

دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية في
الانترنت

The Role of Graphic Design in Determining the Rate of Viewers for the
Jordanian Websites

إعداد

سناء محمد إبراهيم الأسعد

الرقم الجامعي

401120006

إشراف

أ.د. عبد الرزاق محمد الدليمي

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

2013

التفويض

انا سناء محمد ابراهيم الأسعد، افوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا
والكترونيا للمكتبات، أو المظمات أو الهيئات، والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية
عند طلبها.

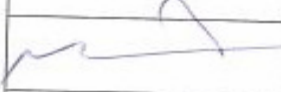
الإسم : سناء محمد ابراهيم الأسعد

التاريخ : ٢٠١٣ / ١٢ / ٢١

التوقيع : 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية في الانترنت " وأجيزت بتاريخ 2013/12/21م.

ت	أعضاء لجنة المناقشة	الصفة	التوقيع
١.	أ.د. عبدالرزاق محمد احمد - مشرفاً	مشرفاً	
٢.	أ.د. حميدة سميسم - رئيساً	رئيساً	
٣.	د. أحمد عمر محمد - مشرفاً خارجياً	مناقشاً خارجياً	

الإهداء

إلى من لهم الفضل بعد الله في ما توصلت إليه ...

إلى ينبوع العطاء الذي زرع في نفسي الطموح والمثابرة..... والدي

العزیز .

إلى نبع العنان الذي لا ينضب..... أمي الغالية

إلى رفيق دربي وشريك حياتي..... زوجي العزيز

إلى من مشنا معا اسعد لحظات حياتنا إخواني وأخواتي

إلى أجمل ما في الحياة وزينتها أولادي بشار ونديه

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على خير الخلق أجمعين

سيدنا محمد بن عبد الله صلى الله عليه وسلم

بعد الانتهاء من هذه الرسالة لا يسعني إلا أن أتقدم بجزيل الشكر وعظيم

الامتنان من الأستاذ الدكتور

عبد الرزاق الدليمي

على كل ما قدمه لي من إرشادات وملاحظات قيمة كانت مرشدة لي في

هذا البحث

كذلك لا يفوتني أن أتقدم بوافر الشكر والامتنان إلى الأستاذة

الدكتورة حميدة سميسم والى الدكتور كامل خورشيد على كل ما قدموه

لي من نصح وإرشاد ووقفهم بجانبى ومساندتى.

كما يسعدني أن اشكر الزملاء والزميلات الذين رافقوني خلال هذه

المرحلة وساعدوني بنصحه لي

ولكل إنسان حرص على مساعدتى خلال مسيرتى في كتابة هذه

الرسالة.

والى جميع من وقفوا بجانبى خلال مسيرتى التعليمية

أتقدم بخالص الشكر والمحبة

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الشكر والتقدير
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
ي	قائمة الأشكال
ل	قائمة الملاحق
ك	الملخص بالعربية
م	الملخص بالانجليزية
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
1	تمهيد
6	مشكلة الدراسة
6	أهداف الدراسة
6	أسئلة الدراسة
7	أهمية الدراسة
8	مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الاجرائية
16	حدود الدراسة
16	محددات الدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	
17	تمهيد
18	المبحث الأول : نظرية الاعتماد (Dependency Theory) المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع
22	المبحث الثاني : نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification
30	المبحث الثالث : نظرية "تحديد الأولويات" Agenda Setting Theory
86	الدراسات السابقة
86	الدراسات العربية
95	الدراسات الأجنبية
الفصل الثالث: الإطار المنهجي للدراسة	
102	تمهيد
102	منهج الدراسة
102	مصادر جمع البيانات والمعلومات
103	مجتمع الدراسة
103	عينة الدراسة
104	المعالجة الإحصائية للدراسة
110	أداة الدراسة
110	صدق الأداة
111	ثبات الأداة
112	الأساليب الإحصائية المستخدمة

الفصل الرابع: نتائج التحليل الإحصائي	
113	نتائج الدراسة
الفصل الخامس : مناقشة النتائج والتوصيات	
138	مناقشة النتائج
153	التوصيات
قائمة المصادر والمراجع	
155	المراجع العربية
161	المراجع الأجنبية
الملاحق	
164	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	الجدول
104	جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي
104	جدول رقم (2): توزيع عينة الدراسة حسب السن
105	جدول رقم (3): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الجامعي والجامعة
106	جدول رقم (4): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الجامعي
106	جدول رقم (5): توزيع عينة الدراسة حسب امتلاك جهاز حاسوب شخصي
107	جدول رقم (6): توزيع عينة الدراسة حسب متابعي امتلاك جهاز ذكي
108	جدول رقم (7): توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الانترنت
108	جدول رقم (8): توزيع عينة الدراسة حسب تصفح المواقع الأردنية
109	جدول رقم (9): توزيع عينة الدراسة حسب تصفح موقعي عمون وخبرني
109	جدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة حسب وسيلة التصفح
111	جدول رقم (11): نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة
114	الجدول رقم (12) المتوسطات الحسابية لمجال دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان نسبة متابعة بعض المواقع الالكترونية (عمون وخبرني) في الأردن
116	الجدول رقم (13) المتوسطات الحسابية لمجال دور التصميم الجرافيكي في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية
117	الجدول رقم (14) المتوسطات الحسابية لمجال علاقة التصميم الجرافيكي في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة
118	الجدول رقم (15) المتوسطات الحسابية لمجال علاقة التصميم الجرافيكي بالهوية العربية
120	جدول رقم (16) T-test لدراسة الفروق حسب النوع الاجتماعي لموقع عمون

121	جدول رقم (17) T-test لدراسة الفروق حسب النوع الاجتماعي لموقع خبرني
122	جدول رقم (18) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير السن لموقع عمون
124	جدول رقم (19) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير السن لموقع خبرني
127	جدول رقم (20) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير التخصص والجامعة لموقع عمون
130	جدول رقم (21) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير التخصص والجامعة لموقع خبرني
132	جدول رقم (22) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير المستوى الدراسي لموقع عمون
135	جدول رقم (23) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير المستوى الدراسي لموقع خبرني

قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل
138	الشعار الخاص بموقع عمون
139	التصميم الجرافيكي لخيار إضافة تعليق في موقع عمون
140	الشعار الخاص بموقع خبرني
141	التصميم الجرافيكي لخيار إضافة تعليق في موقع خبرني

قائمة الملاحق

الصفحة	الملحق
162	ملحق رقم (1) الإستبانة
171	ملحق رقم (2) أسماء المحكمين

الملخص

توضيح دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية في الانترنت

إعداد سناء محمد إبراهيم الأسعد

إشراف الأستاذ الدكتور

عبد الرزاق الدليمي

هدفت الدراسة إلى توضيح دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية في الانترنت، من أجل تحقيق هذا الغرض قامت الباحثة بتصميم استبانة ووزعتها على عينة من طلبة التصميم الجرافيكي وكلية الإعلام في جامعة البترا وفي جامعة الشرق الأوسط، حيث بلغت العينة (400).

بينت النتائج أن التصميم الجرافيكي يلعب دوراً مهماً في زيادة أو نقصان متابعة موقع عمون حيث بلغت نسبة تأثر الطلبة بالتصميم الجرافيكي لموقع عمون (74.50%). أما دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان نسبة متابعة موقع خبرني بلغت (71.55%) في الأردن، كما تبين أن دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان متابعة موقع خبرني فبلغت (71.55%). كما بينت النتائج أن التصميم الجرافيكي لموقع عمون يساعد في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية بنسبة بلغت (77.54%). وأوضحت النتائج أن التصميم الجرافيكي لموقع خبرني يحافظ على الهوية والثقافة الأردنية بنسبة (71.24%). كما بينت النتائج أن التصميم الجرافيكي لموقع عمون يساعد إحداث الفرق بنسبة المشاهدة بنسبة بلغت (78.89%)، وأظهرت النتائج أن التصميم الجرافيكي لموقع خبرني يساعد في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة بنسبة (72.88%). كما بينت النتائج أن درجة اعتماد المصمم الجرافيكي لموقع عمون على الهوية العربية في استنباط تصميمه بلغت (75.55) أما المصمم الجرافيكي لموقع خبرني فيستلهم أعمال مستنبطة من الهوية العربية بنسبة بلغت (73.63)

Abstract

By: Sanaa Mohammed El-Asad

Supervisor

Professor . Abdel Razzaq Aldulimy

The Role of Graphic Design in Determining the Rate of Viewers for the Jordanian Websites

The study aimed to explain The Role of Graphic Design in Determining the Rate of Viewers for the Jordanian Websites, In order to achieve this purpose the researcher designed and distributed 400 questionnaires to a sample of students from the Graphic Designing student and the faculty of Media at Petra University and at the University of the Middle East.

The results showed that Graphic Designing plays a major role in the increasing or decreasing visitors to Ammon news site, where the percentage of students affected by the graphic design of the site Ammon reached to 74.50%, However the increment or decrement the percentage in following Khaberni reached to 71.55% in Jordan only.

The results showed that Graphic Designing of Ammon site helped making the difference in the rates of viewing by 78.99%

The results also showed that the degree of adopting the Arab identity by the designer in deriving his design in the development of Ammon site reached to the rate of 75.55%

However the Graphic Designer of Khaberni Site inspired derived work from the Arab Identity with the percentage rate of 73.63%.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

تمهيد:

يشهد عصرنا الحالي تطوراً تقنياً هائلاً، وثورة معلوماتية رقمية غير مسبوقة، بفضل ظهور الشبكة العالمية (الإنترنت)، بكل ما حملته من مزايا وخدمات عديدة كالخدمات التجارية، والتعليمية، والصحية، والترفيهية، حتى صار يعرف هذا العصر بعصر الاتصال والتكنولوجيا الرقمية، وذلك لما يشهده من تسارع مذهل في مجال تطور أجهزة الكمبيوتر والتقنيات.

ولقد شهد العالم تحولات كبيرة في العقود الأخيرة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والإعلام، فظهرت القنوات الفضائية والإنترنت، التي بدأت ببث موادها في مناخ أوسع للحريات، ووصل إلى مناطق مختلفة، مما حد من حواجز احتكار وسائل الاتصال، وجعل المتلقي في تلك المناطق يتمكن من الإطلاع على البرامج بأنواعها المختلفة بهذه القنوات. ويعد ظهور الكمبيوتر وتطوره منذ أربعينيات القرن الماضي، والإنترنت (Internet) في النصف الثاني من نفس القرن، من أبرز الأحداث في تاريخ التكنولوجيا الحديثة التي شكلت أحد ملامح التغيير الأساسية، خلال العقود القليلة الماضية في كل مجالات الحياة، وعلى الخصوص في مجال الإعلام، والمال، والتجارة، والاقتصاد. وقد أدت إلى إيجاد أنواع جديدة من التقنيات المختلفة، التي حاول المصممون استخدامها في التعبير عما في داخلهم وعن ظروف العصر الذي يعيشون فيه.

وقد أدى ذلك إلى تفجير الطاقات الإبداعية لمصممي الجرافيك، وإلى وجود ظواهر فنية جديدة لها جمالياتها الخاصة باستخدام وسائل متعددة ومختلفة عن ذي قبل، وعليه فإن هذا التطور

يؤدي بالضرورة إلى الإسهام في تطوير مهارات المصمم الجرافيكي في الحياة المعاصرة،
ليؤدي مهمته في تطوير مجتمعه الذي يعيش فيه وتقدمه.

أصبح الإنترنت الوسيلة الأسرع في الوصول إلى ملايين المستخدمين، وحث الكثير من الناس
على إنشاء مواقع إلكترونية.

إن هذا التطور غير المسبوق صاحبه تغيير واضح في استخدام التصميم الجرافيكي،
الذي أدى دورا بارزا في جذب المتلقي إلى المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، لأن
التصميم عملية اتصال بصري بين المرسل والمتلقي، وهو كذلك برمجة للغة العين ولغة العقل.
إن هذا الإبداع الذي يوظف لجوانب مختلفة، يقوم على نظام كوني ذي قواعد ثابتة في
حياة النبات والحيوان والطيور، هذا الإبداع يتمتع العين والنفوس، ويضع أساسا لاستمرار
جمالية الحياة، وهو جزء من منظومة الكون الأزلية، التي لا تسع أي مفكر فيها إلا أن يسأل :
هل هذه المنظومة جاءت عفوية ؟ هل اللون الأخضر المريح في ورقة الشجر جاء عفويا ؟
وهل الثمرة البرتقالية أو الحمراء الكروية الشكل على الأوراق الخضراء المسطحة ظهرت
تلقائيا؟

والتصميم يقوم على مجموعه خطوات مدروسة، تُتجز ليخرج لنا العمل بالشكل الذي يعبر
عن المضمون والفكرة الرئيسية، فهو يركز على فلسفة المصمم وأفكاره ومبادئه، ليخرج قاعدة
ثقافية للمصمم نفسه، ويستطيع المصمم الجرافيكي استثمار فنه بالتكنولوجيا الحديثة، بحاستي
السمع والبصر بشكل يثير انتباه المتلقي.

يرى هيربرت ريد أن كل عمل يمكن أن يكون فناً لأنه يتطلب قدراً "معيناً" من الإبداع والابتكار. (Read, 1977:17) ويرى أنطون تشكيوف أن الإبداع هو مشكلات وغايات، لأن

الفنان لا يبدع دون تأمل وترو وتصميم وتنفيذ. (المؤتمر العلمي الرابع، 2003)

إن ثورة تكنولوجيا المعلومات والوسائط الاتصالية البصرية، التي تطورت وازدهرت في وقتنا الحالي، لعبت دوراً فعالاً في تحفيز كثير من المصممين، لمحاولة إخراج طاقتهم الإبداعية بوسائل متعددة ومختلفة عن الوسائل التقليدية التي كانوا يستخدمونها من قبل، فأضفت تلك التقنيات قيمةً جديدةً أسهمت بتأثيرها الإيجابي على الاتجاهات الحديثة للتصميم.

ورافق هذا الانتشار السريع للإنترنت، الفرصة والقدرة على نشر الأخبار والمعلومات، بما عرف فيما بعد بالصحيفة الإلكترونية التي يمكن تعريفها بأنها : تجمع مفهوم الصحافة ونظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة. (الشريف، 2000 : 18)

أحدثت ثورة تكنولوجيا المعلومات - التي تفجرت في العقدين الأخيرين من القرن الميلادي الماضي - تحولات ضخمة على مستوى البحث العلمي؛ بما يسرته من استخدام الكمبيوتر للباحثين في العلوم، وبما أتاحتها من مصادر متجددة للمعلومات، وبرامج لإدارة البيانات وتحليلها ، فأصبحت بمنزلة مكتبة لكل باحث في أي تخصص.

وكسبت هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة جمهوراً من مختلف فئات الناس. وأصبحت منافساً قوياً لوسائل الإعلام التقليدية.

إن الإنترنت هو شبكة اتصال جماهيرية ضخمة جداً، تربط مجموعة كبيرة من شبكات الكمبيوتر المنتشرة في أنحاء العالم، تتبع كل شبكة جهة مستقلة مثل الجامعات، ومراكز البحوث، والشركات. وتتميز الشبكة على الأقل ظاهرياً بعدم وجود جهة مركزية تديرها، أو تحكمها بشكل مباشر. كما تتميز بسرعتها الفائقة، وإتاحتها لقدر كبير من الحرية

والتفاعلية. والإنترنت وسيلة اتصال جماهيري حديثة لنقل الأخبار والمعلومات إلكترونياً، بشبكة الكمبيوتر المتصلة بالهاتف أو الألياف الضوئية، ويمكن نشر واستقبال الأخبار والمعلومات والصور بأسلوب سهل وسريع.

وفي ضوء ما تقدم، سعت هذه الدراسة إلى تقصي الدور الذي يؤديه المصمم الجرافيكي للمواقع الإلكترونية على الإنترنت، في جذب المتلقين لمواقع أكثر من سواها، وذلك باستطلاع رأي عينة من طلبة تخصصي الصحافة والإعلام، والتصميم الجرافيكي في جامعة البترا الأردنية، وجامعة الشرق الأوسط.

مشكلة الدراسة:

يمثل التصميم الجرافيكي دوراً "هاماً" في زيادة حجم المتابعه للمواقع على شبكة العنكبوتية في حين توجد آراء أخرى لا تعطي التصميم الجرافيكي هذه الأهمية ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتحيط بهذه الإشكالية من خلال الإجابة على السؤال الآتي :

- ما هو دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الإلكترونية في الإنترنت.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الإلكترونية الأردنية على الإنترنت، ويتفرع من هذا الهدف الأهداف النوعية الآتية:

1- التعرف على كيفية تأثير المصمم الجرافيكي في تحديد عدد متابعي المواقع الإلكترونية في الزيادة والنقصان.

2- معرفة اثر استخدام البرامج الجرافيكية (أو الوسائط المتعددة) على تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الإلكترونية .

3- التعرف على مدى استلهاام المصمم الجرافيكى ،تصميم المواقع الإلكترونية من وحي القيم الاجتماعية.

أسئلة الدراسة

سعت الدراسة الحالية الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما دور التصميم الجرافيكى في زيادة أو نقصان نسبة متابعة بعض المواقع الإلكترونية في الأردن؟

- هل للتصميم الجرافيكى دور في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية، بتصميم المواقع الإلكترونية برؤية فنية جديدة، متوازنة مع مستجدات العصر والتقدم العلمي الهائل في هذا المجال؟

- كيف يمكن للمصمم الجرافيكى أن يحدث الفرق في تحديد نسبة المشاهدة عند تصميمه للمواقع الإلكترونية؟

- هل يمكن للمصمم الجرافيكى استلهاام أعمال مستتبطة من الهوية العربية، في إبداع تصاميم جرافيكية ذات صبغة موحدة الرؤى والشخصية والمضمون للوسائط المتعددة ؟

أهمية الدراسة:

يمكن تحديد أهمية هذه الدراسة في ضوء الاعتبارات الآتية :

الأهمية النظرية:

- يستمد هذا الموضوع أهمية دور التصميم الجرافيكى في المواقع الإلكترونية المحلية، بناء على الأسس العلمية التي تتناسب مع عالمنا وهويتنا، كي يتمكن المصمم الجرافيكى من صياغتها

برؤية فنية جديدة لهذه المواقع وعلى الخصوص في تصميم الأعمال الجرافيكية للمواقع الإلكترونية، مما يكون له بالغ الأثر في جذب أكبر عدد من المشاهدين.

- الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة، في الفرق الذي يستطيع أن يحدثه المصمم الجرافيكي عند تصميمه للمواقع الإلكترونية على الإنترنت في زيادة نسبة المشاهدة، والحفاظ على الهوية الفنية العربية، لدى فئة الشباب الجامعي في الأردن، ودرجة اشباعاتها لحاجاتهم.
- تمهيد الطريق أمام إجراء عدد من الدراسات التي تتناول استخدامات المصمم الجرافيكي للمواقع الإلكترونية، باستخدام البرامج الجرافيكية (أو الوسائط المتعددة)، بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي، وإثراء المكتبة العربية بدراسة حديثة في هذا المجال.

الأهمية العملية:

- التعرف على استخدامات طلبة جامعة البترا، وجامعة الشرق الأوسط، المواقع الإلكترونية الأردنية، ومحاولة توضيح الاستخدام الأمثل لهذه المواقع من حيث التصميم، لإحداث التنمية بكل أنواعها في أوساط الشباب.
- التعرف على دوافع استخدام طلبة الجامعات للمواقع الإلكترونية الأردنية، والاشباعات المطلوبة التي يسعى طلبة الجامعات إلى تحقيقها بهذه الاستخدامات .
- يتوقع أن يستفيد من نتائج هذه الدراسة طلبة الجامعات (بكالوريوس، الماجستير) بشكل عام وطلبة جامعة الشرق الأوسط و جامعة البترا على وجه الخصوص، بالوقوف على الاستخدام الأمثل لتصميم المواقع الإلكترونية.

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

دور : هو مجموعة من المسؤوليات و الأنشطة و الصلاحيات الممنوحة لشخص أو فريق . و يتم تعريف الدور في عملية. و يمكن لشخص أو فريق أن يكون له عدة أدوار ، على سبيل المثال دورا مدير التهيئة و مدير التغيير يمكن أن يقوم بهما شخص واحد.(المعجم الوسيط، 2004: 333)

الدور هو السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة ، أو النمط الثقافي المحدد لسلوك الفرد الذي يشغل مكانة معينة (لسان العرب، 1968: 10669).

وأيضاً" هو نمط للسلوك المتوقع من الفرد في موقف معين، يتحدد بما يجب أن يؤديه من نشاط في ضوء الثقافة السائدة في الكيان الاجتماعي.(جوهر، 1967: 89)

التعريف الإجرائي : ترى الباحثة أن الدور هو مجموعة من المسؤوليات المناطة بالمصمم الجرافيكي لوضع اللمسات الأخيرة في إظهار الموقع الإلكتروني بشكله النهائي، وتحديد هوية المواقع الإلكترونية الأردنية ونسبة المشاهدة.

المواقع الإلكترونية: ترى فاتن حوى أن (من أهم وسائل التواصل على شبكة الإنترنت المواقع الإلكترونية التي تعرف بشركة أو بخدمة أو بشخص ما، أو التي تحوي بين دفتيها الكثير من المعلومات والبيانات الرقمية، والتي تشكل حقوق ملكية فكرية بشتى مضامينها). (حوى، 2010: 52)

ولقد اختلفت الآراء في مصمم المواقع في الإنترنت، أهو المبرمج، أم المصمم الجرافيكي، أم صانع السيناريو، أم خبير التسويق وطريقة عرض الخدمات عبر الإنترنت؟، بعضهم يهتم بالمظهر العام للموقع، وبعضهم الآخر يهتم بسرعة الوصول إلى الموقع، وطريقة انسياب

المعلومات فيه وعدد الزوار. (احمد، 2001 : 27) ولهذا يجب علينا ان نعرف ان المظهر ليس الأساس ولكن التكامل في الوظيفة هو الأهم، وأن يكون الموقع ذا منفعة.

ويطلق عليها بالانجليزية Web Sites , ويتم الوصول إليها بمحدد موقع المصدر – Uniform Resource Locator URL، او عنوان الموقع الذي سيطلبه مُستعرض الويب، Web browser ولها أنواع وأشكال مختلفة وتستخدم الباحثة تعبير المواقع الإلكترونية للدلالة عليها.

ويعرفه حلمي محسب بأنه الطريقة التي تقدم بها الصحيفة الإلكترونية إلى المستخدم، في ثلاث عمليات أساسية وهي: الأدوات التكنولوجية ، والعناصر البنائية ، والتصميم ، لإرضاء المشاهد وإشباع احتياجاته واهتمامه . (محسب ، 2007 : 10)

وفي تعريف آخر بأنه طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على الصفحة ، لا سيما واجهة الصحيفة الإلكترونية، بين حركة العين ومبادئ التصميم أو الثبات في الشكل لإصدارات الصحيفة وتحديثاتها، ولا تتغير إلا عند فترة زمنية طويلة نسبياً" ، لأن المستخدم يكون قد اعتاد أن يرى واجهة الصحيفة بشكل معين، وواجهة الموقع تعكس الهوية. (سليمان، 2009 : 40)

وعرفه العتيبي بأنه مجموعة مصادر للمعلومات، متضمنة في وثائق متمركزة في الحاسبات والشبكات حول العالم. (العتيبي، 2008 : 9)

أما التعريف الإجرائي فترى الباحثة أنه عبارة عن مساحات إلكترونية، يتم شراؤها من الشركات المتخصصة أو الأفراد في ذلك المجال ،وهو يعد وسيلة مملوكة للجهة التي تتولى الإنفاق عليه، وبذلك يصبح وسيلة لخدمه مصالح هذه الجهة التي تتولى الإشراف عليه.

الإعلام الإلكتروني : هو الرسالة والقوة في نفس الوقت، وهو في الأساس الوسيط.

ووظيفتهم هي تسجيل وتوضيح ونقل وبت الرسالة للجمهور (Davie

.(Upshaw,2006:p4)

وأيضاً" في مفهوم آخر له فوائد جمة جراء استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية للقارئ، لا سيما من الناحية التنقيفية والتعليمية ، إذ إن استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية، يتيح للقارئ الاستفادة من الصحف الإلكترونية، ومواقع الأخبار على شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني، وغرف الدردشة، والكتاب الإلكتروني والإنترنت . (الدليمي،2011 : 22-23)

تعددت المداخل والمفاهيم الخاصة بالإعلام الإلكتروني، فركز بعضهم على مميزاته مثل فين كروسبي **Vin Crosbie** ، فقد رأى أن الإعلام الإلكتروني، يتميز بأن رسائله الفردية تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر ، وأن كل واحد من هؤلاء له نفس درجة السيطرة والإسهام المتبادل في هذه الرسالة. (Crosbie ,1998)، وصنف ريتشارد ديفيز **Richard Davis**، وديانا أوين **Diana Owen** ، الإعلام الجديد ثلاثة أنواع هي : (Davis, Richard, Owen ,1998,P.9)

1- الإعلام الجديد (الإلكتروني) بتكنولوجيا قديمة. 2- إعلام جديد (الإلكتروني) بتكنولوجيا جديدة. 3- إعلام جديد (الإلكتروني) بتكنولوجيا مختلطة.

أما التعريف الإجرائي فتري الباحثة أنه مجموعة من الدراسات والبحوث العلمية الخاصة بالإعلام الجديد المرتبط بالانترنت فقط بكافة أنواعه، المدونات، والشبكات الاجتماعية، ومواقع الصور والفيديو، والصحافة الإلكترونية، دون التطرق لأي دراسات أخرى تنتمي إلى نوعية الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة، أو الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة .

التصميم الجرافيكي:

يعمل كوسيلة على تحسين المجتمع بالتواصل الفعال الذي يجعل الأمور المعقدة أسهل في التصميم، ويجب أن يكون مقنعاً ومؤثراً في الرأي العام. والتصميم يجعل الجمهور يتفاعل معه بمجموعة من المواضيع بطريقة سهلة وفعالة. *Hembree & Glendening , 2006* (11):

والتصميم هو تلك العملية الكاملة لتخطيط شكل شيء ما، وإنشائه بطريقة ليست مرضية من الناحية الوظيفية أو النفعية فحسب، ولكنها تجلب السرور والفرحة إلى النفس أيضاً ، وهذا إشباع لحاجة الإنسان نفعياً وجمالياً في وقت واحد. (شوقي، 2001 : 43)

أما التعريف الإجرائي للتصميم الجرافيكي، فهو استحداث أفكار جديدة خلاقية باستخدام الحاسوب، بمجموعة من البرامج التي تعني بإدخال النصوص والصور وإخراجها، بما يتلاءم مع الشكل النهائي للعمل.

الإنترنت :

الإنترنت، شبكة الشبكات، وهو ثمرة نتجت عن تلاحم ثلاث ثورات كونية: ثورة المعلومات ، وثورة الاتصال، وثورة الكمبيوتر. وعرفه الباحثون والمهتمون بشؤون الحاسب الآلي والإنترنت تعريفات كثيرة، اتفقت على أنها في أيسر صورها: منظومة عالمية تربط مجموعة من الكمبيوترات (الحاسبات) بشبكة واحدة.

وعرفها الدوسري 1992 : 15 بأنها: مجموعة من المعلومات منظمة ومخزنة على وسائط مقروءة آلياً. وهذه المعلومات تخضع عادة إلى معالجات خاصة من حيث الاختيار والجمع

والتنظيم، وأخيراً تخزن على وسائط قابلة للمعالجة الآلية كأشرطة الحاسب الآلي بأنواعها المختلفة. وعرفها قنديلجي والسامرائي (2002: 22) بأنها: مجموعة منظمة من بيانات ومعلومات مرتبطة بعضها مع بعض بنسق معين، بغرض تأمين حاجات محددة من متطلبات المستخدمين.

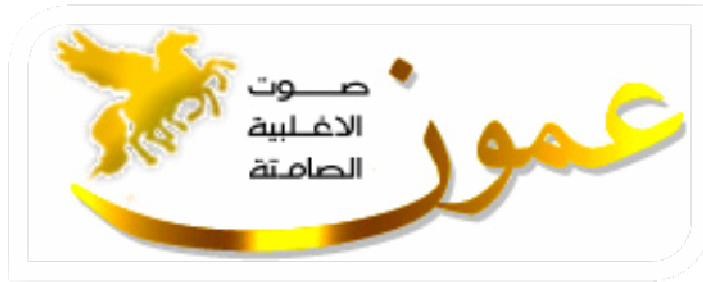
وتعرّف إجرائياً بأنها من أبرز النماذج العالمية في الاستفادة من خدمات الشبكة الرقمية المتكاملة . (Integrated Digital Network) والإنترنت شبكة معلومات عالمية، تربط الآلاف من شبكات الكمبيوتر المنتشرة في بقاع العالم ببعضها ويستخدمها الملايين من البشر.

مقدمة :

وكالة عمون الإخبارية :

أنشئ الموقع في عام 2006 ، وكان الهدف من إنشائه بث الأخبار الفورية. وأيضاً فكرة طموحة لإعلام بديل يؤسس لصوت أغلبية صامته لسنوات طويلة، التزمت ذلك خشية إملاق لحظة، أو طمس وملاحقة لحظات آخر ... أنها محاولة جادة لإبداع وطني يفتح الآفاق لكل الذين أغلق الإعلام أبوابه دونهم، لقولهم الحق الملتزم المهني، البعيد عن الشتيمة والابتزاز والسقوط في حضن ليلة ... لينتقل إلى آخر في التي تليها ، وهي بلا شك مشروع متواضع، بدأ بفكرة تحولت الى واقع فرض نفسه على الساحة، جزءاً من هيكل ومكون عربي ملموس. www.ammonnews.net .

وتعرّف إجرائياً بأنها من أبرز المواقع الإلكترونية الأردنية، في الخدمات التي تقدمها للمشاهدين، ولهذا كله تجد نفسها في تحد مهم أمام القارئ الذي يريد المزيد من المعلومات، والأخبار والصور، وربما "الشائعات"، ويريد المساهمة في صنع القرار والرأي والحراك الشعبي لكل ما يجري في أرضه وهو حق طبعي ودستوري وملك له وحده، ولا يجوز لأحد أن يصادر عليه ذلك.



في LOGO (الشعار) الخاص بموقع عمون استخدم الموقع اسم عمون للدلالة على اسم عمان القديمة وهو جزء من الحفاظ على الهوية المحلية الأردنية مع وجود الخيل العربية الأصيلة.

أيضاً يدل على الهوية العربية المشهورة بالخيال العربي الأصيلة وجعل الخيول مجنحة للعلو والارتقاء والسمو، فمن هنا رأت الباحثة أن المحتوى الفني للشعار يحمل بين طياته الهوية العربية مع وجود بعض الملاحظات عن الخط المستخدم في الجمل التعريفية للشعار(صوت الأغلبية الصامتة)، وتأثيرات اللون في الشعار.

أما التخطيط الخارجي للموقع فكان بسيطاً، وخالياً من أي قيمة تتنافى أو تتعارض مع الهوية الأردنية، أو على العادات والتقاليد السائدة في المجتمع الأردني.



موقع خبرني الإلكتروني

أنشئ الموقع في تاريخ 2008-2-17 ويعرف بأنه موقع واحد لمعرفة الحقيقة، وهو يقدم نوعاً جديداً من الصحافة الإلكترونية المستقلة والموضوعية في نقل الخبر، والجريئة في انتقاد

ومراقبة الخطأ، والمنحازة إلى المواطن، والصادقة في الانتماء إلى الوطن. وفق أسس راسخة، متمسكة بالتقاليد والثوابت الأردنية، نابضة بإحساس أطياف الشارع الأردني، مدافعة عن قضايا الأمة العربية والإسلامية، غير متكسبة أو متواطئة مع المتنفذين والمنتهجين. شعارها، طائر الهدد، الذي يرمز إلى قصة الهدد مع نبي الله سليمان الذي كان ينقل إليه الأخبار بكل صدق وأمانة. www.khaberni.com.

ويعرّف إجرائياً بأنه من أهم المواقع التي تقدم خدمة الرسائل القصيرة SMS، إلى جانب الأخبار المتنوعة التي تلبي حاجات المتلقين.



في LOGO (الشعار) الخاص بموقع خبرني استخدم الموقع شكل طير الهدد للدلالة على الأمانة والسرعة في نقل الأخبار القريبة والبعيدة، وهو جزء من الحفاظ على الهوية المحلية الأردنية، ومن هنا رأت الباحثة ان المحتوى الفني للشعار يحمل بين طياته الهوية الأردنية مع وجود بعض الملاحظات عن الخط المستخدم في الجملة التعريفية للشعار (موقع واحد لتعرف الحقيقة) وذلك من خلال صغر حجم الخط حيث أنه لا يكاد يري ويعتبر ذلك نقطة ضعف في تصميم الشعار.



أما التخطيط الخارجي للموقع فكان بسيطاً دون أية تعقيدات، ولم يضم الموقع أي محتوى يتنافى مع القيم والثوابت الأردنية، سواء بالنصوص المنشورة فيه أو بالصور المعروضة عليه، وذلك لأن هناك رقابة على المواضيع التي تنشر في الموقع، بالإضافة إلى وجود رقابة على تعليقات القراءة، ولا يسمح الموقع بنشر أي محتوى غير لائق، ويتنافى مع الهوية الأردنية.

حدود الدراسة:

تتحدد الدراسة الحالية بما يأتي:

1. الحدود المكانية: جامعة البترا الخاصة، وجامعة الشرق الأوسط، في العاصمة الأردنية.

2. الحدود الزمانية: المدة من 2013/7/1 إلى 2013/9/30

3. الحدود البشرية : طلبة تخصصي الصحافة والإعلام، والتصميم الجرافيكي، في جامعة البترا الأردنية، وجامعة الشرق الأوسط في العاصمة عمان.

محددات الدراسة:

تحدد هذه الدراسة بنتائج إجابات أفراد العينة، وهم طلبة جامعة البترا في كلية العمارة والتصميم، تخصص (تصميم جرافيكي)، وكلية الآداب والعلوم تخصص (الإعلام)، وطلبة جامعة الشرق الأوسط في كلية العمارة والتصميم (تصميم جرافيكي)، وكلية الإعلام تخصص (صحافة وإعلام، صحافة ، إذاعة و تلفزيون). وعليه يمكن تعميم النتائج على طلبة الجامعات الحكومية والخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً الإطار النظري

تمهيد

أدت التطورات في استخدام الكمبيوتر، وتطور شبكاته المختلفة، والظهور العالمي لشبكة الإنترنت، ووصولها إلى أماكن لم يكن احد يتصور وصول وسائط إعلامية إليها، إلى تحول الشبكة إلى نظام إعلامي غير مسبوق، وبخصائص لا تتمتع بها النظم الإعلامية السابقة لها. ونتيجة الاعتماد المتزايد على شبكة الإنترنت، باعتبارها الأداة الأحدث والأكثر تنامياً في مجال الاتصال، وذلك بتقديمها شكلاً جديداً من أشكال التواصل البشري فيما يسمونه (التواصل الجماهيري الثنائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة) فإنها كما يرى الشهري قناة معلومات عالمية، حققت التكامل والاندماج التقني بين العديد من وسائل الاتصال. (الشهري، 2003: 21).

وتشكل التكنولوجيا الحديثة في أهم جوانبها، حصيلاً مهمة من المعارف المنظمة التي تتصل بالميادين، والاكتشافات، والاختراعات، وعلى الخصوص في حقول الاتصال ووسائله المختلفة، التي تعبر بشكل واضح عن الأسلوب الذي اختارته المجتمعات في التعامل مع محيطها للاستمرار في الحياة وبلوغ التقدم المنشود (الدليمي، 2011: 27).

وساهمت التكنولوجيا في بروز نوع جديد من الإعلام سمي الإعلام الإلكتروني، وهو إعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، ويختلف عنه في أنه يعتمد

على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متنوعة ومؤثرة بطريقة أكبر. (الدليمي، 2012: 175).

النظريات الإعلامية

تتناول الدراسة في هذا الجانب أقرب ثلاث نظريات إعلامية يمكن لها أن تكون ذات صلة بالإطار المفاهيمي لموضوع الدراسة:

المبحث الأول : نظرية الاعتماد (Dependency Theory) المتبادل بين الجمهور

ووسائل الإعلام والمجتمع

من الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحيانا تأثيرات قوية، ومباشرة، وأحيانا أخرى تأثيرات غير مباشرة ضعيفة نوعا ما؟.

ونشأت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام منذ السبعينيات، وهي قائمة على أساس وجود علاقة قوية بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي. (مكاوي والسيد، 2000: 125)

ويرى ديفلير وروكيتش (1993) أن العلاقات القائمة بين وسائل الاتصال والمؤسسات الأخرى في المجتمع، لا تستطيع إنجاز أعمالها وتحقيق أهدافها، دون اعتماد بعضها على بعض، الذي أصبح ملزما في المجتمع الحديث. (العبد الله، 2010 : 186). وتتمثل فكرة نظرية الاعتماد في "أن استخدام وسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال، وأي رسالة نتلقاها قد يكون لها نتائج مختلفة اعتمادا على خبراتنا السابقة عن الموضوع، وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة". (إسماعيل، 2003: 278-279).

1-التأثيرات المعرفية Cognitive Effects: إزالة الغموض ووضع الأجندة وزيادة نظم المعتقدات والقيم والسلوكيات.

2- التأثيرات الوجدانية Affective Effects: الحساسية للعنف والمخاوف والاعتراب عن المجتمع.

3-التأثيرات السلوكية Behavioral Effects: الحركة والفعل أو فقدان الرغبة في الحركة والفعل، وهما من نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية. (الإعلان لا يهدف فقط إلى تقديم المعرفة، بقدر ما يهدف إلى إثارة رد فعل أو سلوك). (مراد، 2011 : 150)

تفترض هذه النظرية أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته في الحصول على المعرفة وبناء مواقف السلوكية في ظروف معينة، فكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، ويرى كل من (ميلفين، وساندر، 1993: 414-415) أن هذه النظرية تستند على مجموعة من الفروض الفرعية وأهمها :

أ. إن اختلاف درجة الاستقرار والتوازن في النظام الاجتماعي، يعود إلى التغيرات المستمرة، فتتزايد الحاجة إلى المعلومات والأخبار بزيادة الحاجة إلى الحصول على المعلومات.

ب. حيوية النظام الإعلامي لأفراد المجتمع تزيد درجة اعتمادهم عليه لإشباع حاجاتهم.

ج اختلاف حاجات الجماهير وأهدافهم الفردية والنفسية تؤثر في درجة اعتمادها على وسائل الإعلام.

وتفترض هذه النظرية وضع ثلاث علاقات في الاعتبار عند التحدث عن تأثير وسائل الإعلام :

(مراد، 2011: 150)

أولاً : النظام الاجتماعي.

ثانياً : دور وسائل الإعلام في هذا النظام.

ثالثاً : علاقة الجمهور بوسائل الإعلام.

إن استخدام وسائل الإعلام وفق هذه النظرية، لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي السائد، وطريقتنا في التعامل مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع في الماضي، وبما يحدث في اللحظة التي نستقبل فيها الرسالة.

الأهداف التي يسعى الأفراد لتحقيقها من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام : (De Fleur &

Rokeach 1975 : 262)

1- الفهم: وينقسم إلي قسمين

فهم ذاتي: ويعني فهم الفرد للقيم والمعارف والعادات والمعتقدات الاجتماعية، التي تسهم في خبراته الشخصية.

فهم اجتماعي: ويعني فهم الفرد لوظائف المجتمع الذي يعيش فيه، ويوضح مؤسساته المتنوعة.

2- التوجيه: وينقسم إلي نوعين

سلوكي: ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة بتوجيه سلوكي من المجتمع، لاتخاذ السلوك الملائم لتوقعات وقيم المجتمع.

توجيه تفاعلي: ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة باكتساب مهارات الحوار، والتفاعل مع أفراد ومؤسسات المجتمع.

3- التسلية : وتنقسم إلى:-

4- تسلية منعزلة : وتعني رغبة الفرد في الترفيه والراحة والهدوء، والبعد عن ضغوط الحياة اليومية.

تسلية اجتماعية : وتعني رغبة الفرد في الترفيه ، بتفاعله مع الآخرين.

تتأثر أسباب اعتماد الفرد على وسائل الإعلام بخبراته السابقة مع الوسيلة' فيكون الفرد العلاقة التي توفر له المعلومات التي يريدها(المزاهرة، 2012 :218).

كما تتأثر عملية الاعتماد، باستخدام الأفراد كوسيلة، وبكونه استخداماً عاماً، أو انتقائياً، أو مركزياً.

كذلك يؤدي الاعتماد على وسائل الإعلام ، إلى حصول الفرد علي المعلومات التي تفسر الواقع من حوله، وإلى تفهم الأزمات والتفاعل معها' واكتساب القيم والمعايير والاتجاهات القائمة في المجتمع .

ويعد أحد الباحثين أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام شاملة، إذ تقدم نظرة كلية للعلاقة بين الإعلام والرأي العام، وتتجنب جدلية ما إذا كانت وسائل الإعلام ذات تأثير كبير على المجتمع أم لا، وأهم ما أضافته النظرية أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام.(إسماعيل،2003 : 282)

تُظهر هذه النظرية مدى اعتماد طلبة الجامعات على متابعة المواقع الإنترنت لا سيما موقعي عمون وخبرني . حيث ظهر واضحا" من خلال نتائج الدراسة العملية حجم اعتماد الطلبة على

الموقعين في الحصول على المعلومات والأخبار وما يلعبه التصميم الجرافيكي من دور في جذب المتصفحين من الطلبة لمتابعة هذين الموقعين.

المبحث الثاني : نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification

نشأت نظرية الاستخدامات والإشباعات على يد (الياهوكاتز) عام 1959، إذ تحول الاهتمام من الرسالة الإعلامية ومضمونها إلى الجمهور المتلقي لهذه الرسالة، وبذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الإعلام المهيمنة، فقد كان الاعتقاد السائد أن متابعة الجمهور لوسائل الإعلام، تم وفقاً للتعود على الوسيلة الإعلامية، وليس لأسباب منطقية. (الفیصل، 2005: 18)

وتعد النظرية من النظريات الهامة في عالم الدراسات الإعلامية الحديثة، فهي تحاول فهم عملية الإعلام، وتحاول أن تستكشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وما دوافع تعرضهم التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون، أو شراء وقراءة الصحف، أو سماع برامج الإذاعة، أو التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي، وإن محتوى هذه النظرية يسعى إلى الإجابة عن سؤال / لماذا يتصل الناس بالإعلام؟ وما الاحتياجات التي تجعل الأفراد يستخدمون وسائله؟ وما الوظائف التي تقوم بها للناس، وبعبارة أخرى ماذا يفعل الإعلام بالناس؟ (الراوي، 2013: 6)

وتقول تلك النظرية إن جزءاً مهماً من استخدام الناس لوسائل الإعلام، موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم مثلما قال مارك ليفي هناك 5 أهداف لاستخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة - التوجه المعرفي - عدم الرضا - التوجه العاطفي - التسلية).

تعتمد هذه النظرية إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسة هي: (إسماعيل، 2003: 245-255)

أ: التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

ب: توضيح دوافع وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

ج: التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري، يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

وتركز هذه النظرية على خصائص المشاهد ودوافعه، انطلاقاً من مفهوم أن المتلقي الإيجابي، هو الذي يستخدم رسالة إعلامية معينة لإشباع حاجة، أو لتحقيق هدف معين. وأصبح القائمون بمهمة الإعلام، يبذلون جهداً مضاعفاً للتعرف على اتجاهات وذوق المتلقي . (De Flure & Rose : 235) ,1999

وتشير كلمة "حاجة" في علم النفس إلى صنفين من الحاجات هما:

1- حاجات فسيولوجية وتسمى أيضا الحاجات الأولية، وتتمثل في كل ما يحتاجه الفرد أو الكائن الحي للمحافظة على حياته، واستمرار بقائه، كالحاجة إلى الطعام والماء ، لذلك فإشباعها ضروري.

2- حاجات نفسية ويطلق عليها الحاجات الثانوية، وهي حاجات يكتسبها الفرد من البيئة

كالرغبة في الصداقة، وحب الاستطلاع، والحب.

وهذه الحاجات والدوافع تختلف باختلاف الأفراد، للتباين القائم بينهم الأفراد من حيث الأدوار والمواقع والأعمار، وكذلك باختلاف المعايير الثقافية والاجتماعية للمجتمع الذي يعيش فيه الأفراد، وهذه الحاجات تتطلب الإشباع، حتى يتحقق للفرد نوع من الرضا والاتزان النفسي،

فعدم إشباع حاجة معينة يترتب عنه شعور الفرد بحالة من الإحباط، مما قد يدفعه إلى كبت الحاجة، فيتوجه إلى التصرف نحو الهدف الذي يعتقد أنه يحقق له الإشباع.

وفي هذا الصدد يوضح (Rosengren & Windahl, 1972: 41) أن نظرية الاستخدامات والإشباع، تركز على الجمهور المستخدم لوسائل الاتصال وتبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، إلى جانب أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته. وليحدد استخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة.

وتعدّ نظرية الاستخدامات والإشباع، مدخلاً اتصالياً سيكولوجياً، فيفترض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية، تدفعه لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته. (الراوي، 2013: 6)

وتنقسم دوافع استخدام وسائل الاتصال إلى قسمين رئيسيين هما: (مكاوي والسيد، 2003 : 246)

أ- الدوافع المنفعية التي تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة، والحصول على المعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام التي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

ب- الدوافع الطقوسية التي تستهدف تضييق الوقت، وتحقيق المتعة، والاسترخاء، والصدقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل: المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة.

فروض نظرية الاستخدامات والإشباع

هناك خمس فروض رئيسية تعتمد عليها الاستخدامات والإشباع وهي: (Katz 1974,

:11-35)

- 1- يتسم جمهور وسائل الاتصال بالإيجابية والنشاط، وإن استخدامه لوسائل الاتصال يهدف إلى تحقيق أغراض معينة.
- 2- يمايز الجمهور بين وسائل اتصال محددة ويختار الأنسب لإشباع حاجاته.
- 3- تتنوع درجات إشباع الحاجات المختلفة للجمهور باختلاف وسائل الاتصال التي يستخدمها في عملية الإشباع.
- 4- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- 5- تدل استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما.

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع

هناك العديد من الأهداف التي تحققها نظرية الاستخدامات والإشباع، أهمها ثلاثة:

(مكاوي والسيد، 2003:247)

- 1- محاولة اكتشاف كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته، وتلبي توقعاته ورغباته. وهذا ما يتحقق بفهم العلاقة بين المتغيرات الوسيطة (النوع، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص)، والإشباع والاستخدامات المتحققة، وكذلك رصد وسيلة التصفح أو التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- تفسير دوافع استخدام وسيلة محددة من وسائل الاتصال بعينها، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا الاستخدام، وهذا الهدف من الاستعانة بالنظرية، لتحديد دوافع

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والعلاقة بين بعض المتغيرات الأخرى ووصفها.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري، وهذا يتأتى بالفهم الفعلي للإشباع المتحققة من الاستخدام لهذه المواقع.

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع

أ- الاستخدامات:

ويقصد بها أن الجمهور يميل إلى استخدام وسائل الإعلام لإشباع حاجاته وتحقيق أغراضه . وتعرف الحاجة بأنها شعور الإنسان بنقص معين من الناحية النفسية والاجتماعية، وعند حصوله عليه يشعر بحالة من الرضا والسعادة والإشباع (حسن، 2010: 8).

وقد طور أليكس تان "Alex tan" قائمة عامة وشاملة للحاجات التي يرغب الجمهور تحقيقها من الرسائل الإعلامية (الموسوي، 2004:22)، وهي:

- الحاجات المعرفية: وهي تلك الحاجات المرتبطة بتدعيم المعرفة والمعلومات، وفهم البيئة المحيطة.
- الحاجات الوجدانية: وتمثل الحاجة إلى الحب، والصدقة، والسعي وراء المتعة، والترفيه، وتحقيق السعادة.
- الحاجات الشخصية: وهي التي يؤدي تحقيقها إلى تدعيم ثقة الفرد، واستقراره، ومكانة الفرد في المجتمع.
- الحاجات الاجتماعية: وهي الحاجات التي تلبي التواصل الاجتماعي، من اجل تقوية الروابط مع الأهل والأصدقاء.

• الهروب من الواقع: وهي مرتبطة بالهروب، والانفلات من التوتر، والرغبة في التسلية (الموسوي، 2004).

و يشير (الكحكي، 2009: 270) على أن هناك ارتباطاً بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، لتجديد دوافع الاستخدام. وإن الناس يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع ما يأتي:

أ- الحاجات الشخصية على سبيل المثال السيطرة، الاسترخاء، والسعادة والهروب.

ب- الحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت والعادة واكتساب المعلومات، والتسلية.

ب- الإشباعات:

يشير إشباع الوسيلة إلى مزيد من الاستجابات الفورية المتعلقة بالحاجة، ويصنف (حسن، 2010،: 302) هذه الإشباعات إلى ما يأتي:

1) الإشباعات المتعلقة بالمحتوى: و تنتج بالتعرض لمحتوى وسائل الاتصال، وترتبط برسالة الاتصال، وهذه الإشباعات تصنف إلى:

أ. **الإشباع التوجيهية:** ويقصد بها اكتساب الفرد لمعلومات جديدة، أو مهارات عامة أو متخصصة، أو تأكيد الذات والاستفادة من بعض المعلومات.

ب. **الإشباع الاجتماعية:** وترتبط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة علاقاته الاجتماعية، مثل التحدث مع الآخرين، والإحساس بالتميز، والقدرة على حل المشكلات.

(2) **الإشباعات العملية:** وتتحقق باختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة، وتنقسم إلى: (حسن،

(2010، ص303)

أ. **إشباعات شبة توجيهية:** وهي مكملة للإشباعات التوجيهية، وتتمثل في الشعور

بالراحة، والاسترخاء، والمتعة، وتجدد النشاط.

ب. **إشباعات شبة اجتماعية:** وتكمل الإشباعات الاجتماعية مثل استخدام وسائل

الاتصال للتخلص من الإحساس بالوحدة والضجر والضيق، وللانطلاق العاطفي

والتوحد مع الشخصيات التي تعكسها وسائل الإعلام.

ويعد التواصل الاجتماعي أحد الخدمات التي يقدمها الإنترنت إلى جانب البريد

الإلكتروني، والنسيج الإلكتروني، والأخبار، ونقل الملفات، وغيرها من الخدمات المتنوعة. وقد

أدى هذا الأمر إلى زيادة توجه الباحثين في مجال الاستخدامات والإشباعات يزيدون من

اهتماماتهم بكيفية استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، إلى جانب دراسة الدوافع التي

تدفعهم لاستخدام هذه المواقع .

وفي هذا الصدد يوضح (Rosengren & Windahl, 1972, p41) أن نظرية الاستخدامات

والإشباعات تركز على الجمهور المستخدم لوسائل الاتصال، وتبني سلوكه الاتصالي على

أهدافه بشكل مباشر، إلى جانب أنه يختار من بين البدائل الوظيفية، ما يستخدمه لكي يشبع

احتياجاته. ولتحديد استخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة.

وتطبيقاً على مدخل الاستخدامات والإشباعات تتضح الإشباعات الآتية التي يرغب

الجمهور في تلبيتها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: (الراوي، 2013: 4)

1- بديلاً عن الاتصال الشخصي.

2- الإدراك الذاتي عن الجماعات المختلفة من الناس.

3- تعلم السلوكيات المناسبة.

4- بديلاً أقل تكلفة عن الوسائل الأخرى.

5- المساندة المتبادلة مع الآخرين.

6- التعلم الذاتي.

7- التسلية والأمان والصحة.

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع

ساهمت نظرية الاستخدامات والإشباع، في تقديم إستراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدام الجمهور لوسائل الإعلام و إشباعاتها، على أساس اعتبار الجمهور عنصراً فعالاً وإيجابياً، وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاءات في هذا المجال، فإن صوراً من الانتقادات وجهت إلى هذه النظرية وهي على النحو الآتي:

أ- يرى عدد من الباحثين أن نظرية الاستخدام والإشباع لا تزيد عن كونها إستراتيجية لجمع المعلومات، بالتقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الاستقصاءات، فهي تعتمد بإفراط على دوافع ذاتية للحالات النفسية للمستعملين (ديفلير، وروكيتش، 1993:17).

ب- تتبنى نظرية الاستخدام والإشباع مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، والإشباع، إذ لا يوجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم، وهو ما يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية (ديفلير، وروكيتش، 1993:17).

ج- تعد نظرية الاستخدام والإشباع استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام هادفاً ومقصوداً، لكن هناك من يرى أن استخدام وسائل الإعلام يحكمه السلوك الاعتيادي، أي حكم العادة والتعود، فمثلاً مشاهدة برامج معينة قد تعود إلى العادة أو إلى شعبيتها (مكاوي والسيد، 2003:248).

د- وهناك من ذهب إلى أن نتائج نظرية الاستخدام والإشباع، يمكن أن تتخذ ذريعة لإنتاج محتوى إعلامي هابط، وعلى الخصوص عندما يرى بعضهم أن ذلك المنتج يلبي حاجات المتلقين في مجالات التسلية والترفيه (حسن، 2010:305).

وفي المقابل يعد المؤيدون لنظرية الاستخدامات والإشباع، أن كل ما أثير ويثار حول النظرية، لا يمكن أن ينفي دورها في دراسة علاقة الفرد بوسائل الإعلام، إذ إن هناك تغييرات متبادلة في سلوك الأفراد ومحتويات وسائل الإعلام والاتصال إلى جانب قياس اتجاهات الأفراد ومدى إشباع حاجاتهم، لا يمثل مشكلة تعترض نظرية الاستخدام والإشباع فقط، بل هي عوائق أمام مختلف الأبحاث الاجتماعية، لأنها تتعامل مع الفرد الذي يتسم سلوكه بالتغير وعدم الثبات (Wimmer et al., 1991, p49).

وقد ساعدت هذه النظرية الباحثة في رصد استخدامات الطلبة لموقعي عمون وخبرني، حيث يساعد التصميم الجرافيكي في تلبية حاجات المستخدمين المتكررة في متابعة هذين الموقعين.

المبحث الثالث : نظرية تحديد الأولويات "Agenda Setting Theory"

تعتمد هذه النظرية في فكرتها الأساسية، على أن هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام، وأهمية ترتيب الخبر كما يراه الجمهور المتابع لها، فمن المفترض أن تكون

هناك علاقة إيجابية بين ترتيب أولويات الوسيلة والأولويات الهامة لمتابعيها. وتقوم بحوث الأجنحة ببحث العلاقة الارتباطية بترتيب نتائج تحليل المحتوى والترتيب من وجهة نظر الجمهور، وهنا يكمن أهم تأثير لوسائل الاتصال، وهو مقدرتها على ترتيب أجنحة الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة (حجاب، 2010: 310).

ونظرية "تحديد الأولويات" أو نظرية "تحديد الأجنحة" Agenda Setting Theory التي أثارها الباحثان الإعلاميان مكومبس، وشو، وكما يقول صالح خليل أبو إصبع (1999) تفيد بـ"وجود علاقة إيجابية بين ما تؤكد وسائل الإعلام في رسائلها، وما يراه الجمهور هاماً. أي أن دور وسائل الإعلام يسهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور. ومن ثم فإن وسائل الإعلام بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية". (مراد، 2012: 148)

نظرية الأجنحة واحدة من الأطر النظرية التي تبحث في تأثير وسائل الإعلام، إذ تهتم بحوث "ترتيب الأولويات" بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل، لتحديد أولويات القضايا السياسية والاجتماعية التي تهتم المجتمع.

ويفترض هذا المدخل أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجمهور أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام، وعملية الانتقاء اليومي لموضوعات قائمة أولويات وسائل الإعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات، وتحريكها صعوداً أو هبوطاً، لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط، بل هي عملية تستهدف - أيضاً- صانعي القرار السياسي (هبة جمال الدين، أولويات الإعلام وعملية تشكيل

الرأي العام، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثلاثون، العدد الثاني والثلاثون، مصر، سبتمبر 1993: 10).

يعد الثنائي ماكسويل ماكومبس ودونالدشو MC Combs, D. Show هو من أعطى هذه التسمية لهذا النموذج، ومن لاحظ هذه الظاهرة لأول مرة أثناء الحملة الانتخابية لسنة 1972، بعد أن تمت نفس الملاحظة سنة 1968، خلال الحملة الانتخابية للرئاسة الأمريكية؛ ومفادها أن الأفراد أثناء الحملة الانتخابية يأخذون القسط الكبير من المعلومات عن وسائل الاتصال الجماهيرية، ومنها يكتسبون معلومات جديدة، ويصبحون أكثر إدراكاً للعوامل الجديدة التي تؤكد وسائل الإعلام، أثناء عملية نقل النقاشات حول الإشكاليات المختلفة أثناء الحملة الانتخابية، وبهذا فإن الافتراض الأساس لهذا النموذج، يلخصه "برنارد كوهن Cohen Bernard" في قوله: "قد لا تنجح وسائل الاتصال الجماهيرية معظم الوقت في تحديد ما يعتقد الجمهور، ولكنها ناجحة بصفة مذهلة في تحديد ما ينبغي أن يفكر فيه هذا الجمهور". (بسيوني، 2008:208).

ويضيف ماكومبس وشو MC Combs, Show في دور الجمهور في ترتيب الأولويات، "وضع الأجندة" فيقولان: "بينما تلعب وسائل الإعلام دوراً رئيساً في تحديد القضايا العامة اليومية، فإنها ليست بالكامل المحددة لأولويات أجندة الجمهور، إذ هناك تفاعل بين الصحافة ومصادرها التي تؤثر على أولويات أجندة الصحافة، وأهم من هذا وجود التفاعلات بين الصحافة والجمهور، التي تؤثر على ما هو مقبول باعتباره أولويات أجندة الجمهور. (McCombs,1977: P152).

وقد ساعدت هذه النظرية الباحثة في رصد طبيعة الأجندة التي تعكسها هوية ما ينشر في هذين الموقعين لا سيما التصميم الجرافيكي الذي يعبر عن جوهر الأجندة التي يطبقها كلا الموقعين.

التصميم الجرافيكي

كانت الرسومات الأولية في كهوف العصر الحجري ولا تزال تثير بعض الأسئلة حول قوة التصاميم في بلاد وادي الرافدين قبل أكثر من سبعة آلاف سنة وبعدها بقرون وادي النيل؟ تلك الأقوام وصلت مرحلة متقدمة في مناهج التعبير عن الحياة والدين، بل التعبير عما بعد الموت. وقد اتبعوا منهجاً معيناً في تزيين معابدهم وقصورهم وقبورهم، بأشكال صممت خصيصاً لمحاكاة أفكارهم في الظواهر المختلفة، من هنا نستطيع الإقرار جازمين أن التصميم ليس وليد النهضة الأوروبية أو الثورة الصناعية، بل هو موجود منذ الأزل، وسيبقى مستمراً إلى الأبد، طالما أن الإنسان يعيش على هذا الكوكب، ويتأثر بالأحداث اليومية ويتفاعل معها. (العربي، 2008: 3)

إن التصميم يحاكي الرؤية، أو بتعبير آخر "الإبصار"، فالمصمم يعي تماماً أن الفكرة التي يريد إيصالها إلى الناس بتصميم معين، يجب أن يراها الناس، إذن فالتصميم يتعامل مع العين مباشرة، ومن ثم يتكون الإحساس بجماليات الأشكال الموجودة داخل التصميم لدى المشاهد، فنحن لا نستطيع تسمية "الإعلان الإذاعي" تصميمياً، في حين يمكننا في الوقت نفسه إطلاق تسمية "تصميم" على الإعلان التلفزيوني، فحتى الحركات التي يقوم بها الممثلون في الإعلان التلفزيوني هي مستقاة من الطبيعة، وموظفة في الإعلان لتعبر عن فكرة معينة. للتصميم أهمية كبيرة في حياة الناس، لما له من دور هام في توفير احتياجات المجتمع، من منتجات فنية من شأنها أن تخاطب ذوق كل أفرادهم ومستهلكيه، حسب اختلاف أعمارهم ومستواهم الاجتماعي والثقافي، ويهدف التصميم بالدرجة الأولى إلى تحقيق الرفاهية والناحية الجمالية. وأيضاً هو طريق لتوضيح الأشياء، مثل كيف أشتري سلعة معينة، كيف أتصفح موقعاً لإنترنت، كيف أقدم الخدمات للزبائن،

كيف أقنعهم. والأهم من ذلك أن التصميم يعبر عن الأفكار والمفاهيم، وينقلها إلى فئة جمهور معين مثل: وفئة العمر، وفئة الدخل، وفئة الجنس.... (العربي، 2009: 75).

يهدف التصميم بالبحث المستمر إلى إيجاد حلول مناسبة للمشاكل التي قد يواجهها الناس في حياتهم العادية اليومية، فالتصميم الصناعي مثلاً - وهو أحد فروع التصميم المهمة - يتعلق بتنفيذ تلك الأفكار التي تتكون لدى المصمم، لإيجاد حلول لمشاكل قد تواجه الناس، نتيجة الجلوس على كراس غير مريحة للظهر؛ وظيفته المصمم هنا هي البحث والتفكير في تصميم جديد يتناسب والحاجات الفيزيائية للجسم، إذن فالمصمم يجب أن يعرف تماماً حجم المشكلة وأبعادها، ومن ثم يترك العنان لخياله لينتج حلاً مناسباً لطرح فكرة معينة، باستخدام العناصر المختلفة للتصميم من خطوط، وأشكال، وألوان تجذب العين وتخاطب العقل. (العربي، 2008: 5)

والتصميم كما يرى موسى، عبارة عن عدد من التخصصات الفنية والمهنية التي تركز على الاتصالات المرئية وطرق عرضها. والتصميم الجرافيكي يقوم على تطبيق مجموعة من المبادئ، والاشتغال بمجموعة من العناصر لإيجاد عمل فني تواصل مرئي يركز إلى الصورة الثابتة ويتخذ شكلاً مطبوعاً أو معروضاً على سطح ثنائي الأبعاد. (موسى، 2011، 23).

(جاء تعريف كلمة جرافيك (The Graphic) في اللغة الإنجليزية، من الكلمتين (Graphicus (Graphium) في اللغة اللاتينية، وهما يقابلان كلمة (Graphikas) في اللغة اليونانية الحديثة، والتي تقابل في كلا اللغتين "أسلوب الكتابة" (Writing Style)، ويعطينا مقابلها في اللغة الألمانية مفهوماً مقارباً حيث (Graphisch) تعنى "مختص بفن الكتابة أو الرسم والتصوير"، وهو نفس المعنى في اللغة الإيطالية تقريباً حيث كلمة (Graphico) تعنى "تقديم الأعمال عن

طريق خط مرسوم "ومنها فن الجرافيك" (Graphic Art) بمعنى خاص بالطباعة والليثوغراف

والحفر وما يماثل ذلك). ابو قليبين، 2012 : 10

(وبالرجوع إلى الأصل الذي أخذنا منه الكلمة العربية "جرافيك" وهو الإنجليزية، نجد أن (Graphic من الـ Graph) بمعنى "رسم بياني أو خط بياني".

ولم تكتف دائرة المعارف البريطانية بربط أفرع الفنون الجميلة والفنون التطبيقية تحت مصطلح فنون الجرافيك، بل إنها ربطت ذلك أيضا بالحرف والأساليب الفنية التكنولوجية (Technique) المستخدمة في كليهما.

الجدير بالذكر أن أول من أطلق تسمية (Graphic Designer)، هو المصمم وليام أديسون دويغنز عام 1992، الذي عرف مصطلح "المصمم الجرافيكي" بأنه ذلك الشخص الذي يجمع بين العناصر المختلفة (كلمات، صور، ألوان...) في صفحة واحدة بشكل يجذب النظر.

التصميم الجرافيكي مشتق من كلمة (جراف)، وهي تعني (رسم بياني)، أما كلمة (جرافيك) فهي تعني (تصويري، مرسوم، مطبوع...)، والبحث عن معنى هذه الكلمة الأجنبية لا يشكل صعوبة تذكر، فمعظم القواميس الفنية المتخصصة تفيد أن أصل هذه الكلمة لاتيني، وهي مشتقة من كلمة جرافوس Graphus - ومما تعنيه: "خط مكتوب أو مرسوم أو منسوخ"، فأستعير اللفظ في اللغات الأوروبية لكي يطلق على كل رسم بخط منسوخ، ثم أصبح اسماً عالمياً لهذا الفن، وجاء في اللغة الفرنسية هكذا (Gravure).

ما نعرفه عن التصميم الجرافيكي في الوقت الحاضر، له جذور تاريخية مهمة باختراعين عظيمين؛ الأول هو اختراع آلة الطباعة في القرن الخامس عشر على يد (جوهان جوتنبرغ)، والثاني كان الثورة الصناعية في القرنين الثامن والتاسع عشر. وقد كان لاختراع آلة الطباعة

الأثر الكبير في تطور التصميم الجرافيكي، فقد كان لابد من الاهتمام بنوع الخط الذي سيظهر في الإعلان، مكان الكلام في الصفحة، متى يفضل استخدام الخط الغامق (Bold) وهل من الأفضل أن يرافق ذلك الإعلان بعض من، الصور.... من هنا بدأت ثورة جديدة في عالم الإعلان فقد زادت جمالية ودقة الإعلانات، وزادت كميات النسخ الموزعة.

إن الثورة الصناعية من جهتها عملت على زيادة الحركة التجارية، فازداد الاهتمام بالإعلان عن الكثير من المنتجات الجديدة، التي أصبحت تصنع وتوزع بشكل كبير، كان لابد عندها من زيادة إنتاج الإعلانات للاتصال بأكبر عدد من الناس، وعلى الخصوص في ظل ازدياد المنافسة الشديدة بين الشركات الكبيرة، إلى جانب أن الثورة الصناعية أتاحت المجال لاختراع أنواع جديدة من الآلات الطابعة، وآلات التصوير الفوتوغرافي، وابتكار تقنيات آلية جديدة زادت من سرعة الإنتاج.

إن من أهم التطورات التي حصلت في تاريخ التصميم الجرافيكي، اهتمام المصممين بنوعية خطوط الطباعة تايبوغرافي (Typography)، وعلى الخصوص في أيام الثورة الصناعية، ومن أهم، المصممين الذين كان لهم الفضل في تطور هذا المجال المصمم (Baskerville John)، الذي اختار أن يكسر القوانين السائدة آنذاك، فيما يخص الخطوط التقليدية المستخدمة في طباعة الكتب والصحف، فابتكر أنواعاً جديدة لم تكن شائعة الاستخدام في المطابع، وطور نوعاً جديداً من الأحبار تكون من زيت الكتان المغلي، وبعض من الراتنج (صمغ)، وكان يحفظ لشهور قبل الاستعمال، وبذلك فقد أضافت مادة الراتنج لمعانا للحبر الأسود الكثيف الذي كان شائع الاستعمال آنذاك. (Meggs(1988: 99)

في عام 1475 تم إنتاج أول كتاب باللغة الإنجليزية على يد (William Caxton)، وفي عام 1501 صمم (Francesco Griffo) أول خط من نوع الخط المائل (Italic)، وطور الانجليزي (William Caslon) 60 نوعاً من الخطوط الإنجليزية في عام 1720 سميت خطوط كاسلون (Caslon Fonts)، التي بقي استعمالها رائجاً للستين سنة التالية، وفي عام 1816 أنتج كاسلون أول خط من مجموعة (Sans Serif). (Meggs, 1998:33).

فيما بعد تتابعت التطورات على فن التايبوغرافي، وتم تطوير أنواع ونماذج جديدة من الخطوط، منها العريض (Bold)، والأكثر سماكة (Black)، واليوم بفضل الكمبيوتر أصبح بالإمكان الاختيار من بين أنواع كثيرة من خطوط الطباعة.

والثورة الأهم في مجال التصميم الجرافيكي، كانت عندما دخل الكمبيوتر في هذا المجال على يد شركة (MIT) عام 1960 بالتعاون مع المعاهد الأخرى المتخصصة بالكمبيوتر. وفي عام 1980 بالعمل المتواصل والمنافسة الكبيرة بين شركات التكنولوجيا، تم إنتاج أول جهاز كمبيوتر من إنتاج شركة (Apple Macintosh)، تميز بسعره الأقل من الأجهزة الأخرى، وسهولة استخدامه، فأصبح كثير من الناس يستخدمونه في البيوت لإنتاج المواد المطبعية اليسيرة.

وفي عقد الثمانينات بفضل تطور أجهزة الكمبيوتر، تطور مفهوم النشر المكتبي (Desktop-Publishing) الذي غير جميع المفاهيم الخاصة بالتصميم الجرافيكي والطباعة في العالم كله. يرجع الفضل الكبير في تطور مفاهيم النشر المكتبي، إلى أول برنامج خاص بالنشر المكتبي، وهو (Aldus/Adobe's Pagemaker®)، وإلى شركة (Apple Macintosh™) بفضل نظام عرض الصور في أجهزتها، الذي سمي حينها (WYSIWYG)، اختصاراً للعبارة (what you see is what you get) بمعنى أن ما تراه هو ما تحصل عليه بعد الطباعة، وبهذا

تكون التكنولوجيا الرقمية قد أعادت صياغة التصميم الجرافيكي بمفاهيم عصرية جديدة إلى الأبد.

لم تقف التطورات في مجال التصميم الجرافيكي عند هذا الحد، فقد كان لظهور شبكة الإنترنت على يد البحرية الأمريكية في عقد الستينات، وتطورها في عقد السبعينات، الصدى الواسع والتأثير الكبير لدى العديد من المصممين. أصبح من السهولة تناقل الصور والتصاميم بالشبكة، وأصبحت شبكة الإنترنت أكبر مكتبة للمعلومات في العالم، ووسيلة مهمة للتجارة الالكترونية؛ مما جعل الشركات الكبرى تتجه نحو المصممين، لينتجوا لها ما يسمى مواقع الإنترنت، لتكون بمثابة سوق يعرضون فيها منتجاتهم وخدماتهم، وهنا ظهر فرع جديد في التصميم الجرافيكي وهو (تصميم صفحات الإنترنت).

و تطور التصميم الجرافيكي بحق كان من أهم أحداث القرن العشرين، واليوم نجد الكثير من المفاهيم الجديدة الخاصة بالتصميم الجرافيكي، وأصبح هذا المجال علماً قائماً بحد ذاته، يدرس في الكثير من الجامعات العالمية، وأصبح المصمم الجرافيكي من أكثر الناس الذي يحظون بالاحترام في الكثير من بلدان العالم، لأهميتهم في نقل صورة معينة للناس، وإقناعهم بها بمهارتهم في إنشاء علاقات بصرية جذابة بالتعامل مع الخط واللون والصورة إن المصمم الجرافيكي الناجح هو ذلك الشخص الذي يعي حقاً أن مهمته هي إرضاء أكبر عدد من الأذواق، وهي مهمة ليست سهلة، فهو يعرف أن عليه التعامل مع شرائح كثيرة من الناس وأفكار تختلف من مكان إلى آخر من جهة، ومن شخص إلى آخر، من جهة أخرى فالمصمم الجرافيكي ماهر في علم النفس، إذ إنه على علم بتأثير الأشكال والألوان على المشاهدين، وهو ماهر في وضع

الحلول. عمر 2003: 26

ظل التصميم الجرافيكي لمدة كبيرة يختص بإنتاج المواد المطبوعة (مجلات، جرائد، كتب، أوراق رسمية، أوراق معاملات، بطاقات فيزيت، نشرات إعلانية، ملصقات دعائية، بطاقات تهنئة، تذاكر حفلات ومباريات، أختام، شعارات، مغلفات رسائل، مغلفات المنتجات، صناديق الطرود، ملصقات المعلبات، لبيلات... وغيرها الكثير)، ولكن التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات (Technology Information)، أضاف الكثير إلى التصميم الجرافيكي، أفضى إلى فرع قائم بذاته أطلق عليه إسم "الوسائل الإعلامية المتعددة"(Multimedia)، يتعامل مع رسومات الكمبيوتر - دون الحاجة إلى طباعتها- ويكونها في إطار حركي كالأفلام السينمائية، مع إمكانية استخدام التأثيرات الصوتية(Audio) ، ومن أشهر البرامج التي تتعامل في هذا النوع من التصميم هو (Director, Macromedia Flash, & D Max, Maya, Macromedia3 Multimedia Builder).

وحتى الرسوم المتحركة التي كانت ترسم باليد، أصبحت بعد انتشار Multimedia ترسم وتحرك بالحاسوب، في وقت أقل بكثير من قبل، وبعد أن أصدرت شركة (Macromedia)، إصدارها الأول من برنامج(Flash)، أصبح مجال الرسوم المتحركة من أكثر المجالات متعةً بالنسبة للكثير من المصممين، فهذا البرنامج قد أحدث نقلةً نوعية في عالم الرسوم المتحركة، إلى جانب إلى عالم تصميم مواقع الانترنت.

وبمناسبة الحديث عن تصميم صفحات الإنترنت، فالجدير بالذكر أن هذا المجال ظهر فرعاً قوياً من فروع تصميم الجرافيك في الآونة الأخيرة، لانتشار شبكة الإنترنت بشكل واسع في العالم، فقد أصبح العالم قريةً واحدة، واحتاجت الشركات الكبيرة إلى البحث عن طرق جديدة لتسويق منتجاتها، وتسهيل معاملاتها التجارية، وهكذا ظهر ما يسمى (التجارة الإلكترونية)، وهي نوع

من عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

الشعار : (Logo)

في تصميم الشعارات يجب أن تكون ألوانها قليلة، ولا تزيد على اثنين، وأقصاها ثلاثة دون درجات مختلفة، أو لوان ودرجاتهما. ويجب أن تكون أحرف الشعار واضحة، وان يكون الشعار مترابطاً مميزاً وليس مجرد حروف مرصوفة ورموز مجردة. ويعد الشعار أحد وسائل الاتصال الجماهيري في تبليغ فكرة أو وسيلة، ويعبر عنه بالرمز.

فالشعار جملة إعلانية تتميز بالسهولة والوضوح، وتعرض خاصية أساسية من خصائص الخدمة المعلن عنها، ولا يؤكد هنا على استخدام الكلمات فقط في إخراج الشعار، ولكن يمكن استخدام أي شكل آخر يعمل على تأكيد فكرة معينة (David 2009:77).

إن التطور التكنولوجي قدم الكثير للتواصل بعملية مزج واندماج الكلمة مع الشكل الرمزي، إذ يكتسب الناس تحديات مشتركة لمعاني أشياء، بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية، وذلك بالتفاعل مع الآخرين باللغة، أو كما يقول علماء الاجتماع إنها الاكتساب بتبادل التفاعل الرمزي. (مكاوي، 1998: 151).

يقول "جومبرش Gombrich"* (إذا لم يجد المصمم في الشكل الرمزي ما يحتاجه، أو كان غير مناسب لغرضه، فإنه يبتكره ويدرب الجمهور على اعتياده في ثقافته).

ويحقق الشعار الاتصال بكل الناس في جميع أنحاء العالم، فهو من ابلى وسائل الاتصال الجماهيري، لذا يعد نمطاً من وسائل الاتصال الهامة، فهو يميز نشاط مؤسسة عن أخرى ويساعد المتلقي على تذكر المؤسسة على مدى بعيد وثابت دون تغيير.

أسس تصميم الشعار Principles logo design

إن أسس تصميم الشعار، تمثل النظام والشروط العامة التي يتم بها تنظيم وترتيب العناصر البصرية المختلفة، في شكل فني مميز، وهي العوامل التي تساعد على نجاح تصميم الشعار، ويتم بعدة علاقات يمكن انجازها على النحو التالي (Bigman,2013: 96) :

الحركة (Motion)، الإيقاع (Rhythm)، التأكيد (Emphasis)، التباين (Contrast)،
الإتزان (Balance) السيادة (Dominance)، الوحدة (Unity).

ويقول "بول جاكوس جريلو" إن اللغة الأساسية لتصميم الشعار تشمل على الجملة: :

الخامة (Material)، الوحدة (Unity)، الاتزان (Scale)، التناغم (Rhythm)،
الحركة (Dynamic)، الانسجام (Harmony). ولتعميق هذه المفاهيم لا بد لنا من أن نتحدث باختصار عن مفردات التصميم المذكورة أعلاه.

أهمية الفراغ في تصميم الشعار Importance of the vacuum in the logo design

إن وجود الفراغ في التصميم يتيح سهوله الرؤية والراحة للعين، ويعمل على التنظيم المرئي لما هو موجود داخل مساحة الإعلان. Lori and, Lisa, "1992:18,19,20 ويلاحظ أن مكان الأشكال يؤدي إلى خلق علاقات فراغية، ونقاط تركيز معينة، تمثل مركز اهتمام للمتلقي، ويتمثل ذلك في الشعار أو اسم المؤسسة، فإنه بمجرد إحاطة الاسم أو الشعار بنسبة من الفراغ، فإن ذلك كفيل بأن يلفت إليه الانتباه، ويجذب عين المتلقي .

وتكمن أهمية الفراغ في تصميم المطبوع في تحقيق ما يأتي :

- يتيح الفراغ للعين الراحة البصرية.
- يربط بين العناصر المستخدمة في التصميم .
- يبرز العناصر بإحاطتها بقدر مناسب من الفراغ لتمييزها . عمر،2008: 36

• يسهل تتبع عناصر التصميم، ويساعد العين على سهوله النقل من عنصر إلى آخر داخل مساحة التصميم، ويساهم في توضيح الحروف والكتابات، ويسهل عملية القراءة. ويعد الفراغ عنصراً أساسياً من العناصر التي تدخل في بناء تصميم الشعار، ويؤثر في فاعليات العناصر الشكلية الأخرى، ويتأثر بها، ويقصد به المسافة التي تفصل بين الأشياء أو تحيط بها، وهو يعمل على راحة العين وسهولة تنقلها بين عناصر تصميم الشعار، مما يسهل القراءة، ويجعل العناصر تبدو أكثر وضوحاً، مثل تصميم ورق المراسلات والمغلفات. وهناك أشكال للفراغ تتمثل في :

- الفراغ بين الأشكال والعناصر، وهو مقدار الفراغ الواجب توافره بين العناصر.
- الفراغ بين الحروف وهو الفراغ المتكون بين حروف الكلمات، ويجب مراعاة أن الفراغ الكبير بين الحروف يمثل عبئاً على المتلقي، ويجعل متابعة القراءة عملية مجهدّة.

مفهوم الهوية البصرية The concept of visual identity

تعرف الهوية البصرية بأنها التي تمنح المنظومة الجرافيكية لغة واضحة، تتم بها الخطط التصميمية الطويلة الأجل (Wheeler,2013:159). ويشمل هذا التعريف هوية الكيان المؤسسي، ويقصد بالعناصر المرئية للهوية كلاً من العلامة التجارية، والأشكال الجرافيكية، والعناصر التيبوغرافية، واللون.

تعد الهوية البصرية طريقة إستراتيجية لحل مشكلات التعرف والتمييز والقدرة على التذكر، كما أن لها دوراً محكراً في مجالات البيع والتسوق. لذلك فإن البرامج الناجحة للهوية البصرية هي التي تحتوي علامة تجارية يسيرة وسهلة التذكر، إلى جانب مجموعة لونية، وعناصر جرافيكية قادرة على تقديم القيم الأساسية، وفلسفة المؤسسة بشكل بصري فعال (Wheeler,2013: 175).

تعد عملية تصميم الهوية البصرية Design Process أحد أشكال التحدي للوصول إلى حلول لمجموعة من المشكلات، حيث تتطلب مراعاة الجوانب الوظيفية والجمالية مع الاعتبارات الخاصة بمجال التصميم، وهي عملية تعتمد في نجاحها على البحث والتفكير والتكيف والتفاعل والتنظيم. ويرى البعض أن التصميم الجرافيكي أحد أدوات تنمية المجتمع، وذلك لما له من قدرات اتصالية فعالة مؤثرة، فالأشكال الجرافيكية تعمل على تسهيل الأفكار المعقدة وتجعلها قابلة للفهم والإدراك، لذلك تؤثر على الرأي العام بالقدرة على توصيل المعلومات والإقناع.

لذلك فإن تحديد المشكلات التصميمية للهوية البصرية، يتمثل في الاعتماد على فكرة أو قيمة أساسية واحدة، والتعبير عنها بأكثر السبل وضوحاً ويسراً، وتعتمد على التعامل مع المثيرات الحسية المرتبطة بالطبيعة الإنسانية على الجملة، وهذا يحتاج في مرحلة البحث إلى اكتشاف وفهم المصمم للموضوع المقدم، بمعرفة طبيعة مجال العمل، وخصائص المنتج، وتحديد المنافسين.



LOGO,2008:028

ما هي أسس وعناصر التصميم؟

أسس التصميم: (الأسس الجمالية)

1- الهارموني الانسجام : الانسجام بين عناصر التصميم والتوافق بينها وبين ألوانها وأحجامها.

2- التدرج: التدرج في الحجم واللون ودرجات الألوان.

3- التكرار: تكرار الأشكال والألوان يؤكد الشكل ويبرزه، وأحيانا تدور فكرة التصميم في إطار هذه المسألة، وهناك التكرار في تماثل (السميتيرية)، تكون أحيانا ناجحة، و أحيانا أخرى تبعث الملل في التصميم، وهناك التكرار مع التدرج .

4- **التباين والتضاد:** من أهم عناصر و أسس التصميم، وعلى الخصوص في الإعلانات، لأنه يبرز المنتج الإعلاني، ويجعله ملفتاً للنظر، ولكن التباين والتضاد يكون بدراسة وبحساب، لأنه إذا زاد أدى إلى نشاز. (Debbie,2008: 30)

عناصر التصميم (Design Elements):

عناصر التصميم الجرافيكي تعني ببساطة مكونات التصميم أو العمل الفني، التي تنظم بطريقة يعيها المصمم تحت المشاهد على اكتساب رد فعل طبيعي تجاه ما يراه، والناحية الجمالية في طريقة ترتيب تلك العناصر هي ما يعطي للتصميم وزناً:(الهادي والدرابسة، 2008: 87-55)

العنصر الأول: النقطة (Dot)

أصل كل شيء في الطبيعة نقطة، فاجتماع النقاط هو ما يشكل الخط، والخط يصنع الشكل. وهي من أيسر العناصر التصميمية. فقد تدل النقطة على المكان وحده. والنقطة لا أبعاد لها من الناحية الهندسية، أي ليس لها طول أو عرض أو عمق، ويميل معظم الناس إلى أن النقطة شكل دائري. ولا تعرض أي اتجاه إذا استخدمت منفردة.(شوقي،2001:138)

العنصر الثاني: الخط (Line):

يمكن تعريفه بأنه شكل ضيق جداً، وللخط وظائف عديدة منها الحس بالحركة داخل الفراغ أو حوله، وذلك لما للخط من مقدرة على جعل العين تتابع حركته أينما اتجه. وللخطوط تعبيرات معينة، فالخطوط المستقيمة الناعمة تعبر عن الهدوء والاستقرار، أما الخطوط المتقاطعة والمتعارضة والمتعكسة في اتجاهاتها، فتعبر عن الحركة والحيوية والتفاعل.

هناك أنواع متعددة من الخطوط منها الخط المستقيم، الخط المتعرج، الخط المتقطع....
وهناك تصنيف آخر لأنواع الخطوط منها الخطوط الحقيقية، وهي المرسومة بشكل واضح
وحاد، وهناك الخطوط الوهمية المتكونة من التقاء شكلين في التصميم.

فوائد الخطوط:

- تقسم الفراغ.
- تحدد الأشكال.
- تنشئ الحركات.
- تجزئ المساحات.

التأثير النفسي للخطوط:

- الخطوط الرأسية توحى بالثبات، وبتجاه من أعلى إلى أسفل، وسبب ذلك أن العين تتبع اتجاه الثقل في قراءة الخط، فتبذل مجهوداً أقل من ذلك المجهود اللازم لقراءة خط بحركة صاعدة وبنفس الطول. إن ظاهرة الجاذبية الأرضية هي إن- لإحساسنا- الحركة الطبيعية، وكل حركة مضادة تتطلب مجهوداً أكبر حتى تتحقق، فصعود مستوى مائل أكثر مشقة من نزوله.
- الخطوط الأفقية توحى بالهدوء والاستقرار، ولا يستطيع الخط المستقيم الأفقي أن يحدد الاتجاه الذي يوحي به سواء إلى اليمين أو إلى اليسار، إلا بإضافة العناصر القادرة على الإيحاء بالتوجيه والحركة كالأشكال مثلًا.
- الخطوط المائلة توحى بالسقوط، وقليلًا ما يستعمل في التصميم دون مصاحبة خطوط أخرى، ذلك لأنه لا يحقق الإحساس بالاتزان والثبات العام للتصميم الذي يبحث عنه المصمم، فهو يؤثر بكل قوة للدلالة على اتجاهات وإيحاءات بالحركة. فرمز البرق يأخذ معني أقوى

برسمه خطأً منكسراً، وسهمه متجه إلى أسفل، ليوحي بالحد الأقصى لسرعة الهبوط، بخلاف ما إذا كان الخط صاعداً والسهم إلى أعلى، إذ يمكن أن يراود نفسية المشاهد فكرة المقاومة الناتجة عن الجاذبية الأرضية، وهكذا نفهم قيمة تحديد اتجاه خط لتحديد معناه. (العربي، 2008: 85)

- الخطوط المتكسرة توحى بالحركة، وأحياناً الفوضى، ونلاحظ في هذه الخطوط الحدة في التشكيل، مما يستلزم استعمال بعض الحليات معه لكي تلطف وتهدئ من تأثيره. كما استعمل في بعض الزخارف الإسلامية. ويمكن للخط المنكسر المكون من مستقيمين أن يتضمن اتجاهها مؤكداً مهما يكن وضعهما في الحيز، على أن يحدد هذا الاتجاه بمحصلة المستقيمين المكونين للخط المنكسر (عبو، 1982: 33).

- الخطوط المنحنية توحى بالليونة، وسلاسة التموج التي تمتزج أحياناً بالخط المستقيم لتهدئ من صلابته الزائدة. ومع أن الخطوط الأفقية والرأسية والمائلة، المستقيمة منها والمنحنية يمكن في مختلف تكوينها أن تتراقق، فإنها يجب أن تظهر سيطرة وتوقفاً لنوع واحد منها، ويكون تأثير الخطوط الأخرى ملطفاً ومخففاً لملل النوع المسيطر. (عبد الهادي و الدرايسة، 2008: 59-57)

العنصر الثالث: الشكل (Shape):

هو عبارة عن خط مكتمل ومغلق، والأشكال عديدة منها المنتظمة (الهندسية) كالدائرة والمربع والمثلث، ومنها غير المنتظم وهي كثيرة في الطبيعة، ويمكن تكوين شكل معين بتلوين مساحة من الفراغ داخل التصميم.

ويطلق على الشكل في كثير من الأحيان مفهوم (التكوين)، إذ تعتمد قوة التصميم على تكوينه، والتكوين هو شكل ترتيب العناصر في العمل أو التصميم، وهناك تكوينات عدة أذكر

منها: الهرمي، والحلزوني، والتموج، والدائري. ويعد التكوين الهرمي أقواها، وطريقة توزيعه تجعل الأشكال الكبيرة والثقيلة في الأسفل وجعل الأشكال الصغيرة في الأعلى بالترتيب حسب الحجم والكثافة اللونية وفصيلة اللون.

التأثير النفسي للشكل:

فإذا أخذنا سطحا مستويا أساس لتكوين ما، فإنه كما قلنا يأخذ أهميته التشكيلية، إذا ما ظهر مواجهاً في المستوى الرأسي، ففي هذا الوضع يكون السطح مجالاً لتغيمات وتأثيرات متعددة، وتعد واجهة العمارة السكنية المحصورة بين جارين مثلاً لهذا الوضع. أما بخصوص الأسطح الأفقية فجميعها تترجم في فن العمارة إما بشكل أسقف، وإما بأرضيات موزايكو. مثلاً، فقد نفذت رسوماتها من قطع الرخام أو الحجارة الملونة، أو سطح الماء بأحواض النافورات الذي يعكس صور الطبيعة حوله، إذ يظهر سطح الماء تبعاً لحالة السماء ذا ألوان وحيوية متغيرة. كذلك السطح الأفقي يمكن أن يكون عنصراً حياً كالمسطحات الخضراء من الجازون، وأحواض الزهور، مما يسمح بتنوع التأثيرات.

أما السطح المائل فيوحي دائماً بالحركة الصاعدة أو الهابطة تبعاً لمكان الرؤية للمنحدر. وهذا السطح المائل لا يوحي بتأثيرات الثبات إلا بالاستعانة بعناصر أخرى للدلالة على حركة مضادة مما يحدث الاتزان.

أما السطح المنحني كالسطح الاسطواني كما بالشكل التالي، والسطح المخروطي كما بالشكل، فدائماً ما ترتبط هذه الأسطح بفكرة التغليف بعكس السطح المستوي إذ لا يستطيع إلا إحداث فكرة التحديد الجزئي لحيز ما في اتجاه واحد. والسطح الأسطواني برؤيته من الداخل أو من الخارج ربما يتضمن مظهر سكون، في حين أن السطح المخروطي يصحبه إحياء بالحركة الصاعدة والخالصة من تلك المميزات والخصائص.

أما السطح الكروي كالقبة مثلاً فإنه يعطي الإيحاء بالتغليف وتحديد الحيز بداخله. ويأخذ كمال تشكيله إذا كان مكوناً من نصف كرة مرتكزة على رقبة أسطوانية، كما بالشكل التالي. أما إذا كان ارتفاع القبة منخفضاً أي أقل من نصف قطرها، فإنها تعطي إيحاء وتأثير سحق للحيز، كما بالشكل التالي. وأخيراً السطح المنحني البريمي فنظراً لدورانه في الحيز حول محور رأسي فإنه يوحي بالحركة الرأسية الدورانية.

كذلك لا يؤثر السطح على المشاهد بأبعاده وشكله ووضعه في الحيز فحسب. بل تكتمل معانيه الإيحائية بطريقة معالجته، من حيث توزيع الإضاءة، ولونه، ولمس ونسج موادته المكونة له، فاللون مثلاً ربما يكون كافياً لأن يحدث إحساسات وانفعالات واضحة في نفسية المشاهد، وتختلف هذه الأحاسيس باختلاف شدة الضوء.

ويمكن أن نحصل على حيوية السطح بتجزئته إلى أسطح هندسية متجاورة تختلف زاوية تعرضها للضوء، فيكون الاختلاف في شدة الضوء على الأسطح عنصراً فعالاً للتنعيم. (العربي، 2008: 85)

العنصر الرابع: المنظور:

وهو تمثيل الأجسام المرئية على سطح منبسط (اللوحة) لا كما هي في الواقع، ولكن كما تبدو لعين الناظر إليها من موقع معين.

وكثير من الأخطاء التي يرتكبها المصمم المبتدئ تنشأ أحياناً عن جهله بقواعد المنظور. فأبعاد الأجسام واتجاهاتها يطرأ عليها تغيير يتناسب مع موقع الناظر إليها.

والمنظور نوعان : خطي وهوائي.

(1) المنظور الخطي:

يقصد بالمنظور الخطي مظهر الأشياء كما يتحدد من أوضاعها والمسافات النسبية فيما بينها. فالخطوط الأفقية المتوازية مثل السكة الحديدية، تبدو وكأنها تلتقي عند نقطة التلاشي على خط الأفق. الخطوط العمودية المتوازية مثل أعمدة الكهرباء تبدو وكأنها تقترب من الأرض كلما بعدت عن عين الناظر إليها. وهذا التقارب التدريجي بين الخطوط - الناتج عن تساؤل حجم الأشكال كلما زاد بعدها - يؤدي إلى الإحساس بعمق الصورة وتماسكها.

(2) المنظور الهوائي:

يقصد بالمنظور الهوائي مظهر الأشياء كما تبدو متأثرة بحالات الجو الطبيعي المحيط بها. ويتمثل المنظور الهوائي في الخفوت التدريجي للضوء وتزايد نعومة الأشياء البعيدة. وطالما أن حالات الطقس تؤثر على المنظور الهوائي حتى في الأيام المشمسة، فإن مظهر الأشكال البعيدة تحكمه حالة الجو المتاحة أثناء النظر إليها بالعين المجردة.

لمزيد من إيضاح المنظور يجب الإشارة إلى مفردتين مهمتين في رسم المنظور، وهما: خط الأفق، ونقطة التلاشي. إن خط الأفق هو مستقيم تتابعه بعينيك، ويجتاز المنظر المرئي من أوله إلى آخره. أما نقطة النظر التي تقع على خط الأفق، فإنها تظل ثابتة تجاه عين الناظر. يقع خط الأفق على مستوى عين الناظر، وهو يعلو وينخفض وفقا لعلو الناظر وانخفاضه عن سطح الأرض. وللتأكد من ذلك هناك طريقة يسيرة يمكنك تطبيقها بنفسك. قف على الشاطئ في يوم صحو، وانظر باتجاه البحر فتلاحظ أن السماء، تلتقي مع الماء في خط مستقيم على مستوى عينيك تماما؛ إن هذا المستقيم هو خط الأفق. اهبط إلى موقع أدنى فترى أن الأفق يهبط بمقدار هبوطك، فيما تكبر فسحة السماء وتقلص فسحة الماء. بعدئذ

اصعد على مرتفع قريب يسمح برؤية البحر من الأعلى، فتلاحظ أن خط الأفق يصعد بمقدار صعودك.

أما نقطة التلاشي، فهي النقطة التي تتلاشى عندها جميع الخطوط المتوازية والمائلة، وبما أننا نرغب في نقل هذه الخطوط إلى لوحة الرسم، لابد لنا من إيجاد هذه النقطة التي تتلاشى فيها الخطوط على خط الأفق. إن نقطة التلاشي تسمح لنا بوضع الأشياء في مكانها الصحيح على اللوحة، أي بإظهار بعدها الثالث سواء كنا ننظر إلى هذه الأشياء من الأمام أم من الجوانب أم من الأعلى.

الجدير بالذكر أنه عند البدء بتصميم يحتوي أشكالاً ثلاثية الأبعاد (منظور)، ينبغي على المصمم الالتزام بالقواعد الآتية:

- كل الخطوط المتوازية تلتقي عند نقطة معينة على خط الأفق.
- كل الخطوط المائلة تلتقي عند نقطة التلاشي على خط الأفق.
- تتقارب الخطوط العمودية كلما بعدت عن عين الناظر.
- تصغر السطوح العلوية كلما اقتربت من خط الأفق، وتكبر السطوح الجانبية كلما

ابتعدت عن نقطة التلاشي. (شوقي، 145:2001)

العنصر الخامس: اللون (Color):

الألوان عديدة ولا يمكن حصرها، ولكن هناك نوعين رئيسيين من الألوان: الألوان الباردة وهي الأزرق ومشتقاته، والأخضر منها، والألوان الساخنة وهي الأحمر ومشتقاته والأصفر ومشتقاته. الألوان الرئيسية ثلاثة هي: الأحمر، والأصفر، والأزرق. ومن درجاتها أو من مزج لونين مع بعضهما تنتج الألوان الأخرى التي تسمى (ألوان ثانوية). اللون الأبيض يسمى (أشعة) وليس (لون)، واللون الأسود يتكون نتيجة مزج جميع الألوان مع بعضها. وقد

يتساءل بعضهم عن الألوان الرمادية، إنها مزيج من اللون الأسود بدرجات (كثافات) معينة والأبيض.

للألوان مدلولات حسية كثيرة تثير في نفس المشاهد أحاسيس معينة، وهي أنه عادةً ما يكون لكل موضوع لون معين، ففي تصميم منشور المطعم يفضل استخدام اللون البرتقالي بكثرة، لأنه معروف بقدرته على فتح الشهية. أما الأزرق الذي يرمز للهدوء والاستقرار فإنه يستخدم مثلاً في التصاميم ذات العلاقة بالعلاج، لأنها مريحة للعين. (عبد الهادي و الدرايسة، 2008 : 25-37)

العنصر السادس: القيمة (Value):

وهي درجة الإضاءة، أو درجة القيمة الضوئية، فالمنطقة المضيئة في التصميم عادةً ما تكون أكثر قيمة من المنطقة المعتمة، هذا في الإعلانات الملونة. أما الإعلانات التي تستخدم الأبيض والأسود، فقط فإن الأبيض يشكل أعلى قيمة، وكلما اقتربنا من الأسود نكون قد تدرجنا نحو القيمة الأقل ضوءاً.

والجدير بالذكر أنه يجب مراعاة الظل والضوء: فالمعروف أن المنطقة المتعرضة للضوء يكون جانبها الآخر في الظل.

موضوع الظل والظلال من المواضيع الهامة في التصميم، ولهذا قمت في السطور الآتية بتحليل بعض الظواهر المتعلقة بهذا الموضوع، لكن بداية أعرف الظل.

الظل في اللغة نقيض الضح (بالكسر)، أو هو الفيء، أو هو بالعادة والفيء بالعشى، ومكان ظليل ذو ظل، والظلة شيء كالصفة يستتر به من الحر والبرد، والظلال والمظلة (بالكسر والفتح) الكبير من الأخبية، والظليلة مستنقع الماء في أسفل مسيل الوادي والروضة الكثيرة الحرجات، والظلل الماء تحت الشجر لا تصيبه الشمس. (معجم الفيروز أبادي)

وفي المعجم الوجيز (ظَلَّلَ): الظل هو ضوء الشمس إذا استترت عنك بحاجز، والظليل ذو الظل، ويقال ظل ظليل أي دائم، وعلى ذلك فإن الظل بمعناه العام يشمل الخيال الناتج عن الأشياء في اتجاه سقوط أشعة الشمس.

يستخدم الظل والظلال في التصميم لتسهيل فهم التصميم بالتعبير عن البعد الثالث للعمق، وعن شكل السطوح وتحديدها إذا كانت منبسطة، أو مستديرة، أو مائلة، أو رأسية، إلى جانب إظهار الملامس السطحية. ويعتمد الظل على اتجاه الضوء في التصميم، والاتجاه التقليدي للضوء في الرسومات المعمارية هو الخط القطري للمكعب من زاوية أعلى اليسار الأمامية إلى زاوية أسفل اليمين الخلفية، وهذا أيضا في مناظر التخطيط والمسقط الرأسي، يرى اتجاه الضوء خطأً قطرياً لمربع وتكون زاوية اتجاه الضوء 45 درجة.

إن تكون الظل هو أحد نتائج انتشار الضوء في خطوط مستقيمة، ويطلق تعبير الظل على احتجاز النور عن منطقة ما، بوجود حاجز معتم يعترض مسار موجات هذا النور (الضوء المرئي) القادم من أحد مصادر الضوء في اتجاه واحد.

وإذا تعرض أي جسم للإشعاع الشمسي (الضوء الطبيعي)، فإن الجانب المعرض مباشرة للشمس يكون مضيئاً، أما الجانب الآخر من الجسم الذي ليس في مواجهتها فيكون واقعاً في الظل، فعلى سبيل المثال لو كان أي مجسم هندسي معرضاً للشمس فإن النصف المعرض للشمس يكون مضيئاً، أما النصف الآخر فيكون في الظل ويطلق عليه الظل الحقيقي، أي الذي يلقيه بنفسه على نفسه، ثم نجد أن هذا الجانب المظلل من المجسم الهندسي يقوم بإلقاء ظل على الأرض، أو أي مستوى أو جسم آخر، وهو ما يعرف باسم الظل الساقط أو الظل الظاهري.

العنصر السابع: الملمس (Texture):

هو العنصر الذي يمتاز بأننا نحس به بحاستين هما: اللمس والبصر، وتكمن أهمية هذا العنصر في استخدامه للتمييز بين أجزاء التصميم لإعطاء كل شيء طبيعته الخاصة، فالخشونة للسطح الخشن، والنعومة للسطح الناعم، كما أن تنوع الملامس بين أجزاء التصميم يعمل على إعطاء التصميم حيوية أكثر، ويبعده عن الإحساس بالملل. (العربي، 2009: 93)

وملمس السطح يظهر للتفاعل بين الضوء وكيفيات السطح من حيث (النعومة، والخشونة، ودرجة الصقل). فنحن ننظر إلى القيم السطحية على أنها ملمس السطوح كما تحسه اليد، ولكن القيم السطحية أيضاً هي ملمس السطوح كما يحسها العقل، لأن في العقل ميلاً إلى وصف السطوح المرئية بأنها خشنة أو ناعمة، ويربط هذه الصفات المرئية بالحركة.

ويؤدي تنظيم تلك العناصر الشكلية بكيفيات مختلفة وبكثافات مختلفة، إلى تغيير الخصائص الضوئية للسطح من حالة إلى أخرى. والملمس في التصميم يعني الإحساس به بالرؤية البصرية، ثم إحساس العقل بالقيم السطحية وتخيلها. إن هذه الظاهرة يطلق عليها أحياناً "المعادل البصري للإحساس الملمسي".

وهناك ثلاثة عوامل رئيسية تؤثر في مجال الإدراك بالملمس وهي:

- الضوء الساقط على الأسطح "شدته أو قوته ونوعه"، مثل ضوء النهار أو الضوء الصناعي.
- الجهاز البصري للإنسان الذي يتلقى الإحساس بالملمس.
- تباينات طبيعة الأسطح نفسها.

وتصنف ملامس السطوح من حيث الدرجة إلى: ملامس ناعمة، ولامس خشنة. أما من حيث النوع، فإنها تصنف إلى: ملامس حقيقية (لامس طبيعية، أو صناعية)، ولامس إيهامية.

توجد الملامس الحقيقية في الطبيعية كالنبات والحيوان والجماد، كما يمكن أن تكون صناعية تتحقق باستخدام تقنيات مختلفة من حفر، بصمة، ونقش. الخ.

أما الملامس الإيهامية، فهي الملامس ذات البعدين، التي يمكن إدراكها بحاسة البصر دون لمسها، وغالباً ما تكون الملامس الإيهامية تقليدياً لملامس حقيقية مثل ملمس الحجر، أو الرخام، أو الخشب، أو الجلد. ويمكن تحقيقها في الأعمال الفنية عن بالتقنيات والمعالجات التشكيلية على السطح ذي البعدين عن بتوظيف عناصر التصميم كالنقطة، والخط، واللون. يرتبط اللون بالملمس وبالخصائص البصرية للمادة، ولإعتام والشفافية أو نصف الشفافية في الملامس تختلف عن بعضها، فالزجاج الشفاف يختلف في ملمسه عن زجاج آخر نصف شفاف.

نستطيع استلهام الملامس من الطبيعة، فالأمثلة كثيرة، فإننا نرى في المخلوقات والكائنات الحية ثروة من الأشكال المختلفة واللامس السطحية؛ في الحيوانات نجد جلد الثعبان، والتمساح، وظهر السلحفاة، والفراء، وجلد الحمار الوحشي، والزرافة وفي الطيور نجد ريش الطاووس، وريش العصافير، وجناح الفراشة، وعرف الديك"، وفي الأحياء المائية نجد قشور الأسماك، وجلودها، وأسطح القواقع، والمحارات، والشعب المرجانية. وفي النباتات نرى الأشجار، وأوراق النبات والأزهار، وقطاعات الأشجار والثمار الخ. فهي جميعها منبع

ومصدر إلهام للتصميمات الفنية. (العربي، 2009: 95)

وفي الفنون الثنائية الأبعاد يكون الملمس أمراً مرتبطاً بالإدراك البصري، ولا ارتباط له بحاسة اللمس، وندرته لاختلاف سطح كل منها عن الآخر من ناحية الخصائص البصرية. ويتضح لنا أيضاً أن الملمس في العمل الفني لا ترتبط أهميته المادية بالشكل فقط، بل هو أيضاً وسيلة تعبير عن المضمون، ويضيف إلى العمل الفني قيمة معنوية.

العنصر الثامن: الكتلة:

الكتلة خاصية فيزيائية للأجسام، تقيس كمية المادة التي يحتويها الشيء. وهو مفهوم مركزي من الميكانيكا والمواضيع ذات العلاقة بها، تقاس بوحدات كالجرام والكيلوجرام، وتبين أفعال الأشكال في العمل الفني، وتنسيق كل شكل حسب ثقله؛ فهو في ثقله القيمي له مكان مخصص أو مناسب جداً في العمل وإذا وجد به كان وجوده أقوى وأثر إيجاباً على قوة العمل على الجملة.

ترتبط الكتلة في النحت بالصفات المعمارية، وتتصف بالصلابة والثقل، فيحسها الإنسان ممثلة، والكتلة تظهر أيضاً في التصميم رغم اختلاف الخامات؛ فالكتلة في التصميم تظهر وفيها العمق، وتتميز بالبعد الثالث والاستدارة، ويتحسس الرائي كما يتحسس النحت في الفراغ.

وهنا لا بد من أن نميز بين الشكل والكتلة، فنحن غالباً ما نخطئ بينهما. فالشكل يمثل المضمون الأساس المراد التعبير عنه بالرسم، أما الكتلة فهي التي تعطي صلابة الأشكال وتميزها عما يحيط بها.

وإذا كانت الخطوط والأشكال تسود التكوين بما تحمله من قيم جمالية، فإن الكتلة تستحوذ على الاهتمام بما لها من ثقل. كذلك يبرز ملمس الأشكال في الكتلة بالظلال التي توحى

بالتباين بين الداكن والفاتح. (العربي، 2009: 97)

العنصر التاسع: الفراغ:

ولولاه لما اتضحت لنا أبعاد التصميم والأشكال التي يحتوي عليها التصميم، وأوصي بتفعيل هذا العنصر في التصاميم، فهو الأهم لإبراز الأشكال وإعطاء التصميم أبعاداً بصرية رائعة. عندما يستخدم المصمم الخطوط لتقسيم الفراغ فإنه يهتم بإيجاد فواصل ممتعة بينها، فإذا ما انقسم الفراغ إلى أقسام متساوية أدركها العقل بسرعة، وانصرف عنها لخلو شكلها، مما يدعو إلى استمرار التأمل، وعلى العكس من ذلك، إذا استحث المصمم نشاط عقل الرائي لبناء علاقة جمالية بين مساحة وأخرى، فإنه في هذه الحالة يرضيه بالمشاركة في هذه المشكلة الجمالية.

يمنح الفراغ الكتل المطلوب من الأهمية، إذ إنه يساعد على إعادة خلق المعنى التعبيري للكتل، ويسهم في توحيد عناصر الصورة، وتكوين علاقات الترابط بين الأشكال؛ بمعنى أكثر بساطة، هو "الحيز الذي يشغله فراغ". (عبو، 1982)

ما هي عوامل إخراج تصميم ناجح؟

عوامل نجاح التصميم:-

- مراعاة أسس التصميم.
- التعبير عن طبيعة المنتج ودراسته بشكل واضح.
- مراعاة الإخراج اللوني، وألا تزيد ألوان التصميم على 3 ألوان بدرجاتها ليصل المنتج بصورة أجمل.
- مراعاة الإخراج النهائي للتصميم، وأن يكون في صورة جيدة، وأن تكون عناصره متكاملة، وأن يؤدي الغرض المطلوب منه.

فكره مختصرة في الألوان:

تنقسم الألوان إلى:

- ألوان صبغية : وهي التي يستخدمها الفنانون لعمل الرسومات...
- ألوان ضوئية: وهي التي تستخدم في إضاءة المسرح والسينما & Sutton)...

(Whelanm, 2004 :11)

- ألوان طباعية: وهي التي تستخدم في الطباعة...

تنقسم الألوان الصبغية إلى ثلاث ألوان أساسية:

R أحمر + B أزرق + Y أصفر

R + B = Violet بنفسجي

B + Y = Green أخضر

Y + R = Orange برتقالي

(Sutton & Whelanm, 2004 :10) V + G + O = K (Black) الأسود...

الألوان الضوئية أيضا تنقسم إلى ثلاثة ألوان:

وهي تعتمد علي نظرية تأليف الضوء الأبيض بطريقة الإضافة: إذ اللون الأبيض هو خليط

من الألوان الأساسية الثلاثة, وباختلاط أي لونين من ألوان الأشعة الثلاثة الآتية تتألف منها

ألوان أخرى:

R أحمر + G أخضر + B أزرق

R + G = Yellow أصفر

G + B = Cyan أزرق مخضر

B + R = Magenta قرمزي (ابوقلبين، 2012: 14)

ألوان الطباعة تنقسم إلى أربعة ألوان:

وهي تلك الألوان التي تستخدم في الطباعة، والتي تخصصنا نحن مستخدمي الفوتوشوب ومصممي الإعلانات، والعاملين في مجال فصل الألوان والطباعة. ابوقلبين، 2012: 15)

C (Cyan) + M (Magenta) + Y (Yellow) + K (Black)

M+Y=R

Y+C=G

(Lupton and Phillips, 2008 :17) C+M=B

الوسائط المتعددة Multi-Media:

يشير مفهوم الوسائط المتعددة، إلى تكامل وترابط مجموعة من الوسائل المؤتلفة في شكل من أشكال التفاعل المنظم، والاعتماد المتبادل، يؤثر كل منها في الآخر، وتعمل جميعا لتحقيق هدف واحد أو مجموعة من الأهداف. أي أنها طائفة من تطبيقات الحاسب الآلي، يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة تتضمن النصوص، والصور الساكنة، والرسوم المتحركة، والأصوات، ثم عرضها بطريقة تفاعلية (Interactive) وفقا لمسارات المستخدم. (زيتون، 2001: 456 - 457).

لذلك نتناول العناصر الإخراجية التي تتكون منها الصحيفة الإلكترونية، بمفهومنا للوسائل الفائقة التي تجمع بين الوسائل المتعددة والنصوص الفائقة، فهي من ناحية التعدد تعد وسائل متعددة، ومن ناحية النشاط والتدفق، تفيض كل وسيلة بنفس مفهوم النصوص الفائقة، فتضم الوسائل الفائقة إلى جانب النصوص الفائقة، الصور الفائقة، والرسوم الفائقة، والأصوات الفائقة...، ويمكن تعريف الوسائل الفائقة بأنها نظام لتخزين المعلومات النصية، والمصورة، والرسومية، والصوتية، في مقاطع تصل بينها وصلات، يستخدمها المتلقي حسب الحاجة،

وتشكل مقاطع المعلومات والوصلات بينها قادة بيانات الوسائل الفائقة، التي يتم تنظيمها بنفس طرق وأساليب تصميم النص الفائق في العلاقة بين مقاطع، أو أجزاء، أو روابط، بكل وسيلة على حدة، أو العلاقة بين المقاطع والروابط في الوسائل المتعددة أو بعضها. (عبد الحميد، 2007، 126-127)

وترى الباحثة أن الوسائط المتعددة هي عملية بنائية تقوم بتجميع التفاصيل من صور ورسومات وألوان وحركة الخ.

وفي اللغة نجد أن كلمة Multi – Media تتكون من مقطعين Multi وتعني متعددة وكلمة Media وتعني وسائط أو وسائل.

تستهدف الوسائط المتعددة المساعدة في إيضاح المعاني، وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة، لتوصيل الأفكار والمعاني. ويرى Gibbs "أنه يمكن للوسائط المتعددة بفضل ما تتوفر فيها من سمات، تحسين الاتصال، وإثراء المواد المقدمة بها". وأسهمت الوسائط المتعددة في توفير بيئة متميزة تساعد مستخدمي الإنترنت على اكتساب المهارات والخبرات والمعرفة، وساعدت الجمهور أيضاً على التفاعل مع النصوص، بتضمين النصوص لقطات مسموعة ومرئية، وصوراً ورسوماً كاركاتورية.

"ويعد موقع ال CNN على الإنترنت أول المواقع الإخبارية التي استفادت من الوسائط المتعددة، فقد تم وضع إعلانات بها على الموقع بقدرات كبيرة مستفيدة من تقنيات الصوت، والصورة التلفزيونية". وفي أبريل 2003 خطت BBC العربية خطوة مهمة في مجال نقل المعلومات إلى المتلقين العرب، وذلك باستخدام الوسائط المتعددة التي تجمع الصوت والصورة، مما حفز الجمهور إلى المشاركة الفعالة والفورية (David, 2005: 27). وبالطبع فإن الوسائط المتعددة

الآن هي سمة غالبية المواقع الإخبارية التي استفادت من مزاياها، لنقل الصورة والصوت والكلمة في آن واحد.

مفهوم الوسائط المتعددة

مرّت الحركة العلمية بمجموعة من المتغيرات والتطورات، باعتبارها عملية مستمرة متجددة متعددة العناصر والمدخلات، حتى وصلنا اليوم إلى مرحلة (التعليم الرقمي)، هذه المرحلة التي أسهم فيها التطور الضخم في صناعة الحاسوب والبرمجيات، مما جعل الآمال تتعقد على أن هذه المرحلة الحضارية التي تعيشها البشرية، ستحقق الحلم القديم لدفع عملية التعلّم والتعليم إلى أقصى إمكانات المعرفة، تجعل العلم في متناول كل طبقات المجتمع، متحديّة الفروق الاجتماعية، والحدود المكانية، والتفاوت الاقتصادي بين المجتمعات الإنسانية. وذلك أن خبراء التربية والتعليم، يرون في هذه القفزات المتسارعة في تكنولوجيا التقنية، سبيلاً ممهداً لتحقيق استقلالية التعلّم، وهي تسمح للمتعلّم ممارسة مسؤوليته الأخلاقية تجاه ما يتعلّم بالاكتشاف، والتعبير، والتجربة، والمحاكاة التي تقدمها برمجيات الحاسوب اليوم. لذلك فقد قرر أصحاب الاتجاهات التربوية على اتساع أطيافهم واختلاف منطلقاتهم الفلسفية، أن استخدام تقنيات الحاسوب الحديثة لتنظيم عملية التعلّم، يشكّل اتجاهاً دائماً ومتصاعداً لا مناص للحيداء عنه أو التراجع إلى عصور سابقة، وهذا التصور هو ما عبروا عنه في بدايات تشكيل مصطلح التعليم الإلكتروني (بمدرسة المستقبل School Future). ولما كان إدراك وتصوير المعلومات الجديدة يعتمد على تنوع طرق عرض هذه المعلومات وتقديمها للمتعلّم؛ فإن الرغبة في التعليم تزداد حينما تضاف المؤثرات البصرية والسمعية إلى نظام التعليم، ومن أجل هذا كله تم التركيز على اختيار واستخدام تقنيات الوسائط المتعددة في عرض المعلومات، Multimedia والمصطلح مكون من كلمتين حسب الترجمة العربية، Multi وتعني متعدد، و Media وتعني وسيط أو

وسيلة إعلامية، وعرفت بأنها: طائفة من تطبيقات الحاسب الآلي، يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة تتضمن النصوص، والصور الساكنة، والرسوم المتحركة، والأصوات، ثم عرضها بطريقة تفاعلية Interactive وفقا لمسارات المستخدم. وعلى هذا يتضح أن الوسائط المتعددة هي دمج بين الحاسوب والوسائل التعليمية، لإنتاج بيئة تشعبية تفاعلية تحتوي على برمجيات الصوت والصورة والفيديو، ترتبط فيما بينها بشكل تشعبي المستخدمة في البرامج . وفي مجال تصميم الصفحات على شبكة الإنترنت تعد الوسائط المتعددة أهم العوامل التي أدت إلى انتشار الويب بالشكل الذي نراه الآن، ويرى المتخصصون أن الوسائط المتعددة المستخدمة في تصميم صفحات الويب زادت من جاذبية صفحاته، بما تحتويه من وسائط وأدوات متنوعة تساعد من فاعلية التعامل مع الصفحات.(فرجون،2004: 121-125)

عناصر الوسائط المتعددة :

نستطيع تحديد عناصرها الأساسية في :

- النص Text : وهو المادة التعليمية التي تفرض على المتعلم بشكل مطبوع ، ويتم نقلها إلى الحاسوب بأشكال أكثر تشويقا .
- الصورة Image : تستخدم على شكل سلسلة متتابعة لتكون عملاً متكاملًا، ويجب أن يراعي فيها الوضوح والنقاء، وأن تكون معبرة وملتصدة بالموضوع الأساس للمادة التعليمية .
- الحركة Animation : وذلك أن الصور المتحركة أفضل وقعا على نفس المتعلم، لأنها تزيد من الجاذبية والتشويق في البرنامج التعليمي .
- الصوت Sound : يستخدم أحيانا بديلاً للنص في العملية التعليمية، شريطة توظيفه بشكل جيد، سواءً كان قراءة نصوص، أم مؤثرات صوتية بما يخدم المحتوى التعليمي.
- الفيديو Video: يعد الفيديو أقوى الوسائل التعليمية التي استخدمتها العملية التعليمية في

العصر الحديث، وقد أعطت التكنولوجيا الحديثة الصلاحية لمطوّر المادة التعليمية ومستخدم الحاسوب؛ لإدخال تسجيلات الفيديو إلى الحاسوب وبذلك تكاملت عناصر الوسائط المتعددة كلها: النص ، والصوت ، والصورة ، الحركة .

• برامج التأليف الإبداعية ، مثل : Authorware ، Director

• برامج المحاكاة وبرامج إنتاج البيانات.

• بعض لغات البرمجة.

تطبيقات الوسائط المتعددة في العملية التعليمية

بما أن الوسائط المتعددة مرتبطة بالحاسوب، فإن مصطلح الوسائط المتعددة ظهر قبل أقل من عقد من الزمان، لتعمل على جهاز الحاسوب الذي تتوفر فيه تقنية : CD-ROM ، CD- RAM ، CDI ، DVD ، وغيرها ، وقد اتسع انتشار الوسائط المتعددة في التسعينات مع تطوير أجهزة الحاسب الآلي القوية الذاكرة والقليلة التكلفة، والتي تتمتع بمواصفات عالية كبرمجيات الصوت والصورة، مما شجع العديد المؤسسات التعليمية والأفراد على حد سواء لتمضي قدما في إنتاج برامج متنوعة وثرية للوسائط المتعددة، مما يلبي حاجة المستهلك أيا كان نوعه ، ومن شركة آدوبي Macromedia adobe وأبرز منتجاتها Adope photoshpe إلى جانب برامجها في تطوير شبكات الإنترنت .

هذا التنوع والإثراء ساعد في استقطاب المجال التعليمي للوسائط المتعددة في أنظمة التعليم وطرقه، وفي أيامنا هذه فإن أكثر المجالات التي تستخدم فيها الوسائط المتعددة ستة :

1. الاختبارات

2. البرامج الترفيهية التعليمية

3. الموسوعات والمعاجم

4. نظم التعليم العالمية

5. نظم التعليم المتخصصة

6. جامعات وكليات الإنترنت

ومن أمثلة التطبيقات الحية للوسائط المتعددة التعليمية اليوم :

• البريد الإلكتروني E-mail

• عقد المؤتمرات بواسطة الكمبيوتر Computer Conferencing

• المؤتمرات الصوتية Audio Conferencing

• المؤتمرات بالفيديو Conferencing Video

• المحاضرات العلمية Scientific lectures

تصميم صفحة البداية (Home Page) :

يرتبط مصطلح صفحة الاستقبال مع كثير من المصطلحات الأخرى مثل "واجهة التفاعل مع المستخدم"، و"واجهة التفاعل المنطقية مع المستخدم" الخ، لذلك يمكن التساؤل: ما المقصود بصفحة الاستقبال أو واجهة التفاعل مع المستخدم؟

إن صفحة الاستقبال أو واجهة التفاعل مع المستخدم، والتي تسمى أيضاً "واجهة تفاعل الكمبيوتر مع المستخدم"، تمثل الحدود بين المستخدم (القارئ) ونظام الكمبيوتر، إذ يتفاعل المستخدم سواء أكان شخصاً أم مجموعة أشخاص مع الكمبيوتر بشقيه الآلة والصحيفة، ويتم هذا التفاعل بقناة اتصال.

وتنقسم واجهة التفاعل أو الاستقبال إلى شقين، شق منطقي، وشق آخر محسوس. يتعلق الشق المنطقي بالمنطق الذي تتفاعل به الصحيفة مع المستخدم، ويتعلق الشق المحسوس بكل ما

يرى أو يسمع أثناء التفاعل مع الصحيفة من الكمبيوتر، ويؤثر التصميم البصري لصفحة الاستقبال على انطباع القارئ نحو الصحيفة، ومدى فهمه لها ورغبته في استخدامها، ويشمل التصميم البصري جميع العناصر المرئية في واجهة التفاعل مثل تنظيم الشاشة، وعرض المعلومات، وتقديم المساعدات المرئية.

وقد ركزت كثير من البحوث والدراسات على تصميم الشاشات، ووضعت لذلك عدة مبادئ مثل الانسجام، والبساطة، والتشديد، والتباين، والثبات، والوضوح، البنية، وراحة المستخدم في تفاعله مع الصحيفة. (العقباوي، 2010، 222-223)

أن صفحة البداية كما يطلق عليها أحياناً هي بمثابة واجهة الموقع، لذلك يجب الاهتمام بتصميمها بشكل متميز يجذب انتباه المستخدمين، باستخدام عناصر وأشكال الوسائط المتعددة، ووسائل متعددة لتدعيم إمكانات التفاعل في استخدام الوثيقة، مع مراعاة التصميم وبساطته، وبناء على ذلك فإنه لا بد من توافر مجموعة من المكونات تتسم بالثبات تقريباً منها: (محمد، 2011، 179-181)

1- كتلة المحتوى: لا بد من أن تحتوي كل صفحة على كتلة حاوية للمحتوى، هي جسم الصفحة، ودون هذه الحاوية لن يكون هناك مكان لوضع عناصر الصفحة، ويمكن أن يكون اتساع الحاوية مرناً، أي يمكن أن يتسع ليناسب اتساع نافذة المتصفح، أو ثابتاً، أي يظل اتساع المضمون بنفس الاتساع بغض النظر عن حجم النافذة.

2- الشعار: تقع اللافتة أعلى الصفحة، وتشمل شعار الموقع أقصى اليسار أو اليمين، في حين يوضع صندوق البحث باليمين، أو باليسار، أو تحت الشعار مباشرة، وأصبحت

اللافتات صغيرة الحجم، لتزيد من المساحات المخصصة لعرض المضمون، ويعد وسيلة تمكين المستخدم من معرفة أنه يطالع صفحات من نفس الموقع.

3-التجول: من الضروري أن يكون نظام التجول بالموقع سهلاً لإيجاده واستخدامه، فيتوقع المستخدم أن يجد التجول بيمين وأعلى الصفحة، وسواء اختار المصمم أن يضع القوائم رأسياً بجانب الصفحة، أو أفقياً بطول الصفحة، فعليه أن يضع نظام التجول أعلى التصميم على قدر المستطاع.

4-المضمون: هو العنصر الرئيس بالموقع، ويسميه بعض المصممين الملك، فيدخل المستخدم الموقع ويتركه في غضون ثوان، فإذا لم يجد المستخدم غايته فمن المؤكد أنه سيغلق نافذة المتصفح، أو ينتقل إلى موقع آخر. من الضروري وضع المضمون الرئيس بالمركز البصري للتصميم لكي لا يضيع المستخدم وقتاً في البحث عن المعلومات المطلوبة بمسح الصفحة كلها.

5-ذيل الصفحة: ويوجد أسفل الصفحة، ويحتوي الحقوق الفكرية للموقع، ووسائل الاتصال به، وبعض الروابط القليلة للأقسام المهمة بالموقع، ويجب أن يساعد ذيل الصفحة مساعدة في تمييز نهاية المضمون (الصفحة)، من نهاية نافذة المتصفح.

6-البياض: يشير البياض بالتصميم الجرافيكي إلى أي مساحة غير مغطاة بحروف أو مواد مصورة، وبالرغم من أن المصممين المبتدئين والعملاء يرغبون في ملء كل بوصة بالتصميم بالحروف أو الصور أو الجداول، فإن توفير قدر من البياض على الصفحة يعد أمراً مهماً يمثل أهمية توفير المضمون. فدون التخطيط الجيد لاستخدام البياض، تبدو الصفحة مزدحمة، وكأن المستخدم أسيرها، فالبياض يجعل الصفحة

تتنفس بإرشاد عين المستخدم فيها، ويساعد في تحقيق التوازن والوحدة بالتصميم(ابو العطا،2009 : 84).

نشأة وتطور الإنترنت

تعد شبكة المعلومات الدولية Internet ، من أبرز المستحدثات التكنولوجية التي فرضت نفسها على المستوى العالمي في السنوات القليلة الماضية، حتى أصبحت أسلوباً للتعامل اليومي، ونمطاً للتبادل المعرفي بين شعوب العالم، وانتشار هذه الشبكة السريع لهذه الشبكة جعلها من أهم معالم العصر الحديث، حتى إن بعضهم أطلق على هذا العصر (عصر الإنترنت)، لما أحدثته هذه الشبكة من آثار عميقة، وتغيرات جذرية في أساليب وأشكال التواصل في شتى مناحي الحياة.

وشبكة الإنترنت ثورة علمية في مجالات الاتصالات البشرية، لكونها توفر سهولة الاتصال الفكري بين مستخدميها، مقارنة بوسائط نشر المعلومات الأخرى التي تعد عالية الكلفة، ومحدودة النطاق، وتستغرق وقتاً أكبر لإتمام الاتصالات. وشبكة الإنترنت أحد مصادر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، وأوسعها انتشاراً، فضلاً عن كونها جامعة مفتوحة يستفيد منها طلبة العلم والمعرفة في جميع أنحاء العالم، منها تنمو العلاقات الإنسانية بثتى أنواعها بلا حدود أو قيود مفروضة.

ويرى (Kian, Samhong, 2001, 223) أن ثورة الإنترنت غيرت من الفكر التربوي، وفرضت على المهتمين بالتربية والتعليم محاولة توظيف تكنولوجيا الاتصال بواسطة الإنترنت في التعليم والتدريب من بعد، فالتدريب بالإنترنت نظام تدريبي فريد يساعد على تغيير الفكر والإبداع في المهارات.

ويرى الشهري إن الإنترنت قناة معلومات عالمية حققت التكامل والاندماج التقني بين العديد من وسائل الاتصال. (الشهري، 2003: 21)

شبكة الإنترنت هي عبارة عن مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة في العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، التي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور (الشهران، 2003 : 134).

الإنترنت:

انترنت (Internet) اختصاراً للاسم الانجليزي (International information network) ويطلق عليها عدة تسميات، منها (The Net)، أو الطريق الالكتروني السريع للمعلومات (Electronic) Super High Way. وعرفت الأمم المتحدة أنها شبكة اتصالات دولية، وتتألف من مجموعه من شبكات الحواسيب. علي، 2006 ، تقنيات الخبر في الفضائيات العربية (فضائية أبو ظبي نموذجاً) ، عمون للدراسات والنشر . عمان . (الجابري، 2006)

الإنترنت اكبر شبكة معلومات في العالم، بل إنها شبكة الشبكات، لأنها تضم عدداً كبيراً من شبكات المعلومات المحسوبة المحلية ((Local Area Network (LAN) ، أو الواسعة Wide Area Network(WAN)) والموزعة على مستويات وطنية وإقليمية وعالمية. بدأت فكرة إنشاء شبكة معلومات من إدارة الدفاع الأمريكية في عام 1969 م. بتمويل مشروع من أجل وصل الإدارة مع متعهدي القوات المسلحة ، وعدد كبير من الجامعات التي تعمل على أبحاث ممولة من القوات المسلحة ، وسميت هذه الشبكة اسم (أربا ARPA) اختصاراً للعبارة الإنجليزية (The Advanced Research Project Administration) ، وكان الهدف من

هذا المشروع تطوير تقنية تشبيك كمبيوتر تصمد أمام هجوم عسكري ، وصممت شبكة "أربا" بخاصية تدعى طريقة إعادة التوجيه الديناميكي Dynamic rerouting ، وتعتمد هذه الطريقة على تشغيل الشبكة بشكل مستمر، حتى في حالة انقطاع إحدى الوصلات أو تعطلها عن العمل، تقوم الشبكة بتحويل الحركة إلى وصلات (خليل، 1999: 91)

فيما بعد لم يقتصر استخدام شبكة " أربانيت " على القوات المسلحة، فقد استخدمت من الجامعات الأمريكية بكثرة، إلى حد أنها بدأت تعاني من ازدحام يفوق طاقتها، وصار من الضروري إنشاء شبكة جديدة ، لهذا ظهرت شبكة جديدة في عام 1983 م سميت "مل نت MILNET " ، لتخدم المواقع العسكرية فقط، وأصبحت شبكة " أربانيت" تتولى أمر الاتصالات غير العسكرية، مع بقائها موصولة مع "مل نت " ببرنامج أسمه بروتوكول " إنترنت " (IP) Internet Protocol . (عمر، 2003 : 38)

الذي أصبح فيما بعد المعيار الأساس في الشبكات. بعد ظهور نظام التشغيل " يونيكس Unix " الذي اشتمل على البرمجيات اللازمة للاتصال مع الشبكة، وانتشار استخدامه في أجهزة المستخدمين، أصبحت الشبكة مره أخرى تعاني من الحمل الزائد ، مما أدى إلى تحويل شبكة " أربانيت" في عام 1984 إلى مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية National Science Foundation (NSF)، التي قامت بدورها في عام 1986 بعمل شبكة أخرى أسرع سميتها NSFNET، وقد عملت هذه الشبكة بشكل جيد حتى عام 1990 ، الذي تم فيه فصل شبكة "أربانيت" عن الخدمة بعد 20 عاماً لكثرة عيوبها، مع بقاء شبكة NSFNET جزءاً مركزياً من "إنترنت". وباختصار نستطيع القول إن أهم مراحل في تاريخ نشأة شبكة "الإنترنت العالمية". (الدليمي، 2010: 55) 1969 - وضعت أول أربعة نقاط اتصال لشبكة " أربانيت"، في مواقع جامعات أمريكية منتقاة بعناية.

1972 - أول عرض عام لشبكة " أربانيت " في مؤتمر العاصمة واشنطن بعنوان، العالم يريد أن يتصل ، والسيد راي توملنس يخترع البريد الإلكتروني، ويرسل أول رسالة على " أربانيت".

1973- إضافة النرويج وإنجلترا إلى الشبكة.

1974- الإعلان عن تفاصيل بروتوكول التحكم بالنقل، إحدى التقنيات التي ستحدد "إنترنت".

1977- أصبحت شركات الكمبيوتر تبتدع مواقع خاصة بها على الشبكة.

1983 - أصبح البروتوكول TCP/IP معيارياً لشبكة " أربانيت".

1984- أخذت مؤسسة العلوم الأمريكية NSF على عاتقها مسئولية " أربانيت " ، وتقديم نظام

إعطاء أسماء لأجهزة الكمبيوتر الموصولة بالشبكة المسمى Domain Name System (DNS)

1985- أول شركة كمبيوتر تسجل ملكية " إنترنت " خاصة بها.

1986- أنشأت مؤسسة العلوم العالمية شبكتها الأسرع TNSFNE ، مع ظهور بروتوكول

نقل الأخبار الشبكية Network News Transfer Protocol جاعلا أندية النقاش التفاعلي

المباشر أمرا ممكنا ، وإحدى شركات الكمبيوتر تبني أول جدار حماية لشبكة " إنترنت".

1990- تم إغلاق " أربانيت " و"إنترنت " تتولى المهمة.

1991- جامعة مينيسوتا الأمريكية تقدم برنامج " غوفر Gopher "، وهو برنامج لاسترجاع

المعلومات من الأجهزة الخادمة في الشبكة.

1992- مؤسسة الأبحاث الفيزيائية العالمية CERN في سويسرا ، تقدم شيفرة النص

المترايط Hypertext المبدأ البرمجي، الذي أدى إلى تطوير الشبكة العالمية Word Wide

Web "تفسير ابتداء الإبحار.

1993- ابتداءً للإبحار ، بإصدار أول برنامج مستعرض الشبكة " موزاييك "، ثم تبعه آخرون مثل برنامج "تسكيب" وبرنامج "مايكروسوفت" . الرئيس الأمريكي كلينتون يطلق صفحته الخاصة على الشبكة العالمية.

1995-اتصل بشبكة "إنترنت" ستة ملايين جهاز خادم و50.000 شبكة، وإحدى شركات الكمبيوتر تطلق برنامج البحث في الشبكة العالمية. (الدليمي، 2010: 53-56)

مفهوم الكمبيوتر

الحاسب الآلي جهاز اخترعه الإنسان شأن المخترعات الأخرى. ليساعده في أداء بعض الأعمال، وفي تحسين أدائها بصورة أفضل، وقد كان استخدامه في البداية محدوداً حتى صار يندر أن نجد اليوم مجالاً من مجالات الحياة لا يستخدم فيه الكمبيوتر.

ومع ذلك فالحاسب الآلي ليس عقلاً كما درجت بعض أجهزة الإعلام على تسميته، وهو لا يستطيع أداء أي عملية بمفرده بدون توجيه الإنسان. (الحاسب الآلي عبارة عن جهاز إلكتروني بتعليمات محددة، ويمكنه استقبال البيانات وتخزينها، والقيام بمعالجتها دون تدخل الإنسان، ثم استخراج النتائج المطلوبة (أبو العطاء، 1994: 8).

الكمبيوتر عبارة عن آلة حاسبة إلكترونية، لمعالجة المعطيات والنتائج تحت سيطرة وتحكم أوامر برنامج معين، سبق إعداد خطوات معالجته للمشاكل الحسابية وغيرها، التي تم اختزانها في قسم الذاكرة من الكمبيوتر. والكمبيوتر كما ذكرنا لا يفكر ولا يتصرف انطلاقاً من ذاته، بل ينفذ ما يصدر إليه من أوامر استناداً إلى خطوات التنفيذ التي تكون مخترنة في ذاكرته، ولذلك إذا كانت خطوات التنفيذ خاصة بالأساس لا يستطيع الكمبيوتر التصحيح أو عدم اتباعها.

ويعرف بعضهم الحاسب بأنه جهاز يقوم بمعالجة وتشغيل البيانات (Data)، تبعاً لمجموعة من العمليات تسمى برنامج (Program)، بتحويلها إلى معلومات (Information) يستفاد منها في اتخاذ القرارات.

(وفى الواقع يوجد تعريف دقيق وشامل للحاسب فيمكن أن نعرفه ببساطة أنه الجهاز الذي يمكن أن يتلقى البيانات من المستخدم (User)، ويقوم بمعالجتها ليخرجها في صورة معلومات يمكن الاستفادة منها). (بركات، 1994: 9).

(هناك الكثير من التعريفات المختلفة من أهمها دائرة المعارف البريطانية إذ تقول فيه: الكمبيوتر (Computer) آلة تعمل وفق نظام إلكتروني، وتقوم بتنفيذ عمليات حسابية، وتحلل معلومات، وتجزأ أعمالاً متعددة بموجب التعليمات التي تصدر إليها، وتعرضها بأساليب مختلفة). (حبيش، 2000: 9).

ويمكن تلخيص وظيفة الكمبيوتر في أربع نقاط رئيسة كل منها يتفرع إلى العديد من التطبيقات في العديد من المجالات.

أ- معالجة البيانات	(Date Processing)
ب- التحكم والتنظيم	(Control)
ج- التصميم والتطوير	(Design and Development)
د- الاتصالات الكمبيوترية	(Data Communication)

ويمكن التعرف بإيجاز على كل هذه الوظائف ومجالات استخدامها:

أ- معالجة البيانات (Date Processing)

بهذه الوظيفة يمكن للكمبيوتر تحويل البيانات "Data" (مواد خام أولية) إلى معلومات

(Information) تغير في اتخاذ القرار على سبيل المثال:

(Numeric Calculation)

1-العمليات الحسابية

(Word Processing)

2-عمليات تنسيق الكتابات

(Data Analysis)

3-تحليل البيانات

(Statistics)

4- الإحصائيات

ب-التحكم والتنظيم (Control)

(في الآونة الأخيرة لم يقتصر استخدام الكمبيوتر فقط على التطبيقات المعتادة، ولكنه عبر بأهميته إلى عالم آخر يسمى عالم التحكم. وكان أشهر مثال له ما يسمى الإنسان الآلي، "Robotics" فتحكم الكمبيوتر في:

1-حركة الإنسان داخل المصانع، وتصرفه في الأعمال المكلف بها.

2- العديد من البيانات والأجهزة ونظم عملها، وتحكم في وظائفها، فظهرت الآلات المبرمجة وعلى سبيل المثال:

-ماكينات التريكو التي تعمل بالكمبيوتر.

-الغسالات المبرمجة التي تعمل بالكمبيوتر، إلى جانب الأجهزة المنزلية الأخرى.

-ماكينات الطباعة الليزر على الورق والمواد الأخرى.

-ماكينات الطباعة على القماش.

-ماكينات فصل الألواح الخ.

3-حركة المرور في التقاطعات.

4-حركة العمل على خطوط الإنتاج في المصانع الكبرى.

5- السياحة والفندقة والسفر.

6- إدارة موقع العمليات الحربية عن بعد عن طريق الأقمار الصناعية.

ولا يزال العديد من الأعمال التي يتحكم فيها الكمبيوتر وينظمها).

ج-التصميم والتطوير (Design and Development)

اقتحم الكمبيوتر عالم التصميم والابتكار، فبواسطته أصبح التصميم يسيراً والتعديل أيسر، وبواسطته أصبح تصميم الأجزاء الميكانيكية المعقدة، تصميم المحركات، وتصميم أجنحة الطائرات وأجسامها، وتصميم الصواريخ، والتصميمات المعمارية، والتصميمات الجرافيكية، وتصميمات الملابس والقماش إلى آخره من التصميمات الجرافيكية المعقدة، إذ تتم بسهولة متناهية بالمقارنة بما كانت عليه في الماضي.

(ولكن ليس التصميم فقط هو أقصى أمانى الإنسان، فما فائدة التصميم إذا كانت نتيجته الواقع غير عملية؟ لا بد من وسيلة تمكن المستخدم من عرض النتائج بطريقة تنفعه وتحقق توقعاته للتصميم، وهنا برزت أعظم استخدامات الكمبيوتر، وهو ما يسمى بالحقيقة الاصطناعية أو العلمية (Reality Virtual) التي بها يمكن عرض نتائج البرامج في مجال من المجالات بشكل يمثل الحقيقة ويجعل المصمم كأنما يتحرك داخل تصميمه ليرى كل عيوبه من الداخل).

د-الاتصالات الكمبيوترية (Data Communication)

بمعناها اليسير اتصال بين كومبيوتر وآخر، في مكان قريب أو بعيد أو اتصال بين كومبيوتر وعدة كومبيوترات في أماكن مختلفة تتم هذه الاتصالات بطرق عدة، ولكن أشهرها حتى الآن هو الاتصال بخطوط التليفونات، وتتم عملية الاتصال بين كومبيوتر وآخر باستخدام التليفونات، بمساعدة جهاز آخر يسمى (Modem)، واللفظ اختصار لكلمتين: الأولى (Modulation) وتعنى التعديل، والمقصود بها تحويل الإشارات الرقمية المرسله من الكمبيوتر إلى إشارات تناظرية يمكن أن تنقل بالخطوط التليفونية.

الثانية (Demodulation) وتعنى إزالة التعديل، وهى تحويل الإشارات الرقمية عند الاستقبال في كومبيوتر آخر. وعلى ذلك كلمة (Modem) تعنى تعديلا وإلغاء التعديل أي (Modulation & Demodulation).

(وهناك أجهزة اتصال أخرى بين كومبيوتر وآخر في مكان قريب عن طريق كابلات تعمل مباشرة مع الكومبيوتر، وتستخدم هذه الطريقة في الشبكات الكومبيوترية (Computer Network) والشبكة في عالم الكومبيوتر تعنى مجموعة متصلة ببعضها من الحاسبات، بحيث يمكنها تبادل الملفات والبرامج فيما بينها، وهناك العديد من شبكات الحاسبات المحلية (LAN) وهى شبكة الحاسبات المتصلة ببعضها بأسلاك، وتوجد في مكان واحد. وهناك شبكة الحاسبات التي تكون في أماكن متفرقة ومتباعدة، وقد تكون في بلاد مختلفة وتتصل ببعضها بشبكات الاتصالات المختلفة (خطوط التليفون، والأقمار الصناعية) وأكبر مثال لهذا النوع هو شبكة الإنترنت الدولية).

العلاقة بين التصميم الجرافيكى والكمبيوتر

عرف التصميم منذ العصور الأولى للبشرية، وطبق في مجالات مختلفة، وبعد ما وصل العالم اليوم إلى عصر المعلومات والكمبيوتر وظهور التخصصات الدقيقة وعلوم التصميم... أصبح من الواضح أن ظهور التخصص كان استجابة لزيادة أهمية القيمة الاقتصادية للوقت من ناحية، واستجابة لتطور الإمكانيات الحديثة المعقدة للمجتمعات المختلفة، التي بنيت كلها على أساس اكتشاف وسائل وأساليب جديدة للحياة يكاد يكون القاسم المشترك فيها هو استخدام الكمبيوتر من ناحية أخرى.

وإذا تجاوزنا العلاقة الثنائية بين الإنسان والكمبيوتر على الجملة، واتجهنا إلى التصميم الجرافيكي على الخصوص، يصبح من المهم إظهار جوانب العلاقة التي تربطهما، ومن أجل ذلك كان لزاماً على الباحث أن يعرف أولاً من هو المصمم.

المصمم هو مخطط ذو إحساس جمالي، أو باختصار هو الشخص ذو الخبرة الذي يدرك ويحل ويلخص ويكون، وهو الشخص المدرب على العمل تبعاً لمقياس معين.

(أن المصمم هو نوع جديد من الفنانين، مبتكر قادر على فهم كل أنواع الاحتياجات، ليس لأنه أعجوبة، ولكن لأنه يعرف كيف يقترب ويفهم الاحتياجات البشرية تبعاً لطريقة محددة بإحكام). (محمود ، 1984 : 81).

ومن ذلك يتضح لنا أن المصمم هو فنان تشكيلي، ولكنه فنان ملتزم وذو مواصفات خاصة، فهو لا يعمل لتحقيق رغبة ذاتية، ولا يرسم بدافع إرضاء مزاجه الشخصي، أو ليعبر عن انفعالاته وأفكاره الخاصة، ولكنه يصمم ما يكلف به أو يطلب منه، ومن ذلك كانت السمة الرئيسية لكل التعريفات أن المصمم هو إنسان مبدع ذو خيال خصب.

وبجانب تعريف المصمم اهتم الباحثين بالإبداع، إذ توجد عدة تعريفات للإبداع منها أنه حالة خاصة من حل المشكلات، مع التأكيد على أصالة الحل وقيمتها، بينما يرى رأى آخر أنه تفاعل معقد بين التفكير الواقعي والتفكير الخيالي. ولكن هناك من يعرف الإبداع على أنه طاقة يتم توظيفها للعمل بطريقة بناءية.

(بينما يعرف الخيال على أنه القدرة العقلية النشطة على تكوين الصور والتصورات الجديدة، ويشير هذا المصطلح إلى عمليات الدمج والتركيب، وإعادة ترتيب الذاكرة الخاصة بالخبرات، وكذلك الصور التي يتم تشكيلها وتكوينها خلال ذلك في تركيبات جديدة).

ومن كل ما سبق يتضح أن المصمم الفنان لا يظهر شخصيته الفنية تلقائياً، بل يحتاج إلى جهد ومثابرة وعناء. كما أنه إنسان ذو شخصية فردية (وتعرف الشخصية (Personality) بالتميز الذاتي في أيه ظاهرة للشخصية) فقد تظهر شخصيات متعددة لفنانين يميلون في مجموعهم إلى الألوان الهادئة، لكن مع ذلك فشخصية كل منهم ذات فردية خاصة في هذه الألوان. مما يولد لديهم الصنعة المطلوبة من أجل إتمام عملهم. ولكن ما هي الصنعة؟

(يعرف الناقد التشكيلي محمود بسيوني نقلا عن "توماس منرو" ماهية الصنعة، بأنها (المهارة في تنفيذ دقائق العمل الضرورية، لإنتاج يتسم بالخبرة في أسلوب الأداء (Performance) ويقرر بأنها مقدرة يتعلمها الإنسان). (البيسيوني، 1976: 43)

(لذا كان لزاما على هذا الفنان أن يكون ذا مواصفات خاصة، وثقافة عالية، تساعد على إدراك سيكولوجية كل من المرسل والمستقبل، ليكون همزة الوصل بينهما بشخصيته الفنية التي يصقلها كل يوم برؤيته المميزة، وقاموسه الخاص الذي فاق حدود عقل الفنان التشكيلي، بما يمتلكه من أجهزة لها كم هائل من المعلومات والبيانات الجرافيكية، التي يقوم باختيار عناصر منها ومعالجتها، ليكون سيمفونيته الجديدة أو تصميمه الجديد بالكمبيوتر، الذي ينجزه بعد عناء وحيرة شديدين في الاختيار بين المفردات والمعالجات التي يتيحها له الكمبيوتر. (شاكرا، 1995: 226)

ولما كان هذا الفن وليد عصر يتميز بالديناميكية العالية والطاقات المتتالية، نجد أن تأثير هذا الفن وضح في العديد من مجالات الحياة وعلى الخصوص في مجال الملصق، وقد استخدمه العديد من المصممين في تصميماتهم بشكل قوى، ونرجه بعضهم بالأساليب والتقنيات الأخرى مثل التصوير الفوتوغرافي.

وقد تمثلت العلاقة بين الفن والعلم في "فن الحاسب الآلي"، وهي تجارب أجريت لاكتشاف ما يستطيع الحاسب الآلي المبرمج أن ينتجه، وما يمكن بأن يفعله إذا تم إدخال عناصر عشوائية معينة في إطار هذه البرمجة. وما زال المدى الذي يستطيع أن يبدع فيه الحاسب الآلي فنا محل جدال، ويقول أحد الخبراء في هذا المجال إن الحاسب الآلي يستخدم أداة للفنان والمشاهد. فهو لا يبدع فنا، لكنه يستخدم بمعالجة أفكار وتصورات يمكن أن يطلق عليها اسم "فن".

ويكثر استخدام الحاسب الآلي حالياً في مجال الفنون المرئية، وعلى الخصوص الملصق، الذي يتسع فيه مجال المبدع بمساعدته على التفكير في وسائل جديدة، وتحليل الأفكار إذ يمكن إدخالها إلى الحاسب الآلي. ويقوم الفنان بتنفيذ عملية أكثر قوة في التفكير ربما مما اعتاد عليه. ويقوم الحاسب الآلي بمجرد برمجته بعمليات طلب منه القيام بها بمنطق لا يحيد أبداً، ويمكنه أيضاً تمثيل بدائل مختلفة كما يرغب المصمم. ويمكن تخزين تحديد المنتج النهائي لاستخدامه في المستقبل.

ويفتح الحاسب الآلي حالة موفرة للجهد، مجالاً أرحب وأوسع للعمليات، لأنه على ما هو بين يعمل بتأكيد وسرعة أكبر مما يأمل الفنان أن يفعله بنفسه.

ولإظهار قوة العلاقة بين المصمم الجرافيكي والكمبيوتر نجد ما يأتي:

إن الكمبيوتر قادر على إخراج كل ما في عقل المصمم من أفكار ومعالجات تصميمية لكل مفردات التصميم، في قالب تصميمي جديد يصعب تنفيذه بالطرق التقليدية.

(وإذا كان الحاسب الآلي يتيح للفنان المصمم بدائل ومقترحات تشكيلية متعددة في وقت قليل،

وبصورة متتالية ليبقى له الاختيار، فإن ذلك يمكن توصيفه على أنه نوع من التباري بين الذكاء

الاصطناعي للكمبيوتر، والذكاء الطبيعي للفنان، فيتغلب أحدهما على الآخر طبقاً لعلاقة الفنان

بالآلة، وطبقاً لذاتيته وخبراته إلى جانب بعض المعايير الأخرى التي تؤثر على رؤيته للبدائل

وقدرته على السيطرة واختيار النتيجة التي يستخرجها عبر بالطابعة الإلكترونية). (كمال، 1996)

ويضيف الكمبيوتر إمكانات وقواعد جديدة للزمن والفراغ، فالضوء يتنحى، والألوان تتغير، وكأنك في سفر، فالعناصر التي نراها في شكل مألوف تتحرك في بيئات غير معتادة، وتخضع لقوانين فيزيائية غير معروفة لنيوتن أو اينشتين.

ويتم التعامل بين التصميم والكمبيوتر في أربع مراحل أساسية يمكن تناولها بإيجاز على النحو الآتي: عمر، 2008 : 65

المرحلة الأولى: وتبدأ من الفكرة الأساسية، فيقوم المصمم بوضع بعض النماذج الأولية على الورق.

المرحلة الثانية: يقوم باختيار البرنامج (أو البرامج) المناسبة.

المرحلة الثالثة: يقوم المصمم بإدخال العناصر اللازمة للتصميم (صور-خلفيات-علامات تجارية الخ).

المرحلة الرابعة: يقوم المصمم بمعالجة العناصر وتجميعها حسب الفكرة الأساسية الموضوعية سابقاً، مع تطويرها تبعاً لما هو متاح من إمكانات البرنامج الذي اختاره، حتى يصل بالفكرة إلى الشكل النهائي.

ولكن يواجه المصمم صراعاً نفسياً بداخله يمر بثلاثة مراحل:

أولاً: الانبهار المبدئي للمصمم وسيطرة الصنعة على العملية الإبداعية:

وهي المرحلة الأولى التي يكون المصمم فيها مجذباً للتقنية والمؤثرات والمعالجات الكثيرة للعنصر الواحد، والتي غالباً ما تؤثر على قوة التصميم أو الفكرة الأساسية.

ثانياً: مرحلة التوازن النفسي للمصمم:

وهي المرحلة التي يعود فيها المصمم للتوازن الداخلي، والاهتمام بكل من قوة الفكرة وقوة الصنعة، وبداية السيطرة على الكمبيوتر.

ثالثاً: مرحلة الإبداع بالكمبيوتر:

(وهي استحواد المصمم الجرافيكي على الكمبيوتر بكل عناصره القادرة على إظهار مفردات شخصيته الفنية، وقدراته الإبداعية، بالموثرات والخيارات المتعددة، ليأخذ منها ما يتناسب مع طبيعة التصميم). وهو ما يعرف بنسبية الصنعة "وتعنى النسبية في هذا المقام أن ما يصلح لصورة ذات اتجاه معين، قد لا يصلح لغيرها لها اتجاه مخالف".

هذا وتختلف إمكانات البرامج حسب الوظيفة المطلوبة منها، فهناك برامج للتصميم والرسم، وبرامج لمعالجات الصور....

وعلى الجملة فإن الكمبيوتر يقدم إمكانات متعددة، تساعد في المصمم الجرافيكي على إتمام عمله بسهولة ويسر، وتفتح له آفاقاً جديدة ورؤى فنية مختلفة.

ومن أهم هذه الإمكانيات:

أولاً: إمكانيات الرسم والتصميم الخطي:

- توفير إمكانيات الرسم المباشر للعناصر الجرافيكية.
- التحكم في دقة التصميم والخطوط، وسهولة التنفيذ، وإنجاز التصميم في أقل وقت، مع القدرة العالية على الإخراج في مواصفات عالية الجودة.
- إضافة الظلال وتأكيد مناطق الإضاءة.

ثانياً : الإمكانيات الواسعة للملامس المختلفة لجميع أنواع السطوح والخامات اللونية (زيتية، خشبية مائية، ...).

ثالثاً : إمكانيات التدرج اللوني الواسعة النطاق، ذات الملامس متفاوتة من النعومة والخشونة.

وكالة عمون الإخبارية :

"عمون" الاسم التاريخي للعاصمة الأردنية عمان، اختير بعناية فائقة ليعطي دلائل وقرائن تؤشر على صدقية الانتماء إلى الأرض وناسها، فهي ليست لمالك بعينه، ولا لمجموعة تعتقد أنها تحتكر المعرفة والمعلومة فتلعب في صياغتها وتركيبها، تطوعها لمصلحة فئة دون أخرى أو تحرك الرأي العام وفقا لإرادة موجهة نحو الجهل والمجهول.

ولأن الساحة العربية فارغة المحتوى من صحافة "الإنترنت" الجادة المستقلة، التي بدأت تشق طريقها في الغرب جنبا إلى جنب مع الصحافة الورقية، تم إعلان فكرة "عمون" عل وعسى أن تفتح الشهوة إلى تكنولوجيا الشبكة العنكبوتية، فتلحق مؤسسات وشركات وأفراد وجهات، بركب إعلام صار عندهم محجا لكل الناس الذين يبحثون عن أفق أوسع، وفضاء أرحب، وقراءة ورأي مباشر، يقدم به المستفيد ما يريد دون رقيب أو حسيب، فيكون مسئولا مباشرا عن رأيه، ويتحمل تبعات الردود والتعليقات التي لا تجعل مقص الرقيب يطالها، أو يلعب في محتواها.

و"عمون الإخبارية"، كأى مرئية في الأرض، تتيح لك قراءة خبر، ومعلومة، وتعليق، ورؤية صورة، وكاريكاتور في الحال ، لا تنتظر اليوم التالي حتى تظهر بائنة .

و"عمون نيوز" لا تلتزم إلا بما تكتب عليه مسؤوليتها المباشرة أمام القارئ الذي يملك الآن وسائل متاحة بالمجان ليعبر ويكتب ويعلق بحرية دون أدنى مسؤولية إلا ما يمليه عليه ضميره وأخلاقه العامة، وعلى الخصوص يكتب دون أن يعلم بشر من هو، وهل هو شخص حقيقي أم ينتحل صفة غيره، فهو سر أو ما شابه عالم سقفه لا محدود ولا مشروط .

ولهذا كله تجد نفسها في تحد مهم أمام القارئ الذي يريد المزيد من المعلومات، والأخبار والصور، وربما "الشائعات"، ويريد المساهمة في صنع القرار والرأي والحراك الشعبي، لكل ما يجري على

أرضه وهو حق طبيعي ودستوري، وملك له وحده ولا يجوز لأحد أن يصادر عليه ذلك. واللون الذي استخدمه الموقع في صفحته هو اللون الأحمر، وهو لون الحيوية والحركة، وله تأثير قوي على طباع ومزاج الإنسان، ويستخدم للتبويه. www.ammonnews.net

موقع خبرني الإلكتروني

شعاره " موقع واحد لتعرف الحقيقة" أنشئ الموقع في تاريخ 17-2-2008، ويعرف بأنه لأصوات غير مسموعة، فتجد أنه تقدم نوعاً جديداً من الصحافة الالكترونية المستقلة، والموضوعية في نقل الخبر، والجريئة في انتقاد ومراقبة الخطأ، والمنحازة للمواطن، والصادقة في الانتماء للوطن، وفق أسس راسخة، متمسكة بتقاليدنا وثوابتنا، نابضة بإحساس أطياف الشارع الأردني، مدافعة عن قضايا أمتها العربية والإسلامية، غير متكسبة أو متواطئة مع المنتفذين والمنفعين. شعارها ، طائر الهدد ، الذي يجمع بين الماضي والحاضر. وخبرني أصبح حقيقة على أيدي صحفيين شباب مصممين على التغيير، مستفيدين من خبرات أساتذتهم في أماكن عملهم ، متسلحين بالعمل الجماعي والمؤسسي ، متحدين كل العقبات ، بفعل قناعة لن تزول وهي إن البقاء للأفضل، والمستقبل للمجدين ، وتقدم الخبر مختصراً ومشوقاً. واستخدم اللون البرتقالي وهو لون يستشير الطاقة والحماس والتفكير الإيجابي. ويحث على الانتباه، ويستخدم للربط بين الأفكار . www.khaberni.com

جامعة البترا:-

بوئت جامعة البترا منذ تأسيسها عام 1991 مقاماً رفيعاً، و سمعة متميزة بين الجامعات الأردنية والعربية والأجنبية؛ وذلك لقدرتها على التطور المستمر والسريع، بفضل نخبة متميزة من أعضاء هيئة التدريس، وإتباعها أفضل وأحدث السياسات التعليمية.

وتعمل الجامعة على مواكبة التطورات المعرفية، وعلى الخصوص في مجال تكنولوجيا المعلومات، وتحرص على تطوير برامجها العلمية والإنسانية المختلفة بكل جوانبها النظرية والتطبيقية والتربوية.

وتحرص جامعة البترا على توفير المناخ و البيئة المناسبين ليتمكن الطالب من تطوير مداركه وقدراته، وتعميق فهمه لمسؤولياته الاجتماعية والثقافية والعلمية، وانتمائه الوطني.

ونلتزم كذلك بتوفير مناخ ملائم لممارسة الحرية الأكاديمية، التي تساعد على تنمية تقبل الرأي الآخر واحترامه. و نفتخر في جامعة البترا بالتعددية الثقافية، التي تتمثل في جنسيات مختلفة بلغ مجموعها ثلاثين جنسية عربية و أجنبية.و تجدر الإشارة إلى أن دولة الأستاذ الدكتور عدنان بدران تولى رئاسة الجامعة اعتباراً من 2007/7/22.

و شهدت الجامعة مجموعة من الأنشطة العلمية والبحثية إلى جانب أنشطة ثقافية واجتماعية تصب في خدمة المجتمع. و قد كانت "الجودة" بكل متطلباتها عنوان العمل هذا العام، و إيماناً من الجامعة بأهمية ضبط الجودة في التعليم العالي، فقد قامت بتشكيل لجنة جامعية على أعلى المستويات، أشرف على توجيهها الأستاذ الدكتور عدنان بدران، لوضع "المخطط الإستراتيجي" للجامعة للسنوات الخمس القادمة.

وقد تعاونت الجامعة في هذا المجال مع صندوق الحسين للإبداع و التفوق، الذي انتدب لجنة ترأسها الأستاذة ماجوري لين، رئيسة مركز ضبط الجودة في التعليم العالي الدولي في الولايات المتحدة، لمراجعة هذه الإستراتيجية. و قد ثنت اللجنة على الجهود المتميزة التي قامت بها لجان الجامعة ومسئولوها في هذا المجال.

و انطلاقاً من هذا التوجه، سعت الجامعة إلى توفير جميع المتطلبات اللازمة لجعل السعي نحو الجودة أسلوب عمل ثابت. و تم توفير البنية التحتية في الأقسام العلمية والكليات، لزيادة الطاقة الاستيعابية إلى أربعة تخصصات، إلى جانب زيادة الطاقة الاستيعابية الإجمالية للجامعة من (5420) طالباً وطالبة إلى (7465).

جامعة الشرق الأوسط:-

مؤسسة وطنية تعليمية بحثية استثمارية غير ربحية، تعود ملكيتها إلى شركة جامعة الشرق الأوسط، التي تديرها هيئة مديرين ثلثا أعضائها من حملة درجة الدكتوراه، وهي متعاقدة مع شركة استثمارية (العالم العربي للتعليم) لتوفير الأرض والمباني والأصول الثابتة ومتطلبات الاعتماد العام. تهتم الجامعة بالمعرفة باعتبارها القوة الدافعة في نشر الثقافة، وبناء مهارات علمية عالية للطلبة، وتأهيلهم وتزويدهم بها، تلبيةً لمتطلبات التنمية الإنسانية القادرة على مواكبة التطورات العلمية العالمية، وتطبيقاتها المختلفة.

استمدت الجامعة رؤيتها من مبدأ "المعرفة قوة" إذ جعلته الأساس في وضع إستراتيجيتها؛ لضمان الجودة والتميز في البحث العلمي، والخبرات في التعلم والتعليم، باعتبارها مركزاً لخلق القيمة في معارفها المتقدمة، ورأسمالها الفكري الذي يمثل أرقى أنواع الاستثمار البشري في علم اقتصاد المعرفة، ولتحسين الفاعلية في تحقيق الأهداف واستخدام الموارد، تعدّ جامعة الشرق الأوسط إحدى المؤسسات التي تطمح إلى بناء إستراتيجية فعّالة، تعتمد على تحسين الأداء بما يتوافق مع معايير الجامعات العالمية لتتيح للخريجين فرص تولّي وظائف قيادية في مواقع العمل بعد تخرّجهم.

بدأت الجامعة مرحلتها الأولى باسم جامعة بتاربخ 2005/6/30، بعد أن استكملت جميع متطلبات الترخيص والاعتماد، ومنها توفير أعضاء هيئة تدريس متميزين، وهيئة إدارية مؤهلة، وخطط دراسية متطورة. واستقبلت الفوج الأول من طلبتها في اثني عشر تخصصاً في برنامج الماجستير، في بداية الفصل الثاني من العام الجامعي 2006/2005، في موقع الجامعة المجهز تجهيزاً كاملاً ومتطوراً. ومع بداية العام الجامعي 2009/2008 استقبلت الجامعة في المرحلة الثانية من مسيرتها، الفوج الأول من طلبة البكالوريوس في اثني عشر تخصصاً، في مساحة إجمالية للمباني بلغت (25000)م².

ثانياً الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

أولاً: دراسة نجوى فهمي (1998): "تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية: الواقع وآفاق المستقبل".

هدفت الدراسة بشكل رئيس إلى معرفة مدى اختلاف الصحف الإلكترونية عن النسخ المطبوعة من الجرائد، ومدى الاستفادة من تكنولوجيا الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية العربية، مقارنة بالصحافة الإلكترونية العالمية، إلى جانب التعرف على أبرز المشكلات الفنية التي تواجه القائمين على إصدار هذه الصحف، والتصورات المطروحة للتغلب عليها.

وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أبرزها: عدم استخدام الصحف العربية لإمكانات الوسائط المتعددة، مع عدم سعي هذه الصحف للاستخدام الوظيفي للتقنيات، فقد أكتفت الصحف العربية في استخدامها للنص التشعبي، على الربط بين الأيقونات الموجودة في صفحة الاستقبال والموضوعات

المرتبطة بها، دون ربط هذه الموضوعات بأرشفيف الجريدة، أو بمواقع أخرى تضيف للقارئ تفاصيل أعمق عن الحدث.

النقاط التي تم التوصل إليها من الدراسة :

- الاختلاف الواضح بين الصحف الإلكترونية والصحف المطبوعة، من حيث التصميم والتنفيذ والإخراج.

- دور الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية العربية مقارنة بالصحف العالمية.

- استخدام التقنيات الرقمية الحديثة في الوسائط المتعددة للصحف العربية، لزيادة دور وظيفة الصحافة في عصرنا هذا.

- حث القارئ للصحف الرقمية على الربط مع المواقع العالمية التي تعمق فهم وإدراك الأحداث في عصرنا هذا.

ثانياً: دراسة شريف درويش مصطفى اللبان. "الألوان في الصحافة المصرية ومشكلات

إنتاجها دراسة تطبيقية في الفترة من 1921 إلى 1990" رسالة دكتوراه. (القاهرة: قسم

الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1994)

هدفت الدراسة إلى أهمية إدراك اللون، سيكولوجية اللون، ماهية اللون، الطباعة الملونة،

الأسس التيبوغرافية لاستخدام الألوان، مشكلات الإنتاج الطباعي.

أجرى الباحث دراسة وصفية مقارنة، مستخدماً أسلوب الحصر الشامل لكل الأعداد الصادرة

من صحف الأهرام، والمصري، والأهلي، وأخبار الرياضة، ومجلات المصور، وآخر ساعة،

وكل الناس، وحرיתי، وذلك في الفترة من 1921 - 1990.

وقد توصل الباحث إلى عدد من النتائج أهمها:

- 1- الإدراك اللوني هو أحد الطرق الأساسية التي نكتشف بها الأشياء التي توجد حولنا.
 - 2- اللون أقوى من الشكل في إثارة ردود الفعل النفسية للإنسان.
 - 3- دورية الصدور هي التي أخرجت الجرائد في الأخذ بأسلوب الطباعة الملونة.
 - 4- طريقة الطبع هي التي دفعت مجلتي آخر ساعة، والمصور إلى نشر الصور الفوتوغرافية المطبوعة بالألوان المركبة.
 - 5- تأخر الجرائد في استخدام لألوان حتى بداية العقد الثالث، يعود بصفة أساسية إلى استخدامها لطريقة الطباعة البارزة.
 - 6- أدت مزايا طباعة الأوفست في الطباعة الملونة عالية الجودة، إلى إصدار عدة مجلات مصرية مطبوعة بالألوان الأربعة، مثل كل الناس وحرיתי ونصف الدنيا.
 - 7- الصحافة المصرية على الجملة تعاني من العديد من المشكلات التي تعوق الإنتاج الطباعي الملون.
 - 8- تعاني الصحف من العديد من المشكلات الخاصة بطريقة الطباعة والأحبار الطباعية المستخدمة.
 - 9- اعتمدت صحف الأهلي، والزمالك، وأخبار الرياضة، وحرיתי، على مكاتب التجهيز الفني في مرحلة ما قبل الطبع لأن معظم المؤسسات لا تملك أجهزة مسح ألوان متطورة.
- أهم النقاط التي تم التوصل إليها من الدراسة:
- الدور المحوري الذي يلعبه اللون في توصيل الفكرة والمعلومة إلى القارئ.

▪ الأثر النفسي الذي يلعبه اللون لدى المتلقي.

▪ دور الوسائط المتعددة في عرض اللون الأصلي للتصميم على عكس الطباعة.

- ثالثاً: دراسة عبد السلام، أسامة محمد (2006): "فعالية برنامج تدريب بواسطة الوسائط

المتعددة لتنمية مهارات المعلوماتية والاتصالات والاتجاه نحو التعليم الذاتي".

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل فعالية برنامج تدريب بالوسائط المتعددة، في إكساب مهارات

المعلوماتية والاتصالات والاتجاه نحو التعليم الذاتي لدى المعلمين، ومعرفة المهارات أيضاً

المتاحة على شبكة الإنترنت والصحف الإلكترونية.

تمثلت عينة البحث في مجموعة من المعلمين الأكفاء، وتدريبهم على استخدام البرنامج التدريبي

لتنمية مهارات المعلوماتية لدى المعلمين. وكانت نتائج الدراسة أن قام الباحث بعمل برنامج

متعدد الوسائط لتدريب المعلمين على المهارات التدريسية اللازمة لهم، ولتحقيق ذلك قام بإعداد

قائمة بالمهارات التدريسية اللازمة لدى المعلمين.

أهم النقاط التي تم التوصل إليها في الدراسة:

▪ دور البرامج الجديدة المستخدمة في الوسائط المتعددة، في إكساب القارئ المهارات

المعلوماتية.

▪ دور الوسائط المتعددة في عملية الاتصال بين القارئ والحدث.

- رابعاً: دراسة سليمان جمعة عوض سليمان (2006) : "أثر التفاعل بين أساليب التحكم في

برنامج كمبيوترى لتنمية مهارات إنتاج برنامج متعدد الوسائط وأنماط التعلم على بعض نواتج

وعلاقة ذلك بدافعية الإنتاج".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التفاعل بين أساليب التحكم في البرنامج، وأنماط التعلم في تنمية بعض مهارات إنتاج برنامج كمبيوتر متعدد الوسائط ، ودراسة العلاقة بين أثر التفاعل بين أساليب التحكم في البرنامج، وأنماط التعلم الواقعية الانجاز .

كشفت الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى د 0.001، بين مجموعات التجربة التسعة، في مقدار النسبة المئوية للكسب في التحصيل في الجانب المعرفي، المرتبط ببعض المهارات في إنتاج برنامج كمبيوتر متعدد الوسائط، وفقاً لمعايير الإنتاج .

ووجود فروق داله إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، بين مجموعات التجربة التسعة، في متوسط الدرجة الكلية التي يحصل عليها الطالب في بطاقة التقييم عند إنتاجه برنامجاً كمبيوترياً متعدد الوسائط، وفقاً لمعايير الإنتاج.

أهم النقاط التي تم التوصل إليها من الدراسة:

■ اثر التفاعل بين المتلقي و الوسائط المتعددة.

■ دور الوسائط المتعددة في عملية الاتصال والإنتاج في التعلم وإكساب مهارات.

خامساً د.عمران محمد أحمد حسن (2006)، "القيم التشكيلية للطباعة الفنية من خلال القوالب الطباعية المجمعمة" (دراسة تحليلية)

فن الحفر والطباعة لغة تتميز باتساع مفرداتها وإمكاناتها التشكيلية، وهو يتميز بالتنوع الكبير في طرقه الأدائية التي تتدرج تحت أقسام رئيسة هي: الطباعة البارزة والطباعة الغائرة، والطباعة المستوية، وطباعة الشاشة الحريرية.

كان فن الحفر والطباعة أسلوباً أصيلاً للتعبير عن الطاقة التشكيلية عند العديد من الفنانين، وفي كثير من الأحيان كان هو الوسيط لتسجيل نمط الحياة اليومية لكثير من المجتمعات، وقد ألهم عشرات الفنانين في مختلف العصور، ويسير فن الحفر والطباعة اليوم موازياً لسيل الابتكارات

والإبداعات الحديثة. والطبعة الفنية هي إحدى سمات الفن التشكيلي، وقد تطورت بشكل كبير في الآونة الأخيرة، وتعددت طرق الأداء بصورة كبيرة جداً وأخذ الفنانون يبتكرون طرقاً جديدة في استحداث وتعدد استخدام القوالب الطباعية المجمع، وبدأ عدد من الفنانين في استخدام قوالب طباعية مجمعة سواء من خامة واحدة مثل الخشب أو المعدن، أم بالمزج بين القوالب الطباعية المختلفة، لذا يتناول البحث طرق الأداء والتقنيات المختلفة للطبعة الفنية، بالقوالب الطباعية المجمع. ويعد التجريب أهم ما يميز تقنيات الحفر والطباعة المختلفة بتسخير الفنان للتكنولوجيا الحديثة على مدار حقبة زمنية متتالية، مما جعل الفنان أكثر رحابة للتعبير بحرية كبيرة، متحرراً من التقنيات الطباعية التقليدية المتعارف عليها، ومجدداً في أساليبه واتجاهاته الفنية.

تتعرض أهمية البحث في دراسة العملية الإبداعية للمعطيات التكنولوجية الحديثة، في استخدام القوالب الطباعية المجمع، لإنتاج طبعة فنية متفردة بالتبادل والتوافق.

أما أهم النقاط التي تم التوصل إليها في الدراسة:

- الدور الجمالي للعملية الإبداعية للطبعة الفنية على المتلقي للصحافة الإلكترونية.
- أهم السمات التشكيلية والتعبيرية والتقنية للطبعة الفنية، باستخدام القوالب الطباعية المجمع.

- التكنولوجيا الحديثة في الطباعة وأثرها على الصحف المطبوعة.

سادسا" : أ.د/ أحمد حسين إبراهيم وصيف (2006)

"التقنيات الرقمية الحديثة وأثرها على التيبوغرافيا في الأعمال الجرافيكية المعاصرة"

يلقي البحث الضوء على التقنيات الحديثة المستخدمة في التصميمات الجرافيكية التي تحتوي على التيبوغرافيا، وأثر التقنيات الرقمية على تلك التصميمات، وكذلك عرض تقنيات الطباعة الحديثة وأثرها على التيبوغرافيا، بعد عرض تاريخ التيبوغرافيا وأثرها على المطبوعات بإيجاز. ويناقش البحث دور الكلمة في العمل، هل كانت لنواح معرفية؟ هل اهتم الفنان بالمعنى اللفظي للنص بحيث تلعب التيبوغرافيا دوراً ثقافياً معرفياً للمتلقي؟ أم يعتمد على الحرف في التشكيل، وهو يعطي حرية كبيرة للفنان في تناول البنية التشكيلية للحروف، دون النظر للمعنى اللفظي لتلك الأحرف؟

أهم النقاط التي تم التوصل إليها في الدراسة:

- الدور الرئيسي الذي تلعبه التيبوغرافيا في الصحف، سواء المطبوعة أم الإلكترونية.
- أثر التكنولوجيا الحديثة على التيبوغرافيا المستخدمة في الصحف الإلكترونية أو المطبوعة.

- التكنولوجيا الحديثة في الطباعة وأثرها على الصحف المطبوعة.

سابعا" : دراسة بيريح حسين جمعة موسى (2011) في "فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد العراقية.

أشارت الدراسة أن الإخراج الصحفي يعد عملية فنية وصحفية، وله جانبان، جمالي ووظيفي، وهو خطوة مهمة من خطوات إصدار الجريدة والمواقع الصحفية الإلكترونية التي تُعنى بعرض المادة التحريرية على صفحاتها بشكل جذاب وملفت لنظر المتصفح (القارئ).

وهدفت الدراسة إلى توضيح واقع فن الإخراج الصحفي للمواقع الإلكترونية للجرائد العراقية بتقسيم العناصر الإخراجية الصحفية إلى فئات رئيسة وفرعية، وتحديدتها في المواقع عينة

الدراسة، واستخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون (كيف قيل ؟) لتحليل الشكل الإخراجي للصفحة الرئيسية للمواقع عينة الدراسة.

ولمعرفة السمات والملامح الإخراجية للصفحة الرئيسية للمواقع الالكترونية للجراند العراقية، تم اختيار ثلاثة مواقع صحفية هي (موقع جريدة الصباح، وموقع جريدة الزمان، وموقع جريدة الدعوة) لدراسة صفحتها الرئيسية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها ما يأتي:

1. ضعف استفادة المواقع عينة الدراسة في تصميمها وإخراجها من الوسائط المتعددة، إذ استخدمت المواقع عينة الدراسة الحد الأدنى منها.

2. ضعف المواقع عينة الدراسة في توظيفها للإعلانات، و تنوع الأساليب الإخراجية المستخدمة في إخراج الصفحة الرئيسية.

3. تأثر تحميل الموقع وتصفحه بنوع الأسلوب الإخراجي المستخدم وبفاعلية الروابط المستخدمة فيه.

أهم النقاط التي تم التوصل إليها في الدراسة:

- ضرورة الاهتمام بالجانب الجمالي والجانب الوظيفي في مرحلة الإخراج الصحفي ، سواء للصحف المطبوعة أم الإلكترونية.
- دور العناصر الإخراجية للصحيفة في توصيل المضمون للقراء.

ثامنا" دراسة الدكتور: باسم عباس علي العبيدي (2011) الترويج وأخلاقيات الصورة في التصميم الجرافيكي .

هدفت الدراسة إلى توضيح تأثير إضافة أو استخدام صورة أو رسم إلى الإعلان، وبينت أنه لا بد من أن يخدم الهدف الذي يسعى إلى تحقيقه الإعلان مثل (التعبير عن الأفكار الإعلانية، واجتذاب انتباه الجمهور، وإثارة اهتمام القارئ أو المتلقي بما يحويه الإعلان من عناوين يروج عنها بشكل أو بآخر في الإعلان، وكذلك إضفاء الواقعية على الإعلان). وأن اختيار الصورة المستخدمة في الإعلان يتم بعناية تامة بحيث توحى بالبساطة والتناسق والانسجام وما تحققه الصور في التصميم الموجه للترويج عنه، هو المساعدة في اجتذاب انتباه فئات محددة من الجمهور، وهم المهتمون باستهلاك السلعة المروج لها، إذ يجب أن يراعى في الترويج مصداقيتها، وألا يتنافى مع مصلحة المعلنين والناشرين والجمهور، ومنها إخفاء بعض الحقائق والبيانات الخادعة والمضللة، والمبالغ فيها، والصور والرسوم التي تحدث خطأً في ذهن المستهلك نحو سلع أو خدمات أو مواضيع أخرى غير معلن عنها ومن ذلك استخدام بعض الصور والرسوم والرموز التي تسيء على بعض الجهات التجارية الفنية أو الأدبية الاجتماعية أو المذهبية أو العرقية وما إلى ذلك من أوصاف ومفردات أخرى، وقد يحدث هذا دون الرجوع إلى المرجعية الحقيقية لهؤلاء، وهنا يستطيع المصمم الجرافيكي نقل أفكاره والترويج عنها بأحد سبيلين إما بالتعبير بالكلمات والمعنى أو التعبير بالصور والرسوم (Visualization).

وأشارت الدراسة أيضاً أنه مما لا شك أن استخدام التعبيرات المرئية لا يقل أهمية عن التعبيرات المقروءة إذ أن كلاهما يحوي مجموعات من الرموز التي تصور أفكار ومعاني معينة وفي كثير من الأحيان قد يكون التعبير بالكلام أسهل كثيراً من محاولة نقل نفس الفكرة من

خلال الصور والرسوم أو رمز معين ومن النقاط المهمة التي يتم التركيز عليها في هذا البحث هو استخدام الصورة في التصميم الجرافيكي للترويج عن شيء ما بشكل لا يشترط بالمنظومة القيمة للمصمم ولمفهوم التصميم كفن للتعبير الأخلاقي.

وكان من أهم النقاط التي تم التوصل إليها من الدراسة:

- إبراز أهمية الصورة في التصميم الجرافيكي الخاص بالصحف الإلكترونية والمطبوعة.
- دور المصمم في جذب إعداد المشاهدين ، طالما حافظ المصمم الجرافيكي على أخلاقيات وآداب اختيار الصورة.
- إن للصورة المرئية دور محوري في إدراك الحدث عند المشاهدين..

الدراسات الأجنبية:

- أولاً: دراسة Andrew Haveland Robinson (1998) التي تهدف للتعرف على تصميم مواقع الوب واستخدام لغة Hypertext Markup Language (HTML) في تخطيط وتصميم مواقع الوب. وخلصت الدراسة إلى أن الوب تعد أكثر التطورات دلالة في التاريخ البشري منذ اختراع المطبعة، حيث يتيح الوب إمكانات غير محدودة. وأكدت الدراسة أنه قبل استخدام لغة النص الفائقة، فإنه يجب أن نأخذ في الحسبان عند تصميم الموقع اعتبارات عدة مثل: الهدف، الجمهور، المحتوى، التصميم، والتكنولوجيا، علماً بأن كل هذه الاعتبارات يؤثر بعضها على البعض الآخر، مما يجعل تصميم موقع وب ناجح مهمة معقدة للغاية.

أهم النقاط التي تم التوصل إليها من الدراسة:

- دور التصميم الجرافيكي في الرقي بالمواقع الإلكترونية.
- اثر التصميم الجرافيكي في إقبال المشاهدين على المواقع الإلكترونية.

ثانياً دراسة Papachrissi & Rubin (2000) ، تطرح تساؤلاً مهماً: ماذا يدفع متصفح الإنترنت إلى الدخول إلى مواقع بعينها، ولماذا يعاودون زيارة تلك المواقع؟ وتبين من الدراسة أن الأفراد يستخدمون الإنترنت لسنة دوافع رئيسة وهي المتعة، والعاطفة، ودوافع ضمنية، والهروب، والاسترخاء، والتحكم. ولم تكن ثمة فروق ذات دلالة بين المستخدمين من الذكور والإناث. وكشف المسح، الذي أجرى على 729 طالباً ، عن العامل المؤثر على التسلية والبحث عن المعلومات، وهو تحديث الأخبار أو المعلومات، وهذا بغض النظر عن نوعية المعلومات المتداولة.

أهم النقاط التي تم التوصل إليها في الدراسة:

- اختلاف تصميم كل موقع إلكتروني عن الآخر باختلاف الاحتياجات وأهداف كل موقع والفئة العمرية.

ثالثاً " Framework for evaluating Academic Website quality (Membrate , 2010) from students' perspective .

هدفت الدراسة إلى تقييم الموقع الإلكتروني للمؤسسات الأكاديمية . وتقييم تصميم الموقع من الطلبة. وقامت الدراسة بتقييم جودة الموقع الإلكتروني في مجموعة من الأبعاد المتمثلة بالمحتوى، وسهولة الاستخدام والكفاءة. وقد تم تطبيق تصميم الموقع على موقع جامعة (TU-Delft University) وذلك من أجل تقييم فعالية التصميم، وفي نفس الوقت تقييم جودة الموقع الإلكتروني.

أهم النقاط التي تم التوصل إليها في الدراسة:

- الدور الرئيس الذي تلعبه القيم في تصميم الموقع الإلكتروني.
- أثر التصميم الجرافيكي ومنهجيته في التفاعل مع المشاهد.

▪ التكنولوجيا الحديثة في الطباعة وأثرها على الصحف المطبوعة.

رابعاً" دراسة نيلسن، (2000)، Nielsen: "مسار حركة عين مستخدم المواقع الإعلامية

الفورية"

أشارت دراسة Nielsen إلى أن الغالبية العظمى من المحتوى المعروض في المواقع الإعلامية، لا يصمم بما يناسب سلوك الاتصال الذي يتبعه مستخدم الوسيلة الفورية، بل إن معظم هذه المواقع يقدم المحتوى الفوري بشكل يشبه إلى مدى بعيد حال تقديمه مطبوعاً، فما تزال هناك العديد من المواقع الفورية تقدم محتوى خطي تم تصميمه بشكل تقليدي، ولا زالت الأشكال الحديثة لتقديم المحتوى الفوري نادرة. وكشفت نتائج الدراسة الميدانية أن المحتوى هو العنصر الأساس الذي بلغ انتباه المستخدم في الصفحة، والدليل على ذلك أن المستخدم يركز انتباهه على منتصف الصفحة، إذ يوجد عادة جسم النص، قبل أن يبدأ في ملاحظة أشرطة التصفح وغيرها من آليات التحوّل. وخلصت الدراسة إلى أن النص يلفت انتباه المستخدم قبل العنصر الجرافيكي.

أهم النقاط التي تم التوصل إليها في الدراسة:

▪ تباين تصميم المواقع الإلكترونية بتباين ما يناسب المستخدمين والمشاهدين لهذه المواقع.

- خامساً: دراسة Rolf Ebeling (2004) ، يطرح أن الألفة مع تصميم موقع الويب، يمكن أن

تؤدي إلى زيارات متعددة للموقع ، ويذكر أن مواقع المجالات على الويب magazine web

sites بنيت على مفهوم تم تطويره في الأيام الأولى للجمع الساخن: سلسلة من الأعمدة

الرأسية تتيح أكبر مرونة ممكنة لإعادة التصميم بسرعة، لملاحقة الأخبار المتغيرة. ويقول

الكاتب إن هذا الأسلوب في التصميم استقر معياراً لشكل الإصدارات الإلكترونية standard

online format وهو المستخدم في مواقع وسائل الإعلام كافة، بما فيها الجرائد والخدمات

الإخبارية التي تقدم طوال 24 ساعة. ويرى الكاتب أن الجانب الجمالي يعد محدوداً في هذه الصيغة الإخراجية، ولكن الأهم في الوسيلة الجديدة هو السرعة في تحميل القصة الخبرية، والكلفة المنخفضة. وينصح الكاتب باستخدام وسائل الربط اللطيفة niceties مثل المنحنيات، وتصميم الإطارات، باستخدام جداول جذابة وأرضيات خفيفة أو باهتة.

أهم النقاط التي تم التوصل إليها في الدراسة:

- هل للتصميم الجرافيكي دور في زيادة عدد المشاهدين والمتابعين للموقع الإلكتروني؟.
- دور المصمم الجرافيكي في الرقي بالموقع الإلكتروني.

سادسا": دراسة, Cynne Marie Cooke, 2001, تعد من الدراسات البينية، فهي تجمع بين تخصص تصميم المستند document design والصحافة. وتهدف الدراسة إلى بحث كيفية معالجة تصميم المستند بأدبيات الاتصال التقني، وذلك بتفتيت المستند إلى عناصره البنائية والجرافيكية والتصفحية. وتسلط الدراسة الضوء على الدور الذي يلعبه الاتصال المرئي في تحقيق يسر الاستخدام, usability, وبمعاملة الأخبار شكلاً من أشكال الاتصال التقني. تقوم الدراسة بتحليل المجالات المرئية للاتصال الإخباري، وذلك بتتبع التفاعل في خواص التصميم في شكله المطبوع والمرئي (التلفزيون)، والإلكتروني (الويب). وتتضمن الدراسة التحليلية فحص 430 صفحة أولى لست صحف أمريكية رئيسة، و60 قصة خبرية لست شبكات ومحطات كابل إخبارية تلفزيونية، و51 صفحة رئيسة لمواقع إخبارية. وقد أوضحت النتائج المتعلقة باتجاهات التصميم أن كل وسيلة إعلامية لا تتكيف مع العناصر البنائية الأساسية، والإبحار، والعناصر الجرافيكية للتصميم التقني للمستند فحسب، بل كل وسيلة تؤثر في

المعالجات البصرية لوسائل الإعلام الأخرى. وخلصت الدراسة إلى أن تأثيرات التصميم التقني للمستند تتضمن:

- استخدام البناء الكتلّي modular structure الذي تفضله وسائل الإعلام الإخبارية، لتدعيم العلاقة بين العناصر النصية والعناصر الجرافيكية.
- إتاحة مزيد من نوافذ الدخول widows of entry للمستخدمين، لتسهيل المداخل غير الخطية non-linear للوصول إلى المستند، واستخدام النص الفائق عنصر تصميم يتيح الإبحار، وذلك لمساعدة المستخدمين في الوصول إلى المعلومات ذات الصلة.
- تضمن المستند عناصر جرافيكية لمساعدة المستخدمين الذين يبحثون عن المعلومات، وحث القائمين بالاتصال التقني على إنتاج المستند بحيث يصبح يسير الاستخدام، ويتمتع بقوة جذب بصري.

أهم النقاط التي تم التوصل إليها في الدراسة:

- الدور المتبادل بين التصميم الجرافيكي والصحافة في زيادة نسبة المشاهدين.
- دور التصميم الجرافيكي في سهولة تصفح مواقع الإنترنت للمشاهد.

سابعاً: مقال J. Dawn Mercedes (2003) , تتساءل فيه: هل يمكن لبرنامج؛ فلاش Flash الذي تصدره شركة ماكروميديا Macromedia أن يمثل قيمة مضافة إلى لتصميم الويب؟ وهل يمثل محتوى هذا البرنامج على الويب مشكلات في الاستخدام usability problems ، يكون بها غير فعال بالدرجة المطلوبة؟. تذهب الكاتبة إلى أن التصميم الجيد باستخدام هذا البرنامج نادر للغاية، إلى درجة أن وجود عناصر تم تصميمها بهذا البرنامج، قد

يشكل مشكلة تقلل من قابلية الموقع للاستخدام. ومما يحسب للشركة المنتجة للبرنامج، أنها بذلت مجهودا كبيرا في معالجة القضايا المتعلقة ببسر الاستخدام، في إصدارها الأخير من البرنامج Flash MX. ، وعلاوة على ذلك، تبذل محاولات من الشركة وخبراء الكمبيوتر، لإعادة تعليم مطوري البرنامج، وتحسين إمكانات استخدامه وتطوير تطبيقاته ومحتواه. وبينما يميل البرنامج إلى عدم تشجيع يسر الاستخدام وسهولته، usability، فإنه توجد نماذج جيدة لتصميم فلاش flash design على الوب. ودون شك فإن المطورين قد أدركوا أن البرنامج لديه القدرة على أن يكون فعالا، إذا استخدم بطريقة تستفيد من مواطن القوة الكامنة في إصداره الأخير.

أهم النقاط التي تم التوصل إليها في الدراسة:

- اهتمام المصمم الجرافيكي بتصميم الصفحة الأولى، من صفحات الإنترنت، فإنها عنوان الموقع، ولها دور كبير في جذب المشاهدين.
- أن الاهتمام بالتصميم واستخدام الأشكال المختلفة في التصميم، يحقق زيادة عدد المشاهدين والإقبال على الموقع الإلكتروني.

ثامنا" دراسة, Sandra Utt and Steve Pasternack, 2003، هدفت إلى دراسة الاتجاهات نحو تصميم الصفحة الأولى، سواء للصحف المطبوعة أم الإلكترونية، وتبين من الدراسة أن الصحفيين يعولون بدرجة كبيرة على أهمية الشكل، وأنهم يرون أن أهم الوسائل لجذب القراء إلى مواقع الصحف الإلكترونية، هو جودة تصميم الوب الذي تقدمه هذه المواقع، وتتفرد به عن غيرها.

أهم النقاط التي تم التوصل إليها في الدراسة:

- اهتمام المصمم الجرافيكي لصفحات الإنترنت بتصميم الصفحة الأولى، إنها عنوان للموقع، ولها دور كبير في جذب المشاهدين.
- أن الاهتمام بالتصميم واستخدام الأشكال المختلفة فيه، يحقق زيادة عدد المشاهدين والإقبال على الموقع الإلكتروني.
- استفادت الباحثة من الدراسات والبحوث والمقالات في جوانب عدة منها:
- الاستفادة بالإطار النظري للمحتوى البحثي للبحوث المطروحة.
- أسلوب منهجية البحث في استخدام استبانة.
- وتبين للباحثة من خلال استعراض الدراسات العربية التي تناولت موضوع الدراسة (التصميم الجرافيكي ودوره في الزيادة والنقصان في نسبة المشاهدة) بشكل تخصص ، إذ تناول معظمها جوانب أخرى تتعلق بالمواقع الإلكترونية من حيث استخدام الوسائط المتعددة، لإبهار المشاهدين، وهو الأمر الذي يدعو إلى مزيد من إيلاء الاهتمام بهذا الموضوع الهام.

الفصل الثالث

الإطار المنهجي للدراسة (الطريقة والإجراءات)

تمهيد

يعرض هذا الفصل المنهجية البحثية التي تقوم عليها الدراسة، بتقديم عرض للمنهج المستخدم فيها، وشرح لمجتمعها وعينتها. ويتضمن أيضاً، عرضاً لأداة الدراسة ودلالات صدقها وثباتها.

منهج الدراسة

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول وصف دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية في الانترنت، وتسعى الباحثة من خلال هذا المنهج إلى توضيح وتفسير تقييم نتائج الدراسة.

مصادر جمع البيانات والمعلومات

استخدمت الباحثة مصدرين أساسيين لجمع البيانات والمعلومات:

1-المصادر الثانوية: حيث اعتمدت الباحثة في الجانب النظري للبحث على مصادر البيانات الثانوية والتي تمثلت بالكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، بالإضافة للبحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة.

2- المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث لجأت الباحثة إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسة للدراسة، صممت خصيصاً لهذا الغرض، ووزعت على عينة الدراسة وعددها (400) استبانته.

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة التصميم الجرافيكي (145) وكلية الإعلام (450) في جامعة البترا و طلبة التصميم الجرافيكي (356) وكلية الإعلام (445) في جامعة الشرق الأوسط، حيث يبلغ المجموع العام لجميع مجتمع الدراسة (1396).

عينة الدراسة

قامت الباحثة باستخدام العينة العشوائية حيث يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع في هذا النوع من العينات نفس الفرصة للاختيار والظهور في العينة، وقد تم توزيع (430) استبانته على مفردات العينة وفق دراسة (Sekaran, 2003, p119) التي أشارت إلى أنه إن كان حجم مجتمع الدراسة أكثر من 40000 فإن العينة الملائمة لهذا المجتمع على الأقل 380 فما فوق، وقد تمكنت الباحثة من استرداد (400) استبانته من عينة الدراسة تمثل ما نسبته (93%) من مجموع العينة التي تم توزيعها.

وقد وقع الاختيار على أن تكون العينة الممثلة للطلبة من جامعتي (البترا والشرق الأوسط) لأنهم من الجامعات التي تحتوي على قسم تصميم التصميم الجرافيكي وفيها تنوع يمكن أن يعكس طبيعة الطلبة في المجتمع الأردني، مما يضيف مزيد من المصداقية والتنوع في نتائج الدراسة.

المعالجة الإحصائية للدراسة

المعلومات الشخصية

فيما يلي عرض لعينة الدراسة وفق المعلومات الشخصية:

1- توزيع أفراد (مفردات) العينة حسب النوع الاجتماعي

جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

النسبة المئوية %	العدد	النوع الاجتماعي
48.2	193	ذكر
51.8	207	أنثى
100.0	400	المجموع

يوضح الجدول السابق أن الإناث كانت نسبتهم أعلى من نسبة الذكور حيث كانت نسبتهم

المئوية (51.8%)، أما نسبة الذكور فكانت (48.3%).

2- توزيع أفراد العينة السن

جدول رقم (2): توزيع عينة الدراسة حسب السن

النسبة المئوية %	العدد	السن
43.0	172	من 18-20 سنة
37.0	148	من 21-23 سنة
20.0	80	24 سنة فأكثر
100.0	400	المجموع

يوضح جدول (2) متغير السن لأفراد العينة، حيث كانت الفئة العمرية بين 18-20 سنة (43%)، أما الفئة العمرية التي كانت بين (21-23) سنة فكانت نسبتها المئوية (37%)، بينما حازت الفئة العمرية 24 سنة فأكثر على نسبة مئوية (20%).

3- توزيع أفراد العينة حسب الجامعة

جدول رقم (3): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الجامعي والجامعة

الجامعة والتخصص	العدد	النسبة المئوية %
تخصص التصميم الجرافيكي جامعة الشرق الأوسط	58	14.5
تخصص الإعلام جامعة الشرق الأوسط	137	34.3
تخصص التصميم الجرافيكي جامعة البترا	71	17.8
تخصص الإعلام جامعة البترا	134	33.4
المجموع	400	100.0

يمثل جدول (3) متغير التخصص والجامعة، حيث حصل أفراد العينة من تخصص التصميم الجرافيكي جامعة الشرق الأوسط على نسبة مئوية بلغت (14.5%)، بينما حصل تخصص الإعلام جامعة الشرق الأوسط على نسبة مئوية بلغت (34.3%)، أما تخصص التصميم الجرافيكي جامعة البترا فحصل على نسبة مئوية بلغت (17.8%)، بينما حصل تخصص الإعلام جامعة البترا على نسبة مئوية بلغت (33.5%).

4- توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي الجامعي

جدول رقم (4): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الجامعي

النسبة المئوية %	العدد	المستوى الدراسي الجامعي
8.8	35	سنة أولى
39.0	156	سنة ثانية
30.5	122	سنة ثالثة
21.7	87	سنة رابعة
100.0	400	المجموع

يوضح جدول (4) متغير المستوى الدراسي الجامعي لأفراد العينة، حيث بلغت نسبة طلبة السنة الأولى (8.8%)، أما طلبة السنة الثانية فكانت نسبتهم (39%)، أما طلبة السنة الثالثة فكانت نسبتهم (30.5%)، أما طلبة السنة الرابعة فكانت نسبتهم (21.8%). وهذا يوضح تنوع العينة مما يضيف المزيد من المصداقية عليها.

5- توزيع أفراد العينة حسب امتلاك جهاز حاسوب شخصي

جدول رقم (5): توزيع عينة الدراسة حسب امتلاك جهاز حاسوب شخصي

النسبة المئوية %	العدد	امتلاك جهاز حاسوب شخصي
95.0	380	نعم
5.0	20	لا
100.0	400	المجموع

يوضح جدول (5) من يمتلكون جهاز حاسوب شخصي، حيث كانت نسبة المجيبين بنعم (95%)، أما من لا يمتلكون جهاز حاسوب شخصي فكانت نسبتهم (5%). وهذا يؤكد أن الحاسوب أصبح من ضرورات الحياة وليس من كمالياتها وخاصة لطلاب قسم التصميم الجرافيكي والإعلام في الجامعة.

6- توزيع أفراد العينة حسب امتلاك جهاز هاتف ذكي (Smart Phone)

جدول رقم (6): توزيع عينة الدراسة حسب متابعي امتلاك جهاز ذكي

النسبة المئوية %	العدد	امتلاك جهاز هاتف ذكي
83.2	333	نعم
16.8	67	لا
100.0	400	المجموع

يوضح الجدول السابق أن من يمتلكون جهازا ذكيا كانت نسبتهم (83.3%)، أما من لا يمتلكون أجهزة هواتف ذكية فكانت نسبتهم (16.8%)، وهذا يوضح مدى انتشار الهواتف الذكية بين طلبة الجامعات بشكل خاصة وأفراد المجتمع الأردني بشكل خاص.

7- توزيع أفراد العينة حسب استخدام الانترنت

جدول رقم (7): توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الانترنت

النسبة المئوية %	العدد	استخدام الانترنت
98.7	395	نعم
1.3	5	أحيانا
100.0	400	المجموع

يوضح الجدول السابق أن (98.8%) من أفراد العينة يستخدمون الانترنت بشكل دائم، أما من يستخدمونه بشكل أقل فكانت نسبتهم (1.3)، وهذا يوضح أن الانترنت أصبح جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية في مختلف المجالات الحياتية.

8- توزيع أفراد العينة حسب تصفح المواقع الالكترونية الأردنية

جدول رقم (8): توزيع عينة الدراسة حسب تصفح المواقع الأردنية

النسبة المئوية %	العدد	تصفح المواقع الأردنية
55.5	222	نعم
44.5	178	أحيانا
0	0	لا
100.0	400	المجموع

ولقد كانت هذه النسب لأن الباحثة حرصت على اختيار عينتها ممن يتابعون المواقع الإخبارية الأردنية حصراً وذلك لأغراض إجراء الدراسة.

9- توزيع أفراد العينة حسب تصفح موقعي عمون وخبرني الأردنيين

جدول رقم (9): توزيع عينة الدراسة حسب تصفح موقعي عمون وخبرني

النسبة المئوية %	العدد	تصفح موقعي عمون وخبرني
35.0	140	نعم
65.0	260	أحيانا
0	0	لا
100.0	400	المجموع

ولقد كانت هذه النسب لأن الباحثة حرصت على اختيار عينتها ممن يتابعون موقعي عمون وخبرني الأردنيين حصراً وذلك لأغراض إجراء الدراسة.

10- توزيع أفراد العينة حسب وسيلة التصفح

جدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة حسب وسيلة التصفح

النسبة المئوية %	العدد	وسيلة التصفح
19.5	78	الكمبيوتر الشخصي
25.2	101	الهاتف المحمول
16.3	65	جهاز الأيباد
39.0	156	جهاز لابتوب
100.0	400	المجموع

ويلاحظ من الجدول السابق تنوع وسائل التصفح لدى أفراد العينة في ظل توفر هذه الأجهزة بكثرة بين أفراد مجتمع الدراسة.

أداة الدراسة

خطوات بناء الاستبانة: تم بناء استبانته حول دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية، وذلك بالاعتماد على أهداف الدراسة ومتغيراتها والرجوع إلى الدراسات السابقة والأخذ بآراء الخبراء والمختصين في هذا المجال.

لقد تم اختيار مقياس ليكرت (Likert) الثلاثي لأنه يعتبر من أكثر المقاييس استخداماً لسهولة فهمه وتوازن درجاته، حيث يشير أفراد العينة الخاضعين للاختبار عن مدى موافقتهم على كل عبارة من المتغيرات على النحو التالي:

معارض	محايد	موافق
1	2	3

صدق الاستبانة وثباتها

أ- صدق الأداة (الاستبانة)

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس الأسئلة الاستبانة ما وضعت لقياسه، وقامت الباحثة بالتأكد من صدق الاستبانة من خلال صدق المحكمين حيث عرضت الباحثة الاستبانة على مجموعه من

المحكمين تألفت من (8) من أعضاء الهيئة التدريسية والمتخصصين وقد استجابت الباحثة لأراء المحكمين وقامت بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة.

ب- ثبات الأداة (الاستبانة)

تحققت الباحثة من ثبات الأداة من خلال طريقة الاختبار وإعادة الاختبار حيث قامت الباحثة بتوزيع (20) استبانة على عينة عشوائية من مجتمع الدراسة ثم أعادت توزيعها مرة أخرى، وبلغ معدل ثبات الإجابات في المرتين (91%) .

كما تحققت الباحثة من ثبات استبانة الدراسة من خلال اختبار معامل "ألفا كرونباخ" وذلك كما يلي:

جدول رقم(11):نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

المجال	المحور	معامل ألفا كرونباخ
1	دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان متابعة موقعي عمون وخبرني الأردنيين	0.802
2	علاقة التصميم الجرافيكي بالهوية الوطنية	0.759
3	دور التصميم الجرافيكي في إحداث الفرق في تحديد نسبة المشاهدة	0.827
4	علاقة التصميم الجرافيكي بالهوية العربية	0.839

يتبين من نتائج الموضحة في جدول (9) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع مجالات الدراسة كانت أكبر من 0.60، وبذلك تكون الباحثة قد تأكدت من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعلها على ثقة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة

لاختبار فرضيات الدراسة فقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية في برنامج (SPSS) حيث أن المقياس المستخدم (1-35) وهو مقياس "ليكرت" ذو التوزيع الثلاثي، ولقد أخذت الباحثة عينة مكونة من (400) من طلبة جامعتي الشرق الأوسط والبترا الأردنيين، وقد استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التالية في معالجة بيانات الدراسة:

1- النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما ويفيد الباحثة في وصف عينة الدراسة.

2- اختبار ألفا كرونباخ (Cronbachs alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة

3- اختبار (T-test).

4- اختبار (One Way ANOVA).

الفصل الرابع

نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات

هدفت الدراسة التعرف إلى دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية حيث تم توزيع (400) استبانة على أفراد عينة الدراسة، وبعد تطبيق أداة الدراسة، جمعت إجابات أفراد عينة الدراسة، وحوّلت إجاباتهم إلى درجات ، ثم تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية، كما استخدم اختبار الاتساق الداخلي "كرونباخ ألفا" والمتوسطات الحسابية لإيجاد دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) .

نتائج الدراسة:

سعدت الإجابة على السؤال الرئيس الآتي:

ما هو دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة لموقعي عمون وخبرني الأردنيين؟

للإجابة عن هذا السؤال الذي يبلور مشكلة الدراسة فقد تم تقسيمه إلى الأسئلة التالية:

- السؤال الأول: ما دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان نسبة متابعة بعض المواقع

الإلكترونية(عمون وخبرني) في الأردن؟

حيث تم حساب المتوسط الحسابي والنسبة المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

الجدول رقم (12) المتوسطات الحسابية لمجال دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان نسبة متابعة بعض المواقع الإلكترونية (عمون وخبرني) في الأردن

موقع خبرني		موقع عمون		نص الفقرة	الرقم
النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي		
72.076	2.1625	75.3258	2.26	التصميم الجرافيكي له أهمية في الإقبال عل تصفح المواقع الإلكترونية.	1
71.3262	2.14	76.825	2.305	اسم الموقع الإلكتروني يجذبني لتصفحه.	2
68.826	2.065	73.909	2.2175	أتابع هذا الموقع لجودة تصميمه الجرافيكي.	3
68.9931	2.07	77.492	2.325	يتميز هذا الموقع بألوان مريحة للعين.	4
70.742	2.1225	77.3256	2.32	تتميز الصفحة الرئيسية في الموقع بإخراج فني منظم.	5
68.576	2.0575	69.6597	2.09	من الأمور التي تجذبني لتصفح الموقع هو جمال الشعار (Logo) فيه.	6
70.492	2.115	73.076	2.1925	من الأمور الجاذبة لمتابعة المواقع الإلكترونية دلالة الشعار وموقعه في الصفحة الرئيسية.	7
69.3264	2.08	68.6598	2.06	أرى أن نوع الخط (font) المستخدم في الموقع يساعد في جذبني لتصفح الموقع.	8
65.160	1.955	74.6592	2.24	يحقق أسلوب عرض المعلومات جرافيكيا" في الموقع الأهداف المرجوة منه.	9
74.9925	2.25	72.826	2.185	يساعد التصميم والإخراج الفني للموقع في الوصول للمعلومات بسهولة.	10
77.075	2.3125	78.6588	2.36	اسلوب عرض العناوين المستخدمة في الموقع تساهم في زيادة المقروئية .	11

موقع خبرني		موقع عمون		نص الفقرة	الرقم
النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي		
79.575	2.3875	74.1592	2.225	الصور المصاحبة للموضوعات في الموقع تعبر عن المحتوى وتحقق الهدف.	12
72.9927	2.19	75.9924	2.28	تصميم الموقع يحث على المشاركة والتفاعلية بإبداء الرأي والتعليق على المحتوى.	13
71.550	2.1467	74.505	2.2353	الدرجة الكلية لمجال دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان نسبة متابعة بعض المواقع الالكترونية(عمون وخبرني) في الأردن	

يتضح من الجدول السابق أن نسبة الموافقة على دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان نسبة متابعة موقع عمون بلغت (74.50%) أما دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان نسبة متابعة موقع خبرني بلغت (71.55%) في الأردن .

- السؤال الثاني: هل للتصميم الجرافيكي دور في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية، بتصميم المواقع الالكترونية برؤية فنية جديدة، متوازنة مع مستجدات العصر والتقدم العلمي الهائل في هذا المجال؟

حيث تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

الجدول رقم (13) المتوسطات الحسابية لمجال دور التصميم الجرافيكي في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية

موقع خبرني		موقع عمون		نص الفقرة	الرقم
النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي		
76.49	2.29	2.35	78.49	يحافظ الموقع الإلكتروني على الهوية العربية والأردنية.	1.
76.15	2.285	2.32	77.32	يعزز الولاء والانتماء للوطن والأمة.	2.
74.07	2.22	2.357	78.57	يعزز القيم السائدة في المجتمع.	3.
69.90	2.09	2.277	75.90	يصون التراث الأردني.	4.
65.32	1.96	2.352	78.40	يحافظ على العادات والتقاليد الأردنية.	5.
65.49	1.96	2.2975	76.57	يحمي الأصالة ويواكب الحداثة.	6.
71.24	2.137	2.326	77.54	الدرجة الكلية لمجال دور التصميم الجرافيكي في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية	

يتضح من الجدول السابق أن نسبة الموافقة على دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية بلغت (77.54%) ، أما دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية فبلغت نسبته (71.24%).

- السؤال الثالث: كيف يمكن للمصمم الجرافيكي أن يحدث الفرق في تحديد نسبة المشاهدة عند

تصميمه للمواقع الإلكترونية ؟

حيث تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

الجدول رقم (14) المتوسطات الحسابية لمجال علاقة التصميم الجرافيكي في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة

الرقم	نص الفقرة	موقع عمون		موقع خبرني	
		النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي
1	سهولة استخدام الموقع.	78.3255	2.35	73.40	2.2025
2	سهولة التنقل بين معلومات الموقع .	84.6582	2.54	78.40	2.3525
3	سهولة العودة للصفحة الرئيسية.	82.24	2.4675	75.07	2.2525
4	ملائمة التصميم للحدث الإخباري.	80.6586	2.42	77.49	2.325
5	استخدام الوسائط المتعددة.	82.24	2.4675	69.493	2.085
6	ملائمة نوع الخط وحجمه.	79.492	2.385	72.6594	2.18
7	ملائمة الألوان.	68.659	2.06	70.492	2.115

66.9933	2.01	76.57	2.2975	ملائمة الصور المستخدمة لمضمون المحتوى.	8
71.90	2.1575	77.158	2.315	تحديث بعض المعلومات تصميمياً لجذب المشاهدة.	9
72.88	2.1866	78.89	2.3669	الدرجة الكلية لمجال علاقة التصميم الجرافيكي في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة	

يتضح من الجدول السابق أن نسبة الموافقة على علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة بلغت (78.89%)، أما علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة فبلغت (72.88%).

- السؤال الرابع: هل يمكن للمصمم الجرافيكي استلهام أعمال مستنبطة من الهوية العربية، في إبداع تصاميم جرافيكية ذات صبغة موحدة الرؤى والشخصية والمضمون للوسائط المتعددة ؟ حيث تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

الجدول رقم (15) المتوسطات الحسابية لمجال علاقة التصميم الجرافيكي بالهوية العربية

الرقم	نص الفقرة	موقع عمون		موقع خبرني	
		النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي
1	أرى أن تصميم شعار الموقع مستلهم من وحي الحضارة العربية.	73.82	2.215	70.57	2.11
2	اعتقد أن المحافظة على التراث الأردني تعزز من خلال الصور والرسومات التراثية.	77.24	2.31	70.07	2.10

75.74	2.27	75.74	2.27	3 أن نزيد استخدام الزخرفة العربية الإسلامية في التصميم.
78.15	2.34	75.40	2.26	4 أطالب بإبراز الأماكن السياحية والأثرية في الوطن العربي.
73.63	2.20	75.55	2.26	الدرجة الكلية لمجال علاقة التصميم الجرافيكي بالهوية العربية

يتضح من الجدول السابق أن نسبة الموافقة على أن المصمم الجرافيكي لموقع عمون يستلهم

أعمال مستنبطة من الهوية العربية بنسبة بلغت (75.55%)، أما المصمم الجرافيكي لموقع

خبرني فيستلهم أعمال مستنبطة من الهوية العربية بنسبة بلغت (73.63)

السؤال الخامس: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية (موقعي عمون وخبرني الأردنيين) باختلاف المتغيرات الوسيطة (النوع الاجتماعي، السن، التخصص والجامعة، المستوى الدراسي) ؟

ويمكن تقسيم الإجابة على هذا السؤال من خلال الإجابة عن الأسئلة التالية:

أ- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية (موقعي عمون وخبرني الأردنيين) باختلاف متغير النوع الاجتماعي.

من أجل الإجابة على هذا السؤال "، تم تطبيق اختبار T-Test على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير النوع الاجتماعي لموقعي عمون وخبرني، و كانت النتائج كما يلي:

أ- موقع عمون الإلكتروني الأردني:

جدول رقم (16) T-test لدراسة الفروق حسب النوع الاجتماعي لموقع عمون

الموقع	المجال	النوع الاجتماعي	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	Sig.
موقع عمون الإلكتروني	دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في زيادة أو نقصان نسبة متابعة عمون	ذكر	2.2208	74.01926	0.454
		أنثى	2.2490	74.95917	
	دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية	ذكر	2.3212	77.3656	0.794
		أنثى	2.3317	77.71556	

	علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون في إحداه الفرق في نسبة المشاهدة	ذكر	2.3886	79.61204	0.227
		أنثى	2.3468	78.21884	
	علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون بالهوية العربية	ذكر	2.3070	76.89231	0.094
		أنثى	2.2295	74.30924	

يتضح من الجدول السابق أن مستوى الدلالة لجميع مجالات الدراسة على موقع عمون الإلكتروني الأردني كانت أكبر من (0.05) بالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة لموقع عمون باختلاف متغير النوع الاجتماعي .

ب- موقع خبرني الإلكتروني الأردني:

جدول رقم (17) T-test لدراسة الفروق حسب النوع الاجتماعي لموقع خبرني

الموقع	المجال	النوع الاجتماعي	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	Sig.
موقع خبرني الإلكتروني	دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في زيادة أو نقصان نسبة متابعة خبرني	ذكر	2.1722	72.39943	0.209
		أنثى	2.1230	70.75959	
موقع خبرني الإلكتروني	دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية	ذكر	2.0915	69.7097	0.67
		أنثى	2.1804	72.67273	
الأردني	علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في إحداه الفرق في نسبة المشاهدة	ذكر	2.2303	74.3359	0.033
		أنثى	2.1460	71.52618	
	علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني بالهوية العربية	ذكر	2.2591	75.2958	0.035
		أنثى	2.1630	72.09279	

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة لموقع خبرني باختلاف متغير النوع الاجتماعي، خاصة في مجالات (علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة، وعلاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني بالهوية العربية) حيث كان مستوى الدلالة الإحصائية أقل من (0.05). وكانت الفروق لصالح الطلاب الذكور.

ب- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية (موقعي عمون وخبرني الأردنيين) باختلاف متغير السن؟

من أجل الإجابة على هذا السؤال، تم تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير السن، لكلا الموقعين (عمون، وخبرني)، وكانت النتائج كما هو مبين في الجدول التالي:

أ- موقع عمون الإلكتروني الأردني:

جدول رقم (18) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود

الاستبانة لفئات متغير السن لموقع عمون

الموقع	المجال	الفئة العمرية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	F	الدلالة
موقع عمون الإلكتروني الأردني	دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في زيادة أو نقصان نسبة متابعة عمون	من 18- 20 سنة	172	2.2460	74.85918	1.967	0.141
		من 21- 23 سنة	148	2.1923	73.06936		
		24 سنة فأكبر	80	2.2923	76.40236		
		المجموع	400	2.2354	74.50588		
موقع عمون الإلكتروني الأردني	دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية	من 18- 20 سنة	172	2.2146	73.81262	5.572	0.004
		من 21- 23 سنة	148	2.3108	77.01896		
		24 سنة فأكبر	80	2.3924	79.73869		
		المجموع	400	2.3267	77.54891		
	علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة	من 18- 20 سنة	172	2.3417	78.04886	1.763	0.173
		من 21- 23 سنة	148	2.3626	78.74546		

		24 سنة فأكبر	80	2.4292	80.96524		
		المجموع	400	2.3669	78.88878		
	علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون بالهوية العربية	من 18 - 20 سنة	172	2.2166	73.87928	2.944	0.054
		من 21 - 23 سنة	148	2.2703	75.6691		
		24 سنة فأكبر	80	2.3688	78.9521		
		المجموع	400	2.2669	75.55578		

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مجالات (دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في زيادة أو نقصان نسبة متابعة عمون، و علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة، و علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون بالهوية العربية)

بينما تبين أنه توجد فروق بين أفراد العينة باختلاف أعمارهم في إجاباتهم على مجال دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية ، وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (24 سنة فأكبر) .

ب- موقع خبرني الإلكتروني الأردني:

جدول رقم (19) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود الاستبانة

لفئات متغير السن لموقع خبرني

الموقع	المجال	الفئة العمرية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	F	الدلالة
موقع خبرني الإلكتروني الأردني	دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في زيادة أو نقصان نسبة متابعة الموقع	من 18-20 سنة	172	2.1453	71.50285	15.386	0.000
		من 21-23 سنة	148	2.0452	68.16652		
		24 سنة فأكبر	80	2.3375	77.90888		
		المجموع	400	2.1467	71.54951		
		دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية	من 18-20 سنة	172	1.9893		
	من 21-23 سنة	148	2.1441	71.46285			
	24 سنة فأكبر	80	2.4437	81.44852			
	المجموع	400	2.1375	71.24288			
	علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في إحداث الفعالية	من 18-20 سنة	172	2.1053	70.16965	20.336	0.000
	من 21-23 سنة	148	2.1053	70.16965			

		من 21- سنة 23	148	2.1524	71.73949		
		سنة 24 فأكبر	80	2.4250	80.82525		
		المجموع	400	2.1867	72.88271		

الموقع	المجال	الفئة العمرية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة النئوية	F	الدلالة
موقع خبرني الإلكتروني الأردني	علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني بالهوية العربية	من 18-20 سنة	172	2.1599	71.98947	33.615	0.000
		من 21-23 سنة	148	2.0845	69.47639		
		سنة 24 فأكبر	80	2.5469	84.88818		
		المجموع	400	2.2094	73.6393		

ينتضح من الجدول السابق أنه توجد فروق في جميع مجالات الدراسة باختلاف متغير السن، حيث تبين أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في زيادة أو نقصان نسبة متابعة الموقع باختلاف متغير السن، وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (24 سنة فأكثر).

كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية باختلاف متغير السن، وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (24 سنة فأكثر).

كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في إحداه الفرق في نسبة المشاهدة باختلاف متغير السن، وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (24 سنة فأكثر).

كما اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني بالهوية العربية باختلاف متغير السن، وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (24 سنة فأكثر).

ج- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية (موقعي عمون وخبرني الأردنيين) باختلاف متغير التخصص والجامعة؟

من أجل الإجابة على هذا السؤال، تم تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير التخصص والجامعة لكلا الموقعين (عمون، وخبرني)، وكانت النتائج كما يلي:

أ- موقع عمون الإلكتروني الأردني:

جدول رقم (20) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود

الاستبانة لفئات متغير التخصص والجامعة لموقع عمون

الموقع		التخصص والجامعة	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	F	الدلالة
موقع عمون الإلكتروني الأردني	دور التصميم الجغرافي لموقع عمون في زيادة أو نقصان نسبة متابعة عمون	التصميم الجغرافي جامعة الشرق الأوسط	58	2.3183	77.26894	1.126	0.338
		الإعلام جامعة الشرق الأوسط	137	2.2280	74.25924		
		التصميم الجغرافي جامعة البترا	71	2.2156	73.84595		
		الإعلام جامعة البترا	134	2.2176	73.91261		
		المجموع	400	2.2354	74.50588		

الموقع		التخصص والجامعة	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المنوية	F	الدلالة
موقع عمون الإلكتروني الأردني	دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية	التصميم الجرافيكي جامعة الشرق الأوسط	58	2.3333	77.76889	2.200	0.088
		الإعلام جامعة الشرق الأوسط	137	2.3881	79.59537		
		التصميم الجرافيكي جامعة البترا	71	2.3239	77.45559		
		الإعلام جامعة البترا	134	2.2624	75.40579		
		المجموع	400	2.3267	77.54891		
	علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة	التصميم الجرافيكي جامعة الشرق الأوسط	58	2.3506	78.3455	0.425	0.735
		الإعلام جامعة الشرق الأوسط	137	2.3715	79.0421		
		التصميم الجرافيكي جامعة البترا	71	2.3333	77.76889		
		الإعلام جامعة البترا	134	2.3872	79.56538		
		المجموع	400	2.3669	78.88878		

الموقع		التخصص والجامعة	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	F	الدلالة
موقع عمون الإلكتروني الأردني	علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون بالهوية العربية	التصميم الجرافيكي جامعة الشرق الأوسط	58	2.2457	74.84918	2.899	0.035
		الإعلام جامعة الشرق الأوسط	137	2.2828	76.08572		
		التصميم الجرافيكي جامعة البترا	71	2.3908	79.68536		
		الإعلام جامعة البترا	134	2.1940	73.12602		
		المجموع	400	2.2669	75.55578		

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق باختلاف الجامعة والتخصص في مجالات (دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في زيادة أو نقصان نسبة متابعة عمون ، و دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية ، و علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة) ، لأن مستوى الدلالة كان أكبر من (0.05).
واتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون بالهوية العربية باختلاف متغير الجامعة والتخصص، حيث كان مستوى الدلالة (0.035)، وهو أقل من (0.05)، وكانت الفروق لصالح طلبة تخصص التصميم الجرافيكي جامعة البترا .

ب- موقع خبرني الإلكتروني الأردني:

جدول رقم (21) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود

الاستبانة لفئات متغير التخصص والجامعة لموقع خبرني

الموقع	التخصص والجامعة	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	F	الدلالة
موقع خبرني الإلكتروني الأردني	التصميم الجرافيكي جامعة الشرق الأوسط	58	2.0889	69.62304	5.668	0.001
	الإعلام جامعة الشرق الأوسط	137	2.0691	68.9631		
	التصميم الجرافيكي جامعة البترا	71	2.1430	71.42619		
	الإعلام جامعة البترا	134	2.2532	75.09916		
	المجموع	400	2.1467	71.54951		
موقع خبرني الإلكتروني الأردني	التصميم الجرافيكي جامعة الشرق الأوسط	58	2.1580	71.92614	0.241	0.868
	الإعلام جامعة الشرق الأوسط	137	2.1131	70.42962		
	التصميم الجرافيكي جامعة البترا	71	2.1291	70.9629		
	الإعلام جامعة البترا	134	2.1580	71.92614		
	المجموع	400	2.1375	71.24288		

الموقع		التخصص والجامعة	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة النئوية	F	الدلالة
علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في إحداه الفرق في نسبة المشاهدة		التصميم الجرافيكي جامعة الشرق الأوسط	58	2.1858	72.85271	2.592	0.052
		الإعلام جامعة الشرق الأوسط	137	2.1168	70.55294		
		التصميم الجرافيكي جامعة البترا	71	2.2629	75.42246		
		الإعلام جامعة البترا	134	2.2181	73.92927		
		المجموع	400	2.1867	72.88271		
موقع خبرني الإلكتروني الأردني		التصميم الجرافيكي جامعة الشرق الأوسط	58	2.0733	69.10309	3.323	0.020
		الإعلام جامعة الشرق الأوسط	137	2.2062	73.53265		
		التصميم الجرافيكي جامعة البترا	71	2.1761	72.52941		
		الإعلام جامعة البترا	134	2.2892	76.29904		
		المجموع	400	2.2094	73.6393		

اتضح من الجدول السابق أنه لا توجد فروق تعزى لمتغير الجامعة في مجالي (دور التصميم

الجرافيك لموقع خبرني في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية، و علاقة التصميم الجرافيكي

لموقع خبرني في إحداه الفرق في نسبة المشاهدة)، وذلك لأن مستوى الدلالة كان أكبر من (0.05).

بينما اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في زيادة أو نقصان نسبة متابعة الموقع باختلاف متغير التخصص والجامعة، وذلك لأن مستوى الدلالة بلغ (0.001)، وهذه القيمة أقل من (0.05)، وكانت الفروق لصالح طلبة تخصص الإعلام في جامعة البترا.

كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني بالهوية العربية باختلاف متغير التخصص والجامعة، وذلك لأن مستوى الدلالة بلغ (0.020)، وهذه القيمة أقل من (0.05)، وكانت الفروق لصالح طلبة تخصص الإعلام في جامعة البترا.

د- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية (موقعي عمون وخبرني الأردنيين) باختلاف متغير المستوى الدراسي؟

من أجل الإجابة على هذا السؤال، تم تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير المستوى الدراسي لكلا الموقعين (عمون، وخبرني)، و كانت النتائج كما يلي:

أ- موقع عمون الإلكتروني الأردني:

جدول رقم (22) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود الاستبانة

لفئات متغير المستوى الدراسي لموقع عمون

الموقع		المستوى الدراسي	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة النئوية	F	الدلالة
موقع عمون	دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في زيادة أو نقصان نسبة متابعة عمون	سنة أولى	35	2.4132	80.43196	19.322	.000
		سنة ثانية	156	2.1573	71.90281		
		سنة ثالثة	122	2.1337	71.11622		
		سنة رابعة	87	2.4465	81.54185		
		المجموع	400	2.2354	74.50588		
موقع عمون الإلكتروني الأردني	دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية	سنة أولى	35	2.4286	80.94524	2.615	.051
		سنة ثانية	156	2.2874	76.23904		
		سنة ثالثة	122	2.2923	76.40236		
		سنة رابعة	87	2.4042	80.13199		
		المجموع	400	2.3267	77.54891		
موقع عمون الإلكتروني الأردني	علاقة التصميم الجرافكي لموقع عمون في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة	سنة أولى	35	2.3778	79.25207	1.535	.205
		سنة ثانية	156	2.3291	77.6289		
		سنة ثالثة	122	2.3689	78.95544		

		سنة رابعة	87	2.4278	80.91857		
		المجموع	400	2.3669	78.88878		
	علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون بالهوية العربية	سنة أولى	35	2.3822	79.39873	13.713	.000
		سنة ثانية	156	2.1651	72.16278		
		سنة ثالثة	122	2.2070	73.55931		
		سنة رابعة	87	2.6429	88.08786		
		المجموع	400	2.2669	75.55578		

يوضح الجدول السابق أنه لا توجد فروق على مجالي الدراسة (دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية ، و علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة) تعزى لمتغير المستوى الدراسي، لأن مستوى الدلالة كان أكبر من (0.05).

كما اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مجال دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في زيادة أو نقصان نسبة متابعة عمون ، وذلك لأن مستوى الدلالة (0.000)، وهذه القيمة اقل من (0.05)، وكانت الفروق لصالح طلبة السنة الرابعة.

كما يوضح الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مجال علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون بالهوية العربية ، وذلك لأن مستوى الدلالة (0.000)، وهذه القيمة اقل من (0.05)، وكانت الفروق لصالح طلبة السنة الرابعة.

ب- موقع خبرني الإلكتروني الأردني:

جدول رقم (23) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) على علامات بنود

الاستبانة لفئات متغير المستوى الدراسي لموقع خبرني

الموقع		المستوى الدراسي	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	F	الدلالة
موقع خبرني الإلكتروني الأردني	دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في زيادة أو نقصان نسبة متابعة الموقع	سنة أولى	35	2.1033	70.10299	.545	.652
		سنة ثانية	156	2.1272	70.89958		
		سنة ثالثة	122	2.1784	72.60607		
		سنة رابعة	87	2.1547	71.81615		
		المجموع	400	2.1467	71.54951		
	دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية	سنة أولى	35	1.7333	57.77089	14.329	.000
		سنة ثانية	156	2.0940	69.79302		
		سنة ثالثة	122	2.1831	72.76272		
		سنة رابعة	87	2.3142	77.13229		
		المجموع	400	2.1375	71.24288		
	علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة	سنة أولى	35	2.0000	66.66	8.631	.000
		سنة ثانية	156	2.1083	70.26964		
		سنة ثالثة	122	2.2723	75.73576		
		سنة رابعة	87	2.2822	76.06573		
		المجموع	400	2.1867	72.88271		

علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني بالهوية العربية	سنة أولى	35	2.3000	76.659	7.032	.000
	سنة ثانية	156	2.0994	69.973		
	سنة ثالثة	122	2.2172	73.89928		
	سنة رابعة	87	2.3592	78.63214		
	المجموع	400	2.2094	73.6393		

بينت النتائج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مجال دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في زيادة أو نقصان نسبة متابعة الموقع تعزى لمتغير المستوى الدراسي، وذلك لأن مستوى الدلالة أكبر من (0.05).

كما يوضح الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مجال دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية، وذلك لأن مستوى الدلالة (0.000)، وهذه القيمة أقل من (0.05)، وكانت الفروق لصالح طلبة السنة الرابعة.

كما يبين الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مجال علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة، وذلك لأن مستوى الدلالة (0.000)، وهذه القيمة أقل من (0.05)، وكانت الفروق لصالح طلبة السنة الرابعة.

كما يشير الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مجال علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني بالهوية العربية، وذلك لأن مستوى الدلالة (0.000)، وهذه القيمة أقل من (0.05)، وكانت الفروق لصالح طلبة السنة الرابعة.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة النتائج:

سعت الدراسة لتوضيح دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية في الانترنت، ومن أجل تحقيق هذا الغرض اختارت الباحثة عينة من جامعتي البترا والشرق الأوسط، وتحديداً تخصصي التصميم الجرافيكي والإعلام، ذلك لأنهم أكثر قدرة على الإجابة عن أسئلة الدراسة، للوصول إلى نتائج موضوعية، تخدم أغراض الدراسة.

كما حرصت الباحثة على أن تكون عينتها من الطلبة الذي يستخدمون الانترنت، ويتابعون مواقع أردنية، وبالأخص موقعي عمون وخبرني.

كما سعت الإجابة على السؤال الرئيس الآتي:

ما هو دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة لموقعي عمون وخبرني الأردنيين؟

وللإجابة عنه، فقد قامت بتقسيمه إلى الأسئلة الفرعية الآتية:

- السؤال الأول: ما دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان نسبة متابعة بعض المواقع الالكترونية(عمون وخبرني) في الأردن؟
- موقع عمون:

بينت النتائج أن التصميم الجرافيكي يلعب دوراً مهماً في زيادة أو نقصان متابعة موقع عمون

حيث بلغت نسبة تأثر الطلبة بالتصميم الجرافيكي لموقع عمون (74.50%).

وبالرجوع إلى تصميم الموقع لاحظت الباحثة أن التصميم هادئ وملفت للانتباه ولا يوجد فيه ما يتعب العين، كما اختار المصمم شعاراً ولوجو يلبقان بمحتوى الموقع، وذلك كما يتضح من الشكل الآتي:



الشعار الخاص بموقع عمون

كما أن تقسيمه يراعي الأقسام المتخصصة، مما يسهل على القارئ الوصول إلى الموضوع الذي يرغب في قراءته بسهولة.

كما يتميز موقع عمون بأنه يتم تحديثه بشكل تلقائي، وفي ظل هذا التحديث فإن الموقع يحافظ على تصميمه الجرافيكي مما يسهل عملية متابعة التحديثات بشكل سلس على متابعي الموقع.

وتعزو الباحثة هذا الأثر لأن الطلبة يرون أن هذا الموقع ذا جودة في تصميمه الجرافيكي، وابدوا رضاهم عن تصميم الصفحة الرئيسية من حيث الإخراج الفني.

كما أعرب أفراد العينة عن رضاهم عن دلالة الشعار وموقعه في الصفحة الرئيسية، وابدوا رضاهم عن التصميم والإخراج الذي يسهل الوصول إلى المعلومات بسهولة.

كما كان المصمم الجرافيكي موفقاً في اختيار الصور المصاحبة للموضوعات حيث أنها كانت مناسبة وتعبّر عن المحتوى بشكل جيد.

ومن مميزات موقع عمون أنه يحث على المشاركة والتفاعلية بإبداء الرأي والتعليق على المحتوى، من خلال خيار آراء القراء الذي يوجد بعد كل خبر، بحيث يستطيع القارئ أن يبدي رأيه حول أي موضوع يريد مناقشته مع الكاتب أو حتى مع غيره من القراء الذين علقوا على الموضوع.

إضافة تعليق

* الاسم:

الايمل:

* التعليق:

تبقى لديك 500 حرف

التصميم الجرافيكي لخيار إضافة تعليق في موقع عمون

وإن التصميم الجرافيكي لهذا الجزء كما لاحظت الباحثة مناسب وسهل ويوضح عدد الأحرف التي يستطيع القارئ أن يساهم فيها برأيه.

- موقع خبرني:

أما دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان نسبة متابعة موقع خبرني بلغت (71.55%) في الأردن، كما تبين أن دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان متابعة موقع خبرني فبلغت (71.55%) في الأردن. وبالرجوع إلى الموقع لاحظت الباحثة أن المصمم اختار ألوانا هادئة وجذابة، وليست منفرة، كما اختار شعارا جميلا ومناسب. والشكل الآتي يوضح هذا الشعار:



الشعار الخاص بموقع خبرني

كما يلاحظ من تصميم الموقع أنه مقسم وفق أقسام محددة تسهل على القارئ الوصول للقسم المختص والأخبار التي يريدها.

كما إن اسم الموقع (خبيرني) له إيقاع جيد في نفس المتابعين، ويشجعهم على استعراضه للمرة الأولى، كما إن موقع الشعار ودلالته في الصفحة الرئيسية من الأمور التي تزيد من نسبة متابعة موقع خبرني، كما بين أفراد العينة رضاهم عن التصميم والإخراج الفني لموقع خبرني خاصة في الوصول إلى المعلومات بسهولة، كما أبدى أفراد العينة رضاهم عن أسلوب عرض العناوين في الموقع، لأنها تزيد من مقروئية الأخبار.

وبينت النتائج أن هناك رضا عن الصور المصاحبة للموضوعات، بحيث أنها كانت تعبر عن المحتوى لهذه الموضوعات.

واتضح أن موقع خبرني يحث على المشاركة والتفاعلية بإبداء الرأي والتعليق على المحتوى وذلك من خلال خيار إضافة تعليق، كما هو مبين بالشكل الآتي:

<input type="text"/>	الإسم
<input type="text"/>	البريد الإلكتروني
<input type="text"/>	نص التعليق
<input type="button" value="أرسل"/>	

تتم مراجعة كافة التعليقات، وتُنشر في حال الموافقة عليها فقط، ويحتفظ موقع ' خبرني ' بحق حذف أي تعليق في أي وقت، ولأي سبب كان، ولن ينشر أي تعليق يتضمن إساءة أو خروجاً عن الموضوع المطروح، علماً أن التعليقات تعبر عن أصحابها فقط.

التصميم الجرافيكي لخيار إضافة تعليق في موقع خبرني

ويلاحظ من الشكل السابق أن الموقع يحث على المشاركة والتفاعل وإبداء الآراء، كما يبين الموقع سياسته في نشر التعليقات حيث يحتفظ بحقه بالحذف في الحالات التي تستوجب ذلك.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Robinson, 1998) التي أكدت على أن للتصميم الجرافيكي دور في إقبال المشاهدين على المواقع الإلكترونية.

كما تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Cooke, 2001) التي أكدت على الدور المتبادل بين التصميم الجرافيكي في زيادة نسبة المتابعين.

كما تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Yun, 2003) التي أكدت على أن التأثير الإيجابي للموقع يرجع أساساً إلى التفاعلية التي يسمح بها الموقع من خلال مشاركة الزوار.

- السؤال الثاني: هل للتصميم الجرافيكي دور في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية، بتصميم المواقع الالكترونية برؤية فنية جديدة، متوازنة مع مستجدات العصر والتقدم العلمي الهائل في هذا المجال؟

- موقع عمون:

بينت النتائج أن التصميم الجرافيكي لموقع عمون يساعد في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية بنسبة بلغت (77.54%). حيث اتضح أن الموقع يحافظ على الهوية العربية والأردنية، ولا يوجد فيه ما يتعارض مع الانتماء للوطن والأمة، كما أنه يحافظ على القيم السائدة في المجتمع، ويحمي الأصالة، غير أنه في نفس الوقت يواكب الحداثة.

ولتفسير هذا الأمر رجعت الباحثة إلى موقع عمون، ولاحظت الآتي:

1- صحيح أن التصميم الجرافيكي للموقع لا يتميز بطابعه التراثي، ولكنه لا يتجاوز في تصميمه البساطة أو التعقيدات التي يمكن أن تجعله يتناقض مع العادات والتقاليد والهوية الأردنية.

2- إن اختيار اسم عمون له دلالة تراثية فبني عمون أو العمونيون هم أول من سكن مدينة عمان، وأطلق على المدينة " ربة عمون "، ومعنى ربة " العاصمة" أو " دار الملك " أو " الكبير "، وسقطت كلمة ربة مع الزمن، وبقيت " عمون "، لتصبح عمان فيما بعد. ويلاحظ أن اسم الموقع والشعار الذي على هيئة الجواد المجنح، الذي يدل في معناه على سرعة نقل الأخبار، بالإضافة إلى الجملة بجانب الشعار التي تنص على (صوت الأغلبية الصامتة) فإن المصمم الجرافيكي يؤكد للقراء أنه جزء منهم وهو وسيلتهم لإيصال صوتهم ومطالبهم، أي أنه انعكاس

للأغلبية من أفراد الشعب الأردني، بالتالي كان المصمم الجرافيكي موفقاً في اختيار الشعار
والجملة المستمدة من المجتمع الاردني.

- موقع خبرني:

كما أوضحت النتائج أن التصميم الجرافيكي لموقع خبرني يحافظ على الهوية والثقافة الأردنية
بنسبة (71.24%).

وبملاحظة الباحثة لموقع خبرني لاحظت ما يلي:

1- لا يوجد في الموقع ما يتنافى مع طبيعة المجتمع الاردني ولا مع عاداته ولا تقاليده،

حيث يعتبر الموقع ملتزم بالثقافة الأردنية من خلال تصميمه الجرافيكي الذي لا نجد

فيه عناصر تتناقض مع طبيعة المجتمع الاردني وعاداته وتقاليده.

2- بالنسبة لتصميم شعار الموقع نجد أنه اتخذ من رأس الهدهد شعار إلى جانب عبارة

(موقع واحد لتعرف الحقيقة) أما صورة الهدهد فربما كان فيها رمزية إلى قصة الهدهد

الذي أرسله نبي الله سليمان إلى بلقيس، وكان أميناً في نقل الحقيقة، وهذا رمز مستمد

من الثقافة الدينية التي يؤمن بها غالبية المجتمع الأردني. أما بالنسبة للعبارة بجانب

الشعار فهي تدل على أن موقع خبرني يغني متابعيه عن المواقع الأخرى نظراً لتعدد

أقسامه وسرعة نقله للأخبار أولاً بأول. بالتالي يمكن القول أن التصميم الجرافيكي

لموقع خبرني يحمي الأصالة ويواكب الحداثة.

وتتنفق نتائج هذا السؤال مع نتيجة (العبيدي، 2011) التي أكدت على أن المصمم

الجرافيكي يمكن أن يلعب دوراً مهماً في جذب المتابعين، طالما حافظ المصمم الجرافيكي

على أخلاقيات وآداب اختيار الصورة بحيث لا تتعارض مع عادات وتقاليد وهوية المجتمع وتراثه.

- السؤال الثالث: كيف يمكن للمصمم الجرافيكي أن يحدث الفرق في تحديد نسبة المشاهدة عند تصميمه للمواقع الإلكترونية ؟

- موقع عمون:

بينت النتائج أن التصميم الجرافيكي لموقع عمون يساعد إحداث الفرق بنسبة المشاهدة بنسبة بلغت (78.89%)، وهذا مرده من وجهة نظر الباحثة إلى أن هناك سهولة في استخدام الموقع، وسهولة في التنقل بين محتويات الموقع، كما يمكن العودة إلى الصفحة الرئيسية من أي مكان في الموقع، هذا إلى جانب ملائمة الخط وحجمه وملائمة الصور لمحتوى المواضيع التي وردت فيها.

- موقع خبرني:

بينت النتائج أن التصميم الجرافيكي لموقع خبرني يساعد في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة بنسبة (72.88%). وهذا مرده من وجهة نظر الباحثة إلى أن موقع خبرني من المواقع سهلة الاستخدام، حيث يستطيع المتصفح التنقل بسلاسة بين محتويات الموقع، إضافة إلى أنه يستطيع الوصول بسرعة إلى الصفحة الرئيسية نظرا لوجودها بشكل مستمر في الإطار العلوي للصفحة.

كما لاحظت الباحثة أن موقع خبرني ملائم للحدث الإخباري بنسبة كبيرة، غير أن استخدام الوسائط المتعددة في الموقع لا ترقى للمستوى المطلوب.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (فهيمى، 1998) التي أشارت إلى عدم استخدام الصحف الإلكترونية لإمكانات الوسائط المتعددة.

كما تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (Mercedes, 2003) التي أوضحت على أن الاهتمام بالتصميم واستخدام الأشكال المختلفة في التصميم، يحقق زيادة عدد المشاهدين والإقبال على الموقع الإلكتروني.

- السؤال الرابع: هل يمكن للمصمم الجرافيكي استلهاً أعمال مستنبطة من الهوية العربية، في إبداع تصاميم جرافيكية ذات صبغة موحدة الرؤى والشخصية والمضمون للوسائط المتعددة ؟
- موقع عمون:

بينت النتائج أن درجة اعتماد المصمم الجرافيكي لموقع عمون على الهوية العربية في استنباط تصميمه بلغت (75.55)، وهذا مرده من وجهة نظر الباحثة إلى أن شعار الموقع هو حصان مجنح هذا الحصان الذي اشتهر في الأساطير العربية والإغريقية والذي يرمز إلى السرعة الفائقة، وهذا ما أحب المصمم الجرافيكي أن يشير إليه أي أن موقع عمون سريع في نقل الأخبار كسرعة هذا الحصان الأسطوري.

وربما تعود هذه النتيجة أيضاً إلى أن الموقع لم يكن فيه ما يتناقض مع التراث العربي أو الإسلامي، وخلا من التجاوزات سواء في الصور أو في النصوص الموجودة في الموقع.

- موقع خبرني:

أما المصمم الجرافيكي لموقع خبرني فيستلهم أعمال مستتبطة من الهوية العربية بنسبة بلغت (73.63) وهذا مرده من وجهة نظر الباحثة إلى أن شعار الموقع مستلهم من الثقافة الإسلامية، وهي قصة الهدهد وقدرته على نقل الأخبار البعيدة بسرعة وبصدق وأمانة.

وتلاحظ الباحثة أن موقع خبرني خلا من كل ما يتعارض مع الهوية العربية ومكوناتها الثقافية والدينية والاجتماعية، ولم يكن هناك أي خروج عن النص. سواء في الصور أو النصوص المكتوبة، كما أن الموقع يقوم بحذف تعليقات القراء التي تخرج عن النص.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Membrate , 2010) التي أكدت على الدور الرئيس الذي تلعبه القيم في تصميم الموقع الإلكتروني وبالتالي جذب المتابعين.

- السؤال الخامس: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية (موقعي عمون وخبرني الأردنيين) باختلاف المتغيرات الوسيطة (النوع الاجتماعي، السن، التخصص والجامعة، المستوى الدراسي) ؟

- متغير النوع الاجتماعي.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة لموقع عمون باختلاف متغير النوع الاجتماعي. وهذا مرده من وجهة نظر الباحثة إلى اتفاق وجهات نظر الطلبة من مختلف الجنسين حول دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان نسبة متابعة بعض المواقع الالكترونية(عمون وخبرني) في الأردن، وإلى

اتفاق أفراد العينة من كلا الجنسين على أهمية التصميم الجرافيكي في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية في الموقعين قيد الدراسة، بالإضافة إلى عم وجود فروق بين الطلاب والطالبات في موضوع دور التصميم الجرافيكي في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة، كما أن كلا الطرفين (ذكور وإناث) كانوا متفقين على أنه يمكن للمصمم الجرافيكي استلهم أعمال مستنبطة من الهوية العربية، في إبداع تصاميم جرافيكية ذات صبغة موحدة الرؤى والشخصية والمضمون للوسائط المتعددة.

- أما بالنسبة لموقع خبرني فأتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة لموقع خبرني باختلاف متغير النوع الاجتماعي، خاصة في مجالات (علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة، وعلاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني بالهوية العربية) حيث كان مستوى الدلالة الإحصائية أقل من (0.05). وكانت الفروق لصالح الطلاب الذكور.

- متغير السن

- بالنسبة لموقع عمون اتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الفئات العمرية المختلفة في مجالات (دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في زيادة أو نقصان نسبة متابعة عمون، و علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة، و علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون بالهوية العربية) بينما تبين أنه توجد فروق بين أفراد العينة باختلاف أعمارهم في إجاباتهم على مجال دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية، وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (24 سنة فأكثر).

- أما موقع خبرني فتبين أنه توجد فروق في جميع مجالات الدراسة باختلاف متغير السن، حيث تبين أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في زيادة أو نقصان نسبة متابعة الموقع باختلاف متغير السن، وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (24 سنة فأكبر). كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية باختلاف متغير السن، وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (24 سنة فأكبر). كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة باختلاف متغير السن، وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (24 سنة فأكبر). كما اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني بالهوية العربية باختلاف متغير السن، وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (24 سنة فأكبر).

وتعزو الباحثة هذه النتائج إلى قدرة الطلبة من ذوي الفئات العمرية (24 سنة فأكبر) على تحديد دور التصميم الجرافيكي على التأثير على نسب المشاهدة للمواقع الالكترونية بشكل عام.

- متغير التخصص والجامعة

- بالنسبة لموقع عمون تبين أنه لا توجد فروق باختلاف الجامعة والتخصص في مجالات (دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في زيادة أو نقصان نسبة متابعة عمون ، ودور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية، وعلاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة).

واتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون بالهوية العربية باختلاف متغير الجامعة والتخصص، حيث كان مستوى الدلالة (0.035)، وهو أقل من (0.05)، وكانت الفروق لصالح طلبة تخصص التصميم الجرافيكي جامعة البترا .

أما بالنسبة لموقع خبرني الإلكتروني الأردني فتبين أنه لا توجد فروق تعزى لمتغير الجامعة في مجالي (دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية، و علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة).

بينما اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في زيادة أو نقصان نسبة متابعة الموقع باختلاف متغير التخصص والجامعة، وذلك لأن مستوى الدلالة بلغ (0.001)، وهذه القيمة أقل من (0.05)، وكانت الفروق لصالح طلبة تخصص الإعلام في جامعة البترا. كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني بالهوية العربية باختلاف متغير التخصص والجامعة، وذلك لأن مستوى الدلالة بلغ (0.020)، وهذه القيمة أقل من (0.05)، وكانت الفروق لصالح طلبة تخصص الإعلام في جامعة البترا.

د- متغير المستوى الدراسي

بالنسبة لموقع عمون اتضح أنه لا توجد فروق على مجالي الدراسة (دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية، وعلاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة) تعزى لمتغير المستوى الدراسي.

كما اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مجال دور التصميم الجرافيكي لموقع عمون في زيادة أو نقصان نسبة متابعة عمون، وكانت الفروق لصالح طلبة السنة الرابعة. وتفسر الباحثة هذه الفروق لأن طلبة السنة الرابعة لديهم قدرة أكثر من غيرهم من الطلبة من باقي المستويات الدراسية في تحديد أثر التصميم الجرافيكي للموقع الإلكتروني في زيادة أو نقصان نسب المتابعة.

وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مجال علاقة التصميم الجرافيكي لموقع عمون بالهوية العربية، وكانت الفروق لصالح طلبة السنة الرابعة.

أما موقع خبرني فاتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مجال دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في زيادة أو نقصان نسبة متابعة الموقع تعزى لمتغير المستوى الدراسي.

وتبين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية على مجال دور التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية، وكانت الفروق لصالح طلبة السنة الرابعة، وتعزو الباحثة هذه الفروق إلى أن طلبة السنة الرابعة لديهم قدرة أكبر من غيرهم من طلبة المستويات الدراسية الأخرى على تحديد دور التصميم الجرافيكي في الحفاظ على الهوية الوطنية والثقافة الأردنية.

كما يبين الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مجال علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني في إحداث الفرق في نسبة المشاهدة، وكانت الفروق لصالح طلبة السنة الرابعة. وهذا مرده من وجهة نظر الباحثة إلى أن طلبة السنة الرابعة درسوا مواد أكثر وزاد وعيهم بالعلاقة التي تربط بين التصميم الجرافيكي وإحداث الفرق في نسب المشاهدة.

كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مجال علاقة التصميم الجرافيكي لموقع خبرني بالهوية العربية، وكانت الفروق لصالح طلبة السنة الرابعة. وهذا يعود من وجهة نظر الباحثة إلى قدرة طلبة السنة الرابعة التي من المفترض أن تكون أكثر من طلبة السنة الأولى والثانية والثالثة في تحديد علاقة التصميم الجرافيكي للموقع بالهوية العربية.

التوصيات:

في ضوء النتائج السابقة توصي الباحثة بما يلي:

- 1- ضرورة أن يهتم المصمم الجرافيكي بأماكن عرض الوسائط المتعددة داخل الموقع الإلكتروني (عمون وخبرني) لإثراء محتوياتها ليزيد من نسبة المتابعة.
- 2- ضرورة استخدام عناصر تشكيلية مستوحاة من الهوية العربية الوطنية للحفاظ على (الموروث الشعبي) لدى الشعوب والأفراد.
- 3- على المصممين الجرافيكين القائمين على تصميم مواقع الإنترنت اثناء مواهبهم بالمستحدثات التكنولوجية في هذا المجال من برامج التصميم الجديدة.
- 4- ضرورة استخدام الرموز الوطنية في التصميم إلى جانب الخلفيات والصور المستمدة من التراث الأردني، لتعزيز الهوية الوطنية الأردنية لدى متابعي الموقعين.
- 5- ضرورة استخدام الزخرفة العربية والإسلامية في تصميم بعض صفحات الموقع لتزيد من قدرة الموقع على تعزيز الهوية العربية والإسلامية لدى متابعي الموقعين.
- 6- ضرورة أن يهتم المصممون الجرافيكيون للموقعين بإبراز الهوية العربية الإسلامية من خلال الإشارة إلى الأماكن السياحية والأثرية في الأردن والوطن العربي في زاوية خاصة بهذا الموضوع.
- 7- ضرورة أن يتم تحديث بعض الصفحات من حيث التصميم لتلائم الحدث الإخباري، وذلك بأن تكون ملائمة من حيث استخدام ألوان مريحة للعين وخطوط مناسبة من حيث النوع والحجم.

8- على جميع المواقع العربية على الإنترنت الاهتمام بالتخطيط الخارجي (Layout) للموقع والصفحات حتى تساعد المتلقي على تصفح الموقع لأكثر من مرة.(جذب المتلقي للمنتج).

9- ضرورة إجراء المزيد من الدراسات الحديثة حول هذا الموضوع نظراً لقلّة الدراسات المتعلقة بهذا الشأن.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المراجع العربية

الكتب العربية:

- ابو اصبع، صالح (1996) الاعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة ، عمان : دار
المجدلاوي للنشر والتوزيع.
- ابو العطا ، مجدي محمد (1994) المرجع الأساسي لنظم تشغيل الحاسبات،سلسلة علوم
الحاسب، ج1، مجموعة كتب نظام التشغيل، القاهرة.
- ابو قلبين،سهيله (2012) تاريخ التصميم الجرافيكي، دائرة المكتبة الوطنية، عمان.
- احمد، عبدالله (2001) هندسه تصميم المواقع، دار الرضا للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر
- اسماعيل، محمود حسن (2003) مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، القاهرة : الدار
العالمية للنشر والتوزيع.
- اسماعيل، محمود حسن (2003) مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، القاهرة : الدار
العالمية للنشر والتوزيع.
- الشرهان، جمال عبدالعزيز (2003)، الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم، الطبعة
الثالثة، مطابع الحميضي، الرياض.
- بركات، حسين حسن (1994) مفكرة الجيب في نظام تشغيل الحاسبات Dose6 القاهرة ،دار
الكتب العامة للنشر والتوزيع.
- بسيوني، عبد الحميد، (2004) الوسائط المتعددة ، القاهرة: دار النشر للجامعات.
- بسيوني، ابراهيم حماده (2008) دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام،
عالم الكتب، القاهرة ، مصر .
- جوهر، صلاح الدين (1976) علم الاتصال ، المفاهيم ونظرياته ومجالاته ، القاهرة،
مكتبة عين شمس ، ط1 ، .
- حجاب، محمد منير (2010) نظريات الاتصال القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع.

- حسن، همت (2010) دراسات في نظريات الإعلام ، مصر العربية للنشر والتوزيع القاهرة.
- حلمي، محسب (2007) اخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، دار العلوم للنشر والتوزيع ، مصر
- حوى، فاتن حسين (2010) المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية"(عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع).- احمد، عبدالله (2000) هندسة تصميم المواقع"(مصر: دار الرضا للنشر والتوزيع).
- خليل، عبد الله عمر (1999). " شبكات المعلومات في التعليم العالي (التدريس والبحث) ، في تكنولوجيا التعليم - دراسات عربية، مصطفى عبد السميع محمد، مركز الكتاب للنشر، القاهرة.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد (2010) الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية عمان : دار وائل للنشر والتوزيع
- الدليمي، عبد الرزاق محمد (2011) الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد (2012) مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، عمان : دار المسيرة الأردن.
- الدوسري، فهد مسفر (1992) أسس البحث المباشر في قواعد المعلومات .مكتبة الملك فهد الوطنية بالرياض.
- ديفلير ، ملفين و روكيتش وساندرا بول ، (1993) نظريات وسائل الإعلام، مصر ترجمة: كمال عبد الرؤوف ، القاهرة الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- زيتون، كمال عبد الحميد (2004) تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات و الاتصالات (مصر ، عالم الكتب: القاهرة).
- سليمان، زيد (2009) الصحافة الإلكترونية (عمان: دار اسامه للنشر والتوزيع).

- شاکر ، عبد الحمید (1995) علم نفس الإبداع، القاهرة : دار غریب للطباعة والنشر والتوزیع.
- الشهران، جمال عبد العزیز (2003) الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم، الرياض، مطابع الحمیضی، الطبعة الثالثة.
- الشهري، فايز عبدالله (2003) التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الإتصال الجديدة ، دبي ، دار الحكمة .
- شوقي ، اسماعیل (2001) الفن والتصميم، القاهرة : دار زهراء للنشر والتوزیع.
- صادق، عباس مصطفى (، 2003) صحافة الإنترنت، قواعد النشر الإلكتروني الصحافي الشبكي، أبو ظبي، دار الظفرة للطباعة والنشر.
- عبد الحمید محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط 3، 1993.
- العبدالله، مي (2010) نظريات الإتصال ، بيروت ، دار النهضة العربية.
- عبو، فرج، محمد (1982) علم عناصر الفن بغداد، دار دولفين للنشر.
- العربي، رمزي (2008) التصميم الجرافيكي مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزیع عمان.
- العربي، رمزي (2009) التصميم الجرافيكي مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزیع عمان.
- العقباوي، بسنت (2010) الصحافة الإلكترونية - وبنيتها على شبكة الإنترنت، الطبعة الأولى جدة: خوارزم العلمية للنشر والتوزیع.
- فرجون، خالد محمد (2004) الوسائط المتعددة بين التنظير والتطبيق (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزیع).
- الشريف، اسامه (2000) الصحيفة الإلكترونية والصحيفة المطبوعة، بحوث الندوة العلميہ للمؤتمر التاسع لإتحاد الصحفيين العرب، تشرين اول، عمان.
- الفيصل، عبد الأمير (2005) الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي ، عمان : دار الشروق للنشر والتوزیع.

- قنديلجي، عامر إبراهيم، و السامرائي، إيمان. (2002). تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. الأردن: الوراق للنشر والتوزيع .
- اللبان، شريف درويش (2005) تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة ، الدار المصرية اللبنانية للنشر ، القاهرة .
- محمد، حسين. (2004) الوسائط المتعددة: تصميم وتطبيقات. عمان: الأردن، دار اليازوري العلمية.
- مراد، كامل (2011) الاتصال الجماهيري والإعلام ، عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. مصدر سابق
- المزاهره، منال(2012) نظريات الإتصال ، عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- المعجم الوسيط (2004) مجمع اللغة العربية - مكتبة الشروق الدولية رقم الطبعة- القاهرة.
- معجم لسان العرب (1968) بيروت، دار صادر، لبنان.
- مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين (2000) الإتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.
- الموسوي، محمد (2004) النظرية الإعلامية ،جامعة البحرين، كلية التربية.
- موسى، محمد الأمين (2011) مدخل الى التصميم الجرافيك. الشارقة، جامعة الشارقة.
- الهادي، عدلي والدرايسة، محمد (2008) مبادئ التصميم مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع عمان.

مؤتمرات

- الجابري، علي (2006) تقنيات الخبر في الفضائيات العربية : قناة أبو ظبي نموذجا، عمان ، عمون للدراسات والنشر.
- جمال الدين ،هبة جمال الدين، أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثلاثون، العدد الثاني والثلاثون، مصر، سبتمبر 1993، ص

- حبيش، فيرا فايز(2000) "برامج الحاسب الآلي في التصميم الجرافيكي المرئي: رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون الجميلة-جامعة المنيا.
- عبد العظيم ،رانيا فاروق" استراتيجية لونية جديدة لصياغة نظم الهوية البصرية المؤسسية في الإعلان"، رسالة دكتوراه، كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان، 2008، ص. 63.
- الراوي ،بشرى (2013) دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ، مدخل نظري ، مؤتمر فيلادلفيا الدولي السابع عشر ، ثقافة التغيير في جامعة فيلادلفيا ، عمان الأردن.
- شريف، اسامة محمد(2000) مستقبل الصحافة المطبوعه والصحيفة الإلكترونية- من بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لإتحاد الصحفيين العرب. عمان
- العتيبي ،جراح (2008)، تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية، رسالة ماجستير غير منشوره، الرياض: كلية الآداب، جامعة الملك سعود.
- احمد، عمر محمد(2003) "دور الحاسب الآلي في اثراء وتطوير الحملات الإعلانية السياحية في مصر في القرن العشرين": رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون الجميلة-جامعة المنيا.
- الكحكي، عزة مصطفى "استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل 2009م، من ص 269 الى ص 272.
- كمال، مصطفى حسين (1996) نعم للتقنية ولكن ستبقى دائما" ذاتية للفنان... رمزا" لتفوق عقل الإنسان ، بحث منشور، الندوه الدولية الموازية لترنالي مصر الدولي - لفن الجرافيك
- احمد، عمر محمد(2008) "البعد الجمالي والفلسفي في تصميم مواقع الأطفال على الإنترنت: رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون الجميلة-جامعة المنيا.
- المؤتمر العلمي الرابع (1-3 ابريل 2003) كلية الفنون الجميلة القاهرة.

مواقع الانترنت:

www.ammonnews.net

www.khaberni.com

www.uop.edu.jo

www.meu.edu.jo

ثانياً: المراجع الأجنبية: -

- Airey, David , (2009) **Logo Design Love**, :Berkely, Canada.
- Alex Bigman , (2013) **Logo Branding & Identity** :Sandu Publishing,USA.
- **Article by Crosbie, Vin** , (1998) **What is New Media?** To work successfully in New Media, you must understand what the New Media are.
- Bryant, J., & Oliver, M. B. (Eds.) (2008). **Media effects: Advances in theory and research**, 3rd ed.). New York: Routledge.
- Bryant, J., & Oliver, M. B. (Eds.) (2008). Media effects: Advances in theory and research, 3rd ed.). New York: Routledge.
- Combs, D. Show,(1977) Agenda-Setting and The Political Process: in The Emergence of Political Issues, Ed Show and MC Combs., P152
- COMMUNICATIONS TOOLKIT(2000) **Visual Communication & Graphic Design** @ Michigan State University Board of Trustee
- David, Shadden, 2005General Introduction : The induring Book in a Mutimedia
- Davis, Richard, and Diana Owen. (1998). **New Media and American Politics** (New York, NY: Oxford University Press).
- DeFleur, M. L. & Ball-Rokeach, S. (1989). **Theories of mass communication** (5th ed.). White Plains, NY: Longman.
- Ellen Lupton and Jennifer Cole Phillips(2008):**Graphic Design "The new Basic** New York : Princeton Architecture Press , New York.
- Journalism and mass communication Quarterly,(vol.73, NO.I, spring1996).
- Katz, Blumler. (1974). **The uses of Mass Communication**. ,Current Perspective on Gratification reserch,Beverly Hills. Sega Publication.

- Kian, Samhong (2001). "Web Based Learning Environments: Observations From a Web Based Course in a Malaysian Context, Australian Journal of Educational Technology, Vol. 17, No. 3, pp. 223-243
- Lauer A. David & Pentak, Stephen (2008) **Design Basic**: Publisher Clark Baxter , Canada.
- **Logo**, (2008), by hightone publishers,inc.
- **Logo**, (2008), by hightone publishers,inc.
- Marcus Brewer and Maxwell Mc Combs: Setting the community agenda
- Meggs, B.Philip. (1988). **A history of Graphic Design**, Wiley & Sons, Incorporated, John, N.J.
- Meggs, B.Philip. (1988). **A history of Graphic Design**, Wiley & Sons, Incorporated, John, N.J.
- Millman,Debbie(2008) **The Essential Principles Of Graphic Design** :China: Midas Printing Industrial Ltd.
- Millman,Debbie(2008) **The Essential Principles Of Graphic Design** :China: Midas Printing Industrial Ltd.
- Read Herbert, (1977) **The Philosophy of modern Art**, Faber, London,R
- Rosengren, K. E. & Windahl, S. (1972). **Mass media consumption as a functional alternative**. Muddlesex, England, Penguin.
- Ryan Hambree & Dennis Glendening, (2006) - **The Complete Graphic Designer** : A Guide To understanding Graphic And Visual . Rockport Publishers; First Beverly, Massachusetts.
- Siebert, Lori & Ballard, Lisa , (2009) **Making a Good Layout**:North Light Books, Indiana University.

- Sutton and Whelan. (2004). **The Complete Color Harmony**, Rockport Publishers, Inc.
- Sutton and Whelan. (2004). **The Complete Color Harmony**, Rockport Publishers, Inc.
- **Uses in the Mass Media** (New York & London, Longman.
- Warner J. (1992). **Communication Theories: Origins Methods and**
- Wheeler, Alina (2013) **Designing Brand Identity** 4th edition, Published by John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey.
- William R. Davie & Jim Upshaw, (2006) **Principles of Electronic Media**, Published by Pearson Higher Ed USA.
- Wimmer Roger, D & Dominick R. ,Joseph, (1991). **Mass Media Research: An Introduction.** 3rd ed. Wadsworth Publishing Company, Belmont, California.

الملاحق

ملحق رقم (1) الإستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

زميلي الطالب/ زميلتي الطالبة،،،

تعد هذه الاستبانة جزء من دراسة بعنوان "دور التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الأردنية في الانترنت/ دراسة لموقعي عمّون و خبرني.

وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من جامعة الشرق الأوسط (الأردن).

يرجى التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبانة بأعلى درجة من الدقة والموضوعية، علماً بأن ذكر الأسماء ليس مطلوباً، وبأن المعلومات التي سيتم الحصول عليها، ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

علماً بأن الاستبانة موجهة فقط لطلبة البكالوريوس في كليتي الإعلام والعمارة قسم (التصميم الجرافيكي) في جامعتي (الشرق الأوسط) و(جامعة البترا) في الأردن، مع مراعاة أن يكون الطالب / الطالبة ما زال على مقاعد الدراسة لغاية الفصل الدراسي الأول للعام الدراسي 2014/2013

شاكراً لكم حسن تعاونكم ،،،

الباحثة سناء الأسعد

البريد الإلكتروني: elasad.s@gmail.com

هاتف: 079-5679131

الجزء الأول: الخصائص الديموغرافية:

1- النوع الاجتماعي (الجنس):

ذكر. أنثى.

2- السن: 18-20 21-23 24 فأكثر

3- الجامعة:

جامعة الشرق الأوسط.

كلية: العمارة والتصميم . (التصميم الجرافيكي)

الإعلام: (صحافة وإعلام - صحافة - إذاعة وتلفزيون).

جامعة البترا

كلية: العمارة والتصميم . (التصميم الجرافيكي)

كلية الآداب والعلوم: الإعلام

4- المستوى الدراسي الجامعي: سنة أولى. سنة ثانية.

سنة ثالثة. سنة رابعة.

5- امتلاك جهاز حاسوب شخصي: نعم. لا. آخر.....

6- امتلاك جهاز هاتف ذكي (Smart Phone): نعم. لا.

7- استخدم الإنترنت: نعم. لا. أحياناً.

* لطفًا: إذا كنت لا تستخدم انترنت أرجو عدم إكمال الاستبانة مع الشكر.

8- اتصفح مواقع الكترونية أردنية: نعم. لا. أحياناً.

* لطفًا: إذا كنت لا تتصفح مواقع الكترونية أردنية أرجو عدم إكمال الاستبانة مع الشكر.

9- اتصفح موقعي "عمون" و"خبرني" الأردنيين: نعم. لا. أحياناً

* لطفًا: إذا كنت لا تتصفح مواقع الكترونية أردنية أرجو عدم إكمال الاستبانة مع الشكر.

10- اتصفح من خلال (يمكن اختيار أكثر من خيار): الكمبيوتر الشخصي.

الهاتف المحمول. جهاز الآي باد. جهاز لابتوب.

الجزء الثاني: معرفة تأثير استخدام البرامج الجرافيكية (الوسائط المتعددة) على تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الإلكترونية في الانترنت:

المجال الأول : علاقة التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة للمواقع الإلكترونية.

- قياس دور التصميم الجرافيكي في زيادة أو نقصان نسبة متابعة موقعي (عمون -

وخبرني) الأردنيين.

ضع إشارة (✓) في المربع الذي يناسب وجهة نظرك.

الرقم	الفقرة	موقع عمون			موقع خبرني		
		موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض
1	التصميم الجرافيكي له أهمية في الإقبال على تصفح المواقع الإلكترونية.						
2	اسم الموقع الإلكتروني يجذبني لتصفحه.						

					أتابع هذا الموقع لجودة تصميمه الجرافيكي.	3
					يتميز هذا الموقع بألوان مريحة للعين.	4
					تتميز الصفحة الرئيسية في الموقع بإخراج فني منظم.	5
					من الأمور التي تجذبني لتصفح الموقع هو جمال الشعار (Logo) فيه.	6
					من الأمور الجاذبة لمتابعة المواقع الإلكترونية دلالة الشعار وموقعه في الصفحة الرئيسية.	7
					أرى أن نوع الخط (font) المستخدم في الموقع يساعد في جذبني لتصفح الموقع.	8
					يحقق أسلوب عرض المعلومات جرافيكيا" في الموقع الأهداف المرجوة منه.	9
					يساعد التصميم والإخراج الفني للموقع في الوصول للمعلومات بسهولة.	10
					اسلوب عرض العناوين المستخدمة في الموقع تساهم في زيادة المقروئية .	11
					الصور المصاحبة للموضوعات في الموقع تعبر عن المحتوى وتحقق الهدف.	12
					تصميم الموقع يحث على المشاركة والتفاعلية بإبداء الرأي والتعليق على المحتوى.	13

المجال الثاني : علاقة التصميم الجرافيكي بالهوية الوطنية.:

- يساهم التصميم الجرافيكي في موقعي (عمون - وخبزني) في الحفاظ على الهوية والثقافة الأردنية من خلال إبراز القيم التالية:
ضع إشارة (✓) في المربع الذي يناسب وجهة نظرك.

الرقم	الفقرة	موقع عمون			موقع خبزني		
		موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض
1	يحافظ الموقع الإلكتروني على الهوية العربية والأردنية.						
2	يعزز الولاء والانتماء للوطن والأمة.						
3	يعزز القيم السائدة في المجتمع.						
4	يصون التراث الأردني.						
5	يحافظ على العادات والتقاليد الأردنية.						
6	يحمي الأصالة ويواكب الحداثة.						

المجال الثالث : علاقة التصميم الجرافيكي في تحديد نسبة المشاهدة.

- قياس دور المصمم الجرافيكي في إحداث الفرق في تحديد نسبة مشاهدة المواقع الإلكترونية من حيث:

ضع إشارة (✓) في المربع الذي يناسب وجهة نظرك.

الرقم	الفقرة	موقع عمون			موقع خبرني		
		موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض
1	سهولة استخدام الموقع.						
2	سهولة التنقل بين معلومات الموقع .						
3	سهولة العودة للصفحة الرئيسة.						
4	ملائمة التصميم للحدث الإخباري.						
5	استخدام الوسائط المتعددة.						
6	ملائمة نوع الخط وحجمه.						
7	ملائمة الألوان.						
8	ملائمة الصور المستخدمة لمضمون المحتوى.						
9	تحديث بعض المعلومات تصميمياً لجذب المشاهدة.						

المجال الرابع : علاقة التصميم الجرافيكي بالهوية العربية.

- هل للهوية العربية دور في استلهم المصمم الجرافيكي في ابداع تصميم مواقع الكترونية ذات صبغة موحدة الرؤى والشخصية من خلال:
ضع إشارة (✓) في المربع الذي يناسب وجهة نظرك.

الرقم	الفقرة	موقع عمون			موقع خبرني		
		موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض
1	ارى أن تصميم شعار الموقع مستلهم من وحي الحضارة العربية.						
2	اعتقد أن المحافظة على التراث الأردني تعزز من خلال الصور والرسومات التراثية.						
3	ان نزيد استخدام الزخرفة العربية الإسلامية في التصميم.						
4	اطالب بإبراز الأماكن السياحية والأثرية في الوطن العربي.						

شكراً لكم لحسن التعاون

ملحق رقم (2)

أسماء المحكمين

- 1- د. حميده مهدي سميسم استاذ- جامعة الشرق الأوسط
- 2- د. كامل خورشيد مراد- استاذ مساعد - عميد كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط
- 3- د. صباح ياسين علي - استاذ مساعد - عميد كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط
- 4- د. رائد احمد البياتي استاذ مساعد - عميد كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط، كلية الجرافيك
- 5- د. طارق نبيه سالم - استاذ مشارك- جامعة الشرق الأوسط
- 6- د. ماهر عبده يوسف استاذ مساعد - جامعة الشرق الأوسط
- 7- د. احمد عمر محمد - استاذ مساعد - جامعة البترا
- 8- د. احمد علي خليل - استاذ مشارك - جامعة البترا