوى أو تحرير معلومة عليها وأفضلها ويكيبيديا (الموسوعة الإلكترونية الحرة) التي تحتوي على أكثر من 2 مليون مقالة باللغة الانجليزية، والبودكاست (المدونة الصوتية)، وهي عبارة عن ملفات الصوت والفيديو المتاحة من خلال الاشتراك، وكذلك المنتديات، وأخيراً المدونات الصغيرة، وتعد موقع تويتر أشهرها[1].

ويختلف الباحثون في تحديد تصنيف شامل لأشكال وأنواع مواقع التواصل الاجتماعي، ربما يرجع ذلك ديمومة التطور الذي تشهدها تلك المواقع من جهة، ومن جهة أخرى حداثة نشوئها وعدم كفاية الدراسات والأبحاث تناولها، وتقتصر الباحثة في دراستها للمواقع التواصل الاجتماعي في أشكاله الأكثر انتشاراً واستخداماً بين الأفراد والمؤسسات الصحفية، وهي: الفيس بوك، وتويتر، ويوتيوب، وتدرس الباحثة تلك المواقع التي اجتاحت الإعلام وأصبحت متداولة بين كافة الأعمار وفئات المجتمع، ويُنظر إليها كوسيلة للتواصل بين مستخدمي مواقع المؤسسات الإعلامية.

2. **التفاعلية المعلوماتية:** وهي الأدوات التي تمد المستخدم بالمعلومات التي يريدها سواء كان ذلك عن طريق مدخلاته إلى النظام مثل محركات البحث والأرشفة أم اختياره من بين مجموعة من البدائل المعلوماتية مثل خريطة الموقع[2]، وهي:

2.1. محركات البحث Search Engine: وهو عبارة عن آلة أو أداة بحث، تمكن المستخدم من الوصول على المعلومات، سواء كان البحث داخل موقع الصحيفة أو على

(1) عبدالله الرعود، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (الأردن جامعة الشرق الأوسط، 2012) ص 35-36.

(2) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 217.

شبكة الإنترنت، وذلك من خلال كتابة الكلمات المفتاحية أو المصطلحات المرتبطة بأحد الموضوعات الصحفية، تتم عملية البحث وإظهار النتائج[1].

وتتفاوت واجهات البحث التي يستخدمها المتصفح عند البحث عن المعلومات في موقع الصحيفة من موقع إلى أخر، وذلك حسب آليات البحث المتاحة في الموقع، وهناك شكلان للبحث داخل موقع الصحيفة الإلكترونية، هما[2]:

1- **البحث البسيط:** ويكون عن طريق وضع كلمة أو مصطلح البحث دون وضع أية علامات أو إشارات، ثم إجراء عملية البحث، وفي هذه الحالة تكون النتيجة العديد من الروابط التي يدخل بعضها في إطار الموضوع المطلوب والبعض يكون خارجه.

2- **البحث المتقدم:** حيث يتيح إمكانات أكبر في عملية البحث، فمن خلالها يمكن البحث عن المعلومات بطريقة محددة، مع إمكانية ربط عدد من العناصر مع بعضها البعض، وأيضا تحديد العلاقات بين المصطلحات المطلوب البحث عنها، لذا فإن النتائج التي ينتهى إليها البحث تكون أفضل من تلك الصادرة عن عملية البحث البسيط.

2.2. **الأرشفة Archiving:** يقصد بها حفظ صفحات الصحيفة وموضوعاتها بصورة منتظمة يمكن الرجوع إليها عند الحاجة[3]، وتُسهم الأرشفة في إغناء الصحيفة الإلكترونية، وتمكن المستخدم من الاطلاع على الأعداد السابقة للصحيفة بسهولة عبر قاعدة البيانات الخاصة بالصحيفة، وبأشكالها المختلفة: لقطات الفيديو، الصور والمواد المكتوبة[4].

(1) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 47.

(2) أمل خطاب، **مرجع سابق**، ص 148.

(3) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 221.

(4) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 40.

وهناك نوعان من الأرشيف في الصحف الإلكترونية[1]:

1. **أرشيف النسخة المطبوعة:** وتعني أن تضع الصحيفة الإلكترونية صوراً عن نسختها المطبوعة، وعادةً ما يتم وضع هذه الصور باستخدام صيغة PDF، وبعض الصحف تجعل هذه الخدمة مدفوعة الأجر، أو تحتاج لاشتراك.
2. **أرشيف المواد التحريرية:** وتتعلق عملية الأرشيف هنا بالمواد التحريرية المنشورة على الموقع بخلاف المنشورة على النسخة المطبوعة.

2.3. **خريطة الموقع Site Map:** عبارة عن خريطة تضم جميع عناوين الأبواب الصحفية والخدمات التي يقدمها الموقع، وهي تعتبر بمثابة عناوين تنقل المستخدم من خلال النقر عليها بالماوس للصفحات الخاصة بها، بالإضافة إلى أنها تخبر المستخدم بأهم الموضوعات والأبواب الخاصة بالصحيفة التي قد لا يجدها على الصفحة الرئيسية[2].

وتسهل الخريطة على المستخدم الوصول إلى المعلومات في أقصر وقت، كما أنها تُعد أفضل من محركات البحث في الوصول إلى المعلومات التي يريدها المستخدم، علاوة على ذلك فهي تفيد المستخدم في التعرف على الموقع بصورة عامة[3].

(1) ماجد حبيب، **مرجع سابق**، ص 143.

(2) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 46.

(3) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 225.

المبحث الخامس

إخراج الصفحة الرئيسية Home Page

أولاً: تعريف الصفحة 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 إلي باقي موضوعات الصحيفة، حيث تحتوى على أهم عناوين الصحيفة، والعديد من الارتباطات المفيدة التي تنقل المستخدم إلى مختلف صفحات الموقع[1].

ويُطلق مصطلح الصفحة الرئيسية Home Page على عدد من المصطلحات، مثل: صفحة الاستقبال، أو واجهة التفاعل مع المستخدم User Interface، أو واجهة التفاعل المنطقية مع المستخدم Logical User Interface، أو الصفحة المرجعية، أو صفحة التقديم Front Page، أو صفحة التمهيد؛ يرجع ذلك لترجمة المصطلحات، بالإضافة إلى التخصص أو مجال الدراسة.

ولاشك أن تعدد المصطلحات أدى إلى تنوع تعريفات الصفحة الرئيسية بين الباحثين والدراسين، فيعرفها ماجد تربان على أنها الصفحة التي تقع عليها عين المستخدم بمجرد أن يسجل عنوانها الإلكتروني، وفيها يتم تعريف المستخدم بالموقع، وما يتضمنه من معلومات أساسية، ورئيسية حول محتوى الموقع، كما أنها تحتوي على العديد من الوصلات، وآليات التجوال التي تنقل المستخدم للصفحات الأخرى، سواء داخل الموقع، أو عبر وصلات مشتركة مع مواقع أخرى[2].

وتشير بسنت العقباوي إلى الصفحة الرئيسية بأنها صفحة الاستقبال أو واجهة التفاعل مع المستخدم، التي تسمى أيضا واجهة تفاعل الكمبيوتر مع المستخدم، تمثل الحدود بين المستخدم

(1) الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان، **مرجع سابق**، ص 27.

(2) ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 214.

(القارئ) ونظام الكمبيوتر، حيث يتفاعل المستخدم مع الكمبيوتر بشقيه الآلة والصحيفة، ويتم هذا التفاعل من خلال قناة اتصال[1].

بينما يرى حلمي محسب أن الصفحة الرئيسية هي صفحة بدء الصحيفة التي تظهر للمستخدم عند فتحه لموقع الصحيفة، وتتسم بثبات الشكل في كل إصدارات الصحيفة وتحديثاتها، ولا تتغير إلا بعد فترة زمنية طويلة نسبياً؛ لأنها تعكس هوية الصحيفة[2].

وأما جاكوب نيلسون Jakob Nielsen فينظر للصفحة الرئيسة على أنها الأكثر أهمية بالموقع، ومن خلالها يمكن التعرف على محتويات الصفحات الأخرى، فهي بمثابة نافذة الموقع، التي تحتوى على العديد من الروابط ومحركات البحث سواء داخل الموقع أو بالمواقع الأخرى على الشبكة، التي تتيح للمستخدم التنقل بين تلك الروابط[3].

ويُقصد بالصفحة الرئيسية: الصفحة الأولى التي تظهر عند فتح المتصفح، وفي بعض الأحيان يطلق عليها صفحة البداية Start page، وتعمل الصفحة على العرض المرئي لمحتويات الموقع[4].

من خلال التعاريف السابقة، ترى الباحثة بأن الصفحة الرئيسية وإن تعددت المصطلحات المرادفة لها هي التي تظهر للمستخدم بمجرد الدخول إلى الموقع، وتمنح الموقع شخصية مميزة عن غيره، وتحتوى على مجموعة من الوصلات أو الروابط للموضوعات في الصفحات الداخلية، وتقدم موجزاً لأهم موضوعاتها، بجانب عرض الإعلانات والعناصر الجرافيكية الأخرى.

(1) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص 222.

(2) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 265.

(3) Nielsen, J. , *Top 10 Guideline for Homepage Usability*, 2002, available at: http://www.nngroup.com/articles/top-ten-guidelines-for-homepage-usability/, retrieved at: 28\4\2014.

(4) Wikipedia: The Free Encyclopedia, *Home page*, available at: http://en.wikipedia.org/wiki/Home_page ,retrieved at: 28\4\2014.

ثانياً: مكونات الصفحة الرئيسية:

تعتمد الصحيفة الإلكترونية على العلاقة غير الخطية في تنظيم النصوص الصحفية فيها؛ ليتمكن المستخدم من الوصول إلى الموضوعات المفضلة في الصحيفة، وذلك من خلال الصفحة الرئيسية لها التي تحتوى على أقسام وأبواب الصحيفة أهم الموضوعات، لذا عند تصميم الصفحة الرئيسية لابد من مراعاة تصميم عناصر ومكونات الصفحة الرئيسية.

واختلف الباحثون حول تحديد تلك العناصر، فالبعض*فصلها لتشتمل على ستة مكونات، وأخرون حصروها** في أربعة مكونات أو عناصر، وعلى الرغم من الاختلاف في تحديد العناصر إلا أنه يمكن القول بأن جميع تلك العناصر تندرج تحت أربع عناصر، ثلاثة رئيسية والرابع يتوقف على مساحة شاشة عرض الصحيفة التي تختلف تبعاً للشاشة ودقتها لدى المستخدم، بينما ترى الباحثة أن الصفحة الرئيسية تتكون من ثلاثة عناصر، فيما يلي عرض لتلك العناصر التي تكون ذات صلة بالصحافة المطبوعة على وجه الخصوص:

1. **ترويسة الصحيفة Header**: وتقع في الجزء العلوى من صفحة الويب، وهي عبارة عن شريط يختلف اتساعه من صحيفة لأخرى، ويحتوى على العناصر الرئيسية المتعلقة بالصحيفة المطبوعة، وهي: شعار الصحيفة بنفس الألوان والخط الذي يظهر على النسخة المطبوعة، وتاريخ صدور الصحيفة، وتاريخ عدد اليوم، وقت تحديث الصحيفة، ورقم عدد الصحيفة، وتختلف الصحف في تضمينها لهذه العناصر.

---

* تبنت مجموعة من الباحثين العناصر التي صنفتها نجوى فهمي في دراستها " تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية على شبكة الإنترنت"، وأدرجت ستة مكونات أساسية للصفحة الرئيسية، هي: كتلة النص، العنوان، الخريطة، أنواع المعلومات في النص، وخريطة عرض النص، ويمكن الاطلاع على:

- مها الطرابيشي، **مرجع سابق**.
- فتحي شهاب، **مرجع سابق**.
- محمد الشربيني، **مرجع سابق**

** قسم باحثون أخرون عناصر الصفحة الرئيسية إلى أربعة عناصر، مع اختلاف في المسميات الرئيسية لتلك العناصر، هي: الشريط العلوي (الترويسة)، الشريط السفلي (الذيل)، الجسم (أسلوب العرض)، ومساحة الواجهة الرئيسية، ويمكن الاطلاع على:

- زيد سليمان، **مرجع سابق**.
- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**.
- حلمي محسب، **مرجع سابق**.
- Patrick J. Lynch and Sarah Horton, op. Cit.

ويؤدى هذا الشريط دوراً مهماً في عملية التجوال بالموقع، حيث يحتوى إلى جانب العناصر الرئيسية على قوائم الملاحة بالموقع؛ لذا يجب إبرازه جرافيكياً بشكل مميز؛ لأنه يعطى الانطباع الأول لزائر الموقع، بالإضافة إلى مساعدة المستخدم بالتعرف على طبيعة الموقع وأهدافه، ويجب أن يتواجد رأس الصحيفة في أعلى كل صفحات الموقع؛ ليسهل على المستخدم الرجوع بسهولة إلى الصفحة الرئيسية من خلال الترويسة[1].

2. **أسلوب عرض الموضوعات "الجسم" Body:** وهو الجزء الأكثر أهمية بالموقع، ويقع وسط الصحيفة، وتختلف الصحف في تقسيمه إلى عمودين أو أكثر، يحتوى الجسم على أهم عناوين ومقدمات الموضوعات الصحفية، والصور الفوتوغرافية، والرسوم المتحركة، ومقاطع الفيديو إن وجدت، ووصلات الروابط التشعبية التي تقود إلى الصفحات الداخلية للموقع.

كما يحتوى الجسم على أبواب وأقسام الصحيفة التي تشير إلى عناوين الأبواب، أو ما يطلق عليه بقوائم التجوال، التي قد تكون على اليسار في حال الصحف الأجنبية، والجانب الأيمن بالصحف العربية، أو تكون في أعلي وأسفل الموقع، هذا فيما يتعلق بالقوائم التي سيأتي فيما بعد تناول إخراجها.

(1) انظر إلى:

- زيد سليمان، **مرجع سابق**، ص 40.
- منار محمد، **مرجع سابق**، ص 160.
- حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 267.
- ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، **مرجع سابق**، ص 219.
- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 25-26.
- Lynch, P. & Horton, S. , Op. Cit., chapter (4) "Interface Design", available at: http://webstyleguide.com/wsg3/4-interface-design/3-interface-design.html

أما فيما يتعلق بأسلوب عرض الموضوعات على الصفحة، فاختلف الباحثون في أساليب إخراج الموضوعات، فالبعض يقسمها إلى أسلوب أفقي، ورأسي، ومختلط، كما هو الحال بالصحف المطبوعة، ولكن معظم الصحف الإلكترونية تعتمد على الأسلوب الرأسي في عرض موضوعاتها خاصة بإخراج الصفحة الرئيسية، التي تعد بوابة تطرح الموضوعات بالموقع[1]، ولاحقاً يتم عرض لأهم أساليب إخراج الصحف الإلكترونية.

3. **ذيل الصفحة Footer:** ويوجد أسفل الصفحة، ويحتوي على الحقوق الفكرية والتأليف للموقع، ووسائل الاتصال به، وبعض الروابط للأقسام المهمة بالموقع، وأحياناً يحتوى على معلومات أساسية حول الصحيفة الإلكترونية، مثل: تاريخ إنشائها وتجديده وعناوين البريد الإلكتروني، واسم الجهة الناشرة أو التي تدير الموقع الإلكتروني للصحيفة[2].

ثالثاً: أساليب إخراج الصحف الإلكترونية:

نظرا لحداثة الصحف الإلكترونية، لم تظهر مدارس جلية لإخراج الصحف الإلكترونية، حيث يظهر تقارب التصاميم المتبعة في العديد من الصحف حتى وإن اختلفت توجهاتها الفكرية، أو تباينت مناطق صدورها، لكون هذه التقنية تتسم بالعالمية التي أسهمت وبشكل كبير في تشابه البرمجيات المتاحة في مجال تصميم وإخراج الصحف والمواقع على الإنترنت.

ورغم هذا التشابه الكبير في المواقع إلا أن الاختلاف في التصميم يبرز عادة في الصفحات الرئيسية للصحف Home Page، وذلك لاعتبارات اتصالية مهمة، أما الصفحات الإلكترونية الداخلية التي تعرض عادة وحدة واحدة، فهي تبدو ملتزمة بأسلوب إخراجي واحد يقترب من أسلوب

---

(1) انظر إلى:

- زيد سليمان، **مرجع سابق**، ص 41.
- حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 271-273.
- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 26.
- Beaid, J., *The Principles of Beautiful Web Design*, 2nd edition,(Australia : Site Point Pty: 2010) p. 25-30.

(2) انظر إلى:

- منار محمد، **مرجع سابق**، ص 181.
- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 26.
- Beaid, J., Op. Cit. ,p. 30

إخراج الوحدة الإلكترونية الواحدة، ويقصد به التركيز على موضوع معين من خلال الوسائط المتعددة أو الفلاش[1].

وعند دراسة إخراج الصحف الإلكترونية، يمكن دراستها من خلال بعدين أساسيين، هما: أسلوب العرض، والتجوال (الملاحة)، فالبعد الأول: أسلوب عرض المعلومات، يُقسمه Xigen Li إلى ثلاثة أساليب، هي الأسلوب الجرافيكي، والأسلوب النصي، والأسلوب المتوازن، مبيناً أن الأسلوب الأول هو الأكثر جمالاً وجاذبية بينهم، إلا أنه يستغرق وقتاً طويلاً في التحميل[2].

ودراسات أخرى تدرس أسلوب العرض في إخراج الصحف الإلكترونية من خلال ثلاثة أشكال، هي: الأسلوب الأفقي، وفيه يتم عرض الموضوعات الصحفية بشكل أفقي، ويتميز براحة عين القارئ، إلا أنه لا يسمح بعرض الكثير من الموضوعات، أما الأسلوب الرأسي، الذي يعرض الموضوعات بطريقة رأسية، فإنه يسمح بعرض أكبر للموضوعات من الأسلوب الأفقي، أما الأسلوب المختلط، فهو الجمع بين الأسلوبين في تقديم الموضوعات الصحفية[3].

وبخصوص هذا الشأن، توصلت دراسة Carl Schierhorn and other إلى أن الإخراج الرأسي يناسب تصميم الصحف والمواقع الإلكترونية، ويحقق الراحة لدى المستخدم؛ نظراً لأن ذلك يساعده على قراءه النصوص الإلكترونية المنشورة بسهولة؛ لأنه في هذه الحالة يستطيع إدراك جميع العناصر الإلكترونية المرتبطة بجوانب الإخراج بكل سهولة دون الحاجة لتمرير الشريط من أسفل الصفحة لتحريكها يميناً ويساراً مما يسبب له تشتيتاً، بالإضافة إلى الشريط الموجود أيمن الصفحة والذي يحركها إلى أعلى وأسفل مما يفقده عنصر التركيز وعدم الراحة، فالمستخدم من

(1) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 112-113.

(2) Li, X. , Web Page Design and News Retrieval Efficiency: A Content Analysis of Five U.S. Internet Newspapers, Op. Cit. p.66.

(3) زيد سليمان، **مرجع سابق**، ص 41.

خلال الأسلوب الرأسي يحرك الصفحة من خلال الشريط الموجود في جانب الصفحة من أسفل إلى أعلى فقط[1].

وفيما يلي عرض لأساليب إخراج الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية، من خلال بعدي التصميم، وهما: أسلوب العرض، والملاحة.

1. الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية المتبعة في عرض الموضوعات الصحفية على صفحتها الرئيسية، وهي[2]:

1.1. 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.

وتبعا لطبيعتها الإخبارية تعتمد كثير من الصحف الإلكترونية على هذا الأسلوب؛ للإفادة من المزايا التي يوفرها والذي يحافظ كثيراً على طبيعة الصحافة الإلكترونية في ظل كثرة المواقع على الانترنت، 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.

1.2. أسلوب البوابة : يركز هذا الأسلوب على عرض مجموعة كبيرة من الروابط التشعبية، والعناوين الخاصة بالأبواب والمواد الصحفية المنشورة في الصفحات الداخلية

(1) Schierhorn, C. and Other, " Digital Formats for the Future : The Web vs. Paper vs. a Vertical-Screen, Page-Based Design ", *Paper presented the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication(AEJMC)*,Central Michigan University ,Md., Sat, 6Dec 1998, available at: http://list.msu.edu/cgibin/wa?A2=ind9812A&L= aejmc&P=7705.

(2) انظر إلى:

- صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 113-115.
- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 26-30.

للصحيفة، مع عدم تقديم أي تفاصيل لمضامين الأبواب والمواد الصحفية، حيث تقدم هذه التفاصيل في الصفحات الداخلية.

ويعد أسلوب البوابة من الأساليب الحديثة في تصميم الصحف الإلكترونية، حيث تلجأ إليه الصحف الإلكترونية والمواقع التي تحتوى على كمية كبيرة من الأخبار والمعلومات والأبواب التي يصعب حصرها في باب صفحة واحدة.

فهو أشبه بمحركات البحث التي تعتمد على قاعدة من المعلومات، وتحتوى على عدد من الروابط التشعبية للموضوعات بالصفحات الداخلية، والبعض يوجه لهذا الأسلوب انتقاداً لكونه يعمل على تشتيت قراء الصحف الإلكترونية بكثرة الروابط وتشعبها، ويصلح هذا النوع كمواقع إخبارية وليس مواقع لصحف إلكترونية.

1.3. الأسلوب المختلط: عبارة عن أسلوب يجمع بين أسلوب الوحدات بوجود عناوين مصاحبة لملخص سريع، وأسلوب البوابة في عرض مجموعة 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 أعلى الصفحة الإلكترونية كأفضل مركز رؤية للمستخدم، إلا أن هذا الأسلوب يحتاج لسرعة عالية؛ لأنه يتسبب في بطء تحميل الصفحات.

2. الأساليب الإخراجية المتبعة في إخراج التجوال(الملاحة)، المتمثلة بقوائم التجوال، وهي كالآتي[1]:

2.1. نموذج رأس ويسار وأسفل الصفحة (TLB) Top, Left, and Bottom:

يتم في هذا النموذج تصميم الصفحات على أساس تخصيص الجزء العلوي Top لأهم الوصلات التي قد تشمل: خريطة الموقع، وشعار الصحيفة، وقوائم التجوال الرئيسية، أما الجزء الأيسر Left فيخصص لعناوين الأبواب الصحفية الرئيسية، أما الجزء الأسفل Bottom فيحتوى على اسم الجهة الناشرة أو التي تدير الموقع الإلكتروني للصحيفة والحقوق القانونية للموقع، وكيفية الاتصال بالموقع الإلكترونية.

2.2. نموذج أعلى وأسفل الصفحة Header, Footer : ويوفر هذا النوع تجولاً أعلى وأسفل الصفحة مع استخدام عرض الصفحة للنص؛ لذا فالمواقع التي تعتمد على النصوص تلجأ إليه، حيث يخصص الجزء العلوي Header لأهم الوصلات (الشعار، عناوين الصحيفة)، بينما تستخدم الجزء السفلى لعناوين الأبواب، والملاحظ أن هذا النموذج دائماً ما يستخدم في أسلوب البوابة.

2.3. نموذج يمين أو يسار الصفحة Left or Right Column Navigation:

فيه يُضع التجوال الرئيسي على العمود الأيمن في حال الصحف العربية، أو العمود الأيسر في حال الصحف الأجنبية، ويتضمن أهم عناوين الأبواب الخاصة بالصحيفة، وباقي أجزاء الصفحة مخصص للمتن ولأهم الموضوعات الصحفية.

(1) انظر إلى:

- منار محمد، **مرجع سابق**، ص184- 187.
- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 33- 37.
- Beaid, J., Op. Cit. ,p. 25-27.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة التحليلية

المبحث الأول: البناء العام لمواقع صحف الدراسة.

المبحث الثاني: العناصر البنائية المكونة لجسم مواقع صحف الدراسة.

المبحث الثالث: أهم نتائج الدراسة وتوصياتها.

تمهيد:

يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة التحليلية التي قامت بها الباحثة خلال شهر يوليو، التي شملت حصر شامل لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت.

ويعرض الفصل الفئات المكونة لاستمارة تحليل الشكل، التي تضمنت قسمين، هما: القسم الأول: فئات البناء العام لمواقع صحف الدراسة، واشتملت على ثلاث فئات فرعية، هي: المكونات الثابتة غير التفاعلية، والمكونات الثابتة التفاعلية، إضافةً إلى الخدمات الإضافية التي يقدمها الموقع، والقسم الثاني: العناصر البنائية لجسم مواقع صحف الدراسة*.

وقسمت الباحثة الفصل إلى ثلاثة مباحث، تناول المبحث الأول: البناء العام لمواقع صحف الدراسة، في حين عرض المبحث الثاني: العناصر البنائية لجسم مواقع صحف الدراسة، أما المبحث الثالث: استعرض أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة التحليلية، إضافةً إلى أهم التوصيات.

* اعتمدت الباحثة على وضع إشارات توضيحية على الأشكال المرفقة خلال المناقشة لتوضيح العناصر التي يتم مناقشتها، وكذلك استخدمت الباحثة الاختصارات في الجداول، مثل: التكرار ب (ك)، النسبة المئوية ب (%).

المبحث الأول

البناء العام لمواقع صحف الدراسة

ويقصد به المكونات الأساسية التي لا غنى عنها لأي موقع إلكتروني، وتتسم هذه المكونات بثبات في التصميم، إضافةً لكونها جزء من هوية الموقع الإلكتروني، وتنقسم إلى ثلاثة أقسام، هي: مكونات ثابتة غير تفاعلية، ومكونات ثابتة تفاعلية، وخدمات إضافية.

أولاً: المكونات الثابتة غير التفاعلية لمواقع صحف الدراسة:

وهي عبارة عن مكونات أساسية في بناء الموقع الإلكتروني، ويتميز كل موقع عن غيره بها؛ لكونها تضفى بصمة خاصة به، وتمتاز بالثبات، وتضم الفئات الآتية:

1. مساحة الصفحة الرئيسية لمواقع صحف الدراسة:

تعد المساحة من العناصر الأساسية للموقع الإلكتروني أيا كان نوعه، وهي مرتبطة بطبيعة الموقع نفسه، وتتمثل ببعدين، هما: العرض والطول، وعرض الصفحة الرئيسية للموقع يتأثر بالدرجة الأولى بمساحة شاشة الأجهزة، وعموماً المواقع الإلكترونية المحلية لا تدعم العرض المتغير في تصميمها، واتفق المصممون[1] على أن العرض المثالي للموقع يتراوح بين 960-1000 بيكسل، مع ضرورة مراعاة مقاسات الشاشات المختلفة للأجهزة، أما الطول فهو متوقف على طبيعة الموقع، فعادةً ما تمتاز المواقع الإعلامية بالطول؛ نظراً لطبيعتها الإخبارية ومواكبتها لتطورات ومجريات الأحداث.

والجدول التالي رقم (1) يُبين مساحة الصفحة الرئيسية لمواقع صحف الدراسة:

(1) قامت الباحثة بمجموعة من المقابلات مع عدد من المصممين للمواقع الإعلامية، إضافة إلى الاطلاع على مقالات في مجال التصميم حول تحديد مساحة الموقع، ووجدت اتفاقاً على أن العرض المثالي في الوقت الحالي يتراوح بين 960-1000 بيكسل، وهذا ما أكده المصممون، وهم:

- م. أحمد الصعيدي، **مصمم موقع جريدة فلسطين**، مقابلة شخصية بالجريدة، بتاريخ 2014/9/27.
- م. أحمد شقورة، **عضو مجلس إدارة شركة أطياف للتصميم**، مقابلة شخصية بمكتبه ، بتاريخ 2014/9/28.
- م. إبراهيم شقورة، **مصمم موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية**، مقابلة شخصية بمكتبه، بتاريخ 2014/9/29.
- م. أيمن الشلتوني، **مصمم موقع وكالة صفا الإخبارية، مقابلة شخصية** بمكتبه، بتاريخ 2014/9/29.

جدول (1)

مساحة الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية

مواقع الصحف / المساحة		القدس Px	الأيام Px	الحياة الجديدة Px	فلسطين Px
إجمالي مساحة الصفحة		5185*1349	1349*1490	2281*1349	2567*1349
المساحة الفعلية لأجزاء الصفحة	الرأس	257*980	146*850	235*980	130*1000
	الجسم	4613*980	1241*850	2045*980	1942*1002
	الذيل	315*980	95*850	ـــــ	450*1349
ارتفاع الصفحة الرئيسية		5185	1490	2281	2567

يتضح من الجدول السابق، أن موقع جريدة القدس هو الأطول بين مواقع صحف الدراسة، حيث بلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية للموقع 5185 بكسل في عرض يبلغ 980 بكسل، كما هو بالشكل رقم (1)، ويليه موقع جريدة فلسطين، فبلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية 2567 بكسل، موضحاً بالشكل رقم (2)، ومن ثم جريدة الحياة الجديدة بارتفاع يصل 2281 بكسل في عرض 980 بكسل، كما هو في الشكل رقم (3)، بينما يعد موقع جريدة الأيام هو الأقل ارتفاعاً بين مواقع صحف الدراسة، حيث يبلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الأيام 1490 بكسل في عرض 850 بكسل، ويُوضح الشكل (4)*.

وقد اختلفت الدراسات حول تحديد المساحة المثالية للصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية؛ نظراً لاختلاف مقاسات شاشات الكمبيوتر من مستخدم لآخر، فهناك شاشات بمقاس 21، 17، 19، 14، ومن ثم أبعاد الصفحة ستختلف من شاشة لأخرى، وأيضا لاختلاف أنظمة التشغيل والمتصفح، بالإضافة إلى اختلاف حجم المحتوى من موقع لآخر، لذا فإن عملية تحديد مساحة الصفحة الرئيسية للموقع تخضع للنواحى الحسية لدى المصمم، ولكن ما تم الاتفاق عليه عدم جعل

* الوحدات المستخدمة في تصميم المواقع الإلكترونية والمتعلقة بالمساحة، هي: البيكسل، ويتم تصميم المواقع بناءً عليها، ولا يستخدم وحدات القياس الأخرى، واعتمدت الباحثة عليها في التحليل والمقارنة بين مواقع الصحف الفلسطينية اليومية، علماً بأن سم= 118 بيكسل، ويمكن أيضا تحويلها من الاستعانة بموقع إلكتروني يقوم بتحويل الوحدات القياسية، وهو متوفر على الرابط/

http://www.translatorscafe.com/cafe/units-converter/typography/calculator

الصفحة طويلة؛ مما يسبب الملل للقارئ، أو عريضة مما يؤثر على ظهور المحتوى على الشاشة[1].

وفي ظل التطورات والتقدم التكنولوجي والتقنيات المستخدمة في عالم التصميم، وارتباط تصميم المواقع الإلكترونية بمقاس شاشات الأجهزة المستخدمة، وفي ظل انتشار الأجهزة الذكية واللوحية، إضافةً إلى الشاشات العرضية، هذا ساعد على ظهور مفاهيم حديث لتوائم التطورات الحادثة في عالم الويب، ولعل أهمها مفهوم التصميم التفاعلي Responsive Web Design الذي حل مشكلة اختلاف عرض الشاشة المستخدمة، حيث يتواءم تصميم المواقع مع المقاسات المختلفة لكافة شاشات الأجهزة، من خلال تصميم يعتمد على النسبة المئوية، أي كلما صغر حجم الشاشة يصغر التصميم بما يتناسب مع الشاشة.

ويعد Responsive Design هو توجه المستقبل في التصميم، ولابد للمصممين من أخذه بعين الاعتبار خاصة بعد انتشار الأجهزة الذكية واللوحية، وتقوم فكرته على تغيير شكل الموقع؛ كي يتواءم مع عرض ومساحة الشاشة المستخدمة، من خلال تغيير عرض الموضوعات والقائمة وتغيير أحجام ومساحات الصور، وإخفاء بعض الأجزاء غير المهمة بالموقع، وعلى الرغم من أهميته في ظل انتشار الأجهزة الذكية إلا أنه غير مستخدم بالمواقع الإلكترونية في فلسطين[2].

وقامت الباحثة بفتح مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على الأجهزة الذكية (Smart Mobile، Tablet)، ولم تُلاحظ أي تغير في المواقع، بل احتفظت المواقع بتصميمها مع كافة شاشات الأجهزة المستخدمة، ويرجع ذلك إلى التكلفة العالية ل Responsive Design إضافةً لحاجته لمبرمجين على درجة عالية من الكفاءة والخبرة، حيث في ظل Responsive Design على المصمم إعداد عدة تصاميم لمقاسات مختلفة لنفس الموقع؛ لتتناسب مع كافة شاشات الأجهزة[3].

(1) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 26-27.

(2) أحمد الصعيدي، **مصمم موقع جريدة فلسطين**، مقابلة شخصية، بتاريخ 27 /9/ 2014.

(3) أيمن الشلتوني، **مصمم موقع وكالة صفا الإخبارية، مقابلة شخصية**، بتاريخ 2014/9/29.

واتفق المصممون *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، وعن علاقة ارتفاع الصفحة الرئيسية للموقع وعلاقتها بالحجم والزمن المستغرق لتحميل الموقع، أكد المصممون أن حجم الصفحة هو الذي له الدور الكبير في الزمن اللازم لتحميل الموقع، مؤكدين على عدم وجود حجم محدد للموقع الإلكتروني*، وأنه كلما اعتمد الموقع على النصوص والقليل من الصور يكون أسرع بالتحميل مقارنةً بالمواقع التي تزخر بالوسائط المتعددة، التي تحتاج إلى زمن أطول في التحميل.

وعلى صعيد مواقع الصحف الفلسطينية اليومية، قامت الباحثة بالاستعانة بأحد المواقع الإلكترونية التي تقيس الزمن المستغرق لتحميل الصفحة الرئيسية للموقع، ووجدت أن الزمن اللازم لتحميل موقع جريدة القدس 14.04من الثانية، حيث يبلغ حجم الصفحة الرئيسية للموقع 3.44 ميجا بايت، في حين يحتاج موقع جريدة فلسطين إلى 11.16 من الثانية لتحميل الصفحة الرئيسية، إذ بلغ حجمها 2.08 ميجا بايت، أما موقع جريدة الحياة الجديدة فبلغ حجم الصفحة الرئيسية 1.32 ميجا بايت ويستغرق 10.64 من الثانية لتحميلها، بينما يبلغ حجم الصفحة الرئيسية لموقع جريدة الأيام 963 كيلو بايت وهو الأقل حجماً بين مواقع صحف الدراسة، ويحتاج إلى 5.70 من الثانية للتحميل[1].

* المصممون، هم:

- م. أحمد الصعيدي، مصمم موقع جريدة فلسطين.
- م. أحمد شقورة، عضو مجلس إدارة شركة أطياف للتصميم.
- م. إبراهيم شقورة، مصمم موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية.
- م. أيمن الشلتوني، مصمم موقع وكالة صفا الإخبارية.

* يرجع المصممون عدم وجود حجم معين للموقع إلى تطور النت وزيادة سرعته، وظهور البرمجيات والتعليمات والإرشادات اللازمة للتصميم يمتاز بالجودة العالية وحجم قليل.

(1) تم قياس سرعة تحميل مواقع الصحف الفلسطينية اليومية ومعرفة الزمن اللازم لتحميل، في الثاني من شهر أكتوبر 2014م، ولقد قامت الباحثة بإجراء التحميل لمواقع الصحف على أيام مختلفة ووجدت أن الزمن اللازم لتحميل مواقع صحف الدراسة يختلف من يوم لأخر، ماعدا موقع جريدة الأيام الذي شهد ثباتاً نسبياً في الحجم والزمن اللازم لتحميل الموقع، وترجع الباحثة اختلاف الزمن اللازم لتحميل مواقع صحف الدراسة: لمدى احتواء الموقع على عناصر ومكونات الوسائط المتعددة، فموقع جريدة القدس يمتاز بالاعتماد على مقاطع الفيديو الأساسية إضافةً إلى ارفاق بعض الأخبار بمقطعين أو ثلاثة مقاطع فيديو، إضافة إلى ألبومات الصور، ويليه موقع جريدة فلسطين، أما موقع جريدة الحياة الجديدة فيرجع لاختلاف عدد الموضوعات والصور المرافقة، فأحياناً تقل الصور ومساحاتها على الصفحة الرئيسية، مما ينعكس على حجمها، وتم الاستعانة بالموقع متوفر على الرابط/

http://gtmetrix.com/

الشكل (1)

الصفحة الرئيسية– موقع جريدة القدس

2567 px

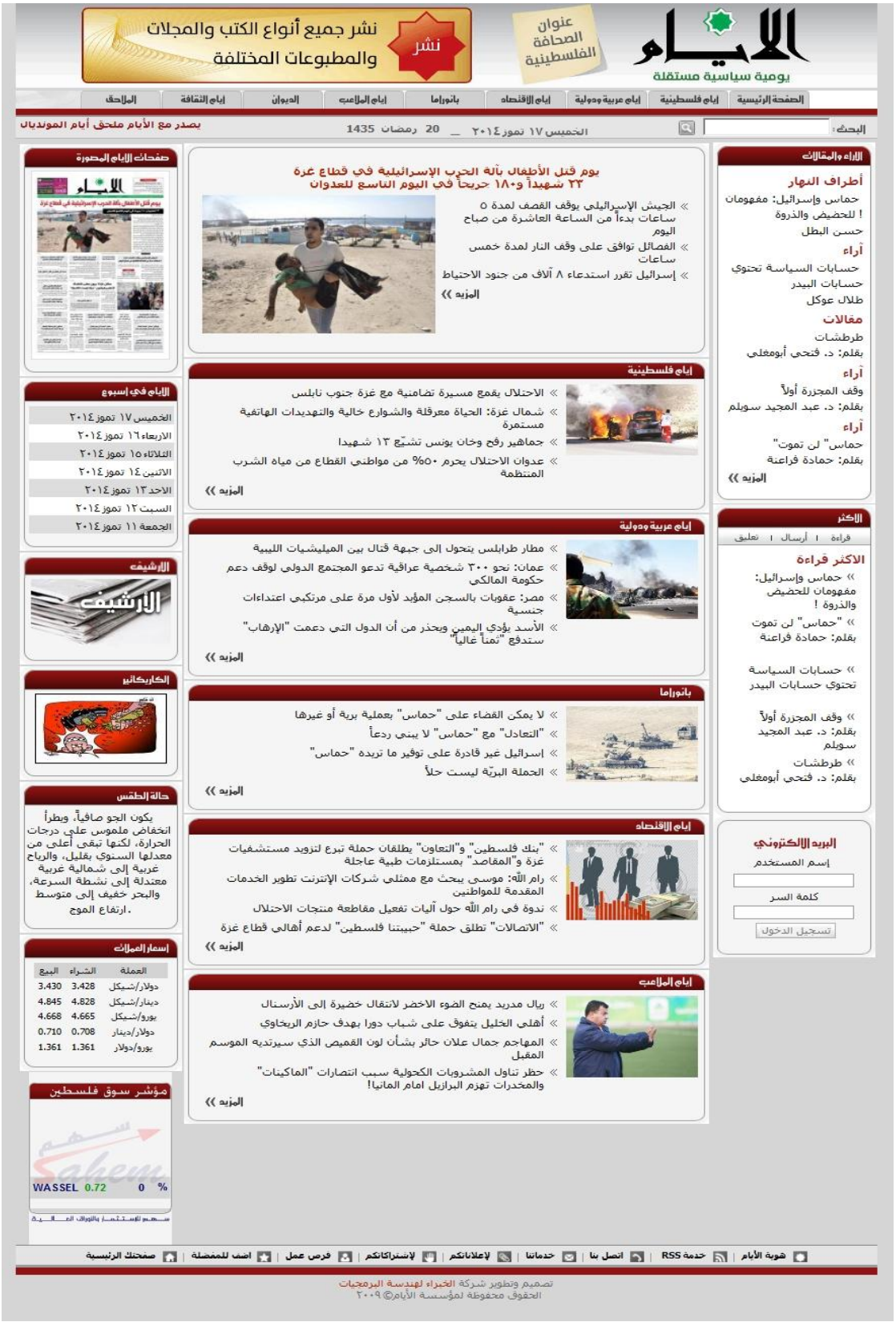
الشكل (2)

الصفحة الرئيسية– موقع جريدة فلسطين

2281px

الشكل (3)

الصفحة الرئيسية– موقع جريدة الحياة الجديدة



1490 px

الشكل (4)

الصفحة الرئيسية– موقع جريدة الأيام

2. مكونات هوية مواقع صحف الدراسة:

تعد هوية الموقع البصمة الخاصة التي تميز الموقع عن غيره من المواقع، وتهدف إلى تعزيز الصلة بين المستخدم والموقع، وخلق حالة من الألفة بينهما، وعادةً ما تقع هوية الموقع في أعلى الصفحة (رأس الموقع)، وتختلف مكونات هوية الموقع من موقع لأخر تبعاً لرؤية وسياسة إدارة الموقع.

ويرى المصممون أن الهوية البصرية للموقع تتمثل بثلاث عناصر أساسية، هي: الهوية التجارية متمثلة بالشعار، والألوان المستنبطة من الشعار، وأخيراً الخط المستخدم في الموقع، ويضيف أخرون إليها طريقة عرض أقسام الموقع وقوائمه، التي تعد من السمات الأساسية والمميزة الموقع الإلكتروني عن غيره، وفي الوقت نفسه، يجمع المصممون على ضرورة التزام المواقع الإلكترونية للصحف المطبوعة بمكونات هويتها، مع إمكانية تطويرها بما يحافظ على الهوية الأصلية، ويرجع ذلك للحفاظ على قرائها وعلى مصداقيتها[1].

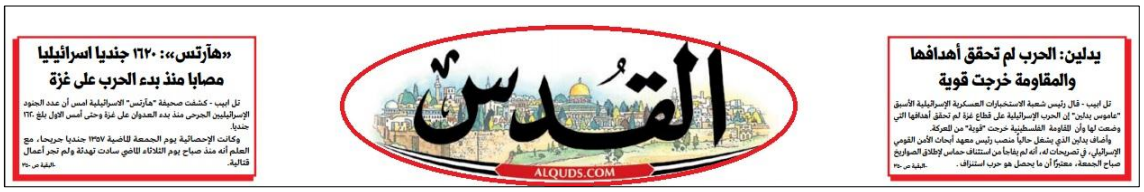
(أ) مكونات هوية موقع جريدة القدس:

الشكل (5-أ)
مكونات هوية موقع جريدة القدس

من الشكل السابق، الذي يمثل رأس موقع جريدة القدس، ويحتوى على معالم ومكونات هوية الموقع، ومن خلاله يتضح حفاظ الموقع على الشعار المصور لنسخته المطبوعة، وهو عبارة عن رسم لمدينة القدس، بينما لا يحتوى أياً من هوية الموقع والنسخة المطبوعة شعاراً مكتوباً، ومن

(1) استناداً **لمقابلات شخصية** قامت بها الباحثة مع المصممين:
- م. أحمد الصعيدي، مصمم موقع جريدة فلسطين.
- م. أحمد شقورة، عضو مجلس إدارة شركة أطياف للتصميم.
- م. إبراهيم شقورة، مصمم موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية.
- م. أيمن الشلتوني، مصمم موقع وكالة صفا الإخبارية.

خلال المقارنة بين هويتي كل من الموقع والنسخة المطبوعة لجريدة القدس، يُلاحظ اختلاف نوع الخط المستخدم في كتابة اسم الجريدة "القدس"، وأيضا موقع الشعار، فتقع الهوية ومكوناتها على امتداد رأس الصفحة في الموقع، بينما تكون وسط رأس الصفحة الأولى بالنسخة المطبوعة، حيث يقع الشعار المصور للجريدة خلف اسم الجريدة.



الشكل (5- ب)

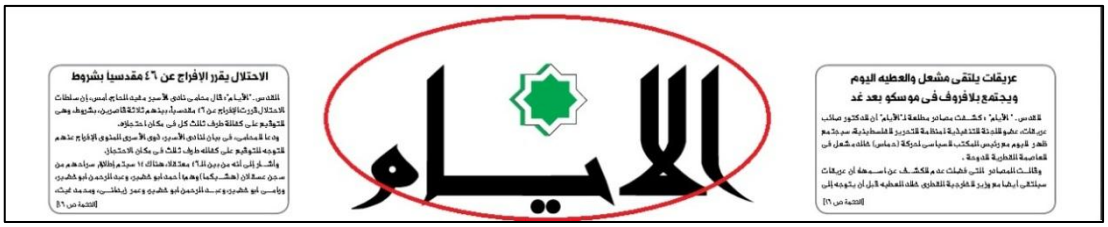
مكونات هوية جريدة القدس النسخة المطبوعة

(ب) مكونات هوية موقع جريدة الأيام:

الشكل (6-أ)

مكونات هوية موقع جريدة الأيام

يُوضح الشكل السابق مكونات هوية موقع جريدة الأيام، الذي يحتوي على شعار مكتوب: "عنوان الصحافة الفلسطينية"، إضافةً إلى نفس الشعار المصور في النسخة المطبوعة والتعريف بطبيعة الصحيفة، كما هو بالشكل رقم (6- ب)، ويُلاحظ استخدام نفس الخط في كتابة اسم الجريدة على نسختيها المطبوعة والإلكترونية مضافةً إليها النجمة الإسلامية في أعلى اسم الجريدة، ويتضح اختلاف موقع الشعار، الذي يتوسط رأس النسخة المطبوعة، بينما يقع في أقصى يمين رأس الصفحة الرئيسية لموقع جريدة الأيام، وبذلك تختلف هوية الموقع الإلكتروني لجريدة الأيام عن هويتها بالنسخة المطبوعة في الشعار المكتوب، وموقع الشعار.



الشكل (6- ب)

مكونات هوية جريدة الأيام النسخة المطبوعة

(ج) مكونات هوية موقع جريدة الحياة الجديدة:

الشكل (7-أ)

مكونات هوية موقع جريدة الحياة الجديدة

يُظهر الشكل السابق رأس موقع جريدة الحياة الجديدة، ومن خلاله يتبين أن رأس الصفحة الرئيسية للموقع مكوناً فقط من شعار الحياة الجديدة المكتوب باللونين الأحمر والأسود على أرضية بيضاء، ويقع بالجزء الأيمن من رأس الصفحة، وباقي الرأس فارغ غير مستغل، وعند مقارنته مع هوية النسخة المطبوعة للجريدة، كما هو بالشكل (7- ب)، يتضح التشابه في الشعار من حيث الخط واللون، إلا أنهما يختلفان في موقع الشعار، فيتوسط رأس الصفحة الأولى من النسخة المطبوعة.

الشكل (7- ب)

مكونات هوية جريدة الحياة الجديدة النسخة المطبوعة

(د) مكونات هوية موقع جريدة فلسطين:

الشكل (8-أ)
مكونات هوية موقع جريدة فلسطين

يوضح الشكل السابق رأس موقع جريدة فلسطين، الذي يتضح من خلاله مكونات هوية الموقع، واقتصرت على شعار النسخة المطبوعة فقط مع إضافة كلمة "أون لاين" إليه، كناية عن الموقع الإلكتروني للنسخة المطبوعة، وعند مقارنته مع مكونات هوية النسخة المطبوعة بالشكل (8- ب) يتضح مدى التطابق بينهما، من خلال استخدام نفس نوع الخط واللون والموقع على الصفحة، حيث كليهما يقع بالجزء الأيمن.

الشكل (8- ب)
مكونات هوية جريدة فلسطين النسخة المطبوعة

3. القائمة الرئيسية لمواقع صحف الدراسة:

تعد القائمة الرئيسية من العناصر المهمة في عملية التجوال بالموقع، فتحتاج المواقع إلى قوائم؛ لأنها جزء من مظهرها وتصميمها، فمظهر الموقع يختلف من موقع لأخر بفعل تلك القوائم، وتقدم القوائم مجموعة من الروابط، فيمكن تجميع عدد من الاختيارات في الصفحة الرئيسية من خلالها، وكذلك تقلل عدد مرات الوصول إلى الصفحة المستهدفة[1].

(1) منار محمد، **مرجع سابق**، ص 164-165.

ويوضح الجدول التالي رقم (2) أنواع القوائم الرئيسية المستخدمة في مواقع صحف الدراسة:

جدول (2)

نوع القائمة الرئيسية في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

مواقع الصحف / نوع القائمة	القدس	الأيام	الحياة الجديدة	فلسطين
تفرعية	منسدلة بشكل رأسي	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
ثابتة	لا يوجد	توجد	توجد	توجد

يتضح من خلال الجدول السابق، تفرد موقع جريدة القدس من بين مواقع صحف الدراسة باستخدام القوائم التفرعية، كما هو في الشكل رقم (9)، حيث استخدم القوائم المنسدلة بشكل رأسي، وهي عبارة عن قائمة تحتوى على عددٍ من العناوين الفرعية تندرج تحتها، وتكون تلك العناوين مخفية وبمجرد النقر على القائمة تظهر العناوين الفرعية، وتساعد القوائم المنسدلة في التقليل من عدد الروابط الموجودة على الصفحة الرئيسية للموقع.

ويؤيد كلٌ من المصمم أيمن الشلتوني والمصمم إبراهيم شقورة القوائم التفريعية أو المنسدلة؛ لكونها تساعد المستخدم للوصول إلى المعلومات التي يريدها بسهولة، إضافة إلى ترتيب وتصنيف المعلومات[1].

وترى الباحثة أن القائمة المنسدلة بشكل رأسي والمستخدمة في موقع جريدة القدس، يُؤخذ عليها أنها تغطي جزءاً من النص أسفل القائمة، وأن هذه المشكلة يمكن معالجتها من خلال تقنية برمجية تعمل على الحفاظ على النص وإظهار القائمة بأكملها دون أن تؤثر على الموضوعات المنشورة.

(1) أيمن الشلتوني، **مرجع سابق**،
إبراهيم شقورة، **مرجع سابق.**

الشكل (9)

القائمة التفرعية (المنسدلة) – موقع جريدة القدس

بينما اعتمدت مواقع الصحف الأخرى القوائم الثابتة، أي أنها لا يتفرع منها أي عناوين فرعية، ويلاحظ كذلك اختلاف طبيعة القائمة الرئيسية بين تلك المواقع، فكانت ضمن جدول في موقعي جريدتي الأيام والحياة الجديدة، كما في الشكل (10)، في حين اتخذت شكل مربعات في موقع جريدة فلسطين، كما هو الشكل (11)، ويلاحظ أيضا في القائمة الرئيسية لموقع جريدة فلسطين أنها تميز وحدات عند الضغط عليها، حيث تظهر اسم القائمة باللون الأبيض الغامق على أرضية سوداء.

ويبرر كل من المصمم أحمد الصعيدي وأحمد شقورة استخدام بعض المواقع الإلكترونية للقوائم الثابتة؛ بالحفاظ على انتباه المستخدم وعدم تشتيته بالتفرعات للقائمة، إضافةً إلى كسل المستخدم الذي لا يفضل الدخول إلى العديد من الصفحات، وإنما يريد المعلومات بشكل مباشر دون تشتيته[1].

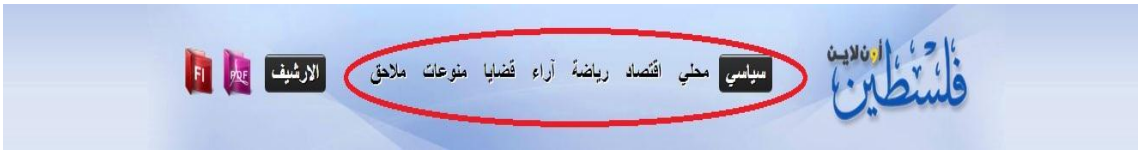
ولا تتفق الباحثة مع ما ذهب إليه كلٍ من المصممين، في تفضيل القوائم الثابتة، فترى الباحثة أن المواقع الإخبارية عموماً ومواقع الصحف الإلكترونية خصوصاً بحاجة إلى تفريع

(1) أحمد الصعيدي، مصمم موقع جريدة فلسطين، مقابلة شخصية، بتاريخ 2014/9/27، **مرجع سابق**.
أحمد شقورة، عضو مجلس إدارة شركة أطياف للتصميم، مقابلة شخصية، بتاريخ 2014/9/28، **مرجع سابق**.

أقسامها الرئيسية، ورسم خريطة لمواقعها من خلال القوائم التفرعية؛ لمساعدة المستخدم في الوصول إلى ما يريده بسهولة.

الشكل (10)

القائمة الرئيسية– موقعا جريدتي الأيام والحياة الجديدة



الشكل (11)

القائمة الرئيسية– موقع جريدة فلسطين

4. أسلوب عرض قوائم التجوال في مواقع صحف الدراسة:

يختلف الأسلوب المتبع لعرض قوائم التجوال أو الإبحار في مواقع صحف الدراسة، فمن خلال تلك القوائم يمكن للمستخدم التنقل في أجزاء الموقع عبر أقسام الموقع أو عناوين المقالات الصحفية، أو أكثر الموضوعات قراءةً وتعليقاً ومشاركةً وغيرها من التصنيفات التي تساعد المستخدم على الإبحار في الموقع، وتكون هذه القوائم ثابتة بالصفحات الداخلية للموقع أيضا، فاعتمد كلٌ من موقعي جريدتي القدس وفلسطين نموذج أعلى وأسفل الصفحة الرئيسية، كما هو مبين في الشكل (12)، بينما اقتصر موقع جريدة الحياة الجديدة على أعلى ويمين الصفحة الرئيسية، كما هو في الشكل (13)، في حين توزعت قوائم التجوال في الصفحة الرئيسية لموقع جريدة الأيام على الجهات الأربعة، هي: الأعلى ويسار ويمين وأسفل الصفحة، كما هو في الشكل (14).

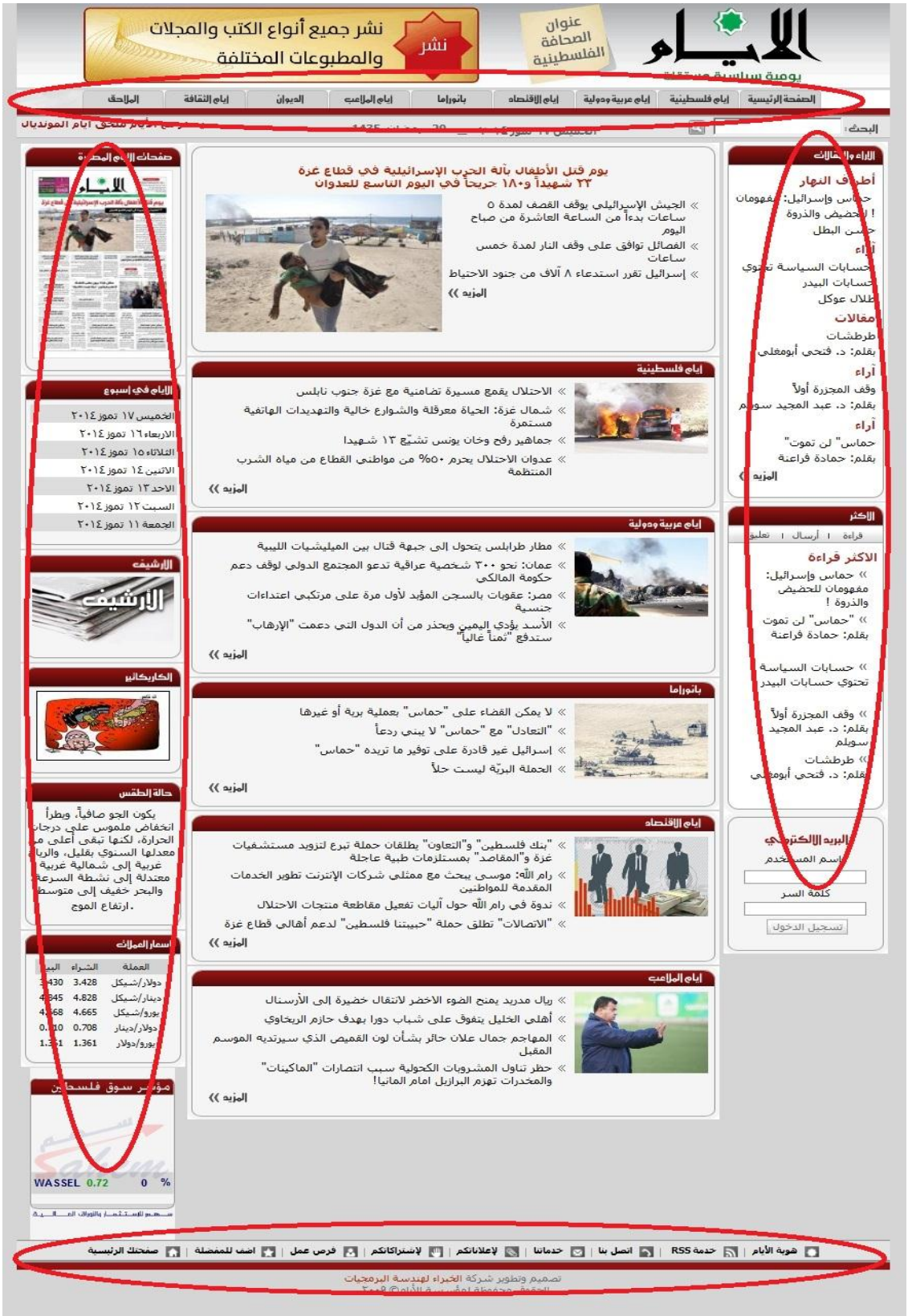
الشكل (12)

نموذج أعلى وأسفل الصفحة الرئيسية لقوائم التجوال- موقع جريدة فلسطين

أعلى ويسار
الصفحة الرئيسية

الشكل (13)

نموذج أعلى ويسار الصفحة الرئيسية لقوائم التجوال– موقع جريدة الحياة الجديدة



الشكل (14)

نموذج أعلى وأسفل ويسار ويمين الصفحة الرئيسية لقوائم التجوال- موقع جريدة الأيام

5. أسلوب عرض وإخراج الموضوعات في مواقع صحف الدراسة:

يتطرق إخراج الموضوعات الصحفية في الصفحات الرئيسية لمواقع صحف الدراسة إلى جانبين، هما: أسلوب العرض، ويقصد به الاتجاه الذي يتخذه النص على الصفحة الرئيسية للموقع، ويكون إما أفقياً، أو رأسياً، أو مختلطاً، أي يجمع بين الاتجاهين (الأفقي والرأسي)، أما الجانب الثاني، فهو: أسلوب إخراج الموضوعات على الصفحة، أي طريقة توزيع الموضوعات الصحفية بكامل مكوناتها من عنوان وصورة ومقدمة على الصفحة، وهو يختلف عن أسلوب العرض، فالعرض أسلوب يهتم بالاتجاه ولا يدرس إخراج الموضوع الصحفي، في حين الإخراج يتناول الطريقة التي يتبعها أو ينتهجها الموقع في إخراج الموضوعات الصحفية على صفحته الرئيسية.

أولاً: أسلوب إخراج الموضوعات في مواقع صحف الدراسة:

فعلى صعيد الأسلوب الإخراجي المتبع في مواقع صحف الدراسة، يتضح أن أغلب مواقع الصحف الفلسطينية اليومية اعتمدت أسلوب البوابة في إخراج موضوعاتها على الصفحة الرئيسية، وتتمثل تلك المواقع في : القدس، والأيام، والحياة الجديدة، بينما اعتمد موقع جريدة فلسطين أسلوب الوحدات الإلكترونية، الذي يعرض عنوان الخبر مع ملخص له.

الشكل (15)

أسلوب البوابة والاتجاه الرأسي- موقع جريدة القدس

وتؤكد الأدبيات والدراسات على أن أسلوب البوابة يعد الأسلوب الأمثل لتصميم الصفحات الرئيسية في الصحف الإلكترونية؛ وهو من الأساليب الحديثة الذي تعتمده أغلب الصحف الإلكترونية، خاصة تلك التي تحتوى على كميات كبيرة من الأخبار والمعلومات والأبواب التي يصعب حصرها، هذا ما بينته دراسة صالح العنزي[1]، التي أظهرت أن مواقع الصحف السعودية لا تتبع أسلوب البوابة على الرغم من أهميته وتفضيله للمستخدم، في حين أكدت دراسة هيثم مؤيد أن الجمهور أكثر إدراكاً للموقع ومحتواه في حال أسلوب البوابة، مؤكداً على تفضيل المستخدمين لأسلوب البوابة وإمكانية رؤية عناوين موضوعات الموقع[2].

وأكد المصممون على أفضلية أسلوب البوابة في إخراج الموضوعات على الموقع، لقدرته على جذب انتباه القارئ لمعرفة التفاصيل، إضافةً لكونه يلخص الخبر من خلال العنوان والصورة.

أما أسلوب إخراج الوحدات الإلكترونية فلم يلقى اهتماماً من قبل المستخدمين، وفقاً الدراسات السابقة*، فأسلوب الوحدات الإلكترونية يعتمد على عرض العناوين مصحوبة بملخص عنها مع صورة مرافقة، وهذا الأسلوب لا يتواءم مع طبيعة المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تمتاز بضخامة المعلومات والمحتوى، الذي يؤثر على كم الأخبار المعروضة، والخدمات الاتصالية الأخرى التي يقدمها الموقع.

ويلاحظ أن موقع جريدة فلسطين، استخدم أسلوب الوحدات الإلكترونية مع الأخبار الرئيسية والهامة، بينما استخدم أسلوب البوابة مع الأخبار الأقل أهمية التي عادةً ما تكون بالأقسام السفلى من الصفحة الرئيسية للموقع، ويرجع مصمم الموقع ذلك إلى أهمية الأخبار الرئيسية وحرص القائمين على الموقع لإبراز بعض من محتواها؛ لجذب القارئ لمتابعة قراءتها[3].

---

(1) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 186-187.

(2) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 311.

* أظهرت مجموعة من الدراسات أفضلية أسلوب البوابة في إخراج الصحف الإلكترونية، والدراسات هي:

- صالح العنزي، **مرجع سابق**.
- هيثم مؤيد، **مرجع سابق**.
- نوير العتيبي، "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية: دراسة وصفية على صحيفة الرياض الإلكترونية"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2010).

(3) أحمد الصعيدي، مصمم موقع جريدة فلسطين، مقابلة شخصية، بتاريخ 2014/9/27، **مرجع سابق**.

الشكل (16)

أسلوب الوحدات الإلكترونية والاتجاه الرأسي– موقع جريدة فلسطين

ثانياً: أسلوب عرض الموضوعات في مواقع صحف الدراسة:

وعلى صعيد أسلوب العرض أو اتجاهه، فاعتمد موقعا جريدتي القدس وفلسطين الأسلوب الرأسي، بينما موقع جريدة الحياة الجديدة اعتمد أسلوب العرض الأفقي، في حين اعتمدت جريدة الأيام في عرض موضوعاتها الأسلوب المختلط (الرأسي والأفقي معاً).

الشكل (17)

أسلوب البوابة والاتجاه (الرأسي والأفقي) – موقع جريدة الأيام

وتختلف الدراسات حول أفضلية اتجاه العرض للموضوعات في الصحف الإلكترونية، رغم ميل الكثير منها إلى أن الاتجاه الأفقي هو الأكثر تفضيلاً بين المستخدمين وفقاً لدراسة هيثم مؤيد[1]، التي بينت تفضيل المستخدمين للأسلوب الأفقي في عرض الموضوعات الصحفية على مواقع صحف الدراسة، معللاً ذلك بضمان رؤية أكبر قدر من المعلومات دون الحاجة إلى استخدام شريط التحريك Scroll Par الموجود في يمين الصفحة، لافتاً إلى أن الاتجاه الرأسي يُشعر المستخدم بالملل والتشتت، في حين ترى دراسة كارل تشيرهون وأخرون[2] أن الاتجاه الرأسي هو الأنسب لعرض الموضوعات الصحفية على مواقع الصحف على شبكة الإنترنت؛ لأن ذلك يساعد على قراءة النصوص المنشورة بسهولة، بجانب إدراك المستخدم للعناصر المرتبطة بالخبر أو الموضوع المنشور.

الشكل (18)

أسلوب البوابة والاتجاه الأفقي– موقع جريدة الحياة الجديدة

(1) هيثم مؤيد، **مرجع سابق**، ص 313.

(2) Carl Schierhorn and Others , op . cit.

6. الخطوط المستخدمة في مواقع صحف الدراسة:

لنوع وحجم الخط دور هام في عملية القراءة، فيجب أن تكون حروف النصوص على درجة عالية من يسر القراءة أو الانقرائية Readability، وهي درجة الكفاءة التي تجعل من اليسير على القارئ أن يتابع أكبر كميات ممكنة من حروف المتن، ويتصل بيسر القراءة عدد من العوامل التي يجب مراعاتها بالنسبة لحروف المتن، وتتمثل هذه العوامل في: شكل الحروف وطريقة تصميمها، وحجمها، واتساع السطور، ويجب على المخرج الصحفي أن ينسق عناصر الصفحة بما ييسر القراءة بحيث لا يجد القارئ مشكلة في التصفح والقراءة، من خلال تزويده بالعناصر المساعدة واستخدام الخطوط المناسبة[1].

وتشمل النصوص في الفنون الصحيفة ثلاثة أنواع، هي: العناوين، والمقدمات، والمتون أو الجسم؛ ولكل نوع من الثلاث قواعد تحكمه داخل البناء الشكلي للصحيفة، وفيما يلي تتناول الباحثة أنواع وأحجام الخطوط المستخدمة في العناوين والمتون لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، وتستعين لمعرفة أنواع وأحجام الخطوط المستخدمة بأكواد الموقع، التي من خلالها يمكن معرفة نوع الخط وحجمه واتساع السطور وغيرها من خصائص الخط المستخدم.

(1) أمل خطاب، **مرجع سابق**، ص 95-96

جدول (3)

نوع وحجم الخطوط المستخدمة في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

مواقع الصحف / الخطوط		القدس	الأيام	الحياة الجديدة	فلسطين
العناوين	نوعه	Tahoma	Tahoma	Arial	Arial
	حجمه بالبنط	12-10	11-9	13	11-18
المتن	نوعه	Tahoma	Tahoma	Simplified Arabic	Arabic Transparent
	حجمه بالبنط	10	9	12	13.5-9
عدد الخطوط المستخدمة		خط واحد	خط واحد	خطان	خطان

يُبين الجدول السابق، أن موقعي جريدتي القدس والأيام يستخدمان خطاً واحداً في كتابة عناوينها ومتونها وهو Tahoma، في حين استخدم كل من موقعي جريدتي الحياة الجديدة وفلسطين خطين أحدهما للعناوين، وهو Arial، والأخر للمتون، أي أن الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت تنوعت في استخدام الخطوط، وهي: Tahoma، Arial، Simplified Arabic، Arabic Transparent.

وبالنسبة لأحجام الخطوط المستخدمة، تراوحت أحجام العناوين في موقع جريدة القدس بين 10-12 بنط، أما حجم المتن فكان 10 بنط، بينما في موقع جريدة الأيام فتراوحت أحجام العناوين بين 9-11 بنط، والمتن بحجم 9 بنط، في حين التزم موقع جريدة الحياة الجديدة بحجم واحد لجميع عناوينه وهو: 13 بنط، والمتن 12 بنط، أما موقع جريدة فلسطين كان الأكثر تنوعاً في أحجام عناوينه، إذ تنوعت ما بين 11- 18 بنط، ومتونه ما بين 9-13.5 بنط*.

ويتضح من ذلك أن مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت تنوعت أحجام الخطوط المستخدمة في العناوين بين 9-18 بنط، وفي المتن تراوحت بين 9-13.5 بنط.

* قامت الباحثة بتحويل وحدة القياس المستخدمة في حجم الخطوط وهي البيكسل إلى بنط، من خلال الموقع الإلكتروني المتوفر على الرابط/ http://www.translatorscafe.com/cafe/units-converter/typography/calculator

وأظهرت دراسة محمد الشربيني تنوع مجلات الأطفال محل الدراسة في استخدام أنواع الخطوط، فاستخدمت المصرية نوع Arial، بينما العربية كانت أكثر استخداماً للخطوط، وتمثلت أنواع الخطوط في مجموعة، هي: Times New Roman، Arabic Transparent، Simplified Arabic، في حين استخدمت المجلات العالمية الخطوط Verdana، Tinkertoy، يتراوح أحجامها ما بين 12-18 بنط[1].

وأما دراسة حلمي محسب التي بينت اختلاف مواقع الصحف الدراسة في تبنيها لأفضلية الخطوط التي حددتها الدراسات الأكاديمية، فقد استخدمت صحيفة اليو إس إيه توداي USA Today خط Arial في كتابة موضوعاتها، أما صحيفة النيويورك تايمز New York Times فقد استخدمت خط Times News Roman، واعتمدت صحيفتا الأهرام والجمهورية خط Arial[2].

كما أكدت دراسة محسب اتفاق صحف الدراسة الأربع مع نتائج الدراسة الميدانية ونتائج الدراسات السابقة بخصوص حجم الخط، فقد رأت عينة الدراسة الميدانية بنسبة 85% أفضلية الخط الذي حجمه 12 نقطة للقراءة المستمرة، فقد قدمت صحيفة الأهرام عناوينها بخط 13.5 نقطة، ومتونها بخط 12 نقطة، أما صحيفة الجمهورية فقد قدمت عناوينها بخط سميك مقداره 11 نقطة، ومتونها بخط 11 نقطة، أما صحيفتا النيويورك تايمز New York Times واليو إس أيه توداى USA Today فقد قدمتا نصوصهما بخط مقداره 12 نقطة[3].

ويتفق المصممون* على أن المواقع الإلكترونية المحلية والعربية تستخدم الخطوط التي يدعمها المتصفح، وهي الأكثر انتشاراً وتداولاً بين المواقع: Arial، Tahoma، ويرجع ذلك لأن المتصفح يدعمها، وموجودة على كافة أجهزة التشغيل، إضافةً لوضوحها في القراءة، مبينين أهمية استخدم خط أو خطين فقط في الكتابة للمواقع الإلكترونية.

(1) محمد الشربيني، **مرجع سابق**، ص 371-372.

(2) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 366.

(3) **المرجع السابق نفسه**، ص 367..

* المصممون، هم:

- م. أحمد شقورة، عضو مجلس إدارة شركة أطياف للتصميم.
- م. إبراهيم شقورة، مصمم موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية.
- م. أيمن الشلتوني، مصمم موقع وكالة صفا الإخبارية.

ويفضل المصممون أن يتراوح حجم خط المستخدم في كتابة العناوين بين 18–24 بنطاً، وفي النصوص بين 14–16 بنطاً، مع عدم ثبات تلك الأحجام، حيث نوع الخط المستخدم له تأثير على الحجم، ولا يوجد قاعدة يمكن تعميمها بخصوص أحجام الخطوط المستخدمة.

(أ) الخطوط في موقع جريدة القدس:

```
field-title a
{
    clear: both;
    color: #3a7796;
    float: none;
    font-family:
     Tahoma,Arial,Helvetica,sans-
     serif;
    font-size: 13px;
    font-style: normal;
    font-weight: normal;
    line-height: 19px;
    text-align: right;
}
```

الشكل (19–أ)

كود خط العناوين– موقع جريدة القدس

```
name-body {
    color: #333;
    font-family:
     Tahoma,Arial,Helvetica,sans-
     serif;
    font-size: 13px;
    font-weight: normal;
    line-height: 22px;
}
```

الشكل (19– ب)

كود خط المتون– موقع جريدة القدس

يتضح من الشكلين السابقين، أن الخط Tahoma هو الخط الوحيد المستخدم في كتابة العناوين والمتون بموقع جريدة القدس، ويُلاحظ أيضا استخدام نفس حجم الخط لكتابة العناوين والمتون على الصفحة الرئيسية 13 بيكسل (10 بنط)، وتختلف العناوين على الصفحة الرئيسية عن نظيرتها بالصفحات الداخلية في اللون والحجم، فالعناوين على الصفحة الرئيسية تكون باللون الأزرق بدون Bold على أرضية رمادية اللون، في حين العناوين بالصفحات الداخلية بيضاء اللون

على أرضية زرقاء، وتُكتب بحجم 12 بنط Bold، أما المتون فهي موجودة فقط بالصفحات الداخلية، والتزم الموقع بنفس خط العناوين في كتابتها، ولكنها تختلف مع العناوين في اللون المستخدم، حيث كُتبت باللون الرمادي الغامق.

(ب) الخطوط في موقع جريدة الأيام:

```
    direction: rtl;
    font-family: Tahoma;
    font-size: 9pt;
    font-weight: normal;
    text-align: right;
}
```

الشكل (20-أ)

كود خط العناوين- موقع جريدة الأيام

```
A:hover {
    font-family: Tahoma;
    font-size: 10pt;
    font-weight: normal;
    text-align: right;
}
```

الشكل (20- ب)

كود خط المتون- موقع جريدة الأيام

ويُلاحظ أن موقع جريدة الأيام التزم بخطٍ واحد في كتابة العناوين والمتون، وهو خط Tahoma، وبأحجام تراعى خصوصية كل خط، فعلى صعيد العناوين، تنوعت أحجامها ما بين 9 بنط على الصفحة الرئيسية، و 11 بنط على الصفحة الداخلية للأخبار، ويلاحظ أن العناوين بالصفحات الداخلية تَميز bold، بينما في الصفحة الرئيسية عنواناً واحداً فقط يُكتب bold وباللون الأحمر، وهو العنوان الرئيس لأول خبر، بينما باقي العناوين تكتب باللون الأسود ببنط 9، أما المتون التي يقتصر وجودها على الصفحات الداخلية، وتُكتب بحجم 10 بنط، باللون الأسود.

(ج) الخطوط في موقع الحياة الجديدة:

```
.newstitle {                    astyle.css (line
    color: #141f7d;
    font-family: Arial,verdana;
    font-size: 17px;
    font-weight: bold;
    line-height: 170%;
    padding-right: 3px;
    text-decoration: none;
}
```

الشكل (21-أ)

كود خط العناوين- موقع جريدة الحياة الجديدة

```
.newsinside {                   astyle.css (line
    color: #000000;
    font-family: Simplified Arabic
    font-size: 16px;
    font-weight: bold;
    line-height: 160%;
}
```

الشكل (21- ب)

كود خط المتون- موقع جريدة الحياة الجديدة

يتضح من الشكلين السابقين، أن موقع جريدة الحياة الجديدة استخدم نوعين من الخطوط، أحدهما للعناوين وهو: Arial، وأخر للمتون، وهو: Simplified Arabic، فالعناوين تُكتب بحجم 17 بيكسل (13 بنط) باللون الأزرق Bold، بينما المتون تُكتب بحجم 16 بيكسل (12 بنط) باللون الأسود Bold.

(د)الخطوط في موقع جريدة فلسطين:

```
body h1, body h2, body h3, body h4, body h5, body h6 {
    font-family: Arial,sans-serif;
    font-weight: bold;
}
```

الشكل (22-أ)

كود خط العناوين- موقع جريدة فلسطين

```
.detail-body                    subpage.css?d=14122441
.newsdetails {
  padding-right: 20px;
  width: 490px;
  float: right;
  font-family: "Arabic
      Transparent","Simplified
      Arabic",arial,verdana,sans-serif;
  font-size: 18px;
  line-height: 24px;
}
```

الشكل (22- ب)

كود خط المتون- موقع جريدة فلسطين

واستخدم موقع جريدة فلسطين نوعين من الخطوط، خطاً للعناوين، وهو: Arial، وخطاً أخر للنصوص Arabic Transparent *، فموقع جريدة فلسطين هو الوحيد من بين مواقع الصحف الفلسطينية اليومية الذي يعتمد أسلوب الوحدات في إخراج الموضوعات، أي أنه يقدم ملخصاً للخبر الذي قد يكون مقدمة أو ملخصاً لأهم ما جاء بالخبر، فكان من الضروري أن يستخدم الموقع خطاً مغايراً لخط للعناوين الرئيسية بالصفحة، فقد استخدم الموقع خط Tahoma لكتابة مقدمات الأخبار الرئيسية.

ويُلاحظ أن الموقع اعتمد خصائص واحدة تجمع جميع العناوين بالموقع سواء كانت على الصفحة الرئيسية أو في الصفحات الداخلية للموقع، وتمثلت في نوع الخط "Arial"، ومميزه Bold، أما حجمه فيختلف من عنوان لأخر تبعاً لمكانه وأهميته، وتتراوح أحجام العناوين ما بين 11-18 بنط، أما المقدمات فكان حجم خطها 9 بنط، في حين كان حجم المتون بالصفحات الداخلية 13.5 بنط (18 بيكسل) باللون الأسود.

ويؤكد مصمم الموقع أن الموقع اعتمد بشكل أساسي على خطين أساسين، هما Arial في كتابة العناوين، و Arabic Transparent في كتابة النصوص، لافتاً إلى أن الموقع استخدم

* لاحظت الباحثة تأثير المتصفح المستخدم في تحديد نوع الخط في موقع جريدة فلسطين، فقد وجدت أن الخط المستخدم في موقع جريدة فلسطين يختلف بناءً على المتصفح المستخدم، ففي حالة المتصفح Chrome تظهر النصوص بخط Arabic Transparent، وفي المتصفح Fire Fox تظهر بخط Arial، بينما على Explorer تكون بخط Simplified Arabic، أما العناوين فتشابهت في المتصفحين Chrome و Fire Fox بينما في Explorer كُتب العناوين Times News Roman ، وعلى الرغم من ذلك أكد م. أحمد الصعيدي مصمم موقع جريدة فلسطين، أن الموقع يعتمد على خطين، هما: Arial ، و Arabic Transparent، في موقع جريدة فلسطين، بينما لم يكن للمتصفح تأثير على باقي مواقع الصحف الفلسطينية.

بجانب الخطوط الأساسية مجموعة من الخطوط في العناوين: Times New Roman، والمقدمات: Tahoma، مؤكداً على أهمية التنوع في الخطوط[1].

7. الإعلانات في مواقع صحف الدراسة:

تعد الإعلانات مصدراً مهماً للمواقع الإلكترونية؛ لكونها المصدر الرئيسي لتمويل الموقع مما يضمن له الاستمرار والبقاء، وتحرص أغلب المواقع الإلكترونية على تخصيص مساحات إعلانية من صفحاتها، ويرجع ذلك إلى أهمية الإعلان الإلكتروني في كونه يمتاز بالمشاهدة العالية من كافة أرجاء العالم، فهو لا يقتصر على الصعيد المحلي للموقع، وقد تكون الإعلانات لشركات عالمية، إضافةً لما يُضفيه الإعلان على الموقع من حركة وحيوية؛ نظراً لاعتماده على نظام الفلاش في تصميمه.

جدول (4)
إجمالي مساحة الإعلانات في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

مواقع الصحف / الإعلانات	القدس	الأيام	الحياة الجديدة	فلسطين
عدد الإعلانات	9	1	1	8
إجمالي مساحة الإعلانات بالبيكسل	838488	36000	17034	454116
نسبة مساحة الإعلانات لمساحة الصفحة	%12	%1.7	%0.6	%13.1

يلاحظ من الجدول السابق، تباين مواقع الصحف الفلسطينية في النسبة المخصصة للإعلانات على صفحتها الرئيسية، ويرجع ذلك لسياسة كل صحيفة، ومصدر تمويلها، فتمتاز جريدة القدس بنسختها المطبوعة بكثرة الإعلانات، واعتمادها على الإعلانات بشكل أساسي كمصدر التمويل لكونها جريدة مستقلة، وينعكس ذلك على موقعها الإلكتروني، فقد بلغت نسبة الإعلانات 12% من مساحة الصفحة الرئيسية للموقع، حيث بلغت الإعلانات التجارية من إجمالي الصفحة الرئيسية 8.6%، أما موقع جريدة فلسطين، فبلغت إجمالي نسبة إعلاناتها 13.1%، وهي

(1) أحمد الصعيدي، مصمم موقع جريدة فلسطين، مقابلة شخصية، بتاريخ 2014/9/27، **مرجع سابق**.

نسبة متقاربة مع موقع جريدة القدس، لكن لابد من أخذ بعين الاعتبار بأن مساحة موقع جريدة القدس أكبر من موقع جريدة فلسطين.

أما في موقعي جريدتي الأيام والحياة الجديدة فكانت نسبة الإعلانات متدنية بشكل ملحوظ، حيث احتوى كل من الموقعين على إعلانٍ واحدٍ فقط، كان بموقع جريدة الأيام ترويجي لمؤسسة الأيام التي تصدر عنها الجريدة، وجاء بنسبة 1.7%، أما في موقع جريدة الحياة الجديدة فكان الإعلان ترويجي لبنك الاستثمار، ونسبته من إجمالي مساحة الموقع 0.6%.

وترجع الباحثة قلة الإعلانات التجارية في الموقعين لكون أحدهما رسمي (حكومي) والأخر شبه رسمي (حكومي)، فكِلا الموقعين يؤيدان موقف الحكومة، ويعد موقع جريدة الحياة الجديدة حكومياً وتغطى نفقاته الحكومة*.

وتتفق الدراسة مع النتائج التي توصل إليها حاتم الصريدي، التي تُظهر غياباً واضحاً للإعلانات، وعروض الترويج بصورة عامة بمواقع صحف الدراسة، مرجعاً ذلك إلى ضعف سوق الاعلانات على الشبكة مقارنة بتواجدها الضخم عبر وسائل الإعلام والإعلان الأخرى[1]، وهذا ما أكدته دراسة Fayez Alshehri ، التي بينت أن النشاط الإعلاني ضئيل أو معدوم في جميع الصحف على الإنترنت محل الدراسة[2].

ويتفق المصممون على عدم وجود نسبة محددة لإعلانات المواقع الإلكترونية، وأن نسبة وجودها تعتمد على القائمين بالموقع، مؤكدين على تفضيل التقليل منها؛ لكونها تشتت المستخدم، إضافةً لاعتمادها على نظام الفلاش الذي يحتاج إلى برامج لتشغيله، ومساحة تخزينية، إضافةً إلى أحجامها الكبيرة التي تؤثر على الزمن اللازم لتحميل الموقع.

* قامت الباحثة بتحديد مساحة الإعلانات من خلال أكواد الصفحة الرئيسية لمواقع صحف الدراسة، ومن ثم أحصت إجمالي مجموعتها لكل موقع جريدة في جدول خاص، يُبين الجداول: الإعلانات، ومساحتها، وموقعها على الصفحة الرئيسية، وتم إرفاق تلك الجداول بالملحق (2)، ص 258.

(1) حاتم الصريدي، **مرجع سابق**، ص 121.

(2) Alshehri, F. , Op. Cit. p. 311.

بينما ترى الباحثة ضرورة وجود إعلانات على المواقع الإلكترونية، لكونها مصدراً في التمويل، إضافةً لوجود بعض المستخدمين الذين يبحثون عن الإعلانات، علاوةً على زيادة الإقبال على الإعلانات الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

8. الأيقونات في مواقع صحف الدراسة:

الأيقونة هي صورة صغيرة مستحدثة لتمثل فعلاً ما أو مضموناً معيناً، ويمكن أن تستخدم الأيقونات بمفردها أو مع كلمات توضيحية، وهناك بعض الأيقونات معروفة المعنى، مثل: أيقونات الطبع، أرسلها عبر البريد الإلكتروني، احفظها، والرجوع للصفحة الرئيسية و.. ، ولكن توجد بعض الأيقونات إما أنها مازالت غير معروفة، أو أنها تحتمل أكثر من معنى، فأيقونة الكرة الأرضية مثلاً قد تعنى صفحة رئيسية لشركة متعددة الجنسيات أو رابط لمادة جغرافية، لذا يفضل في مثل هذه الحالات إضافة عبارة أو كلمة توضيحية توضح معنى الأيقونة[1].

وتعد الأيقونات من المكونات الثابتة بالموقع، التي يدركها المستخدم بسهولة، هذا بجانب جمالية تلك الأيقونات ما تضفيه على الموقع، واستخدمت كافة مواقع الصحف الفلسطينية الأيقونات في مواقعها على شبكة الإنترنت، وإن تفاوتت في عددها ومدلولاتها.

(أ) أيقونات موقع جريدة القدس:

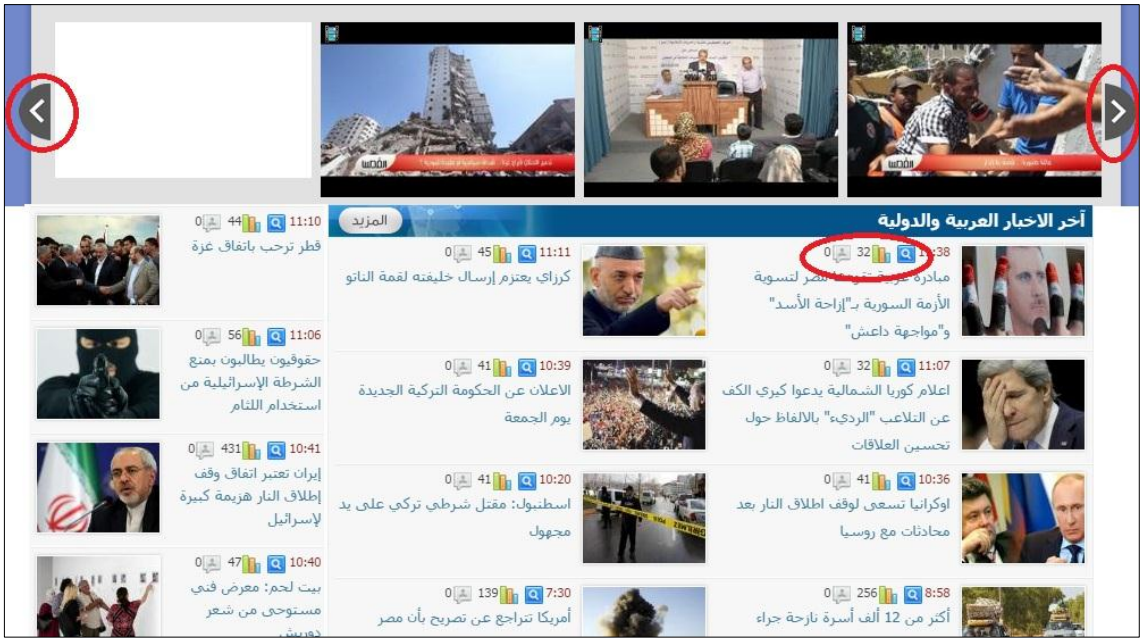
الشكل (23-أ)

أيقونات رأس موقع جريدة القدس

يوضح الشكل السابق الأيقونات المستخدمة في رأس موقع جريدة القدس، التي تمثلت في أيقونات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب، وخدمة RSS)، التي تقع في أقصى

(1) منار محمد، **مرجع سابق**، ص167.

أعلى يسار الصفحة، وتعد هذه الأيقونات الأكثر انتشاراً في كافة المواقع الإخبارية، كما أن شكل الأيقونات مألوفة للمستخدم ولا تحتاج إلى توضيح أو إرفاقها بكلمات أو عبارات توضيحية.



الشكل (23- ب)

أيقونات جسم موقع جريدة القدس

أما في جسم الموقع، فاستخدم الموقع أيقونات ثلاثة مشتركة في كافة الأخبار المنشورة على الصفحة الرئيسية، فتمثلت في

، فيلاحظ أن الأيقونة الأولى: تأخذ شكل عدسة التي تدل بالغالب على البحث، ولكن يراد بها هنا رؤية نص الخبر كاملاً، فمجرد النقر عليها بالمؤشر تظهر نافذة صغيرة تحتوى على نص الخبر مع الصورة بحجم صغير، وإمكانية مشاركته عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أما الأيقونة الثانية: فتمثل نسبة مشاهدة الخبر أي احصاء لذلك الخبر، والأيقونة الثالثة: فهي عبارة عن عدد التعليقات على الخبر.

ويحتوى أيضا جسم موقع جريدة القدس على أيقونات الأسهم للدلالة على السابق والتالي، واقتصر استخدامها في ألبومات الصور، فالموقع يوفر ألبومات سابقة، وكذلك بمقاطع الفيديو والتقارير المصورة.

الشكل (23-ج)

أيقونات ذيل موقع جريدة القدس

ويُلاحظ تكرار أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي وخدمة RSS في أسفل الصفحة، ولكن بحجم أكبر من تلك الموجودة في الأعلى، ويرجع ذلك لطول ارتفاع الصفحة.

(ب) أيقونات موقع جريدة الأيام:

يعد موقع جريدة الأيام الموقع الوحيد من بين مواقع صحف الدراسة الذي استخدم الأيقونات مع عبارات توضيحية لها، ويظهر ذلك بالشريط السفلي من الموقع كما هو في الشكل التالي.

الشكل (24)

أيقونات ذيل موقع جريدة الأيام

ربما يرجع ذلك لوجود بعض الأيقونات غير المتداولة بالمواقع الإلكترونية، الذي فرض على الموقع وضع عبارات أو كلمات توضيحية لها، ويستخدم الموقع كذلك أيقونة محرك البحث

، التي على هيئة عدسة وتقع في الأعلى من جسم الموقع.

(ج) أيقونات موقع جريدة الحياة الجديدة:

الشكل (25)

أيقونات رأس موقع جريدة الحياة الجديدة

ويُلاحظ أن موقع جريدة الحياة الجديدة، استخدم فقط أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي إضافة إلى خدمة RSS، التي تقع أسفل رأس الصفحة الرئيسية للموقع، ولم يستخدم أي أيقونات أخرى.

(د) أيقونات موقع جريدة فلسطين:

الشكل (26-أ)

أيقونات رأس موقع جريدة فلسطين

يظهر الشكل السابق (26-أ)، الجزء العلوى من الصفحة الرئيسية لموقع جريدة فلسطين، الذي يضم مجموعة من الأيقونات تمثلت في: الأرشيف بشقيه: الفلاش وبي دي أف، بالإضافة إلى أيقونة محرك البحث البسيط والمتقدم، وكذلك الصفحة الرئيسية المتمثلة في شكل البيت.

الشكل (26- ب)

أيقونات جسم موقع جريدة فلسطين

أما جسم الصفحة الرئيسية للموقع، فيضم أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وتويتر وجوجل بلس واليوتيوب ولكن أيقونته مختلفة، ويرجع ذلك لخطأ في البرمجة أو اعتمادها

على موقع وسيط لموقع اليوتيوب، وكذلك أيقونات تقع في البانر الثاني من الصفحة الرئيسية، وتوضح أقسام البانر، وهي قراءة الأخبار، ومشاهدة بعض مقاطع الفيديو، وأخيراً مشاركة أخبار من قبل المستخدمين، وأيضا أيقونات الأسهم الدالة على التالي والسابق، التي استخدمها مع الأخبار العاجلة، ورسوم الكاريكاتير.

الشكل (26-ج)

أيقونات ذيل موقع جريدة فلسطين

يُلاحظ من خلال الشكل السابق، وجود أيقونات جديدة في أسفل الصفحة الرئيسية (الذيل)، حيث أيقونات تدل على موضوعات يجب قراءتها، وأخرى في دائرة الضوء، وأيقونات تدل على ملف الأسبوع وفي عدد اليوم، وعلى الرغم من اختلاف الأيقونات إلا أنها مستخدمة لذات الموضوع، وكذلك توجد أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي تويتر والفيس بوك وفليكر وخدمة RSS، ويحتوى أيضا ذيل الصفحة الرئيسية للموقع على سهم ينقل المستخدم إلى أعلى الصفحة بمجرد النقر عليه بالمؤشر.

9. أجزاء الصفحة الرئيسية لمواقع صحف الدراسة:

تتكون الصفحة الرئيسية لأي موقع إلكتروني من ثلاثة أجزاء مهمة، الرأس، الجسم، والذيل، ولِكل منها وظيفته وأهميته في الموقع، ولابد من وجود الثلاث مكونات في أي موقع ناجح، وإن فقدان أحد من تلك الأجزاء يعد نقص في تصميم الموقع.

فلكل جزء من تلك الأجزاء مكوناته الخاصة التي تعبر عن شخصية الموقع وهويته، فالرأس يمثل هوية الموقع، أما الجسم فيضم محتويات ومواد الموقع، أما الذيل فيضم الحقوق الفكرية والملكية للموقع وروابط أقسام الموقع وغيرها.

ورغم أهمية الأجزاء الثلاث في الصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية، إلا أن المصممين اختلفوا في ضرورة وجود الأجزاء الثلاث، فيؤكد كل من إبراهيم شقورة وأحمد شقورة وأيمن الشلتوني على أهمية تلك الأجزاء، وإن غياب أيٍ منها يفقد الموقع جزءاً مهماً، فغياب الذيل يؤثر على الموقع من حيث الاتصال والتواصل، والحقوق الفكرية، إضافةً لأهميته في محركات البحث العالمية، بينما يرى أحمد الصعيدي أن الرأس والجسم هما أساسيان لأي موقع إلكتروني، ولا يمكن غيابهما، في حين ذيل الموقع، فهو غير ضروري، وغيابه لا يشكل أي خلل في بناء الموقع[1].

وعلى صعيد مواقع الصحف الفلسطينية اليومية، يُلاحظ أن ثلاثة مواقع فقط من أربعة التزمت في تصميم صفحتها الرئيسية بالمكونات أو الأجزاء الرئيسية للموقع، وهي: موقع جريدة القدس، موقع جريدة الأيام، وموقع جريدة فلسطين، في حين لم تلتزم جريدة الحياة الجديدة في تصميم موقعها بالثلاثة الأجزاء، واكتفت بالرأس والجسم، كما هو في الشكل التالي (27).

(1) استناداً لمقابلات مع:

- أحمد الصعيدي، مصمم موقع جريدة فلسطين، **مرجع سابق**.
- أيمن الشلتوني، مصمم موقع وكالة صفا، **مرجع سابق**.
- أحمد شقورة، عضو مجلس إدارة شركة أطياف للتصميم، **مرجع سابق**.
- إبراهيم شقورة، مصمم موقع وكالة فلسطين اليوم، **مرجع سابق**.

رأس الصفحة

جسم الصفحة

الشكل (27)

أجزاء الصفحة الرئيسية– موقع جريدة الحياة الجديدة

ثانياً: المكونات الثابتة التفاعلية لمواقع صحف الدراسة:

تعد التفاعلية العلامة الفارقة بين الصحافة الإلكترونية ونظيرتها المطبوعة، وقد أحدثت التفاعلية نقلة نوعية في وسائل الإعلام التقليدية، من خلال تقديم نوع من الاتصال الثنائي والتعددي يتجاوز التدفق التقليدي غير المباشر للرسائل الإعلامية.

والتفاعلية عملية مرتبطة بعملية التصميم والإخراج الإلكتروني للصحف والمواقع الإلكترونية، حيث يؤدي 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 تلبى هذه الخيارات للوصول إلي المعلومات التي يستهدفها، ويسمح أيضا للمتلقي بالتدخل في بناء المحتوى في بعض الحالات – بالتعليق وإبداء الرأي– وليس بالقبول والعزوف فقط[1].

ويقسم حلمي محسب العناصر البنائية التفاعلية إلى تفاعلية معلوماتية، وأخرى تفاعلية تواصلية، وهي كالتالي:

1. **العناصر التفاعلية المعلوماتية:** ويقصد بها الأدوات التي تمد المستخدم بالمعلومات التي يريدها سواء كان ذلك عن طريق مدخلاته إلى النظام، مثل: محركات البحث والأرشفة أم اختياره من بين مجموعة من البدائل المعلوماتية، مثل: خريطة الموقع[2].

(1) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص61- 62.

(2) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 217.

جدول (5)

العناصر التفاعلية المعلوماتية في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

العناصر التفاعلية المعلوماتية / مواقع الصحف			القدس	الأيام	الحياة الجديدة	فلسطين
محركات البحث	بحث داخلي	بحث بسيط	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
		بحث متقدم	لا يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
	بحث خارجي		لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
الأرشيف	أرشيف النسخة المطبوعة	تحميل PDF	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
		مشاهدة Flash	لا يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
	أرشيف المواد المنشورة على الموقع		يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
	مدة الأرشيف	النسخة المطبوعة	يناير 1992	مارس 2004	مارس 2005	مايو 2007
		النسخة الإلكترونية	يناير 2008	مارس 2004	مارس 2005	غير محدد
خريطة الموقع			لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد

تشير بيانات الجدول السابق إلى عناصر التفاعلية المعلوماتية في مواقع صحف الدراسة، وتشمل:

1. **محركات البحث:** يتضح من الجدول السابق، اتفاق مواقع الصحف الفلسطينية الأربعة في تقديم خدمة البحث الداخلي البسيط، وتميز موقعا جريدتي فلسطين والحياة الجديدة في إتاحة خدمة البحث المتقدم الذي يقدم خيارات للمستخدم؛ لحصر النتائج والحصول على المعلومات التي يريدها بدقة، وكذلك يتضح إهمال مواقع صحف الدراسة البحث الخارجي، من خلال ربط الموقع بمحركات البحث العالمية على شبكة الإنترنت.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ماجد حبيب التي أفادت بأن مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت توفر خدمة البحث السريع بنسبة 100%، وتوفير خدمة البحث المتقدمة بنسبة 50%، وإغفالها لخدمة البحث الخارجي، أي أن صحف الدراسة لم تربط مواقعها مع محركات

البحث العالمية[1]، وكذلك إلى ما انتهت إليه دراسة ثائر تلاحمة التي أكدت على حرص المواقع الإخبارية الفلسطينية على توفير آلية البحث وقاعدة بيانات للموقع[2].

وكما أكدت دراسة Carina Ihlstrom & Jonas Lundberg على ضرورة وجود محركات البحث وأرشيف لأخبار الموقع، وأيضا أظهرت دراسة صالح العنزي أن جميع صحف الدراسة تُتيح خدمة البحث في أعدادها السابقة، على اعتبارها أنها في مقدمة الخدمات التي يستفيد منها جمهور الصحف الإلكترونية[3].

وفي نفس السياق، أظهرت دراسة حلمي محسب على أهمية وجود محركات البحث بأنواعها، مبيناً بأن موقعي قناة الجزيرة وقناة CNN قد أتاحا خدمتي البحث الشامل بالموقع، وكذلك البحث في أقسام الموقع، مع تميز موقع قناة CNN بتقديم خدمة البحث داخل مواقع الويب[4]، ولقد أظهرت دراسة نجوى فهمي بأن 14 موقعاً إخبارياً من إجمالي عينة الدراسة قد وفرت آلية البحث والأرشيف للمستخدمين، بينما وفرت ثمانية مواقع خدمة البحث فقط[5].

وبينت دراسة جاسم جابر أن نسبة كبيرة من مواقع الدراسة قد وفرت خدمة البحث، التي كانت على مستويين، الأول: البحث داخل الموقع، والثاني: ربط الموقع مع محركات البحث المعروفة في شبكة الإنترنت[6].

2. **الأرشيف:** يظهر الجدول رقم (5) أن مواقع الصحف الفلسطينية الأربعة تقدم خدمة أرشيف النسخة المطبوعة بصيغة PDF، وأن ثلاث صحف فقط تقدم خدمة تصفح الجريدة بصيغة Flash، وهي: الأيام، والحياة الجديدة، وفلسطين، وهي خدمة تُتيح للمستخدم تصفح الجريدة على الإنترنت دون الحاجة إلى تنزيل كما هو الحال في صيغة PDF.

(1) ماجد حبيب، **مرجع سابق**، ص 166.
(2) ثائر تلاحمة، **مرجع سابق**، ص 74.
(3) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 189-190.
(4) حلمي محسب، "قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت: بالتطبيق على موقعي الجزيرة وCNN"، **مرجع سابق**، ص 241.
(5) نجوى فهمي، **مرجع سابق**، ص 244.
(6) جاسم جابر، **مرجع سابق**، ص 409.

وتتفق نتائج الدراسة مع الدراسات السابقة في ضرورة وجود أرشيف للمواد المنشورة والنسخة المطبوعة، وهذا ما أكدته دراسة ماجد حبيب، ولكن أظهرت نتائج هذه الدراسة بأن موقع جريدة الأيام يوفر فرصة تصفح النسخة المطبوعة على الإنترنت دون الحاجة إلى تحميل على جهاز الكمبيوتر، فقد أفادت دراسة ماجد حبيب أن موقعي جريدة الحياة الجديدة وفلسطين فقط هما اللذان يقدمان خدمة تصفح الأعداد السابقة من النسخة المطبوعة بصيغة Flash[1].

ويبين المصمم أحمد شقورة أن توفير خدمة تصفح النسخة المطبوعة مباشرة على الإنترنت، بجانب تحميلها PDF، يميز مواقع الصحف اليومية عن غيرها، فمن خلال توفيرهما يقدم الموقع فرصة الاختيار للمستخدم بين الطريقتين، وهو نوع من أنواع التفاعلية التي من خلالها يحدد المستخدم ويقرر ماذا يريد[2].

وعن مدة الأرشيف، يكشف الجدول رقم (5) أن مواقع الصحف الفلسطينية حرصت على توفير النسخة المطبوعة لها على مواقعها على شبكة الإنترنت، وإن تفاوتت المدة الزمنية لبدء توفير النسخة المطبوعة، فكان موقع جريدة القدس الوحيد الذي وفرَ أعداداً قديمة لنسخته المطبوعة من بين مواقع صحف الدراسة، حيث تميز الموقع بتوفير عدد من النسخة المطبوعة يرجع صدوره أكثر من (10) سنوات بشكل يومي، وعليه فإن أرشيف النسخة المطبوعة لجريدة القدس يعود إلى يناير عام 1992م، بينما يُتيح موقعا جريدتي الأيام والحياة الجديدة أرشيف النسخة المطبوعة منذ مارس 2004م و م2005 على التوالي، في حين وفرت فلسطين أرشيف نسختها المطبوعة منذ نشأتها أي عام 2007م، أما فيما يتعلق بأرشيف المواد المنشورة فقد وفره موقع جريدة الأيام لمدة عشرة سنوات، وهي الأطول بين مواقع صحف الدراسة.

وتشير النتائج التي توصلت إليها نجوى فهمي في دراستها عن تفاعلية المواقع الإخبارية إلى حرص 21 موقعاً إخبارياً بنسبة 46.6% على وضع أرشيف بالأعداد السابقة منذ تم إنشاء الموقع

(1) ماجد حبيب، **مرجع سابق**، ص 165.

(2) أحمد شقورة، عضو مجلس إدارة شركة أطياف للتصميم، مقابلة شخصية، بتاريخ 2014/9/28، **مرجع سابق**.

على الإنترنت، و3 مواقع إخبارية توفر أرشيف محدد المدة الزمنية مدته تتراوح بين أسبوع وأربعة أسابيع[1].

3. **خريطة الموقع:** يبين الجدول رقم (5) أن مواقع صحف الدراسة لم تُتح خريطة لمواقعها، رغم أهميتها في تسهيل الحصول على المعلومات، والتعرف على أقسام وهيكل الموقع.

وكذلك أظهرت دراسة Carina Ihlstrom & Jonas Lundberg ، أن أياً من مواقع الدراسة لم تقدم خريطة لمواقعها، التي تساعد في عملية التجوال والبحث على المعلومات[2]، وأظهرت دراسة حلمي محسب تجاهل الصحف المصرية من عينة الدراسة تقديم خريطة لمواقعها، مكتفية بتقسيمات الصفحة الرئيسية[3].

وفيما يلي تتناول الباحثة كل عنصر من عناصر التفاعلية المعلوماتية لكل موقع جريدة على حدة:

1.1. محركات البحث في مواقع صحف الدراسة:

يقصد بها الوسائل والأدوات التي تساعد المستخدم للوصول إلى المعلومات التي يريدها بسهولة، ويكون ذلك من خلال الكلمات المفتاحية المرتبطة بالموضوعات والأخبار التي يريدها، وتم تقسيمها إلى: بحث داخل الموقع الإلكتروني بشقيه البسيط والمتقدم، وأخر بحث خارج الموقع أي عبر مواقع شبكة الإنترنت.

وتفاوتت مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت في تقديم خدمة البحث بمواقعها، فاتفقت جميعها في تقديم البحث الداخلي، ولم توفر أياً منهم البحث خارج الموقع عبر مواقع البحث العالمية على شبكة الإنترنت، إذ تقدم مواقع صحف الدراسة خدمة البحث البسيط، وذلك من خلال الكلمات المفتاحية، ولكن يتميز موقعا جريدتي فلسطين والحياة الجديدة بتقديم خدمة البحث المتقدم، من خلال التقسيمات وتحديد الفترة الزمنية للبحث، وهذا يساعد المستخدم على الحصول على المعلومات التي يريدها بسهولة وسرعة.

---

(1) نجوى فهمي، **مرجع سابق**، 242.

(2) Ihlstrom, C. & Lundberg, J., Op. cit. p. 63.

(3) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 379.

(أ) محركات البحث في موقع جريدة القدس:

الشكل (28)

بحث داخلي بسيط – موقع جريدة القدس

يوفر موقع جريدة القدس خدمة البحث داخل الموقع فقط، وذلك من خلال البحث البسيط داخل مواد الموقع عبر الكلمات المفتاحية، ولم يوفر البحث المتقدم الذي يُتيح للمستخدم خيارات تساعده في تحديد نوع الموضوع وزمن حدوثه وغيرها من الخيارات التي تزيد من دقة البحث والوصول إلى المعلومات التي يريدها.

(ب) محركات البحث في موقع جريدة الأيام:

الشكل (29)

بحث داخلي بسيط – موقع جريدة الأيام

اكتفى موقع جريدة الأيام بتقديم خدمة البحث البسيط، ولم يوفر البحث الداخلي بخياراته المتقدمة.

(ج) محركات البحث في موقع جريدة الحياة الجديدة:

الشكل (30)

بحث داخلي بسيط ومتقدم – موقع جريدة الحياة الجديدة

تميز موقع جريدة الحياة الجديدة بتوفير خدمة البحث الداخلي البسيط من خلال الكلمات المفتاحية، والبحث المتقدم من خلال مجموعة من الخيارات التي تساعد على تضييق البحث ضمن حدود يحددها المستخدم؛ للحصول على نتائج قليلة تمتاز بالدقة.

(د) محركات البحث في موقع جريدة فلسطين:

الشكل (31)

بحث بسيط ومتقدم – موقع جريدة فلسطين

يشترك موقع جريدة فلسطين مع مواقع الصحف الأخرى بتوفير خدمة البحث الداخلي البسيط من خلال الكلمات المفتاحية، ولكنه يتميز مع موقع جريدة الحياة الجديدة بإتاحة خيارات للبحث من خلال خدمة البحث المتقدم لضمان الحصول على المعلومات التي يريدها المستخدم.

ويُلاحظ أن الموقع يُوفر البحث المتقدم من خلال قائمة منسدلة تظهر بمجرد النقر بالماوس على أيقونة البحث المتقدم بالأعلى، وتظهر القائمة على أرضية سوداء تضم مجموعة من الخيارات لآلية البحث.

1.2. الأرشيف في مواقع صحف الدراسة:

يعد وجود الأرشيف ضرورياً لأي موقع كان، فوجود الأرشيف للمواد المنشورة يساعد المستخدم على البحث والوصول إلى المعلومات التي يريدها، ومطالعتها، ويمكن الاستفادة منه في تدعيم المواد حديثة النشر واستخدامها كمعلومات خلفية عن الحدث.

وتميزت مواقع صحف الدراسة بتوفير أرشيف لنسختها المطبوعة على مواقعها، الذي يساعد المستخدم في العودة إلى الأعداد السابقة لها، أو تصفح العدد الجديد عبر شبكة الإنترنت، هذه بجانب أرشيف موادها المنشورة على الموقع.

(أ) خدمة الأرشيف في موقع جريدة القدس:

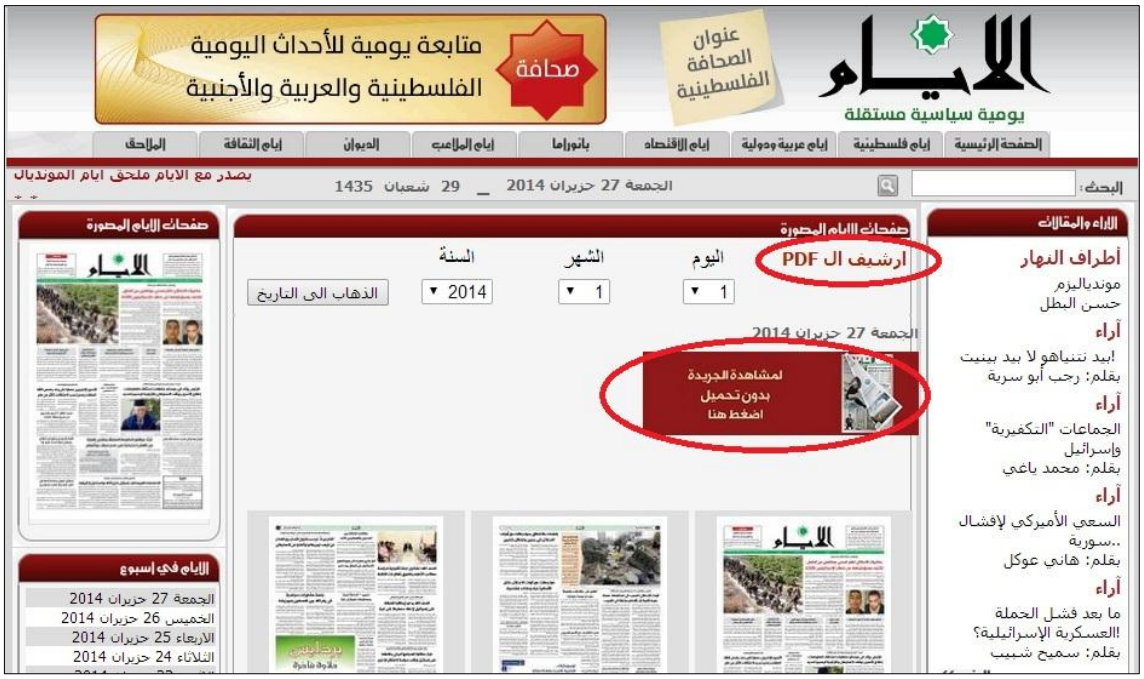
الشكل (32)

خدمة الأرشيف – موقع جريدة القدس

يوفر موقع جريدة القدس أرشيفاً للنسخة المطبوعة بصيغة PDF، أي على المستخدم تحميل صفحات الجريدة للاطلاع عليها، ولا يمكن مطالعة الجريدة على الإنترنت مباشرة بدون تحميل أي لا توفر النسخة المطبوعة بصيغة Flash، ويُلاحظ أن الموقع لا يُتيح النسخة المطبوعة لعدد اليوم من الجريدة على موقعه، وإنما يُتيح الأعداد السابقة، حيث تظهر رسالة للمستخدم تظهر ضرورة الاشتراك لإمكانية مطالعة عدد اليوم من النسخة المطبوعة.

وما يميز أرشيف النسخة المطبوعة لجريدة القدس على الموقع، هو توفر أعداد تعود لعام 1992م، وإن لم تتوفر كافة صفحات الجريدة، أما أرشيف موادها المنشورة على الموقع فمتاحة منذ يناير 2008م.

(ب) خدمة الأرشيف في موقع جريدة الأيام:



الشكل (33)

خدمة الأرشيف – موقع جريدة الأيام

يُتيح موقع جريدة الأيام أرشيف للنسخة المطبوعة بصيغة PDF، التي تُمكن المستخدم من تحميل الصفحات التي يريدها ومطالعتها فيما بعد، وكذلك يُتيح الموقع إمكانية تصفح الجريدة على الإنترنت عبر تقنية Flash دون الحاجة لتحميل الجريدة.

ويوفر الموقع مواده التحريرية سواء المنشورة على الموقع أو النسخة المطبوعة منذ عام 2004م، أي قبل عشرة سنوات، وتعد مدة طويلة مقارنة مع مواقع الصحف الفلسطينية اليومية، ويُلاحظ أن الموقع يقوم بإعادة نشر المواد التحريرية الموجودة بالنسخة المطبوعة على الموقع دون العمل على موائمة تلك المواد مع متطلبات الإنترنت والإمكانات التي يوفرها.

ومن خلال تصفح الباحثة للموقع وموضوعات أقسامه، تبين أن الموقع يُتيح إمكانية تحميل صفحات أقسام الموقع على حدة بصيغة PDF تتضمن الموضوعات الصحفية في القسم، وهذا يدلل على بدائية الموقع وعدم استثمار الإمكانات التي يوفرها من ألوان وصور وفيديو وغيرها، وبذلك يكون موقع جريدة الأيام في الأطوار الأولى لمراحل الصحافة الإلكترونية.

(ج) خدمة الأرشيف في موقع جريدة الحياة الجديدة:

الشكل (34)

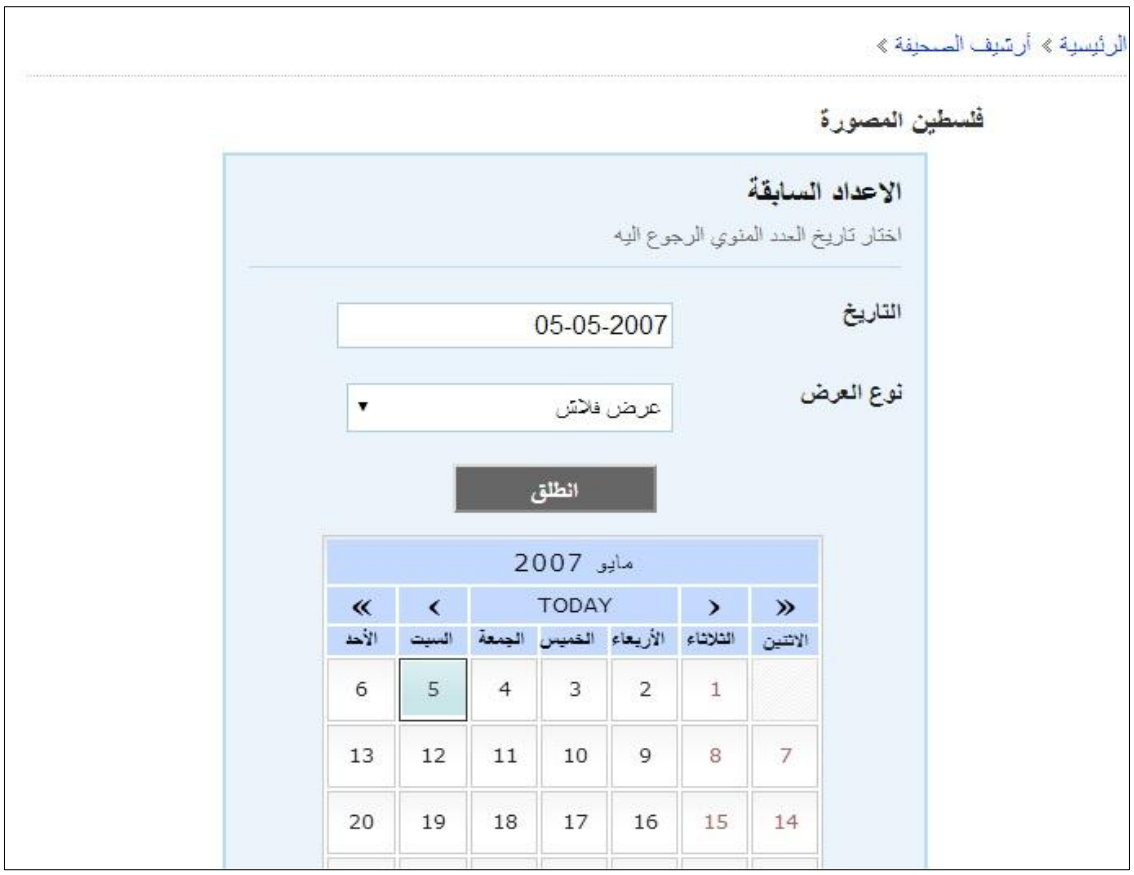
خدمة الأرشيف – موقع جريدة الحياة الجديدة

يُقدم موقع جريدة الحياة الجديدة الأرشيف الإلكتروني لموادها التحريرية المنشورة في نسختها المطبوعة، وكذلك موادها المنشورة على الموقع الإلكتروني، فيمكن للمستخدم تصفح النسخة المطبوعة على الإنترنت بصيغة Flash، أو تحميلها PDF ومطالعتها فيما بعد، أما المواد التحريرية المنشورة على الموقع فهي عبارة عن نقل المواد التحريرية المنشورة بالنسخة المطبوعة على الموقع فقط.

وتبين أن موقع جريدة الحياة الجديدة بدأ بتوفير الأرشيف للنسخة المطبوعة والمواد المنشورة على الموقع بنفس الوقت؛ ويرجع ذلك لأنها تنشر المواد التحريرية المطبوعة ذاتها على الموقع الإلكتروني، بدون أن يخصص مواداً تحريرية خالصة للموقع، أي أنها هي الأخرى مازالت في الأطوار الأولى للصحافة الإلكترونية، ولم تستفد من الإمكانات التي توفرها البيئة الجديدة، وإنما

اقتصرت فقط على نقل المواد المنشورة بالنسخة المطبوعة إلى الموقع الإلكتروني بدون تطوير أو إعادة صياغة لها؛ لتتواءم مع البيئة الجديدة.

(د) خدمة الأرشيف في موقع جريدة فلسطين:



الشكل (35)

خدمة الأرشيف – موقع جريدة فلسطين

تعد جريدة فلسطين حديثة الإنشاء مقارنة مع الصحف الفلسطينية اليومية الأخرى، فقد نشأت الجريدة في ظل التقدم والتطور التكنولوجي في عالم الصحافة، الذي ساعد على تطور موقعها مستفيداً من الإمكانات التي تقدمها بيئة الإنترنت، فقد صدر أول عدد لنسختها المطبوعة في الثالث من مايو عام 2007م، ووفرت أرشيفاً للنسخة المطبوعة بصيغتي Flash وPDF منذ الخامس من مايو لنفس العام الذي صدرت فيه.

أما أرشيف المواد التحريرية المنشورة على الموقع، فلم تستطع الباحثة التوصل إلى بداية أرشيف المواد التحريرية للموقع رغم وجود أيقونة في كل قسم من أقسام الموقع، ومن خلالها اتضح للباحثة أنها لا تعمل وتظهر رسالة للمستخدم بوجود خطأ بالصفحة التي يريدها.

وعلى الرغم من المشاكل في البرمجة الخاصة بأرشيف المواد التحريرية المنشورة على الموقع، يوضح مشرف الموقع محمد الأيوبي بأنه بدأ أرشفة المواد المنشورة على الموقع منذ 2010، ولم يستطع تحديد تاريخ البداية، موضحاً أن لدى الموقع طاقماً متواضعاً يقوم على تغذيته وإن كان الاعتماد بشكل أساسي على النسخة المطبوعة[1].

1.3. خريطة الموقع في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية:

وهي عبارة عن خريطة تضم جميع عناوين أقسام الموقع والخدمات التي يقدمها، وفي بعض الأحيان توضح الخريطة أهم عناوين الأخبار الرئيسية للموقع، وبإمكان المستخدم الانتقال إلى الموضوع أو الصفحة التي يريدها من خلال النقر على العنوان الذي يريده.

وتظهر أهمية هذه الخرائط في توضيح المسارات التي يمكن للقارئ أو المستخدم أن يصل إلى المادة الصحفية التي يريد قراءتها، وتعطى للمستخدم نظرة شاملة من صفحة واحدة لبناء الموقع، وغالباً ما تُقدم في صورة تخطيط هرمي لبناء الموقع، موفرة روابطاً لكل الأقسام.

ورغم أهمية وجود خريطة موقع إلا أن جميع مواقع الصحف الفلسطينية اليومية أهملت وجودها، ولم تُظهر فترة الدراسة أو من خلال متابعة الباحثة لمواقع صحف الدراسة أي وجود خريطة في مواقعهم على شبكة الإنترنت.

2. **العناصر التفاعلية التواصلية:** ويقصد بها الأدوات التي تجعل المستخدم يتواصل مع الآخرين وفقاً لاختياره، وتتمثل هذه الأدوات في أربعة أشكال، هي: البريد الإلكتروني، وغرف الدردشة، والمنتديات واستفتاءات الرأي[2]، وتضيف إليها الباحثة مواقع التواصل الاجتماعي.

(1) محمد الأيوبي، **مشرف موقع جريدة فلسطين**، مقابلة شخصية، بتاريخ 2014/9/29م.

(2) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 209.

جدول (6)

العناصر التفاعلية التواصلية في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

العناصر التفاعلية التواصلية / مواقع الصحف		القدس	الأيام	الحياة الجديدة	فلسطين
البريد الإلكتروني	البريد الإلكتروني للموقع	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
	البريد الإلكتروني لأقسام الموقع	يوجد*	يوجد	يوجد	يوجد
	البريد الإلكتروني للصحفي	لا يوجد	يوجد	يوجد	لا يوجد
المنتديات		لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
استفتاءات الرأي		يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
غرف الدردشة		لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
مواقع التواصل الاجتماعي	Face book	يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
	Twitter	يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
	YouTube	يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
	Google plus	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	يوجد

تظهر بيانات الجدول السابق إلى عناصر التفاعلية التواصلية في مواقع صحف الدراسة، وتشمل:

1. **البريد الإلكتروني:** يبين الجدول السابق، حرص مواقع الصحف الفلسطينية الأربعة على توفير بريد إلكتروني خاص بالموقع وإدارته، وكذلك بريد إلكتروني لأقسام الموقع، إلا أنه من خلال مراسلة *الباحثة للقائمين على الموقع، تبين عدم فعالية وجدوى تلك العناوين، حيث قامت الباحثة بمراسلة مواقع الصحف جميعها أكثر من مرة، ولم تتلقِ أي ردود منهم، وفي الوقت نفسه وفر موقعا جريدتي الأيام والحياة الجديدة بريداً إلكترونياً لبعض كتاب المقالات الصحفية فقط، وليس بشكل دائم، الأمر الذي تجاهلته مواقع الصحف الأخرى.

* يُلاحظ أن موقع جريدة القدس وفر بريداً إلكترونياً واحداً فقط لقسم الإعلانات، ولم يوفر لباقي الأقسام.

* قامت الباحثة بمراسلة مواقع صحف الدراسة من خلال عناوين البريد الإلكتروني المتوفرة على الموقع، سواء كانت تلك العناوين خاصة بإدارة الموقع، أو بأقسام الموقع، ورغم ذلك لم تتلقِ أي رد منها.

وتتفق الدراسة مع النتائج التي توصلت إليها نجوى فهمي فيما يتعلق بعدم حرص الصحف الإلكترونية العربية على إقامة صلة مباشرة بين محرريها وجمهور القراء، فهي لا توفر عناوين للبريد الإلكتروني لمحرريها[1]، وكذلك مع دراسة Fayez Alshehri التي أظهرت أن صحف الدراسة تُتيح عناوين البريد الإلكتروني، ولكن الرد على الشكوى واستفسارات الجمهور نادراً ما يتم الرد عليها[2].

أما دراسة سعيد النجار فقد أوضحت أن 70.4% من صحف الدراسة تضع عنوان بريد إلكتروني واحد على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة، و18.3% تضع أكثر من عنوان بريد إلكتروني على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة، و11.3% تتيح إمكانية الاتصال بمحرري القصص الإخبارية لموقع الصحيفة[3]، في حين أظهرت دراسة ثائر تلاحمة أن المواقع الإخبارية الفلسطينية توفر عناوين بريد إلكتروني للتواصل مع القائم بالاتصال بنسبة 93.5%، وعناوين بريد إلكتروني الخاص بمحرر المادة الخبرية بنسبة منخفضة 29%[4].

وتتفق الدراسة مع النتائج التي توصل إليها ماجد حبيب، التي أكدت حرص مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على إتاحة عناوين بريد إلكتروني، وجاءت بنسبة 75%[5]، وأظهرت دراسة حلمي محسب تفوق موقع CNN على موقع الجزيرة في اهتمامه بإتاحة عناوين بريد إلكتروني للموقع، وأقسامه إضافةً إلى عناوين بريد إلكتروني لخدمات الموقع، مثل السفر، والصحة، والتعليم و.. ، في حين اقتصر موقع الجزيرة على توفير نوعين من عناوين البريد الإلكتروني، هما: بريد إلكتروني خاص للموقع، وأخر لأقسامه[6].

2. – 3. **غرف الدردشة والمنتديات:** ويُلاحظ من جدول رقم (6) أن أياً من مواقع صحف الدراسة لم تقدم خدمتي المنتديات وغرف الدردشة لمستخدميها، وهذا ليس بالسيء كما يعده

(1) نجوي فهمي، **مرجع سابق**، ص 248.

(2) Alshehri, F. , op. cit. p. 225.

(3) سعيد النجار، **مرجع سابق**، ص 573.

(4) ثائر تلاحمة، **مرجع سابق**، ص 79.

(5) ماجد حبيب، **مرجع سابق**، ص 185.

(6) حلمي محسب، "قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت: بالتطبيق على موقعي الجزيرة وCNN"، **مرجع سابق**، ص 242.

البعض، ففي ظل التطور في وسائل الاتصال والتواصل بين المستخدمين، أصبحت المنتديات وغرف الدردشة في عداد الماضي، ولا تحرص المواقع الإلكترونية على توفيرها، خاصةً في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، التي تربعت على عرش التواصل بين المستخدمين وحلت محل المنتديات وغرف الدردشة.

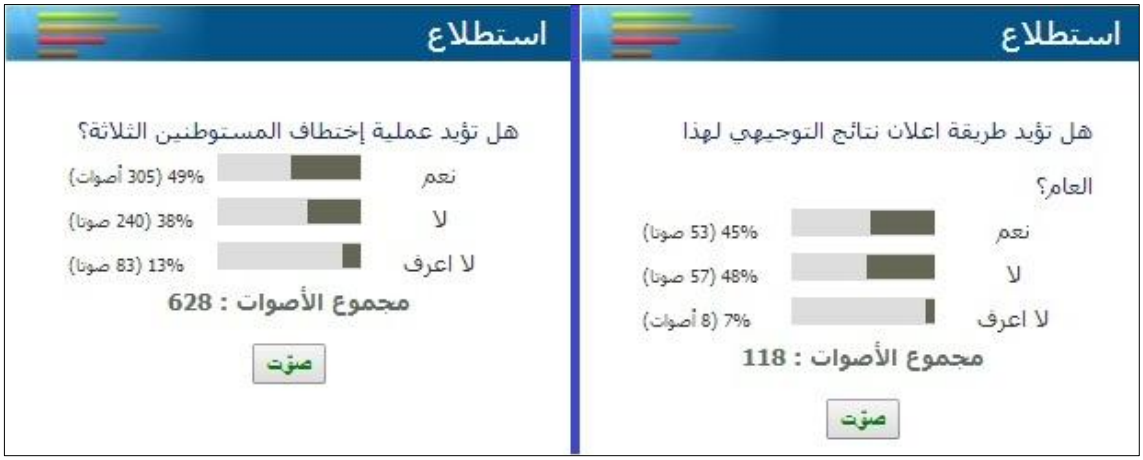
4. **استفتاءات الرأي:** ويُظهر جدول رقم (6) تميز موقع جريدة القدس بتقديم استفتاءات الرأي حول القضايا المثارة والجدلية، في الوقت الذي تجاهلته المواقع الأخرى.

يعد وجود استفتاءات الرأي بالمواقع سمة من سمات الصحافة الإلكترونية التي تسهم في استطلاع أراء المستخدمين حول القضايا المثارة، أو أمور تتعلق بسياسة الصحيفة أو شكلها وأسلوب إخراجها وتصميمها، وتفيد الاستفتاءات في قياس اتجاهات القراء أو المستخدمين تجاه موضوع معين، وقد تسهم في تغيير بعض السياسات التي تنتهجها بعض الدول من ناحية، ومن ناحية أخرى تفيد في تغيير شكل الصحيفة أو مضمونها وفقاً لرغبات القراء والموضوعات التي يودون طرحها[1].

وتُظهر الدراسة التحليلية تميز موقع جريدة القدس بتقديم استفتاءات الرأي حول القضايا المثارة والجدلية، حيث عرض خلال فترة الدراسة سؤالين على القراء المستخدمين، في حين أفرغت جريدة الحياة الجديدة مساحة لاستفتاءات الرأي في موقعها*، ولكن لم يتم تفعيلها، فلم يرد أي سؤال خلال فترة الدراسة، أو قبلها وذلك من متابعة الباحثة ومطالعتها لموقع الجريدة قبل إجراء الدراسة.

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 216.

* انظر إلى ملحق (3)، الذي يوضح المساحة المخصصة لاستفتاءات الرأي في موقع جريدة الحياة الجديدة، ص 260.



الشكل (36)

نموذج لاستفتاءات الرأي – موقع جريدة القدس

وتختلف الدراسة مع ما توصل إليه ماجد حبيب في دراسته، التي أظهرت أن 50% من مواقع الصحف الفلسطينية اليومية تحرص على وجود استفتاءات رأي[1]، وترجع الباحثة ذلك إلى اعتبار الباحث أن المساحة التي خصصها الموقع جريدة الحياة الجديدة لاستفتاءات الرأي هي فعلياً استفتاءات رأي، رغم توضيحه أنها غير مفعلة، وهي بالفعل غير مفعلة منذ سنوات من متابعة الباحثة للموقع؛ لذا لم تعدها الباحثة باستفتاء للرأي.

وأظهرت دراسة سعيد النجار أن 49.3% من مواقع عينة الدراسة تقدم استطلاعات للرأي حول قضايا معينة على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة[2]، بينما أوضحت دراسة Schultz أن 24% من مواقع الدراسة نشرت استطلاعات للرأي على موقع الصحيفة[3].

وتُبين دراسة حلمي محسب أن موقع صحيفة الأهرام لم يستفد من استفتاءات الرأي، في حين استفاد منه موقع صحيفة الجمهورية في عمل استفتاء رياضي، أما النيويورك تايمز واليو أس أيه توداى فقد استخدمتاه في تقديم العديد من الاستفتاءات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بطرق علمية[4].

(1) ماجد حبيب، **مرجع سابق**، ص 190.

(2) سعيد النجار، **مرجع سابق**، ص 574.

(3) Schultz, T. , op. cit.

(4) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 378.

5. **مواقع التواصل الاجتماعي:** تشير بيانات جدول رقم (6) إلى إهمال موقع جريدة الأيام لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل كامل، حيث اقتصرت على مشاركة أخبارها عبر تلك المواقع بدون أن يكون لها وجود عليها، ومن خلال التأكد والبحث وجدت الباحثة صفحة على موقع الفيس بوك تحمل اسم جريدة الأيام، ومن خلال التعريف بالصفحة اتضح بأن القائمين عليها هم قراء الجريدة ومعجبوها وليس الجريدة نفسها، ويتجلى ذلك من خلال منشورات الصفحة.

أما موقع جريدة الحياة الجديدة، فيمتلك صفحات خاصة بإدارة الجريدة على ثلاث مواقع تواصل اجتماعي تُعد الأكثر انتشاراً، وهي: الفيس بوك وتويتر ويوتيوب، ورغم ذلك إلا أنها لم ترقِ بمستوى الاستفادة من تلك المواقع، حيث اقتصرت على نشر أخبار النسخة المطبوعة، وبعض الأخبار التي تقوم بمشاركتها من صفحة "حكومة دولة فلسطين"، ولا يتم تحديث الصفحة وتغذيتها بالأخبار العاجلة بشكل مستمر، حيث صور البروفيل على تويتر هو شعارها القديم، أما قناتها على اليوتيوب فهي فارغة، ولم تنشر أي مقطع فيديو عليها.

في حين استفادت كل من جريدتي القدس وفلسطين من مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأخبار الجارية، ونشر عناوين أخبارها ومقاطع الفيديو، وتغذيتهم بالأخبار العاجلة فور حدوثها، وتميزت جريدة فلسطين بامتلاكها صفحتين على موقع جوجل بلس وفليكر للصور*.

ورغم تميز جريدة فلسطين بصفحتها على موقع جوجل بلس، إلا أنه في طريق الزوال، فأوضح المصمم أيمن الشلتوني بأن جوجل بلس هو نسخة مقلدة لفيس بوك، موضحاً بأن جوجل بلس سوف يوقف التسجيل به في نهاية العام الحالي؛ نظراً لقلة الإقبال عليه، مؤكداً أن موقع فيس بوك هو الأكثر زيارةً بناء على نتائج موقع فلكس[1].

* يعد ظهور الصحف الفلسطينية اليومية على مواقع التواصل الاجتماعي حديث النشأة، فقد كانت جريدة القدس صاحبة السبق بالاشتراك، حيث أنشأت صفحات خاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وتويتر ويوتيوب عام 2009م، وتليها جريدة فلسطين عام 2010م، وأخيراً جريدة الحياة الجديدة عام 2011م.

(1) أيمن الشلتوني، **مرجع سابق**.

ويذكر المصمم إبراهيم شقورة الفوائد التي يمكن للصحف الفلسطينية اليومية أن تجنيها من مواقع التواصل الاجتماعي، وهي: نشر أخر التطورات والمجريات، إضافة إلى نشر أخبارها بالنسخة المطبوعة، وربط أخبار الموقع بالفيس بوك، الذي يمكن المستخدم أن يعلق على الأخبار من خلال حسابه الشخصي على الفيس بوك، إضافة إلى امكانية مشاركة أخبار الموقع عبر مواقع التواصل الاجتماعي، علاوةً على الترويج لموقع الصحيفة وزيادة الزوار له[1].

ثالثاً: الخدمات الإضافية التي تقدمها مواقع صحف الدراسة:

تُتيح الصحافة الإلكترونية عدداً من الخدمات المتنوعة لمستخدميها بجانب الخدمات الصحفية والأخبار التي تقدمها، وتمتاز تلك الخدمات بالمجالات التي تهم المستخدمين وتلبى احتياجاتهم، وتنوعت تلك الخدمات في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية*.

فقد قدمت الصحف الفلسطينية اليومية الأربعة على مواقعها مجموعة من الخدمات الإضافية، التي تلبى احتياجات المستخدم، وتتنوع تلك الخدمات في المواقع فتشترك جميعها في تقديم خدمة خلاصات الأخبار RSS، وتنفرد جريدة القدس بإتاحة الفرصة أمام المستخدم للحصول على بريد إلكتروني خاص به يحمل موقع الجريدة، وعلى الرغم من أنه يزيد انتماء المستخدم للموقع وشعوره بأنه من أفراده، إلا أنه يسبب المشاكل للموقع فبعض المؤسسات تنظر إليه على أنه أحد العاملين بالجريدة ويتم التعامل معه كذلك.

وبإمكان مستخدمي موقعي جريدتي الأيام والقدس الاشتراك بالنسخة المطبوعة من خلال الموقع، وهذه الخدمة تفتقرها جريدتي الحياة الجديدة وفلسطين، وتشترك موقعا جريدتي القدس وفلسطين بتقديم خدمة القائمة البريدية التي تُتيح لها إعداد قاعدة بيانات عن مستخدميها وإرسال النسخة المطبوعة لهم على بريدهم الإلكتروني، ويُلاحظ تفرد موقع جريدة فلسطين بتقديم مواقيت الصلاة الخمس، وفي الوقت ذاته اتفق مع موقعي جريدتي الأيام والحياة الجديدة في تقديم خدمة حالة الطقس.

---

(1) إبراهيم شقورة، **مرجع سابق**.

* حصرت الباحثة الخدمات الإضافية التي تقدمها مواقع الصحف الفلسطينية اليومية بجانب المواد التحريرية الصحفية، التي تنوعت في كافة المواقع، وهي: خدمة RSS، خدمة البريد الإلكتروني للمستخدم، الاشتراك بالنسخة المطبوعة، الاشتراك بالقائمة البريدية، مواقيت الصلاة، حالة الطقس، أسعار العملات، وسوق فلسطين "البورصة".

واشترك موقعا جريدتي الأيام والحياة الجديدة بتقديم أسعار العملات، واشتركت الأيام والقدس بتقديم خدمة أسهم من خلال بورصة فلسطين.

وتؤكد الأدبيات والدراسات على أهمية وجود خدمات إضافية تختلف عن الخدمات التي تقدمها النسخة المطبوعة، ففي دراسة Fayez Alshehri تبين أن عدداً قليلاً من الصحف العربية على الإنترنت استفادة من الخدمات التي يقدمها الإنترنت، وأتاحت مجموعة من الخدمات الإضافية لمواقعها، وأظهرت دراسة سعيد النجار أن 46.5% من مواقع صحف الدراسة تقدم معلومات خدمية على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة، مثل: أخبار الطقس، وأسعار العملات، والذهب ومواقيت الصلاة، والتوقيت وغيرها[1].

وأظهرت دراسة صالح العنزي أن مواقع صحف الدراسة تقدم خدمات مساندة متعددة، من أهمها: درجات الحرارة، وأوقات الصلاة، وأسعار الأسهم السعودية، وأسعار العملات[2].

(1) سعيد النجار، **مرجع سابق**، ص 573.

(2) صالح العنزي، **مرجع سابق**، ص 155.

المبحث الثاني

العناصر البنائية المكونة لجسم مواقع صحف الدراسة

يتكون أي موقع إلكتروني من ثلاثة أجزاء رئيسية، هي: الرأس، الجسم، والذيل، ولكل منها وظيفته وأهميته للموقع، ويختلف المصممون في ضرورة وجود الأجزاء الثلاث، فالبعض يرى أن الأجزاء الثلاثة مهمة ولا يمكن إغفال أي منها، في حين يرى البعض الأخر بأن الرأس والجسم هما أساسيان، وأنه يمكن تصميم موقع بدون ذيل، وعلى الرغم من الاختلافات إلا أنهم جميعا يتفقون على ضرورة وجود الجسم Content.

ويعد الجسم أهم أجزاء الموقع الإلكتروني؛ لكونه يضم مكونات ومحتويات الموقع، فمن خلاله ينشر القائمون على الموقع موضوعاتهم بكل عناصرها (الصور، والفيديو، و..)؛ لمطالعتها من قبل المستخدم، ولا يوجد نسبة محددة لجسم الموقع من إجمالي مساحته، وإنما يتوقف ذلك على طبيعة الموقع.

وتتشارك مجموعة من العناصر في تشكيل جسم الصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية، تتعرض الدراسة في هذا الجزء لأهم تلك العناصر في مواقع صحف الدراسة، وهي:

أولاً: الصور والرسوم:

تعد الصور من العناصر المهمة لجذب الانتباه للمادة الصحفية وإدراكها بسهولة، فالصور الفوتوغرافية وسيلة ولغة لنقل المعلومات، ويمكن لأي فرد مهما اختلفت ثقافته أن يفهمها[1]، وذلك لما لها من قدرات تأثيرية ومعاني مهمة تحملها إلى القراء، حيث يتم استخدامها مع المتون؛ بهدف تسهيل إيصال المعاني المتضمنة في المتون المنشورة التي ربما لا يمكن الوصول إليها في ظل الاعتماد على الكلمات والمعاني التحريرية فقط[2].

(1) بسنت العقباوي، **مرجع سابق**، ص187-188.

(2) فهد العسكر، **مرجع سابق**، ص 34.

وتناول الباحثة الصور المكونة للمواد التحريرية المنشورة في جسم مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، من خلال ثلاثة تصنيفات، هي: أنواع الصور والرسوم، ومساحتها (كبيرة، متوسطة، صغيرة)، وأيضاً من خلال ألبوم الصور (صور حول حدث واحد، صور لأحداث مستقلة).

1. **أنواع الصور والرسوم:** قسمت الباحثة أنواع الصور إلى: إخبارية، شخصية، موضوعية، كاريكاتير، وصور أخرى، كما يتضح من الجدول الآتي:

جدول (7)
أنواع الصور في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

مواقع الصحف / أنواع الصور	القدس		الأيام		الحياة الجديدة		فلسطين		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صور إخبارية	782	37.27	87	49.43	84	20.49	428	41.3	1381	37.12
صور شخصية	635	30.27	8	4.54	148	36.1	220	21.2	1011	27.18
صور موضوعية	400	19.07	32	18.19	40	9.76	238	23	710	19
كاريكاتير	31	1.48	29*	16.48	28**	6.82	30***	2.9	118	3.2
صور أخرى	250	11.91	20	11.36	110	26.83	120	11.6	500	13.5
الإجمالي	2098	100	176	100	410	100	1036	100	3720	100
الاجمالي العام****	2098	56.4	176	4.73	410	11.02	1036	27.85	3720	100

يُظهر الجدول السابق حرص مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على إرفاق صور إخبارية مع المواد التحريرية، التي تجسد الأحداث والأخبار التي تدور حولها، وإن تفاوتت النسب بين مواقع صحف الدراسة، حيث بلغت في إجمالي مواقع صحف الدراسة 37.12%، وتليها الصور الشخصية بنسبة 27.18%، ومن ثم الصور الموضوعية بنسبة 19%.

* حيث لم يتم تحديث موقع جريدة الأيام لمدة يومين، ولأن الباحثة تعتمد على وحدة الموضوع لم يتم تحليل الموقع خلال الأيام غير المحدثة؛ لأنها مكررة.

** لم يتم تحديث موقع جريدة الحياة الجديدة منذ 28 يوليو ، واكتفي الموقع بأخبار يوم الثامن والعشرين طيل ثلاثة أيام، أي لنهاية شهر الدراسة.

*** اعتمدت جريدة فلسطين في نقل أخبارها في 14 من يوليو على صفحتها على موقع الفيس بوك التي تجاوز معجبيها مليون.

**** الاجمالي العام هنا يمثل نسبة التكرارات الإجمالية لكل موقع من مواقع صحف الدراسة من مجموع تكرارات الاتجاه العام، وهو موضح بالجداول التالية أيضا خلال هذا المبحث.

ويعد موقع جريدة القدس أكثر مواقع صحف الدراسة اعتماداً على الصور الإخبارية، وجاءت بنسبة 56.63%، ويليه موقع جريدة فلسطين بنسبة 30.9%.

ويعد موقع جريدة الأيام الأقل استخداماً للصور، فبلغت نسبتها مقارنةً مع مواقع صحف الدراسة الأخرى 4.73%، بينما يعد موقع جريدة القدس الأكثر استخداماً للصور بين مواقع صحف الدراسة، وذلك بنسبة 56.4%، ويليه موقع جريدة فلسطين بنسبة 27.85%.

فيما يلي تتناول الباحثة أنواع الصور المستخدمة في كل موقع من مواقع صحف الدراسة على حدة:

(أ) الصور في موقع جريدة القدس:

من خلال الدراسة التحليلية للموقع، يتضح اهتمام الموقع بإرفاق صورة لكل خبر منشور على موقعها، ويعد موقع جريدة القدس أكثر مواقع صحف الدراسة صوراً، ويرجع ذلك لأقسامه المتعددة، وحرص الموقع على الاستفادة من إمكانات الإنترنت، حيث تنتمى الصور إلى صيغة JPG التي تمتاز بدقة وجودة عالية وتستخدم للصور الصحفية.

ومن خلال الجدول رقم (7)، يتبين أن الموقع حرص على استخدام الصور، حيث بلغت الصور الإخبارية 37.27%، ويليها الصور الشخصية بنسبة 30,27%، وترجع ارتفاع نسبة الصور الشخصية بالموقع؛ لاحتوائه على قسم الاجتماعيات الذي تحتوى تسع صور شخصية، إضافةً إلى صور كتاب المقالات الصحفية، ومن ثم الصور الموضوعية وصور أخرى، التي توزعت على رسوم وصور دلالية لبعض المقالات والأحداث، بنسب 19.07%، و11.92% على التوالي، وأخيراً رسوم كاريكاتير بنسبة 1,48%، ويقدم الموقع الرسوم الكاريكاتيرية على شكل ألبوم مكون من صورتين متوسطة المساحة حول الأحداث مختلفة، ولكن يُؤخذ على الموقع أنه طيل فترة الدراسة لم يتم تحديثها أو تغييرها لتوائم الأحداث الجارية.

(ب) الصور في موقع جريدة الأيام:

يعد موقع جريدة الأيام هو الأقل استثماراً لإمكانات الإنترنت بتوفير صور ذات جودة عالية، حيث يفتقر الموقع لصور مصاحبة لموضوعاته الصحفية، فاقتصر على استخدام صورة واحدة فقط تصاحب عنواناً واحداً في كل قسم من أقسام الموقع.

ويظهر من الجدول (7) أن الصور الإخبارية تصدرت صور الموقع، حيث بلغت نسبتها 49,43%، يليها الصور الموضوعية والكاريكاتير بنسب على التوالي 18,18% و16,48%، ومن ثم الصور الأخرى بنسبة 11,36%، وكان أغلبها رسوم، وأخيراً الصور الشخصية بنسبة 4,54%؛ يرجع ذلك لأن المقالات الصحفية لا يصاحبها صور كتابها، واقتصر استخدامها على الصور الشخصية التي تكون مصاحبة لبعض الأخبار.

(ج) الصور في موقع جريدة الحياة الجديدة:

يُظهر الجدول رقم (7) اهتمام موقع جريدة الحياة الجديدة بالصور الشخصية، فحصلت على نسبة 36.1% من الصور المنشورة، حيث يحرص الموقع على نشر صور لكتاب مقالاته بشكل يومي، وتبلغ المقالات المنشورة ستة مقالات صحفية، بجانب الصور الشخصية لبعض الأخبار، ويليها الصور الأخرى بنسبة 26,83%، وتعد هذه النسبة مرتفعة، وترجع لاعتماد الموقع على استخدام شعار الحياة الجديدة كصورة مرافقة لبعض الأخبار، حيث بلغت نسبة شعار الحياة الجديدة 80,5% من إجمالي الصور الأخرى، رغم وجود صور لتلك الأحداث، ويليها الصور الإخبارية بنسبة 20.49%، ومن ثم الكاريكاتير بنسبة 9,76%، وجاءت الصور الموضوعية بنسبة 9.67% وهي الأقل استخداماً على صعيد موقع جريدة الحياة الجديدة.

(د) الصور في موقع جريدة فلسطين:

تحتل الصور اهتمام موقع جريدة فلسطين، فكل خبر على الموقع تصاحبه صورة، وإن استثني منه بعض عناوين أخبار، لكن عموماً حرص الموقع على إرفاق صور ذات جودة ودقة عالية من صيغة JPG الأنسب للصور الصحفية.

وكغيره من مواقع صحف الدراسة اهتم بالصور الإخبارية وجاءت بالمركز الأول بين أنواع الصور، حيث بلغت نسبتها 41.3%، ويليها صور موضوعية وصور شخصية بنسب متقاربة، وهي على التوالي 23% و21.2%، أما صور أخرى فجاءت بنسبة 11.6%، وترجع نسبة إلى الصور الأخرى إلى عدم نشر صور شخصية لمعظم المقالات الصحفية، وعادةً ما يحتوى الموقع على تسعة مقالات يومية، هذا إضافةً إلى الرسوم والصور الجمالية التي يستخدم الموقع غالباً مع بعض الأخبار.

2. **مساحة الصور**: ويقصد بها حاصل ضرب عرض الصورة بارتفاعها وتقاس بالبيكسل، وتنقسم إلى: صور كبيرة، وصور متوسطة، وصور صغيرة*.

جدول (8)

مساحة الصور في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

مواقع الصحف / مساحات الصور	القدس		الأيام		الحياة الجديدة		فلسطين		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صور كبيرة	0	0	0	0	25	6	0	0	25	0.67
صور متوسطة	0	0	30	17.02	6	1.58	709	68.44	745	20.03
صور صغيرة	2098	100	146	82.98	379	92.42	327	31.56	2950	79.3
الإجمالي	2098	100	176	100	410	100	1036	100	3720	100
الإجمالي العام	2098	56.4	176	4.73	410	11.02	1036	27.85	3720	100

يُوضح الجدول السابق إجماع مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على استخدام صور صغيرة مصاحبة للأخبار، وجاءت بنسبة 79.3%، ويليها الصور متوسطة المساحة بنسبة 20.03%، حيث اقتصر استخدامها في موقعي جريدتي فلسطين والحياة الجديدة.

* قامت الباحثة بتحديد أبعاد معينة لحصر الصور المنشورة بمواقع الصحف الفلسطينية اليومية، وجاءت تلك الأبعاد لتضم ثلاث مساحات للصور، يمكن مراجعة الفصل الأول "الإجراءات المنهجية للدراسة"، ص 52.

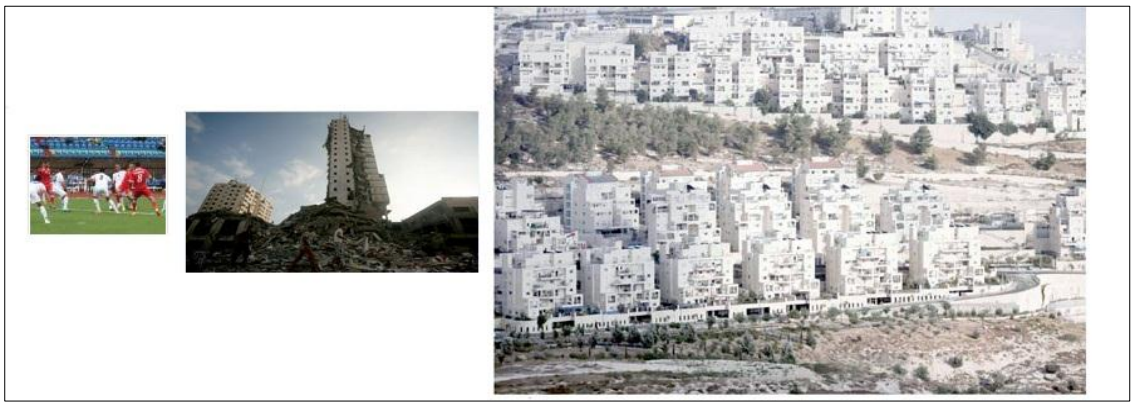
فتصدر موقعا جريدتي القدس والحياة الجديدة استخدام الصور الصغيرة بنسب على التوالي 71.12%، و12.85%، في حين تميز موقع جريدة فلسطين باستخدام الصور ذات المساحة المتوسطة بنسبة 95.12%.

ويُلاحظ من الجدول رقم (8) أن موقع جريدة القدس اعتمد على صور صغيرة المساحة بنسبة 100%، ويرجع ذلك لطبيعة الموقع، الذي يمتاز بالعناوين لكافة موضوعات أقسامه، وعليه تعد الصور صغيرة المساحة هي الأنسب للأخبار، واستخدم الموقع المساحات الأخرى للصور في الألبومات.

أما موقع جريدة الأيام فتنوع في استخدم الصور ما بين صغيرة ومتوسطة المساحة، إلا أنه اعتمد بشكل أساسي على الصور الصغيرة بنسبة 82.98%، وجاءت الصور متوسطة المساحة بنسبة 17.02%، واستخدمها الموقع في قسمه الرئيس فقط.

ويُظهر جدول رقم (8) تميز موقع جريدة الحياة الجديدة في استخدام الصور ذات المساحة الكبيرة، رغم قلتها، فجاءت بنسبة 6% من إجمالي صور موقع جريدة الحياة الجديدة، الذي استخدمها مع الخبر الرئيسي فقط، في حين اعتمد على الصور صغيرة المساحة مع باقي الأخبار بنسبة 92.42%.

ويعد موقع جريدة فلسطين هو الأكثر استخداماً لصور متوسطة المساحة مع الأخبار المنشورة على الموقع، وذلك بنسبة 68.44%، أما الصور صغيرة المساحة فمثلت 31.56% .



الشكل (37)

مساحات الصور (الكبيرة والمتوسطة والصغيرة) في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

3. **ألبـوم الصـور**: لأهميـة الصـورة فـي إيجـاز الحـدث، والتعبيـر عنـه بسـهولة يفهمهـا كافـة المستخدمين، إضافةً لتوثيق الأحداث، أصبحت المواقع الإلكترونية الإخبارية عموماً ومواقع الصحف اليومية تميل إلى استخدام مجموعة من الصور التي قد تدور حول حدث واحد، أو لكل صورة حدث مستقل يختلف عن بقية الصور.

ويوضح الجدول التالي أنواع ألبوم الصور المستخدمة في مواقع صحف الدراسة.

جدول (9)

ألبوم الصور في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

مواقع الصحف / أنواع الألبوم	القدس		الأيام		الحياة الجديدة		فلسطين		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ألبوم صور مستقل	93	75	0	0	0	0	240	100	333	91.48
ألبوم صور لحدث واحد	31	25	0	0	0	0	0	0	31	8.52
الإجمالي	124	100	0	0	0	0	240	100	364	100
الإجمالي العام	124	34.1	0	0	0	0	240	65.9	364	100

يتضح من الجدول السابق، تصدر ألبوم الصور المستقل مواقع صحف الدراسة بنسبة 91.48%، إلا أنه يقتصر وجوده في موقعي جريدتي القدس وفلسطين، حيث تجاهل موقعا جريدتي الأيام والحياة الجديدة أهمية ألبوم الصور في تلخيص الأحداث وتوثيقها، إضافةً للمسة الجمالية التي يضفيها ألبوم الصور على الموقع.

وتفوق موقع جريدة فلسطين على موقع جريدة القدس في اهتمامه بألبوم الصور، فبلغت نسبة الألبوم فيه 65.9%، أما في موقع جريدة القدس بلغت 34.1%.

ويُشار إلى أن ألبومات الصور في موقعي جريدتي القدس وفلسطين، تمتاز بالثبات بالمكان والمساحة والعدد، إضافةً لتحديث مضمون الألبوم، أي أن صور الألبوم يُحدث بشكل يومي.

وفيما يلي ألبوم الصور في موقعي جريدتي القدس وفلسطين:

(أ) ألبوم الصور في موقع جريدة القدس:

يظهر الألبوم بنوعيه في موقع جريدة القدس، حيث احتوى الموقع على (124) ألبوماً خلال فترة الدراسة، أي ما يعادل أربعة ألبومات يومياً، واحداً فقط هو ألبوماً حول حدث واحد، مكون من خمس صور صغيرة تعرض بحجم ذات مساحة أكبر، مع إمكانية مشاهدة أو عرض ألبومين سابقين، وثلاث ألبومات مستقلة، أحدهم مكون من 14 صور بمساحة كبيرة لعناوين أخبار مختلفة وحول أحداث مختلفة حول العالم، وأخر مكون من ثمان صور متوسطة المساحة، ويدور حول أحداث منوعة وغالباً ما تكون ترفيهية، ويمكن من خلال هذا الألبوم مشاهدة أو عرض ألبومين سابقين أخرين، وأخيراً ألبوماً يحمل الرسوم كاريكاتير وهو مكون من صورتين متوسطين المساحة فقط.

الشكل (38)

نموذج لألبوم صور حول حدث واحد – موقع جريدة القدس

(ب) ألبوم الصور في موقع جريدة فلسطين:

احتوى موقع جريدة فلسطين على (240) ألبوماً خلال فترة الدراسة، أي ما يعادل ثمانية ألبومات مستقلة يومياً، حيث يوفر الموقع لكل قسم من أقسامه ألبوماً يحمل أهم عناوين أخبار هذا القسم وعادةً ما يحتوى الألبوم على أربعة صور صغيرة لأربعة أحداث مختلفة صغيرة لتعرض بمساحة أكبر، وموقع جريدة فلسطين مكوناً من ستة أقسام رئيسية، أما الألبوم السابع فهو عبارة عن تسع صور صغيرة لرسوم الكاريكاتير، أما الألبوم الأخير مكون من ثلاث صور لثلاثة أحداث مختلفة، تكون صغيرة وتعرض بمساحة كبيرة.

الشكل (39)
نموذج ألبوم صور مستقل – موقع جريدة فلسطين

ثانياً: الوسائط المتعددة:

أتاح التقدم التكنولوجي وتطورات عالم الوب العديد من المزايا، ولعل أهمها استخدام الوسائط المتعددة، وخاصةً مقاطع الفيديو بكثرة، خصوصاً تلك التي تمتاز بجودة عالية وحجم قليل، مقارنة بالسابق، الأمر الذي يفرض على مواقع الصحف اليومية الاستفادة منها في تطوير مواقعها الإلكترونية[1].

(1) أيمن الشلتوني، **مرجع سابق**.

فالمستخدم عادةً يبحث عن الوسائط المتعددة في أي موقع يزوره؛ لأنها تساعده في تلخيص الأحداث، إضافة لكونها مصدر موثوق لنقل الأحداث، ويتوقف مدى استفادة مواقع الصحف من الوسائط المتعددة على الطاقم العامل بالموقع الإلكتروني[1].

ويوضح الجدول التالي الوسائط المتعددة المستخدمة في مواقع صحف الدراسة:

جدول (10)

الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

مواقع الصحف / الوسائط المتعددة	القدس		الأيام		الحياة الجديدة		فلسطين		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الرسوم المتحركة	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
صوت	0	0	0	0	0	0	30	16.2	30	6.74
مقاطع فيديو	260	100	0	0	0	0	155	83.8	415	93.26
الإجمالي	260	100	0	0	0	0	185	100	445	100
الإجمالي العام	260	58.43	0	0	0	0	185	41.57	445	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى اهتمام مواقع صحف الدراسة بمقاطع الفيديو بنسبة 93.26%، وملفات صوتية بنسبة 6.74%، وإهمال الرسوم المتحركة.

وتوزع إجمالي استخدام الوسائط المتعددة في مواقع صحف الدراسة على موقعي جريدتي القدس وفلسطين على الترتيب 58.43%، و41.57%.

ورغم أهمية الوسائط المتعددة في تبسيط وعرض المعلومات والأحداث، إلا أن موقعي جريدتي الأيام والحياة الجديدة لم يمنحها أي اهتمام، فخلي موقعيهما من أشكال الوسائط المتعددة، وفي المقابل، اهتم موقعا جريدتي القدس وفلسطين ببعض أشكال الوسائط المتعددة، في مقدمتها مقاطع الفيديو، سواء كانت مستقلة أم مصاحبة لبعض الأخبار.

(1) إبراهيم شقورة، **مرجع سابق**.

وانفرد موقع جريدة فلسطين باستخدام الصوت خلال فترة الدراسة، حيث قدم تسجيلات صوتية تدور حول الحياة الزوجية الناجحة، وكان نظام حلقات، تم نشر حلقتين فقط منهما طيل فترة الدراسة، ويرجع عدم استكمال الموقع لنشر الحلقات إلى تدهور الظروف السياسية التي آلت إلى عدوان إسرائيلي على قطاع غزة خلال تلك الفترة.

وأما على صعيد الرسوم المتحركة، لم تسفد منها مواقع صحف الدراسة مع المواد التحريرية، أو الأحداث الإخبارية، وإنما اقتصر استخدامها مع الإعلانات وبعض الخدمات التي يقدمها الموقع.

وينصح المصممون بالابتعاد عن استخدام الفلاش؛ لأنه بحاجة إلى برامج لفتحه، إضافة إلى حجمه الكبير، وبعض الأجهزة لم تعد تدعم الفلاش لأنه يحتاج إلى مساحة للتخزين، مؤكدين بأن العالم أصبح يتجه إلى تقنيات بديلة عن الفلاش من برمجيات بسيطة تمكن من تحريك بعض أجزاء معينة بالصفحة، وبناء بانرات معتمدة على البرمجة[1].

وتتفق نتائج الدراسة مع الدراسات السابقة التي أظهرت غياب الوسائط المتعددة من المواقع الإلكترونية، فقد توصلت دراسة جاسم جابر إلى أن مواقع الدراسة لم تستخدم خدمة الوسائط المتعددة بكامل الإمكانات 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 تسجيلاتٍ ومواداً صوتية[2].

وبينت دراسة محمد الشربيني أن مجلات الأطفال الإلكترونية العربية لا تستخدم مقاطع الفيديو، وإنما ملفات فلاش؛ لأنها أخف وأسهل بالتحميل، أما مجلات الأطفال الإلكترونية الأجنبية فتعتمد على مقاطع الفيديو، أما بالنسبة للصوت فلا تستخدم مجلات الأطفال الإلكترونية أي ملفات للصوت، في حين الأجنبية تستخدم ملفات صوتية، وموسيقى[3].

(1) أيمن الشلتوني، **مرجع سابق**.

(2) جاسم جابر، **مرجع سابق**، ص 408.

(3) محمد الشربيني، **مرجع سابق**، ص 370.

وتتفق نتائج الدراسة تماماً مع ما توصلت إليه دراسة ماجد حبيب، التي أفادت بأن موقعي جريدتي القدس وفلسطين يستخدما مقاطع الفيديو، وغيابه عن موقعي جريدتي الأيام والحياة الجديدة[1].

فيما يلي الوسائط المتعددة في موقعي جريدتي القدس وفلسطين:

(أ) الوسائط المتعددة في موقع جريدة القدس:

كشفت الدراسة اهتمام موقع جريدة القدس بالفيديو الذي غلب على الوسائط الأخرى، فقد حرص الموقع على تقديم موجز أخبار في مجالات ثلاث (السياسة، الاقتصاد، الرياضة) إضافةً إلى قراءة لعناوين الصحف الفلسطينية، ويتم تحديثها بشكل يومي، ويمكن للمستخدم مشاهدة الموجز السابق لأي منها.

وكذلك يقدم الموقع تقارير مصورة تحت عنوان تلفزيون القدس– تقارير مصورة–، وهي عبارة عن تقرير تلفزيوني مصور لمختلف الأحداث في فلسطين، تعرض ثلاثة تقارير مع إمكانية الرجوع إلى التقارير المصورة السابقة يصل عددها إلى 13 تقرير مصور، وذلك من خلال السابق والتالي بالصفحة الرئيسية.

(1) ماجد حبيب، **مرجع سابق**، ص 160.

الشكل (40)

نماذج لمقاطع الفيديو – موقع جريدة القدس

وما يميز تلك المقاطع – التي يعتمد عليها الموقع– أنها من إنتاج الموقع وطاقمه، وهذا يُظهر مدى تقدم الموقع واعتماده على طاقمه في إعداد تلك المقاطع، حيث شكلت مقاطع الفيديو تلك ما نسبته 83,5% من إجمالي مقاطع الفيديو بالموقع، وباقي مقاطع الفيديو كانت مصاحبة لبعض الأخبار، معظمها أخبار المنوعات.

(ب) الوسائط المتعددة في موقع جريدة فلسطين:

أدرك موقع جريدة فلسطين أهمية الفيديو وقوة تأثيره على المستخدم، فأولى له بعضاً من الاهتمام، حيث خصص قسماً من صفحته الرئيسية لمقاطع الفيديو، مع موجز نصي حول هذه المقاطع، فقدم خمس مقاطع فيديو في كل يوم، وهذه المقاطع يتم إعدادها من قبل جهات أخرى أي أنها ليست ملكاً للموقع، وإنما يقوم الموقع فقط بنشرها بعد موائمتها لسياسة الموقع والصحيفة، ولا يتم تحديث تلك المقاطع بشكل يومي كما هو في موقع جريدة القدس، وإنما تبعاً للأحداث، فقد يستمر مقطع الفيديو لأكثر من يومين على التوالي.

الشكل (41)

نماذج لمقاطع الفيديو – موقع جريدة فلسطين

ثالثاً: النصوص الفائقة:

تعد من أهم خصائص الإنترنت التي وفرتها للصحافة الإلكترونية وأكثرها إثارةً، وتقوم على ربط المواد المختلفة ببعضها البعض، حيث تحتوى صفحات الويب على مجموعة من الروابط التي تتيح للمستخدم استعراض الصور أو تشغيل ملفات الصوت أو الفيديو، أو الانتقال إلى صفحات أخرى على الإنترنت[1].

وقسمت الباحثة النصوص الفائقة إلى ثلاثة أنواع: نصوص فائقة داخلية، وهي روابط تنقل القارئ أو المستخدم إلى صفحات الموقع، ونصوص فائقة خارجية، وهي تلك الروابط التي تنقل المستخدم إلى مواقع أخرى خارج الموقع، ونصوص فائقة محلية، أي أنها تتيح للمستخدم التنقل داخل الصفحة من خلال بعض العناوين للمقال، أو أسهم للأعلى والأسفل للصفحة.

(1) بد سميث وآرثر بيباك، **مرجع سابق**، ص 15

جدول (11)

النصوص الفائقة في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

مواقع الصحف / نوع النص الفائق	القدس		الأيام		الحياة الجديدة		فلسطين		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نص فائق خارجي	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
نص فائق داخلي	2383	100	655	100	934	100	1880	100	5852	100
نص فائق محلي	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
الاجمالي	2383	100	655	100	934	100	1880	100	5852	100
الإجمالي العام	2383	40.72	655	11.2	934	15.96	1880	32.12	5852	100

يُظهر الجدول السابق، اتفاق مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على استخدام النص الفائق الداخلي، أي أنها تُحيل القارئ إلى صفحاتها الداخلية، ولا ترسل به لمواقع أخرى، وجاءت نسبة النص الفائق الداخلي 100% في كل مواقع صحف الدراسة.

وتوزعت النسب على مواقع صحف الدراسة كالتالي: موقع جريدة القدس بنسبة 40.72%، ويليه موقع جريدة فلسطين بنسبة 32.12%، ومن ثم موقعي جريدتي الحياة الجديدة والأيام بنسب 15.96%، و11.2% على التوالي.

ويلاحظ أن موقع جريدة فلسطين يوفر أيقونة على صفحته الرئيسية تمكن المستخدم من الانتقال أعلى وأسفل فقط، رغم أن ارتفاع الصفحة الرئيسية للموقع ليس بكبير مقارنة مع مساحة الصفحة الرئيسية لموقع جريدة القدس التي أهملت مثل هذه النقطة أو الأيقونة.

وأظهرت دراسة حلمي محسب أن موقع CNN يقدم الروابط الإخبارية على موقعه بأنواع النصوص الفائقة الثلاثة (الداخلية، والخارجية، والمحلية)؛ فهو يربط الحدث بقوى فاعلة في الموضوع، ومواقع خاصة لمنظمات وهيئات دولية، كما يقدم توسع للحدث بشرحه في الصفحات الداخلية، أما الجزيرة فلم يدعم الروابط الخارجية بالموقع[1].

(1) حلمي محسب، قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت: بالتطبيق على موقعي الجزيرة وCNN"، **مرجع سابق**، ص 240.

وتختلف الدراسة مع ما توصل إليه ماجد حبيب في دراسته، التي أظهرت عدم حرص أيٍ من مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على استخدام النص الفائق بأنواعه الثلاثة[1]، ويرجع ذلك الاختلاف لاعتباره بأن الروابط الموجودة على الصفحة الرئيسية لمواقع الدراسة بأنها "وصلات تحويلية"، وهذا لا يتوافق مع نظرة المصممين، فقد عد جميع المصممين الروابط الموجودة على الصفحات الرئيسية لأي موقع كان روابط داخلية، ومؤكدين أنه من خلال برمجة الموقع يتم برمجتها على أنها روابط داخلية للموقع.

هذا وتفيد الدراسات والأدبيات في مجال الصحافة الإلكترونية أن النص الفائق الداخلي، هو الذي يحيل القارئ إلى الصفحات الداخلية من نفس الموقع بناءً على العناوين المقدمة أمامه، وهذا النوع منتشر في كل الصحف الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت، وتستخدمه الصحف الإلكترونية في عرض العناوين التي سبق وطرحتها في صفحتها الرئيسية[2].

رابعاً: الألوان:

يعد استخدام الألوان في المواقع الإلكترونية جزءاً من هويتها، فالألوان بمثابة البصمة المميزة لكل موقع، فالمستخدم يقوم بالربط البصري بين الألوان الموجودة على الموقع وتذكره لموضوعاته، وللموقع نفسه أيضا، علاوةً على ما تحققه الألوان من لفت انتباه المستخدم، وفصل بين الموضوعات، وإضفاء لمسة فنية.

يوضح الجدول التالي استخدامات الألوان في مواقع صحف الدراسة:

(1) ماجد حبيب، **مرجع سابق**، ص 161.

(2) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 108.

جدول (12)

استخدامات الألوان في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

مواقع الصحف / الألوان	القدس		الأيام		الحياة الجديدة		فلسطين		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أرضيات (الخلفيات)	2166	50.1	0	0*	0	%0	900	29.83	3066	37.01
عناوين	2165	49.9	29	100	906	100	1820	60.33	4920	59.4
النصوص	0	0	0	0	0	0	297	9.84	297	3.59
الإجمالي	4331	100	29	100	906	100	3017	100	8283	100
الإجمالي العام	4331	52.29	29	0.35	906	10.94	3017	36.42	8283	100

يكشف الجدول السابق اعتماد مواقع صحف الدراسة جميعها على استخدام الألوان في العناوين بنسبة 59.4% من إجمالي استخدامات الألوان بمواقع صحف الدراسة، ومع تفاوت بينها في مدى الاهتمام، ومن ثم استخدامها في الأرضيات بنسبة 37.01%.

ويُظهر الجدول السابق تفرد موقع جريدة فلسطين في استخدام الألوان في النصوص بنسبة 100%، ويرجع ذلك لاعتمادها على أسلوب الوحدات الإلكترونية في إخراج موضوعاتها الصحفية المنشورة على الموقع، الذي يعطى إمكانية استخدام الألوان مع النصوص أو مقدمات الأخبار المنشورة، واستخدام الألوان المحايدة: الأبيض والرمادي مع النصوص.

بينما تميز موقع جريدة القدس باستخدامها مع العناوين بنسبة 44%، وجاءت بنسبة 37% بموقع جريدة فلسطين، أما في موقع جريدة الحياة الجديدة بلغت 18.42%، رغم أنه الاستخدام الوحيد للألوان بالموقع.

اتفق موقعا جريدتي القدس وفلسطين باستخدام الألوان مع الأرضيات أو الخلفيات بنسب 70.65%، و29.35% على التوالي، ولكنهما اختلفا في الألوان فاستخدم موقع جريدة القدس اللون

* يُلاحظ أن الصفحة الرئيسية لموقع جريدة الأيام رمادية اللون بالكامل، ولم تستخدم البياض لإضاءة كباقي مواقع الصحف الدراسة، والملاحظ أيضا أنه عند فتح موقع جريدة الأيام على أجهزة الموبايل الحديثة يتحول لون الصفحة الرئيسية من الرمادي إلى الأبيض، أي أن لون أرضية الصفحة الرئيسية للموقع غير ثابتة.

الرمادي الفاتح، في حين استخدم موقع جريدة فلسطين اللون الأزرق البارد والأسود الداكن، وفي الوقت ذاته تجاهل موقعا جريدتي الأيام والحياة الجديدة استخدام الألوان في الأرضيات، واقتصر استخدامها على العناوين فقط.

وينصح المصممون باستخدام الألوان الباردة، مثل: الأزرق والأخضر؛ لكونها تمتاز بالهدوء وتبعث الراحة لدى المستخدم، ولا يفضل الإكثار من استخدام الألوان، وعادةً ما تميل المواقع الإلكترونية لاستخدام لون أو لونين بالموقع*.

خامساً: الحدود والفواصل:

تقوم الحدود والفواصل بتنسيق وتنظيم المضمون على الصفحة؛ مما يساعد على ظهور الصفحة بشكل جذاب ومتناسق.

يبين الجدول التالي رقم (13) الحدود والفواصل المستخدمة في مواقع صحف الدراسة:

* اتفق كل من المصممين أيمن الشلتوني وإبراهيم شقورة على أهمية الألوان السابق ذكرها لأي موقع إلكتروني، مع ضرورة استيحاء الألوان من هوية الموقع، وفي حال الصحف المطبوعة، لابد وأن يكون هناك اتفاق بالألوان المناسبة، فقد أكد مصمم موقع جريدة فلسطين أحمد الصعيدي بأن ألوان الموقع جاءت بناءً على الألوان المستخدمة بالنسخة المطبوعة

جدول (13)

الحدود والفواصل في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

مواقع الصحف / الحدود	القدس		الأيام		الحياة الجديدة		فلسطين		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الخطوط	1860	58.82	0	0	906	97	690	36.1	3456	51.89
العناوين	0	0	626	95.57	0	0	479	25.07	1105	16.59
الصور	775	24.51	0	0	0	0	0	0	775	11.6
الإطارات	62	1.96	29	4.43	28	3	240	12.56	359	5.4
البياض	465	14.71	0	0	0	0	502	26.27	967	14.52
الإجمالي	3162	100	655	100	934	100	1911	100	6662	100
الإجمالي العام	3162	47.46	655	9.83	934	14.02	1911	28.69	6662	100

أظهرت بيانات الجدول السابق، أن مواقع صحف الدراسة اعتمدت بشكل أساسي على الخطوط للفصل بين موضوعاتها، وذلك بنسبة 51.89% من إجمالي اهتمام المواقع بأدوات الفصل، وتلاها العناوين بنسبة 16.59%، ومن ثم البياض بنسبة 14.52%، وأخيراً الصور والإطار بنسب على التوالي 11.6%، و5.4%.

وتشير بيانات الجدول رقم (13) إلى انفراد موقع جريدة القدس باستخدام الصور كفواصل بين موضوعاته بنسبة 100%، في حين تفاوتت مواقع صحف الدراسة في اعتماد الخطوط كفواصل، فكان موقع جريدة القدس يتصدر مواقع صحف الدراسة في اعتماده عليها بنسبة 53.82% مقارنة مع مواقع صحف الدراسة، ويليه موقعي جريدتي الحياة الجديدة وفلسطين على الترتيب بنسب 26.22%، و19.97% على التوالي.

ولقد أظهرت دراسة حلمي محسب اختلاف مواقع صحف الدراسة في اعتمادها على العناوين كأدوات فصل، فقد استخدمتها مواقع الصحف المصرية بشكل ثانوي، حيث اعتمدت صحيفة الأهرام على تباين ألوان أرضيات عناوينها عن ألوان المتن في فصل موادها، أما صحيفة الجمهورية فقد اعتمدت على كل من الخطوط الأفقية والإعلانات في فصل موادها إلى جانب

العناوين، أما النيويورك تايمز واليو أس أيه تودای فقد اعتمدتا على العناوين بشكل أساسي في فصل موضوعاتها[1].

أما دراسة محمد الشربيني، أظهرت تنوع مجلات الأطفال الإلكترونية في استخدام الفواصل والحدود، فتواجدت الخطوط والأيقونات كأدوات فصل في كافة مجلات الأطفال الإلكترونية محل الدراسة، وتفاوتت مجلات الأطفال الإلكترونية في استخدام الأرضيات والجداول والإطارات كأدوات فصل لموضوعاتها[2].

وفيما يلي الحدود والفواصل على مستوى كل موقع على حدة:

(أ) الحدود والفواصل في موقع جريدة القدس:

اعتمد موقع جريدة القدس على الخطوط الأفقية بشكل أساسي للفصل بين الموضوعات بنسبة 58,82%، ويليه الصور بنسبة 24.51%، ومن ثم البياض والإطار وجاءت نسبتهما على التالي 14,71%، 1,96%، بينما لم يستخدم الموقع العناوين كفاصل بين الموضوعات.

الشكل (42)

الصور والخطوط الأفقية كفواصل – موقع جريدة القدس

(1) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**، ص 376.

(2) محمد الشربيني، **مرجع سابق**، ص 372.

ومن الملاحظ بموقع جريدة القدس أنه استخدم الجداول ذات الصفوف والأعمدة في تكوين الأقسام وأبواب الموقع، أي أن الجدول كان من أهم فواصل الوحدات في الصفحة الرئيسية للموقع، وكذلك البياض، وعلى صعيد الموضوعات الصحفية، فإن الصور والخطوط الأفقية هي أهم وسائل الفصل بين الموضوعات نظراً لوقوع الموضوع الصحفي داخل خلايا الجداول.

(ب) الحدود والفواصل في موقع جريدة الأيام:

تتكون الصفحة الرئيسية لموقع جريدة الأيام من إطارات رئيسية لأقسام الموقع المختلفة، ويتضمن كل إطار أربعة عناوين متتالية، إضافة إلى صورة صغيرة لأول عنوان بكل إطار، ومن خلال ذلك يتضح أن الإطار أساسي كوسيلة الفصل بين الوحدات، إضافة إلى الإطارات التي تفصل الوحدات الصحفية على جانبي الصفحة.

وعلى صعيد الموضوعات الصحفية، اعتمد على العناوين بشكل كبير، وجاء ذلك بنسبة 95,57%، ويرجع ذلك لطبيعة إخراج الموضوعات الصحفية، فالموقع ينتهج أسلوب البوابة، أي يكتفي بنشر عناوين متتالية، واستخدم الموقع الإطارات بنسبة 4,34%، كأداة فصل بين رسوم الكاريكاتير والموضوعات الصحفية الأخرى.

الشكل (43)

العناوين كفواصل – موقع جريدة الأيام

(ج) الحدود والفواصل في موقع جريدة الحياة الجديدة:

اقتصر موقع جريدة الحياة الجديدة على استخدم وسيلتين للفصل بين موضوعاته، هما: الخطوط والإطارات، فجاءت الخطوط بالمقدمة بنسبة 97%، ويعود ذلك لأسلوب الإخراج المتبع بالموقع، وهو أسلوب البوابة الذي يقتصر على عناوين مصاحبة لصور لها، ولكن ما يميز الموقع عن موقع جريدة الأيام هو استخدام الخطوط للفصل بين تلك العناوين، وتميزت الخطوط باللون الرمادي.

أما الإطارات فاستخدمها الموقع في الفصل بين الوحدات التي تقع على الجانب الأيسر للصفحة الرئيسية، فكانت هي الفاصل بين الكاريكاتير والوحدات الأخرى وجاءت بنسبة 3%.

الشكل (44)

الخطوط الأفقية كفواصل – موقع جريدة الحياة الجديدة

(د) الحدود والفواصل في موقع جريدة فلسطين:

تتكون الصفحة الرئيسية لموقع جريدة فلسطين من مجموعة من الوحدات المتضمنة بداخلها الموضوعات الصحفية ومحاطة بالإطار من الخارج، وبذلك يعد الإطار والبياض هما الوسيلة الوحيدة للفصل بين الوحدات المكونة للصفحة الرئيسية.

أما الحدود والفواصل على صعيد الموضوعات الصحفية فتنوعت، إذ جاءت الخطوط بنسبة 36,1%، حيث برز استخدامها للفصل بين عناوين الأقسام في أسفل جسم الصفحة، واستخدم العناوين كوسيلة فصل بنسبة 25,07%، أما الإطارات فبلغت 12,56%، والبياض 26,27%.

الشكل (45)

الخطوط كفواصل – موقع جريدة فلسطين

المبحث الثالث

أهم نتائج الدراسة وتوصياتها

أولاً: أهم نتائج الدراسة:

1) 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 ارتفاعاً بين مواقع صحف الدراسة، حيث يبلغ ارتفاع الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الأيام 1490 بكسل.

2) أظهرت الدراسة انفراد موقع جريدة القدس من بين مواقع صحف الدراسة باستخدام القوائم التفرعية، حيث استخدم القوائم المنسدلة بشكل رأسي، في الوقت الذي اعتمدت باقي مواقع صحف الدراسة على القوائم الثابتة.

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

4) كشفت الدراسة عن تنوع الخطوط المستخدمة في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، وأهمها: Tahoma، Arial، Simplified Arabic، Transparent Arabic، حيث استخدم موقعا جريدتي الأيام وفلسطين نوعين من الخطوط، بينما اقتصر موقعا جريدتي القدس والحياة الجديدة على نوع واحد فقط، وتراوحت أحجام الخطوط المستخدمة في العناوين بين 9-18 بنط، وفي المتن تراوحت بين 9-13.5 بنط.

5) استخدمت مواقع الصحف الفلسطينية الأيقونات في مواقعها على شبكة الإنترنت، وإن تفاوتت في عددها ومدلولاتها، وكانت أكثر الأيقونات استخداماً أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي، وخدمة RSS، وكان موقع جريدة الحياة الجديدة الأقل استخداماً لها واقتصر على استخدام أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي إضافة إلى خدمة RSS، وتميز موقع جريدة الأيام باستخدام الأيقونات مع عبارات توضيحية.

6) أوضحت الدراسة التزام ثلاثة صحف فلسطينية يومية في تصميمها لصفحتها الرئيسية بالمكونات أو الأجزاء الرئيسية للموقع (الرأس، الجسم، الذيل)، وهي: موقع جريدة القدس، موقع جريدة الأيام، وموقع جريدة فلسطين، في حين لم تلتزم جريدة الحياة الجديدة في تصميم موقعها بالثلاثة الأجزاء، واكتفت بالرأس والجسم.

7) أظهرت الدراسة اتفاق مواقع الصحف الفلسطينية اليومية الأربعة في تقديم خدمة البحث الداخلي البسيط، وتميز موقعا جريدتي فلسطين والحياة الجديدة في إتاحة خدمة البحث المتقدم، الذي يقدم خيارات للمستخدم لحصر النتائج والحصول على المعلومات التي يريدها بدقة، وكذلك إهمال مواقع صحف الدراسة البحث الخارجي، وربط الموقع بمحركات البحث العالمية على شبكة الإنترنت.

8) أكدت الدراسة حرص مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على توفير خدمة أرشيف النسخة المطبوعة بصيغة PDF، وأن ثلاث صحف تقدم خدمة تصفح الجريدة بصيغة Flash، وهي: الأيام، والحياة الجديدة، وفلسطين، وهي خدمة تُتيح للمستخدم تصفح الجريدة على الإنترنت دون الحاجة إلى تنزيل كما هو الحال في صيغة PDF.

9) وعن مدة الأرشيف، كشفت الدراسة أن مواقع الصحف الفلسطينية اليومية حرصت على توفير النسخة المطبوعة لها على الموقع، وإن تفاوتت المدة الزمنية لبدء توفير النسخة المطبوعة على مواقعها، فكان موقع جريدة القدس الوحيد الذي وفر أعداداً قديمة لنسخته المطبوعة من بين المواقع، ترجع لأكثر من عشر سنوات مضت، فتعود أرشيف النسخة المطبوعة إلى يناير عام 1992، بينما يُتيح موقعا جريدتي الأيام والحياة الجديدة أرشيف النسخة المطبوعة منذ مارس 2004 و 2005 على التوالي، في حين وفرت فلسطين أرشيف نسختها المطبوعة منذ نشأتها أي عام 2007م، وفيما يتعلق بالأرشيف المواد المنشورة على الموقع وفره موقع جريدة الأيام لمدة عشرة سنوات، وهي الأطول بين مواقع صحف الدراسة.

10) أوضحت الدراسة إغفال مواقع الصحف الفلسطينية اليومية توفير خريطة لمواقعها، رغم أهميتها في تسهيل الحصول على المعلومات، والتعرف على أقسام وهيكل الموقع، وكذلك عدم توفير المنتديات وغرف الدردشة.

11) أكدت الدراسة على حرص مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على توفير بريد الإلكتروني خاص بالموقع وإدارته، وكذلك بريد إلكتروني لأقسام الموقع، في حين وفرت جريدتا

الأيام والحياة الجديدة بريداً إلكترونياً لبعض كتاب المقالات الصحفية فقط، وليس بشكل دائم، الأمر الذي تجاهلته مواقع الصحف الأخرى.

12) أظهرت الدراسة تميز موقع جريدة القدس بتقديم استفتاءات الرأي حول القضايا المثارة والجدلية، في حين أفرغت جريدة الحياة الجديدة مساحة لاستفتاءات الرأي في موقعها، إلا أنها لم تفعلها، أما مواقع الصحف الأخرى فلم تعطيها أي اهتمام.

13) أوضحت الدراسة إهمال موقع جريدة الأيام لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل كامل، واقتصر استخدامها في مشاركة أخباره عبر تلك المواقع بدون أن يكون له صفحات عليها، في حين لم تستفد جريدة الحياة الجديدة من مواقع التواصل الاجتماعي رغم وجود صفحات لها عليها، في الوقت الذي استفادت منها جريدتا القدس وفلسطين في ملاحقة الأحداث والترويج لمواقعها.

14) قدمت الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت مجموعة من الخدمات الإضافية، التي تلبى احتياجات المستخدم، وتتنوع تلك الخدمات فتشترك جميعها تقديم خدمة خلاصات الأخبار RSS، وتنفرد جريدة القدس بإتاحة الفرصة أمام المستخدم للحصول على بريد إلكتروني خاص به يحمل تحمل موقع الجريدة، إضافةً إلى الخدمات: الاشتراك بالنسخة المطبوعة، الاشتراك بالقائمة البريدية، مواقيت الصلاة، حالة الطقس، أسعار العملات، وسوق فلسطين "البورصة".

15) أكدت الدراسة حرص مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على إرفاق صور إخبارية مع المواد التحريرية، التي تجسد الأحداث والأخبار التي تدور حولها، وإن تفاوتت النسب بين مواقع صحف الدراسة، فيعد موقع جريدة القدس الأكثر استخداماً لها مقارنة بمواقع صحف الدراسة الأخرى، وجاءت بنسبة 56.63%، ويليه موقع جريدة فلسطين بنسبة 30.1%، وعلى صعيد الصور الشخصية، يعد موقع جريدة الأيام الأقل استخداماً لها مقارنة بمواقع صحف الدراسة وجاءت بنسبة 0.8%.

16) أظهرت الدراسة اتفاق معظم مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على استخدام صور صغيرة مصاحبة للأخبار، إلا أن موقع جريدة فلسطين اعتمد على الصور المتوسطة المساحة، فتفاوتت نسب الصور الصغيرة في مواقع صحف الدراسة، فكان أكثرها في موقع

جريدة القدس بنسبة تصل إلى 71.12%، ويليه موقع جريدة الحياة الجديدة بنسبة 12.58%، وتميز موقع جريدة فلسطين باستخدام الصور متوسطة المساحة وجاءت بنسبة 95.12%.

17) أظهرت الدراسة اهمال نصف مواقع الصحف الفلسطينية اليومية لألبوم الصور بنوعيه المستقل و الذي يدور حول حدث واحد، ويتجلى ذلك في موقعي جريدتي الأيام والحياة الجديدة، أما موقعا جريدتي فلسطين والقدس فقد حرصا على تضمين موقعيهما بألبوم صور خاصةً المستقل منها، وذلك لما يتمتع به الألبوم من جاذبية الصور وتلخيصها للأحداث، إضافةً إلى استغلال المساحة.

18) أوضحت الدراسة محدودية استخدام الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية، فخلى موقعا جريدتي الأيام والحياة الجديدة من أشكال الوسائط المتعددة، وعلى عكسهما اهتم موقعا جريدتي القدس وفلسطين ببعض أشكال الوسائط المتعددة وكان في مقدمتها مقاطع الفيديو، التي استخدمها كليهما سواء كانت مستقلة أم مصاحبة لبعض الأخبار.

19) أظهرت الدراسة اعتماد كافة مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على استخدام الألوان في العناوين بنسبة 59.4% من إجمالي استخدامات الألوان بمواقع صحف الدراسة، ومع تفاوت فيما بينها في مدى الاهتمام، ومن ثم استخدامها في الأرضيات بنسبة 37.01%.

20) كشفت الدراسة عن اعتماد مواقع صحف الدراسة بشكل أساسي على الخطوط للفصل بين موضوعاتها، وذلك بنسبة 51.89% من إجمالي اهتمام المواقع بأدوات الفصل، وتلاها العناوين بنسبة 16.59%، ومن ثم البياض بنسبة 14.52%، وأخيراً الصور والإطار بنسب على التوالي 11.6%، و5.4%.

21) أظهرت الدراسة انفراد موقع جريدة القدس باستخدام الصور كفواصل بين موضوعاته بنسبة 100%، في حين تفاوتت مواقع صحف الدراسة في اعتماد الخطوط كفواصل، فكان موقع جريدة القدس يتصدر مواقع صحف الدراسة في اعتماده عليها بنسبة 53.82% مقارنة مع مواقع صحف الدراسة، ويليه موقعي جريدتي الحياة الجديدة وفلسطين على الترتيب بنسب 26.22%، و19.97% على التوالي.

ثانياً: أهم التوصيات:

بعد استعراض لأهم نتائج الدراسة، ومناقشتها ميدانياً من خلال إفساح الفرصة لمصممي المواقع الإعلامية لعرض آرائهم فيما توصلت إليه الدراسة، وما هو المفروض أن تكون عليه تصاميم المواقع الإلكترونية عموماً ومواقع الصحف الفلسطينية اليومية خصوصاً، يمكن أن توصي الباحثة بمجموعة من التوصيات لتطوير مواقع الصحف الفلسطينية اليومية، وهي:

1. الاستفادة من التقنيات الحديثة في عالم تصميم الوب، ولعل أهمها: التصميم التفاعلي Responsive Web Design، الذي يتفاعل مع مقاسات الشاشات المختلفة، خاصةً في ظل انتشار أجهزة Smart Phone، إضافةً لانتشار الشاشات التي تمتاز بالعرض الكبير، فلابد من تكيف تصميم مواقع الصحف مع العرض المتغير للشاشات المستخدمة.
2. الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي خاصةً بعد ما تربعت على عرش التواصل بين كافة المستخدمين، وحلت كبديل للمنتديات وغرف الدردشة، وذلك من خلال الترويج لمواقعها الإلكترونية، وطرح القضايا على صفحاتها؛ لإتاحة الفرصة للمستخدم للتعبير عن رأيه بحرية، إضافةً إلى مواكبة التطورات الميدانية من أحداث سياسية، ورياضية، واجتماعية وغيرها.
3. العمل على توفير طاقم خاص للموقع، تكون مهمته إنتاج مواد إعلامية لتغذية الموقع بشكل مستمر بكافة الأشكال، المكتوب، والمرئي، والمسموع.
4. الاهتمام بالصورة لكونها عنصر جذب بالموقع، والعمل على زيادة مساحتها مع التقليل من الكلام على الصفحة الرئيسية للموقع، مع ضرورة استثمار ألبومات الصور؛ لما لها من قوة تأثير وجذب على القارئ، إضافةً لإيجازها الأحداث بمجموعة من الصور الموثقة.
5. العمل على مراعاة احتياجات المستخدم وطبيعته التي اختلفت لكونه أصبح مستخدماً ومشاركاً بالحدث، إضافةً لما يمتاز به من كسل، وعلى التصميم أن يكون واضحاً، ويساعد المستخدم للوصول إلى المعلومات التي يريدها بسهولة.

6. ضرورة توفير خريطة للموقع، توضح أقسام وأهم عناوين الموقع، إضافةً إلى ذلك على مواقع الصحف الفلسطينية اليومية مشاركة المستخدم في الأحداث، من خلال توفير استفتاءات الرأي حول القضايا الساخنة.
7. الاستفادة من الإمكانات التي يوفرها الإنترنت، في تطوير العناصر البنائية للموقع، من خلال الاعتماد على الوسائط المتعددة التي تمتاز بالحجم القليل والجودة العالية، والصور ذات المساحة الكبيرة والمتوسطة مع المحافظة على جودتها؛ لكون مستخدم الإنترنت يبحث عن مقاطع الفيديو والصور للأحداث بدلاً من قراءة الأخبار.
8. الخروج من قوقعة الخطوط القديمة، التي توفرها المتصفحات، والاعتماد على الخطوط العربية التي تمتاز بالوضوح والانقرائية العالية وفقاً للمصممين، ومن خلالها ترك بصمة خاصة للموقع من خلال الخط المستخدم، ويمكن تحميل الخطوط المستخدمة بالموقع دون الحاجة لتوافرها على أنظمة التشغيل للمستخدم، وذلك من خلال Web Font.
9. عمل المزيد من الأبحاث العلمية في مجال الصحافة الإلكترونية عموماً، وإخراج وتصميم المواقع والعناصر البنائية لها، خاصةً في ظل توجه العالم نحو دراسة تخصص التخصص، خاصةً أن المشهد العلمي لمجال الإعلام في فلسطين يشهد قلة في الأبحاث التي تناولت تخصص التخصص خاصة في مجالات الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية.

المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: المصادر:

1 موقع جريدة القدس: www.alquds.com

2 موقع جريدة الأيام: www.al-ayyam.com

3 موقع جريدة الحياة الجديدة: www.alhayat.j.com

4 موقع جريدة فلسطين: www.falesten.ps

ثالثاً: المراجع العربية:

أ- الأبحاث والرسائل العلمية غير المنشورة

1. أحمد حمودة، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، 2013م.
2. أمل طومان، "وسائل الإعلام الفلسطيني وأثرها في الانقسام السياسي 2006-2009م: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعات قطاع غزة"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، غزة: جامعة الأزهر، 2010م.
3. أمين أبو وردة، "أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي: طلبة جامعة النجاح الوطنية نموذجاً (2000-2007م)"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، نابلس: جامعة النجاح الوطنية، 2008م.
4. ثائر تلاحمة، "حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، عمان: جامعة الشرق الأوسط، 2012م.
5. خالد معالي، "أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين (الضفة الغربية وقطاع غزة) من عام 1996-2007م"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، نابلس: جامعة النجاح الوطنية، 2008م.
6. عبدالله الرعود، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الأردن: جامعة الشرق الأوسط، 2012م.
7. فارس المهداوي، "صحافة الإنترنت: دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية موقع العربية نت نموذجاً"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الدنمارك: الأكاديمية العربية المفتوحة، 2007م.

8. كريمة توفيق، " انقرائية الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على صحف (مصر العربية– الشرق الأوسط– الرأي العام)"، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، جامعة الزقازيق: كلية الآداب، 2010م.
9. ماجد حبيب، "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، غزة: الجامعة الإسلامية، 2014م.
10. مصعب قتلوني، "دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي: مصر نموذجاً"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، نابلس: جامعة النجاح الوطنية، 2012م.
11. هيثم مؤيد، "تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الالكترونية على تذكر الطلاب للمحتوي الصحفي المقدم بها. دراسة شبه تجريبية على عينة من طلاب الجامعة"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، المنصورة: جامعة المنصورة، 2010م.

ب- الأبحاث والدراسات المنشورة:

12. جاسم جابر، "الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية"، **مجلة أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد** ، البحرين: جامعة البحرين: 7–9 أبريل 2009، ص 391–412.
13. جواد الدلو، "الصحافة الإلكترونية واحتمالات تأثيرها على الصحف المطبوعة: دراسة ميدانية"، **مجلة كلية اللغة العربية**، العدد 20، القاهرة، جامعة الأزهر، 2003م.
14. حاتم الصريدي، "الصحف الإلكترونية البحرينية : دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات"، **مجلة أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد**، البحرين: جامعة البحرين: 7–9 أبريل 2009، ص 101–124.
15. حلمي محسب، "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية"، رسالة دكتوراه منشورة في كتاب: **إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الانترنت**، ط1، القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2007م.
16. حلمي محسب، "قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت: بالتطبيق على موقعي الجزيرة وCNN" **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 29، القاهرة: جامعة القاهرة، 2008، ص 221–264.

17. حمد الموسى، "العلاقة التفاعلية بين المشاركين في العملية الاتصالية عبر الإعلام الجديد: دراسة تحليلية للتفاعلية في المنتديات الإلكترونية السعودية"، **ورقة مقدمة للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية"**، الرياض: جامعة الملك سعود، 14-15 أبريل 2012.
18. خالد شعبان، "دور الصحف الفلسطينية في انتخابات المجلس التشريعي الفلسطيني الثاني"، **مجلة جامعة الأقصى**، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني، غزة: جامعة الأقصى، يونيو 2008م.
19. خالد مسعد، "تصميم مجلة الكترونية رياضية للأطفال للمرحلة العمرية 12- 15 سنة"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 31، القاهرة: جامعة الأزهر، يناير 2009، ص161-224.
20. رضوان بلخيري، "منتديات الدردشة الإلكترونية ودورها في إحداث التغيير في المجتمع الجزائري: دراسة في دوافع الاستخدام والإشباعات المتحققة لمنتدى فيسبوك"، **المؤتمر الدولي الثاني لكلية الآداب والعلوم الاجتماعية**، جامعة السلطان قابوس، 2012 م.
21. سعيد النجار، "التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت"، **مجلة أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة ..لعالم جديد**، البحرين، جامعة البحرين: 7-9 أبريل 2009، ص 559- 584.
22. صالح العنزي، "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت"، رسالة ماجستير منشورة، في كتاب: **إخراج الصحف السعودية الإلكترونية**، ط1 الرياض: جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، 2005م.
23. عباس صادق، "التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت"، **بحث مقدم لمؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات**، الشارقة: جامعة الشارقة 22-24 نوفمبر 2005.
24. فتحي شهاب، "المستقبل التقني للصحيفة المطبوعة في منافسة الصحيفة الإلكترونية"، **مجلة علوم وفنون**، المجلد الرابع عشر، العدد الرابع، حلوان، جامعة حلوان، أكتوبر 2002م.
25. محمد أحمد، "توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني"، **بحث مقدم لمؤتمر صحافة الإنترنت الواقع والتحديات**، الشارقة: جامعة الشارقة 22-24 نوفمبر 2005.

26. محمد الشربيني، "أساليب تصميم مجلات الأطفال الإلكترونية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بتعرض الأطفال لهذه المجلات: دراسة في التقنيات والجمهور والقائم بالاتصال"، رسالة دكتوراه منشورة في كتاب: **صحافة الأطفال الإلكترونية**، ط1، القاهرة: دار العالم العربي، 2008م.
27. منار رزق، "تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور"، رسالة دكتوراه منشورة في كتاب: **تصميم مواقع الصحف الإلكترونية**، ط1، القاهرة: دار العالم العربي، 2011م.
28. مها الطرابيشي، "الصحافة الإلكترونية الدينية على الإنترنت: دراسة تحليلية وصفية لموقع صحيفة عقيدتي"، **مجلة كلية الآداب**، العدد السابع، حلوان، جامعة حلوان، يناير 2000م، ص 529-563.
29. نجوى فهمي، "التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الثاني، العدد الرابع، القاهرة: جامعة القاهرة، أكتوبر- ديسمبر 2001، ص 221-269.
30. وفاء الدسوقي، "انقرائية ووضوح وتفضيل النصوص العربية في صفحات الويب التعليمية: أثر تباين لون النص والخلفية"، **بحث مقدم لمؤتمر الثالث لكلية التربية النوعية** بعنوان "تطوير التعليم النوعي في مصر والوطن العربي لمواجهة متطلبات سوق العمل في عصر العولمة "رؤى استراتيجية"، جامعة المنصورة: 2008م.

ج- الكتب العربية:

31. أشرف خوخة، **الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية**، ط1، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2011م.
32. أمل خطاب، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي**، ط1، القاهرة: دار العالم العربي، 2009م.
33. برهان شاوي، **مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته**، ط1، إربد: دار الكندي، 2003م.
34. بسام المشاقبة، **نظريات الإعلام**، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011م.
35. بسنت العقباوي، **الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت**، ط1، جدة: مكتبة خوارزم العلمية، 2010م.

36. حسن أبو حشيش، **الصحافة في فلسطين: النشأة والتطور والمستقبل 1876-2005**، ط1، غزة: مكتبة الأمل، 2005م.
37. حسني نصر، **الإنترنت والإعلام.. الصحافة الالكترونية**، ط3، الإمارات: دار الفلاح، 2009م.
38. حسنين شفيق، **الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية**، ط1، القاهرة: دار فكر وفن، 2009م.
39. حسنين شفيق، **التصميم الجرافيكي في وسائل الإعلام والإنترنت**، ط1، القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2009م.
40. ذوقان عبيدات، وسهيلة أبو السميد، **البحث العلمي: البحث النوعي والبحث الكمي**، ط7، عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2001م.
41. ربحي عليان، وعثمان غنيم، **أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العلمي**، ط2، عمان: دار صفاء، 2008م.
42. زيد سليمان، **الصحافة الإلكترونية**، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009م.
43. سعيد الغريب النجار، **تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية**، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003م.
44. سمير حسين، **دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام**، ط2 ،القاهرة: عالم الكتب، 1995م.
45. الشركة المصرية لونجمان، **الإنترنت**، ط1، بيروت: مكتبة لبنان، 2004م.
46. شريف اللبان، **الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع**، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005م.
47. عباس حسن، **الصحفي الإلكتروني**، ط1، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2012م.
48. عبد الأمير الفيصل، **الصحافة الإلكترونية بالوطن العربي**، ط1، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006م.
49. عبد العزيز الصويعي، **الإخراج الصحفي والتصميم بين الأقلام والأفكار والحواسيب**، ط1، بيروت: دار الملتقي للطباعة والنشر، 1998م.
50. عبدالرزاق الدليمي، **الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية**، ط1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011م.

51. فهد العسكر، **الإخراج الصحفي وأهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة**، ط1، الرياض: مكتبة العبيكان، 1998م.
52. فيصل أبو عيشة، **الإعلام الإلكتروني**، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010م.
53. ماجد تربان، **الإعلام الإلكتروني الفلسطيني**، ط2، غزة: مكتبة الجزيرة، 2013م.
54. ماجد تربان، **الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية**، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008م.
55. مجد الهاشمي، **تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري**، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012م.
56. محمد حجاب، **نظريات الاتصال**، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010م.
57. محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، ط1، جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1993.
58. محمد عبد الحميد، **بحوث الصحافة**، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 1992م.
59. محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت**، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2007م.
60. محمد فلحي، **النشر الإلكتروني: الطباعة والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة**، بدون طبعة، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006م.
61. محمود خليل وشريف اللبان، **اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي**، ط1، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، 2000م.
62. محمود علم الدين، **الإخراج الصحفي**، ط1، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1989م.
63. مراد شلباية وآخرون، **مقدمة إلى الإنترنت**، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2002م.
64. مروة كمال الدين، **مستقبل طباعة الصحف العربية رقمياً**، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2007م.
65. منال المزاهرة، **نظريات الاتصال**، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012م.

د- الكتب المترجمة باللغة العربية:

66. بد سميث وآرثر بيباك، **إنشاء صفحات الويب للمبتدئين**، ترجمة: مكتبة جرير، ط1، الرياض: مكتبة جرير، 2000م.

67. ماري هاغرد، **تصميم وإنشاء وإدارة مواقع الوب العالمية**، ترجمة مركز التعريب والبرمجة، ط1، الإمارات: الدار العربية للعلوم، 1998م.
68. ميشال إنولا، **الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية**، ترجمة: نصر الدين لعياضي والصادق رابح، ط1، العين: دار الكتاب الجامعي، 2004م.

هـ- المقابلات الشخصية:

69. إبراهيم شقورة، **مصمم موقع وكالة فلسطين اليوم**، مقابلة شخصية بتاريخ 2014/9/29م.
70. أحمد الصعيدي، **مصمم موقع جريدة فلسطين**، مقابلة شخصية بتاريخ 2014/6/21، و2014/9/27م.
71. أحمد شقورة، **عضو مجلس إدارة شركة أطياف للتصميم**، مقابلة شخصية بتاريخ 2014/9/28م.
72. أيمن الشلتوني، **مصمم موقع وكالة صفا الإخبارية**، مقابلة شخصية بتاريخ 2014/9/29م.
73. محمد الأيوبي، **مشرف موقع جريدة فلسطين**، مقابلة شخصية بتاريخ 2014/9/29م.

و- مقالات ودراسات متوفرة على شبكة الإنترنت:

74. جمال غيطاس، الصحافة الإلكترونية، **ورقة مقدمة للمؤتمر الرابع للصحفيين**، القاهرة، 2005، نقلاً عن موقع كل الجرنالجية في مصر، متوفر على الرابط/
http://www.khayma.com/librarians/archive/lis/199.htm
75. حلمي محسب، "التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الإنترنت: بالتطبيق علي عينة من المجلات المصرية والأمريكية"، **مجلة الدراسات الإنسانية المنوفية**، 2007، الرابط/ http://goo.gl/dA5GSR.
75. عامر سعد، "إغناء صفحات الوب بالرسوم والصور المتحركة والأفلام"، **مجلة المعلوماتية**، العدد 25، 2008، متوفر على الرابط:
http://www.infomag.news.sy/index.php?inc=issues/showarticle&issuenb=25&id=495

76. عماد بشير، "الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي"، **ورقة مقدمة لندوة مجلة العربي (الكويت)** الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني21/أبريل2001، متوفر على الرابط/

http://www.alarabimag.org/arabi/common/book/afaq015_3.htm

77. عماد بشير، "تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت"، **مجلة المعلوماتية**، العدد الرابع، 2005، متوفر على الربط/

http://informatics.gov.sa/articles.php?artid=451

78. موقع ويكيبيديا: الموسوعة الحرة، **منتدى الإنترنت**، متوفر على الرابط/

http://goo.gl/EUDIWT

رابعاً: المراجع الأجنبية:

أ- الدراسات والأبحاث غير المنشورة:

79. Alshehri, F., "Electronic Newspapers on The Internet: A Study of The Production and Consumption of Arab Dailies on the World Wide Web", *Unpublished Doctor Thesis*, U.K.: University of Sheffied, Department Of Journalism Studies, 2000.

80. Berger, S., Breaking Up News.. An Investment in the Online Newspaper's Future? Effects of Linear and Nonlinear Hypertext Formats on Users' Recall, Reading, Satisfaction, and Perceived Story Credibility, Unpublished *Master of Arts in Mass Communication*, University of Florida: The Graduate School:2001.

81. Donaghy, R. ," Evaluating Online Newspapers Using Established web Design Guidelines", *Unpublished Master Thesis*, North Carolina: School of Information and Library Science, 2002.

82. Folayan, O., Interactivity in Online Journalism: A Case Study of the Interactive Nature of Nigeria's Online Guardian, *Unpublished Master Thesis*, South African: Rhodes University, 2004.

83. Pedersen, B., A Study of the Concept of Interactivity As It Applies to Online Newspaper, *Unpublished Master Thesis of Science in Journalism*, West Virginia University: Perley Isaac Reed School of Journalism: 2006.

ب- الدراسات والأبحاث المنشورة:

84. Banerjee, J., Majumdar, D., Pal, M., & Majumdar, D., (2011), "Readability, Subjective Preference and Mental Workload Studies on Young Indian Adults for Selection of Optimum Font Type and Size during Onscreen Reading", *A US National Library of Medicine enlisted Journal*, Vol. 4, No. 2 .

85. Döring, N., "Personal Home Pages on the Web: A Review of Research", *Journal of Computer – Mediated Communication (JCMC)*, Vol.7, No. 3, April 2002.

86. Hashim, N., Hasan, H. & Sinnapan, S. , Australian Online Newspapers: A Website content analysis approach to measure interactivity, *18th Australian Conference on Information Systems (ACIS)*, 5-7 Dec, Toowoomba, 2007.

87. Ihlstrom, C. & Lundberg, J. ,"Design Recommendations For Online Newspapers: A Genre Perspective", *Journal of Web Engineering*, Vol.3, No. 1, 2004.

88. Ling, J., & Schaik, P., The Influence of Font Type and Line Length on Visual search and Information Retrieval in Web Page, *International Journal of Human-Computer Studies*, 2006.

89. Schultz, T. , Mass Media and the Concept of Interactivity: An Exploratory Study of Online Forums and Reader E-Mail, Media, Culture and Society, Vol. 22 No. 2, 2000.

90. Utt, S. , & Pasternack, S., "Front Page Design: Some Trends Continue", *Newspaper Research Journal*, Vol. 24, no. 3, summer 2003.

ج- الكتب الأجنبية:

91. Beaid, J., *The Principles of Beautiful Web Design*, 2nd edition, Australia : Site Point Pty: 2010.

92. Carlson, D., *The History of Online Journalism*, United States of America: Rowman and Littefield Publisher: 2003.

93. Kawamoto. K. ,*Digital Journalism ;Emerging Media and The Changing Horizons of Journalism*, United States of America: Rowman and Littefield Publishe:2003.

94. Lynch, P. & Horton, S. ,*Web Style Guide*, 3rd edition, available at: www.webstyleguide.com

95. Powell, T., *Web Design: The Complete Reference*, 2nd edition ,Osborne\ McGraw-Hill: 2002.

96. Ward, M. , *Journalism Online*, 1st edition, USA: Focal Press ,2002.

97. Xigen Li, "Web Page Design and News Retrieval Efficiency: A content Analysis of Five Us Internet News Papers" in Xigen Li "Internet Newspapers: the Making of a Mainstream Medium " ,New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2006.

د- الدراسات والمقالات على شبكة الإنترنت:

98. Beaird, J., *The Principles of Beautiful Web Design*, 2007, available at: http://www.sitepoint.com/principles-beautiful-web-design.

99. Canavilhas, J. ,*Hypertext Newswriting Effects on Satisfaction, Comprehension and attitudes*, available at: https://online.journalism.utexas.edu/2008/papers/Canavilhas.pdf,.

100. Deuze, M. , Online Journalism; Modeling the First Generation of News Media on the World Wide Web, *First Monday Free-Reviewed Journal on the Internet*, V.6, N.10, 2001, available at: http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/893/802,.

101. Friedman,V. (2008), *10 Principles Of Effective Web Design*, available at http://uxdesign.smashingmagazine.com/10/31/01/2008-principles-of-effective-web-design/

102. George, J., *GIF, JPG and PNG – What's the Difference?,* 2011, Sitepoint site, available at: http://www.sitepoint.com/gif-jpg-png-whats-difference/.

103. Kyrnin, J., *Unity - Basic Principles of Design*, available at: http://webdesign.about.com/od/webdesignbasics/p/aaunity.htm.

104. Kyrnin, J., Contrast - *Basic Principles of Design*, available at http://webdesign.about.com/od/webdesignbasics/p/aaunity.ht.

105. Kenney, K., Gorelik, A.,& Mwangi, S., Interactive Features of Online Newspapers*, First Monday Journal on the Internet*, Vol.5, Nu.1, 2000, available at: http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/720/629\.

106. Michael Bernard & Melissa Mills, So, What Size and Type Should I Use on My Website?, *Usability News*, Vol. 2 Issue 2, July 2000, available at: http://usabilitynews.org/so-what-size-and-type-of-font-should-i-use-on-my-website/

107. Michael Bernard, and other, Which Font Do Children Prefer to Read Online?, *Usability News*, Vol. 3 Issue 1, Jan. 2001, available at: http://usabilitynews.org/which-fonts-do-children-prefer-to-read-online/

108. Michael Bernard, Marissa Fernandez, and Spring Hull, The Effects if Line Length on Children and Adults' Online Reading Performance, *Usability News*, July, 2002, available at: http://usabilitynews.org/the-effects-of-line-length-on-children-and-adults-online-reading-performance/.

109. McMillan, S. & Hwang, J., Measures of Perceived Interactivity: An Exploration of the Role of Direction of Communication, User Control, and

Time in Shaping Perceptions of Interactivity, *The Journal of Advertising*, Vol.31 (3) Full 2002, available at: http://www.academia.edu/1035710/Measures_of_perceived_interactivity_An_exploration_of_the_role_of_direction_of_communication_user_control_and_time_in_shaping_perceptions_of_interactivity

110. Nielsen, J. ,*Differences Between Print Design and Web Design*,1999 , available at: http://www.nngroup.com/articles/differences-between-print-design-and-web-design/.

111. Nielsen, J., (2012), *Usability* 101*: Introduction to Usability* , available at http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/,.

112. Nielsen, J. (2011), *Top 10 Mistakes in Web Design*, available at http://www.nngroup.com/articles/top-10-mistakes-web-design/,.

113. Nielsen, J. , *Top 10 Guideline for Homepage Usability*, 2002, available at: http://www.nngroup.com/articles/top-ten-guidelines-for-homepage-usability/

114. Opgenhaffen, M., "Multimedia, Interactivity, and Hypertext in Online News: Effect on News Processing and Objective and Subjective Knowledge, *Doctor in Social Sciences* , Catholic University of Leuven: 2009, available at: http://lirias.lessius.eu/bitstream/123456789/4387/1/PhD_archive.pdf.

115. Rafaeli, S. & Sudweeks, F., Network Interactivity, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 2 Issue 4, March 1997, available at: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00201.x/full

116. Shaikh, D. , The Effects of Line Length on Reading Online News, *Usability News*, 2005, available at: http://usabilitynews.org/the-effects-of-line-length-on-reading-online-news/, .

117. Schultz, T. , Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers, *journal of computer- mediated communication*, Volume 5 Issue 1September, 1999, available at:

118. http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00331.x/full

119. Schierhorn, C. and Other, " Digital Formats for the Future : The Web vs. Paper vs. a Vertical-Screen, Page-Based Design ", *Paper presented the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication(AEJMC)*,Central Michigan University ,Md., Sat, 6Dec 1998, available at: http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9812A&L=AEJMC&T=0&F=&S=&P=42918

120. Webopedia, *JPG vs. GIF vs. PN*G, 2010, available at: http://www.webopedia.com/DidYouKnow/Internet/JPG_GIF_PNG.asp

121. Wikipedia: The Free Encyclopedia, *Home page*, available at: http://en.wikipedia.org/wiki/Home_page.

122. Xigen Li, Web Page Design and Graphic Use of Three U.S. Newspapers, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 75, No. 2., 1998, Available at: https://www.msu.edu/user/lixigen/Internet-paper.htm

الملاحق

ملحق (1) استمارة تحليل المضمون (كيف قيل).

ملحق (2) إعلانات مواقع الصحف الفلسطينية اليومية.

ملحق (3) المساحة المخصصة لاستفتاء الرأي – موقع جريدة الحياة الجديدة.

الملحق (1)

استمارة تحليل المضمون (كيف قيل)

التسلسل	البناء العام للموقع الإلكتروني للصحيفة																	
	المكونات الثابتة غير التفاعلية																	
	مساحة الصفحة الرئيسية	مكونات هوية الموقع				القائمة الرئيسية		أساليب عرض قوائم التجوال			أساليب إخراج الموضوعات					الخطوط		
		الشعار المصور	الشعار المكتوب	موقع الشعار	مطابقته للنسخة المطبوعة	تفريعة	ثابتة	نموذج أعلى وأسفل الصفحة	نموذج أعلى ويسار أو أعلى ويمين الصفحة	نموذج أعلى وأسفل ويسار ويمين الصفحة	أسلوب العرض			أسلوب الإخراج			نوعها		حجمها	
											أفقي	رأسي	مختلط	أسلوب الوحدات الإلكترونية	أسلوب البوابة	الأسلوب المختلط	المتن	العنوان	المتن	العنوان

التسلسل	البناء العام للموقع الإلكتروني للصحيفة																					
	المكونات الثابتة غير التفاعلية														المكونات الثابتة التفاعلية							
	الإعلانات					الأيقونات						أجزاء الصفحة الرئيسية		العناصر التفاعلية المعلوماتية								
	مساحتها	موقعها				نوعها	موقعها					رأس وجسم وذيل	رأس وجسم فقط	محركات البحث			الأرشيف				خريطة الموقع	
		هامش الصفحة	أعلى الصفحة	وسط الصفحة	أسفل الصفحة		أعلى الصفحة	وسط الصفحة	يسار الصفحة	يمين الصفحة	أسفل الصفحة			بحث داخلي		بحث خارجي	أرشيف النسخة المطبوعة		أرشيف المواد التحريرية	مدة الأرشيف	
														بحث بسيط	بحث متقدم		مشاهدة Flash	تحميل PDF				

التسلسل	البناء العام للموقع الإلكتروني للصحيفة																		
	المكونات الثابتة التفاعلية													خدمات إضافية					
	العناصر التفاعلية التواصلية																		
	البريد الإلكتروني			غرف الدردشة	المنتديات	استفتاءات الرأي	مواقع التواصل الاجتماعي					خدمة RSS	خدمة البريد الإلكتروني للمستخدم	الاشتراك بالنسخة المطبوعة	الاشتراك بالقائمة البريدية	مواقيت الصلاة	حالة الطقس	أسعار العملات	سوق فلسطين
	البريد الإلكتروني الخاص بالموقع	البريد الإلكتروني الخاص بالأقسام	البريد الإلكتروني الخاص بالمحرر الصحفي				Google+	Face book	Twitter	YouTube	Flicker								

التسلسل	العناصر البنائية لجسم الصفحة الرئيسية																							
	الصور والرسوم									الوسائط المتعددة			النصوص الفائقة			الألوان			الحدود والفواصل				
	أنواعها					مساحتها			ألبوم الصور (معرض الصور)		الرسوم المتحركة	صوت	فيديو	نص فائق داخلي	نص فائق بنفس الصفحة	نص فائق خارجي	الأرضيات (الخلفية)	العناوين	النصوص	الخطوط	الصور	العناوين	الإطار	البياض
	إخبارية	شخصية	كاريكاتير	موضوعية	أخرى	كبيرة	متوسطة	صغيرة	ألبوم صور مستقلة	ألبوم صور لحدث واحد														

الملحق (2)

إعلانات مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت

ملحق (2-أ)

إعلانات موقع جريدة القدس

الإعلان	شركة جوال	شريط إعلاني	بنك فلسطين	شركة الوطنية للاتصالات الخلوية	شريط إعلاني	خدمة الاشتراك بالنسخة المطبوعة "نكمل حياتك"	خدمة الايميل الالكتروني	خدمة البريد الإلكتروني لمستخدمي الموقع	البنك الوطني
مساحته	98*960	66*960	255*256	136*226	66*960	256*269	256*269	600*120	600*120
موقعه	أسفل رأس الصفحة مباشرةً	أسفل التقارير المصورة	وسط الصفحة الرئيسية	وسط الصفحة على اليسار	وسط الصفحة الرئيسية	على يسار الصفحة	على يسار الصفحة	الهامش الأيمن لصفحة الرئيسية	الهامش الأيسر لصفحة الرئيسية

ملحق (2- ب)

إعلانات موقع جريدة فلسطين

الإعلان	شركة ضبان للأجهزة الكهربائية	مساحة إعلانية فارغة	مركز فلسطين للتدريب والتطوير	توفر فلسطين على جوجل بلس	تطبيق فلسطين موبايل	أرقام استعلامات وزارة الداخلية	شركة جبل النور للحج والعمرة	إعلان
مساحته	92*702	92*272	112*342	112*342	177*268	112*272	700*150	700*150
موقعه	وسط الصفحة	وسط الصفحة إلى الجهة اليسرى	وسط الصفحة	وسط الصفحة	على يسار الصفحة	وسط الصفحة بالجهة اليسرى	الهامش الأيسر للصفحة الرئيسية	الهامش الأيمن للصفحة الرئيسية

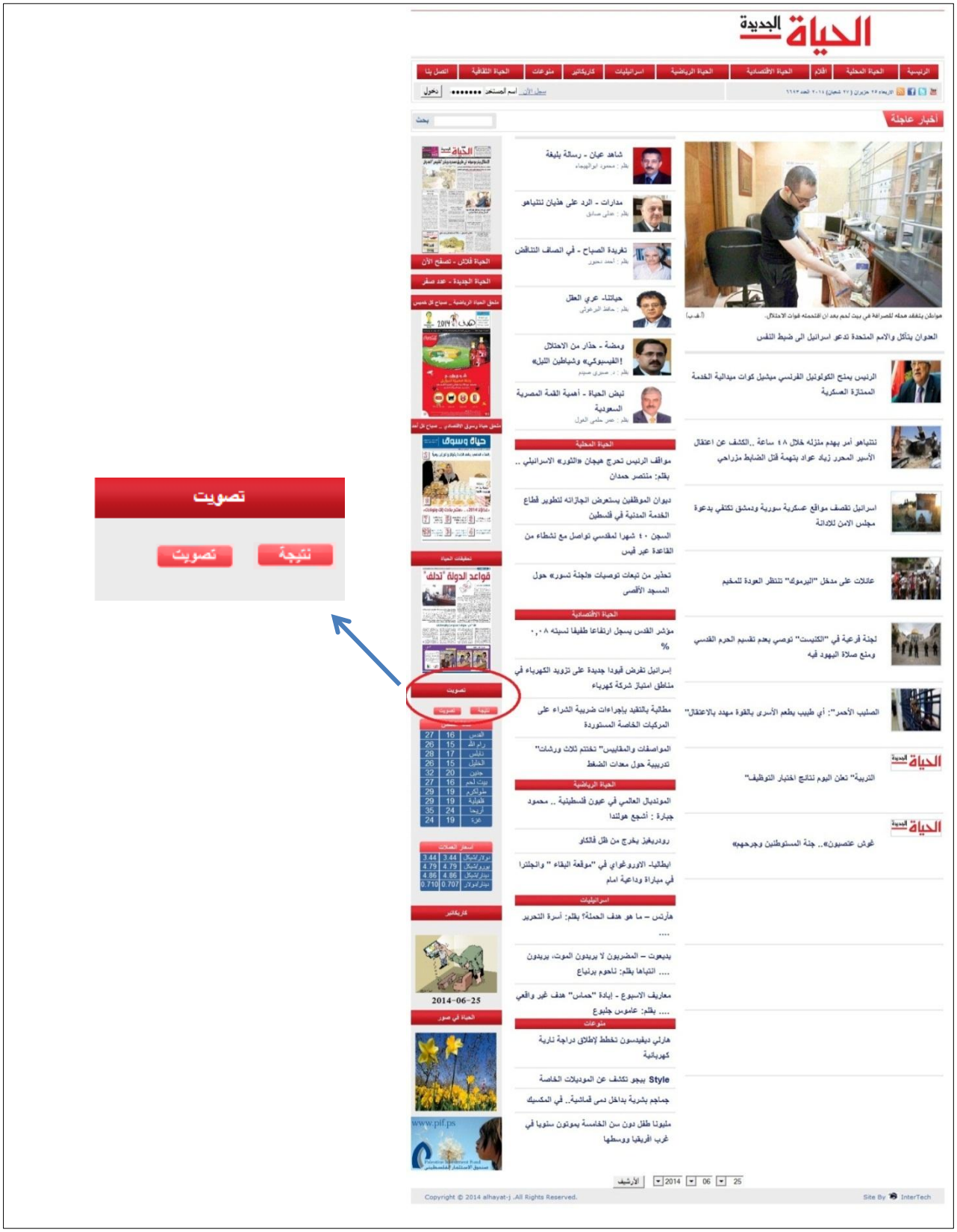
ملحق (2-ج)

إعلانات موقعي جريدتي الأيام والحياة الجديدة

الإعلان	موقع جريدة الأيام	موقع جريدة الحياة الجديدة
	مؤسسة الأيام للطباعة والنشر	صندوق الاستثمار الفلسطيني
مساحته	90*400	102*167
موقعه	يسار رأس الصفحة الرئيسية	أسفل يسار الصفحة الرئيسية

الملحق (3)

المساحة المخصصة لاستفتاء الرأي– موقع جريدة الحياة الجديدة



Islamic University - Gaza

Deanship of Graduate Studies

Faculty of Arts - Department of Journalism

Master Thesis

Design of Palestinian Daily Newspapers Sites on The Internet

An Analytical, Comparative Study

Researcher:

Abeer M. S. Lubbad

Supervised by:

Dr. Ayman kh. Abu Noqara

Assistant Professor of Journalism- Islamic University of Gaza.

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of Master in Journalism

2014