

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

- د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
- د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

- أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مديرة اللغة العربية:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الحادي والستون - الجزء الثالث - شعبان ١٤٤٣هـ - أبريل ٢٠٢٢ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

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

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- التحليل السيميولوجي لجهود القوات المسلحة المصرية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة كما يتناولها المحتوى المرئي على الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري (صفحة الفيس بوك نموذجًا)  
أ.م.د/ رشا عادل لطفي  
١١٩٣
- 
- المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصّات الإعلامية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠ - دراسة تحليلية (بحث جماعي)  
١٢٤١
- 
- الإقناع البصري في تصميم صفحات معالجة قضايا التنمية المستدامة بالمواقع الإخبارية الصحفية «مبادرة حياة كريمة نموذجًا»  
د/سالي أسامة شحاتة  
١٤٣٥
- 
- الاستراتيجيات الاتصالية لوزارة الصحة والسكان للتعريف بالمبادرات الوطنية الصحية عبر الفيس بوك - دراسة تحليلية  
د/ علاء خليفة جميل أحمد  
١٤٨١
- 
- أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية - دراسة تحليلية  
د/ مصطفى عبد الحي عبد العليم  
١٥٣٧
- 
- الإستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية عبر فيسبوك أثناء أزمة الشيخ جراح وحرب غزة: دراسة تحليلية  
د/ أحمد عبده محمد محمود  
١٥٧٧
- 
- أطر تناول الصحف الإلكترونية للشائعات حول مبادرات تطوير التعليم في مصر - دراسة تحليلية مقارنة  
د/ هيثم شعبان السيد العباسي  
١٦٢٩

- الأعمال الدرامية العربية التي تنتجها منصة Netflix ومردودها على القيم الثقافية والأخلاقية للشباب المصري (دراسة ميدانية)  
١٦٩٥ د/ رهام محمد صلاح الدين
- 
- إستراتيجيات وأساليب معالجة هاشتاج أزمة الرسوم المسيئة للنبي «صلى الله عليه وسلم» دراسة تحليلية لهشتاج #إلا \_ رسول \_ الله  
١٧٦٥ د/ هاجر شعبان سعداوي
- 
- تحليل الخطاب الصحفي لأزمة كورونا بالصحف المصرية «الأهرام نموذجا»  
١٨٠٥ د/ أسماء عبد الراضي السمان
-

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة (بولتي) (2021)	اسم المجلة / الجامعة	اسم المجلة	التصنيف	م
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	2
2682-4683	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإلإاعة والتلإلرون	الدراسات الإعلامية	3
2735-4326	2536-9237	6.5	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2682-4620	2356-9168	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	5
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	6
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	7
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهبرى	الدراسات الإعلامية	8
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأى العام	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	الدراسات الإعلامية	9
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	10
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد النولى العالى للإعلام بالشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	11
2314-873X	2314-8721	7	Egyptian Public Relations Association	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	12
2786-0167	2682-213X	6	معهد الجزيرة العالى للإعلام و علوم الاتصال	مجلة بحوث الإعلام و علوم الإتصال	الدراسات الإعلامية	13

• يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجدى سارياً للسنة التالية للنشر فى هذه المجلات.



الإقناع البصري في تصميم صفحات معالجة قضايا  
التنمية المستدامة بالمواقع الإخبارية الصحفية  
«مبادرة حياة كريمة نموذجاً»

- Visual persuasion in designing pages Addressing sustainable development issues in the press news sites  
“A decent life initiative as a model”

د/سالي أسامة شحاتة ●

أستاذ الإعلام المشارك / جامعة الملك فيصل

E-mail/ Sshehata@kfu.edu.sa

## ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى توافر عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصريًا، ومدى توافر مؤشرات معايير جودة التصميم والتنظيم، وعناصر الوسائط المتعددة كأدوات لتحقيق الإقناع البصري للمواقع الإخبارية عينة الدراسة، واشتملت العينة على (674) صفحة لمبادرة حياة كريمة، بطريقة الأسبوع الصناعي، في ثلاثة مواقع إخبارية تمثل ثلاثة اتجاهات مختلفة: بوابة أخبار اليوم الإلكترونية لتمثل الاتجاه القومي، والأهالي تمثل الاتجاه الحزبي، واليوم السابع تمثل الاتجاه المستقل، خلال الفترة الزمنية من 2021/7/17 حتى 2022/1/17، مستخدمةً أداة تحليل الشكل، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها:

- حرص المواقع الإخبارية الثلاثة عينة الدراسة على توافر غالبية عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصريًا لدى المستخدم بمواقع الدراسة، وتوظيف مؤشرات معايير جودة التصميم والتنظيم كأدوات لتحقيق الإقناع البصري.
- بالنسبة لتوظيف عناصر الجذب والتشويق - عناصر الوسائط المتعددة- لم توظف المواقع الإخبارية الصوت في الإقناع البصري، ولا الفيديو الحي، وجاءت الرسوم المتحركة - الإنفوجرافيك المتحرك- في اليوم السابع مرة واحدة خلال فترة الدراسة.
- ظهرت الرسوم الثابتة- الإنفوجرافيك الثابت- بموقعي اليوم السابع والأخبار فقط، وجاء التوظيف في الموقع الإخباري للأخبار بنسبة 50٪ من الرسوم لم تقدم شرحًا للمحتوى، ولم تبسط المعلومات المعقدة.
- الكلمات الدالة: جودة تصميم المواقع الإلكترونية- جودة تنظيم المواقع الإلكترونية- الإنفو جرافيك- الانطباع الأول المقنع بصريًا- التصميم الإلكتروني.

## Abstract

The study aimed to identify the availability of factors to achieve the first visual persuasive impression, the availability of indicators of design and organization quality standards, and multimedia elements as tools to achieve visual persuasion for news sites, the sample of the study, The sample included (674) pages of the initiative for a decent living using the industrial week method, in three news websites representing three different directions, the Akhbar Al-Youm electronic portal representing the national trend, the people representing the partisan trend, and the seventh day representing the independent trend, during the period from 17/7 /2021 to 1/17/2022, using the shape analysis tool, The study found

- The keenness of the three news sites, the study sample, on the availability of the majority of factors to achieve the first visual convincing impression of the user in the study sites, and the use of indicators of design quality standards, organization as tools to achieve visual persuasion.
- Regarding the use of elements of attraction and suspense - multimedia elements - news sites did not use audio in visual persuasion, nor live video, and animation - moving infographic - came on the seventh day once during the study period.
- Fixed fees - fixed infographics - appeared on the Youm7 and Al-Akhbar website only, and employment on the news website came at 50% of the fees, which did not provide an explanation of the content, and did not simplify the complex information.

Key words: Quality of website design, quality of website organization, infographic, Persuasive visual first impression, electronic design.

تعد التنمية المستدامة جزءاً من مسيرة التنمية الشاملة في مصر؛ تسعى لإحياء دورها التاريخي في الريادة، وتربط الحاضر بالمستقبل في مسيرة تنموية مستدامة لتحقيق المزيد من التقدم والازدهار، وجودة حياة أفضل، وتحسين أوضاع المواطن المصري في مختلف المجالات.

والتنمية المستدامة اليوم، كما تظهر في كثير من الخطابات الإعلامية للرئيس المصري "عبد الفتاح السيسي"، تشمل الاهتمام بالصحة والتعليم والمعرفة، وترسيخ المفاهيم والقيم الصحيحة، وتغيرات اجتماعية؛ من أجل الارتقاء بمصر للريادة.

وفي إطار دعم الرئيس السيسي واهتمامه بالتنمية المستدامة، أطلق كثيراً من المبادرات لتوفير حياة كريمة للمواطنين، منها: "حياة كريمة"، و"نور حياة"، و"١٠٠ مليون صحة"، و"إنهاء قوائم الانتظار للعمليات الجراحية"، و"المشروعات متناهية الصغر"، و"المستشفى النموذجي"، و"الكشف عن ٣ أمراض لطلاب المدارس"، و"صحة المرأة".

جاءت تلك المبادرات كالإسعافات العاجلة للمشكلات والأزمات التي يعاني منها المواطن المصري، وتعرقل عجلة التنمية المستدامة، وفي وقت قياسي حققت نجاحاً وأحدثت صدى عالمياً.

ويأتي دور الإعلام والمواقع الإخبارية كأداة مهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، فتعد في عصرنا الحالي الأقرب والأفضل لقطاع كبير من الجمهور.

ولكي تحقق جذب انتباه الجمهور، عليها الاهتمام بالمحتوى تحريراً، وبصرياً، وتصميمياً، وتنظيمياً، بما يدعم تحقيق الإقناع للجمهور.

ويعمل التصميم البصري المقنع على جذب الانتباه الأول للمحتوى المقدم، فتحقيق الانطباع الإيجابي الأول يسهم في اهتمام المستخدمين بالبقاء في الموقع، والتحفيز على إعادة زيارته مرة أخرى.

ولكي يتحقق الإقناع البصري للمستخدم، لا بد من تكاملية العلاقة بين التوظيف المقنع لعناصر الوسائط المتعددة، ومراعاة توافر مؤشرات معايير جودة التصميم، والتنظيم المقنع في معالجة القضايا والموضوعات، وخاصة القضايا المهمة، كقضايا التنمية المستدامة، وذلك ما تتطرق إليه الدراسة الحالية.

#### الدراسات السابقة:

تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين:

المحور الأول: معالجة المواقع الإخبارية لقضايا التنمية المستدامة.

المحور الثاني: إستراتيجيات الإقناع البصري.

المحور الأول: معالجة المواقع الإخبارية لقضايا التنمية المستدامة

1- دراسة (عايدة محمد المر، 2022)، هدفت إلى رصد البحوث العلمية العربية والأجنبية المرتبطة ببحوث دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق التنمية المستدامة خلال الفترة من 2015 حتى 2021، بالاعتماد على منهج المسح بأسلوب تحليل البيانات من المستوى الثاني Secondary Analysis، وأثبتت معظم الدراسات، سواء العربية أو الأجنبية، فيما يتعلق بمحور مواقع التواصل الاجتماعي والتنمية المستدامة في مجال التعليم، فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، سواء على مستوى الطلاب أو القائمين بالتدريس<sup>1</sup>.

2- دراسة (ميرال مصطفى عبد الفتاح، 2020)، توصلت إلى أن قضية التنمية جاءت في الترتيب الثاني بموقعي الدراسة (النيل للأخبار- CBC Extra) بعد قضية التعاون المشترك، وتدعيم العلاقات الثنائية بين مصر وإفريقيا، فقد ركّز على الدور المحوري المصري في تحقيق التنمية في القارة الإفريقية وخطة مصر لتحقيق التنمية المستدامة الإفريقية 2063<sup>2</sup>.

3- دراسة (مرودة صبحي، 2020)، توصلت إلى نجاح صفحة "اتحضر للأخضر" في تحفيز التفاعل بين المتابعين، وارتفاع نسبة مشاركة المبحوثين للمنشورات وممارستهم للاتصال الشفهي الإلكتروني، وأثبتت الدراسة فاعلية الصفحة في التأثير على وعي المبحوثين البيئي، كما توصلت إلى أهمية متغير اشتراك الجمهور في الاتصال البيئي لتدعيم اتجاهات الجمهور نحو الاستدامة البيئية<sup>3</sup>.

- 4- دراسة (آية العدوي، 2020)، التي توصلت إلى أن أسباب انخفاض اهتمام العينة بمتابعة الموضوعات الخاصة بالتنمية المستدامة جاءت في الترتيب الأول افتقار المواد الإعلامية لعناصر الجذب والتشويق، وفي الترتيب الثاني عدم تبسيط المصطلحات التنموية المعقدة وتوضيحها، وفي الترتيب الثالث عدم وجود رسوم توضيحية، كما أثبتت الدراسة أن الإنفو جرافيك يسهم في زيادة الاطلاع على موضوعات التنمية المستدامة بالمواقع الإخبارية<sup>4</sup>.
- 5- دراسة (فوزي الزعبلوي، 2020)، توصلت إلى وجود تنوع في الأطروحات الرئيسية في الخطاب التنموي بالصحف المصرية (الأهرام، والوفد، والشروق)، إلا أن الخطاب الصحفي المصري ركّز على البعد الاقتصادي، واعتمدت صحف الدراسة على مسارات البرهنة المنطقية عند تناول أبعاد التنمية المستدامة في مصر، وقد اهتمت صحف الدراسة، وفي مقدمتها جريدة الأهرام، بعرض ومناقشة أبعاد التنمية المستدامة والمشروعات القومية التي تنفذها الدولة، في إطار إستراتيجية مصر للتنمية المستدامة 2030، وتقديم الحلول المقترحة لبعض المعوقات التي تواجه التنمية في مصر<sup>5</sup>.
- 6- دراسة (Ballista, Mi, Rubio, 2020) توصلت إلى أن تويتر مصدر جيد لنشر المعلومات البيئية والتنمية المستدامة، من خلال دراسة تحليلية لـ 150 تغريدة، وتحليل تعليقات الجمهور الخاصة بقضايا التنمية المستدامة، خاصة التغير المناخي واستخدام الطاقة النظيفة<sup>6</sup>.
- 7- دراسة (منى طه محمد، 2019)، توصلت الدراسة إلى غياب الإنفوجرافيك في تناول موضوعات التنمية المستدامة، وعدم تبني المواقع حملات التنمية المستدامة، أو الإسهام في توعية الجمهور بها، واكتفت بالتغطية الإخبارية لتدشينها، وكذلك غياب وجود إستراتيجية إعلامية ضمن مجالات إستراتيجية التنمية المستدامة لرؤية مصر 2030<sup>7</sup>.
- 8- دراسة (Conte, Vital e, Vollero & Si anon, 2018)، توصلت من خلال تحليل مضمون 641 منشوراً على صفحات منظمات الصحة إلى تركيزها على الأبعاد الاجتماعية للتنمية المستدامة عن الأبعاد البيئية التي كانت الأكثر تحفيزاً لاشتراك الجمهور في الصفحات، كما توصلت إلى فاعلية تلك الصفحات في تحفيز

- اشترك الجمهور غير النشط من خلال الإعجاب، وقد ركزت الصفحات على استخدام القوالب الفنية المصورة في منشوراتها<sup>8</sup>.
- 9- دراسة (السيد عبد الرحمن على، 2018) توصلت إلى ضعف دور الإعلام الجديد في تحقيق التنمية المستدامة، و ضعف تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام الجديد عند تناول قضايا التنمية المستدامة<sup>9</sup>.
- 10- دراسة (أمينة عبد الرحمن، 2018)، توصلت إلى تأييد المواقع الإخبارية الإلكترونية (الأهرام- الوفد- اليوم السابع) للمشروعات التنموية المصرية في منطقة سيناء، وتقديم رؤية أوضح وأشمل عن أهمية هذه المشروعات والفائدة التي تعود على المواطن المصري<sup>10</sup>.
- 11- دراسة (أنغام مجدي إبراهيم سليمان، 2018)، أشارت إلى تراجع اعتماد النخبة على الصحف في متابعة قضايا التنمية المستدامة، وفقد الصحافة ووظيفة من أهم وظائفها، وهي التأثير والتوجيه وتكوين الآراء والاتجاهات، ووجود نقص واضح في الأخبار المنشورة عن التنمية المستدامة خلال الفترة الزمنية للتحليل، وهو ما أدى بدوره إلى تراجع معدلات اهتمام النخبة ثقتهم في تغطية الصحف لمثل تلك القضايا<sup>11</sup>.
- 12- دراسة (رضا عبد الواحد أمين، 2017)، توصلت إلى أن أهم القضايا ذات الصلة بالتنمية المستدامة في الإعلام الجديد هي: الحفاظ على الموارد والطبيعة، والبيئة النظيفة، وأن غالبية عينة الدراسة يثقون بدرجة كبيرة فيما تقدمه لهم شبكات التواصل الاجتماعي عن التنمية المستدامة، وأنها أعادت ترتيب أولوياتهم تجاه قضايا التنمية المستدامة، وأثبتت الدراسة وجود قصور في أداء الإعلام الجديد فيما يتعلق بالتوعية والتثقيف بشأن قضايا التنمية المستدامة<sup>12</sup>.
- 13- دراسة (نصر الدين عبد القادر عثمان، 2017)، توصلت إلى أن غالبية الباحثين رأوا وجود قصور في الإعلام الجديد لتناول قضايا التنمية المستدامة، فلم يوظفها في مجال التوعية البيئية أو الاهتمام بمشكلات البيئة، ورأى 79% من الباحثين أن ما يمكن أن ينشر في الإعلام العربي عن البيئة وحمايتها لا يتناسب وأهميتها<sup>13</sup>.

14-دراسة (مرودة محمد حلمى، 2017)، توصلت إلى اهتمام صحف الدراسة بقضايا الريف المصري، فقد ظهر في تحليل المضمون اهتمام صحيفة الأهرام بشكل كبير بقضايا التنمية المستدامة والمشروعات الصغيرة، عن صحيفة المصري اليوم والوفد<sup>14</sup>.

15-دراسة Daniel Fisher, Franziska Hancke, Anna Sondermann, (2017)، توصلت إلى أنه خلال ثلاث سنوات (2001، 2007، 2013)، تكرر مصطلح التنمية المستدامة في الصحف ما بين 1000 مرة إلى 1600 مرة، وبدأ المصطلح يظهر بشكل كبير وصريح ويكون له معنى واضح ومحدد من عام 2000<sup>15</sup>.

16-دراسة (داليا عثمان، 2016) توصلت إلى أن أهم المعوقات التي تواجه دور وسائل الإعلام المختلفة في تحقيق أهداف التنمية هي: غياب التخطيط، وندرة التدريب، وقلة الخبرة، وعجز الإمكانيات المادية المتاحة أمامها، وعدم التزامها بالموضوعية، ونقص المعلومات المتوفرة لوسائل الإعلام التنموي وعدم شفافيتها، وضيق الوقت وعدم تحديد المساحة الزمنية المتاحة للمعالجة<sup>16</sup>.

17-دراسة (خالد محمد محسن محمد، 2015)، توصلت إلى أن القضايا البيئية ذات البعد التنموي المستدام، مثل التعدادات المستمرة على نهر النيل، لم تحظ ما تستحقه من تغطية، فلم تطرح صحف الدراسة رؤية عميقة لفهم مشكلات البيئة والتنمية المستدامة بصورة شاملة ومتكاملة<sup>17</sup>.

18-دراسة (بن سعدة بختة، 2013)، توصلت إلى أن قضايا التنمية الاقتصادية جاءت في مقدمة قضايا التنمية المستدامة في الملحق الاقتصادي لجريدة الوطن، وغلبت المقابلة الصحفية كفن من الفنون الصحفية على بقية الفنون الصحفية الأخرى في معالجة الموضوعات الاقتصادية العلمية<sup>18</sup>.

19-دراسة (أحمد حسن السمان، 2011)، توصلت إلى ضرورة توافر شروط البيئة الداخلية والخارجية من أجل تمكين الصحافة لأداء دورها التنموي، وقد رغب 96% من الخبراء القائمين بالعمل في المؤسسات الصحفية في تحقيقه بوصفه أكثر السيناريوهات قدرة على توفير الشروط التي تسمح للصحافة بأداء أدوارها للإسهام في تحقيق التنمية المستدامة بمصر<sup>19</sup>.

## المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الإقناع البصري والتصميم المقنع

20-دراسة (عبد الله معوض، منال أبو المجد، 2021)، هدفت إلى التعرف على الأنظمة المقنعة المستخدمة في تصميم مضامين كوفيد 19 في المواقع الإخبارية العربية والأجنبية، بالاعتماد على نموذج تصميم الأنظمة المقنعة PSD القائم على أداة تحليل السياق العام والسياق الخاص بالمستخدمين والسياق التكنولوجي، وتوصلت إلى عدم وجود أساليب تصميم مستحدثة وإبداعية في تقديم مضامين الأزمة، ولكن المواقع استمرت في تقديم الأداء الطبيعي العادي، مع تميز المواقع عن بعضها في أشكال وطرق تقديم المضامين وتوظيف الوسائط المتعددة والميزات التفاعلية التي يوفرها الإنترنت<sup>20</sup>.

21-دراسة (بيرق حسين الربيعي، 2020)، توصلت إلى اهتمام المواقع بالاتصال التفاعلي مع المستخدمين، واعتماد معيار يسر الاستخدام لخلق انطباع جيد لدى المستخدم لتحقيق الإقناع البصري، إضافة إلى الاهتمام بمعيار جودة المعلومات كونها عاملاً مؤثراً في بناء الإقناع البصري، فضلاً عن التصميم الجيد والملائم لطبيعة الموقع والمستخدمين<sup>21</sup>.

22-دراسة (Sarah Taylorab & Martin Graffa, 2020) هدفت إلى التعرف على إمكانية حدوث الإقناع عبر الإنترنت، ومعالجة هذا الأمر من خلال فحص انتباه الأفراد ودوافعهم لمعالجة المعلومات عبر الإنترنت، وتبني نموذج لاسترجاع المعلومات، فقد طُلب من عينة من طلاب الجامعة عددهم (91 طالباً) أن يتذكروا المعلومات التي قدمت إليهم في سيناريوهات سابقة تتعلق بالشخصية، وتوصلت الدراسة إلى زيادة الاهتمام بمحتوى الرسالة الإعلامية عندما تكون الأهداف شخصية، وعززت النتائج فكرة أن معالجة المعلومات عبر الإنترنت مدفوعة بالسلوك القائم على الأهداف، وهي أول من يحدد كيفية تأثير الأهداف على معالجة المعلومات<sup>22</sup>.

23-دراسة (Allison J. Lazard & Andy J. King, 2019) هدفت إلى اختبار تأثير بعدين من أبعاد التعقيد البصري، هما (تعقيد السمات، وتعقيد التصميم) ضمن حدود النموذج المقنع لتصميم الويب، وبشكل أكثر تحديداً، كيف يؤثر التعقيد البصري على إدراك المعلوماتية البصرية، والنماذج الخاصة بالمشاركة، والانطباعات الأولية الإيجابية، والنوايا السلوكية لدى عينة من الشباب بلغت 277

فرداً، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين كل أبعاد التعقيد البصري وجميع متغيرات الدراسة، كما أن إدراك المعلوماتية البصرية والنماذج الخاصة بالمشاركة يعمل على توسيط العلاقة بين التعقيد المرئي والانطباعات الأولية الإيجابية والنوايا السلوكية، كما قدمت دعماً لأهمية النموذج المقنع لتصميم الويب في ربط سمات التصميم الموضوعية بمفاهيم التصميم الشخصي لفهم الانطباعات الأولية الإيجابية للمستخدم بشكل أفضل<sup>23</sup>.

24-دراسة (حسن فراج، 2017)، توصلت إلى أن المبحوثين يفضلون العناصر التفاعلية المتاحة في مواقع الصحف الإلكترونية، واقتنع المبحوثون بجودة محتوى مواقع الصحف الإلكترونية، وسهولة استخدامها، وارتفعت ثقتهم واقتناعهم بمصداقيتها وسرعة استجابتها للجمهور، وجاء موقع اليوم السابع في الترتيب الأول من حيث جودة محتويات موقع الصحيفة وسهولة الاستخدام، وسرعة الاستجابة للموقع، والتفاعل مع المستخدمين، ومراعاة الثقة والمصداقية في المحتوى، والاهتمام بتحديث الموضوعات<sup>24</sup>.

25-دراسة (Ifeoma Adaj, 2017)، توصلت لمعرفة كيف تؤثر المبادئ المقنعة على استمرارية نية المستخدمين في التجارة الإلكترونية، ومعرفة العوامل التي تؤثر على الفاعلية المتصورة والمصداقية والاستمرار في نية استخدام مواقع التجارة الإلكترونية، وطبقت الدراسة على موقع أمازون كدراسة حالة<sup>25</sup>.

26-دراسة (Harri Oinas, 2017)، هدفت إلى عرض إطار مفاهيمي لتصميم النظم المقنعة وتقييمها، المعروفة باسم نموذج تصميم النظم المقنعة، وتوصلت الدراسة إلى أنه يمكن تطبيق نموذج (BSD) لتطوير أنظمة دعم تغيير السلوك الكاملة والتطبيقات المقنعة، ويمكن لمجالات مثل تعزيز الصحة، والتنمية المستدامة أن تستفيد من هذه المقاربات بشكل كبير، ومن المتوقع أن تؤدي تلك المقاربات دوراً محورياً للتقدم في مستقبل تكنولوجيا المعلومات لتصميم الأعمال والاقتصاد<sup>26</sup>.

27-دراسة (Nurelhuda & Mohad Fairuz, 2016) هدفت إلى التحقق حول تأثير التصميمات البصرية على المستخدمين من خلال مقارنة تأثير المرئيات المشتركة مع أخرى مقنعة، وتوصلت إلى أن البصرييات المقنعة تساعد على شرح أفضل للعلاقة بين مواقف المستخدمين ونياتهم، وهذا يعني أن التعرض للمرئيات المقنعة يجلب تصوراً مواتياً متسقاً لتصميم الويب<sup>27</sup>.

28- دراسة (Kaixiang Yu, 2016) حول إطار جديد لتصميم وتقييم التكنولوجيا المقنعة، من خلال تجربة مقنعة لدعم تقنيات التصميم، وتوصلت الدراسة لوضع إطار للتصميم والتقييم؛ يوفر للباحثين والمصممين وسيلة لتحليل سياق تغيير سلوك المستخدم لمطابقة تقنيات التصميم مع السياق على نحو فعال، وأكدت الدراسة أن بحوث التكنولوجيا المقنعة تحتاج لطريقة جديدة في تعامل الباحثين، فليس من المفترض أن يكون نطاق الأبحاث في تصميم الحاسبات فقط، بل يجب الاستعانة بعلم النفس في دراسة تغيير السلوك، فهي خطوة مهمة لفهم آثار التكنولوجيا المقنعة في المستقبل.<sup>28</sup>

29- دراسة (Michael Oduo & Harri Oinas Kukkonen, 2015) هدفت إلى فهم دور تجارب المستخدم المقنعة في التزام مستخدمي الشبكات الاجتماعية، وتوصلت إلى أن خدمات الشبكات الاجتماعية توفر تجارب مقنعة للمستخدم قادرة على التقاطها والحفاظ على اهتمام المستخدمين بالمحتوى المقدم، ومن ثم تعزيز الزيارات المتكررة للموقع، وأن التكنولوجيا ليست العامل الوحيد المساعد في تحقيق الإقناع، والشبكات الاجتماعية ذات تأثير كبير في الإقناع لأنها بنيت لتغيير السلوك.<sup>29</sup>

30- دراسة (Mohd Fairuz & Nurulhuda Ibrahim, 2015) هدفت إلى معرفة تصور المستخدم لخصائص تصميم المواقع الإلكترونية والنية السلوكية للتصميم البصري المقنع، وتوصلت إلى أن العوامل الأساسية المؤثرة في المواقع هي: وصف المعلوماتية، وسهولة الاستخدام، والمصداقية، والإلهام (نداء البصرية/ الجمالية)، ولها دور كبير في تشكيل الانطباع الأول نحو الموقع.<sup>30</sup>

31- دراسة (Mohd Fairuz & Nurulhuda Ibrahim, 2014) استهدفت استنباط نموذج مقترح للتصميم البصري المقنع لتصميم المواقع، وتوصلت إلى أنه يمكن اكتشاف العلاقة بين العوامل المؤثرة والعوامل المحفزة للإقناع، وأن مفهوم التأثير الاجتماعي في مجال علم النفس البشري يمكن تطبيقه في التصميم البصري للويب، وأنه كلما عدَّ موقع الويب أكثر موثوقية كان من المرجح أن تشكل نية سلوكية إيجابية تجاه الموقع، وكلما عدَّ موقع ويب أكثر قابلية للإعجاب زادت احتمالية نشوء نية سلوكية إيجابية تجاه الموقع.<sup>31</sup>

32-دراسة (Mohd Fairuz & Nurulhuda Ibrahim, 2013) استهدفت التركيز على التغيرات في إستراتيجية تصميم التكنولوجيا المقنعة والتصميم المقنع القادر على تحفيز المستخدمين على البقاء في الموقع، وتوصلت إلى أن العوامل البارزة للإقناع تتمثل في: المصداقية، والعاطفة، والمنطق، وأن تكنولوجيا الإقناع من مميزات شبكة الإنترنت، ويمكن تحسينها بإضافة بعض عوامل الإقناع في الصور المستخدمة في التصميم أو أي سمة بصرية أخرى<sup>32</sup>.

من خلال عرض الدراسات السابقة يمكن استخلاص الملاحظات والاستنتاجات الآتية:

دراسات المحور الأول:

تباينت نتائج الدراسات السابقة حول اهتمام المواقع الإخبارية بقضايا التنمية المستدامة، على النحو الآتي:

- جاءت بالترتيب الأول أو الثاني بين القضايا، في دراسة كل من: ميرال عبد الفتاح (2020)، وفوزي الزعبلوي (2020)، وأمينة عبد الرحمن (2018)، ومروة محمد حلمي (2017)، وبن سعدة بختة (2013)، وأن المواقع الإخبارية اهتمت بمناقشة أبعاد التنمية المستدامة والمشروعات القومية التي تنفذها الدولة، في إطار إستراتيجية مصر للتنمية المستدامة 2030، وتقديم الحلول المقترحة لبعض المعوقات التي تواجه التنمية في مصر، وتقديم رؤية أوضح وأشمل عن أهمية هذه المشروعات والفائدة التي تعود على المواطن المصري.
- بينما توصلت دراسة كل من: منى طه محمد (2019)، والسيد عبد الرحمن علي (2018)، وأنغام مجدي إبراهيم سليمان (2018)، ورضا عبد الواحد أمين (2017)، ونصر الدين عبد القادر عثمان (2017)، وخالد محمد محسن محمد (2015)، إلى أن المواقع الإخبارية لم تتبن حملات التنمية المستدامة، ولم تسهم في توعية الجمهور بها، واكتفت بالتغطية الإخبارية لتدشينها، وكذلك غياب وجود إستراتيجية إعلامية ضمن مجالات إستراتيجية التنمية المستدامة لرؤية مصر 2030.
- أثبتت بعض الدراسات، كدراسة السيد عبد الرحمن علي (2018)، ضعف دور الإعلام الجديد في تحقيق التنمية المستدامة، وضعف تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام الجديد عند تناول قضايا التنمية المستدامة.

- لم تتناول الدراسات السابقة دور العناصر البصرية في معالجة قضايا التنمية المستدامة، ما عدا دراسة آية العدوي (2020)، التي أثبتت أن الإنفو جرافيك يسهم في زيادة الاطلاع على موضوعات التنمية المستدامة.
- بشكل عام، توصلت دراسات المحور الأول إلى:
  - وجود نقص واضح في الأخبار المنشورة عن التنمية المستدامة، وهو ما أدى بدوره إلى تراجع معدلات اهتمام النخبة وثقتهم في تغطية الصحف لمثل تلك القضايا.
  - قصور أداء الإعلام الجديد فيما يتعلق بالتوعية والتثقيف بشأن قضايا التنمية المستدامة.
  - لم تطرح المواقع الإخبارية رؤية عميقة لفهم مشكلات البيئة والتنمية المستدامة بصورة شاملة ومتكاملة.
  - توصلت الدراسات السابقة إلى أن أهم المعوقات التي تواجه دور وسائل الإعلام المختلفة في تحقيق أهداف التنمية هي: غياب التخطيط، وندرة التدريب، وقلة الخبرة، وعجز الإمكانيات المادية المتاحة أمامها، وعدم التزامها بالموضوعية، ونقص المعلومات المتوفرة لوسائل الإعلام التتموي وعدم شفافيته، وضيق الوقت وعدم تحديد المساحة الزمنية المتاحة للمعالجة.
  - اتفقت جميع الدراسات العربية والأجنبية على أن الجمهور يفضل المنشورات التي تحتوي على عناصر مرئية، مثل الفيديو، والجرافيك، والصور في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

#### دراسات المحور الثاني:

- معظم الدراسات التي تناولت الإقناع البصري دراسات أجنبية، ولم تحظ المكتبة العربية بدراسات عن الإقناع البصري.
- غالبية الدراسات التي تناولت الإقناع البصري اهتمت بدراسة الجمهور وعلاقته بالموقع فقط، دون التطرق لدراسة كيفية تقديم المحتوى البصري.
- تدور معظم الدراسات السابقة في إطار توظيف تقنيات التصميم المقنع على مواقع التجارة الإلكترونية والسياحة دون التطرق للمواقع الإخبارية.
- أثبتت الدراسات أن معيار جودة المعلومات عامل مؤثر في بناء الإقناع البصري للمستخدم، وأن التكنولوجيا ليست العامل الوحيد في تحقيق الإقناع، فضلاً عن

التصميم الجيد والملائم لطبيعة الموقع والمستخدمين وسهولة الاستخدام، والمصداقية والإلهام، وكل هذه العناصر لها دور كبير في تشكيل الانطباع المقنع الأول للمستخدم نحو الموقع.

- المبحوثون يفضلون العناصر التفاعلية، والبصريات المقنعة تساعد على شرح أفضل للقضايا.

وبشكل عام، استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في:

- توسيع القاعدة المعرفية حول موضوع الدراسة، وبلورة المشكلة وتحديد الأهداف، ووضع التساؤلات بناء على توصيات الدراسات السابقة.

- الاستعانة بنتائج الدراسات السابقة للوقوف على نقاط الاتفاق والاختلاف معها، لتفسير نتائج الدراسة الحالية.

(المشكلة- الأهمية- الأهداف- التساؤلات)

مشكلة الدراسة:

يتضح من خلال عرض التراث العلمي السابق أهمية التصميم المقنع وأثره في جذب انتباه المستخدم للمضمون المقدم وتحقيق الإقناع به، وزيادة مصداقيته فضلاً عن المساعدة في تذكره فيما بعد، وأثبتت الأبحاث أن أساليب التصميم البصري الحالية تواجه قيوداً تعرقل استخدامها الفعال بشكل مقنع، وأن أسباب انخفاض اهتمام الجمهور بمتابعة الموضوعات الخاصة بالتنمية المستدامة جاء في الترتيب الأول افتقار المواد الإعلامية لعناصر الجذب والتشويق، والاكتفاء بالتغطية الإخبارية لتدشينها.

ومع ظهور التقنيات الحديثة المستخدمة في عملية تصميم مواقع الويب عامة، والمواقع الإخبارية خاصة، أصبح مصطلح "التصميم" غالباً ما يشير إلى معالجة العناصر المرئية بشكل هادف مقنع، كما أن تحقيق الإقناع الذي يرنو إليه مصممو المواقع الإخبارية يعتمد بشكل كبير على مدى توافر عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصرياً، وجودة تصميم وتنظيم العناصر البصرية المستخدمة في تصميم الموقع كأدوات لتحقيق الإقناع البصري وقدرتها على معالجة وتفسير المعلومات بشكل مقنع للمستخدم، ففي حالة فشل أحد المواقع الإخبارية في تقديم المعلومات المطلوبة بتصميم بصري مقنع، أو استغراق وقت في الوصول للمعلومات، فقد يعتقد المستخدم على الفور أن الموقع لا يلائم ذوقه، ثم يتركه دون عودة.

لذا تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على مدى وكيفية توافر عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصرياً للمستخدم، ومدى توظيف عناصر الوسائط المتعددة، ومؤشرات معايير جودة التصميم والتنظيم، كأدوات لتحقيق الإقناع البصري بالمواقع الإخبارية في معالجة قضايا التنمية المستدامة.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصرياً للمستخدم، وعناصر الوسائط المتعددة، ومؤشرات معايير جودة التصميم، ومؤشرات معايير جودة التنظيم.

المتغير التابع: الإقناع البصري في تصميم المواقع الإخبارية الصحفية.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من:

- أهمية قضايا التنمية المستدامة، وضرورة إشراك المواطن في عملية التنمية من خلال تقديم مضامين جذابة بالمواقع الإخبارية.
- قلّة الدراسات التي تناولت الإقناع البصري في التصميم بالمكتبة العربية، وحاجة المكتبة الإعلامية العربية إلى هذا النوع من الدراسات.
- التأثير الذي يمكن أن يحدثه الاستخدام الفعال لأدوات تصميم مقنعة تساعد في دعم الإقناع البصري بالمواقع الإخبارية.
- تُقدم الدراسة توصيات بناء على نتائج تسهم في تطوير الإقناع البصري في تصميم المواقع الإخبارية.

الأهداف:

- التعرف على عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصرياً المستخدمة بالمواقع الإخبارية محل الدراسة.
- الكشف عن مدى توافر مؤشرات معايير جودة التصميم والتنظيم المستخدمة كأدوات لتحقيق الإقناع البصري لدى المواقع الإخبارية محل الدراسة.
- الكشف عن طرق توظيف عناصر الوسائط المتعددة كأدوات لتحقيق الإقناع البصري للمواقع الإخبارية محل الدراسة.

التساؤلات:

- ما عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصرياً المستخدمة بالمواقع الإخبارية محل الدراسة؟

- ما مدى توافر مؤشرات معايير جودة التصميم والتنظيم كأدوات لتحقيق الإقناع البصري للمواقع محل الدراسة؟
- كيف تُوظَّف عناصر الوسائط المتعددة كأدوات لتحقيق الإقناع البصري للمواقع عينة الدراسة؟

#### الإطار المعرفي للدراسة:

#### التنمية المستدامة:

التنمية المستدامة: هي التنمية التي تتضمن إدماج الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمجتمع من أجل تعظيم رفاهية الإنسان في الوقت الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها<sup>33</sup>.

#### عناصر مفهوم التنمية المستدامة:

- الرخاء المادي للمجتمع، حيث تقاس مستويات التنمية المختلفة بالمؤشرات المادية.
- زيادة النمو الاقتصادي والاجتماعي للدولة وعدم استنفاد مواردها.
- الحفاظ على النواحي الثقافية والبيئية للمجتمع.
- خلق مؤسسات تساعد على تمكين أفراد المجتمع<sup>34</sup>.

#### مبادرة حياة كريمة:

تلك المبادرة الوطنية التي أطلقها الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي، وهي مبادرة متعددة في أركانها ومتكاملة في ملامحها؛ تتبّع من مسؤولية حضارية وبعد إنساني قبل أي شيء آخر، فهي أبعد من كونها مبادرة تهدف إلى تحسين ظروف المعيشة والحياة اليومية للمواطن المصري، لأنها تهدف أيضا إلى التدخل الآني والعاجل لتكريم الإنسان المصري وحفظ كرامته وحقه في العيش الكريم.

من هنا جاء دور مبادرة حياة كريمة، إحدى أهم وأبرز المبادرات الرئاسية لتوحيد جهود الدولة والمجتمع المدني والقطاع الخاص بهدف التصدي للفقر المتعدد الأبعاد، وتوفير حياة كريمة بها تنمية مستدامة للفئة الأكثر احتياجا في محافظات مصر، ولسد الفجوات التنموية بين المراكز والقرى وتوابعها، والاستثمار في تنمية الإنسان وتعزيز قيمة الشخصية المصرية.

#### أهداف المبادرة:

1. التخفيف عن كاهل المواطنين بالتجمعات الأكثر احتياجا في الريف والمناطق العشوائية في الحضر.

2. التنمية الشاملة للتجمعات الريفية الأكثر احتياجا بهدف القضاء على الفقر متعدد الأبعاد لتوفير حياة كريمة مستدامة للمواطنين على مستوى الجمهورية.
3. الارتقاء بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي والبيئي للأسر المستهدفة.
4. توفير فرص عمل لتدعيم استقلالية المواطنين وتحفيزهم للنهوض بمستوى المعيشة لأسرهم وتجمعاتهم المحلية.
5. إشعار المجتمع المحلي بفارق إيجابي في مستوى معيشتهم.
6. تنظيم صفوف المجتمع المدني وتحفيز الثقة في مؤسسات الدولة كافة.
7. الاستثمار في تنمية الإنسان المصري.
8. سد الفجوات التنموية بين المراكز والقرى وتوابعها.
9. إحياء قيم المسؤولية المشتركة بين كل الجهات الشريكة لتوحيد التدخلات التنموية في المراكز والقرى وتوابعها<sup>35</sup>.

دور المواقع الإخبارية الصحفية في معالجة قضايا التنمية المستدامة:

#### المواقع الإخبارية الصحفية:

يقصد بها المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، التي تهتم بالمعالجات الصحفية، وتقدم أخبار وتحليلات وتحقيقات للقضايا والموضوعات التي تهتم المجتمع، وتأتي على أولويات اهتمام الجمهور والدولة.

#### دور المواقع الإخبارية في معالجة قضايا التنمية المستدامة:

أثبتت العديد من الدراسات العربية وغير العربية أن المواقع الإخبارية في عصرنا الحالي تأتي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها كثير من الجمهور بمختلف أعمارهم، وميولهم، واهتماماتهم، ويتعاضد دورها في معالجة القضايا المهمة في المجتمع، فتأتي مساعدة ومساندة لأجهزة الدولة، وبالأخص القضايا المهمة، كقضية التنمية المستدامة، فأصبح لزاماً لنجاح أي مشروع تنموي تهدف الدولة لتحقيقه أن يتبنى الإعلام معالجته وتوعية المواطنين به، فيقف الإعلام التنموي جنباً إلى جنب مع أجهزة الدولة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال:

- 1 - المساعدة في تهيئة المواطنين فكرياً بما يخدم المصلحة العامة ويسهم في تحقيق خطط الدولة من أجل تحقيق التنمية المستدامة.
- 2 - الإسهام في تشكيل اتجاهات إيجابية تخدم خطة الدولة نحو التنمية المستدامة.

- 3 - العمل على كسب ثقة المواطن كشريك في الخطط والبرامج التنموية بشكل فعال، وتشجيعه على المشاركة الإيجابية.
- 4 - الشرح والتفسير للأفكار المستحدثة لخطط التنمية المستدامة وتقريبها للجمهور البسيط.
- 5 - توظيف عناصر الوسائط المتعددة توظيفاً يخدم معالجة قضايا التنمية المستدامة.
- 6 - توظيف مؤشرات جودة تصميم وتنظيم المواقع الإخبارية لمعالجة قضايا التنمية المستدامة.
- 7 - الاستفادة من تقنيات المواقع الإخبارية الحديثة في معالجة قضايا التنمية المستدامة.
- 8 - العمل على تحقيق أكبر قدر من التفاعلية مع الجمهور لتحقيق مزيد من التأثير فيهم لخدمة خطة الدولة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.
- 9 - الاستفادة من الأشكال الصحفية البصرية كالإنفو جرافيك في عرض المعلومات وتبسيطها لمعالجة قضايا التنمية المستدامة.

#### الإقناع البصري:

تتبع عملية تصميم المضمون من عملية التحليل إلى التخطيط إلى التنفيذ، ومرحلة تنظيم المضمون تتطلب تركيب الأجزاء المختلفة التي يتكون منها الموقع الإخباري، وذلك من خلال بناء نماذج مصغرة لأجزاء الموقع المختلفة، وتعد هذه النماذج ذات أهمية لسببين:

**الأول:** تشكل طريقة فضلى لاختيار حركة المستخدم داخل الموقع، وتطوير الأدوات التي تساعد على التفاعل بين المستخدم والموقع.

**الثاني:** خلق نموذج يسمح للمصممين بتخطيط العلاقة بين الكيفية التي يظهر بها الموقع وكيفية تصميم المعلومات التي تدعمها أدوات الحركة داخل الموقع في العلاقة بين الشكل والمضمون، ولا بد أن تكون هذه النماذج غير معقدة<sup>36</sup>.

**الإقناع هو:** عبارة عن اتصال مكتوب أو منطوق أو بصري يهدف بشكل ما إلى التأثير على اتجاهات واعتقادات المستقبل وسلوكه<sup>37</sup>.

### الإقناع البصري:

هو أي إشارات أو صور أو رسائل نصية تحمل التأثيرات المؤثرة على انطباع المستخدمين الأول، وبذلك تؤثر على دوافعهم ونياتهم السلوكية. التصميم المقنع: هو التصميم القائم من وجهة نظر المستخدم ودوافعه وتفضيلاته، ويستهدف التأثير على سلوك المستخدمين واتجاهاتهم، وتحقيق التفاعل والثقة بينهم، وخلق انطباع جيد بين المستخدم والموقع.

وترى الباحثة أن الإقناع البصري للمستخدم يتحقق من خلال:

#### 1- تحقيق عوامل الانطباع الأول المقنع بصريا بالمواقع الإخبارية:

الانطباع الأول هو ما يحدث عندما يواجه المستخدم لأول مرة الموقع الإخباري، فيشكل صورة ذهنية سريعة، ويختار ما بين المتابعة أو عدم المتابعة للموقع. عوامل تحقيق الانطباع المقنع الأول لدى المستخدم:

- سرعة التحميل.
- سرعة الاستجابة لأسئلة المستخدمين.
- استجابة الروابط والصفحات.
- عرض الآراء والتعليقات.
- عدد القراءات والاهتمام للنص<sup>38</sup>.

2- توظيف مؤشرات معايير جودة التصميم والتنظيم كأدوات لتحقيق الإقناع البصري: يتحقق الإقناع البصري من خلال توظيف مؤشرات معايير جودة التصميم والتنظيم (الجادبية، وملاءمة التصميم لنوع الخدمة المقدمة بالموقع، والوضوح وتوافر البيانات الأساسية، وسهولة التعامل).

#### 3- توظيف عناصر الوسائط المتعددة كأدوات لتحقيق الإقناع البصري:

يتحقق الإقناع البصري من خلال التوظيف الأمثل لعناصر الوسائط المتعددة (النصوص، والألوان، والصوت، والصور، والفيديو، والإنفو جرافيك الثابت والمتحرك). منهجية الدراسة:

#### نوع الدراسة ومنهجها:

نوع الدراسة: تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير، وتحليل، وتقويم خصائص موقف أو مجموعة معينة، ودراسة الحقائق المتعلقة بها؛ بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها<sup>39</sup>.

ولم تقف الباحثة في هذا النوع عند جمع المعلومات والبيانات فقط، ولكن حلتها تحليلاً كيفياً لاستخلاص نتائج ودلالات مفيدة يمكن تعميمها.

وتحاول الباحثة في إطار الدراسة الحالية جمع البيانات والمعلومات عن كيفية تكاملية العلاقة التصميمية بين {توافر عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصريا، والتوظيف المقنع لعناصر الوسائط المتعددة، ومراعاة توافر مؤشرات معايير جودة التصميم والتنظيم المقنع}، في المواقع الإخبارية عينة الدراسة وتوظيفها في تحقيق الإقناع البصري للمعالجة الصحفية لمبادرة "حياة كريمة".

#### منهج الدراسة:

منهج المسح الإعلامي بشقيه الكمي والكيفي: هو جهد علمي منظم، بواسطته تُجمع البيانات والمعلومات من مجتمع الدراسة، وقد ساعد الباحثة في إمكانية استخدام الأرقام للتحليل والتفسير للتوصل إلى نتائج كيفية تفسيرية محددة يمكن تعميمها.

الأسلوب المقارن: استخدمته الباحثة بهدف المقارنة بين كيفية استخدام أدوات تحقيق الإقناع البصري بالمواقع الإخبارية محل الدراسة.

#### مجتمع الدراسة:

جدول (1) يوضح مجتمع الدراسة

م	اسم الموقع الإخباري	رابط الموقع الإخباري	اتجاه الموقع ونمطه
1	بوابة أخبار اليوم الإلكترونية	<a href="https://akhbarelyom.com">/https://akhbarelyom.com</a>	قومي
2	الأهالي	<a href="http://alahalygate.com">/http://alahalygate.com</a>	حزبي
3	اليوم السابع	<a href="https://www.youm7.com">/https://www.youm7.com</a>	مستقل

#### العينة الزمنية للدراسة:

سنة أشهر من 17/7/2021 حتى 17/1/2022

#### طريقة العينة وأسلوبها:

استخدمت الباحثة أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، بطريقة الأسبوع الصناعي، وذلك لأنه يعطي فرصاً متساوية لجميع أيام الصدور لأن تكون متمثلة في العينة (السبت من الأسبوع الأول، والأحد من الأسبوع الثاني، والاثنين من الأسبوع الثالث، ... إلخ)، لضمان البعد الزمني نفسه بين الأيام وبعضها.

وبلغ حجم العينة من المواقع الإخبارية الثلاثة (674)، موزعة كما يلي:

جدول (2) يوضح توزيع عينة الدراسة

اليوم	اليوم السابع	بوابة أخبار اليوم الإلكترونية	الأهالي	المجموع
السبت 17/7/2021	29	2	-	31
الأحد 25/7/2021	33	2	1	36
الاثنين 2/8/2021	14	13	-	27
الثلاثاء 10/8/2021	27	16	-	43
الأربعاء 18/8/2021	21	13	1	35
الخميس 26/8/2021	17	10	-	27
الجمعة 3/9/2021	14	2	-	16
السبت 11/9/2021	22	3	-	25
الأحد 19/9/2021	13	4	-	17
الاثنين 27/9/2021	17	4	-	21
الثلاثاء 5/10/2021	30	13	1	44
الأربعاء 13/10/2021	23	16	-	39
الخميس 21/10/2021	15	13	-	28
الجمعة 29/10/2021	21	10	-	31
السبت 6/11/2021	32	2	-	34
الأحد 14/11/2021	21	2	-	23
الاثنين 22/11/2021	29	3	-	32
الثلاثاء 30/11/2021	33	4	-	37
الأربعاء 8/12/2021	14	2	1	17
الخميس 16/12/2021	27	2	-	29
الجمعة 24/12/2021	21	1	-	22
السبت 1/1/2022	17	4	-	21
الأحد 9/1/2022	14	1	-	15
الاثنين 17/1/2022	22	2	-	24
المجموع	526	144	4	(674)

أدوات جمع البيانات:

استمارة تحليل الشكل.

إجراءات الصدق والثبات:

- عرضت الاستمارة على محكمين في مجال التصميم الإلكتروني؛ للاستفادة من خبراتهم وتعديل الاستمارات وفق مقترحاتهم، وذلك لقياس الصدق الظاهري للاستمارة.

قياس الصدق والثبات إحصائياً:

طبقت الباحثة أسلوب المقارنة بين فترتين زمنيتين؛ وذلك بتحليل الشكل للمواقع - عينة الدراسة - بشكل يومي لمدة أسبوع بواسطة استمارة تحليل الشكل، ثم إعادة تحليلها مرة

أخرى لأسبوع آخر، ثم حساب ثبات الأداة والصدق، وهو الجذر التربيعي للثبات باستخدام معامل (ألفا كرونباخ) من حزمة التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS، وبلغت قيمة الثبات 0.73 وقيمة الصدق 0.85 وهما قيمتان عاليتان. المقاييس الإحصائية المستخدمة: أسلوب التكرارات البسيطة.

#### الجانب التطبيقي ونتائج الدراسة:

تأتى نتائج الدراسة من خلال الإجابة عن التساؤلات البحثية المطروحة وفق المحددات والمعايير التي وضعتها الباحثة لتحقيق الإقناع البصري في تصميم المواقع الإخبارية؛ إذ أن كل تساؤل يمثل ركنا من أركان تحقيق الإقناع البصري في التصميم.

وينطلق تحليلنا فيما يخص التساؤل الأول - ما عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصريا المستخدمة بالمواقع الإخبارية محل الدراسة؟ - من خلال معرفة مدى توافر عوامل تحقيق الانطباع الأول لدى المستخدم بمواقع الدراسة، وكما يتضح في الجدول التالي:

جدول (3) يوضح عوامل تحقيق الانطباع المقنع الأول لدى المستخدم بمواقع الدراسة

العامل	اليوم السابع		الأخبار		الأهالي	
	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر
سرعة التحميل	√		√		√	
سرعة الاستجابة لأسئلة المستخدمين		X		X	X	
استجابة الروابط والصفحات	√		√		√	
عرض الآراء والتعليقات	√			X	X	
عدد القراءات والاهتمام للنص		X		X	√	

اتفقت المواقع الإخبارية الثلاثة عينة الدراسة في سرعة التحميل، فكلها ذات سرعة تحميل عالية، وفي استجابة الروابط والصفحات، وفي عامل سرعة الاستجابة لأسئلة المستخدمين كانت غير متوفرة بالمواقع الثلاثة، وقد يرجع ذلك إلى عدم وجود رابط لعرض الآراء والتعليقات للجمهور كموقع الأخبار، والأهالي، إلا أنه متوفر في موقع اليوم السابع رابط لعرض الآراء والتعليقات، إلا أنه لا يوجد تفاعل من الجمهور مطلقاً في الرابط طوال فترة الدراسة، بينما جربت الباحثة الدخول على الخبر نفسه في موقع

التواصل الاجتماعي- فيس بوك- فوجدت تفاعلاً كبيراً من الجمهور، وهذا قد يرجع إلى إقبال الجمهور المتفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من المواقع الإخبارية. وانفرد الموقع الإخباري لجريدة الأهالي بعرض عدد القراءات والاهتمام بالنص، وبلغ في الموضوعات الأربعة التي تناولها الموقع عن قضايا التنمية المستدامة خلال فترة الدراسة (439)، ورغم انفراد الموقع بذلك إلا أن عدد القراءات ضعيف جداً من وجهة نظر الباحثة.

وينطلق تحليلنا فيما يخص التساؤل الثاني - ما مدى توافر مؤشرات معايير جودة التصميم والتنظيم كأدوات لتحقيق الإقناع البصري للمواقع محل الدراسة؟ من خلال عرض وتحليل الجداول التالية (4،5،6):

جدول (4) يوضح كيفية استخدام وتوظيف مؤشرات معايير جودة التصميم (معياري الجاذبية) للإقناع البصري بمواقع الدراسة

الأهالي		الأخبار		اليوم السابع		الموقع	
غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	مؤشرات معيار الجاذبية	
	√		√		√	تحقق الوحدة مع عناصر الصفحة	معياري الجاذبية
	√		√		√	البساطة في التصميم	
x		X			√	يتسم بالجاذبية من حيث الابتكار والتصميم	
	√		√		√	تحقيق التوازن في توزيع العناصر البنائية	
	√		√		√	تحقيق التباين في توزيع العناصر البنائية	
	√		√		√	تحقيق التناسب في توزيع العناصر البنائية	
	√		√		√	تحقيق التناسب في توزيع العناصر البنائية	

يتضح من الجدول السابق توافر غالبية مؤشرات معيار الجاذبية بالمواقع الإخبارية عينة الدراسة كما يلي:

الوحدة: توافر مؤشر الوحدة في جميع صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة، وظهرت كل الصفحات في ترتيب يعكس الوحدة في التصميم.

فتحقق الوحدة عن طريق الانسجام أو الوفاق بين مجموعة من العناصر البنائية تشترك مع بعضها في تحقيق الوحدة، وتنشأ نتيجة الإحساس بالكمال الذي ينبعث من الاتساق بين الأجزاء، فالمقصود بالوحدة في العمل الفني أن يحتوي العمل على نظام خاص من العلاقات تتربط أجزاءه حتى يمكن إدراكه من خلال وحدته في نظام متسق متآلف تخضع له كل التفاصيل وفق منهج واحد<sup>40</sup>.

## البساطة في التصميم:

التكدس والازدحام في تصميم المواقع الإخبارية ينعكس سلباً على بقاء المستخدمين بالموقع، وعدم الازدحام في المضامين وبساطة الرؤية، والانتقال السهل بين المضامين يسهم بشكل إيجابي في الحفاظ على المستخدمين لفترة طويلة، وإكساب الموقع انطباعاً إيجابياً. ويكون أكثر إقناعاً بصرياً.

- توفر مؤشر البساطة في التصميم في جميع صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة، فظهرت البساطة في توزيع وترتيب العناصر البنائية، واستخدام الألوان.

## الجاذبية من حيث الابتكار والتصميم:

يجب الإشارة إلى أنه على الرغم من وجود مبادئ وأسس وعناصر يجب توافرها في تصميم المواقع إلا أن تصميم المواقع الإخبارية يتباين من موقع لآخر، من حيث الابتكار والتصميم، لأن التصميم عمل إبداعي في الأساس يقوم على الاختلاف والابتكار وكسر الجمود والرتابة، وتبقى بصمة المصمم هي الإبداع والاختلاف.

- انفردت صفحات الموقع الإخباري لليوم السابع بتوفر مؤشر الجاذبية من حيث الابتكار والتصميم، فقد ظهر أكثر جاذبية في توزيع العناصر البنائية، واستخدام الألوان، فظهر العنوان جذاب باللون الأحمر القاتم الذي ينسجم مع لافتة وشعار الموقع، بينما لم يتوفر مؤشر الجاذبية في الابتكار والتصميم بموقعي الأخبار والأهالي، فظهر تصميم الصفحات عادي جداً وغير مبتكر في توزيع العناصر البنائية.

## التوازن في توزيع العناصر البنائية:

يشير هذا المبدأ إلى توزيع العناصر البنائية بالتساوي على الصفحة وعدم إثقال جزء أو أكثر منها بالعناصر البنائية على حساب بقية أجزاء الصفحة<sup>41</sup>.

- توافر مؤشر التوازن بجميع صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة.

## التباين في توزيع العناصر البنائية:

يعرف التباين بأنه تجنب وجود العناصر المتشابهة في الحجم واللون والمساحة مجاورة لبعضها<sup>42</sup>.

- توافر مؤشر التباين بوضوح بجميع صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة، من خلال التباين في استخدام الألوان بين الشكل والأرضية، وتباين في استخدام الحروف

الكبيرة في العناوين والحروف الأقل حجماً بالنصوص، والتباين في حجم صور الموضوع عن صور بقية أجزاء الصفحة.

التناسب في توزيع العناصر البنائية:

يأخذ التناسب في التصميم عادة أشكال منها:

التناسب في حجم متون النصوص: يقصد به تناسب حروف المتن مع المقدمة مع العناوين الفرعية، ووضع علماء التصميم قاعدة لتناسب النصوص: أن تكون المقدمات أكبر من حجم خطوط المتن بمقدار نقطتين، والعناوين أكبر في المقدمة بمقدار نقطتين. التناسب في حجم الأعمدة: أن تتناسب أعمدة الصفحة بعضها مع بعض، وقد يكون هناك عمود كبير للغاية والآخر صغير للغاية.

التناسب في مساحة الصور: فيجب أن تتناسب الصور في الصفحة مع بعضها، وأيضاً تتناسب تلك الصور مع الموضوعات التي تعرض فيها<sup>43</sup>.

- توافر مؤشر التناسب في توزيع العناصر البنائية بجميع صفحات المواقع الإخبارية - عينة الدراسة، وظهر التناسب واضحاً في حجم الأعمدة، ومساحات الصور، وفي حجم متون النصوص، وهذا ما يتناوله بالتفصيل تحليل جدول (8).

جدول (5) يوضح كيفية استخدام وتوظيف مؤشرات معايير جودة التصميم (مقياس الملاءمة) في الإقناع البصري بمواقع الدراسة

الأهالي		الأخبار		اليوم السابع		الموقع	مؤشرات مقياس الملاءمة
غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر		
	√		√		√	استخدام نوع خط مناسب للمحتوى	مقياس (الملاءمة)
	√		√		√	ملاءمة الصور المستخدمة لنوع الخدمة	
	√		√		√	ملاءمة الألوان المستخدمة لنوع الخدمة	
X			√		√	ملاءمة الفيديو المستخدم لنوع الخدمة	
X		X		X		ملاءمة الصوت المستخدم لنوع الخدمة	
X			√		√	ملاءمة الرسوم الثابتة المستخدمة لنوع الخدمة	
X		X			√	ملاءمة الرسوم المتحركة المستخدمة لنوع الخدمة	

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

الملاءمة: يقصد بها ملاءمة التصميم من حيث (نوع الخط، والصور، والألوان، والفيديو، والصوت، والرسوم الثابتة والمتحركة) لنوع الخدمة المقدمة بالموقع.

اتفقت المواقع الإخبارية الثلاثة عينة الدراسة في توافر مؤشرات ملاءمة (نوع الخط المستخدم، والصور، والألوان) لنوع الخدمة المقدمة بالموقع، ولم تستخدم الصحف الثلاثة الملفات الصوتية بالتصميم طوال فترة الدراسة، وانفرد موقع اليوم السابع الإخباري بتناول الرسوم المتحركة، وكان تناول ملائم لنوع الخدمة المقدمة.

أما موقع الأخبار فتوافرت به كل المؤشرات ما عدا الصوت، والرسوم المتحركة، وغابت غالبية مؤشرات معيار الملاءمة من الموقع الإخباري لجريدة الأهالي، فلم يظهر خلال فترة الدراسة الفيديو، والصوت، والرسوم الثابتة والرسوم المتحركة، ويتناول جدول (8) كيفية استخدام المؤشرات السابقة.

جدول (6) يوضح كيفية استخدام وتوظيف مؤشرات معايير جودة التنظيم في الإقناع البصري بمواقع الدراسة

الأهالي		الأخبار		اليوم السابع		الموقع	مؤشرات معيار جودة الروابط وسهولة الوصول
متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر		
x			√		متوفر بنسبة 50%	وجود روابط مواقع أخرى ذات علاقة وسط النص	معيار (جودة الروابط)
	√	x		غير متوفر بنسبة 50%		لا توجد روابط مواقع أخرى ذات علاقة وسط النص	
x		x		x		يتغير لون الرابط عند الاستخدام وسط النص	
	√		√		√	وجود روابط مواقع أخرى ذات علاقة آخر النص	
	√		√		√	يتغير لون الرابط عند الاستخدام آخر النص	
	√		√		√	بالصفحات الطويلة يوجد رابط للوصول لأعلى الصفحة	
	√	x			√	سهولة الرجوع للصفحة الرئيسية	
x		x			√	يوجد روابط لتعليقات القراء	
	√		√		√	عرض مقدمات للموضوعات والانتقال منها للصفحات الداخلية	معيار (سرعة وسهولة الوصول)

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

نعني بجودة التنظيم جعل الموقع مرتباً ومنظماً تنظيمياً يسهل تحقيق الغرض منه للمستفيد، وتنقسم معايير جودة التنظيم إلى معيارين (جودة الروابط، وسهولة الوصول)

وكل معيار يحتوي على عدة مؤشرات، كما يتضح في الجدول السابق لتقييم المواقع بناء على توافر هذه المؤشرات.

#### معييار (جودة الروابط):

- انفرد الموقع الإخباري للأخبار بتوافر مؤشر (وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة وسط النص)، ولكن لا يتغير لون الرابط عند الاستخدام، وتوافر بنسبة ٥٠٪ فقط بموقع اليوم السابع، ولم يتغير لونه أيضاً عند الاستخدام، بينما لم يتوافر هذا المؤشر بالموقع الإخباري للأهالي.
- اتفقت المواقع الإخبارية الثلاثة عينة الدراسة في توافر المؤشرات التالية (وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة آخر النص)، وظهر الرابط (بتغيير لونه عند الاستخدام)، وبالصفحات الطويلة يوجد رابط للوصول لأعلى الصفحة)
- توافر مؤشر (سهولة الرجوع للصفحة الرئيسية) بكل من الموقع الإخباري للأهالي واليوم السابع، بينما لم يكن الرجوع سهلاً أو بتسلسل منطقي للصفحة الرئيسية بالموقع الإخباري للأخبار، وهذا الأمر أربك الباحثة كثيراً في تجميع عينة الدراسة واستغرق كثيراً من الوقت والجهد.
- لم يتوافر مؤشر (يوجد روابط لتعليقات القراء) بكل من الموقع الإخباري للأخبار، والأهالي، بينما توافر في اليوم السابع ولكن لم يظهر مطلقاً طول فترة الدراسة تعليق واحد من القراء، ولا أي تفاعل، بينما لاحظت الباحثة عند فتح رابط الخبر نفسه بمواقع التواصل الاجتماعي، تفاعلاً كبيراً من القراء، وهو ما يستدعي النظر في أسباب عزوف القراء عن التفاعل بالمواقع الإخبارية، واقتصار التفاعل بمواقع التواصل الاجتماعي فقط، وقد يرجع ذلك إلى إقبال كثير من الجمهور المتفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يتطلب الأمر إجراء دراسات عن أسباب عزوف الجمهور عن التفاعل بالمواقع الإخبارية.

#### معييار (سرعة وسهولة الوصول)

- اتفقت المواقع الإخبارية الثلاثة عينة الدراسة في توافر مؤشر (عرض مقدمات للموضوعات والانتقال منها للصفحات الداخلية)، مما يؤكد حرص جميع المواقع

عينة الدراسة المحافظة على توفير سرعة وسهولة وصول المستخدم للمحتوى بسهولة ويسر.

وينطلق تحليلنا فيما يخص التساؤل الثالث- كيف وُظفت عناصر الوسائط المتعددة كأدوات لتحقيق الإقناع البصري للمواقع عينة الدراسة؟ من خلال عرض وتحليل الجداول التالية (7،8):

جدول (7) يوضح استخدام عناصر الوسائط المتعددة في الإقناع البصري بمواقع الدراسة

الترتيب ب	المجموع		الأهالي		الأخبار		اليوم السابع		عناصر الوسائط المتعددة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	55.5	1736	33.3	44	37.5	1805	58.9	1552	الصور
2	21.5	674	33.3	44	30	144	19.9	526	النصوص
2	21.5	674	33.3	44	30	144	19.9	526	الألوان
-	-	-	-	-	-	-	-	-	الصوت
3	0.9	29	-	-	1.7	8	0.8	21	الفيديو
4	0.4	14	-	-	0.8	4	0.3	10	الرسوم الثابتة
5	0.03	1	-	-	-	-	0.04	1	الرسوم المتحركة
-	100	3128	0.4	12	15.4	4804	84.3	2636	المجموع

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- أن الوسائط المتعددة ظهر أغلبها في الموقع الإخباري لليوم السابع، ولم يوجد (الفيديو، والصوت، والرسوم الثابتة والمتحركة) مطلقاً في تصميم موقع الأهالي، بينما تفوق بشكل ملحوظ توظيف الوسائط المتعددة في الإقناع البصري بتصميم صفحات التنمية المستدامة بموقع اليوم السابع.
- تفوق استخدام الصور كوسيط من الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية الثلاثة عينة الدراسة، حيث جاءت بالترتيب الأول بنسبة (55.5%)، وتفوق في استخدامها موقع اليوم السابع، فقد جاءت في الترتيب الأول بنسبة (58.9%)، مما يعكس اهتمام الموقع بالصورة الصحفية واستخدامها كتوثيق للمضامين المقدمة لقضية التنمية المستدامة، فظهرت في عديد من الموضوعات ملفات كاملة للصورة بجودة عالية.

- يليها استخدام الألوان والنصوص في الترتيب الثاني بنسبة (21.6%).
- وجاء استخدام الفيديوهات في الترتيب الثالث بنسبة (0.9%)، بواقع 21 فيديو بموقع اليوم السابع، و4 لموقع الأخبار، في حين لم يظهر استخدام الفيديو في الموقع الإخباري للأهالي خلال فترة الدراسة.
- جاء استخدام الرسوم الثابتة بالترتيب الرابع، وأعلى عدد باليوم السابع 10 رسوم، مقابل 4 بالأخبار، ولم تظهر الرسوم الثابتة في الموقع الإخباري للأهالي خلال فترة الدراسة.
- جاء بالترتيب الخامس والأخير استخدام الرسوم المتحركة، وانفرد به موقع اليوم السابع.
- لم تستخدم مواقع الدراسة الملفات الصوتية، ويؤخذ هذا الإجراء عليها، إذ إن التسجيلات والملفات الصوتية تعد من عناصر الوسائط المتعددة المهمة في توثيق البيانات الواردة في الموضوعات.
- لم يستخدم الموقع الإخباري لكل من (الأخبار، والأهالي) الرسوم المتحركة إطلاقاً طوال فترة الدراسة، علماً بأن الرسوم المتحركة كالإنفوجرافيك المتحرك مثلاً، لها دور لا يستهان به في معالجة الموضوعات؛ فتستطيع تقديم الأرقام والإحصائيات والمقارنات بشكل تسلسلي ممتع وجذاب.

جدول (8) يوضح كيفية استخدام وتوظيف عناصر الوسائط المتعددة في تصميم موقع الدراسة للإقناع البصري

المجموع		الأهالي		الأخبار		اليوم السابع		القالب الصحفي		عناصر الوسائط المتعددة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	144	-	-	100	144	-	-	-	-	استخدام نوع خط واحد
100	530	0.8	4	-	-	99.2	526	-	-	استخدام نوعين من الخطوط
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	استخدام أكثر من نوعين من الخطوط
100	674	33.3	4	32.4	144	32.9	526	-	-	البعد عن الخطوط المزخرفة (غير التقليدية)
100	674	33.3	4	32.4	144	32.9	526	-	-	تحقيق النسبة والتناسب
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	استخدام أقل من ثلاثة ألوان
100	670	-	-	21.5	144	78.5	526	-	-	استخدام ثلاثة ألوان
100	4	100	4	-	-	-	-	-	-	استخدام أربعة ألوان
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	استخدام أكثر من أربعة ألوان
100	674	33.3	4	32.4	144	32.9	526	-	-	استخدام الألوان الفاتحة بالخلفيات
100	674	33.3	4	32.4	144	32.9	526	-	-	المحافظة على تحقيق التباين بين الشكل والأرضية
100	674	33.3	4	32.4	144	32.9	526	-	-	استخدام لون واحد لعرض نوع واحد من الموضوعات
100	674	33.3	4	32.4	144	32.9	526	-	-	تحقيق التوافق والتناسق في الألوان
100	89	2.2	2	13.5	12	84.3	75	-	-	استخدام صور أرشيفية
100	923	0.1	1	11.9	110	87.9	812	-	-	ذات جودة عالية
100	813	0.4	3	8.6	70	91.0	740	-	-	ذات جودة منخفضة
100	1291	0.07	1	11.5	148	88.5	1142	-	-	توضيح المحتوى وتفسره
100	445	0.7	3	7.2	32	92.1	410	-	-	لا توضيح المحتوى وتفسره
100	29	-	-	27.6	8	72.4	21	-	-	استخدام فيديوهات
100	20	-	-	40	8	60	12	-	-	الفيديو ذات جودة مرئية عالية
100	9	-	-	-	-	100	9	-	-	الفيديو ذات جودة مرئية منخفضة
100	29	-	-	27.6	8	72.4	21	-	-	سريع التحميل
100	29	-	-	27.6	8	72.4	21	-	-	يظهر شريط التحميل للمشاهد
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	تقديم فيديو حي
100	12	-	-	16.6	2	83.4	10	-	-	الرسوم تشرح وتوضح المحتوى
100	2	-	-	100	2	-	-	-	-	الرسوم لم تقدم شرحا للمحتوى
100	12	-	-	16.6	2	83.4	10	-	-	تقدم تبسيطا لموضوعات معقدة
100	14	-	-	28.6	4	71.4	10	-	-	تقدم إحصائيات وأرقام
100	2	-	-	100	2	-	-	-	-	الرسوم معقدة وغير مفهومة
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	استخدام الخرائط
100	1	-	-	100	1	-	-	-	-	استخدام رسوم بيانية
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	تقديم وثائق ومستندات خطية
100	1	-	-	-	-	100	1	-	-	توجد الرسوم المتحركة وسط الصفحة

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

كيفية استخدام وتوظيف مواقع الدراسة للنصوص في الإقناع البصري للتصميم:

حرصت مواقع الدراسة على توظيف النصوص توظيفاً أمثل كوسيط من الوسائط المتعددة؛ حيث استخدمت نوع خط مناسب للمحتوى، بعيداً عن استخدام الخطوط المزخرفة غير التقليدية.

- استخدم موقع جريدة الأهالي، واليوم السابع نوعين من الخطوط ( Times New Roman، Arial).

- تحققت النسبة والتناسب في الحجم بين العنوان ومتم النصوص، فجاء العنوان بموقعي الأخبار، والأهالي بمقاس 15 بنط، والنص بمقاس 11.5 بنط، أما بالنسبة لموقع اليوم السابع فميز العنوان باللون الأحمر القاتم الذي يتوافق وينسجم مع ألوان الموقع، وجاء بحجم 19.5 بنط، ومتم النصوص 12 بنط، وهذا الإجراء تراه الباحثة مناسباً جداً في توظيف الخطوط بموقع الدراسة.

**كيفية استخدام وتوظيف مواقع الدراسة للألوان في الإقناع البصري للتصميم:**

حرصت مواقع الدراسة على توظيف الألوان توظيفاً أمثل كوسيط من الوسائط المتعددة؛ حيث اتسم الاستخدام بالتوافق والتناسق، واستخدام لون واحد لعرض نوع واحد من الموضوعات، واستخدام الألوان الفاتحة بالخلفيات، والمحافظة على تحقيق التباين بين الشكل والأرضية بجميع موضوعات مواقع الدراسة.

- استخدم الموقع الإخباري لليوم السابع والأخبار ثلاثة ألوان، وهو الاستخدام الأمثل في عدد الألوان من وجهة نظر الباحثة، واستخدم موقع جريدة الأهالي أربعة ألوان، ولم تستخدم مواقع الدراسة أكثر من أربعة ألوان مطلقاً طوال فترة الدراسة، وهذا يؤكد التوظيف الأمثل للألوان، إذ إن أكثر من أربعة ألوان بالموقع يعطي انطباعاً بالازدحام.

- جاء في تصميم صفحات "حياة كريمة" للمضامين باليوم السابع استخدام اللونين الأحمر والأسود على خلفية بيضاء أو رمادية فاتحة، مما يوظف التباين على الصفحة، ولاحظت الباحثة أنها تمثل الألوان الرئيسية للموقع، حيث جاءت في الشعار والترويسة والموضوعات، وهذا يعكس أيضاً الوحدة في التصميم، وحسن توظيف الألوان، كما يظهر في الشكل التالي لصفحة الموقع.



شكل (1) نموذج لصفحة حياة كريمة بموقع اليوم السابع

كيفية استخدام وتوظيف مواقع الدراسة للصور في الإقناع البصري للتصميم  
 حرصت مواقع الدراسة على توظيف الصور توظيفاً أمثل كوسيط من الوسائط المتعددة  
 من حيث العدد أولاً، وجودة الصورة ثانياً، وصاحب كل موضوع صورة أو أكثر من صورة،  
 أغلبها بموقع اليوم السابع.

- جاءت غالبية الصور موضحة ومفسرة للمحتوى (1291) صورة، وذات جودة مرئية  
 عالية (923) صورة، وقد يرجع وجود بعض الصور بجودة منخفضة (813) من  
 وجهة نظر الباحثة إلى اعتماد كثير من الصحفيين على التصوير بالهاتف المحمول  
 فتختلف جودة الأجهزة وينعكس ذلك على جودة الصورة، كما يظهر في الشكل التالي.



شكل (2) نموذج لصورة منخفضة الجودة<sup>44</sup>

ظهرت بعض الصور وبها عيوب فنية، كعدم الدقة في قطع الصورة كما يظهر في الشكل  
 التالي.



شكل (3) نموذج لصورة بها عيوب فنية<sup>45</sup>

- يؤخذ على المواقع الإخبارية عينة الدراسة استخدام الصور الأرشيفية في معالجة قضية مهمة كقضية التنمية المستدامة، فغالبية الموضوعات المقدمة كانت تحتاج لتغطيتها ملفات صور لتوثيقها أكثر من ذلك، فالصور الأرشيفية تُستخدم عند الحاجة إليها فقط كتوثيق لحدث تاريخي مثلاً.



شكل (4) نموذج لصورة أرشيفية<sup>46</sup>



شكل (5) نموذج لصورة أرشيفية<sup>47</sup>

كيفية استخدام وتوظيف مواقع الدراسة للصوت في الإقناع البصري للتصميم: لم توظف المواقع الإخبارية عينة الدراسة الصوت كوسيط من الوسائط المتعددة في الإقناع البصري خلال فترة الدراسة.

كيفية استخدام وتوظيف موقع الدراسة للفيديو في الإقناع البصري للتصميم: حرص كل من الموقع الإخباري لليوم السابع والأخبار على التوظيف الأمثل للفيديو، وجاءت كل الفيديوهات سريعة التحميل، وأظهرت شريط التحميل للمشاهد، بينما لم يستخدم الموقع الإخباري لجريدة الأهالي الفيديو في تصميم صفحات التنمية المستدامة خلال فترة الدراسة.

- جاءت كل فيديوهات الموقع الإخباري للأخبار ذات جودة مرئية عالية، بينما جاءت (9) فيديوهات بالموقع الإخباري لليوم السابع بجودة مرئية منخفضة، وقد يرجع ذلك إلى السبب نفسه الذي سبق وذكرته الباحثة في ظهور بعض الصور ذات جودة

منخفضة، ألا وهو اعتماد كثير من الصحفيين على التصوير بالهاتف المحمول، فتختلف جودة الأجهزة وينعكس ذلك على جودة الصورة.

- لم توظف المواقع الإخبارية الثلاثة الفيديو الحي في تصميم صفحات التنمية المستدامة خلال فترة الدراسة، مما ينعكس سلباً على الإقناع البصري بتصميم المواقع، لأن الفيديو الحي يستطيع ربط المشاهد أكثر ويحقق مصداقية أكبر. كيفية استخدام وتوظيف مواقع الدراسة للرسوم الثابتة في الإقناع البصري للتصميم: جاء استخدام الرسوم الثابتة قبل الأخير في توظيفها لتحقيق الإقناع البصري بمواقع الدراسة، ولم يوظفها الموقع الإخباري لجريدة الأهالي خلال فترة الدراسة لتحقيق الإقناع البصري.

وحرص الموقع الإخباري لليوم السابع على التوظيف الأمثل للرسوم الثابتة (الإنفوجرافيك)، وجاءت كل الرسوم (تشرح وتوضح المحتوى، وتقدم تبسيطاً لموضوعات معقدة، وتقدم إحصائيات وأرقام)، ووظف الموقع الإخباري للأخبار (50%) من الرسوم الثابتة (لم تقدم شرحاً للمحتوى، والرسوم معقدة وغير مفهومة)، بينما لم يستخدم الموقع الإخباري لجريدة الأهالي الرسوم الثابتة مطلقاً في تصميم صفحات التنمية المستدامة خلال فترة الدراسة.

لم توظف المواقع الإخبارية الثلاثة خلال فترة الدراسة (الخرائط، وتقديم وثائق ومستندات خطية) في الإقناع البصري لتصميم صفحات التنمية المستدامة، وتعد المستندات الخطية من أهم الوثائق التي تستطيع أن تدعم وتؤكد المعلومات بالحقائق، في حين استخدم الموقع الإخباري للأخبار الرسوم البيانية مرة واحدة فقط، ولم يتناولها بشكل من الإبداع، بل ظهرت عبارة عن أعمدة فقط، وكان من الممتع أن يوظف الموقع الرسوم البيانية بشكل أكثر إبداعاً، حيث إن الرسوم البيانية تساعد على تبسيط المعلومات، وسهولة تذكر الأرقام فيما بعد.



## مناقشة النتائج ومقارنتها بالدراسات السابقة:

- لم يتوافر مؤشر (وجود روابط لتعليقات القراء) بكل من الموقع الإخباري للأخبار، والأهالي، بينما توافر في اليوم السابع، ولكن لم يظهر مطلقاً طول فترة الدراسة تعليق واحد من القراء، ولا أي تفاعل، ولاحظت الباحثة عند فتح رابط الخبر نفسه بمواقع التواصل الاجتماعي، وجود تفاعل كبير من القراء، وهو ما يستدعي النظر في أسباب عزوف القراء عن التفاعل بالمواقع الإخبارية، واقتصار التفاعل بمواقع التواصل الاجتماعي فقط، وقد يرجع ذلك إلى إقبال كثير من الجمهور على التفاعل بمواقع التواصل الاجتماعي، وقد يتطلب الأمر إجراء دراسات عن أسباب عزوف الجمهور عن التفاعل بالمواقع الإخبارية.
- انفرد الموقع الإخباري لجريدة الأهالي بعرض عدد القراءات والاهتمام للنص وبلغ في الأربع موضوعات التي تناولها الموقع عن قضايا التنمية المستدامة خلال فترة الدراسة (439)
- انفرد الموقع الإخباري للأخبار بتوافر مؤشر (وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة وسط النص)، ولكن لم يتغير لون الرابط عند الاستخدام.
- توافرت غالبية مؤشرات معيار الجاذبية بالمواقع الإخبارية عينة الدراسة، وانفردت صفحات الموقع الإخباري لليوم السابع بتوفر مؤشر الجاذبية من حيث الابتكار والتصميم، حيث ظهر أكثر جاذبية في توزيع العناصر البنائية، واستخدام الألوان، فاستخدام اللونين الأحمر والأسود على خلفية بيضاء أو رمادية فاتحة، يوظف التباين على الصفحة، فظهر العنوان جذاب باللون الأحمر القاتم الذي ينسجم ويتوافق مع ألوان الموقع وترويسته، وهذا يعكس أيضاً حسن توظيف الألوان، والوحدة في التصميم، وجاء العنوان مميزاً بحجم 19.5 بنط، ومتمن النصوص 12 بنط، وهذا الإجراء تراه الباحثة مناسباً جداً في توظيف الخطوط.
- لاحظت الباحثة أن الوسائط المتعددة ظهر أغلبها في الموقع الإخباري لليوم السابع، ولم يوجد مطلقاً (الفيديو، الصوت، والرسوم الثابتة والمتحركة) في تصميم موقع الأهالي، بينما تفوق بشكل ملحوظ توظيف الوسائط المتعددة في الإقناع البصري بتصميم صفحات التنمية المستدامة بموقع اليوم السابع.
- جاءت غالبية الصور بالمواقع الثلاثة موضحة ومفسرة للمحتوى، وذات جودة مرئية عالية، وقد يرجع وجود بعض الصور بجودة منخفضة من وجهة نظر الباحثة إلى

اعتماد كثير من الصحفيين على التصوير بالهاتف المحمول فتختلف جودة الأجهزة وينعكس ذلك على جودة الصورة.

- يؤخذ على المواقع الإخبارية عينة الدراسة استخدام الصور الأرشيفية في معالجة قضية مهمة كقضية التنمية المستدامة، فعالية الموضوعات المقدمة كانت تحتاج لتغطيتها ملفات صور لتوثيقها أكثر من ذلك، فالصور الأرشيفية تُستخدم عند الحاجة إليها فقط كتوثيق لحدث تاريخي مثلاً.

- حرص كل من الموقع الإخباري لليوم السابع والأخبار على التوظيف الأمثل للفيديو، وجاءت كل الفيديوهات سريعة التحميل، وأظهرت شريط التحميل للمشاهد، بينما لم يستخدم الموقع الإخباري لجريدة الأهالي الفيديو في تصميم صفحات التنمية المستدامة خلال فترة الدراسة، ولم توظف المواقع الإخبارية الثلاثة الفيديو الحي في الإقناع البصري للتصميم، على الرغم من الأهمية الكبيرة للفيديو الحي في معايشة المستخدمين للحدث والتفاعل معه، ويعمل على زيادة الثقة والإقناع لدى المستخدم.

- لم توظف المواقع الإخبارية الثلاثة عينة الدراسة الصوت كوسيط من الوسائط المتعددة في الإقناع البصري خلال فترة الدراسة.

- انفرد موقع اليوم السابع الإخباري بتناول الرسوم المتحركة مرة واحدة فقط خلال فترة الدراسة، ولكن كان التوظيف وسط الصفحة، وهذا الإجراء غير مفضل في التصميم لأنه يشتت انتباه المستخدمين، ومن الأفضل عرض الرسوم المتحركة على جانبي الصفحة، ومن الملاحظ أيضاً خلال فترة الدراسة في موقع اليوم السابع ظهور الإعلانات المنبثقة، والروابط الأمرة في وسط الصفحة، وهي أمور تشير إزعاج المستخدمين بشدة وفقاً لنتائج دراسات متعددة في تخصص الإعلانات.

- حرصت مواقع الدراسة على توظيف الألوان توظيفاً أمثل كوسيط من الوسائط المتعددة؛ فقد اتسم الاستخدام بالتوافق والتناسق، واستخدام لون واحد لعرض نوع واحد من الموضوعات، واستخدام الألوان الفاتحة بالخلفيات، والمحافظة على تحقيق التباين بين الشكل والأرضية بجميع موضوعات مواقع الدراسة.

وتتفق الدراسة الحالية مع دراسة (منى طه، 2019)<sup>48</sup> التي أثبتت غياب الإنفو جرافيك في تناول موضوعات التنمية المستدامة بالمواقع الإخبارية، والاكتفاء بالتغطية الإخبارية لتدشينها.

- تفسر لنا أيضاً نتائج الدراسة الحالية ما جاء في دراسة (آية العدوي، 2020)<sup>49</sup> التي أثبتت أن أسباب انخفاض اهتمام العينة بمتابعة الموضوعات الخاصة بالتنمية المستدامة جاء في الترتيب الأول افتقار المواد الإعلامية لعناصر الجذب والتشويق، يليه في الترتيب الثاني عدم تبسيط وتوضيح المصطلحات الترموية المعقدة، وفي الترتيب الثالث عدم وجود رسوم توضيحية، كما أثبتت الدراسة أن الإنفو جرافيك يسهم في زيادة الاطلاع على موضوعات التنمية المستدامة بالمواقع الإخبارية.

- تتفق الدراسة أيضاً مع دراسة كل من: (Chaung & Chiu, (Conte, Vitale, Vollero & Siano, 2018)<sup>50</sup> (Severo et al, 2019)<sup>52</sup>، (فتيحة، 2012)<sup>53</sup>، في أهمية أن تحتوي المنشورات المتعلقة بالتنمية المستدامة على عناصر مرئية، مثل الفيديو والجرافيك، والصور لجذب الجمهور.

#### خلاصة النتائج:

- بشكل عام، حرصت المواقع الإخبارية الثلاثة عينة الدراسة على توافر غالبية عوامل تحقيق الانطباع المقنع الأول لدى المستخدم بمواقع الدراسة، وتوظيف مؤشرات معايير جودة التصميم، والتنظيم للإقناع البصري.
- بالنسبة لتوظيف عناصر الجذب والتشويق - عناصر الوسائط المتعددة- لم توظف المواقع الإخبارية الصوت في الإقناع البصري، ولا الفيديو الحي، والرسم المتحركة - الإنفوجرافيك المتحرك- جاء في اليوم السابع مرة واحدة خلال فترة الدراسة.
- وظهرت الرسوم الثابتة- الإنفو جرافيك الثابت- بموقعي اليوم السابع والأخبار فقط، وجاء التوظيف في الموقع الإخباري للأخبار 50% من الرسوم لم تقدم شرحاً للمحتوى، ولم تبسط المعلومات المعقدة.

## التوصيات:

### للقائم بالاتصال بالمواقع الإخبارية عينة الدراسة:

- توصي الدراسة القائم بالاتصال بالمواقع الثلاثة بالتنوع في استخدام وتوظيف مختلف عناصر الوسائط المتعددة التي تسهم في الجذب والتشويق وتحقيق الإقناع البصري للمستخدم.
- ضرورة الاهتمام بتوظيف الإنفو جرافيك الثابت والمتحرك بشكل أكثر احترافية، لما لهما من دور في تبسيط الأرقام، وعرض المعلومات بشكل تسلسلي، وتحقيق الإقناع البصري، فقد أثبتت الدراسة ضعف اهتمام المواقع الإخبارية بالإنفو جرافيك الثابت، وعدم توظيف الرسوم المتحركة مطلقاً خلال فترة الدراسة في موقعي الأخبار، والأهالي، وجاءت مرة واحدة فقط بموقع اليوم السابع، ولم يوظف بطريقة مثلى.
- الحرص على توظيف الفيديو الحي في معالجة قضايا التنمية المستدامة لما له من أهمية في توثيق الأحداث بمصداقية أكثر للمستخدم.
- عدم استخدام الصور الأرشيفية إلا للضرورة، كتوثيق لحدث تاريخي مثلاً، لأنها تعطي إحساساً بعدم الأنية في تغطية الحدث.
- العمل على تحقيق الإقناع البصري في المواقع الإخبارية، من خلال توافر عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصرياً للمستخدم، وتوظيف عناصر الوسائط المتعددة، ومؤشرات معايير جودة التصميم والتنظيم، كأدوات لتحقيق الإقناع البصري.

### لقيادات المؤسسات الصحفية:

- الحرص على التدريب المستمر، وعقد ورش عمل للصحفيين، وتسليحهم باستخدام مهارات التقنيات الحديثة في توظيف مختلف الوسائط المتعددة لتحقيق الإقناع البصري.
- توفير بيئة عمل تُشجع وتدعم الإبداع، والحرص على توفير كاميرات ومعدات تصوير ذات جودة عالية، لأن الدراسة أثبتت ضعف جودة نسبة من الصور والفيديوهات بالمواقع الإخبارية عينة الدراسة.

## للجامعات والمؤسسات الأكاديمية:

- مواكبة الخطط الدراسية بكليات وأقسام الإعلام المختلفة للتطورات المتلاحقة في مجال تصميم المواقع الإخبارية لتحقيق الإقناع البصري، وخاصة على المستوى العملي.
- تدريب الطلاب من مستوى مبكر، كخامس مثلاً، على استخدام التقنية الحديثة في المعالجة والإخراج الصحفي، وزيارات ميدانية للمؤسسات الصحفية.
- الاستعانة بالمهنيين المدربين في العمل الصحفي لإكساب الطلاب مزيداً من المهارات العملية، والتعرف على المشكلات والعقبات التي قد تواجه العمل الصحفي.

## الدراسات المستقبلية:

- ضرورة التوسع في الدراسات الإعلامية العربية التي تتناول العلاقة بين توافر عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصرياً للمستخدم، وتوظيف عناصر الوسائط المتعددة، ومؤشرات معايير جودة التصميم والتنظيم، كأدوات لتحقيق الإقناع البصري، وتذكّر الجمهور للمعلومات بالمواقع الإخبارية.
- إجراء دراسات عن أسباب عزوف وعدم تفاعلية جمهور المواقع الإخبارية معها، وتفضيلهم التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي للمضمون نفسه.

## المراجع

- 1 - عيدة محمد المر، (2022)، الاتجاهات الحديثة في بحوث مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة البحوث الإعلامية، م 61، ع 1، ص ص 100-50.
- 2 ميرال مصطفى عبد الفتاح (2020)، أطر معالجة العلاقات المصرية الإفريقية في مواقع القنوات الإخبارية التليفزيونية المصرية مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد الرابع والخمسون، المجلد 3، ص ص 182:248.
- 3 - مروة صبحي محمد (2020)، دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة «اتحضر للأخضر» مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد الرابع والخمسون، المجلد 3، ص ص 1628:1764.
- 4 - أية صلاح عبد الفتاح العدوي، (2020)، علاقة رسوم الإنفو جرافيك في الصحف المطبوعة بتوعية الشباب الجامعي بالتنمية المستدامة واتجاهاتهم نحوها، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 30 ص ص 642:706.
- 5 - فوزي عبد الرحمن الزعبلوي (2020)، الخطاب التنموي للصحف المصرية في إطار إستراتيجية التنمية المستدامة 2030، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد الرابع والخمسون، المجلد 3، ص ص 1980:2028.
- 6 - Ballestar, M. & Cuerdo-Mir, M. & Freire, T. (2020).” The Concept of Sustainability on Social Media: A Social Listening Approach”. Sustainability. Vol.12. 2122.pp:1-19. 10.3390/su12052122
- 7 - منى طه محمد (2019)، دور المواقع الصحفية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة، بحث منشور بالمجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدد الخامس والعشرون السنة السابعة أبريل/يونيو، تصدرها جامعة الأهرام الكندية، 73:160.
- 8-Conte, F.& Vitale, P. & Vollero, A. & Siano, A. (2018).” Designing a Data Visualization Dashboard for Managing the Sustainability Communication of Healthcare Organizations on Facebook”. Sustainability. No.10. 4447. Pp:1-14.10.3390/su10124447.
- 9 - السيد عبد الرحمن علي (2018)، معالجة الإعلام الجديد لقضايا التنمية المستدامة في مصر في ضوء آراء عينة من الخبراء، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد خاص، مايو، ص ص 257-316.
- 10 - أمنية عبد الرحمن (2018)، أطر تقديم المواقع الإخبارية المصرية لمشروعات التنمية في سيناء ودورها في استقطاب الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد خاص، مايو، ص ص 785:715.
- 11 -أنغام مجدي ابراهيم سليمان (2017)، التغطية الوظيفية الصحفية لقضايا التنمية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الرابع جامعة طنطا، كلية الحقوق» بعنوان القانون الإعلامي 22» واتجاهات النخبة نحوها. دراسة تطبيقية. 23 أبريل، ص ص 492:534.
- 12 -رضا عبد الواحد أمين (2017)، اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 17، أبريل، ص ص 100:109.
- 13 - نصر الدين عبد القادر عثمان (2017)، توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة “الوعي البيئي نموذجًا دراسة ميدانية”، بحوث العلاقات العامة بالشرق الأوسط، ع 15، يونيو، ص ص 80:110.

- 14 - مروة محمد حلمي إبراهيم (2017)، الخطاب التنموي في الصفحات الاقتصادية بالصحف اليومية المصرية تجاه قضايا المجتمع الريفي المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنوفية، كلية الآداب.
- 15- Anna Sundermann, Daniel Fisher Franzika Huncke (2017) "What does the media mean by "Sustion Able development an empiricial Analysis of Snsustainability Terminology in German Newspapers over two Decades, Snsustainable development Research Articl, Wileyonline Library com/Journal/sd`volum2 25, tssu26/November/Devenber ", First Published: 21 February.
- 16- داليا عثمان (2016)، الإعلام التنموي إشكالية العصر الحديث، المؤتمر السنوي الخامس لكلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية: الإعلام شريك في التنمية "رؤية مستقبلية"، 9-21 أبريل ص 66:75.
- 17 - خالد محمد محسن محمد (2015)، تطوير الرسالة الإعلامية بالصحف المسائية لتنمية المواطنة البيئية لدى القراء في ضوء أبعاد التنمية المستدامة، رسالة دكتوراة منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية.
- 18 - بن سعدة بختة (2013)، معالجة الصحافة الوطنية لقضايا التنمية الاقتصادية المستدامة "دراسة وصفية تحليلية لمضمون الملحق الاقتصادي بصحيفة الوطن"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة خميس مليانة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 19- أحمد حسن السمان (2011)، الدور المستقبلي للصحافة المصرية في المشاركة في التنمية المستدامة "دراسة الفترة من 2005/2009، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- 20 - معوض، عبد الله، أبو المجد، منال (2021)، التحليل السياقي للأنظمة المُتعددة المُستخدمة في تصميم المضامين المتعلقة بفيروس كورونا (كوفيد-19) بالمواقع الإخبارية، الأردن، دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 48، العدد 4، ص ص 359:388.
- 21 - بريق حسين الربيعي (2020)، الإقناع البصري لتصميم الصفحة الرئيسية في المواقع الإخبارية، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، ع 51، ص ص 105-122.
- 22 - Taylor, S., Graff, M., & Taylor, R. (2020). How can you persuade me online? The impact of goal-driven motivations on attention to online information. *Computers In Human Behavior*, 105, 106-210.  
Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106210>
- 23- King, A., Lazard, A., & White, S. (2019). The influence of visual complexity on initial user impressions: testing the persuasive model of web design. *Behaviour & Information Technology*, 39(5), 497-510. Available at: <https://doi.org/10.1080/0144929x.2019.1602167>
- 24 - فراج حسن، (2017)، العوامل المؤثرة في استخدام تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو مضمونها، دكتوراة غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، جامعة عين شمس.
- 25 - Ifeoma Adaj، (2017)، "Perceived Effectiveness, Credibility and Continuance Intention in E-commerce. A Study of Amazon, Persuasive2017, 074, v1: 'Perceived Effectiveness, Credibility and Continuance Intention .
- 26 - Harri Oinas، (2017)، "Persuasive Technology: Development and Implementation of Personalized Technologies to Change Attitudes and Behaviors 12th International

Conference, PERSUASIVE 2017, Amsterdam, The Netherlands, April 4–6, 2017, Proceedings

27- Mohd Fairuz& Nurul Huda Ibrahim, (2016), Comparing the Influence of Non-Persuasive and Persuasive Visual on a Website and Their Impact on Users Behavioural Intention, Journal of Telecommunication, Electronic and Computer Engineering, Vol. 8 No. 8

28- Kaixiang Yu (2016)"omparing the Influence of Non-Persuasive and -Persuasive Visual on a Website and Their Impact on Users Behavioral Intention· journal of Telecommunication Electronic and Computer Engineering.

29 - Michael Oduo& Harri Onia's Kekkonen, (2015) A System's Self-referential Persuasion: Understanding the Role of Persuasive User Experiences in Committing Social Web Users".10th International Conference ·PERSUASIVE 2015 Chicago·IL · USA·June 3–5.

available at: <https://www.researchgate.net/publication/278028754>

30 - Michael Oduo& Harri Onia's Kekkonen, (2015) A System's Self-referential Persuasion: Understanding the Role of Persuasive User Experiences in Committing Social Web Users".10th International Conference ·PERSUASIVE 2015 Chicago·IL · USA·June 3–5.

available at: <https://www.researchgate.net/publication/278028754>

31 - Mohd Fairuz& Nurul Huda Ibrahim, (2014), Proposed Model of Persuasive Visual Design for Web Design", 25th Australasian Conference on Information Systems Proposed Model of Persuasive Visual Design for 8th -10th Dec 2014·Auckland ·New Zealand Web Design Ibrahim ·Shiratuddin&Wong.

Available at: <https://scholar.google.com.eg/scholar?q=Proposed+Model>.

32 - Mohd Fairuz& Nurul Huda Ibrahim, (2013), " A Dual-Route Concept of Persuasive User Interface (UI) Design"(3rd International Conference on Research and Innovation in Information Systems – 2013)·Available at: <https://scholar.google.com.eg/scholar?q=A+Dual-Route+Concept>.

33 - OECD(2002). The DAC Guidelines: Strategies For Sustainable Development, Available online at :<http://www.oecd.org/dac>

34 - إيهاب عيسى، طارق عامر (2017)، التنمية البشرية والتنمية المستدامة، القاهرة، المؤسسة للعلوم والثقافة، ص 148.

35 (- <https://www.hayakarima.com/goals.html>)

36 - العقباوي، بسنت عبد المحسن عبد اللطيف، (2010)، الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت، جدة، خوارزم العلمية، ص ٥٦.

37 - الفار، محمد جمال، (2013)، معجم المصطلحات الإعلامية، الأردن، دار أسامة للنشر، ص ٦٧.

- 38 - حسن فراج، مرجع سابق، ص ٢٤.
- 39 - حسين، سمير (١٩٩٥) بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ص ١٣١.
- 40 - سالي شحاته، (2020)، التصميم الجرافيكي، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، ص ٤٦.
- 41 - سالي شحاته، المرجع السابق نفسه، ص ٥٥.
- 42 - طابع، حماده نور (2007)، تصميم الصفحة الرئيسية فى مواقع الصحف العربية والعالمية على شبكة الإنترنت، ماجستير غير منشور، جامعة المنيا، كلية الآداب.
- 43 - معين صالح الميمى (2009) تفضيلات مستخدمي الانترنت لتصميم المواقع الاخبارية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام >
- 44 - <https://img.youm7.com/large/202006240946574657.jpg>
- 45 - <https://img.youm7.com/large/202006240946574657.jpg>
- 46 - <https://img.youm7.com/medium/2022011711050050.jpg>
- 47 - <https://img.youm7.com/medium/20200925110544544.jpg>
- 48 - منى طه، مرجع سابق، ص ٢٤٥.
- 49 - آية العدوي، مرجع سابق، ص ٥٥٦.
- 50 - Conte, F.& Vitale, P. & Vollero, A. & Siano, A. (2018).” Designing a Data Visualization Dashboard for Managing the Sustainability Communication of Healthcare Organizations on Facebook”. Sustainability. No.10. 4447. Pp:1-14.10.3390/su10124447.
- 51 - Chung, Chi-H. & Chiu, D. & Ho, K. & Au, C. (2020). “Applying social media to environmental education: is it more impactful than traditional media?”. Information Discovery and Delivery. ahead-of-print. 10.1108/IDD-04-20200047.
- 52- Severo, E. & Guimarães, J. & Dellarmelin, M. & Ribeiro, R. (2019). “The Influence of Social Networks on Environmental Awareness and the Social Responsibility of Generations”. Brazilian Business Review. No.16.pp:501-518. 500-518. 10.15728/bbr.2019.16.5.5.
- 53- فتيحة، كيجل (2012). "الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي: دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، موقع فيسبوك، رسالة ماجستير قسم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج الأخضر.

## References

- Almur, A. (2022), aliaitijahat alhadithat fi buhuth mawaqie altawasul alaijtimaeii wadawriha fi tahqiq altanmiat almustadamati, majalat albuḥuth al'ielamiati, 61(1), 50-100.
- Abd Alfataah, M. (2020), 'atar muealajat alealaqat almisriat al'iifriqiat fi mawaqie alqanawat al'ikhbariat altilifizyuniat almisriat majalat albuḥuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 54(5), 248:182.
- Muhamad, M. (2020), dawr alsafahat alrasmiat almisriat ealaa wasayil altawasul alaijtimaeii fi daem altanmiat albiyyiat almustadamat bialtatbiq ealaa safha <<atahdar lil'akhdara>> majalat albuḥuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 54( 3), 1764:1628.
- Aleadwi, A. (2020), ealaqat rusum al'infu jirafik fi alsuhuf almatbueat bitaweiat alshabab aljamieii bialtanmiat almustadamat waitijahatihim nahwaha, almajalat alearabiat libuḥuth al'ielam walaitisali, jamieat Al'ahram Alkanadia, 30, 706:642.
- Alzaebalawi, F. (2020), alkhitaḥ altanmawiu lilsuhuf almisriat fi 'iitar 'iistratijiati altanmiat almustadamat 2030, majalat albuḥuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 54 (2), 2028:1980.
- 53 - Ballestar, M. & Cuerdo-Mir, M. & Freire, T. (2020).” The Concept of Sustainability on Social Media: A Social Listening Approach”. Sustainability. Vol.12. 2122.pp:1-19. 10.3390/su12052122
- Muhamad, M. (2019,) dawr almawaqie alsahufiat fi taweiat alshabab almisrii bialtanmiat almustadamati, bihath minshawr bialmujaalat alearabit libihuwth al'ielam walaitisal aleadad alkhamsi waleushrun alsunat alsabeeat, jamieit Alahram Alkanditi, 160:73.
- 53 -Conte, F.& Vitale, P. & Vollero, A. & Siano, A. (2018).” Designing a Data Visualization Dashboard for Managing the Sustainability Communication of Healthcare Organizations on Facebook”. Sustainability. No.10. 4447. Pp:1-14.10.3390/su10124447.
- Ali, A. (2018), muealajat al'ielam aljadid liqadaya altanmiat almustadamat fi misr fi daw' ara' eayinat min alkhubara', almajalat Almisriat libuḥuth al'ielami, 257-316.
- Abd Alrahman, O. (2018), 'utur taqdim almawaqie al'ikhbariat almisriat limashrueat altanmiat fi sina' wadawriha fi aistiqtāb aljumhur Almisrii, almajalat Almisria libuḥuth al'ielami, 715:785.
- Suleiman, A. (2017), altaghtit alwazifit alsahafit liqadaya altanmit almistdamat fi musar, almutamr alealmayi alraabue jamieit tantua, kuliyat alhuquqi>> bieunwan alqanun al'ielamiu 22>> waitijahiat alnukhbit nahwaha. dirasit tatbiqiti. 23 'abril, s s 534:492.
- Amin, R. (2017), aietimad aljumhur ealaa al'ielam aljadid kamasdar lilmaelumat ean qadaya altanmiat almustadamati, almajalat Alearabiat libuḥuth alaelam walaitisali, 17(2), 109:100.
- Outhman, N. (2017), tawzif al'ielam aljadid fi nashr alwaey biqadaya altanmiat almustadama " alwaey albiyyu nmwdhjan dirasatan maydaniatan", buḥuth alealaqat aleamat bi Alsharq Al'awsat, 15(2), 110:80.
- Ibrahim, M. (2017), alkhitaḥ altanmawiu fi alsafahat alaiqtisadiat bialsuhuf alyawmiat almisriat tujah qadaya almujtamae alriyfii almisrii, rusalat majstir ghar minshwrat, jamieat Almanufia, kuliyat aladab.
- 53- Anna Sundermann, Daniel Fisher Franzika Huncke (2017) What does the media mean by” Sustion Able development an empiricial Analysis of Snstainability Terminology in German Newspapers over two Decades, Snstainable development Research Artcils, Wileyonline Library com/Journal/sd'volum2 25, tssu26/November/ December “, First Published: 21 February.

- Outhman, D. (2016), al'ielam altanmawiu 'iishkaliat aleasr alhadithi, almutamar alsanawiu alkhamis likuliyat al'ielam bijamieat Al'ahram Alkanadia: al'ielam sharik fi altanmia "ruyat mustaqbaliati", .75:66.
- Mahmud, K. (2015), tatwir alrusalat al'ielamit bialsahuf almisayiyat litanmit almuatinat albiyyat lidaa alqura' fi duw' 'abeaad altanmit almistdamat, rusalat diktawraat minshwrt, jamieit Ain shams, maeahad aldirasat walbawth albiyyati.
- Bakhta , S. (2013), muealajit alsahafit alwatanit liqadaya altanmit alaiqtisadit almistdama "dirasat wasfiat tahliliat limadmun almulhaq alaiqtisadii bisahifat alwatan ", risalat majistir ghiyr minshwrti, Aljazayur, jameit Khamis Milyanhi, kuleat aleulwm al'iinsaniat walaijtimaeiti.
- Alsaman, A. (2011), aldur almustaqbaliu lilsahafit almisrit faa almisharkat faa altanmit almistdama "dirasit alfitirat mun 2005/2009, rusalat diktawraat ghar minshwrat, jamieit Alqahrati, kuleat Al'ielam.
- Mueawad, A., 'Abu Almujaad, M. (2021), altahlil alsiyaqiu lil'anzimat almuqnet almuskhdmt fi tasmim almadamin almutaealiqat bifayrus kuruna (kufid-19) bialmawaqie al'iikhbariati, al'urduni, dirasati, aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, 4(3), 388:359.
- Alrabieii, B. (2020), al'iiqnae albasariu litasmim alsafhat alrayiysiat fi almawaqie al'iikhbariati, majalat alfunun wal'adab waeulum al'iinsaniaat walaijtimaei, 51, 105-122.
- 53 - Taylor, S., Graff, M., & Taylor, R. (2020). How can you persuade me online? The impact of goal-driven motivations on attention to online information. *Computers In Human Behavior*, 105, 106-210.  
Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106210>
- 53- King, A., Lazard, A., & White, S. (2019). The influence of visual complexity on initial user impressions: testing the persuasive model of web design. *Behaviour & Information Technology*, 39(5), 497-510. Available at: <https://doi.org/10.1080/0144929x.2019.1602167>
- Hasan, F. (2017), aleawamil almuathirat fi aistikhdam tiknulujia al'iiqnae faa tasmim mawaqie alsuhuf al'iiliktruniat waealaqatiha biaitijahat almurahiqin nahw madmuniha, dukurat ghayr manshuratin, qism al'ielam wathaqaqat altifla, jamieat Ain Shams.
- 53 - Ifeoma Adaj (2017) 'Perceived Effectiveness, Credibility and Continuance Intention in E-commerce. A Study of Amazon, Persuasive2017, 074, v1: 'Perceived Effectiveness, Credibility and Continuance Intention .
- 53 - Harri Oinas (2017)'Persuasive Technology: Development and Implementation of Personalized Technologies to Change Attitudes and Behaviors 12th International Conference, PERSUASIVE 2017, Amsterdam, The Netherlands, April 4-6, 2017, Proceedings
- 53- Mohd Fairuz& Nurul Huda Ibrahim, (2016), Comparing the Influence of Non-Persuasive and Persuasive Visual on a Website and Their Impact on Users Behavioural Intention, *Journal of Telecommunication, Electronic and Computer Engineering*, Vol. 8 No. 8
- 53- Kaixiang Yu (2016)"omparing the Influence of Non-Persuasive and -Persuasive Visual on a Website and Their Impact on Users Behavioral Intention', *journal of Telecommunication Electronic and Computer Engineering*.
- 53 - Michael Oduo& Harri Onia's Kekkonen, (2015) A System's Self-referential Persuasion: Understanding the Role of Persuasive User Experiences in Committing Social Web Users".10th International Conference 'PERSUASIVE 2015 Chicago'IL 'USA'June 3-5.  
available at: <https://www.researchgate.net/publication/278028754>

- 53 - Michael Oduo & Harri Onia's Kekkonen, (2015) A System's Self-referential Persuasion: Understanding the Role of Persuasive User Experiences in Committing Social Web Users". 10th International Conference 'PERSUASIVE 2015 Chicago, IL, USA, June 3-5. available at: <https://www.researchgate.net/publication/278028754>
- 53 - Mohd Fairuz & Nurul Huda Ibrahim, (2014), Proposed Model of Persuasive Visual Design for Web Design", 25th Australasian Conference on Information Systems Proposed Model of Persuasive Visual Design for 8th -10th Dec 2014, Auckland, New Zealand Web Design Ibrahim, Shiratuddin & Wong. Available at: <https://scholar.google.com.eg/scholar?q=Proposed+Model>.
- 53 - Mohd Fairuz & Nurul Huda Ibrahim, (2013), " A Dual-Route Concept of Persuasive User Interface (UI) Design" (3rd International Conference on Research and Innovation in Information Systems - 2013), Available at: <https://scholar.google.com.eg/scholar?q=A+Dual-Route+Concept>.
- 53 - OECD (2002). The DAC Guidelines: Strategies For Sustainable Development, Available online at: <http://www.oecd.org/dac>
- Issa, E., Amir, T. (2017), altanmit albashriat waltanmit almistdamatu, Alqahra, almuasasat lilealwm walthaqafiti, 148.
- 53 (- <https://www.hayakarima.com/goals.html>)
- Al-Aqabawi, B. (2010), alsahafat al'iliktiruniat wabinyatiha ealaa shabakat al'iintirnti, Jidat, khawarzum aleilmiati, 56.
- Alfar, M. (2013), muejam almustalahat al'ielamiati, Al'urdun, dar Osama lilmashri, 67.
- Husayn, S. (1995) buhuth al'ielami, Alqahira, Aalam Alkutub, 131.
- Shehata, S. (2020), altasmim aljirafiki, dar Alkitaab Aljamiei, alamarat allearabiati Almutahidati, 46.
- Nour, T. (2007), tasmim alsafhat alrayiysiat faa mawaqie alsuhuf allearabiati walealamiati ealaa shabakat al'iintirnta, majistir ghayr manshur, jamieat Alminya, kuliyat aladab.
- Almutayami, M. (2009) tafdilal mustakhdimi alaintarnit litasmim almawaqie alakhibariati allearabiati, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Alqahira, kuliyat Al'ielam
- <https://img.youm7.com/large/202006240946574657.jpg>
- <https://img.youm7.com/large/202006240946574657.jpg>
- <https://img.youm7.com/medium/2022011711050050.jpg>
- <https://img.youm7.com/medium/20200925110544544.jpg>
- Conte, F. & Vitale, P. & Vollerero, A. & Siano, A. (2018). "Designing a Data Visualization Dashboard for Managing the Sustainability Communication of Healthcare Organizations on Facebook". Sustainability. No.10. 4447. Pp:1-14.10.3390/su10124447.
- 53 -Chung, Chi-H. & Chiu, D. & Ho, K. & Au, C. (2020). "Applying social media to environmental education: is it more impactful than traditional media?". Information Discovery and Delivery. ahead-of-print. 10.1108/IDD-04-20200047.
- 53- Severo, E. & Guimarães, J. & Dellarmelin, M. & Ribeiro, R. (2019). "The Influence of Social Networks on Environmental Awareness and the Social Responsibility of Generations". Brazilian Business Review. No.16.pp:501-518. 500-518. 10.15728/bbr.2019.16.5.5.
- Fatiha, K. (2012). "al'ielam aljadyd wanashr alwaey albyyiy: dirasatan fi aistikhdamat mawaqie altawasul alajitimaiei, mawqie faysbuk, risalat majistayr qism al'ielam walaitisali, jamieat Haj Al-Akhdar.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawy

President of Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 61 April 2022 - part 3

● Deposit - registration number at Darekhotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

## Rules of Publishing

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

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