

2023

Visual Persuasion in Journalistic News Websites: A Proposed Model for Effective Design

S. O. Shehata

Department of Mass Communication, Faculty of Arts, King Faisal University, Hofuf, Saudi Arabia,
Sshehata@kfu.edu.sa

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/isl>

Recommended Citation

O. Shehata, S. (2023) "Visual Persuasion in Journalistic News Websites: A Proposed Model for Effective Design," *Information Sciences Letters*: Vol. 12 : Iss. 9 , PP -.

Available at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/isl/vol12/iss9/35>

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in *Information Sciences Letters* by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact rakan@aarj.edu.jo, marah@aarj.edu.jo, u.murad@aarj.edu.jo.

Visual Persuasion in Journalistic News Websites: A Proposed Model for Effective Design

S. O. Shehata

Department of Mass Communication, Faculty of Arts, King Faisal University, Hofuf, Saudi Arabia

Received 25 May 2023, Revised: 13 Jul. 2023, Accepted: 23 Aug. 2023

Published online: 1 Sep. 2023.

Abstract: This study aims to develop a model for achieving visual persuasion in press news website design, with eight hypotheses tested and verified using the Al-Youm Al-Sabaa website. The results showed successful achievement of three out of five user first impression indicators, 14 out of 15 quality indicators for news website design, and eight out of nine quality standards for organizing news websites. The study confirmed the importance of the electronic press designer's knowledge of psychology, sociology, communication, and design, as well as quick access to content and conviction, technical expertise, and skills to produce persuasive designs in a short time. The study concludes that achieving visual persuasion in journalistic news websites is a complex process that requires the responsibility of the designer.

Keywords: Al-Youm Al-Sabaa website, the visually compelling first impression, the quality of the website design, the quality of the website organization, Press designer.

*Corresponding author e-mail: Sshehata@kfu.edu.sa

الإقناع المرئي في المواقع الإخبارية الصحفية "نموذج مقترح للتصميم الفعال"

سالي أسامة شحاته.

قسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة الملك فيصل.

ملخص الدراسة: تهدف الدراسة إلى تطوير نموذج لتحقيق الإقناع المرئي في تصميم مواقع الأخبار الصحفية، مع تقديم فرضيات ثمانية تم اختبارها والتحقق منها باستخدام موقع اليوم السابع، وأظهرت النتائج تحقيقاً ناجحاً لثلاثة من كل خمسة مؤشرات انطباع أول للمستخدم، 14 من أصل 15 مؤشراً لجودة تصميم مواقع الويب الإخبارية، وثمانية من أصل تسعة معايير جودة تنظيم المواقع الإخبارية، أكدت الدراسة أهمية معرفة المصمم الصحفي الإلكتروني بعلم النفس وعلم الاجتماع والتواصل والتصميم، وكذلك الخبرة والمهارات الفنية لإنتاج تصميمات مقنعة في وقت قصير، وخلصت الدراسة إلى أن تحقيق الإقناع المرئي في المواقع الإخبارية الصحفية عملية معقدة تتطلب مسؤولية المصمم.

الكلمات المفتاحية: موقع اليوم السابع، الانطباع الأول المقنع بصرياً، جودة تصميم المواقع، جودة تنظيم المواقع، المصمم الصحفي.

مقدمة:

تتطور شبكة الويب العالمية وتتوسع يوماً بعد يوم، إلى أن أصبحت أهم وسيلة من وسائل الإعلام، هذا فضلاً عن تفضيل عدد كبير من المستخدمين لها، لمميزاتها الكثيرة التي تميزها عن غيرها من الوسائل، فيمكن للأفراد الحصول على تحديثات فورية للأخبار المتلاحقة في مجالات مختلفة أول بأول كالأزمات العالمية مثل كوفيد 19، الحروب، أو حتى تنبؤات الطقس، فأصبحت اليوم مواقع الويب لا غنى عنها لأي شخص في العالم، ولكل وسيلة من وسائل الإعلام باختلاف طبيعتها ونوعيتها موقع الكتروني يمثلها ويمثل هويتها ويعبر عنها وعن اهتماماتها، فيتمكن الشخص من خلال بعض الكلمات الدالة القليلة في مواقع البحث الوصول إليها.

وتتنافس كافة المواقع في جذب المستخدمين من خلال توفير محتوى قيماً، جذاباً مرئياً، يضمن بقاء المستخدم في تصفح الموقع، والمحتوى القيم نقصد به جودة المعلومات المقدمة من حيث الحداثة، المصداقية، الكفاءة، ومدى حاجة المستخدمين للمحتوى المقدم.

ونقصد بالجادبية المرئية قدرة التصميم على تحقيق الانطباع الجميل للمستخدمين من خلال التصميم الجذاب الناتج من مصمم مبدع قادر على تحقيق هذا الانطباع.

يُعرف الإقناع بأنه "التواصل البشري المصمم للتأثير على الأحكام المستقلة وأفعال الآخرين [1]" تخلق شبكة الويب فرصاً للتفاعل المقنع، لأنه يمكن الوصول إلى المستخدمين بسهولة [1].

ويعتبر الويب مثالي للتواصل المقنع، لأنه قادر على الجمع بين السمات الإيجابية للاتصال بين الأشخاص والاتصال الجماهيري [2].

وعلى الرغم من أن مفهوم الإقناع يثير مجموعة متنوعة من المفاهيم، إلا أنه يمكن القول بأن الإقناع يعرف بأنه عملية اتصال يرسل فيها الشخص المُقنع (المصمم) رسالة إلى المتلقي (المستخدم) بهدف التأثير على مواقف أو سلوك المتلقين (المستخدمين)، مع إبقاء القرار متروكاً للمتلقى، حيث توفر تقنيات الويب وغيرها من التقنيات المحيطة فرصاً كبيرة للتفاعل المقنع، تمكن الوصول إلى المستخدمين بسهولة مع إمكانية استخدام كل من التواصل بين الأشخاص والتواصل الجماعي [3]، فبالإضافة إلى أهمية اكتشاف الجانب الفني الإبداعي للتصميم المقنع، فإن فهم المحتوى البصري من وجهة نظر المصمم المقنع ضروري بنفس القدر [4].

تظهر الأبحاث أنه عند الدخول إلى موقع ويب، يستغرق الأمر حوالي 50-500 ملي ثانية للمستخدمين العاديين لمعالجة نموذجهم العقلي للانطباع الأول [5]؛ [6]. في هذا الوقت القصير، من الحكمة الإشارة إلى أن انطباعهم يتأثر في الغالب بالتصميم المرئي الذي يضعون أعينهم عليه عند دخولهم إلى الموقع.

إن شكل الموقع هو المحرك الرئيسي للانطباعات الأولى، كما أن 94% من المستخدمين يهتمون بالتصميم، بينما يهتم 6% فقط منهم بالمحتوى، وترجع أهمية الانطباعات الأولى لأنها تؤدي إلى رضا أعلى، كما تعد الجاذبية البصرية أكثر أهمية من سهولة الاستخدام لإدراك المستخدم، مع إمكانية استمرار الانطباعات الأولى لسنوات [7].

توضح الدراسات والأبحاث أن الانطباع الأول يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالانداء المرئية للموقع [8]، [10]، [9].

ومع ذلك، تظهر الأبحاث أيضاً أن العناصر المختلفة في الجمالية البصرية تظهر تأثيراً متبايناً تجاه الانطباع الأول.

، ويحدد (Laja, 2020) أن هناك خمسة مبادئ للإقناع عند تصميم الموقع الإخباري، الوضوح قيل كل شيء، النداء البصري، تسلسل بصري قوي، الحفاظ على الانتباه بأي ثمن، إجراء واحد لكل شاشة [11].

ومن وجهة نظرنا أن المصمم الصحفي يساهم بشكل كبير جداً في تحقيق جاذبية الموقع، وتحقيق الانطباع الإيجابي الأول، فهو من يفهم تفضيلات المستخدمين، يتعامل مع عناصر التصميم بحرفة ومهارة ويقدم المبادئ، والعناصر والأسس التصميمية المقنعة وكافة الإجراءات في شكل حزمة متكاملة مقنعة بصرياً.

استناداً إلى وجهة النظر المذكورة أعلاه، تحاول الدراسة الحالية وضع تصور يستفيد منه المصممون والباحثون في نجاح العملية التصميمية المقنعة، وتقديم موقع إخباري صحفي مقنع مرئياً منافس لأفضل المواقع الصحفية العالمية، وأيضاً يوفر للباحثين وسيلة لتقييم المواقع.

1 - مراجعة الأدبيات

ساهم العديد من المؤلفين والباحثين في وضع نماذج تصميم للإقناع المرئي، يُعد Fogg من أوائل الباحثين الذين أوصوا أهمية الإقناع في التفاعل بين الإنسان والحاسوب لتصميم أنظمة تفاعلية بقصد تغيير المواقف أو السلوكيات البشرية من خلال كتابه في هذا الموضوع، بدأ Fogg في عام 2002م مجالاً للبحوث يسمى الآن تقنيات الإقناع، في هذا المجال اقترح فوج Fogg منهجية من ثمانية خطوات لتصميم أنظمة الإقناع [12]، والتي تم تنقيحها لاحقاً في معالجة السلوك.

اقترح العديد من الباحثين نماذج تصميم للإقناع، مستوحاة من أنشطة تكنولوجيا الإقناع لفوج Fogg، ففي عام 2008 اقترح كلا من Lockton، وآخرون نموذجاً سُمي Design with Intent (Dwi)، والتي تستهدف مجالاً أوسع من تقنية تكنولوجيا التصميم، يعتمد هذا النموذج على كيفية استخدام التصميم لتعديل السلوك من خلال اقتراح التقنيات والأمثلة التي تنطبق على سلوكيات مستهدفة بذاتها دون غيره. [14]

ثم قدم Harjumaa ، Oinas-Kukkonen (2009) نموذجاً جديداً لتصميم وتقييم الأنظمة المقنعة، يطلق عليه " Persuasive System Design (PSD) Model، طرح النموذج ثلاثي المراحل المرتكز على استخدام السياقات على سبعة افتراضات. [15]

في وقت لاحق، اقترح Oinas-Kukkonen (2010) Behavior Change Support Systems (BCSS) كنظام معلوماتي مصمم لتشكيل أو تغيير أو تعزيز المواقف أو السلوكيات دون استخدام الخداع أو الإكراه أو الإغراءات. [16]

ثم قدم Nurulhuda Ibrahim, Mohd Fairuz Shiratuddin (2014) نموذجاً للتصميم المرئي المقنع لتصميم الويب، يهدف النموذج المقترح إلى اكتشاف إمكانات الإقناع البصري في التأثير على دوافع مستخدمي الويب، يقدم رؤية جديدة حول دور الإقناع البصري في تصميم الويب فيما يتعلق بالعلاقات بين أبعاد الدافع والنية السلوكية، وتوصل إلى أنه من المتوقع أن تؤدي قوة الإقناع البصري إلى إنشاء موقع ويب أكثر إقناعاً وبالتالي التأثير على الانطباع الأول للمستخدمين ، وبالتالي تحفيزهم على البقاء في الموقع لفترة كافية للتأثير على نوايا سلوكية محددة. [17]

وقدم Kaixiang Yu (2016) إطاراً للتصميم والتقييم يوفر للباحثين والمصممين وسيلة لتحليل سياق تغيير سلوك المستخدم لمطابقة تقنيات التصميم مع السياق على نحو فعال.

وفي وقت لاحق قدم Kok Wai Wong، Nurulhuda Ibrahim, Mohd Fairuz Shiratuddin (2018) Modelling the Persuasive Visual Design Model for Web Design: A Confirmatory Factor Analysis with PLS-SEM

نموذج هيكلي باستخدام عامل تأكيد التحليل (CFA) بالاقتران مع تحليلات PLS-SEM، تشير نتيجة التحليل إلى أن للإقناع البصري تأثير كبير في التأثير في مواقف المستخدمين على الويب والتأثير على نواياهم السلوكية. [18]

وبحث (Kiwon seo 2020)، في تأثير إضافة الصور للصوص اللفظية لتحقيق الإقناع، وتوصل إلى أنه ظهرت العديد من التأثيرات البصرية الهامة، وأظهرت الصور الفوتوغرافية والصور حول القضايا الصحية مزايا كبيرة لزيادة الإقناع. [19]

وتوصلت لبنى مسعود 2022، أن مبادئ تنظيم العناصر البصرية في ضوء نظرية الجشطالت في الإعلانات محل الدراسة حيث جاء في المقدمة (قانون الشكل والأرضية)، ثم في المرتبة الثانية (براجنانتس لجودة الأشكال)، ثم في المرتبة الثالثة (قانون التقارب). [20]

وقدم Ana Erika 2022، معالجة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تصميم الخطابات البصرية المقنعة، وأثبتوا أن الصورة ليست مجرد رسم ولكنها الرسالة نفسها، وقدموا نموذج يصف العوامل النظرية المنهجية الموجودة في تصميم الخطابات البصرية المقنعة. [21]

ساهمت جميع نماذج التصميم المقنع السابقة بشكل كبير في تقدم المعرفة في علم التكنولوجيا المقنعة، ولكن من الملاحظ أنه لا يوجد نموذج ناقش أو وضع تصور خاص بالتصميم المقنع للمواقع الإخبارية الصحفية بشكل خاص، بالرغم من دورها البارز في التأثير على اتجاهات وسلوكيات الأفراد، ومعالجة مختلف قضايا المجتمع، ولكنها تتمتع بخاصية التفاعلية زادت قدرتها على التأثير في السلوك بشكل كبير، وهي نقطة تتيح للمصممين استخدام مبادئ الإقناع أثناء عملية التصميم، فالنظور التكنولوجي يعني تصميم أفضل وأقوى للمستخدم، لهذا السبب؛ جاء التفكير في دراسة تقدم تصور مقترح لتحقيق الإقناع المرئي في تصميم المواقع الإخبارية الصحفية.

2 - المنهجية.

نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية واستخدمت منهج المسح الإعلامي لمسح عينة الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية.

الأهداف: تهدف الدراسة إلى تقديم تصور مقترح لتحقيق الإقناع المرئي في تصميم المواقع الإخبارية الصحفية، يحتوي على ثمانية فرضيات، أربعة منهم خاصة بالمهارات المفترض توافرها بالمصمم الصحفي الإلكتروني المقنع مرئياً، أربعة أخرى خاصة بالشروط الواجب توافرها في التصميم الصحفي الإلكتروني المقنع مرئياً، وقد تم اختبار الفروض والتحقق منها بالتطبيق على الموقع الإخباري الصحفي، "اليوم السابع" <https://www.youm7.com>

وتم اختياره للأسباب التالية:

- هو الموقع الإخباري المصري الأول متابعاً للمستخدمين وفقاً لتصنيف similar web للمواقع المصرية لعام 2022. [22]
- يعتبر الموقع الأعلى تفضيلاً وفقاً لآراء المستخدمين لما أثبتته الدراسات والبحوث السابقة. (العايدي، أحمد، 2020)، (علوان، مصطفى، 2017) [23]، (النبيغ، ولاء، 2019) [24]، (فراج، حسن، 2019)، (فراج، حسن، 2017) [25]، (حسن، محمد، 2019)، (محمد، أمينة، 2016) [26]، (إبراهيم، نجوى، 2021) [27]، (داود، دعاء، 2021). [28]
- اجتمعت البحوث والدراسات أنه الأفضل في معالجة القضايا والموضوعات. (الخولي، سحر، 2022) [29]، (عبد العليم، مصطفى، 2022)، (كمال، مها، 2022) [30]، (توفيق، كريمة، 2021) [31]، (السواح، خلود، 2020) [32]، (سعد، جيهان، 2020) [33]، (التوام، إبراهيم، 2019) [34]، (عبد الرحمن، أمينة، 2018). [35]
- اجتمعت البحوث والدراسات أنه الأفضل من حيث تصميم الموقع، ومواكبة الثورة الرقمية. (عبد المطلب، نادر، 2015) [36]، (شحاته، سالي، 2015) [37]، (البطل، هاني، 2019) [38]، (شحاته، سالي، 2019) [39]، (عارف، طارق، 2022) [40]، (شحاته، سالي، 2022) [42] [41].



الشكل رقم (1) يوضح الشكل التصميمي لموقع اليوم السابع الإخباري

طريقة وأسلوب العينة وأدوات الدراسة:

- تم استخدام أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، باستخدام طريقة الأسبوع الصناعي، وذلك لأنه يعطي فرصاً متساوية لجميع أيام الصدور لأن تكون ممثلة في العينة (السبت من الأسبوع الأول، الأحد من الأسبوع الثاني، الاثنين من الأسبوع الثالث،الخ)، لضمان نفس البعد الزمني بين الأيام وبعضها، خلال فترة 6 أشهر بداية من السبت الموافق 17/7/2022 حتى الاثنين الموافق 16/1/2023، باستخدام أداة تحليل المضمون.
- العينة الميدانية: فريق تصميم الموقع عينة الدراسة، تم استخدام أسلوب الحصر الشامل لجميع العاملين بقسم التصميم الإلكتروني في الموقع، وبلغت العينة (8) مصممين الكترونيين، باستخدام أداة الاستبيان (Google Form).
- تم استخدام الطرق الإحصائية التالية (التكرارات البسيطة، مقياس ليكرت الخماسي، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري).

3- توضيح مكونات عملية التصميم المقنع (المصمم، التصميم، الوسيلة، المستخدمون).

- المصمم الصحفي المقنع.
- التصميم الصحفي المقنع بصرياً.
- الوسيلة (الموقع الصحفي الإخباري كوسيلة للإقناع).
- المستخدمين (المتصفحون للمواقع الإخبارية الصحفية).

3.1- المصمم الصحفي المقنع:

المصمم الصحفي المقنع هو الفاعل الحقيقي في عملية التصميم المقنعة بصرياً، فبالرغم من إمكانات الويب الهائلة، وقدراته الفائقة على إنتاج مختلف التصميمات، فهو بمثابة مساعد يتيح للمصمم فرصاً للإبداع، بدون المصمم المبدع لا يستطيع القيام بأي شيء، فالمصمم هو المبدع الذي يجمع بين العناصر المختلفة بطريقة فنية جذابة مريحة للنظر، منظمة.

وامام تحدي التكنولوجيا حتماً سيصبح المصمم المقنع متعدد المهارات، قادر على التعلم والتعليم المستمر، وعلى تغيير عاداته المهنية وطريقة أداء عمله وسلوكه داخل المؤسسات وعلى مستوى المجتمع بالشكل المناسب للتطورات المتلاحقة في مجال تصميم مواقع الويب.

ينبغي لمصمم المواقع الإخبارية الصحفية المقنع أن:

- A- يُنمي التدفق والحس الفني لديه، والقدرة على الطلاقة التعبيرية والفكرية ودرجة عالية من الإحساس بالمشكلة.
- B- يكون على علم ووعي بعلم التصميم كمعرفة الأسس والعناصر للتصميم الفعال المقنع، نظريات استخدام الألوان، أسس التوافق والتناسق بينها، الاستلهام من الطبيعة والتأمل المستمر فيها للتعلم منها، كالنظر الى تركيبات الألوان والأشكال الطبيعية، والتأثر بها، حتى يمكن تنظيم العناصر المطلوبة بطريقة جذابة، تتوافق مع الوظيفة والغرض من التصميم.
- C- يعرف، ويعي ويدرس جيداً كيف يفكر المستخدم وكيف يستقبل رسالته، وأن يكون لديه القدرة على التنبؤ بمتطلبات المجتمع المستقبلية، الحرص على القراءة في علوم ومعارف أخرى ترتبط بعلم التصميم مثل علم النفس، الاجتماع، السلوك، والاتصال والإعلام لمعرفة كيف يفكر المستخدم بصرياً، وكيف

- D- يكون على دراية وعلم بأسس التفكير البصري وكيفية تحويل المعلومات والنصوص الى تصميمات جذابة.
- E- يكون على دراية بموضوع التصميم، ووظيفته، لأنه يوحي له استخدام أشكال وألوان وقيم تتعلق بالموضوع، تحديد الأهمية النسبية للأخبار وموقعها على الصفحة، معرفة العناصر والجوانب ذات الأهمية في الموضوع والمراد إبرازها، وأيضاً اجراء بعض الاختصارات للأجزاء غير ذات الأهمية من الموضوع، وكل ما سبق يكون مصدراً مهماً لإلهام مصمم الويب.
- F- يجيد استخدام برمجيات الحاسب الآلي، ويلحق التطورات التكنولوجية المتلاحقة وهذا الامر يتطلب منه ان يتعلم باستمرار مستجدات البرامج التي تتحدث دائماً فيمثل التعلم المستمر للمصمم ضرورة للمحافظة على قدراته الإبداعية.
- G- الحرص على الاطلاع على تصميمات المواقع العالمية والأساليب التصميمية الحديثة المقدمة.
- H- الحرص على مقابلة وزيارة أشهر المصممين المبدعين المقتنعين، والاطلاع على تجاربهم.

3.2 - التصميم الصحفي الإخباري المقنع بصرياً:

ان عملية التصميم ليست عشوائية، فهي عملية إجرائية منظمة لها عدة خطوات لإيجاد حل للمشكلة التصميمية والتعبير عن الشيء المراد التعبير عنه، مثل هذا يحتاج للمصمم الذي يستطيع ترجمة الخطوات الى شيء ملموس، فنجده يوحد ويبسط، يستخدم الرموز للتمثيل بين العناصر لتحقيق التشويق والاثارة، ولتحقيق الغرض الأساسي من الموضوع.

ومن أهم العوامل التي تساعد في تحقيق الإقناع البصري للموقع الإخباري؛ المعلوماتية وسهولة الاستخدام والجمالية البصرية والتخطيط الجيد للصفحة، لذا نجد أن المحفزات البصرية المقنعة لديها قوة معينة لإقناع مستخدمي الويب باستكشاف المحتوى على موقع الويب، والتفاعل مع موقع الويب، والوصول في النهاية إلى نقطة تشكيل نية سلوكية مواتية. [43]

3.3 - الوسيلة (تصميم الموقع الإخباري المقنع بصرياً):

ان التطور التكنولوجي المتلاحق في العصر الحديث لعلم برمجيات وتصميم صفحات الويب، يتيح للمصممين متسعاً من التطور والإبداع بتقديم صفحات مقنعة بصرياً عن طريق حياكة عناصر ومثيرات، وهذا الأمر أصبح أكثر سهولة مما كان متاحاً في السنوات السابقة، بفضل هذه التكنولوجيات.

وعلى المصمم أن يحرص على تعلم التقنيات المستحدثة للويب بشكل مستمر ليواكب التطور التكنولوجي المتسارع في تقنيات الوسيلة.

ويقدم [44] (Laja, 2020)، خمسة مبادئ لتصميم موقع إخباري مقنع

- **Clarity above all**، ويجب أن تكمل العناصر البصرية والنص بعضها البعض وأن تعمل معاً لإبلاغ القيمة المقترحة للموقع.
- **الجاذبية البصرية**، تعتبر أكثر أهمية من سهولة الاستخدام لإدراك المستخدم، مع إمكانية استمرار الانطباعات الأولى لسنوات.
- **Strong visual hierarchy**، لا بد من جعل الروابط المهمة أكثر إبرازاً، ولتحقيق ذلك يمكن استخدام دوائر الألوان عند تصميم الموقع، فعندما ينظر القارئ إلى الموقع تظهر العناصر المهمة أمامه بألوان مميزة.
- **Conserve attention at all costs**، بمجرد أن يشعر المستخدم بأن الموقع يحتوي أخبار تثير اهتمامه، فإن التصميم المرئي للموقع يجذبهم ومن خلال التسلسل الهرمي البصري القوي، يركزون على الأمور المهمة، لذا أصبح من المهم الحفاظ على الانتباه الذي حصلنا عليه.
- **One action per screen**، يجب على مصمم الموقع أن يضع في اعتباره أن يكون لكل صفحة وظيفة محددة بشكل واضح.

3.4 المستخدمين (المتصفحون للمواقع الإخبارية الصحفية):

توصل (Ibrahim et al., Fairuz, 2018) أن التأثير الاجتماعي يؤثر بشكل إيجابي على فهم المعلومات، وسهولة الاستخدام، والمشاركة، والمصادقية بينما يؤثر بشكل غير مباشر على رضا المستخدمين للموقع. [45]

كما توفر التقنيات المقنعة الإمكانيات الخاصة للمصممين للجمع بين مكونات علم النفس وتصميم المثيرات، إضافة إلى استخدام التكنولوجيا وقبولها. لهذا السبب؛ يجب أن يكون المصممون على دراية بالعديد من الأساليب المقنعة واستخدامها وتأثيرها على الناس، وكيف ينظر إليها المستخدمين. [46]

على المصمم ان يعي الخلفية المعرفية، الثقافية، الاجتماعية لمستخدمي المواقع الإخبارية، وأن اختلاف الخلفيات يؤدي لاختلاف المفهوم من التصميم، علماً بأن الويب شبكة عالمية تخاطب مستخدمين مختلفين في العادات والتقاليد، والثقافات، وطريقة التفكير.

يجب على المصمم أن يكون مقتنع بما يدعو اليه الجمهور من أفكار، وآراء، ومعالجات لمختلف القضايا الاجتماعية حتى يتمكن من وضعها في قالب تصميمية مقنعة إيماناً منا بمبدأ "فائد الشيء لا يعطيه".

4 - النتائج واختبار فروض التصور المقترح:

4.1 الفروض الخاصة بالتصميم الصحفي المقنع بصرياً:

يكون التصميم مقنعاً بصرياً إذا توافرت به:

- (الفرضية الأولى) عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصرياً.
- (الفرضية الثانية) استخدام أمثل لمؤشرات معايير جودة التصميم.
- (الفرضية الثالثة) استخدام أمثل لمؤشرات معايير جودة التنظيم كأدوات لتحقيق الإقناع المرئي.
- (الفرضية الرابعة) استخدام أمثل لعناصر الوسائط المتعددة كأدوات لتحقيق الإقناع المرئي.

افتراضنا الأول: يكون التصميم مقنعاً بصرياً إذا توافرت به عوامل تحقيق الانطباع الأول المقنع بصرياً، وهو ما يحدث عندما يواجه المستخدم لأول مرة الموقع الإخباري، فيشكل صورة ذهنية سريعة، ويختار ما بين المتابعة أو عدم المتابعة للموقع، فتحقيق الانطباع الإيجابي الأول يسهم في اهتمام المستخدمين

بالبقاء في الموقع، والتحفيز على إعادة زيارته مرة أخرى، حدد فراج خمسة عوامل تساهم في تحقيق الإقناع البصري الأول، (سرعة التحميل، سرعة الاستجابة لأسئلة المستخدمين، استجابة الروابط والصفحات، عرض الآراء والتعليقات، عدد القراءات والاهتمام للنص) [47]

افتراضنا الثاني: يكون التصميم مقتعاً بصرياً إذا توافرت به استخدام أمثل لمؤشرات معايير جودة التصميم، كأدوات لتحقيق الإقناع البصري، الاستخدام الأمثل يعني الالتزام بتطبيق كل أو غالبية مؤشرات المعيار (البساطة، الجاذبية من حيث الابتكار، التوازن، التناسب، الحركة، الإيقاع، الوحدة، التباين في توزيع العناصر البنائية، الملاءمة)، نقصد بالملاءمة ملاءمة التصميم من حيث (نوع الخط، الصور، والألوان، الفيديو، الصوت، الرسوم الثابتة والمتحركة) لنوع الخدمة المقدمة بالموقع الإخباري الصحفي.

افتراضنا الثالث: يكون التصميم مقتعاً بصرياً إذا توافرت به استخدام أمثل لمؤشرات معايير جودة التنظيم كأدوات لتحقيق الإقناع البصري، نعني بجودة التنظيم جعل الموقع مرتباً ومنظماً تنظيمياً يسهل تحقيق الغرض منه للمستخدم، الاستخدام الأمثل يعني الالتزام بتطبيق كل أو غالبية مؤشرات المعيار، وتنقسم معايير جودة التنظيم إلى معيارين أساسيين، (جودة الروابط، سهولة الوصول) وكل معيار يحتوي على عدة مؤشرات، فمعايير جودة الروابط يشمل مؤشرات (وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة وسط النص، يتغير لونها عند الاستخدام، وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة آخر النص وأيضاً يتغير لونها عند الاستخدام، بالصفحات الطويلة يوجد رابط للوصول لأعلى الصفحة، يسهل الرجوع للصفحة الرئيسية، وجود روابط لتعليقات القراء)، أما معيار سرعة وسهولة الوصول فيشتمل على مؤشر واحد وهو (عرض مقدمات للموضوعات والانتقال منها للصفحات الداخلية). [48]

افتراضنا الرابع: يكون التصميم مقتعاً بصرياً إذا توافرت به استخدام أمثل لعناصر الوسائط المتعددة كأدوات لتحقيق الإقناع البصري، يتحقق الإقناع البصري من خلال الاستخدام الأمثل لعناصر الوسائط المتعددة (النصوص، الألوان، الصوت، الصور، الفيديو، الإنفوجرافيك الثابت والمتحرك)، ونقصد بالاستخدام الأمثل هو ما أجمع عليه غالبية الخبراء من خلال أبحاث ودراسات، في كيفية استخدام عناصر الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية، [49]. [50]

وأيضاً الجدير بالذكر هنا، ويجب الإشارة إليه تأثير جودة المحتوى الصحفي المقدم، لا يتعلق موقع الويب المصمم بشكل جيد بالجاذبية المرئية فحسب، بل يركز أيضاً على جودة المحتوى، وقد يؤدي الافتقار إلى جودة المحتوى لهدم الانطباع الجميل لمستخدمي الموقع [51].

فمزيج من المحتوى المثير للاهتمام وقابلية الاستخدام العالية والتصميم الجمالي، من الأهمية أن يحدد المصمم التوازن الصحيح بينهم. [52]

جدول رقم 1: التحقق من الفرض الأول

غير متوفر	متوفر	مؤشرات تحقيق الانطباع المقنع الأول لدى المستخدم	
	√	سرعة التحميل	1
x		سرعة الاستجابة لأسئلة المستخدمين.	2
	√	استجابة الروابط والصفحات	3
	√	عرض الآراء والتعليقات	4
x		عدد القراءات والاهتمام للنص	5

جدول رقم 2: التحقق من الفرض الثاني

غير متوفر	متوفر	مؤشرات معيار جودة التصميم	
	√	البساطة في التصميم	1
	√	ينسجم بالجاذبية من حيث الابتكار والتصميم	2
	√	تحقيق التوازن في توزيع العناصر البنائية	3
	√	تحقيق التناسب في توزيع العناصر البنائية	4
	√	تحقيق مبدأ الحركة في التصميم	5
	√	تحقيق مبدأ الإيقاع في التصميم	6
	√	تحقيق مبدأ الوحدة في التصميم	7
	√	تحقيق التباين في توزيع العناصر البنائية	8
		مؤشرات تحقيق الملاءمة	
	√	استخدام نوع خط مناسب للمحتوى	9
	√	ملاءمة الصور المستخدمة لنوع الخدمة	10
	√	ملاءمة الألوان المستخدمة لنوع الخدمة	11
	√	ملاءمة الفيديو المستخدم لنوع الخدمة	12
x		ملاءمة الصوت المستخدم لنوع الخدمة	13
	√	ملاءمة الرسوم الثابتة المستخدمة لنوع الخدمة	14
	√	ملاءمة الرسوم المتحركة المستخدمة لنوع الخدمة	15

جدول رقم 3: التحقق من الفرض الثالث

غير متوفر	متوفر	مؤشرات معيار جودة التنظيم	
	متوفر بنسبة 50%	وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة وسط النص	1
غير متوفر بنسبة 50%		لا يوجد روابط لمواقع أخرى ذات علاقة وسط النص	2
x		يتغير لون الرابط عند الاستخدام وسط النص	3
	√	وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة آخر النص	4
	√	يتغير لون الرابط عند الاستخدام آخر النص	5
	√	بالصفحات الطويلة يوجد رابط للوصول لأعلى الصفحة	6

7	سهولة الرجوع للصفحة الرئيسية	√
8	يوجد روابط لتعليقات القراء	√
سرعة وسهولة الوصول		
9	عرض مقدمات للموضوعات والانتقال منها للصفحات الداخلية	√

جدول رقم 4: التحقق من الفرض الرابع

موقع اليوم السابع		عناصر الوسائط المتعددة
ك	%	
-	x	استخدام نوع خط واحد
√	-	استخدام نوعين من الخطوط
-	x	استخدام أكثر من نوعين من الخطوط
√	-	البعد عن الخطوط المزخرفة (غير التقليدية)
√	-	تحقيق النسبة والتناسب
-	x	استخدام أقل من ثلاثة ألوان
√	-	استخدام ثلاثة ألوان
-	x	استخدام أربعة ألوان
-	x	استخدام أكثر من أربعة ألوان
√	-	استخدام الألوان الفاتحة بالخلفيات
√	-	المحافظة على تحقيق التباين بين الشكل والأرضية
√	-	استخدام لون واحد لعرض نوع واحد من الموضوعات
√	-	تحقيق التوافق والتناسق في الألوان
75	4.8%	استخدام صور أرشيفية
812	52.3%	ذات جودة عالية
740	47.7%	ذات جودة منخفضة
1142	73.6%	توضيح المحتوى وتفسره
410	26.4%	لا توضيح المحتوى وتفسره
21	100%	استخدام فيديوهات
12	57.1%	الفديو ذات جودة مرئية عالية
9	42.8%	الفديو ذات جودة مرئية منخفضة
21	100%	سريع التحميل
21	100%	يظهر شريط التحميل للمشاهد
-	-	تقديم فيديو حي
10	100%	الرسوم تشرح وتوضح المحتوى
10	100%	تقدم تبسيطاً لموضوعات معقدة
10	100%	تقدم إحصائيات وأرقام
-	-	الرسوم معقدة وغير مفهومة
-	-	استخدام الخرائط
-	-	استخدام رسوم بيانية
-	-	تقديم وثائق ومستندات خطية
1	100%	توجد الرسوم المتحركة وسط الصفحة

التحقق من الفروض:

الفرض الأول: توافرت ثلاثة من خمسة مؤشرات لتحقيق الانطباق المقنع الأول لدى المستخدم بموقع الدراسة.

الفرض الثاني: اشتملت مؤشرات الدراسة على (15) مؤشر لتحقيق جودة تصميم الموقع الإخباري، وتوافر بموقع الدراسة (14) مؤشر بنسبة (93.3%)، وهي نسبة توافر عالية تدل على الاستخدام الأمثل للموقع لمؤشرات جودة التصميم.

الفرض الثالث: اشتمل معيار جودة التنظيم على (9) مؤشرات، توافرت جميعها، ماعدا مؤشر (يتغير لون الرابط عند الاستخدام وسط النص)، في حين توافر المؤشر (وجود مواقع لروابط أخرى ذات علاقة وسط النص) بنسبة (50%)، (لا يوجد روابط لمواقع أخرى ذات علاقة وسط النص بنسبة (50%).

الفرض الرابع: استخدم موقع الدراسة النصوص استخدام أمثل حيث استخدم نوعين من الخطوط فقط في جميع المحتوى المقدم، البعد عن الخطوط المزخرفة (غير التقليدية)، وتحقيق النسبة والتناسب بين العناوين، المقدمات، النصوص في الاستخدام من حيث حجم الخط المستخدم.

حرص موقع الدراسة على استخدام الألوان استخدام أمثل؛ حيث اتسم الاستخدام بالتوافق والتناسق، واستخدام لون واحد لعرض نوع واحد من الموضوعات، استخدام الألوان الفاتحة بالخلفيات، والمحافظة على تحقيق التباين بين الشكل والأرضية بجميع صفحات الموقع خلال فترة الدراسة.

حرص الموقع على استخدام الصور استخدام أمثل من حيث العدد أولاً، وجودة الصورة ثانياً، صاحب كل موضوع صورة او ملف صور، غالبية الصور توضح المحتوى وتفسره بنسبة (73.6%).

حرص موقع الدراسة على الاستخدام الأمثل للفيديو، وجاءت كل الفيديوهات سريعة التحميل، وأظهرت شريط التحميل للمشاهد، بينما جاءت (9) فيديوهات بنسبة (42.8%) ذات جودة مرئية منخفضة، وقد يرجع ذلك إلى اعتماد الكثير من الصحفيين على التصوير بالهاتف المحمول فتختلف جودة الأجهزة وينعكس ذلك على جودة الفيديو.

حرص الموقع على الاستخدام الأمثل للرسوم الثابتة (الإنفوجرافيك)، وجاءت كل الرسوم (تشرح وتوضح المحتوى، تقدم تبسيطاً لموضوعات معقدة، تقدم إحصائيات وأرقام)، لم يوظف الموقع خلال فترة الدراسة (الخرائط، تقديم وثائق ومستندات خطية، الرسوم البيانية) في الإقناع البصري للتصميم، تعتبر المستندات الخطية من أهم الوثائق التي تستطيع أن تدعم وتؤكد المعلومات بالحقائق، وكان من الممتع أن يوظف الرسوم البيانية، حيث أنها تساعد على تبسيط المعلومات، وسهولة تذكر الأرقام فيما بعد.

وظف الرسوم المتحركة مرة واحدة فقط خلال فترة الدراسة، ولكن كان الاستخدام وسط الصفحة، وهذا الاجراء غير مفضل في التصميم لأنه يشتت انتباه المستخدمين ومن الأفضل عرض الرسوم المتحركة على جانبي الصفحة.

4.2 الفروض الخاصة بالمصمم الصحفي المقنع.

يكون التصميم مقنعاً بصرياً إذا كان لدى المصمم:

- (الفرضية الأولى) معرفة أكثر بعلوم (النفوس، الاجتماع، الاتصال، التصميم)

- (الفرضية الثانية) خلفية معرفية واطلاع سريع للمحتوى المقدم والافتتاح به أولاً قبل وضعه في قوالب تصميمية.

- (الفرضية الثالثة) مهارات لإنتاج تصميمات مقنعة في وقت قصير.

- (الفرضية الرابعة) خبرات فنية مواكبة لتطور برمجيات الحاسب الآلي.

افتراضاً الأول نعني بالفرضية الأولى انه لا بد للمصمم ان يهتم بمعرفة أكثر لعلوم (النفوس، الاجتماع، الاتصال، التصميم)، حيث تساعده المعرفة بعلوم (النفوس، الاجتماع)، على فهم الخلفية المعرفية، والوجدانية، والسلوكية للمستخدمين، والتنبؤ بطريقة فهمهم واستيعابهم للتصميم المقدم.

والمعرفة بعلم (الاتصال) تساعد المصمم على ترجمة ما يسعى توصيله للمستخدمين بشكل يضمن له التنبؤ برد فعلهم إزاء الرسالة الموجهة إليهم، وهو ما يعرف برجع الصدى، وايضاً التواصل بشكل إيجابي مع المستخدمين، وتكوين علاقات اجتماعية تصميمية ناجحة بين المصمم والمستخدمين.

والمعرفة بعلم (التصميم) تساعد المصمم في تنسيق وترتيب صفحة الويب الإخبارية بطريقة جذابة مرتبة تضمن بقاء المستخدم فترة طويلة لتصفح الموقع الإخباري.

الافتراض الثاني خلفية معرفية واطلاع سريع للمحتوى المقدم والافتتاح به أولاً قبل وضعه في قوالب تصميمية.

تفيد الخلفية المعرفية بالمحتوى المصمم في مدى معرفة الأهمية النسبية للمضمون لوضعه في المكان المناسب على الصفحة، ومعرفة العناصر الهامة والمراد إبرازها بوسائل إبراز مختلفة كاللون او بنط الكتابة مثلاً، وايضاً لحذف بعض من مكونات المحتوى التي يرى المصمم أنها غير ذات أهمية للمستخدم.

وايضاً لا بد أن يكون المصمم مقنعاً أولاً بمحتوى التصميم ليكون أكثر اقناعاً لغيره من المستخدمين، لأن (فاقد الشيء لا يعطيه) فإذا كان المصمم غير مقنع، قد يضعف قدرة التصميم على الإقناع دون أن يشعر، ويؤثر هذا الضعف على اقناع المستخدمين تبعاً.

الافتراض الثالث ان يكون لدى المصمم مهارات لإنتاج تصميمات مقنعة في وقت قصير، فنظراً للتحديث المستمر الذي تفرزه الآنية في صفحات الموقع الإخباري، فإن المصمم الصحفي مطالب بزيارة في الإنتاج للقوالب التصميمية المقنعة بوقت قصير، وتساعده في ذلك مهاراته وقدراته، وممارسته اليومية للعمل حيث تكسبه الخبرة التصميمية المقنعة مع الوقت القدرة على اجتياز المواقف التصميمية الصعبة مثل تصميم الموضوعات الاقتصادية المعقدة التي يصعب فهمها للمستخدم البسيط، بطريقة تصميمية شيقة ومقنعة بصرياً.

الافتراض الرابع ان يكون لدى المصمم خبرات فنية مواكبة لتطور برمجيات الحاسب الآلي، وذلك من خلال التعليم المستمر لأحدث التقنيات والبرمجيات التكنولوجية في عالم التصميم الإلكتروني التي تتطور بشكل مستمر، حيث تتيح إمكانات الحاسب الآلي وبرمجياته مجالاً متسعاً من الابتكار والإبداع، وإنتاج الكثير من التصميمات المقنعة بصرياً في وقت قصير، وتوصيل فكرة التصميم بأقل جهد.

التحقق من الفروض:

(الفرضية الأولى) يكون التصميم مقنعاً بصرياً إذا كان لدى المصمم معرفة أكثر بعلوم (النفوس، الاجتماع، الاتصال، التصميم)، تم التحقق من خلال الجداول (٥)، (٦)، (٧)، (٨).

جدول رقم 5: يوضح مدى معرفة المصممين عينة الدراسة بعلم النفس

م	الفقرة	الاستجابة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الدرجة
أحرص دائماً علي:									
1.	استحداث طرق وقوالب تصميمية تتناسب مع احتياجات الجمهور.	ن	0	8	0	0	0	4.00	0.00
		%	0.0	100 %	0.0	0.0	0.0		
2.	التنبؤ بالدوافع الاتصالية للمستخدمين	ن	0	8	0	0	0	4.00	0.00
		%	0.0	100 %	0.0	0.0	0.0		
3.	التنبؤ بإشباع حاجات المستخدمين.	ن	4	4	0	0	0	4.50	0.535
		%	50 %	50 %	0.0	0.0	0.0		
4.	القدرة على حل المشكلات النفسية التي تظهر في الميدان الإعلامي	ن	3	0	0	0	5	2.50	2.070
		%	37.5 %	0.0	0.0	0.0	62.5 %		

1.035	2.75	0	5	0	3	0	ن	التنبؤ بكافة التأثيرات المتوقعة على المستخدمين من تقديم المحتوى.	
		0.0	62.5 %	0.0	37.5 %	0.0	%		
3.55							المتوسط الحسابي للجدول كاملا		
0.542							الانحراف المعياري للجدول كاملا		

الاتجاه السائد للجدول هو الموافقة، المتوسط الحسابي 3.55 والانحراف المعياري 0.542.

يوضح جدول (٥) استجابة افراد العينة للمحور الأول، فبالنسبة لسؤال (استحداث طرق وقوالب تصميمية تتناسب مع احتياجات الجمهور) وسؤال (التنبؤ بالدوافع الاتصالية للمستخدمين) اجابت نسبة 100 % من العينة ب (أوافق) لكلا من السؤالين وكان المتوسط 4.00 والانحراف المعياري 0.000، و بالنسبة لسؤال (التنبؤ بإشباع حاجات المستخدمين) اجابت نسبة 50 % من العينة ب (أوافق بشدة) و 50 % (أوافق) وكان المتوسط 4.50 والانحراف المعياري 0.535، و بالنسبة لسؤال (القدرة على حل المشكلات النفسية التي تظهر في الميدان الإعلامي) اجابت نسبة 62.5 % من العينة ب (لا أوافق بشدة) و 37.5 % (أوافق بشدة) وكان المتوسط 2.50 والانحراف المعياري 2.070، و بالنسبة لسؤال (التنبؤ بكافة التأثيرات المتوقعة على المستخدمين من تقديم المحتوى). اجابت نسبة 62.5 % من العينة ب (لا أوافق) و 37.5 % (أوافق) وكان المتوسط 2.75 والانحراف المعياري 1.035.

جدول رقم 6: يوضح مدى معرفة المصممين عينة الدراسة بعلم الاجتماع

م	الفقرة	الاستجابة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري
1	سهولة معرفة العادات والتقاليد الاجتماعية	ن	3	4	0	0	1	4.00	1.309
		%	37.5 %	50 %	0.0	0.0	12.5 %		
2	سهولة التعرف على ثقافة المستخدمين	ن	3	4	0	0	1	4.00	1.309
		%	37.5 %	50 %	0.0	0.0	12.5 %		
3	المعرفة بخصائص المستخدمين الاجتماعية	ن	3	4	0	0	1	4.00	1.309
		%	37.5 %	50 %	0.0	0.0	12.5 %		
4	معرفة مدى اقبال المستخدمين على الموقع	ن	3	4	0	0	1	4.00	1.309
		%	37.5 %	50 %	0.0	0.0	12.5 %		
5	معرفة التغيرات في البيئة الإعلامية المحيطة بالمستخدمين	ن	0	7	0	1	0	3.75	0.707
		%	0.0	87.5 %	0.0	12.5 %	0.0		
3.950							المتوسط الحسابي للجدول كاملا		
1.18							الانحراف المعياري للجدول كاملا		

الاتجاه السائد للجدول هو الموافقة، المتوسط الحسابي 3.950 والانحراف المعياري 1.18.

يوضح جدول (٦) استجابة افراد العينة للمحور الأول، فبالنسبة لسؤال (سهولة معرفة العادات والتقاليد الاجتماعية) وسؤال (سهولة التعرف على ثقافة المستخدمين) وسؤال (المعرفة بخصائص المستخدمين الاجتماعية) وسؤال (معرفة مدى اقبال المستخدمين على الموقع) اجابت نسبة 50 % من العينة ب (أوافق) ونسبة 37.5 % ب (أوافق بشدة) ونسبة 12.5 % ب (لا أوافق بشدة) بالتساوي وكان المتوسط 4.00 والانحراف المعياري 1.309، و بالنسبة لسؤال (معرفة التغيرات في البيئة الإعلامية المحيطة بالمستخدمين) اجابت نسبة 87.5 % من العينة ب (أوافق) و 12.5 % (لا أوافق) وكان المتوسط 3.75 والانحراف المعياري 0.707.

جدول رقم 7: يوضح مدى معرفة المصممين عينة الدراسة بعلم الاتصال

م	الفقرة	الاستجابة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري
1	نقل وترجمة ما بداخلي من معاني بسهولة للمستخدمين	ن	0	4	0	4	0	3.00	1.069
		%	0.0	50 %	0.0	50 %	0.0		
2	التنبؤ برجع الصدى وهو رد فعل المستخدمين إزاء التصميم المقدم.	ن	4	4	0	0	0	4.50	0.535
		%	50 %	50 %	0.0	0.0	0.0		
3	التنبؤ بطريقة فك رموز المستخدمين للرسائل الإعلامية التي قد تكون غامضة أحياناً.	ن	0	8	0	0	0	4.00	0.00
		%	0.0	100 %	0.0	0.0	0.0		
3.833							المتوسط الحسابي للجدول كاملا		
0.535							الانحراف المعياري للجدول كاملا		

الاتجاه السائد للجدول هو الموافقة، المتوسط الحسابي 3.833 والانحراف المعياري 0.535.

يوضح جدول (٧) استجابة افراد العينة، فبالنسبة لسؤال (التنبؤ برجع الصدى وهو رد فعل المستخدمين إزاء التصميم المقدم). اجابت نسبة 50 % من العينة ب (أوافق بشدة) ونسبة 50 % ب (أوافق) وكان المتوسط 4.50 والانحراف المعياري 0.535، و بالنسبة لسؤال (التنبؤ بطريقة فك رموز المستخدمين للرسائل الإعلامية التي قد تكون غامضة أحياناً) اجابت نسبة 100 % من العينة ب (أوافق) وكان المتوسط 4.00 والانحراف المعياري 0.00، و بالنسبة لسؤال (نقل وترجمة ما بداخلي من معاني بسهولة للمستخدمين) اجابت نسبة 50 % من العينة ب (أوافق) و 37.5 % (لا أوافق) وكان المتوسط 3.00 والانحراف المعياري 1.069.

جدول رقم 8: يوضح مدى معرفة المصممين عينة الدراسة بعلم التصميم

م	الفقرة	الاستجابة	بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا بشدة	أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري
1	الحرص على تحقيق البساطة في التصميم	ن	4	4	0	0	0	4	4.50	0.535
2	الحرص على تحقيق الجاذبية من حيث الابتكار في التصميم	ن	8	0	0	0	0	0	5.00	0.00
3	الحرص على تحقيق التوازن في التصميم	ن	8	0	0	0	0	0	5.00	0.00
4	الحرص على تحقيق التناسب في التصميم	ن	4	4	0	0	0	4	4.50	0.535
5	الحرص على تحقيق الحركة في التصميم	ن	4	4	0	0	0	4	4.50	0.535
6	الحرص على تحقيق الإيقاع في التصميم	ن	4	4	0	0	0	4	4.50	0.535
7	الحرص على تحقيق الوحدة في التصميم	ن	4	4	0	0	0	4	4.50	0.535
8	الحرص على تحقيق التباين في التصميم	ن	4	4	0	0	0	4	4.50	0.535
9	الحرص على تحقيق الملاءمة من حيث (نوع الخط، الصور، والألوان، الفيديو، الصوت، الرسوم الثابتة والمتحركة) لنوع الخدمة المقدمة بالموقع.	ن	4	4	0	0	0	4	4.50	0.535
10	الحرص على استخدام أمثل لعناصر الوسائط المتعددة (النصوص، الألوان، الصوت، الصور، الفيديو، الإنفو جرافيك الثابت والمتحرك)	ن	4	4	0	0	0	4	4.50	0.535
11	استخدام أمثل لمؤشرات معايير جودة التنظيم، مثل جودة الروابط (وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة وسط النص، يتغير لونها عند الاستخدام، وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة آخر النص وأيضاً يتغير لونها عند الاستخدام، بالصفحات الطويلة يوجد رابط للوصول لأعلى الصفحة، يسهل الرجوع للصفحة الرئيسية، وجود روابط لتعليقات القراء).	ن	4	4	0	0	0	4	4.50	0.535
12	استخدام أمثل لمؤشرات معايير جودة التنظيم سهولة الوصول (عرض مقدمات للموضوعات والانتقال منها للصفحات الداخلية).	ن	4	4	0	0	0	4	4.50	0.535
								4.583	المتوسط الحسابي للجدول كاملاً	
								0.445	الانحراف المعياري للجدول كاملاً	

الاتجاه السائد للجدول هو الموافقة بشدة، المتوسط الحسابي 4.583 والانحراف المعياري 0.445.

يوضح جدول (8) استجابة أفراد العينة، فبالنسبة لسؤال (الحرص على تحقيق الجاذبية من حيث الابتكار في التصميم) وسؤال (الحرص على تحقيق التوازن في التصميم) اجابت نسبة 100 % من العينة ب (أوافق بشدة) لكلا من السؤالين وكان المتوسط 5.00 والانحراف المعياري 0.000، وبالنسبة لسؤال (الحرص على تحقيق البساطة في التصميم) وسؤال (الحرص على تحقيق التناسب في التصميم) وسؤال (الحرص على تحقيق الحركة في التصميم) وسؤال (الحرص على تحقيق الإيقاع في التصميم) وسؤال (الحرص على تحقيق الوحدة في التصميم) وسؤال (الحرص على تحقيق التباين في التصميم) وسؤال (الحرص على تحقيق الملاءمة من حيث (نوع الخط، الصور، والألوان، الفيديو، الصوت، الرسوم الثابتة والمتحركة) لنوع الخدمة المقدمة بالموقع) وسؤال (الحرص على استخدام أمثل لعناصر الوسائط المتعددة (النصوص، الألوان، الصوت، الصور، الفيديو، الإنفو جرافيك الثابت والمتحرك) وسؤال (استخدام أمثل لمؤشرات معايير جودة التنظيم، مثل جودة الروابط (وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة وسط النص، يتغير لونها عند الاستخدام، وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة آخر النص وأيضاً يتغير لونها عند الاستخدام، بالصفحات الطويلة يوجد رابط للوصول لأعلى الصفحة، يسهل الرجوع للصفحة الرئيسية، وجود روابط لتعليقات القراء) وسؤال (استخدام أمثل لمؤشرات معايير جودة التنظيم سهولة الوصول (عرض مقدمات للموضوعات والانتقال منها للصفحات الداخلية) كانت إجابات العينة لجميع الأسئلة السابقة بالتساوي بنسبة 50 % ب (أوافق بشدة) ونسبة 50 % ب (أوافق) وكان المتوسط 4.50 والانحراف المعياري 0.535.

التحقق من (الفرضية الثانية) يكون التصميم مقتعاً بصرياً إذا كان لدى المصمم خلفية معرفية واطلاع سريع للمحتوى المقدم والإقتناع به أولاً قبل وضعه في

جدول رقم 9: يوضح مدى مساعدة الخلفية المعرفية والاطلاع السريع للمحتوى المقدم والاقتناع به أولاً قبل وضعه في قوالب تصميمية ليكون التصميم مقنع بصرية.

م	الاستجابة	الفقرة	ن	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري
1	الافتتاح بالمحتوى المقدم أولاً قبل وضعه في قوالب تصميمية.		0	4	4	4	0	0	3.50	0.535
			0.0 %	50 %	50 %	50 %	0.0	0.0		
2	معرفة الأهمية النسبية للمضمون لوضعه في المكان المناسب على الصفحة.		4	4	4	0	0	0	4.50	0.535
			50 %	50 %	50 %	0.0	0.0	0.0		
3	ومعرفة العناصر الهامة بالمحتوى والمراد لإبرازها بوسائل الإبراز المختلفة.		4	4	4	0	0	0	4.50	0.535
			50 %	50 %	50 %	0.0	0.0	0.0		
4	حذف بعض من مكونات المحتوى التي يرى المصمم أنها غير ذات أهمية للمستخدم.		4	4	4	0	0	0	4.50	0.535
			50 %	50 %	50 %	0.0	0.0	0.0		
5	أن أكون مقتنع أولاً بمحتوى التصميم ليكون أكثر اقناعاً للمستخدمين		0	4	4	4	0	0	3.63	0.518
			0.0 %	50 %	50 %	50 %	0.0	0.0		
			4.125			المتوسط الحسابي للجدول كاملاً				
			0.149			الانحراف المعياري للجدول كاملاً				

الاتجاه السائد للجدول هو الموافقة ، المتوسط الحسابي 4.125 والانحراف المعياري 0.149

يوضح جدول (٩) استجابة افراد العينة للمحور الثاني، فبالنسبة لسؤال (معرفة الأهمية النسبية للمضمون لوضعه في المكان المناسب على الصفحة) وسؤال (ومعرفة العناصر الهامة بالمحتوى والمراد لإبرازها بوسائل الإبراز المختلفة) وسؤال (حذف بعض من مكونات المحتوى التي يرى المصمم أنها غير ذات أهمية للمستخدم) اجابت نسبة 50 % من العينة ب (أوافق بشدة) ونسبة 50 % ب (أوافق) لكلا من الأسئلة الثلاث بالتساوي وكان المتوسط 4.50 والانحراف المعياري 0.535، و بالنسبة لسؤال (أن أكون مقتنع أولاً بمحتوى التصميم ليكون أكثر اقناعاً للمستخدمين) اجابت نسبة 50 % من العينة ب (أوافق) و 50 % ب (محايد) وكان المتوسط 3.63 والانحراف المعياري 0.518، و بالنسبة لسؤال (الافتتاح بالمحتوى المقدم أولاً قبل وضعه في قوالب تصميمية) اجابت نسبة 50 % من العينة ب (أوافق) و 50 % (محايد) وكان المتوسط 3.50 والانحراف المعياري 0.535.

(الفرضية الثالثة) يكون التصميم مقنعاً بصرية إذا كان لدى المصمم مهارات لإنتاج تصميمات مقنعة في وقت قصير.

جدول رقم 10: يوضح مدى المهارات المتوفرة لدى المصممين عينة الدراسة لإنتاج تصميمات في وقت قصير

م	الاستجابة	الفقرة	ن	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري
1	أستطيع العمل بمهارة في وقت قصير		8	0	0	0	0	0	5.00	0.00
			100 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0		
2	لدي القدرة على اجتياز المواقف التصميمية الصعبة في وقت قصير مثل تصميم الموضوعات الاقتصادية المعقدة بطريقة تصميمية شيقة.		4	4	4	0	0	0	4.50	0.535
			50 %	50 %	50 %	0.0	0.0	0.0		
			4.750			المتوسط الحسابي للجدول كاملاً				
			0.267			الانحراف المعياري للجدول كاملاً				

الاتجاه السائد للجدول هو الموافقة بشدة، المتوسط الحسابي 4.750 والانحراف المعياري 0.267.

يوضح جدول (١٠) استجابة افراد العينة للمحور الثالث، فبالنسبة لسؤال (لدي مهارة إنتاج تصميمات في وقت قصير) اجابت نسبة 100 % من العينة ب (أوافق بشدة) وكان المتوسط 5.00 والانحراف المعياري 0.000، و بالنسبة لسؤال (لدي القدرة على اجتياز المواقف التصميمية الصعبة في وقت قصير مثل تصميم الموضوعات الاقتصادية المعقدة بطريقة تصميمية شيقة) اجابت نسبة 50 % من العينة ب (أوافق بشدة) و 50 % (أوافق) وكان المتوسط 4.50 والانحراف المعياري 0.535.

(الفرضية الرابعة) يكون التصميم مقنعاً بصرية إذا كان لدى المصمم خبرات فنية مواكبة لتطور برمجيات الحاسب الآلي.

جدول رقم 11: يوضح مدى الخبرات الفنية المتوفرة لدى المصممين عينة الدراسة لمواكبة تطورات الحاسب الآلي

م	الاستجابة	الفقرة	ن	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري
1	احرص على التعليم المستمر لأحدث التقنيات والبرمجيات التكنولوجية في عالم التصميم الإلكتروني.		0	4	4	4	0	0	3.50	0.535
			0.0 %	50 %	50 %	50 %	0.0	0.0		

الاتجاه السائد للجدول هو الموافقة ، المتوسط الحسابي 3.50 والانحراف المعياري 0.535.

يوضح جدول (١١) استجابة افراد العينة للمحور الرابع، فبالنسبة لسؤال (احرص على التعليم المستمر لأحدث التقنيات والبرمجيات التكنولوجية في عالم التصميم الإلكتروني) اجابت نسبة 50 % من العينة ب (أوافق) ونسبة 50 % ب (محايد) وكان المتوسط 3.50 والانحراف المعياري 0.535 .

5.1 - الاستنتاجات

قدمت الدراسة فرضيات إذا توافرت في التصميم والمصمم الصحفي أصبح الموقع الإخباري مقنع بصرياً، تم اختبار الفرضيات للتأكد من مدى صحتها وملاءمتها بالتطبيق على موقع صحفي إخباري اجتمع عليه الخبراء أنه من أفضل المواقع في معالجة القضايا والموضوعات، والأفضل من حيث التصميم، وأيضاً الأعلى وفقاً لعدد المستخدمين حسب تصنيف Similar Web للمواقع المصرية لعام 2022، وتوصلت نتائج الدراسة إلى توافر جميع مؤشرات تحقيق الانطباق الأول لدى المستخدم، توافر 14 مؤشر من أصل 15 لتحقيق جودة تصميم المواقع الإخبارية، وتوافرت 8 مؤشرات من أصل 9 لمعيار جودة تنظيم المواقع الإخبارية، حرص الموقع على الاستخدام الأمثل لعناصر الوسائط المتعددة.

يؤخذ على الموقع

- استخدام صور ذات جودة مرئية منخفضة أحياناً، وقد يرجع ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى اعتماد الكثير من الصحفيين على التصوير بالهاتف المحمول فتختلف جودة الأجهزة وينعكس ذلك على جودة الصورة.
- استخدام الصور الأرشيفية أحياناً، حيث ان غالبية الموضوعات المقدمة كانت تحتاج لتغطيتها ملفات صور لتوثيقها أكثر من ذلك، فالصور الأرشيفية تُستخدم عند الحاجة إليها فقط كتوثيق لحدث تاريخي مثلاً.
- لم يوظف الموقع الصوت كوسيط من الوسائط المتعددة في الإقناع البصري خلال فترة الدراسة.
- لم يستخدم (الخرائط، تقديم الوثائق والمستندات الخطية، الرسوم البيانية) خلال فترة الدراسة، الرسوم المتحركة استخدمها مرة واحدة فقط خلال فترة الدراسة، ولكن كان التوظيف وسط الصفحة، وهذا الاجراء غير مفضل في التصميم لأنه يشتت انتباه المستخدمين ومن الأفضل عرض الرسوم المتحركة على جانبي الصفحة.

وما يخص التحقق من الفروض الخاصة بالمصمم الصحفي الإلكتروني تأكدنا من صحة جميع الفروض حيث أنه باستخدام الأساليب الإحصائية توصلت الدراسة أن الاتجاه العام لكل الفروض إما موافق بشدة أو موافق.

5.2 الخلاصة:

في هذه الدراسة قدمنا فرضيات أثبتت أن تحقيق الإقناع المرئي في المواقع الإخبارية الصحفية عملية معقدة، مسئول عنها المصمم الصحفي بشكل كبير، فهو المسئول عن توافر عوامل تحقيق الانطباق الأول المقنع بصرياً، استخدام أمثل لمؤشرات جودة التصميم والتنظيم وعناصر الوسائط المتعددة كأدوات لتحقيق الإقناع المرئي، ولا يأتي الاستخدام الأمثل للعناصر السابقة إلا إذا توافرت في المصمم ما أثبتته الدراسة من فروض خاصة به، وهي معرفة أكثر بعلم (النفس، الاجتماع، الاتصال، التصميم)، خلفية معرفية واطلاع سريع للمحتوى المقدم والإقناع به أو لآ قبل وضعه في قالب تصميمية، مهارات لإنتاج تصميمات مقنعة في وقت قصير، خبرات فنية مواكبة لتطور برمجيات الحاسب الآلي.

5.3 النموذج المقترح للتصميم الفعال:

تقدم الدراسة تصور مقترح لتحقيق الإقناع المرئي ليصبح التصميم فعال وذلك عن طريق تطبيق الخطوات التالية:

الخطوة الأولى: عند توظيف المصممين الإلكترونيين بالمواقع الإخبارية الصحفية يفترض على القيادات المسؤولة عن توظيفهم توجيه الاستبيان المقترح لهم، ويشترط لقبولهم ان يكون الاتجاه العام لإجاباتهم اما موافق بشدة، أو موافق "الاستقصاء رقم (1)"

الخطوة الثانية: وتبدأ بعد اجتياز المصمم النجاح في الاستبيان بالخطوة الأولى، وهي اعطاءهم دورات من متخصصين في كيفية توظيف عناصر التصميم المرئي لتحقيق الإقناع وفقاً "الشكل رقم (2)"

وعند الانتهاء من الخطوات السابقة يكون قد تحقق الهدف من النموذج، وهو تحقيق الإقناع المرئي في تصميم المواقع الإخبارية الصحفية.

استبيان موجه للمصممين الإلكترونيين

م	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
	تساعدك معرفتك بعلم النفس على					
1	استحداث طرق وقوالب تصميمية تتناسب مع احتياجات الجمهور.					
2	التنبؤ بالدوافع الاتصالية للمستخدمين.					
3	التنبؤ بإشباع حاجات المستخدمين.					
4	القدرة على حل المشكلات النفسية التي تظهر في الميدان الإعلامي					
5	التنبؤ بكافة التأثيرات المتوقعة على المستخدمين من تقديم المحتوى.					
	تساعدك معرفتك بعلم الاجتماع على					

					6	سهولة معرفة العادات والتقاليد الاجتماعية
					7	سهولة التعرف على ثقافة المستخدمين
					8	المعرفة بخصائص المستخدمين الاجتماعية
					9	معرفة مدى اقبال المستخدمين على الموقع
					10	معرفة التغيرات في البيئة الإعلامية المحيطة بالمستخدمين
					تساعدك معرفتك بعلم الاتصال على	
					11	نقل وترجمة ما بداخلي من معاني بسهولة للمستخدمين
					12	التنبؤ برجع الصدى وهو رد فعل المستخدمين إزاء التصميم المقدم.
					13	التنبؤ بطريقة فك رموز المستخدمين للرسائل الإعلامية التي قد تكون غامضة أحياناً.
					تساعدك معرفتك بعلم التصميم على	
					14	الحرص على تحقيق البساطة في التصميم
					15	الحرص على تحقيق الجاذبية من حيث الابتكار في التصميم
					16	الحرص على تحقيق التوازن في التصميم
					17	الحرص على تحقيق التناسب في التصميم
					18	الحرص على تحقيق الحركة في التصميم
					19	الحرص على تحقيق الإيقاع في التصميم
					20	الحرص على تحقيق الوحدة في التصميم
					21	الحرص على تحقيق التباين في التصميم
					22	الحرص على تحقيق الملاءمة من حيث (نوع الخط، الصور، والألوان، الفيديو، الصوت، الرسوم الثابتة والمتحركة) لنوع الخدمة المقدمة بالموقع.
					23	الحرص على توظيف أمثل لعناصر الوسائط المتعددة (النصوص، الألوان، الصوت، الصور، الفيديو، الأنفو جرافيك الثابت والمتحرك)
					24	توظيف أمثل لمؤشرات معايير جودة التنظيم، مثل جودة الروابط (وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة وسط النص، يتغير لونها عند الاستخدام، وجود روابط لمواقع أخرى ذات علاقة آخر النص وأيضاً يتغير لونها عند الاستخدام، بالصفحات الطويلة يوجد رابط للوصول لأعلى الصفحة، يسهل الرجوع للصفحة الرئيسية، وجود روابط لتعليقات القراء).
					25	توظيف أمثل لمؤشرات معايير جودة التنظيم سهولة الوصول (عرض مقدمات للموضوعات والانتقال منها للصفحات الداخلية).
					خلفية معرفية واطلاع سريع للمحتوى المقدم يساعدني في	
					26	الاقتناع بالمحتوى المقدم أولاً قبل وضعه في قالب تصميمية.
					27	معرفة الأهمية النسبية للمضمون لوضعه في المكان المناسب على الصفحة.
					28	ومعرفة العناصر الهامة بالمحتوى والمراد لإبرازها بوسائل الإبراز المختلفة.
					29	حذف بعض من مكونات المحتوى التي يرى المصمم أنها غير ذات أهمية للمستخدم.
					30	أن أكون مقتنع أولاً بمحتوى التصميم ليكون أكثر اقناعاً للمستخدمين

					31	لدي مهارة إنتاج تصميمات في وقت قصير
					32	لدي القدرة على اجتياز المواقف التصميمية الصعبة في وقت قصير مثل تصميم الموضوعات الاقتصادية المعقدة بطريقة تصميمية شيقة.
					33	أحرص على التعليم المستمر لأحدث التقنيات والبرمجيات التكنولوجية في عالم التصميم الإلكتروني.



شكل رقم (2) يوضح كيفية تحقيق الإقناع المرئي

هاني البطل/ قسم الإعلام التربوي جامعة بورسعيد.

رحاب الداخلي/ رئيس قسم الإعلام جامعة أسيوط.

سلوى الشريف/ رئيس قسم الإعلام السابق جامعة المنيا.

حسين ربيع/ وكيل كلية الإعلام جامعة السويس.

التمويل: تم دعم هذا العمل من قبل وكالة عمادة البحث العلمي للدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية (منحة رقم

4108)

المراجع:

- [1] Simons, H. W., J. Morreale, and B. Gronbeck Persuasion in Society. Thousand Oaks London New Delhi: Sage Publications, Inc (2001).
- [2] Cassell, M. M., C. Jackson, and B. Chevront. "Health Communication on the Internet: An Effective Channel for Health Behavior Change," Journal of Health Communication. (3)1, pp. 71-79. (1998).
- [3] Oinas-Kukkonen, H. Behavior Change Support Systems: A Research Model and Agenda. Persuasive Technology, 4-14(2010).. https://doi.org/10.1007/978-3-642-13226-1_3
- [4] Ibrahim, N., Shiratuddin, M., & Wong, K. Persuasive Impact of Online Media: Investigating the Influence of Visual Persuasion. In 2015 Asia Pacific Conference on Multimedia and Broadcasting (pp. 1-7). Kurta (2015). Retrieved 17 September 2020, from <http://10.1109/APMediaCast.2015.7210269>.
- [5] Lindgaard, G., Fernandes, G., Dudek, C., and Brown, J. "Attention web designers: You have 50 milliseconds to make a good first impression!," Behaviour & Information Technology, pp. 115–126. (2006).
- [6] Reinecke, K., Yeh, T., Miratrix, L., Mardiko, R., Zhao, Y., Liu, J., and Gajos, K. Z.. "Predicting users' first impressions of website aesthetics with a quantification of perceived visual complexity and colorfulness," SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '13, pp. 2049–2058(2013)
- [7] Laja, P. 5 Principles of Persuasive Web Design. CXL. Retrieved 22 September(2020), from <https://cxl.com/blog/5principles-of-persuasive-web-design>
- [8] Reinecke, K., Yeh, T., Miratrix, L., Mardiko, R., Zhao, Y., Liu, J., and Gajos, K. Z.. "Predicting users' first impressions of website aesthetics with a quantification of perceived visual complexity and colorfulness," SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '13, pp. 2049–2058. (2013)
- [9] Lindgaard, G., Fernandes, G., Dudek, C., and Brown, J. "Attention web designers: You have 50 milliseconds to make a good first impression!," Behaviour & Information Technology, pp. 115–126.(2006.)
- [10] Phillips, C., and Chaparro, B. S. "Visual Appeal vs. Usability: Which One Influences User Perceptions of a Website More?," Software Usability Research Laboratory (SURL) at Wichita State University (11), pp. 1–9. (. 2009)
- [11] Laja, , opcit, p 54.(2020).
- [12] Fogg, B. J. Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do. Morgan Kaufmann Publishers. (2003).
- [13] Fogg B.J., Hreha J. Behavior Wizard: A Method for Matching Target Behaviors with Solutions. In: Ploug T., Hasle P., Oinas-Kukkonen H. (eds) Persuasive Technology. PERSUASIVE 2010. Lecture Notes in Computer Science, vol 6137. Springer, Berlin, Heidelberg, P117-131. (2010) https://doi.org/10.1007/978-3-642-13226-1_13
- [14] Lockton, D., Harrison, D., & Stanton, N. Making the user more efficient: design for sustainable behaviour. International Journal Of Sustainable Engineering, 1(1), 3-8. (2008). <https://doi.org/10.1080/19397030802131068>
- [15] Oinas-Kukkonen, H., & Harjumaa, M. Persuasive Systems Design: Key Issues, Process Model, and System Features. Communications Of The Association For Information Systems, 24(1), 486-500. (2009). <https://doi.org/10.17705/1cais.02428>
- [16] Oinas-Kukkonen H. op. cit., p 1-3 (2010).
- [17] Nurulhuda Ibrahim, Mohd Fairuz Shiratuddin, and Kok Wai Wong © 2014. The authors assign
- [18] Ibrahim, N., Shiratuddin, M.F. and Wong, K.W. Modelling the persuasive visual design model for web design: A

- [19] Kiwon Seo, Meta-Analysis on Visual Persuasion– Does Adding Images to Texts Influence Persuasion?, Athens Journal of Mass Media and Communications- Volume 6, Issue 3 – Pages 177-190, 2020, <https://doi.org/10.30958/ajmmc.6-3-3>
- [20] لبنى مسعود عبد العظيم، أساليب الإقناع البصري في تصميم الإعلان الرقمي لشركات مستحضرات التجميل بالفيس بوك، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام- المجلد الحادي والعشرون- العدد الثالث- يوليو/ سبتمبر، 2022
- [21] Ana Erika Ruiz-Arellano, David A. Mejía-Medina, Addressing the Use of Artificial Intelligence Tools in the Design of Visual Persuasive Discourses, Designs, December (2022), <https://doi.org/10.3390/designs6060124>
- [22] <https://www.similarweb.com/top-websites/egypt/>
- [23] علوان، مصطفى شكري، تصميم المواقع الإخبارية العربية والأجنبية وعلاقته بتفضيلات مستخدمي الإنترنت، دراسة تطبيقية"، مجلة البحوث الإعلامية، لمجلد 48، 48-ج2، أكتوبر ، الصفحة 799-708 (2017).
- [24] النابغي، ولاء، معايير مصداقية المواقع الالكترونية الاخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 51، 51-ج2، يناير ، الصفحة 628-581، (2019).
- [25] فراج، حسن ، تكنولوجيا الإقناع ودورها في تصميم الصحف الإلكترونية، <https://amjd.org/%D8%A7%D9%83%D8%AB%D8%B1%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9-%D8%B2%D9%8A%D8%A7%D8%B1%D8%A9.html> (٢٠١٩)
- [26] محمد، امنية، ماجستير " اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، دراسة تطبيقية على موقعي فيس بوك وتويتر "، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (٢٠١٦).
- [27] إبراهيم، نجوى، سمات خطاب تعليقات القراء في صفحات الصحف الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن اللقاح المضاد لفيروس كورونا "بالنظير على الصفحة الرسمية لموقع اليوم السابع على شبكة فيس بوك"، (2021) https://jsb.journals.ekb.eg/article_184612.html
- [28] داود، دعاء، تعامل المواقع الرسمية والإخبارية مع الشائعات وانعكاساتها على اتجاهات الجمهور- دراسة تطبيقية لموقع اليوم السابع والصفحة الرسمية لمجلس الوزراء، (٢٠٢١) https://jsb.journals.ekb.eg/article_168284.html
- [29] الخولي، سحر، معالجة تقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس في مواقع الصحف العربية والأجنبية- دراسة تحليلية، المجلد 62، العدد 1، يوليو، الصفحة 150-101، (2022).
- [30] كمال، مها، أطر معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لقضايا حقوق الطفل، https://jsb.journals.ekb.eg/article_218857.html (٢٠٢٢)
- [31] توفيق، كريمة، تقييم الأداء الإعلامي للمواقع الدينية والإخبارية حول وثيقة الأخوة الإنسانية، (٢٠٢١) https://jsb.journals.ekb.eg/article_167981.html
- [32] السواح، خلود، أطر تغطية الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية لأحداث الإرهاب في مصر خلال الفترة بين(2016- 2018) (دراسة تحليلية)، (٢٠٢٠) https://jsb.journals.ekb.eg/article_118079.html
- [33] سعد، جيهان، أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid 19).. دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، (٢٠٢٠) https://jsb.journals.ekb.eg/article_109045.html
- [34] التوام، إبراهيم، أطر معالجة المواقع الإخبارية لأداء مجلس النواب المصري - منح الثقة لحكومة مديولي 2018 نموذجًا، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 51، 51-ج1، يناير ، الصفحة 128-77. (2019)
- [35] عبد الرحمن، أمينة، أطر تقديم المواقع الإخبارية المصرية لمشروعات التنمية في سيناء ودورها في استقطاب الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد خاص، مايو، ص ص 785-715 (2018)
- [36] عبد المطلب، نادر، أسس تصميم المواقع الإلكترونية والإخبارية وعلاقتها بالتفاعلية لدى المراهقين، ماجستير، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل. (2015).
- [37] شحاته، سالي، العملية الإبداعية في تصميم الصفحة الرئيسية بالصحافة الإلكترونية العربية، دكتوراه غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، 2015.
- [38] البطل، هاني، انقراطية الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 51، 51-ج1. (٢٠١٩)
- [39] شحاته، سالي، الإبداع في استخدام الألوان بواجهات المواقع الإخبارية العربية والأجنبية (دراسة مقارنة) ، مجلة القلم، جامعة القلم، العدد 16، (٢٠١٩)، 431:459.
- [40] عارف، طارق ، ماجستير، "متطلبات التحول الرقمي بالمؤسسات الصحفية المصرية.. دراسة ميدانية على عينة من الخبراء والقيادات الصحفية"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. (٢٠٢٢)
- [41] شحاته، سالي، الإقناع البصري في تصميم صفحات معالجة قضايا التنمية المستدامة بالمواقع الإخبارية الصحفية- مبادرة حياة كريمة نموذجًا، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 61، العدد 3، إبريل ، الصفحة 1480-1435 (٢٠٢٢)
- [42] شحاته، سالي، استخدام الوسائط المتعددة في تصميم المواقع الإخبارية الاستقصائية، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، مجلد ٨، العدد ٢، ص

- [43] Ibrahim, N., Shiratuddin, M. F., & Wong, K. W. Proposed Model of Persuasive Visual Design for Web Design. In 25th Australasian Conference on Information Systems (ACIS2014). Auckland, New Zealand. (2014). Retrieved from <http://hdl.handle.net/10292/8044>
- [44] Laja, OP. Cit. . (2020)
- [45] Ibrahim, N., Shiratuddin, M.F. and Wong, K.W. Modelling the persuasive visual design model for web design: A confirmatory factor analysis with PLS-SEM. In: Nifa, F.A.A., Lin, C.K. and Hussain, A., (eds.) AIP Conference Proceedings. AIP Publishing LLC. (2018) <https://doi.org/10.1063/1.5055458>
- [46] Wiafe, I., Nakata, K. and Gulliver, S.,. Designing Persuasive Third-Party Applications for Social Networking Services Based on the 3D-RAB Model. Communications in Computer and Information Science, pp.54-61. (2011)
- [47] فراج، حسن، مرجع سابق، ص ٧٠، (2017).
- [48] شحاته، سالي، مرجع سابق، ص ١٢٤٥، (2022).
- [49] شحاته، سالي، المرجع السابق نفسه، ص ١٢٤٥، (2022).
- [50] نعيمة، برنيس، تطبيقات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد ٤٧ جوان، ص ص ٣٥٥:٣٦٧. (٢٠١٧)
- [51] McDowell, W. C., Wilson, R. C., & Kile, C. O. An examination of retail website design and conversion rate. Journal of Business Research, 69(11), 4837–4842. Malaysian Communications and Multimedia Commission. (2016).
- [52] Thielsch, M. T., Blotenberg, I., & Jaron, R. User evaluation of websites: From first impression to recommendation. Interacting with Computers, 26(1), 89–102. . (2014).