



جامعة محمد بوضياف-المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

عنوان المذكرة:

دور التصميم الصحفي في مقروئية المواقع الإلكترونية الإخبارية

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال

مذكرة لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال تخصص: إعلام

إشراف:

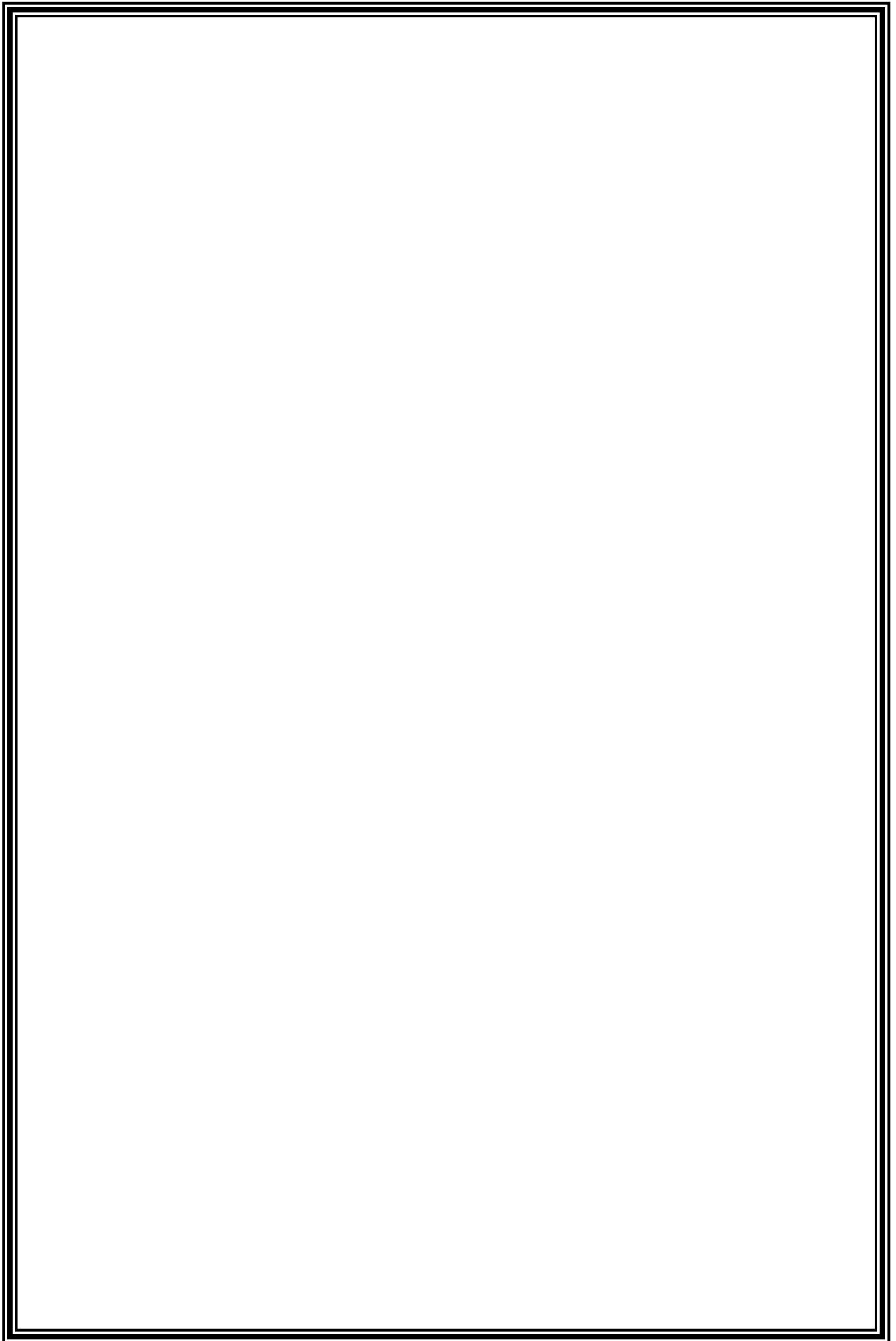
إعداد:

د/ لعززي سعاد

زيد الخير رميصاء

شنان شيماء

السنة الجامعية: 2020/2019



الخطوة:

مقدمة

الإطار المنهجي:

- 1) الإشكالية والتساؤلات
- 2) أسباب اختيار الموضوع
- 3) أهداف وأهمية الدراسة
- 4) الإجراءات المنهجية للدراسة
 1. نوع ومنهج الدراسة
 2. أداة جمع البيانات
 3. مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 5) تحديد المفاهيم
- 6) الدراسات السابقة
- 7) النظرية المفسرة للدراسة (نظرية الاستخدامات والإشباع)

الإطار التطبيقي:

- 1) عرض البيانات
- 2) تحليل البيانات
- 3) نتائج الدراسة

قائمة المراجع

الملاحق

فهرس الجداول

فهرس المحتويات

مقدمة:

الأنترنت هي شبكة عملاقة مكونة من مجموعة شبكات الحاسوب المرتبطة ببعضها البعض على نطاق عالمي، حيث أتاحت للبشر العديد من المميزات ومن بينها إنشاء المواقع الإلكترونية وبما أن تصنيفات المواقع الإلكترونية على شبكة الأنترنت كثيرة ومتعددة وتختلف بحسب الموضوعات وتضيف كذلك على حسب الجمهور المطلع على أنواع المواقع الإلكترونية لذا يرغب الكثيرون بتصميم مواقع خاصة بهم على الأنترنت، كما يقوم المصممون بتطوير وتحديد الوسائل والأدوات لرفع قيمة العمل وتقديمه بشكل أفضل ومن بين هذه المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تركز على تقديم الخدمات الإخبارية وتزود جمهورها بكل جديد وقد تضيف بعض التحليلات لتعطي هامشا أكبر لحرية التعبير وإبداء الرأي لمستخدميها لأنه هو الذي يرتب أولوياته ويختار المواضيع التي يريد تلقيها ويتفاعل مع المضامين المنشورة كونها المواقع الإلكترونية الإخبارية مواقع تفاعلية حيث أصبحت تطرح نفسها على الساحة كمشروع إعلامي متكامل وتضم هيئة تحرير ومصممين وشبكة مراسلين ولديها سياسة تحريرية تتبعها واستراتيجية واضحة، وبسبب انتشار المواقع الإلكترونية الإخبارية وكثرتها بات من الضروري على أصحابها أن يحسنوا تصميمها بإتقان وبشكل جذاب ومميز، فالتصميم الجيد أساس مل عمل فني لأنه يخلق أشياء جميلة تنبع من الأفكار الخاصة بالمصمم وتختلف بحسب الموضوع فهو يعبر عن تلك الأفكار بلون الخط وحجمه، الرسومات، والصور، المساحات والأشكال وغيرها من العناصر التيبوغرافية التي تجذب المتصفح للموقع وتزيد في مقروئته.

ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا للكشف عن التصميم الصحفي في المواقع الإلكترونية الإخبارية حيث تناولنا دراسة هذا الموضوع من خلال خطة البحث التي شملت على مقدمة، والإطار المنهجي وصولا للإطار الميداني، وخاتمة في الأخير.

اشتمل الجانب المنهجي على تحديد الإشكالية والوقوف على أهم الأسباب التي كانت وراء اختيارنا لهذا الموضوع، وكذا الأهداف والأهمية المرجوة من هذه الدراسة، مروراً بنوع ومنهج الدراسة، أداة جمع البيانات، مجتمع البحث والعينة، مع تحديد بعض المفاهيم.

لنختم الدراسة بالجانب التطبيقي أين تم توزيع الاستبيان وعرض البيانات لتأتي الخاتمة في الأخير تحدد أهم ما استنتج من الدراسة.

الإطار المنهجي

الإشكالية:

مع التطور السريع في مجالات الدعاية والإعلان على الأنترنت، ظهرت العديد من الأساليب غير التقليدية والتي تهدف إلى توصيل الأخبار إلى أكبر عدد من مستخدمي الشبكة عن طريق إعطاء فرص للمستخدمين لمشاركة في العمليات الإعلانية حتى مع انعدام خبرتهم مثل المواقع الإلكترونية.

وأضحت شبكة الأنترنت مصدرا مهما للمعلومات والأخبار التي يرغبون بالحصول عليها من خلال زيارتهم إلى المواقع الإلكترونية الإخبارية الموجودة على الشبكة.

لقد عرفت هذه الأخيرة ابتداء من القرن العشرين تطورا ملحوظا وسريعا للمواقع الإلكترونية عامة والإخبارية خاصة، ومع هذا فإن هذه المواقع حاولت اكتساب شخصية مميزة من خلال ربط العلاقة بين المضمون والشكل وترتيب المحتوى وتصميمه، فإن عملية التصميم ماهي إلا عملية الابتكار التشكيلي، وبناء فني، أو بناء أشياء جميلة بطريقة مرضية من الناحية الوظيفية والنفسية، ويمكن القول أيضا أن عملية التصميم هي العملية التي يتم من خلالها التخطيط والبناء الأساسي للموقع وتنظيمه.

وتعتبر مقروئية واحدة من أهم العوامل التي تدعم قابلية استخدام المواقع، فإن المحتوى النصي اذا لم يكن مكتوب ومنسق بطريقة تدعم قراءته فإنه سيؤثر على المتصفحين، فالنص المكتوب بلغة أو تنسيق رديء سيفر المتصفحين من قراءته وبالتالي سيفقد الموقع الهدف الذي أنشئ من أجله، حيث أن مقروئية النص تهدف إلى توفير وسائل ومفاهيم لتحسين عرض القراءة وفهم النصوص على الويب. ومنه نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير التصميم في مقروئية المواقع الإلكترونية الإخبارية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة

المسيلة؟

- التساؤلات:

- كيف يؤثر التصميم في مقروئية المواقع الإلكترونية؟
- ما مدى اعتماد طلبة الاعلام والاتصال على المواقع الإلكترونية الإخبارية؟
- ما هو الدور الذي يضفيه التصميم للمواقع الإلكترونية الإخبارية؟

أسباب اختيار البحث:

يمكن القول أن لكل باحث في أي مجال أو تخصص أسباب تحفزه على دراسة موضوع ما، وقد تكون هذه الأسباب ذاتية كرهته في تجسيد فكرة ما، وأسباب أخرى قد تكون بمثابة دوافع ولهذا يختفي وراء اختيارنا لهذا الموضوع عدة أسباب منها:

أ) الأسباب الذاتية:

- الفضول والميل إلى معرفة الكثير عن هذا الموضوع والتعمق فيه .
- الرغبة في تقديم دراسة حول تصميم المواقع الإلكترونية لمعرفة دورها في جذب الطلبة.
- تزويد مكتبة علوم الاعلام والاتصال بهذا البحث المصغر.

ب) الأسباب الموضوعية:

- _التعمق في دراسة الموضوع من خلال التركيز على أهمية ودور التصميم في مقروئية المواقع الإلكترونية الإخبارية.
- قابلية الموضوع للدراسة والبحث.
- ارتباط الموضوع بالتخصص.

أهداف الدراسة:

- معرفة دوافع واهتمامات طلبة علوم الاعلام والاتصال لمتابعة مواضيع تصميم المواقع الإلكترونية الإخبارية كما تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير تصميم المواقع الإلكترونية الإخبارية في مقروئيتها.
- ابراز أهمية ودور التصميم في جذب أكبر عدد من القراء للموقع الإلكتروني.

أهمية الدراسة:

- إن أهمية البحث تنبع من أهمية الموضوع المعالج، فبعد أن أصبحت الأنترنت ملجأ للباحثين عن المعلومات وباختلاف تخصصاتهم بحيث يمكن الاعتماد على المعلومات المنشورة في المواقع الإلكترونية.
- حيث تتناول هذه الدراسة موضوعا هاما يعالج دور تصميم المواقع الإلكترونية الإخبارية في مقروئيتها، حيث يعتبر التصميم واحدا من أهم المعايير والأسس التي تعمل على جذب القارئ للمحتوى وذلك عن طريق لفت انتباهه والتأثير عليه.

منهج الدراسة:

- يعد اختيار الباحث للمنهج المناسب لدراسة موضوع بحثه، خطوة أساسية وضرورية يلجأ إليها لتحديد أساليب وأدوات البحث وجمع المعلومات، والطريقة المثلى التي يتعامل بها موضوع الدراسة بالوصف والتحليل للوصول إلى نتائج مضبوطة.

- فالمنهج الذي اعتمدنا عليه هو المنهج المسحي والمنهج الوصفي كوننا انطلقنا من أفكار وتساؤلات نحاول تطبيقها أو أن نجرها في الميدان ومن خلال النتائج التي سنصل إليها وسنجيب عن هذه التساؤلات. كما أن هذه المناهج

مناسبة لدراسة الظواهر الموجودة في الوقت الراهن حيث يمكن فيها الاعتماد على الاستمارة من أجل جمع البيانات وذلك من خلال آراء ومواقف العينة المدروسة.

المنهج المسحي:

أي منهج التحقيق العلمي La Méthode D'enquête يعرف المنهج المسحي في اللغة الفرنسية

الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين، من خلال الشواهد والتجارب والوثائق المكونة لوضعه الطبيعي لجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود. كما يعرفه أحمد بدر: "أحد المناهج الأساسية في البحوث الميدانية للحصول على الحقائق والمعلومات، فهو يدرس المتغيرات في وضعها الطبيعي كما هي في الواقع دون التدخل من الباحث".

ولقد اعتمدنا هذا المنهج لأنه يشمل جمع البيانات والمتغيرات لعدد كبير من الأفراد، ويطبق هذا الأسلوب في العديد من الدراسات وذلك بهدف وصف الوضع القائم والتفصيل في الظاهرة موضوع الدراسة.

المنهج الوصفي:

يرتكز هذا المنهج على وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطوير يشمل فترات زمنية عدة.

يهدف هذا المنهج إما إلى رصد ظاهرة أو موضوع محدد بهدف فهم مضمونها أو مضمونه، أو قد يكون هدفه الأساسي تقويم وضع معين لأغراض عملية، وبشكل عام يمكن تعريف بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.

في حين يرى آخرون بأن المنهج الوصفي عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها. (محمد عبيدات وآخرون، 1999، ص46).

أدوات جمع البيانات:

إن دقة أي بحث علمي تتوقف إلى حد كبير على اختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى مع طبيعة الموضوع وإمكانية الباحث، للحصول على البيانات والمعطيات التي تخدم أهداف الدراسة. والبيانات هي مجموعة المعلومات التي يتم الحصول عليها باستخدام أدوات البحث العلمي، كالاستبيان والملاحظة والمقابلة لخدمة أغراض البحث.

الاستبيان:

يعرف الاستبيان بأنه "مجموعة من الأسئلة المرتبطة حول موضوع معين"، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعومة بحقائق. والاستبيان قد يرسل بطريق البريد للأفراد المعنيين، وقد يحمله الباحث بنفسه إلى الأشخاص. والأسلوب المثالي هو أن يملأ الاستبيان بحضور الباحث ويسجل بنفسه الأجوبة والملاحظات التي تثري البحث فيما بعد لأن المجيب يتوسع في بعض الأحيان في إجابته ويفيد الباحث. (عمار بوحوش. محمد الذنبيات، 2007، ص68).

مجتمع البحث والعينة:

العينة العشوائية البسيطة: يمثل أسلوب المعاينة المسمى بالمعاينة العشوائية البسيطة أهم الأسس التي يبنى عليها الإحصاء الاستقرائي كما تسحب العينة في هذا النوع من الأساليب بطريقة عشوائية محضة، بحيث يكون لكل وحدة اختيار في المجتمع نفس احتمال الانتماء إلى العينة الممكن تشكيلها من هذا المجتمع نفس احتمال السحب. يستعمل أسلوب المعاينة العشوائية البسيطة في الحالات التي تكون فيها وحدات المجتمع قيد الدراسة متجانسة فيما بينها ونقصد بكلمة تجانس اقتراب صفات وخصائص وحدات الاختيار من حيث التشابه والتماثل. (موسى نبيل، 2011، ص13).

وحدة من وحدات المجتمع N وحدة من بين n المعاينة العشوائية البسيطة هي طريقة اختيار عينة مكونة من محل الدراسة بحيث يكون لكل عينة من العينات الممكن اختيارها فرصة متساوية في الظهور أي أن احتمال سحب أية وحدة يكون متساويا عند كل وحدة من وحدات العينة. (عبدي عزيز، 2013، ص13).

تحديد المفاهيم:

إن دراستنا تركز على مفاهيم أساسية هي:

معنى التصميم في معجم المعاني الجامع:

1-تصميم، (الجمع) تصميمات وتصاميم، مصدر صمّم، صمّم على، صمّم في (الثقافة والفنون)

رسم تخطيطي لعمل طباعي يمثل العمل تمثيلا دقيقا بكامل شكله ومظهره وضع تصميمًا لموضوعه تخطيطا لعناصره وأجزائه.

التعريف الاجرائي:

العملية التي يتم من خلالها تخطيط الموقع الإلكتروني وبنيته الأساسية وعرض المواد التبيوغرافية وتنظيمها بطريقة مريحة وجذابة، مع سهولة الوصول للمعلومات من طرف المتصفحين.

المقروئية:

لغة: هي كلمة مشتقة من القراءة وفهم المقروء عمليتان مرتبطتان تساعدان المتعلم على فهم ما يقرأ لأن القراءة من أهم المهارات التي يمكن أن يمتلكها الفرد باعتبارها من أهم وسائل التفاهم والاتصال. (يعلاوي
ابتسام، 2007، ص 25)

اصطلاحاً: المقروئية مصطلح يشير إلى مدى استيعاب المستقبل للرسالة، ويقاس عادة بواسطة حساب متوسط عدد الكلمات في الجملة، وعدد الجمل البسيطة وعدد المقاطع في الكلمات، والرسالة ذات مقروئية تكون
جملاً في العادة قصيرة وبسيطة. (خضير شعبان، 1422هـ، ص 545)

التعريف الاجرائي: هي مدى سهولة قراءة وفهم نص ما، وهناك عدة عوامل تستخدم لقياس المقروئية مثل سرعة الادراك وقابلية الادراك.

المواقع الإلكترونية:

يعرف الموقع الإلكتروني بأنه مجموعة من الصفحات المرتبطة تستضيفها حاسبة من نوع خادم تسمى (ملقم) وتحتوي معظم مواقع الويب على صفحة رئيسية كنقطة بداية تتصل الصفحة الرئيسية بصفحات أخرى باستخدام روابط تشعبية وبنية تنقل.

ويعرف الموقع الإلكتروني بأنه مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما، بحيث يكون

الوصول إليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد محدد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الأنترنت. (محمد

مصطفى سعد، 2010، ص38)

التعريف الاجرائي:

عبارة عن مجموعة من صفحات الويب المرتبطة والمتاحة للعام، ويمكن صيانتها من قبل فرد أو مجموعة أو مؤسسة

لخدمة مجموعة من الأغراض، كالمواقع التعليمية، والمواقع الإخبارية، ومواقع التجارة الإلكترونية.

الدراسات السابقة:

إن البحوث السابقة هي مصادر إلهام لا غنى عنها بالنسبة إلى الباحث أو الباحثة بالفعل، فإن كل بحث ما هو

إلا امتداد للبحوث التي سبقته ومن خلال اطلاعنا على الدراسات السابقة التي لازالت قليلة في مجال التصميم.

الدراسة الأولى:

جاءت الرسالة من اعداد الطالبين هارون مصباحي، وسفيان حمزة تحت عنوان "الإخراج الصحفي في الصحافة

المكتوبة وتأثيره على المقروئية دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة تبسة" لنيل شهادة ماستر دفعة 2017

وتتضمن محاور الإشكالية كما يلي: ما تأثير الإخراج الصحفي على مقروئية الصحف لدى طلبة جامعة

تبسة؟

تحت هذه الإشكالية تأتي تساؤلات فرعية:

- ما دوافع واهتمامات طلبة جامعة تبسة؟

- ما مدى تأثير أسس الإخراج الصحفي على مقروئية الصحف؟

- ماهي أكثر العوامل تأثيرا على مقروئية الصحف لدى جمهور طلبة جامعة تبسة؟

جاءت أهداف الدراسة كما يلي:

- معرفة دوافع واهتمامات جمهور طلبة جامعة تبسة لمتابعة مواضيع الصحافة المكتوبة الجزائرية.

- معرفة مدى تأثير الإخراج الصحفي على مقروئية الصحف لدى جمهور طلبة جامعة تبسة.

- معرفة أكثر عوامل الإخراج الصحفي تأثيرا على مقروئية الصحف لدى جمهور طلبة جامعة تبسة.

وقد اعتمد الباحثين على المنهج الوصفي الذي يرتبط بالأحداث والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول

إلى استنتاجات مفيدة إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكمالها.

أما بالنسبة للعينة المستخدمة في الدراسة هي العينة الطبقية المتساوية التي تلجأ لدراسة مجتمع احصائي حيث

كانت الطبقات متمثلة في مستويات الدراسة (سنة أولى وثانية ماستر).

وكتيجة نهائية توصل الباحثين أن الإخراج الصحفي يحقق التوازن والتميز للصحيفة، وتأثيرا فعالا للمادة

المطبوعة وأن علاقة الإخراج الصحفي بمقروئية الصحف هي علاقة تآثر وتأثير أو بالأحرى علاقة تبادلية بين

المخرج والقارئ، بواسطة الصحيفة مضمونا وشكلا، نظرا لمساهمتها في تشكيل شخصية القارئ.

الدراسة الثانية:

الإخراج الصحفي في الصحافة المكتوبة دراسة ميدانية بجريدة الجزائر صحافة "وهران" نموذجاً، قسم علوم

الإعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، لنيل شهادة الماستر 2013/2012.

وتضمنت محاور الإشكالية كما يلي: كيف تتم عملية الإخراج في جريدة "الجزائر صحافة"؟

وتدرج تحت هذه الإشكالية تساؤلات فرعية:

- ماهي العوامل المتحكمة في أسلوب إخراج الصحيفة؟

- هل تعطي الصفحة الأولى إخراجاً نفس أهمية الصفحات الداخلية؟

- هل لطريقة توظيف العناصر الطباعية في الصفحة الأولى أثر على المضمون؟

- ماذا أضافت التكنولوجيا الحديثة لإخراج الصحيفة المكتوبة؟

تمثلت أهداف الدراسة:

- التعرف على الإخراج الصحفي في الصحافة المكتوبة بجميع مراحلها وبالخصوص عملية إخراج الصفحة

الأولى، والكشف عن مدى مساهمة التكنولوجيا الحديثة في تطوير وتحسين مظهر الصحيفة.

- توضيح دور العناصر الطباعية والجرافيكية وغيرها في التعبير عن المضمون الصحفي.

- توضيح العوامل المحكمة في عملية الإخراج الصحفي والأسس والمعايير الإخراجية للعملية المتبعة.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي الذي يقوم بالتعرف على الظاهرة أو الحدث من

حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.

كما تم استخدام العينة القصدية عن طريق المسح الشامل لكل الصحفيين العاملين بجريدة "الجزائر صحافة".

وفي الأخير توصلت الباحثة أن الإخراج الصحفي هو الوسيلة والطريقة التي تعرض بها الرسائل الإعلامية

عرضاً يحقق الجمال والمتعة والوظيفة في آن واحد.

الدراسة الثالثة:

جاءت الرسالة من اعداد الطالبة لوكار مليكة، تحت عنوان تأثير الإخراج في الصحافة المكتوبة على الجمهور

القارئ _ جمهور جريدة الشروق نموذجا _ لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال

وصحافة مكتوبة، 2014/2013، وتتضمن محاور الإشكالية كما يلي:

ما مدى تأثير الإخراج الصحفي على جمهور جريدة الشروق ؟

وتحت هذه الإشكالية تساؤلات فرعية:

- ما المقصود بالإخراج الصحفي؟

- ماهي المبادئ والقيم التي يبنى عليها الإخراج الصحفي في جريدة الشروق؟

- ماهي العوامل والاتجاهات التي يتضمنها الإخراج الصحفي في جريدة الشروق؟

- ما الهدف من الإخراج الصحفي؟

- هل يؤثر الإخراج الصحفي في جريدة الشروق على جمهورها؟

كما جاءت أهداف الدراسة كما يلي:

إن عملية الإخراج تهدف إلى:

- إسهامات الصحف اليومية في توعية الأشخاص (الفئات) المعنية، بعدها وسيلة اتصال مهمة في تنمية

المجتمع المحلي من خلال التغطيات والمواضيع التي تنشرها.

- تبيان إذا ما كانت حقيقة وجود أغلبية كبيرة من الجمهور تأثر على طريقة ونوعية تغطية الصحف

الناطقة بالعربية للقضايا المحلية في الجزائر.

-التعرف على الجوانب التنموية التي تحضي بتغطيات مناسبة وتلك التي لا تنال تغطية كافية وتحتاج إلى المزيد من الانتباه من قبل الصحف.

-معرفة تأثير العناصر التيبوغرافية في العملية الإخراجية.

-تفسير العملية الإخراجية التي تساهم في إبراز الصورة الجمالية للصحيفة.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي حيث توصلت لاستنتاجات التي تستهدف توجيه المستقبل ووصف الأحداث والوقائع والقيم والأهداف، كما تم استخدام المسح بالعينة الذي يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على البيانات والمعلومات. كما تم جمع البيانات من خلال الاستبيان لجمع البيانات المتعلقة بالبحث والتوصل لحقائق جديدة حول الموضوع.

التعليق عن الدراسات السابقة:

من خلال اطلاعنا على الدراسات السابقة حول الإخراج الصحفي فالدراسة الأولى كانت لمعرفة جمهور الطلبة في متابعته لمواضيع الصحافة المكتوبة الجزائرية ومدى تأثيرهم بالعملية الإخراجية أما الدراسة الثانية قامت بتعريف الإخراج الصحفي بجميع مراحلها والتركيز على إخراج الصفحات الأولى وتوضيح دور العناصر الطباعة في التعبير عن المحتوى الصحفي وتأثير التكنولوجيا في تبيان مظهر الصحيفة، أما الدراسة الثالثة التي تعتبر مهمة جدا وذلك لعلاقتها الوطيدة بموضوع دراستنا، حيث استفدنا من منهج الدراسة والجانب التطبيقي.

حيث تم الاعتماد على الدراسات السابقة والاستفادة منهما حيث أن الإخراج الصحفي هو الواجهة

الشكلية والفنية للصحيفة ويحقق لها فعالية كبيرة وتأثيرا بصريا فعالا.

نظرية الدراسة:

يأخذ منظور الاستخدامات والإشباع وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام ويبحث في كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام والإشباع التي يحققونها من استخدامها لتلك الوسائل، حيث تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام وتقوم نظرية الاستخدام والإشباع على الفروض التالية:

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات.

- الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام. (المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، 2019، ص41).

- إن محور اهتمام نظرية الاستخدامات والإشباع يتعلق بالفروق الفردية بين الجمهور وتأثيرها على استخداماتهم لوسائل الإعلام من أجل تحقيق إشباع معينة تختلف من شخص لآخر. (محمد بن سعود البشر، 2014، ص131).

مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع:

انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.

أصول ونشأة هذه النظرية: يرجع الاهتمام بالإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام إلى بداية بحوث الاتصال الجماهيري بالرغم من أن هذه البحوث اهتمت في الأصل بدراسة التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام، ومن

المنظور التاريخي نجد أن بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت مسميات أخرى منذ بداية الأربعينيات، انطلقت من توقعات الجمهور وتطلعاته واستخداماته.

العناصر الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباع:

1- جمور نشط.

2- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.

3- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.

4- التوقعات من وسائل الإعلام.

5- إشباع وسائل الإعلام. (عبد الرحمان المشاقبة، 2010، ص 84).

فهي نظرية تقوم أساساً على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر حيث أنها تعتبر المتلقي إيجابياً ونشطاً في سلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام. (محمد عبد الحميد، 2004، ص 282).

كما يقول Mcquail بأن نظرية الاستخدامات والإشباع تساعدنا على وصف الأنشطة الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام من حيث علاقتها بالعمليات الاجتماعية والبناء الاجتماعي. (عبد النبي عبد الله الطيب، 2014، ص 150).

كما تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع لتحقيق مجموعة من الأهداف من بينها:

- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر للجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وتلبي رغباته.

-توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام. (مصطفى يوسف كافي، 2015، ص215).

منطلقات النظرية:

انطلقت هذه النظرية من أبحاث روادها الأوائل وعلى رأسهم "أرنهايم" الذي حاول الكشف عن الوظائف النفسية التي تؤديها المسلسلات لربات البيوت، وكذلك إسهامات "بيرلسون" الذي استغل إضراب الصحافة للتأكد من الدوافع التي تجعل القراء يفتقدون يومياتهم المعتادة، وقد انتشر هذا التوجه الوظيفي في السبعينيات من القرن الماضي حيث كشف الباحثون عم مجهوداتهم حول دراسة رضا الجمهور محاولين وضع معاملات الارتباط بين طلبات ودوافع الجمهور الاستعلام، تأكيد الهوية، الاندماج، التسلية، وتجاربه ومحيطه الاجتماعي، وبدون استعمالات لوسائل الاتصال. (عبد الرحمان المشاقبة، 2015، ص176).

ظهور مدخل الاستخدامات والإشباعات كانت النظريات المبكرة التي ظهرت قبل عقد الأربعينيات من القرن العشرين مثل نظرية القذيفة السحرية أو الآثار الموحدة، تنظر إلى الجماهير بشكل سلبي وليس بينها وبين وسائل الإعلام علاقة سوى أنها تنتظر في سلبية لكي تنقل لهذه الجماهير معلومات سواء كانت بحاجة لها أم لا.

لكن هذا التباين بين الجماهير ووسائل الإعلام أدى بكثير من الباحثين إلى إدراك مواقف الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، وصار ينظر إلى العلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام تمثلت في التحول من رؤية الجماهير على أنها فعالة وقادرة على اختيار المضمون والرسائل التي تتناسب معها من وسائل الإعلام. (ملفين ديفلير. سندرا بول روكتش، 1999، ص241).

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

يرى الدكتور " مجد هاشم الهاشمي " أن هذه النظرية ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة، قد تكون الحصول على معلومات الترفيه، التفاعل الاجتماعي، أو حتى تحديد الهوية. إذ تفترض هذه النظرية أن دور وسائل الإعلام لا يعدو تلبية إشباع حاجات كامنة أو معلنة لدى أفراد الجمهور، وبناء على هذا الافتراض فإن الشخص الميال لقضايا الحب والمغامرات العاطفية لن يتمتع عرض التلفزيون لبرامج تتعرض لهذه القضايا من البحث عنها في مصادر أخرى.

- يقوم مدخل الاستخدامات والإشباع على أسس وظيفية تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف، لذا فكل الانتقادات الخاصة بالمدخل الوظيفي تنطبق عليه.

- يصور المدخل جمهور وسائل الإعلام على أنه جمهور نشط وفعال وعنيد، ولا تزال هناك شكوك كثيرة حول افتراضات الجمهور النشط، كما أن هذه الفكرة ذاتها لا تتفق إلى حد بعيد مع نموذج المواصفات الفعلية للمجتمع الجماهيري.

- لا يوضح المدخل عما إذا كانت الحاجات متغيرا تابعا أو وسيطا أم مستقلا، وهل تلك الحاجات هي التي تؤدي لاستخدامات الوسيلة أم أن الاستخدامات تحدث إشباعا لهذه الحاجات.

- يقدم المدخل للتصورات الذهنية الذاتية كالدافع والحاجة والإشباع.

- يخدم المدخل منتجي المضامين الرديئة ويزعم هؤلاء أنها ليست إلا انعكاسا للرغبات الفعلية للجمهور. (لامية، صابر، 2010، ص 53).

وفي ضوء هذه النظرية تم تحديد مشكلة البحث في التعرف على استخدامات طلبة علوم الإعلام والاتصال للمواقع الإلكترونية والإشباع المحققة له من هذا الاستخدام فالجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام عامة والمواقع الإلكترونية خاصة لتلبية حاجاته وإشباع رغباته.

الإطار التطبيقي

الجانب التطبيقي:

بعد ما تم التطرق فيما سبق عن تصميم المواقع الالكترونية الإخبارية وتأثيره على المقروئية وذلك حسب ما توفر لدينا من مادة علمية، وسنحاول دراسة تأثير التصميم في زيادة المقروئية لدى جمهور طلبة جامعة المسيلة وأهميته في جذب انتباه المتصفحين.

التحليل الكمي والكيفي:

البيانات الشخصية:

جدول رقم(1): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
32.5 %	13	ذكر
67.5 %	27	أنثى
100 %	40	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة 67.5% من مفردات العينة تتمثل في الاناث، أي ما يعادل 27 مبحوث كما نلاحظ أن نسبة 32.5% من مفردات العينة تمثل الذكور أي ما يعادل 13 مبحوث من مجموع العينة التي تمثل نسبة 100% ما يعادل 40 فرد مستجوب.

ويرجع عدم تساوي النسب بين العنصرين الذكري والأنثوي إلى طريقة انتقاء وحدات العينة لكل من صودف تتوفر فيه الشروط (أن يكون طالب إعلام واتصال بجامعة المسيلة) ولهذا نجد أن الاناث أكثر تعرضا لتصفح

المواقع الالكترونية الإخبارية وهو الجنس الغالب إضافة إلى طبيعة تخصص اعلام واتصال يميل إليه أكثر جانب الاناث.

جدول رقم(2): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية المستوجبة.

النسبة المئوية	التكرار	السن
50%	20	22_18
30%	12	25_23
20%	8	25 فما فوق
100%	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 50% من مفردات العينة تتمثل في الفئة العمرية 22_18 أي ما يعادل 20 مفردة، كما نلاحظ أن نسبة 30% من مفردات العينة تتمثل في الفئة 25_23 أي ما يعادل 12 مفردة، ونسبة 20% من مفردات العينة تتمثل في فئة 25 فما فوق أي ما يعادل 8 مفردات.

وبالتالي المرحلة العمرية الأولى 22_18 هي أكبر نسبة في الفئات العمرية وهذا ما يؤكد على أن المواقع الالكترونية أكثر تصفحا من قبل الفئات الشابة الأقل من 25 سنة.

جدول رقم(3): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
70%	28	ليسانس

27.5%	11	ماستر
2.5%	1	دكتوراه
100%	40	المجموع

يبرز هذا الجدول الكيفية التي تتوزع وفقها وحدات العينة بما يتناسب مع المستوى نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 70% من مفردات العينة تتمثل في مستوى الليسانس أي ما يعادل 28 مفردة، كما نلاحظ أن نسبة 27.5% تتمثل في مستوى الماستر ما يعادل 11 مفردة، ونسبة 2.5% تتمثل في مستوى الدكتوراه بمفردة واحدة.

ويمكن ارجاع الاختلاف الكبير بين نسبة المتصفحين إلى الاهتمام بقضايا وأخبار تهمهم كطلبة جامعيين وأيضا محتوى المواقع المتنوع.

المحور الأول: عادات التصفح.

جدول رقم (4): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب تصفحهم للمواقع الالكترونية.

النسبة المئوية	التكرار	تصفح المواقع الالكترونية
95%	38	نعم
5%	2	لا
100%	40	المجموع

يبين الجدول رقم (4) نسبة المتصفحين للمواقع الالكترونية حيث أن نسبة 95% من العينة تتصفح المواقع وذلك ما يعادل 38 مفردة، مقابل 5% الذين لا يتابعون المواقع الالكترونية مقابل 2 مفردة.

وتعتبر نسبة الأغلبية متناسقة بحيث أصبحت المواقع الالكترونية تنقل الأحداث والوقائع بشكل أسرع وتعمل على جذب أكبر عدد من المتصفحين وجعلهم مشاركين في العملية الاتصالية.

جدول رقم(5): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب أوقات تصفحهم.

النسبة المئوية	التكرار	وقت التصفح
5%	2	صباحا
12.5%	5	مساء
82.5%	33	ليس هناك وقت محدد
100%	40	المجموع

نلاحظ في الجدول رقم (5) أوقات تصفح أفراد العينة للمواقع الإخبارية حيث نلاحظ أن 82.5% ليس لديهم وقت محدد، وتليها الفترة المسائية بنسبة 12.5% أي ما يعادل 5 مفردة، أما بالنسبة للفترة الصباحية فاحتلت المرحلة الأخيرة بنسبة 5% أي ما يعادل 2 مفردة.

ويمكن ارجاع هذا الاختلاف في النسب إلى أن الجمهور المتصفح أغلبيته ليس له وقت محدد بالضبط وذلك يعود لأن الموقع متاح كل الوقت وفي أي مكان ودائم النشر لكل جديد.

جدول رقم (6): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب أماكن التصفح.

النسبة المئوية	التكرار	مكان التصفح
87.5%	35	البيت
12.5%	5	الجامعة
100%	40	المجموع

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يتصفحون المواقع الالكترونية في البيت بنسبة 87.5% أي ما يعادل 35 مفردة، أما بالنسبة للمتصفحين في الجامعة فحددت بـ 5 مفردة وبنسبة 12.5%.

حيث نلاحظ أن أفراد العينة يفضلون التصفح في البيت مع توفر راحة أكثر مما يسهل لهم عملية التصفح والتركيز في الأحداث وذلك راجع لانشغالهم بالدراسة في الجامعة وعدم وجود وقت للتصفح.

جدول رقم (7): خاص بتوزيع العينة حسب الفترة الزمنية لتصفح المواقع الالكترونية الإخبارية.

النسبة المئوية	التكرار	الفترة الزمنية للتصفح
60%	24	أقل من ساعة
22.5%	7	من ساعة إلى 3
17.5%	9	من 3 ساعات فما فوق
100%	40	المجموع

يبين لنا الجدول أعلاه الفترة الزمنية المخصصة لتصفح المواقع الالكترونية، حيث يظهر لنا أن 60% من أفراد العينة يتصفحون المواقع في فترة أقل من ساعة، أما 22.5% منهم يستغرق من ساعة إلى 3 ساعات فما فوق أي ما يعادل 9 مفردة، و17.5% وهي النسبة من 3 ساعات فما فوق أي ما يعادل 7 مفردة. ويظهر لنا أن المتصفحين لا يستغرقون وقت أطول حيث لا تتعدى الساعة، فانهم يقتصرون على العناوين الرئيسية والمهمة بالنسبة لهم دون التطرق للمواضيع التي تأخذ من وقتهم.

جدول رقم(8): خاص بتوزيع أفراد العينة بمدى استفادتهم من المواقع الالكترونية.

النسبة المئوية	التكرار	استفادة أفراد العينة من المواقع
40%	16	أستفيد
0%	0	لا أستفيد
60%	24	أحيانا
100%	40	المجموع

يوضح الجدول أعلاه مدى استفادة أفراد العينة من المواقع الالكترونية، حيث أن نسبة 60% أحيانا تستفيد من هذه المواقع أي ما يعادل 24 مفردة، وأما 40% من أفراد العينة يستفيدون من المواقع. ذلك راجع للمواقع الالكترونية بحيث أنها تتيح معلومات ومواضيع وأخبار جديدة تجعل من الأفراد يستفيدون منها بأي شكل.

جدول رقم(9): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم لأنواع الأخبار.

النسبة المئوية	التكرار	نوع الأخبار المفضلة
12.5%	5	سياسية
22.5%	9	اجتماعية
65%	26	ثقافية
100%	100%	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يمكن القول أن أفراد العينة يتعرضون لأنواع مختلفة، حيث أن نسبة 65% يفضلون الأخبار الثقافية أي ما يعادل 26 مفردة، وبعدها تأتي الأخبار الاجتماعية بنسبة 22.5% أي ما يعادل 9 مفردة، وفي الأخير الأخبار السياسية بنسبة 12.5%.

إن أغلبية الجمهور المتصفح يولي اهتماما للجانب الثقافي والاجتماعي على غرار المواضيع الأخرى، فالمواضيع الثقافية تخلق جو حيوي للشباب، وتلبي احتياجاتهم بطابعها المتميز حيث لا يشعرون بالملل.

جدول رقم (10): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب تلبية المواقع لرغبتهم.

النسبة المئوية	التكرار	هل تلي المواقع رغبتك؟
27.5%	11	نعم
0%	0	لا
77.5%	31	أحيانا
100%	40	المجموع

نلاحظ في الجدول رقم (10) أن أفراد العينة أحيانا ما تلي المواقع رغبتهم وذلك بنسبة 77.5% أي ما يعادل 31 مفردة. والنسبة 27.5% تلي رغبتها وذلك ما يعادل 11 مفردة.

تعمل المواقع الالكترونية الإخبارية على تلبية رغبة وحاجات المتصفحين وجذب انتباههم بأي شكل وذلك للزيادة في مقروئيتها وكسب جمهور متصفح وفي.

جدول رقم(11): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب دور التصميم في جذب المتصفحين.

هل التصميم له دور في جذب المتصفحين	التكرار	النسبة المئوية
نعم	31	77.5%
لا	9	22.5%
المجموع	40	100%

يبين الجدول أعلاه أن التصميم له دور في جذب المتصفحين حسب أفراد العينة وذلك بنسبة 77.5% أي ما يعادل 31 مفردة، بينما 22.5% لا يعتبرون أن التصميم له دور في جذب المتصفحين.

ويمكن القول من خلال النسب أن التصميم له جانب جمالي يجذب المتصفحين وذلك من خلال التناسق في الألوان والخطوط والأشكال.

جدول رقم(12): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب كيفية تصفحهم للأخبار.

كيف تقوم بتصفح الأخبار؟	التكرار	النسبة المئوية
تكتفي بقراءة العناوين	19	47,5%
تقرأ المقدمة	13	32.5%

تقرأ جل الأخبار	8	20%
المجموع	40	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر عدد من أفراد العينة يكتفي بقراءة العناوين وذلك بنسبة 47.5%، أما الفئة المتمثلة في قراءة المقدمة نسبتها 32.5%، والبقية تقرأ جل الأخبار بنسبة 20%.

ويمكن تفسير ذلك بأن أغلب المتصفحين يبحثون عن المهم في المواضيع والاهتمام بالأخبار الي تشكل أهمية بالنسبة لهم ويميلون إلى الاختصار والسرعة التي تقتضي في أن تكون الأخبار قصيرة تتفادى الاسهاب.

المحور الثاني: العناصر التيبوغرافية في المواقع الإلكترونية.

جدول رقم (13): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب اهتمامهم بشكل وتصميم المواقع الالكترونية.

هل يهتمك شكل وتصميم المواقع؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	29	72.5%
لا	11	27.5%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول رقم(13) أن أغلبية أفراد العينة يهتمون بشكل وتصميم المواقع الالكترونية وذلك بنسبة 72.5%، أي ما يعادل 29 مفردة، أما البقية الذين لا يهتمون بالشكل بنسبة 27.5% أي ما يعادل 11 مفردة.

يمكن تفسير ذلك أن التصميم له لمسة جمالية متناسقة بدقة واتقان، ويلعب الشكل دورا بارزا في جذب المتصفح وجعله يهتم به.

جدول رقم(14): خاص بوضوح القراءة واستمرارية التصفح.

هل استمراك لتصفح الموقع مرتبط بوضوح القراءة؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	85%
لا	6	15%
المجموع	40	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة هي 85% من أفراد العينة التي تتأثر بوضوح القراءة وذلك ما يعادل 34 مفردة، أما بالنسبة لـ 15% فهي لا تتأثر بالوضوح.

يمكن القول أن الوضوح عامل أساسي وله علاقة تربطه بدرجة استمرارية التصفح، وسهولة الانتقال من سطر لآخر، لذلك فهي علاقة طردية حيث كلما اتضحت القراءة كلما زاد المتصفح في متابعة القراءة والعكس صحيح.

جدول رقم(15): مرتبط بمصداقية الخبر من حيث الصورة.

هل الصورة تزيد من مصداقية الخبر؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	90%
لا	4	10%
المجموع	40	100%

تبين من خلال الجدول أن أفراد العينة يثقون أكثر في الصورة وذلك بنسبة 90% أي ما يعادل 36 مفردة، أما 10% لا يعتبرون أن الصورة تزيد من مصداقية الخبر.

تعتبر المصداقية من أهم الركائز الأساسية التي يثق بها الجمهور لتكون مرجعا لأي خبر، فتزويد الخبر بالصور ينقل الواقع ويثبت أن الخبر موثوق حيث يكتسب الموقع مصداقية لزيادة المقروئية.

جدول رقم(16): خاص بالعناصر الاخراجية التي تشد انتباه المتصفح.

النسبة المئوية	التكرار	ماهي العناصر الاخراجية التي تشد انتباهك؟
57.5%	23	العناوين
32.5%	13	الصور
10%	4	الألوان
100%	40	المجموع

يتضح من نتائج الجدول أن نسبة 57.5% من أفراد العينة تجذبهم العناوين أكثر في المواقع، حيث أن العناوين كلمات سهلة مختصرة تحمل المعلومة الأولى وتحدد نوعية المواضيع وتجذب القراء، ثم تليها نسبة 32.5% للذين تجذبهم الصور بما أنها تأخذ مكانا أكبر لذلك تجلب عين المتصفح لها، أما نسبة 10% للألوان فان تأثيرها على المتصفح محدود.

جدول رقم(17): خاص بمساهمة الخطوط في تسهيل عملية القراءة.

النسبة المئوية	التكرار	كيف تساهم الخطوط في القراءة؟
62.5%	25	سهولة الانتقال
27.5%	11	وضوح العناصر المهمة
10%	4	نوع الخط وحجمه
100%	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 62.5% تأخذها إجابة سهولة الانتقال أي ما يعادل 25 مفردة، أما نسبة 27.5% تأخذها إجابة وضوح العناصر المهمة أي ما يعادل 11 مفردة، ثم تليها نسبة 10% للإجابة نوع الخط وحجمه.

يبين الجدول من خلال النسب أن سهولة الانتقال من سطر إلى سطر، ومن فقرة إلى أخرى واتساع الجمل يساهم في عملية القراءة بشكل أفضل إضافة إلى نوع الخط والحجم المناسب مع مراعاة التناسق والتنظيم حتى يستطيع المتصفح القراءة بيسر ووضوح.

جدول رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب جودة التصميم من حيث الإخراج.

النسبة المئوية	التكرار	جودة التصميم من حيث الإخراج
65%	26	جيدة
35%	14	متوسطة
0%	0	سيئة
100%	40	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن النسبة الأكبر ترى جودة تصميم المواقع جيدة بنسبة 65% أي ما يعادل 26 مفردة، إلا أن هناك نسبة ترى جودته متوسطة بنسبة 35%.

ويمكن تفسير ذلك أن المواقع الالكترونية الإخبارية تتنافس فيما بينها من ناحية التصميم وذلك لجذب أكبر عدد ممكن من المتصفحين وتعمل تطوير الموقع في الشكل، كما أنها أحيانا تأخذ رأي المتصفحين وتتقبل انتقادهم.

المحور الثالث: دور العناصر التيبوغرافية في المقرئية.

جدول رقم(19): خاص بالجوانب التي يرغب المتصفح في تغييرها في المواقع

النسبة المئوية	التكرار	الجوانب التي يرغب المتصفح تغييرها؟
60%	24	الإعلانات
27.5%	11	الصور الكثيرة
12.5%	5	الألوان المثيرة
100%	40	المجموع

من خلال الجدول يتبين لنا أن 60% هي أكبر نسبة التي حازت عنها الإعلانات أي ما يعادل 24 مفردة، وتليها الصور الكثيرة بنسبة 27.5%، أما الألوان المثيرة بنسبة 12.5%.

يمكن تفسير ذلك إلى أن الإعلانات تجعل المتصفحين يتراجعون في عدد الزيارات للمواقع وذلك نتيجة الملل والانزعاج، حيث تشتت انتباه القارئ ما يؤثر سلبا على سمعة الموقع ونفور المتصفحين منه.

جدول رقم(20): خاص بسرعة القراءة من خلال تسلسل الفقرات واستمرارية النص.

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
%75	30	نعم
%25	10	لا
%100	40	المجموع

يمثل الجدول رقم(20) أن تسلسل الفقرات واستمرارية النص تسرع من عملية القراءة وذلك بنسبة %75 تؤيد الفكرة، أما %25 من أفراد العينة ترى عكس ذلك.

حيث أن التسلسل يعتبر عاملا مهما يساعد ويحفز القارئ على الاستمرار بسهولة متناهية، وأن استمرارية النص تجعله مترابطا حيث لا تضيق الفكرة من المتصفح وعدم استغراق الوقت فيها.

جدول(21): خاص بدور الصورة المرافقة للمضامين في المواقع الإخبارية.

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
%57.5	23	الارتباط بالموضوع
%42.5	17	شرح المعاني
%100	40	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن نسبة %57.5 تأخذها الإجابة: الارتباط بالموضوع التي تعبر عن الصورة المرافقة للمضمون، في حين نجد شرح المعاني نسبة غير بعيدة قدرت بـ %42.5، أي ما يعادل ذلك 17 مفردة. حيث

تشير هذه النتائج إلى أهمية الصورة، فهي لها الريادة في تقديم الخبر وشرح المعاني المساعدة والأماكن والامام بالمواضيع.

جدول رقم(22): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب ما تفضله من عناصر أثناء القراءة والتصفح.

النسبة المئوية	التكرار	ماهي العناصر التي تفضل ايجادها؟
10%	4	جداول
37.5%	15	فراغات بيضاء
52.5%	21	فواصل
100%	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الفواصل أكثر تفضيلا لدى أفراد العينة وذلك بنسبة 52.5%، وتليها الفراغات البيضاء بنسبة 37.5%، ثم الجداول بنسبة 10%.

وذلك راجع إلى أن المتصفح يجد راحة أكثر في استيعاب وفهم النص الذي يحتوي على الفواصل، كما أن المتصفح يجذب الفصل بين الفقرات بالفراغات البيضاء التي تمنح راحة للعين.

جدول رقم(23): خاص بتشتت المتصفح أثناء القراءة من كثرة الإعلانات

النسبة المئوية	التكرار	هل يتشتت انتباهك من كثرة الإعلانات؟
----------------	---------	--

87.5%	35	نعم
12.5%	5	لا
100%	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة تشتت انتباهها للإعلانات أثناء القراءة وذلك بنسبة 87.5% حيث أن الإعلانات تحقق أرباح للمواقع وكثرتها تعيق التركيز للمتصفح وتحويله إلى روابط أخرى لا يرغب بها، أما نسبة 12.5% ترى عكس ذلك.

جدول رقم (24): خاص بالعوامل المؤثرة على مقروئية المواقع الالكترونية الإخبارية.

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
25%	10	عوامل فيزيولوجية
22.5%	9	عوامل تتعلق بمقروئية النص
52.5%	21	عوامل تتعلق بالجمهور المتصفح
100%	40	المجموع

تظهر نتائج الجدول أن نسبة 52.5% من أفراد العينة يرون أن العوامل التي تتعلق بالجمهور المتصفح هي المؤثرة على المقروئية حيث أن هناك فروق بين الطلبة التي تعد عاملا مهما للإقبال على هذه المواقع، كذلك فروق السن والجنس ومكانة الطالب في المجتمع، فهي تتحكم في درجة اهتمامات وحاجيات كل طالب وميوله وعلاقته

في التأثير على تصفح المواقع، وتليها نسبة 25% الفئة التي ترى أن العوامل الفيزيولوجية تؤثر على المقروئية وذلك لأن تركيزها على عناصر الجذب والمسافات والكلمات والأسطر، والتنسيق والتوزيع على الموقع.

جدول رقم(25): خاص باتباع المصمم نسق تنظيمي محدد ومدى مساعدته في رفع مستوى المقروئية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
85%	34	نعم
15%	6	لا
100%	40	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن نسبة 85% توافق على أن المصمم إذا اتبع نسق تنظيمي معين سيساعد في رفع مستوى المقروئية وذلك حسب خبرة وتجربة المصمم واتباعه خطة محكمة تجعل الموقع مميز وجذاب لزيادة المقروئية وتسهيل عملية القراءة والولوج، أما نسبة 15% ترى عكس ذلك ويمكن أن نفسر ذلك ليس بالضرورة أن يكون نسق محدد يمكن اتباعه فالتصميم شكل فني يحفز على الابداع والفن.

نتائج الدراسة:

لقد كشفت الدراسة التي قمنا بها على مجموعة من النتائج والتي تدور حول التصميم الصحفي وتأثيره على مقروئية المواقع الالكترونية الاخبارية لدى الجمهور وبالضبط جمهور طلبة جامعة المسيلة تخصص علوم الاعلام والاتصال.

ومن خلال نتائج الدراسة الميدانية نجيب على التساؤلات ومنها الإشكالية ككل:

_من خلال البحث نستنتج أن أغلبية أفراد العينة يتصفحون المواقع الالكترونية الإخبارية وذلك نتيجة تعددها وتطور التكنولوجيات المستمر حيث أنها تمثل عنصرا مهما للحصول على الاخبار والأحداث الهامة في مجتمع المعلومات الرقمي، وتجد المواقع أعداد هائلة من المتصفحين الطلبة رغم اختلاف ثقافتهم وجنسهم وأذواقهم، وميولاتهم.

_نلاحظ من خلال النتائج أن وجهة رأي الطلبة نحو تصميم المواقع الالكترونية وعلاقتها بدرجة مقروئيتها لديهم، أن معظمهم أقروا على أن تصميم المواقع الالكترونية جيد من ناحية الإخراج يلفت الانتباه وأن له دور في جذب المتصفحين غير الطلبة.

_ يساهم التصميم في مقروئية المواقع الإلكترونية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال، وذلك الاهتمام بالطريقة التي يتم وفقها اخراج شكل الموقع النهائي ليتلاءم مع ما يريده جمهور الطلبة وعرضه في شكل يتسم بالجمالية والوضوح في الاستيعاب، مع توزيع العناصر التيبوغرافية بكل دقة وإتقان، ومن أهمها إضافة الصورة الصحفية التي تعبر عن الواقع الحقيقي وتساهم في شرح المواضيع عكس المادة المكتوبة.

_نلاحظ أن المقرئية لدى طلبة الاعلام والاتصال تتأثر بتصميم المواقع الالكترونية، وذلك مرتبط بوضوح القراءة وتسلسل الفقرات الذي يجعل من النص مترابطا، مع تفضيل الطلبة بوجود العناوين التي تحمل جوهر الموضوع وتجذب الانتباه، يحث يتفق معظم أفراد العينة على كثرة الإعلانات التي تشتت الانتباه وتجعل الطالب ينفر من الموقع حاملا نظرة سيئة مما يؤثر على سمعة الموقع ومقرئته.

ويمكن القول أن هذه النتائج متعلقة بطلبة جامعة المسيلة أصحاب اختصاص علوم الاعلام والاتصال، حيث لا يمكن تعميمها على باقي الجامعات أو التخصصات الأخرى، ولكنها تعطي صورة عن التصميم الصحفي في المواقع الالكترونية وتأثيره على المقرئية.

خاتمة

خاتمة:

لاشك أن الصحافة الإلكترونية أحدثت انقلابا في عالم الصحافة والإعلام لأنها جمعت بين كل مميزات وسائل الإعلام من نص وصوت وصورة وجعلت القارئ يستخدم الحواس السمع والبصر وخلقت معه علاقة وجعلته جزءا منها وطرفا متفاعلا ومشارك في العملية الإعلامية من خلال إبداء رأيه فيما تنشره حيث أن مستخدميها لم يعد ذلك المتلقي السلبي للمضامين الإعلامية التي تعرضها بل أصبح بإمكانه اختيار ما يرغب فيه وبكل سهولة من معلومات وأخبار، حيث أن المواقع الإلكترونية الإخبارية في الجزائر أكثر مقروئية ذلك لأنها فتحت آفاقا عديدة وأصبحت أقرب وفي متناول المواطن وكلها أمور لم يكن باستطاعته فعلها وهو يقرأ الصحيفة الورقية. لذلك تعمل المواقع الإلكترونية الإخبارية وتنافس على إبراز إمكانياتها في التصميم الجيد لتقديم الأخبار في سبيل جذب المتصفحين كون تصميم المواقع أصبح فنا أكثر منه علما قائما بذاته، وهو فعل إبداعي ينتج وفقا لمجموعة من الآليات التنظيمية التي تتصل بخصوصية الشكل التصميمي، مما يحقق إشباعا لحاجة الإنسان نفعيا وجماليا في وقت واحد، ويمكن القول أن التصميم يعبر عن الابتكار التشكيلي وخلق أشياء جميلة وممتعة فهو العمل الخلاق الذي يحقق غرضه، وتعتمد عملية التصميم على قدرة المصمم على الابتكار من خلال استغلال ثقافته وقدرته التخيلية في تكوين عمل جديد أو تطويره، فهو قائم على تنظيم الخطوط والألوان وغيرها من العناصر الأخرى بصورة معينة تجذب المتصفحين من أجل التعبير عن الأفكار جماليا ووظيفيا وعلى هذا الأساس فالتصميم يعبر عن فعل تنظيمي ابتكاري مرتبط بفكرة المصمم.

قائمة المراجع:

قائمة الكتب:

1. بوحوش عمار، محمود الذنبيات محمد، **مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث**، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون "الجزائر"، ط4، 2007.
2. بن سعود البشر محمد، **نظريات التأثير الإعلامي**، دار العبيكان للنشر، الرياض، ط1، 2014.
3. ديفلر ميلفين وبول روكيتش ساندر، **نظريات وسائل الإعلام**، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
4. عماد مكاوي حسن. **حسين السيد ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 2001.
5. عبيدات محمد وآخرون، **منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات**، دار وائل، عمان، ط2، 1999.
6. عبد الله الطيب عبد النبي، **فلسفة ونظريات الإعلام**، دار عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2014.
7. عبد الله عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، دار عالم الكتب، القاهرة، ط3، 2004.
8. عبد الرحمان المشاقبة بسام، **نظريات الإعلام**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2010.
9. يوسف كافي مصطفى، **الرأي العام ونظريات الاتصال**، دار حامد، الأردن، ط1، 2015.

قائمة المذكرات:

1. ابتسام يعلاوي، **مقروئية الكتاب الإلكتروني لدى الطلبة الجامعيين**، دراسة ميدانية لطلبة علم المكتبات، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2008/2007.

2. عزيز عبيدي، أثر حجم العينة على الخصائص السيكومترية للاختبار، مذكرة تخرج لنيل شهادة

الماستر في علم النفس، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2013.

3. صابر لامية، الحملات الاعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب، مذكرة لنيل

شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010/2009.

4. نبيل سمير موسى، إشكالية تحديد الحجم في الدراسات الاقتصادية والاجتماعية، مذكرة تخرج

الماجستير، جامعة وهران، 2012/2011.

المجلات:

- مصطفى سعد محمد، تقييم جودة المواقع الإلكترونية، مجلة تكريت للعلوم الاقتصادية، جامعة

الكويت، المجلة 6، العدد 18، 2010.

المعاجم:

- شعبان خيضر، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان، الجزائر، ط1، 1422هـ.

الملاحق

ملحق رقم 01: استمارة الاستبيان.

استمارة حول:

دور التصميم الصحفي في مقروئية المواقع الإلكترونية الإخبارية

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال

البيانات الشخصية:

- 1-الجنس ذكر أنثى
- 2-السن 18-22 23-25 25 فما فوق
- 3-المستوى الدراسي ليسانس ماستر دكتوراه

المحور الأول: عادات التصفح.

4-هل أنت من متصفح المواقع الإلكترونية؟

- نعم لا

5-ماهي أوقات التصفح؟

- صباحا مساء ليس هناك وقت محدد

6-ماهو مكان التصفح؟

- البيت الجامعة العمل

7-كطالب في علوم الإعلام والاتصال كم المدة التي تستغرقها في تصفح المواقع الإلكترونية؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى 3 من 3 ساعات فما فوق

8-هل تستفيد من تصفحك للمواقع الإلكترونية؟

- أستفيد لا أستفيد أحيانا

9- ماهو نوع الأخبار التي تفضل تصفحها؟

سياسية اجتماعية ثقافية

10- هل تلي هذه المواقع رغبتك؟

نعم لا أحيانا

11- هل التصميم له دور في جذب المتصفحين؟

نعم لا

12- كيف تقوم بتصفح الأخبار على المواقع الإلكترونية؟

تكتفي بقراءة العناوين تقرأ المقدمة تقرأ جل الأخبار

المحور الثاني: العناصر التيبوغرافية في المواقع الإلكترونية.

13- هل لديك اهتمام بشكل وتصميم المواقع الإلكترونية؟

نعم لا

14- هل استمراك لتصفح المواقع مرتبط بوضوح الصورة؟

نعم لا

15- حسب رأيك هل الصورة تزيد من مصداقية الخبر؟

نعم لا

16- حسب رأيك كيف تساهم الخطوط في عملية تسهيل القراءة؟

.....

17- كمتصفح للمواقع ماهي العناصر الإخراجية التي تشد انتباهك أكثر؟

العناوين الصور الألوان

18- كيف ترى جودة التصميم لهذه المواقع من حيث الإخراج؟

سيئة

متوسطة

جيدة

المحور الثالث: دور العناصر التيبوغرافية في المقروئية.

19- ماهي الجوانب التي ترغب في تغييرها من ناحية التصميم في المواقع الإلكترونية؟

الألوان المثيرة

الصور الكثيرة

الإعلانات

20- هل ترى أن استمرارية النص وتسلسل الفقرات يزيد من سرعة القراءة؟

لا

نعم

21- حسب رأيك ما هو الدور الذي تضيفه الصورة المرافقة للمضامين في المواقع الإخبارية؟

شرح المعاني

الارتباط بالموضوع

22- ماهي العناصر التي تفضل وجودها أكثر أثناء القراءة والتصفح؟

فراغات بيضاء

فواصل

جداول

23- هل كثرة الإعلانات تشتت انتباهك أثناء القراءة أو التصفح؟

لا

نعم

24- ماهي أهم العوامل المؤثرة على مقروئية المواقع الإلكترونية الإخبارية؟

عوامل تتعلق بالجمهور المتصفح

عوامل تتعلق بالنص

عوامل فيزيولوجية

25- حسب رأيك إذا اتبع المصمم نسق تنظيمي محدد سيساعده على رفع مستوى المقروئية؟

لا

نعم

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
25	خاص بتوزيع أفراد العينة حسب الجنس.	1
26	خاص بتوزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية المستوجبة.	2
26	خاص بتوزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.	3
27	خاص بتوزيع أفراد العينة حسب تصفحهم للمواقع الالكترونية.	4
28	خاص بتوزيع أفراد العينة حسب أوقات تصفحهم.	5
28	خاص بتوزيع أفراد العينة حسب أماكن التصفح.	6
29	خاص بتوزيع العينة حسب الفترة الزمنية لتصفح المواقع الالكترونية الإخبارية.	7
30	خاص بتوزيع أفراد العينة بمدى استفادتهم من المواقع الالكترونية.	8
31	خاص بتوزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم لأنواع الأخبار	9
31	خاص بتوزيع أفراد العينة حسب تلبية المواقع لرغبتهم.	10
32	خاص بتوزيع أفراد العينة حسب دور التصميم في جذب المتصفحين	11
32	خاص بتوزيع أفراد العينة حسب كيفية تصفحهم للأخبار.	12
33	خاص بتوزيع أفراد العينة حسب اهتمامهم بشكل وتصميم المواقع الالكترونية.	13
34	خاص بوضوح القراءة واستمرارية التصفح	14
34	مرتبط بمصداقية الخبر من حيث الصورة.	15
35	خاص بالعناصر الاخراجية التي تشد انتباه المتصفح.	16
35	خاص بمساهمة الخطوط في تسهيل عملية القراءة.	17

36	توزيع أفراد العينة حسب جودة التصميم من حيث الإخراج.	18
37	خاص بالجوانب التي يرغب المتصفح في تغييرها في المواقع	19
38	خاص بسرعة القراءة من خلال تسلسل الفقرات واستمرارية النص	20
38	خاص بدور الصورة المرافقة للمضامين في المواقع الإخبارية.	21
39	خاص بتوزيع أفراد العينة حسب ما تفضله من عناصر أثناء القراءة والتصفح.	22
39	خاص بتشتت المتصفح أثناء القراءة من كثرة الإعلانات	23
40	خاص بالعوامل المؤثرة على مقروئية المواقع الالكترونية الإخبارية.	24
41	خاص باتباع المصمم نسق تنظيمي محدد ومدى مساعدته في رفع مستوى المقروئية.	25

فهرس المحتويات

5.....مقدمة

الإطار المنهجي

5.....(1) الإشكالية

9.....(2) أسباب اختيار الموضوع

10.....(3) أهداف وأهمية الدراسة

10.....(4) نوع ومنهج الدراسة

12.....(5) أداة جمع البيانات

12.....(6) مجتمع البحث وعينة الدراسة

13.....(7) تحديد المفاهيم

15.....(8) الدراسات السابقة

19.....(9) نظرية الدراسة

الإطار التطبيقي

25.....(1) عرض وتحليل البيانات

25.....1. البيانات الشخصية

27.....	2. عادات التصفح.....
33.....	3. العناصر التيبوغرافية في المواقع الإلكترونية.....
37.....	4. دور العناصر التيبوغرافية في المقرئية.....
42	(2) نتائج الدراسة.....
45	خاتمة.....
46	قائمة المراجع.....
49.....	الملاحق.....
52	قائمة الجداول.....

فهرس المحتويات