

## تصميم المواقع الإلكترونية الرياضية المصرية (دراسة تحليلية)

## Design of Egyptian sporting online news (Analytical Study)

أ.م.د/ سامح مصطفى حسان

أستاذ مساعد - قسم الطباعة والنشر والتغليف - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

## ملخص البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على مدى فاعلية عناصر التصميم في المواقع الرياضية المصرية على شبكة الإنترنت، وأيضاً إلى تحليل الصور واستعراض المعلومات للتعرف على مدى استفادة هذه المواقع من الوسائل والخيارات الحديثة التي يتيحها الإنترنت؛ من أجل زيادة التفاعلية، وهي دراسة وصفية، حيث تم إجراء العملية الوصفية لعينات من المواقع الرياضية والتي تم إختيارها طبقاً لمعايير ثابتة، كما استخدم المنهج التحليلي للمضمون الجرافيكى، دون التعرض للمضمون الإعلامى. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أنه لا يوجد حرص واضح لدى المواقع الرياضية المصرية على استغلال كامل للإمكانات المتاحة للمواقع الإلكترونية، وعدم وجود سياسة واضحة نحو التفاعلية، كما أوضح البحث حرص المواقع الإلكترونية على وجود ربط بمواقع التواصل الاجتماعى فى مواقعها، وبالرغم من وجود آلية لمشاركة الجمهور فى المشاركة والتعليق، إلا انها غير مفعلة نظراً لعدم إهتمام المحررين بالرد على إستفسارات القراء، فجاءت بشكل عام خالية من أى تعليق، وتبين استخدام مواقع الدراسة لبعض الأدوات التفاعلية بصورة غير مدروسة، مثل استخدام الفيديو جراف حيث أن المواقع المصرية تستخدم الفيديو كليب والذى لا يعبر بصورة معلوماتية عن الحدث بل هو مجرد فيديو تسجيلى لمجريات الأحداث دون إضافة أى تعليقات مكتوبة، كما أن بعضها منقول من قنوات تليفزيونية دون أى إضافة من مصممي الفيديو جراف.

وتوصي الدراسة بالإهتمام بنمطية استخدام نوع الحرف وأيضاً الإبتعاد عن استخدام حجم 12 بيكسل وتلافى استخدام الصور صغيرة الحجم، وكذلك الإهتمام باخراج الفيديو جراف فى المواقع المصرية مما يمكنها إعطاء القارئ مساحة أكبر من التفاعلية.

**الكلمات المفتاحية:** التصميم الصحفى - التصميم التفاعلى - فيديو كليب - فيديو جراف - الصورة - المتن - العنوان الرئيسى - العنوان الجانبي - العنوان الفرعى.

**Abstract:**

In recent years, a variety of internet techniques for visualizing data and information have been published. The analysis of design elements, image properties, and information in the Egyptian sporting online news are the important tasks to identity, which any level to achieve this feasibility in Egyptian sporting online news as the main aim of this research paper.

This paper depends on the descriptive process of samples of Egyptian sporting online news, which were selected according to specified parameters, and then utilized the analytical method to analyze the graphic design elements, regardless content.

The study concluded with a series of results, the most important of which are: There is no clear interest in the Egyptian sporting online news, by exploiting the full potential of the infographic tools and the lack of a clear policy towards interactivity. The research also pointed to the keenness of websites to link to social media sites, although there is a mechanism for public participation and comment, which it is not activated because the editors

did not care to respond to readers' queries, it came in general free from any comments. Egyptian sporting online news is using video clips that does not convey information about the event, but just a video of the events without any visualization tools, and some of them are imported from television channels without any addition from the designers of the video.

The study recommends attention to the text characterization and also to avoid using the size of 12 pixels and avoid the use of small images, as well as attention to the output of the video in the Egyptian sporting online news, which can give the reader more space than interactive.

### Key words

Journalistic design - Infographic - Video clip - videography - Image - Text - Headline - Sub-title.

### أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة من كونها من الدراسات القليلة التي تتناول التصميم الصحفي والإنفوجرافيك في مجال الصحافة الإلكترونية الرياضية بشكل عام، والصورة الصحفية في المواقع المصرية الإلكترونية بشكل خاص، رغم أهمية هذا الشكل الإتصالي، وحضوره الكبير في جميع جوانب الحياة، ويذكر أنه بالرغم من التزايد الكمي للمواقع الإلكترونية الرياضية وتنوعها بمصر إلا أن الكثير منها يعاني من إنخفاض عدد قراءها.

وبالتالي فإن أهمية هذا البحث سوف يساهم في ما يلي:

1. توعية المصممين الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية.
2. تعزيز دور المواقع الإلكترونية في معالجة استخدام أساليب التصميم الصحفي التفاعلي.
3. إفادة الباحثين والعاملين في مجال التصميم الصحفي الإلكتروني.

### منهجية البحث

ينتمي البحث في إطاره المنهجي إلى البحوث الوصفية التحليلية والتي تستهدف وصف وتحليل وتقييم التصميم الصحفي الإلكتروني وأدوات الإنفوجرافيك المستخدمة بالمواقع الرياضية الإلكترونية المصرية، كأسلوب بحثي يتلائم لوصف وتحليل العناصر المكونة للتصميم الصحفي.

### مشكلة البحث:

تتشارك جميع المواقع الإلكترونية في مجال الصحافة الرياضية في تقديم الخبر للقارئ، ولكن من خلال إجراء دراسة مقارنة من خلال موقع أليكسا العالمي <http://www.alexa.com> (الخاص بتقديم إحصائيات دقيقة عن المواقع الإلكترونية) وجد أن بعض هذه الصحف تحتل مراكز متقدمة بينما يأتي الكثير منها مراكز متأخرة بالرغم من تشابه نوع الأخبار المقدمة، ويفترض الباحث أن الإستخدام الأمثل لعناصر التصميم الصحفي واستخدام الأدوات المتنوعة للإنفوجرافيك له دور كبير في تقدم بعض المواقع عن الأخرى.

وبالتالي تكمن مشكلة هذا البحث في تحليل عناصر التصميم الصحفي لإحدى أكبر المواقع الرياضية الإلكترونية التي تصدر من مصر وأخرى محررة باللغة العربية وتحتل مركزا متقدما على مستوى العالم وهي تحتل كذلك المركز الثالث بالنسبة للقراء في مصر، للتعرف على الفروق التي أدت إلى تقدم الأخيرة عالميا دون التي تصدر من مصر، وذلك من وجهه نظر التصميم الصحفي دون التعرض للجانب الإعلامي.

## أهداف البحث

نظرا للدور الذى يقوم به التصميم الصحفى الإلكتروني المصاحب لأدوات الإنفوجرافيك فى جذب جمهور القراء لموقع بعينه دون غيره، فإن هذا البحث يسعى لتحقيق عدد من الأهداف وهى:

- 1- التعرف على النسبة التى تحتلها الصور قياسا إلى مساحة الصفحة الكلية، وأحجام الصور المستخدمة التى تتناولها المواقع الرياضية.
- 2- الكشف عن مواصفات العناوين والتمن بأنواعه التى إعتمدت عليها الصحف الإلكترونية.
- 3- مواصفات الفيديو جراف ومدى تحققه فى المواقع الإلكترونية الرياضية.
- 4- الكشف عن مدى استخدام أدوات الإنفوجرافيك المستخدمة فى المواقع الرياضية.

## تساؤلات البحث

حيث أن البحث يهدف إلى تحليل العناصر الجرافيكية والتصميم الصحفى ومدى إستخدام الإنفوجرافيك فى المواقع الرياضية فإنها تسعى لتحقيق أهداف البحث من خلال الإجابة على التساؤلات البحثية وهى:

- 1- ما مدى ارتباط المواقع الإلكترونية المصرية الرياضية بمواصفات الصورة المستخدمة.
- 2- مواصفات الفيديو جراف المستخدم فى المواقع العربية الأكثر إنتشارا عالميا، ومقارنته بما يعرض فى المواقع المصرية بهدف:

a. التعرف على مواصفات الفيديو جراف.

b. مدى القصور الموجود فى المواقع الإلكترونية المصرية.

## مقدمة

تعد المواقع الرياضية المصرية الإلكترونية إحدى أهم البدائل الاتصالية لهواة الرياضة التى أتاحتها شبكة الإنترنت، والتى أسهمت فى تعظيم الأثر الاتصالى للعملية الإعلامية الإخبارية والتحليلية تبعاً لطبيعة المواقع الرياضية الإلكترونية الخاصة والمستفيدة من معطيات شبكة الإنترنت، من خلال سهولة التصفح، وسهولة التعرض للمواضيع المقدمة عبر تعدد الروابط أو النصوص التشعبية التى تقوم بنقل القارئ أو المتصفح من موضوع لآخر، أو من ملف لآخر بكل يسر وسهولة وبسرعة فائقة، تمكنه من التعرف على خلفيات الأحداث والمعلومات المتنوعة التى تتوافر فيها، من خلال عدد من الوسائط المتعددة ( صوت ، صورة ، مؤثرات ، أفلام .. )، مما جعلها بيئة ملائمة لتناول المواضيع من خلال التصميم التفاعلى، ولعل مما يزيد من أهميتها أنها تعمل على تحديث صفحاتها خلال فترات زمنية متقاربة، وهو ما جعلها ذات تأثير اتصالى مباشر على قطاعات واسعة من جمهور القراء وخاصة محبى كرة القدم كلعبة شعبية تؤثر بطريقة مباشرة على الجمهور المصرى.

وهناك العديد من الدراسات التى قامت بالبحث عن تأثير العناصر الجرافيكية على إهتمام القراء وكان من أهمها تلك الدراسة (Garcia, M. 2005) التى أوضحت أن نسبة 80% من قراء المواقع ينظرون إلى الأعمال الفنية ونسبة 79% ينظرون إلى الصور وتتنخفض النسبة كثيرا مع العناوين وتتنخفض أكثر مع النص، مما يعنى بأن الصورة هى أفضل وسيلة لجذب إنتباه القراء.

فالصورة في الصحافة الرياضية تلعب دورا رئيسيا في الرسالة الإعلامية على جميع المستويات المحلية والعربية والعالمية، وتعد إحدى الركائز الأساسية للغة غير اللفظية، فالصورة تكمل ماتحملة الأخبار من معلومات وتقدم الدليل المرئي على وقوع الأحداث، وازدادت أهميتها في العملية الإعلامية فأصبحت في أغلب الأحيان تتقدم على الخبر المكتوب بل وفي حالات كثيرة يستغنى عنه لمصلحتها (Hassan, S.M., 2015) ، ويذكر أيضا (Olusola, A., et al. 2017) أن الصورة أصبحت من العوامل الأساسية لتقديم الأخبار والمقالات والتحقيقات والأحاديث والتقارير وغيرها من الفنون الإخبارية التي أصبحت أكثر قدرة على توصيل المعنى واسناد الوقائع والتعبير عن الدلالات، وبفعل الأهمية الإستثنائية تلك باتت الصورة تستقطب إهتمام القائمين على العمل الإخباري في أغلب وسائل الإعلام التي تتعامل معها، والذين بدأوا بتوظيفها ضمن مستويات ومجالات عدة حتى يكون نتائجهم الإخباري متكاملًا وفعالًا. وبالتالي فقد أصبح لزاما على الصحيفة الإلكترونية لكي تقنع القارئ أن تقدم له العالم من خلال الكلمة والصورة، وبالتالي زاد استعمال المواد المصورة في الصحف الإلكترونية (Hassan, S.M., 2017)، بل تم استخدام الفيديو جراف لتقديم الخبر على هيئة وسيط متعدد يجمع بين الكلمة والصورة والحركة والصوت (Murray, J., et.al. 2017). ويعتمد إختيار الصورة الصحفية على عدد من المعايير التي تشكل في مجموعها قيمة الصورة والتمن والفيديو جراف، وتأسيسا لهذا البحث فإن هناك علاقة بين أهمية الخبر والمساحة التي يحتلها بالإضافة إلى موقع الصورة من الصحيفة، وكذلك أنواع الصور المستخدمة (Giardinaab, M.& Medinaa, P. 2012).

### مزايا الصحف الإلكترونية الرياضية

هناك العديد من المزايا التي تجعل الصحيفة الإلكترونية من الوسائط المفضلة لدى الكثير من جمهور كرة القدم ومنها أنها تصل عبر شبكة الانترنت إلى كافة بقاع العالم على عكس وسائط التواصل التقليدية مثل التلفزيون أو الصحف المطبوعة المقيدة بمساحة جغرافية محدودة أو بإعدادات خاصة، كما أنها لا تمثل تكلفة عند تصفحها (أي أنه ليس من الضرورة شراؤها كما هو حادث بالنسبة للصحف الورقية)، كما تتيح ميزة التفاعلية من خلال عرض الأراء وإمكانية التنقل إلى صفحات أخرى عن طريق الروابط التفاعلية (Hassan, S.M., 2017)، أيضا المرونة من حيث تصفح المعلومات وإمكانية الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها المتصفح جيدة وصادقة، وإمكانية تخزينها وإرسالها للأخرين عن طريق مواقع التواصل الأخرى مثل فيسبوك وتويتر والواتس آب (Olusola, A., et.al. 2017). وبالتالي إنه يمكن إعتبار الصحف الإلكترونية وسيلة اتصال متدفقة، حيث أنها لا تحتاج إلى عمليات معقدة حتى تصبح متاحة للقراء مثل الوسائط الصحفية الأخرى وبالتالي فإن أي تعديل في محتوى الصحف الإلكترونية يتم بشكل مستمر بحيث يمكن أن تحقق الصحيفة سبقا خبريا قبل وسائل الإعلام الأخرى.

### الفيديو جراف

يعد الفيديو جراف هو أحد العناصر التي تعتمد عليها أكثر الصحف الإلكترونية في عرض محتوياتها ويمكن تمثيلها بمجموعة من اللقطات التي تمس موضوع المقال مزودة بعرض إحصائيات ممثلة عن طريق الأدوات الملائمة لعرض المعلومات، ودائما ما تكون مملوكة للصحيفة الإلكترونية (Varlamis, I., Hilliard, D. F. 2017)، حيث أنها تعتبر حالة خاصة تخدم موضوع التقرير، ومن الملاحظ أن الفترة المتاحة لعرضه في كثير من الصحف الإلكترونية يكون ما بين دقيقة إلى دقيقة ونصف ، وعادة ما تكون أبعاد الفيديو بنفس عرض الموضوع مع إرتفاع يتلائم وقوة الوضوح المطلوبة

لرؤيته، كما أنه كثيرا ما يكون محاطا بإطار شفاف ومثبت عليه عنوان الفيديو، ومزودا بما يشير إلى ملكية الصحيفة له، كما أنه يكون متاحا في مدى متنوع من قوة الوضوح التي يرغب المشاهد في رؤيتها (Young, M. L., Fulda, J. 2017).

وعلى الجانب الآخر، فمن الأهمية تعريف الفيديو كليب، حيث أنه عبارة عن مجموعة من لقطات ومشاهد مصورة بنظام الفيديو ومجمعة في فيلم قصير لا تزيد مدته عن 10 دقائق ولا تقل عن 30 ثانية بحيث تؤدي إلى نتيجة أو فكرة متكاملة كأغنية أو قصة خبرية أو تسجيلية (Murray, J., et.al. 2017).

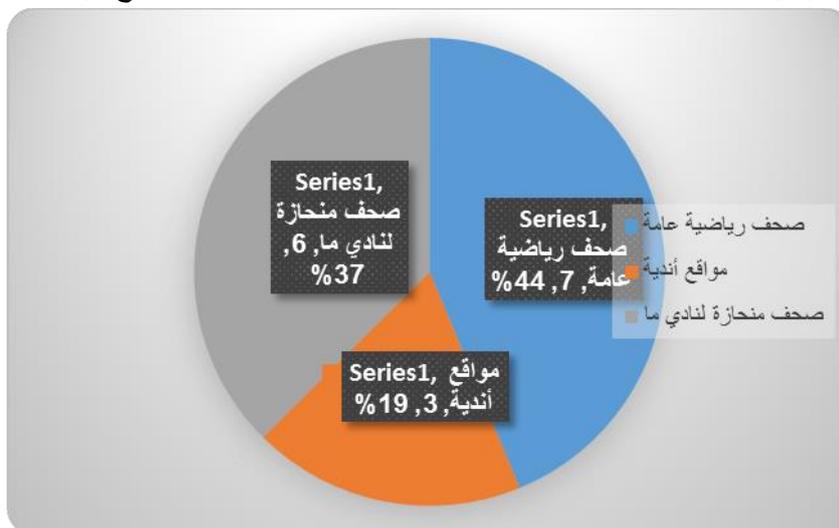
### إختيار عينة البحث

بعقد دراسة مقارنة بين المواقع الرياضية والكروية الأكثر متابعة والتي تنشر أخبارها وتحديثها بشكل يومي، تم رصد ثلاث وأربعون موقعا ما بين مواقع وصحف إلكترونية رياضية سواء مصرية أو من بلدان أخرى وكذلك مواقع رسمية للأندية ومواقع لصحف خاصة بمشجعي أندية بعينها، وأيضا مواقع لأندية أوروبية، حيث لوحظ أن بعضها لديه إصدارا باللغة العربية، كذلك المواقع الرسمية لإتحادات كرة القدم، وأيضا مواقع رياضية لمشاهدة البث الحي للمباريات، وبعد البحث عن التصنيف العالمي والتصنيف المصري لكل منها لإمكانية إختيار عينة البحث، وكانت النسبة المئوية لهذه المواقع كما هو موضح في الشكل (1).



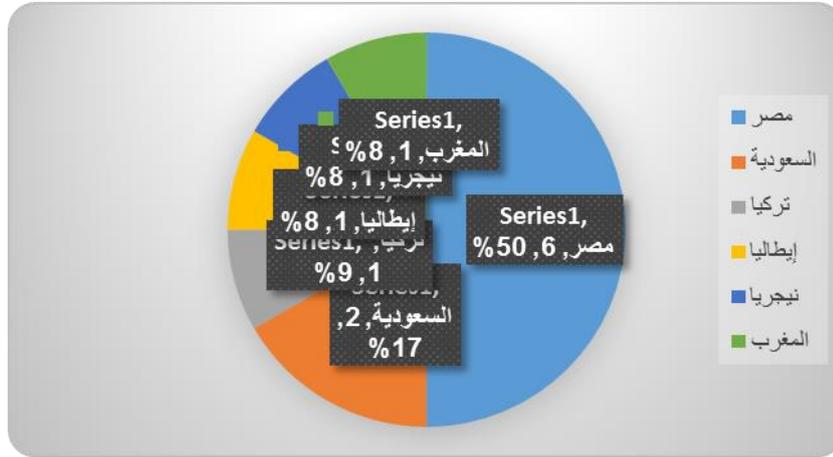
شكل (1): النسبة المئوية لعدد المواقع الرياضية الأكثر تداولاً في مصر

أما عن الإثنى وعشرون موقعا وصحيفة رياضية فيمكن تصنيفها كما هو موضح في الشكل (2).



شكل (2): نوعية الصحف والمواقع الأكثر متابعة في مصر والتي تنشر بشكل يومي

وباستخلاص النتائج الخاصة بالصحف الإلكترونية الرياضية والتي بلغ عددها 12 صحيفة، ستة منهم يتم نشرهم من مصر ، أما الستة الآخرين فلقد وجد أنها تصدر من دول أخرى مثل (كووورة" المغرب – "Bein Sports" تركيا – "يوروسبورت" إيطاليا –جول "تيجيريا" – "هي كورة" السعودية – "رياضة" السعودية) وجميعها صحف يتابعها الجمهور المصري بنسب متفاوتة، ويوضح الشكل التالي نسبة الصحف الصادرة من مصر والصحف الصادرة من دول أخرى، كما هو موضح في شكل (3).



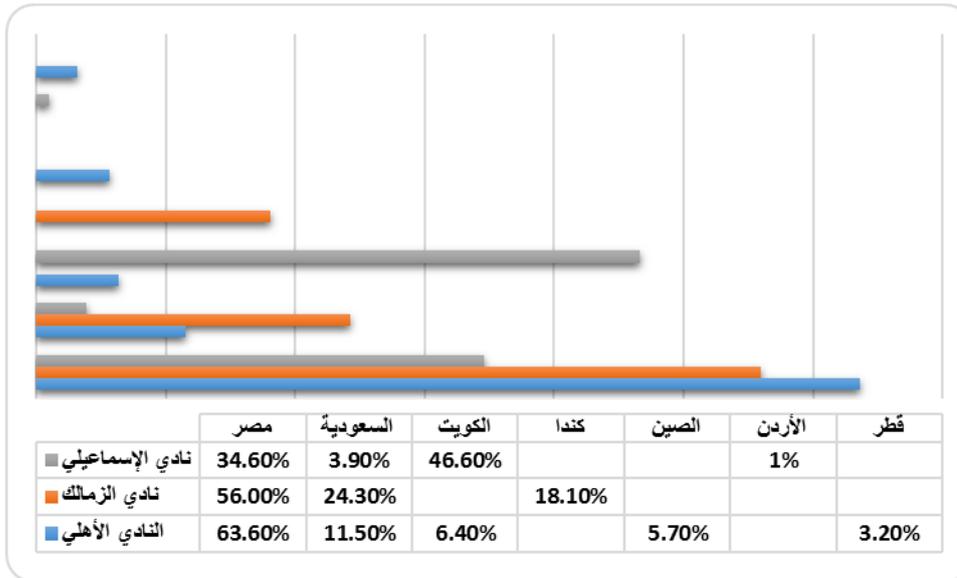
شكل (3): النسبة المئوية لنشر الصحف الرياضية الإلكترونية الأكثر تداولاً في مصر

أما مواقع الأندية المصرية، فلقد وجد ثلاث مواقع هي الأكثر متابعة في مصر، وهي موقع النادي الأهلي المصري، وموقع نادي الزمالك وأخيراً موقع النادي الإسماعيلي، ويوضح الجدول التالي التصنيف العالمي والمصري طبقاً لإحصائيات أليكسا ، كما هو موضح في جدول (1).

جدول 1: التصنيف الدولي والمحلي لمواقع الأندية

التصنيف المصري	التصنيف العالمي	عنوان الرابط	اسم الموقع
326	21,943	<a href="http://www.el-ahly.com">http://www.el-ahly.com</a>	النادي الأهلي المصري
4,317	238,230	<a href="http://el-zamalek.com">http://el-zamalek.com</a>	الموقع الرسمي لنادي الزمالك
7,203	417,953	<a href="http://www.ismailyclub.org">http://www.ismailyclub.org</a>	الموقع الرسمي لنادي الإسماعيلي

أما عن رصد نسبة الزوار للموقع بالنسبة للدول المختلفة، فكان ما هو موضح في الشكل (4).



شكل (4) : النسبة المئوية لزوار الموقع من مصر ودول العالم

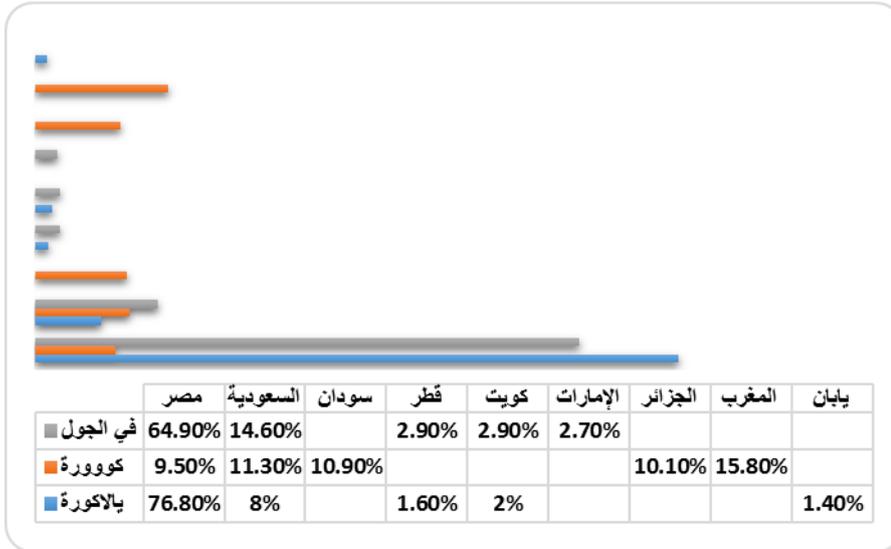
حيث يلاحظ أن نسبة زوار الموقع لمشجعي نادي الإسماعيلية في دولة الكويت أكثر من مصر، حيث أن نسبة زوار الموقع من داخل مصر تمثل فقط 34.6% من إجمالي زوار الموقع، وعلى الجانب الآخر تصل نسبة الزوار لموقع نادي الزمالك من كندا إلي 18.1%، أما النادي الأهلي فإن نسبة 63.6% من مشجعوه يقطنون مصر، وهذا يدل أنه أكثر الأندية شعبية على أرض الوطن، و 21.1% بالدول العربية. ومن خلال رصد النتائج طبقا لكلا من المعدل (التصنيف) العالمي والمصري من خلال موقع أليكسا، تبين ما يلي :

- 1- هناك 22 صحيفة إلكترونية متخصصة في مجال الرياضة وكرة القدم الأكثر متابعة في مصر
- 2- من ضمن الإثنا وعشرون صحيفة يوجد صحف يتم إصدارها من دول أخرى مثل كوورة (مغرب)، يوروسبورت (إيطاليا)، بيان سبورت (تركيا)، موقع جول (نيجريا)، هاي كورة (سعودية)، رياضة (سعودية).
- 3- أكثر ثلاث صحف إلكترونية أكثر تداولاً في مصر هي باللاكورة، في الجول، وكوورة، حيث يوضح الجدول (2) التصنيف العالمي والمصري طبقا لموقع أليكسا (04-11-2017) .

جدول 2: التصنيف العالمي والمصري لأكثر ثلاث صحف متابعة في مصر

التصنيف المصري	التصنيف العالمي	عنوان الرابط على شبكة الإنترنت	اسم الصحيفة
19	1,453	<a href="http://www.yallakora.com/ar/home">http://www.yallakora.com/ar/home</a>	باللاكورة
54	3,804	<a href="https://www.filgoal.com">https://www.filgoal.com</a>	في الجول
59	477	<a href="http://www.koora.com">http://www.koora.com</a>	كوورة

تبلغ نسبة المشاهدة لها سواء في مصر أو دول أخرى، كما هو مبين في الشكل (5).



شكل (5): النسبة المئوية للمشاهدين في مصر ودول أخرى لأكثر ثلاث صحف تداولاً في مصر

حيث يمكن ملاحظة أن تحرير الصحيفة الإلكترونية كان من المؤثرات الهامة على نسبة المشاهدة للصحيفة، حيث أن كلا من صحيفتي يالاكورة وفي الجول يتم تحريرهم في مصر وقد احتلنا المرتبتين التاسعة عشر والأربعة الخمسون في التصنيف المصري، بينما جاءت صحيفة كوورة المرتبة الأخيرة في التصنيف المصري بواقع 59، ولكنها على الجانب الآخر جاءت متقدمة في الترتيب العالمي فهي تحتل المركز 477 ويفارق 976 عن صحيفة يالاكورة ويفارق 3327 عن صحيفة في الجول.

وإجمالاً، فإننا أمام حالتين الأولى متقدمة عالمياً ومتأخرة في مصر والأخرى متأخرة عالمياً ومتقدمة في مصر، وربما لهذا السبب فسوف يتم إختيار كلا من يالاكورة المتقدمة في التصنيف المصري وكوورة (المغربية) المتقدمة عالمياً، للوصول إلى نواحي التصميم التي جعلت من الأولى تروق للجمهور المصري، والثانية مفضلة لدى الجمهور العالمي، فبالرغم من أن الصحيفتين تصدران فقط باللغة العربية فصحيفة كوورة يتم مشاهدتها كما هو مبين في الشكل السابق في الدول العربية فقط، ومن قبل جماهير عربية مختلفة، إلا أن تحرير الجريدة يختلف نوعاً ما وفقاً للدولة (حيث يمكن التغيير من خلال التعامل مع الأيقونة الخاصة لكل دولة)، في حين أن يالاكورة يتم مشاهدتها في الغالب من الجمهور المصري سواء في مصر أو البلدان الأخرى.

## النتائج

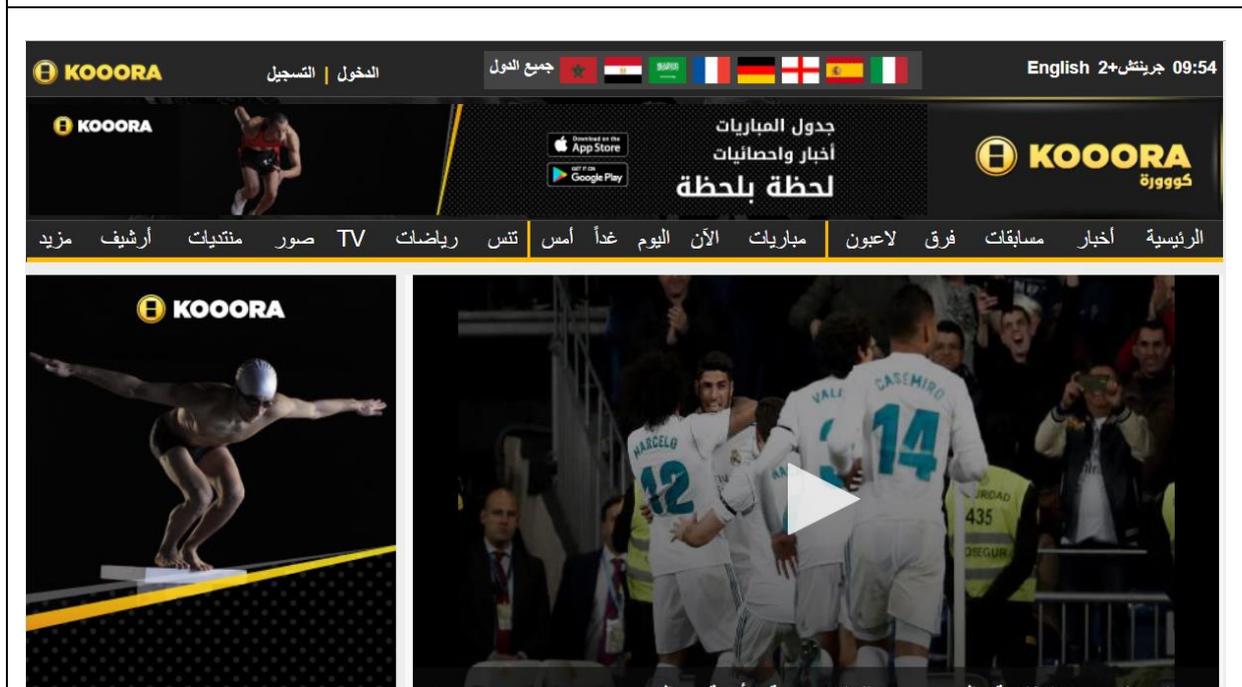
بصورة عامة، من خلال عمليات الرصد والتحليل لكلا الصحيفتين :

يتضح إهتمام الصحف الرياضية بالصورة من خلال نشر الصور، والعناية بإخراجها، فعدد الصور المنشورة يأتي كأحد أهم مؤشرات الإهتمام، كما أن موقع الصورة من الصحيفة الإلكترونية، إضافة إلى عمق الألوان في الصور الصحفية، كل ذلك يقدم مؤشرات على مستوى الإهتمام بالصورة.

ومن هذا المنطلق فقد تم إلتقاط صورتين للصفحة الأولى للصحيفتين بحجم شاشة الكمبيوتر، كما هو موضح في شكل 6.



لقطة من صحيفة يالاكورة



لقطة من صحيفة كوورة

شكل 6: مقارنة بين النسبة المئوية للصورة والإعلانات في الصفحة الأولى من خلال الشكل (6) ، يمكن رصد النتائج، كما هو موضح في جدول 3.

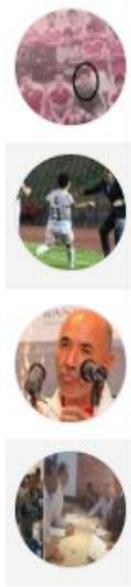
## جدول 3: مقارنة النسب المئوية والمساحات المميزة للصفحة الأولى

م	العنصر	يالاكورة	كووورة
1	النسبة المئوية لمساحة الصورة الرئيسية لإجمالي مساحة المعروض على شاشة الكمبيوتر	%35.9	%43.2
2	النسبة المئوية للإعلانات التجارية لإجمالي مساحة المعروض على شاشة الكمبيوتر	%51.5	لايوجد
3	النسبة المئوية للإعلانات المتعلقة بالصحيفة لإجمالي مساحة المعروض على شاشة الكمبيوتر	لايوجد	%32.9
4	المساحة المخصصة لإسم الصحيفة لإجمالي مساحة المعروض على شاشة الكمبيوتر	%4.7	%3.5
5	نسبة إرتفاع الصورة الأساسية لإجمالي إرتفاع المساحة المعروضة على شاشة الكمبيوتر	%58.5	%64
6	أبعاد الصورة الأساسية (عرض x إرتفاع) "بيكسل"	390 x 768.594 120 x 750.547	لايوجد
7	نوع الحرف المستخدم في عنوان الصورة الأساسية - الفيديو	أريال بولد	هلفيتيكا
8	حجم الحرف المستخدم في عنوان الصورة الأساسية (بيكسل)	26	20
9	مساحة شريط ابواب الصحيفة (عرض x إرتفاع) "بيكسل" نوع الحرف حجم الحرف "بيكسل"	85x 18 أريال بولد 15	x 29.6 77.6 هلفيتيكا 18
1 0	شكل الصور	مستطيل، ومربع ، مستطيل مفرغ به دائرة	مستطيل ،دائري

x300	x90.99	أبعاد الصور (بيكسل)	1
344.8	178.931	المستطيل	1
160x214	164.878x90		
90x120	x75.990	مستطيل مفرغ به صورة على شكل دائرة	
54x72	100.990	/الدائري	
80x70	315.851x20	المربع	
62x62	151.927x75		
	x65.990		
	65.990		

ومن جدول (3) يمكن تحليل النتائج كما يلي:

- 1- زيادة نسبة مساحة الصورة الأساسية لكوورة عن مثيلتها لصحيفة يالاكورة.
- 2- تقلص المساحة الإعلانية لصحيفة كوورة عن المساحة الإعلانية لصحيفة يالاكورة.
- 3- استخدام حجم الحروف في صحيفة كوورة يساعد على الإقترائية عن صحيفة يالاكورة.
- 4- ثبات نوع الحرف في صحيفة كوورة يعطي هوية بصرية أفضل من صحيفة يالاكورة.
- 5- استخدام أبعاد صور مستطيلة (315.851x20) يؤثر بشكل سلبي على محتوى الصورة في صحيفة يالاكورة ، بينما كان أصغر مساحة مستطيلة (80x70) ومع ذلك فإن تفاصيل الصورة تعتبر واضحة.
- 6- استخدام الصورة الدائرية غير ملائم في صحيفة يالاكورة حيث أن نوع الصورة ومساحتها لايعطي أى تفاصيل واضحة للقارئ ، كما هو مبين في شكل 7.



شكل 7: نموذج للصور الدائرية لصحيفة يالاكورة

- 7- استخدام حجم الحروف الأكبر في العنوان الرئيسي أكثر ملائمة في صحيفة يالاكورة عند مقارنتها بصحيفة كوورة. وعلى الجانب الآخر، يلاحظ أنه عند الدخول إلى صفحة يالاكورة يظهر إعلان متحرك لمدة ثلاثين ثانية بحجم ثلثي الصفحة بحيث أنه يحجب رؤية المشاهد عن محتويات الصفحة، وفي هذه الحالة تكون بروجاز الصورة الرئيسية

والمكون من سلسلة متتالية من الصور (خمس صور) قد تم حجب حوالي أول ثلاث عناوين. وبالتالي فبالرغم من وجود ديناميكية في عرض الموضوع إلا انه يؤثر بالسلب على رؤية الأخبار.

أيضا يلاحظ أن عدم ثبات قوة الوضوح للصور المعروضة في شريط الصور فهناك مايمتلك قوة وضوح عالية وأخرى منخفضة ، كما أن الصور ليست جميعها ذات ملكية خاصة للصحيفة ولكن بعضها يخص مواقع رياضية أخرى.

على الجانب الآخر فإن صفحة كوورة تتسم بالإستاتيكية في تصميمها، مما يسمح للقارئ بأن يقوم بعملية التصفح دون إجهاد الإعلانات التي تفرض نفسها.

أيضا من الواضح أن صحيفة يالاكورة تعتمد في تمويلها على الإعلانات الخارجية، وبالتالي فإن الصفحة الأولى تحتل الإعلانات بها أكثر من نصف المساحة، على العكس من صحيفة كوورة، حيث أن الإعلانات الموجودة لاتمثل أكثر من 33% ، والجدير بالذكر أنها إعلانات خاصة بالصحيفة أي أنها تهم القارئ أيضا.

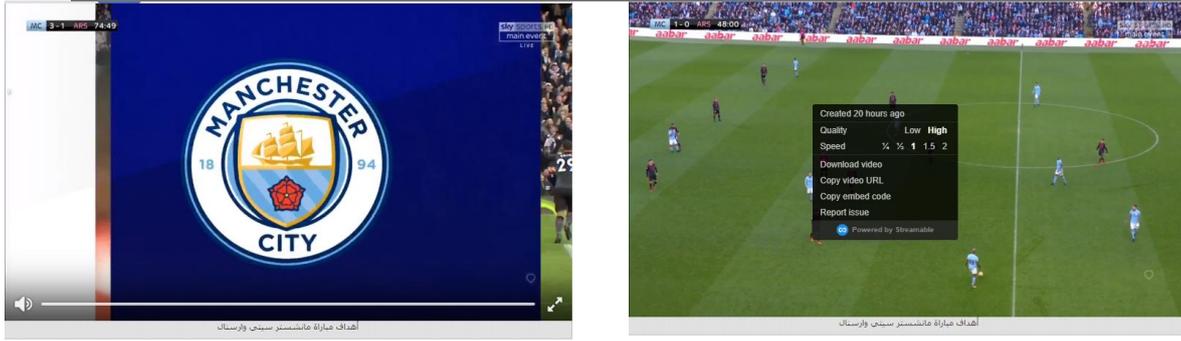
### الفيديو جراف

من خلال استعراض لأحد نماذج الفيديو جراف التي يتم نشرها لكلا من صحيفة كوورة ويالاكورة ،كما هو موضح في شكل 8 وشكل 9.



شكل 8: مقاطع من أحد أفلام الفيديو جراف الخاصة بصحيفة كوورة





شكل 9: مقاطع من أحد أفلام الفيديو جراف الخاصة بصحيفة يالاكورة

يمكن إدراج النتائج في جدول 4.

## جدول 4: نتائج تحليل أفلام الفيديو جراف لكلا من صحيفتي كوورة ويالاكورة

م	العنصر	يالاكورة	كوورة
1	تصميم الفيديو جراف	أفلام مسجلة من أجهزة التلفزيون أو من جهات مختلفة.	فيديو جراف خاص تم تصميمه كملكية خاصة للصحيفة، ويظهر ذلك واضحا من خلال وجود لوجو الصحيفة على طول الفيلم.
2	التحكم في جودة الفيلم	مرتفع أو منخفض الجودة.	إمكانية التحكم في الجودة عن طريق الإختيار ما بين قوة التبيين (أوتوماتيك - 1500 - 1200 - 900 - 500 kbps).
3	إمكانية التحكم في تشغيل الفيلم	لا يوجد إمكانيات كثيرة ، سوى النقر بالماوس لإيقاف الفيلم.	إمكانية ظهور شريط يوضح إمكانية توقيف الفيلم وتشغيله - التحكم في الصوت - الحجم - التحكم في جودة الفيلم.
4	العناصر الجرافيكية	لا يوجد.	يوجد.
5	عناصر المعلومات المرئية	لا يوجد.	يوجد على هيئة مقارنة - منحنيات أعمدة - منحنيات خطية.
6	مدة الفيلم	لا يمكن تحديدها بصورة ثابتة فبعضها لا يتجاوز الدقيقة والبعض الآخر يصل إلى ستة دقائق.	محددة بزمن من 30 ثانية إلى 90 ثانية تقريبا.
7	توقيف الفيلم	عدم توقف الفيلم ويعاد بصفة مستمرة ما لم يتم إيقافه من خلال المشاهد.	يتوقف الفيلم تلقائيا بعد عرضه لمرة واحدة.
8	مواصفات عنوان الفيلم نوع الخط حجم الحرف الإتجاه	تاهوما 12 بيكسل يتوسط إطار المشهد	هيلفيتيكا 20 بيكسل من اليمين إلى اليسار

مما سبق يلاحظ، أن الفيديو جراف الخاص بصحيفة كوورة هو أكثر حرفية ومضاهاة لتعريف الفيديو جراف عالميا، أما مايعرض في صحيفة يالاكورة فهو أقرب إلى الفيديو كليب منه إلى الفيديو جراف.

### التصميم التفاعلي

كلا الصحيفتين استخدمتا نفس الأدوات من تغيير لون المتن عند المرور عليه، ووجود مساحة للتعليقات في نهاية كل مقال والذي قلما تم استخدامه في صحيفة يالاكورة، واستخدم بشكل ضعيف في صحيفة كوورة، وعدم وجود روابط شعبية داخل المقالات لربط المواضيع بمصادر أخرى سابقة، ولذلك فكلا الصحيفتين قد افتقدتا مواصفات الصحافة التحليلية.

ومن خلال نتائج البحث أظهرت الدراسة أن المواد المنشورة بمرافقة صورة بلغت نسبتها 100% ، وهذا يشير إلى إهتمام الصحف عينة الدراسة بأهمية وجود صور صحفية مرافقة للمواد المنشورة . كما أظهرت نتائج الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من الصور تحتل النصف العلوي من الصفحة، وهذا يتفق مع مستوى أهمية الجزء العلوي من الصفحة حيث تشير إلى أهمية الخبر المصور ويعد موقعا مهما بالنسبة للمادة الصحفية، فهو يعكس مستوى إهتمام الصحيفة بالمادة المنشورة ، حيث شكلت الصور المنشورة في أعلى الصفحة 39.8%.

### توصيات البحث

يوصي الباحث بإهتمام الصحف الإلكترونية المصرية بما يلي:-

- 1- ثبات مساحة الصورة الرئيسية.
- 2- زيادة مساحة الصورة الدائرية، وإختيار صور لاتعبر عن حدث وإنما تعتبر صورة معلوماتية بسيطة.
- 3- الإهتمام بأن تكون العناوين والتمن للصحيفة كاملاً من نفس نوع الحرف.
- 4- تجنب استخدام الحجم 12 بيكسل في المتن، حيث أنه يظهر بشكل عام ضعيفا وخاصة إذا ماكانت الحروف سوداء على أرضية رمادية ، بمعنى آخر الإهتمام بالتباين بين لون الحروف ولون الأرضية.
- 5- تجنب إعلانات المتحركة بمجرد فتح الصفحة الرئيسية وخاصة إذا ما اخفى الإعلان سلسلة من الصور تتحرك تلقائيا، حيث أنها تحجب المحتوى لمدة كبيرة تصل إلى ثلاثين ثانية.
- 6- للوصول إلى مركز أكثر تقدما عالميا، ينبغي الإهتمام بالتغطية الإعلامية للرياضة في الدول الأخرى، حتى يمكن زيادة نسبة المشاهدة للموقع الإلكتروني.
- 7- الإهتمام بإصدار تحرير آخر للصحيفة باللغة الأجنبية، وهذا أيضا يعتبر من المحفزات لمشاهدة الصحيفة من غير الناطقين للغة العربية.
- 8- وبالرغم من هذا فإن صحيفة يالاكورة تعتبر في وضع تنافسي مع صحيفة كوورة في مصر، وذلك لإهتمام الأولى الكبير بالرياضة المصرية وتقديم تغطية إعلامية جيدة للدورى في كثير من دول العالم.

## المراجع

- 1- Bekhit, E. (2009), Infographics in the United Arab Emirates newspapers, Journalism article.
- 2- Chung, D. S. (2008), Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers, Journal of Computer-Mediated Communication.
- 3- Giardinaab, M., Medinaa, P. (2012), Information Graphics Design Challenges and Workflow Management, International Conference on Communication, Media, Technology and Design.
- 4- Gracia, M. (2005), the Impact of the Compact, A Garcia Media White Paper, April 25.
- 5- Hassaan, S. H. (2015), An evaluation of the front page design of The Guardian's online newspaper from 1996 to 2015, International Design Journal, Volume 5, Issue 1.
- 6- Hassaan, S. H. (2017), Evaluate of Static Information Visible in Online Newspapers, Arts and Design Studies, V. 54.
- 7- Hassaan, S. H. (2017), Evaluation of Interactive Journalistic Design in the Egyptian Daily Online Newspapers, Arts and Design Studies, V.57.
- 8- Hassaan, S. H. (2017), Interactive Guides in Front Page of Online Newspapers, International Design Journal, Volume 7, Issue 3.
- 9- Hassaan, S. H. (2017), Characterize of Interactive Information Graphic Styles in Online Newspapers, Asian Academic Research Journal of Multidisciplinary, V. 4 Issue 6.
- 10- Kamzin, K., Saubayev M. (2014), The Role and Features of Analytical Journalism in Kazakh society in the Era of Social Media, Asian Social Science; Vol. 10, No. 15.
- 11- Olivo, M. T. (2015), Visualizing the News: An Analysis of a Year in Interactive News from the New York Times and The Washington Post, Thesis. Rochester Institute of Technology, USA.
- 12- Olusola, A., Ibrahim, S., Priscilla, G. (2017), An Era of Journalism Transition in South Africa: Traditional Media versus Online Media, Journal of Social Sciences.
- 13- Murray, J., Mateas, M., Wardrip-Fruin, N. (2017), Proposal for analyzing player emotions in an interactive narrative using story intention graphs, FDG '17 Proceedings of the 12th International Conference on the Foundations of Digital Games, Article No. 60.
- 14- Young, M. L., Fulda, J. (2017), What Makes for Great Data Journalism? A content analysis of data journalism awards finalists 2012–2015, Journal of Journalism Practice.
- 15- Varlamis, I., Hilliard, D. F. (2017), Finding influential sources and breaking news in news media using graph analysis techniques, International Journal of Web Engineering and Technology.
- 16- Waal, E. D., Schönbach, K. and Lauf, E. (2005), Online newspapers: A substitute or complement for print newspapers and other information channels?, Communications 30.