جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال

Université 08 mai 45 Guelma
Faculté des sciences humaine et sociale
Département de Communication

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر

تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

تطور تصميم المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية

دراسة حالة شبكة الجزيرة

من إعداد الطلبة:

- حومر رميساء
- زايد علي
- سريدي رامي عبد الكريم

تحت إشراف:

أ. مرزوقي حسام الدين

أعضاء لجنة المناقشة

أ. بن زرارة أمينة	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	عضوا رئيسا
أ. زودة مبارك	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	عضوا مناقشا
أ. مرزوقي حسام الدين	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	عضوا مشرفا

2022-2021

بسم الله الرحمن الرحيم

كلمة شكر

بسم الله وكفى، والصلاة والسلام على النبي المصطفى ومن لأثره اقتفى،

وبهداه اهتدى، محمد خير خاتم المرسلين، الحبيب الأمين.

نتقدم بالشكر الجزيل لله سبحانه وتعالى على حسن عونه وتوفيقه،

والعرفان بالجميل للأستاذ المشرف "حسام الدين مرزوقي" الذي لم يبخل علينا بجهده، ونصائحه وتوجيهاته.

وإلى جميع الأساتذة الذين رافقونا في مشوارنا الدراسي.

"اللهم أكرمنا بتوفيقك، وبحبك، وكن سنداً و عوناً ومعيناً لنا"

"اللهم لا تجعل حاجتنا إلا في يدك، وأجعل كل ما يتمناه قلبنا تراه أعيننا"

إهداء

أيام مضت من عمرنا بدأناها بخطوة وها نحن اليوم نقطف ثمار مسيرة اعوام فالحمد لله الذي أعاننا

أهدي هذا العمل المتواضع إلى الذي لم يبخل علي يوماً بشيء

إلى سبب وجودي في الحياة.. والدي الحبيب.. لك كل التجلي والاحترام

إلى التي غمرتني بفيض حنانها ولا زالت روحها في قلبي

إلى رمز الحب والتضحية.. إلى من كانت دعواتها سر نجاحي أمي الغالية..(أسكنها الله فسيح جنانه)

إلى التي شاركتني في الحياة وعوضتني عن ما فات أختي (إيمان)

إلى من أرى التفاؤل بعينيه والسعادة في ابتسامته أخي الصغير (أنيس)

وحبيبتي التي تزيل عني الحزن أسيل (عسولة)

إلى خالتي في مقام أمي (حكيمة) إلى جدتي التي علمتني الصمود (الكاملة)

إلى توأمي وأختي وزهرتي حبيبتي (ياسمين فطايمية) وحبيبة قلبي والأخت الحنونة (ياسمين بلخرشوش)

وإلى التي عرفتني بهم أيام الدراسة وأصبحوا إخوتي (زينب، هناء، علي، رامي)

إلى صديقتي بمثابة أختي وصديقة العمر (صوفيا) وإلى أحلى صديقة من الثانوية (شيماء)

إلى حبيبتي وحلوتي (نسرين)

إلى بنت خالتي التي شاركتني بإحساسها (فرحة) وبنات خالاتي الأخريات (سمية، خولة، سارة)

إلى من كانوا معي وساندوني ولو بكلمة إلى أصدقاء المواقف والأحبة

إلى قططي التي سهرت معي الليالي

إلى ذلك الشخص الذي قهر متاعب الحياة وتحمل ضغوطاتها إلى من يستحق الشكر والتقدير....

...نفسي نعم انه أنا...

حومر رميساء

أهدي هذا البحث إلى كل طالب علم يسعى لكسبه المعرفة و تزويد رصيده المعرفي العلمي والثقافي.

إلى من ساندتني في صلاتها ودعائها إلى من تشاركني أفراحي إلى نبع العطاء و الحنان "أمي"

إلى أعظم وأعز رجل في الكون أبي العزيز الذي لم يبخل علي بأي شيء.

إلى من سعى لأجل راحتي ونجاحي إلى أخواتي العزيزات ياسمين ونرجس والأخص بالذكر زملائي رميساء، علي، زينب، وهناء وإلى كافة أفراد عائلاتهم على كل المساعدات

إلى كل من كان خير عون لي في إنجاز هذا البحث وأيضا اصدقاء الروح حمدي، رفيق، مراد، باسم الذين كانوا دائما سندا لي و ايضا

أقدم إهداء خاص إلى كامل اسرة المنظمة الوطنية للتضامن الطلابي اخوتي الاعزاء

شكرا وجزيل الشكر لكم انتم يامن كنتم دائما مؤمنين بشخصي وساعدتموني لكي اكون في ما أنا عليه تحياتي الخالصة لكم

سريدي رامي عبد الكريم

الحمدلله الذي جعل لي من العلم نورا أهتدي به

إلى من كان دعائها سر نجاحي الى من حملتني بروحها الطاهرة و علمتني الصمود و سهرت معي الليالي الى اغلى ما في الوجود "أمي الغالية"

إلى أول من انتظر هذه اللحظات ليفتخر بي إلى من دأبت أنامله ليقدم لي لحظة سعادة إلى من حصد الأشواك ليحميني ويمهد لي طريق العلم إلى سندي في الحياة صاحب القلب الكبير "ابي الحبيب"

إلى أغلى ميراث أهداني إياه والداي الى شمس البيت و ضياءها أخواتي الغاليات " منال، وسام و أميرة"

الى القلوب الطاهرة النقية و فوانيس الشغب في بيتنا أبناء أخوتي" عبد الحميد ، رتاج و تسنيم"

الى الاخوين اللذان ولدتهم لي الحياة فاجتمعتنا رفقة ثم اخوة وكنا اليد التي صنعت هذا العمل المتواضع " رميساء ورامي"

الى رفاق الدرب والاحبة من أقضي معهم أيامي " معادي محمد ، سامي ، بلال ، زاكي ، ايوب ،حمدي ، احلام ، مسعودة"

الى إخوة لم تلدهم أمي و لكن أنجبتهم الحياة فجمعتنا على الحلو و المر "رميساء ، رامي ، زينب و هناء"

الى استاذي الفاضل الذي لم يبخل علينا فكريا و معنويا فكان نعم المعلم " حسام الدين مرزوقي"

لكل أستاذ كان ينبوع العلم الذي لا ينضب و مد لنا من العلوم أحسنها و كان له السبب في وصولي الى ما أنا عليه اليوم شكرا.

زايد علي

الفهرس

الملخص..... 10

مقدمة: .....أ

تمهيد 14

1.1 الإشكالية..... 15

2.1 أهداف الدراسة: 16

3.1 أهمية الدراسة:..... 17

4.1 اسباب اختيار الموضوع:..... 17

5.1 تحديد مفاهيم أساسية:..... 18

6.1 الدراسات السابقة: 19

7.1 منهج الدراسة:..... 26

تعريف منهج دراسة الحالة:..... 26

8.1 مجتمع وعينة البحث: 27

9.1 أدوات جمع البيانات: 28

..... 30

تمهيد 33

الفصل الأول: مدخل مفاهيمي..... 34

المبحث الأول: المحتوى الرقمي..... 34

1.1 مفهوم المحتوى:..... 34

2.1 تعريف المحتوى الرقمي:..... 35

3.1 مفهوم صناعة المحتوى: 36

4.1 نشأة وتطور المحتوى: 37
5.1 أنواع المحتوى الرقمي: 38
6.1 أهمية المحتوى الرقمي: 40
المبحث الثاني: أساسيات المحتوى الرقمي 41
1.2 عناصر المحتوى: 41
2.2 بنية صناعة المحتوى و مكوناته: 42
3.2 أبعاد ودوافع صناعة المحتوى: 43
4.2 مجالات صناعة المحتوى الرقمي: 45
المبحث الثالث: أشكال المحتوى الرقمي 45
1.3 المحتويات النصية: 45
2.3 المحتويات المرئية: 47
3.3 المحتويات الصوتية: 52
المبحث الرابع:المنصات الرقمية 52
1.4 تعريف المنصات الرقمية: 52
2.4 أنواع المنصات الرقمية: 53
3.4 الخصائص الرئيسية للمنصات الرقمية: 58
خلاصة الفصل: 60
تمهيد 61
الفصل الثاني: تصميم المحتوى الرقمي 62
المبحث الأول: أهم أنواع تصميم المحتوى الرقمي 62
1.1التصميم الغرافيكي: 62
2.1 التصميم التفاعلي: 66

3.1 تصميم الويب: 68
4.1 التصميم الطباعي: 71
5.1 تصميم تجربة المستخدم: 72
6.1 تصميم واجهة المستخدم: 75
المبحث الثاني: الأدوات والبرامج المستخدمة في تصميم المحتوى الرقمي: 76
1.1البرامج الخاصة بالصور: 76
2.2 البرامج الخاصة بالفيديو: 78
3.2 البرامج الخاصة بالانفوجرافيك: 79
المبحث الثالث: تصميم المحتوى الرقمي في التطبيقات والمنصات الرقمية والأدوات المدمجة: 80
1.1المحتوى الرقمي على الانستغرام (Instagram) : 80
2.3 المحتوى الرقمي على التيك توك (Tik Tok) : 84
3.3 المحتوى الرقمي على السنابشات (Snapchat): 87
4.3 المحتوى الرقمي على اليوتيوب: 89
خلاصة الفصل: 92
تمهيد 94
1. البطاقة الفنية: 95
1.1التعريف بالشبكة: 95
2.1 نشأة شبكة الجزيرة: 95
3.1 اهداف الشبكة الجزيرة: 96
4.1 فروع شبكة الجزيرة: 97
2. تفريغ البيانات: 98
1.2 تصميم موقع الجزيرة نت: 98

2.2 تصميم المحتويات التفاعلية الخاصة بالجزيرة نت: 102
3.2 التواجد الرقمي الخاص بـ+AJ بالعربي عبر المنصات الرقمية: 111
4.2 التواجد الرقمي للجزيرة عبر المنصات الرقمية: 117
3. مناقشة النتائج العامة للدراسة: 126
4. الاجابة عن تساؤلات الدراسة: 129
خاتمة: 132
فهرس الأشكال 135
قائمة المصادر والمراجع: 137

الملخص

تناولت هذه الدراسة موضوع تطور تصميم المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية، حيث هدفت إلى معرفة أهم التقنيات والخصائص الجديدة للمحتويات، بالاعتماد على شبكة الجزيرة كونها من أكبر القنوات استخداما وتطورا من حيث تصميم الموقع والمحتوى، ومن أكثر القنوات الإخبارية تفاعلا من قبل المستخدمين. حيث تناولت هذه الدراسة مختلف جوانب الموضوع، حيث تطرقنا إلى الإجراءات المنهجية لعرض أسباب اختياره مع أهميته بالنسبة للتخصص، بالإضافة إلى سلسلة من الأهداف، حيث أردنا من خلال هذه الدراسة إبراز أهم الأشكال الجديدة للمحتويات الرقمية، والتعرف على أهم الطرق أو الأساليب التي اعتمدتها قناة الجزيرة في نشر أنواع مختلفة من المحتويات عبر التقنيات والخصائص المطورة لكل شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي وموقعها الخاص، مع معرفة أهم الاتجاهات الحديثة للتصميم التي تعتمد عليها هذه القناة، وأردنا تسليط الضوء على أهم المشاريع التفاعلية التي عملت شبكة الجزيرة نت على استخدامها ونشرها عبر مختلف منصاتها، ولتحقيق هذه الأهداف اعتمدت هذه الدراسة على منهج دراسة الحالة كونه الأنسب لمثل هذه المواضيع، والذي ساعدنا على جمع معلومات شاملة عن استخدام شبكة الجزيرة للمحتوى الرقمي وأيضا صفحاتها عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتقديم تحليل مفسر ودقيق وصولا إلى النتائج والحلول المراد تحقيقها.

كما لخصت هذه الدراسة أهم المصطلحات والمفاهيم المرتبطة بالمحتوى الرقمي وأنواعه وأشكاله بالإضافة إلى معرفة أبرز المنصات الرقمية، مع عرض مفصل لأنواع التصميم الحديثة الخاصة بالمنصات الرقمية للمحتويات. أما بالنسبة للإطار التطبيقي فقد تطرقت الدراسة إلى التعرف على نسخة الحديثة لموقع الجزيرة وما وفرته من منصات تفاعلية بالإضافة إلى الاطلاع على مختلف صفحاتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تم تحليل هذه المنصات للكشف عن أهم الطرق وأساليب التصميم المعتمدة حاليا، من أجل ربط ما تم توصل إليه من نتائج الخاصة بالتطور تصميم المحتويات الرقمية.

الكلمات المفتاحية: تصميم، المحتوى الرقمي، المنصات الرقمية، قناة الجزيرة، موقع الويب، شبكات التواصل الاجتماعي.

Abstract

This study shed light on addressing the issue of the development of digital content designing across digital platforms, as it aimed to explore the most important technologies and the latest content characteristics. All this was based on Al Jazeera Network as a sample, being one of the most commonly used and developed channels in terms content, website designing, and also one of the most interactive news channels by its users.

This study dealt with several aspects of the subject, in which we followed the methodological procedures to present the reasons for which we chose it, its importance to the domain, with a series of objectives alongside.

Through this study, we sought to highlight the most important new forms of digital content, to identify the most important ways or methods adopted by Al Jazeera in diffusing different types of content through the technologies and features developed for each social network and its own website, as well as getting in touch with the latest designing-approaches on which the channel relies. To achieve these goals, this study relied on the case-study approach as it is the most thematically adequate, which helped us gather comprehensive information about the Al Jazeera network's use of digital content as well as its pages on social media platforms, and provide a well elaborate analysis to reach the results and the desired solutions.

The study summed up the most important digital content related terms and concepts, its types and forms, in addition to knowing the most prominent digital platforms. As for the applied framework, we dealt with the identification of the modern version of the Al-Jazeera website and its interactive platforms, in addition to viewing its various pages through social networks. These platforms were analyzed to reveal the most important design methods currently adopted in order to link the findings to the development of digital-content designing.

Keywords: design, digital content, digital platforms, Al Jazeera channel, website, social networks.

مقدمة:

ان العالم اليوم لم يعد كالماضي فقد أصبح يتمتع بالقوة بفضل التكنولوجيات الحديثة والتقنية، مكنته هذه الاخيرة من كسر العديد من العوائق والحواجز، خصوصا تكنولوجيا المعلومات التي بفضلها تحول كل ما هو تقليدي إلى رقمي وهذه التطورات سأهمت وبشكل كبير في مجال الإعلام والاتصال، فالمجتمع الان أصبح يعتمد كثيرا على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في حياته اليومية، أدت به إلى خلق شبكات عبر الانترنيت وبالأخص الويب، هذه الشبكات مكنته من ممارسة حياته الاجتماعية عبر هذه الوسائط، وأصبح يطلق عليها بالمنصات الرقمية، وهنا لم يعتمد المجتمع على هذه المنصات فقط للتواصل بل أصبح يعرض أشكالا عديدة من المحتويات الرقمية والتي يقصد بها خدمة معينة او كل ما يتضمنه مجال الإعلام والاتصال، جعلته يتفنن في تصميم المحتويات الرقمية ويواكب أيضا التطورات التي تطرحها التكنولوجيا. بما في ذلك قنوات الأخبار وبالأخص الجزيرة التي تعتبر من أكبر المؤسسات التي تعرض دائما محتواها الرقمي بتصميم عصري وحديث.

الإطار المنهجي تضمن الأشكالية العلمية التي يدور حولها موضوع الدراسة بطريقة منهجية، وتتضمن هي الأخرى التساؤل الرئيسي وتندرج تحته التساؤلات الفرعية، ثم تطرقنا إلى الاسباب التي أدت بنا إلى اختيار هذا الموضوع، ثم توضيح فيما تتمثل أهمية الموضوع كونه موضوع يتماشى مع العصر الحالي، وقمنا بوضع أهم الاهداف المراد تحقيقها من وراء هذه الدراسة بالإضافة إلى تشكيل عناصر تتمثل في الاسباب التي أدت بنا إلى اختيار هذا الموضوع، قمنا بالاستعانة ببعض الدراسات السابقة التي تعتبر من أهم الخطوات التي يقوم عليها البحث بحيث جعلتنا نعرف وجهتنا في الموضوع بشكل واضح تضمن الدراسات الاجنبية والعربية، اعتمدنا على منهج دراسة حالة الذي من خلاله تعمقنا في الدراسة من أجل الوصول إلى نتائج معمقة ودقيقة، بالإضافة إلى الإشارة إلى مجتمع البحث والعينة المختارة التي تساهم في جمع البيانات، وفي الاخير الأدوات التي ساعدتنا في جمع المعلومات وهي الملاحظة وأداة المناهج المختلطة حيث اعتمدنا على تحليل واجهة المستخدم وتحليل تجربة المستخدم.

أما بالنسبة إلى الفصل الأول من الإطار النظري وكان عنوانه مدخل مفاهيمي يحتوي على أربعة مباحث لكل مبحث عنوان، وهنا قمنا بتخصيص مبحث يوضح بعض المفاهيم المرتبطة بالمحتوى الرقمي والأهمية بالإضافة إلى النشأة وأنواع المحتويات. ثم في المبحث الذي يليه خصصناه للأساسيات التي يقوم عليها المحتوى الرقمي تتضمن أهم العناصر وبنية صناعة المحتوى الرقمي بالضافة إلى الأدوات التي تساعد في انتاج المحتوى والمجالات التي تستقبل المحتوى الرقمي. ثم في المبحث الثالث تناولنا فيه أشكال المحتويات الرقمية التي هي الصوتية، المرئية، والنصية. وفي المبحث الاخير خصصناه للمنصات الرقمية حيث قدمنا فيه مفهوم يوضح معنى المنصات الرقمية ثم تندرج تحته أنواع المنصات الرقمية وخصائصها

الرئيسية. فقد قمنا هنا بجمع المعلومات التي وجب عليها ان تتوفر في موضوع دراستنا والتي تعتبر من الاساسيات التي توضح لنا نقاط الأهمية في الدراسة.

أما في الفصل الثاني فقد خصصناه لتصميم المحتوى الرقمي يحتوي على ثلاث مباحث اساسية تشمل العناصر الاساسية للموضوع، تطرقنا في المبحث الأول إلى أهم أنواع تصميم المحتوى الرقمي توفر هذا المبحث على عدة مطالب فيه أهم الأنواع من بينها التصميم الغرافيكي، التصميم التفاعلي، تصميم الويب، التصميم الطباعي، وتصميم تجربة وواجهة المستخدم يحتوي كل مطلب على أهم العناصر التي تصف هذه الأنواع واساسياتها، ثم في المبحث الذي يليه تناولنا الأدوات والبرامج المستخدمة في تصميم المحتوى الرقمي وهنا قمنا بتخصيص البرامج والأدوات حسب أشكال المحتويات، وفي الاخير تطرقنا إلى تصميم المحتوى الرقمي عبر مختلف المنصات الرقمية والأدوات المدمجة في كل منصة، تمثلت هذه المنصات في الانستغرام، السنابشات، التيك توك، واليوتيوب، قمنا هنا بشرح أهم الأدوات والخاصيات التي تتمتع بها كل منصة رقمية. حيث قمنا بمعالجة المتغيرات التي تتوفر عليها دراستنا وحتى توضح لنا أشكال المحتويات وتصميمها لإسقاطه على الجانب التطبيقي.

وأخيرا الإطار التطبيقي، حيث يحتوي هذا الإطار على دراسة تحليلية قمنا بتوضيح أهم النقاط التي تخص قناة الجزيرة بما فيها تاريخ نشأتها، ثم قمنا بتحليل الموقع الرسمي للقناة عبر مرور 3 سنوات لنوضح تطور تصميم المحتوى الرقمي والويب الخاص بالقناة، وأيضا قمنا بتحليل أهم المشاريع التي كان لها صدى في العالم العربي والعالم ككل باعتبارها اكبر مؤسسة اعلامية عربية عالمية. وقمنا أيضا بتحليل مختلف المحتويات التي تعرضها عبر منصات التواصل الاجتماعي. وختمنا العمل بعرض النتائج العامة للدراسة.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي

1.1 إشكالية الدراسة

2.1 اهداف الدراسة

3.1 أهمية الدراسة

4.1 أسباب اختيار الموضوع

5.1 مفاهيم الدراسة

6.1 الدراسات السابقة

7.1 منهج الدراسة

8.1 مجتمع وعينة البحث

9.1 أدوات جمع البيانات

الإطار المنهجي

تمهيد

يتناول هذا الإطار، الجانب المنهجي للدراسة، ابتداءًا من الأشكالية التي توضح الأشكال الذي يدور حوله موضوع الدراسة بالإضافة إلى الاجراءات المنهجية الدراسية، التي تعد من أهم الخطوات التي يقوم عليه البحث العلمي وصولا إلى أهم الدراسات السابقة المشابهة للموضوع والأدوات والمنهج الملائم للدراسة.

الإطار المنهجي

1.1 الإشكالية

شهدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تطورا مذهلا في العقود الأخيرة، مما ساهم في تخطي معيقات الوقت والمسافات في تلقي وتداول المعلومات، كما شهد العالم ظهور العديد من وسائط نشر المحتوى الإعلامي، إلا أن المحتوى الجيد لوحده لا يكفي إذ أصبح يحتاج إلى واجهات تفاعل وتصاميم جيدة لعرضه، فقد أضحى صناع المحتوى يهتمون بالتصميم الغرافيكي الذي يعد الأن من أساسيات إعداد المحتوى الرقمي. وبفضل الحاسوب وتقنياته وبرمجياته تطور المحتوى من خلال التطبيقات والتقنيات الحديثة التي تمتلك القدرة الكافية على النشر والكتابة والقراءة والتصميم بسرعة ونجاعة، فالحوسبة بأشكالها تعتمد اليوم كوسيلة لتطبيق الافكار والابداعات الخاصة بالمحتوى الرقمي مرتبطة بالتطورات والتحديثات الخاصة بها وببرمجياته والتكنولوجيات الأخرى في معالجة المعلومات والمحتويات.

وتتابعت التطورات التقنية في العصر الحديث بشكل سريع وأصبح الحاسوب نقال وارتبط بالانترنيت مما سهل في عملية النشر على اوسع نطاق من خلال صفحات الويب 1.0، فمع تطور الحاسوب أصبح من السهل انشاء صفحات ويب خاصة تعرض محتوى للقراءة فقط يتم تصفحها من أجل استعراض محتوى الموقع، وكان الويب 1.0 الوسيلة الأكثر انتشارا في التسعينيات من القرن الماضي لسهولة نقل وتبادل المعلومات والمحتويات من خلاله، غير انه لم يكن يعتمد على تصميم تفاعلي مع الجمهور مما أدى إلى ظهور الحاجة للإضافة الآنية للمحتويات والصفحات وتعديلها بدون خبرة برمجية كبيرة، وكانت معظم الانتقادات الموجهة لهذا الجيل تدور حول هذا الموضوع.

أدى تحديث الجيل الأول من الويب وإضافة خصائص جديدة إلى ظهور الجيل الثاني من الويب الذي جاء لتحسين الصفحات والمواقع، غرضه نشر روح التفاعلية والتشاركية والترابط الاجتماعي في صفحاته حيث أصبح يمكن من تقديم تصاميم مختلفة عن الجيل الأول لكنه يتوافق مع كافة أشكال المحتويات في نفس الوقت. هذا الأمر حفز على خلق انترنيت جديدة مختلفة عن القديمة، بحيث اتجه اهتمام رواد الويب إلى توظيف البرامج الاجتماعية كالمدونات والويكي كما برزت وسائط جديدة لها أهمية في معرفة أهم الافكار التي يطرحها المستخدمين والتقنيات التي ادت إلى ظهور نسخ مطورة من تصاميم المحتوى، بالإضافة إلى استمرارية تطور أهم منصات التي جعلت الاشخاص يتفاعلون مع ما تقدمه من محتويات مختلفة وما تنتجه من معلومات كالشبكات الاجتماعية.

وقد أصبح الجيل الثاني من الويب منشأ للكثير من شبكات التواصل الاجتماعي التي تختلف عن بعضها البعض في عرض محتواها، فلكل منصة تصميمها وأدواتها الخاصة التي تميزها عن غيرها من المنصات الأخرى، حيث تعرض من خلالها مختلف أنواع الوسائط المتعددة وتركز على الاتصال ومشاركة المحتوى وتمثل مجتمعات افتراضية يستخدمها الفرد لاغراض معينة. إضافة إلى تعددها فهي أيضا لم تخلو من تعدد تصاميمها، فمعظم هذه المنصات أصبحت تستخدم من أجل عرض محتوى معين من طرف صاحب الصفحة فضلا عن إفساحها المجال لمشاركة متابعيه عبرها. أكثر المنصات

استخداما الانستغرام والفايسبوك والتويتر لكن المحتوى يختلف من منصة إلى أخرى لان لكل منصة جمهور معين يتابعها ويستخدمها، تتصف محتوياتها بالابداعية والابتكار في نشرها مما يكثف العمل في صناعة هذه المحتويات.

أدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي إلى الحاجة أكثر لتطوير معالجة المحتويات مما خلق التقنيات التي ادت إلى ظهور الواقع الافتراضي والواقع المعزز حيث تمكن المستخدم من محاكاة البيئة وتجربتها والتفاعل معها من خلال جيل جديد من أجهزة خلق وعرض المحتوى، وتصنع هذه التقنيات محتويات رقمية قريبة من الواقع تعتمد بكثرة على التصميم الغرافيكي في تجسيد الكتابات والرسومات الغرافيكية وغيرها من التعديلات الصوتية والفيديوهات وعليه أصبح التصميم الغرافيكي يشكل ثورة رقمية لعرض المحتوى بمختلف أشكاله في أحسن وأقرب صورة للحقيقة والواقع وأضحى يشكل أهمية كبيرة في احتواء المعلومات وعرضها للجمهور فهو يمثل القالب الذي يضم الفكرة بما يضمن إيصالها لمئات ملايين المستخدمين الشغوفين بتجربة المحتويات الإبداعية عبر المنصات الرقمية المختلفة.

ومن خلال هذه التطورات التكنولوجية نرى ان المحتويات الرقمية مرت بالعديد من المراحل التي جعلتها تظهر في تصاميم تتواكب مع هذه التطورات فقد تنوعت الوسائل والتطبيقات التي تنشر هذه المحتويات مما يدل على تنوع في التصاميم و الافكار الابداعية ومع استمرارية هذه التحديثات التكنولوجية والتقنية جاءت دراستنا من أجل معرفة أهم ما جاءت به المنصات الرقمية من الاضافات والابتكارات في مجال تصميم المحتوى الرقمي وعليه نطرح التساؤل التالي:

كيف تطور تصميم المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية عبر شبكة الجزيرة؟

التساؤلات الفرعية:

- ماهي أشكال المحتويات الرقمية التي تم توظيفها عبر المنصات الرقمية االخاصة بشبكة الجزيرة؟
- ماهي اتجاهات التصميم الحديثة التي اعتمدت عليها شبكة الجزيرة في عرض مختلف أشكال المحتويات الرقمية؟
- كيف تطورت استراتيجية المحتوى الرقمي لشبكة الجزيرة؟

2.1 أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا لتحقيق جملة من الاهداف نذكر منها:

- معرفة الاتجاهات الحديثة للتصميم التي تعتمد عليها قناة الجزيرة عبر موقعها الخاص وشبكات التواصل الاجتماعي
- اكتشاف أهم المنصات الرقمية التي تعمل على توفير خصائص ومميزات التي ساهمت في ظهور محتويات رقمية جديدة
- إبراز أهم الأشكال الجديدة للمحتويات الرقمية.

- معرفة تغيرات والتطورات التي طرأت على الموقع الخاص بالجزيرة.
- معرفة دور منصات الرقمية في الكشف عن أنواع حديثة للمحتويات الرقمية.
- إبراز طريقة أو الأسلوب الذي اعتمدته قناة الجزيرة في نشر أنواع مختلفة من المحتويات عبر كل شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي.
- الكشف عن العلاقة التي تربط بين المحتويات والمنصات الرقمية.
- اكتشاف أهم مشاريع التفاعلية الحديثة وما تنتجه من أشكال من المحتويات الرقمية، والتي اعتمدت عليها شبكة الجزيرة كخاصية من الخصائص التي تميزها عن مختلف شبكات والمواقع الأخرى.

3.1 أهمية الدراسة:

- الكشف عن مراحل تطور تصميم المحتوى الرقمي لشبكة الجزيرة
- ابراز أهم التصاميم التي تعرضها الجزيرة عبر مختلف المنصات الرقمية وأكثر الاشكال استخداما.
- الكشف عن التكنولوجيات والتقنيات الحديثة المستخدمة في مجال الاعلام والاتصال لعرض المحتوى الاعلامي.

4.1 اسباب اختيار الموضوع:

ان اختيار المواضيع ليس بالامر الهين لذلك فقد كان لنا قرار بعد أن تم البحث والاستطلاع أكثر حول الموضوع الذي حقا نريد أن يكون محط الدراسة، لذلك كوننا باحثين فقد تعددت الاسباب لاختيار هذا الموضوع وهي كالتالي:

- أهمية الموضوع في التخصص خاصة باعتباره موضوعا جديدا.
- الاهتمام الشخصي والرغبة في اشباع فضولنا العلمي من خلال دراستنا للموضوع لاكتشاف أهم ما تصول اليه هذا المجال بالإضافة إلى الميول وحب مجال التصميم الواسع.
- اهتمام بتطور الحاصل في مجالات علوم الإعلام والاتصال خصوصا بعد ظهور تكنولوجيا المعلومات.
- محاولة اكتشاف مدى التقدم والتغيرات التي طرأت على المنصات الرقمية من ظهور تقنيات وبرمجيات تكنولوجية الحديثة التي تساهم في تحسين صورة تصميم المحتوى الرقمي.
- ندرة الدراسات والبحوث التي تهتم بتطور المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية بسبب التطور والتجديد المستمر لتكنولوجيا الحديثة وكونه موضوع خاضع للدراسة على مر السنين لأن التكنولوجيا ما زالت قيد التطور فهي تبحث عن الابتكار والابداع.

5.1 تحديد مفاهيم أساسية:

1.5.1 المنصات الرقمية:

هي بيئة تفاعلية قائمة على استخدام التكنولوجيا تسمح لعدة مشاركين بالاتصال والتفاعل مع بعضهم البعض لتبادل المعرفة والمعلومات والبيانات حيث تسمح المنصات بإزالة العوائق والحواجز أمام التواصل وتعزيز التفاعلات الاجتماعية في جميع المجالات "وتسهم المنصات الرقمية في بناء شبكة تفاعلية مع زملاء أخرين بنفس التخصص مع إمكانية الحوار والنقاش وتبادل الآراء والأفكار وايجاد مواضيع أخري مرتبطة بتخصص مشابه"[1]

- تعريف اجرائي:

هي ارضيات تعتمد على استخدام التكنولوجيات الحديثه التي تسمح لمستخدميها بنقل وتبادل المعلومات، هدفها خلق ارضيات مبنية على التفاعل والمشاركة وتوفر سهولة التواصل بينهم، يعتمدها العديد من الناس حتى المؤسسات الإعلامية المتطورة في ايصال رسائلها لاكبر عدد من الجمهور.

2.5.1 التصميم الغرافيكي ***graphic design***:

هو نهج ابداعي يقوم به مصمم بناءً على طلب الزبون, من أجل ايصال رسالة معينة للجمهور المستهدف, ببساطة يعني منهج التعبير عن افكار معينة باستخدام الوسائل البصرية فهذه العملية اشبه بترجمة الاحاسيس الداخلية لدى الشخص, عن طريق استعمال الأشكال المجردة المستقاة من الطبيعة ضمن علاقات معينة, كما يشير إلى عدد من التخصصات الفنية والمهنية التي تركز على الاتصالات المرئية وطرق عرضها واستخدام اسالي متنوعة للجمع بين الرموز والصور والكلمات.[2]

- تعريف اجرائي:

هو فن ابداعي يقوم على تصوير الافكار من خلال استخدام الوسائل التشكيلية اللازمة للتصميم حتى يتم تشكيل عمل فني في شكل صورة ثابتة وهذه الصورة لها أشكال أما مطبوعة او رقمية او ثلاثية الابعاد.

3.5.1 تصميم الويب***web design*** :

إنشاء موقع انترنيت (مجموعة من الملفات الموضوعة جنبا إلى جنب على خادم إنترنيت او أكثر) مما يسمح بعرض المحتوى ويشمل هذا (المحتويات والواجهات التفاعلية) للمستخدم النهائي على شكل صفحة إنترنيت عند طلبها

---

[1] محمود, مصطفى أبوطبل, وسيد عبد المجيد, « **الهوية الرقمية للمنصات الإلكترونية جامعة حلوان** », مجلة العمارة والفنون والعلوم الانسانية, العدد الثاني وثلاثون , مارس 2022, 683.

[2] أشرف دويكات، دلال بديع, **التصميم الغرافيكي**, رام الله فلسطين, مركز المناهج, 2020, ص7.

والتي تحتوي على عدة عناصر كالنصوص والنماذج البريدية والصور النقطية، وكل ذلك يتم ترتيبه بواسطة أحدى اللغات المستخدمة مثل، HTML وXHTML وXML و CSSوJAVASCRIPT [1]

- تعريف اجرائي:

هو عبارة عن مجموعة من ابتكارات و تقنيات تستخدم في انشاء مواقع تحتوي على صفحات مكونة من محتويات مختلفة سواء كانت صورة وفيديوهات وبريد الكتروني وحتى ماقع تواصل اجتماعي، يتم التفاعلمعها وتشاركها، كما تقدم تجربة جيدة جدا في التصفح للمستخدمين.

4.5.1 المحتوى الرقمي:

يقصد بالمحتوى الرقمي بأنه ذلك المحتوى الموجود على شبكة الانترنت متمثلا في هذا الكم الهائل من المعلومات التي يحتاجها الانسان في حقول المعرفة المختلفة من العلوم الانسانية والتطبيقية، ومن معلومات عن الطقس وشؤون الاقتصاد والمال، والطب والصحة، والسياسة والاجتماع وغير ذلك، كل ذلك منظم في بنوك معلومات، ومواقع شركات، ومواقع المؤتمرات، وغير ذلك والمحتوى الرقمي يوجد بلغات عدة بعدد لغات مستخدمي الانترنت في العالم.[2]

- تعريف اجرائي:

يقصد به تلك المعلومات و البيانات المتاحة على الانترنت او على الوسائل التكنولوجية (الجوال والأجهزة المحمولة وجهاز الحاسوب وما إلى ذلك)، سواء كانت مكتوبة، مسموعة، مرئية او عبارة عن رسومات او برامج في شتى المواضيع والتخصصات، وهذا المحتوى الرقمي يلبي حاجات المستخدمين.

6.1 الدراسات السابقة:

دراسة أ.م.د/ميسره عاطف محمد نجيب المطيعي، بعنوان أثر تصميم محتوى رقمي تفاعلي في تحسين مستوى الطلاب لمقرر تقنيات الطباعة في برامج التصميم الغرافيكي الأكاديمي لسنة 2020:

لقد حاول الباحث من خلال هذه الدراسة معرفة اثر تصميم المحتوى الرقمي التفاعلي في تحسين مستوى الطلاب تخصص قسم التصميم الغرافيكي، حيث قام بتجربة تدريس في مادة تقنيات الطباعة، وسعى الباحث إلى تحقيق جملة من الاهداف حيث انه أراد إثبات أن المحتوى الرقمي التفاعلي للمقررات يكون أكثر فعالية من تناوله بالطرق التقليدية، كما يهدف أيضا إلى زيادة التحصيل المعرفي لطلاب التصميم الغرافيكي عند دراسة مقرر تقنيات الطباعة، مع زيادة كفاءة

[1] محمد عبد الفتاح محمود رمضان, **"دور اتجاهات التصميم في زيادة قابلية استخدام المواقع الالكترونية التجارية بالاردن"**, (رسالة ماجستير), جامعة الشرق الاوسط, 2017, ص 6.

[2] مصطفى الاعصر, **المحتوى الرقمي العربيVSالمحتوى الرقمي الغربي**, القاهرة, مركز هردو لدعم التعبير الرقمي, 2016, ص 6.

الإطار المنهجي

المهارة الذهنية لطلاب عند دراسة هذا المقرر رقميا، كما اراد الباحث من هذه دراسة قياس ومعرفة مدى تحسين مستوى تدريس المقرر باستخدام المحتوى الرقمي.

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهجين، المنهج الوصفي للإطار النظري للبحث، يقوم فيه الباحث بوصف مفاهيم المقررات الالكترونية والمناهج التدريس الرقمية وعلاقتها بالتعليم وطرق التدريس الالكترونية ومضمون البحوث والدراسات المتعلقة بمجال النشر الالكتروني عامة ومستحدثات مناهج وطرق التدريس الالكترونية والاعتبارات الواجب أخذها عند تصميم المحتوى الدراسي الرقمي التفاعلي، أما بالنسبة للإطار التطبيقي اعتمد الباحث على المنهج التجريبي لقياس النتائج النهائية لاختيارات التقييم التحصيلي لمعرفة أثر المتغير المستقل على المتغيرات التابعة، وذلك من خلال قياس قبلي، وقياس بعدي للمقرر من خلال المحتوى الورقي المطبوع (التعليم التقليدي)، والمحتوى الرقمي التفاعلي (التعليم الالكتروني).

قد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من خلال الفرضيات التي تم تأكد من صحتها وهي كالتالي :

أثبت البحث صحة فرضيته الأولى أن المقررات الدراسية ذات الطبيعة الخاصة مثل مقرر تقنيات الطباعة لطلاب برامج التصميم الغرافيكي عند تحول محتواها إلى محتوى رقمي تفاعلي فإنه سيحقق أهدافه التعليمية بصورة أفضل ويحقق نتائج تعليمية أكثر فعالية في التحصيل المعرفي والكفاءة للطلاب عن دراسته بالطرق التقليدية ذات المحتوى الورقي المطبوع.

كما أثبت صحة فرضيته الثانية وهي وجود فرق دال إحصائي بين متوسطي درجات طلاب المجموعة التجريبية وطلاب محتواها الورقي إلى مقررات إلكترونية ذات محتوى رقمي تفاعلي يؤثر في تحسين مستوى تحصيل الطلاب في تلك المقررات.

ما استخلص الباحث بعض النتائج والتوصيات انه لتحقيق كافة الأهداف المرجوة من فاعلية المقررات الالكترونية يجب أن تحتوي على وسائط رقمية تفاعلية تثري بالصور والرسوم الثابتة والمتحركة وتحتوي على وسائط صوتية وملفات فيديو تسهم في شرح وتبسيط المعلومات والبيانات المرتبطة بموضوع الدرس. وعليه يجب اتباع كافة معايير ومواصفات تصميم المقررات الالكترونية، لتحقيق أثرها الإيجابي على مستوى تحصيل الطلاب المجموعة الضابطة لصالح المجموعة التجريبية. المقررات الدراسية التي تسير بالطابع المزدوج بين التقنيات النظرية والتطبيقات العملية تحويلها من مقررات تقليدية.[1]

[1] ميسره عاطف محمد نجيب المطيعي, **أثر تصميم محتوى رقمي تفاعلي في تحسين مستوى الطلاب لمقرر تقنيات الطباعة في برامج التصميم الغرافيكي الأكاديمي**, مجلة العمارة والفنون والعلوم الانسانية, عمان, العدد عشرون, 2020.

الإطار المنهجي

تعقيب على الدراسة الأولى:

ومنه ساعدتنا هذه الدراسة في معرفة دور المحتوى الرقمي في تخطي طرق التقليدية للتعلم والاعتماد على توظيف اساليب الحديثة من خلال برامج وتقنيات تصاميم الرقمية كتصميم الغرافيكي، والذي اعتمد الباحث في هذه الدراسة على معرفة مدى أهميته ودوره في تحسين في تصميم المقررات التي يتم عرضها للطلاب تخصص، مما تمكننا هذه الدراسة من معرفة أحد أنواع تصاميم التي تعمل على تطوير وتحسين المحتويات الرقمية، فيما تختلف هذه الدراسة من حيث الموضوع، كونها تعمل على معرفة فرق بين المحتوى الرقمي والمحتوى الالكتروني وقياس أيهما الأكثر أهمية في توظيف المقررات التعليمية، وهو ما لا يتطابق مع دراستنا التي تحاول معرفة أهم التطورات الحاصلة في مجال تصاميم الرقمي للمحتويات.

دراسة مارينا أمانيو، " Put it in your Story": Digital Storytelling in Instangram and Snapchat Stories, 2017:

وهي عبارة عن اطروحة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في المعلوماتية والإعلام تخصص دراسات الاتصال و الإعلام جامعة اوبسالا كان الهدف من هذه الدراسة هو البحث في أحد عناصر المحتويات الرقمية عبر المنصات التواصل الاجتماعي وهي ميزة "Stories" وفهم طريقة سرد القصص الرقمية في كل من Instagram و Snapchat، مع ذكر سبب اختيار هذه المنصات كونها الأكثر شعبية التي توفر هذه الميزة.

ويهدف هذا الموضوع إلى فهم ما ينشره المستخدمون في "story" وكيف يستفيدون من الميزة لإخبار قصتهم. يُعلم تطبيق نظرية السرد نظريًا مفهوم السرد الرقمي، وهو في النهاية ممارسة سرد القصص عبر الإنترنت. بالنسبة إلى المنهجية تتكون من تحليل نوعي للمحتوى سناب شات وإنستغرام " Stories ". إضافة إلى مراقبة المستخدمين العاديين النشطين والمقابلات شبه المنظمة المتعمقة للتعامل مع منظور المستخدم.

كما نرى هذه الدراسة اعتمد تحليل النوعي للدراسة لفهم وتفسير سلوك مستخدمي "القصص" فعليًا، من الضروري فهم العلامات والرموز والمعاني والجوانب الاجتماعية التي يتبناها المستخدمون؛ ليس فقط فهم ما تعنيه ولكن أيضا لمعرفة كيفية استخدامها ولأي غرض.

وتم الاعتماد في هذه الدراسة على اداة المقابلة، حيث كان من الضروري لهذا البحث إجراء مقابلة مع بعض المستخدمين بغرض فهم تصورهم للمنصة ورواية القصص الرقمية. كان هدف من استخدام الباحث للمقابلات هو الحصول على معلومات مباشرة من المستخدمين بعد أن قام بتحليل المحتوى المنشور، من حيث معرفة عدد المرات التي يعتقدون أنهم ينشرون فيها خلال أسبوع، وما إذا كانوا يتواصلون مع الآخرين من خلال القصص او يتابعون أشخاصًا آخرين نشر مع تكرار في الميزة، وما إلى ذلك. وبهذه الطريقة يمكن جمع بيانات كافية لاستكمال النتائج التي توصلت إليها من خلال تحليل المحتوى النوعي.

الإطار المنهجي

تشير النتائج الرئيسية لهذه الدراسة إلى وجود أنماط موضوعية تتبع الهياكل السردية في "قصص" Snapchat و Instagram. لهذا السبب، تم إنشاء ثماني فئات وقسمت بين عناصر السرد الأربعة وكانت هذه أفعالًا (إظهار المشاعر، الأكل، التفاعل)، الأحداث (التحديثات)، الشخصيات (الأشخاص، الصور الشخصية والحيوانات) والإعداد (البيئة). بالإضافة إلى ذلك، هناك نتيجة أخرى وهي أن رواة القصص على Snapchat و Instagram يستخدمون سبع وسائل لإخبار قصصهم وإنشاء قصة. هذه الوسائل هي الصور والنصوص ومقاطع الفيديو والرموز التعبيرية ورسومات الشعار المبتكرة والمعلومات الفورية والفلاتر. مع طرح استنتاج ان البشر هم رواة القصص بالفطرة وفقًا لنموذج السرد. وهو ما يفسر شعبية ميزة "القصص"، فضلاً عن الفئات المكتشفة بناءً على العناصر السردية واستخدام الموارد السيميائية لإضفاء معنى أكبر على القصص التي يرويها المستخدمون.[1]

تعقيب على الدراسة الثانية:

كما تتطابق مع دراستنا من حيث الموضوع، تعتبر هذه الدراسة أحد مصادر التي اعتمدنا عليها كونها عملت على كشف أحد خصائص الحديثة لأشكال المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي انستغرام و سناب شات، حيث تساعدنا في معرفة تطورات الخاصة بتصميم للمحتويات رقمية التي تم توظيفها عبر المنصات الرقمية، مع اختلاف في اداة جمع البيانات حيث اعتمد على مقابلة بعض المستخدمين للكشف عن طريقة استعمال ونشر عبر ميزة القصص.

دراسة اجنبية لـ Paolo Spagnoletti, Andrea Resca, Gwanhoo Lee : A design theory for digital platform supporting online communities: a multiple case study :2015

وهي دراسة في شكل مقال، اراد الباحثون في هذه الدراسة ان يتحققوا من صحة نظرية تصميم المنصات الرقمية التي تدعم مجتمعات الانترنيت، حيث اعتمد الباحثون على الطرق التي يمكن أن تدعم بها المنصات الرقمية التفاعلات الاجتماعية بشكل فعال في المجتمعات عبر الإنترنت، قام الباحثون بإجراء تحليل متعمق لمنصة رقمية اوروبية لمساعدة رعاية المسنين. للتحقق من صحة المقترحات من خلال تحليل ثلاث منصات رقمية مستخدمة على نطاق واسع، بما في ذلك Twitter و Wikipedia و Liquidfeedback، تمثلت اقتراحاتهم في أن المكونات الثلاثة لبنية النظام الأساسي الرقمي هي (الأساسية والواجهة والمكملات).

اعتمدت هذه الدراسة على نهج من مرحلتين يتم من خلاله التحقق من صحة هذه المقترحات الأولية، واشتقاق مقترحات جديدة، ويتم إنشاء رؤى دقيقة من خلال التفاعلات ثنائية الاتجاه بين نظرية المستوى الفوقي والتشكيلات

[1] Marina Amâncio and Vaia Doudaki, "'Put It in Your Story': Digital Storytelling in Instagram and Snapchat Stories.," n.d., 103.

الإطار المنهجي

التوضيحية لحالات الحياة الواقعية المتعددة. في المرحلة الأولى، قاموا بالتحقق من صحة المقترحات الأولية الأربعة باستخدام تحليل متعمق لحالة HOPES، وهي منصة رقمية اوروبية لمساعدة رعاية المسنين. HOPES تعني المساعدة والتفاعل الاجتماعي لكبار السن على منصة وسائط متعددة مع أفضل الممارسات الاجتماعية الإلكترونية، وهنا شارك اثنان من المؤلفين بشكل مباشر في البناء وتقييم منصة HOPES من خلال المساهمة في تحليل متطلبات المشروع وتصميمه ومراحل التقييم.

أما في المرحلة الثانية، قام الباحثون بتحليل ثلاث حالات إضافية من المنصات الرقمية الناجحة والشائعة للغاية التي تدعم المجتمعات عبر الإنترنت، بما في ذلك Twitter و Wikipedia و Liquidfeed back، تم تحليل Twitter بشكل أساسي للمجتمعات عبر الإنترنت التي تركز على مشاركة المعلومات، ويكيبيديا للمجتمعات التي تركز على التعاون، و Liquidfeedback للمجتمعات التي تركز على العمل الجماعي. وتم الاعتماد على الهندسة المعمارية كأداة مفيدة لاشتقاق نظرية التصميم التي تربط بين المكونات الفنية والمتطلبات الوظيفية

وفي الأخير تم التوصل إلى بأن المجتمعات عبر الإنترنت تُظهر تفاعلات اجتماعية تقنية ناشئة أكثر تعقيدًا بكثير من أنظمة المعلومات التقليدية، فهناك حاجة وإن كانت صعبة لبناء نظرية تصميم لأدوات تكنولوجيا المعلومات التي تدعمها. وتم تحديد ثلاثة أشكال مميزة للمجتمعات عبر الإنترنت: مشاركة المعلومات والتعاون والعمل الجماعي، مع تزايد أهمية دور المنصات الرقمية. كما يلقي التصور المفاهيمي المقترح الضوء على الدور الذي تلعبه هياكل المنصات الرقمية في إطلاق ودعم تفاعلات المجتمع عبر الإنترنت. وتساهم آليات التعزيز الذاتي المستندة إلى البرامج في استدامة المجتمعات عبر الإنترنت، وبالتالي تعكس مبادئ التصميم التوائم المشتركة بين بنية النظام الأساسي والحكومة. [1]

التعقيب على الدراسة الثالثة:

اعتمدنا على هذه الدراسة لمعرفة هيكل التصميم المتاح على المنصات الرقمية وأيضا الأشكال يمكن مشاركتها، كما ساعدتنا هذه الدراسة في تحديد الادوار التي تلعبها المنصات الرقمية وهي مشاركة المعلومات والتعاون والعمل الجماعي بحيث تكون معظم المنصات الرقمية متشابها لكن لها أدوار مختلف تقدمها في عرض المحتويات الرقمية لذلك يقوم العصر الحالي باستغلال هذه النقاط من أجل المصلحة العامة او الخاصة.

دراسة حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر " من قبل الشباب الكويتي، سنة 2013:

[1] Paolo Spagnoletti, Andrea Resca, and Gwanhoo Lee, "**A Design Theory for Digital Platforms Supporting Online Communities**: **A Multiple Case Study**," *Journal of Information Technology* 30, no. 4 (December 2015): 364–807.

الإطار المنهجي

هدفت هذه الدراسة في الكشف عن طبيعة الاستخدامات المختلفة لموقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل مستخدميه من الشباب الكويتي، من حيث معرفة الاغراض السياسية وطبيعة الاستخدامات الإعلامية لهذا التطبيق، مع الكشف عن تأثير استخدامه على استخدامات الوسائل الإعلام الأخرى.

واستخدم المنهج الوصفي المسحي في الدراسة وأداة الاستبانة، التي طبقت على عينة من (404) مستجيبين جرى اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة، وذلك من شرائح متنوعة من الشباب الكويتي، واستخلصت الدراسة عدداً من النتائج أهمها ما يلي:

1- في محور الاستخدامات المتنوعة لموقع تويتر، تبين أن الاستخدامات التي تتعلق بطبيعة العمل الذي أقوم به، حلت في المرتبة الأولى، وجاء في المرتبة الثانية الاستخدامات التي تتعلق بصداقات جديدة من الجنسين، بينما جاء (الاستخدام من أجل الترفيه والتسلية وقضاء الوقت) في المرتبة الأخيرة من تلك الاستخدامات.

2- في محور الاستخدامات السياسية لموقع تويتر، جاءت في المرتبة الأولى الاستخدام من أجل (المساهمة في كشف الحقائق السياسية ونشرها على الملا). وفي المرتبة الثانية (استخدامات أخرى من غير ما ذكر في قائمة الاستخدامات). بينما كان الاستخدام من أجل (الاطلاع على آخر الأخبار المحلية).

3- في محور الاستخدامات الإعلامية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر تبين أن الاستخدامات لموقع توتير كونه (وسيلة لتبادل بعض الصور مع الأصدقاء و المعارف)، بينما جاءت الاستخدامات كونه وسيلة للكشف عن الفساد السياسي والإداري في أجهزة الدولة" في المرتبة الثالثة، مما يشير إلى التعويل على تويتر في مثل تلك المهمة ذات الصبغة السياسية.

4- في محور تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي تويتر نحو استخدامات وسائل إعلام الأخرى، أظهرت النتائج متوسطات حسابية منخفضة، مما يدلل على ضعف فرضية استخدام تويتر كبديل لوسائل الإعلام التقليدية من مطبوع ومرئي ومسموع وإلكتروني.

5- بينت نتائج فرضيات الدراسة وجود بعض الفروقات كان أهمها الفروقات التي كانت لصالح الفئة المستخدمة لموقع تويتر من (فئة الأعمال الحرة).[1]

تعقيب على دراسة الرابعة:

[1] حسن قطيم طماح المطيري, **الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر " من قبل الشباب الكويتي**, أطروحة ماجستير, كلية الإعلام, جامعة الشرق الاوسط, أفريل, 2013.

الإطار المنهجي

تناول الباحثون في هذه دراسة معلومات خاصة حول شبكات التواصل الاجتماعي، واعتمادهم على منصتي فايسبوك و تويتر في تحليلهم للدراسة، بهدف معرفة طريقة التي اعتمد عليها الشباب الكويتي في الاستخدامات السياسية لهذه المنصات و ما توفره من خصائص و مميزات بالإضافة إلى أشكال المحتويات التي عمد الباحثون على ذكرها في دراستهم، و التي تساعدنا في ملاحظة تطور الحاصل عبر هذه المنصات، و معرفة ماهي تغيرات التي طرأت عبر شبكتي فايسبوك و تويتر و ما تعرضه حاليا من محتويات رقمية و تصميم حديث لهذه التطبيقات، و العمل أيضا على اكتشاف أهم التحديثات التي تسمح لنا بمقارنة نسخ كل فترة لقياس مدى تطور المحتويات الرقمية عبر هذه المنصات.

دراسة لبيب شائف محمد بعنوان صناعة المحتوى المفهوم والبنية ومقومات تطورها، ورقة مقدمة إلى منتدى تقنية المعلومات والاتصالات المرافق لمعرض سنة 2006.

من خلال ورقة مقدمة لفعالية معلوماتية سنوية هامة، حاول الباحث في هذه الدراسة تقديم صورة ايضاحية حول الابعاد الرئيسية لمفهوم صناعة المحتوى وأهميتها والعناصر المكونة لها والمقومات اللازمة لتوطينها، كما تضمنت الورقة جزءاً خاصاً بواقع صناعة المحتوى في اليمن وطموحاته وبصورة مسايرة لما تم ويتم طرحه في مجال صناعة المحتوى على الصعيد العربي، كما قام الباحث بطرح أهم توصيات تلخص أهمية ان تتجه البلدان العربية ومن بينها اليمن إلى العمل الجدي لإيجاد مقومات البناء وتطوير لصناعة المحتوى عربي لها مكانة وتميز في الخارطة العالمية للمعلوماتية، والعمل على تحقيق ذلك من خلال الانتقال إلى تطبيق كل ما توصلت إليه البلدان العربية من رؤى مشتركة حول تطوير صناعة المحتوى العربي، ومن أهم التوصيات:

الاسهام مع مختلف البلدان العربية في تقديم رؤية عربية مشتركة إلى قمة المعلومات لتطوير المجال المعلوماتي ككل والاهتمام بصناعة المحتوى، بالإضافة إلى الاسهام نحو تنفيذ العديد من مشروعات البنية التحتية للمعلومات والتي تدعم صناعة المحتوى، كما اراد الباحث في هذا العنصر إلى حث العديد من الجهات الحكومية لتحويل محتواها الورقي إلى محتوى رقمي وتبني بعضها لمشروعات رقمنة.[1]

تعقيب على دراسة الخامسة:

اعتمدنا على هذه الدراسة كونها تساعدنا في توفير أهم المعلومات المتعلقة بصناعة المحتوى، و ماهي الأسس التي يجب اتخاذها في هذا المجال، واعتمدنا على هذه الدراسة من خلال توظيف بعض العناصر، كونها تتطابق مع الموضوع، واعتبارها كمصدر من مصادر العلمية المعتمدة في موضوعنا الخاص.

[1] لبيب شائف محمد، **صناعة المحتوى: المفهوم والبنية ومقومات تطورها**، المركز الوطني للمعلومات، القاهرة،2006.

7.1 منهج الدراسة:

تعتمد معظم الابحاث والدراسات العلمية على مجموعة من المناهج العلمية لأنه يعتبر خطوة اساسية ليسير عليها الباحثون في دراستهم، لذلك وجب علينا الاختيار بدقة والبحث عن المنهج الذي يتماشى مع دراستنا. يعرف بأنه " فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، أما من أجل الكشف عن الحقيقة، حين نكون بها جاهلين؛ او من أجل البرهنة عليها للآخرين، حين نكون بها عارفين"[1]. يساعد الباحث في كيفية العرض، وطرح قضايا الموضوع، والوسائل التي سيسلكها الباحث ليصل بها إلى النتائج المطلوبة، بحيث يبدو البحث، وطرقه، ووسائله واضحة المعالم، وبالتحديد بيان نوعه[2].

بما ان دراستنا تتمحور حول تطور تصميم المحتوى الرقمي في المنصات الرقمية فاننا اعتمدنا على الدراسات التحليلية لانها من الدراسات الأكثر شيوعا والتي تقوم على حالة محددة لتناولها وفحصها بشكل دقيق، كما اننا اخترنا منهج دراسة الحالة كونه يتوافق مع طبيعة الدراسة المختارة لها، وليس بشكل عشوائي، كما تم اختياره رغبتا في الحصول على نتائج ومعلومات تفصيلية.

تعريف منهج دراسة الحالة:

هو منهج متعمق في العوامل المعقدة والمتعددة والتي تسهم في تشكل وحدة اجتماعية ما، وذلك بالاستعانة بأدوات البحث الضرورية لتجميع البيانات[3]. ويطلق على منهج دراسة الحالة اسم" المنهج المونوجرافي"، وتعني المونوجرفيا عند علماء الاجتماع الفرنسيون" :وصف موضوع مفرد أي القيام بدراسة وحدة مثل الأسرة او القرية او القبيلة او المصنع دراسة مستفيضة للكشف عن جوانبها المتعددة والوصول إلى تعميمات تنطبق على غيرها من الوحدات المتشابهة. وقد وضعت تعريفات متعددة لمنهج دراسة الحالة وتتفق أغلبها على أنه المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأية وحدة فردية كانت أم مؤسسة او نظأما اجتماعيا او مجتمعا محليا او مجتمعا عأما.[4]

---

[1] عبد الرحمن بدوي, **مناهج البحث العلمي**, الطبعة الثالثة, الكويت, وكالة المطبوعات, 1977, ص3.

[2] د. عبد الوهاب ابراهيم أبو سليمان، **كتابة البحث العلمي صياغة جديدة**، تاطبعة التاسعة، الرياض، مكتبة الرشد، 2005، ص60.

[3] ابراش ابراهيم، **المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية**، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2009، ص 161.

[4] محمد عبد السلام, **مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية**, متاح على/https://www.noor-book.comكتاب-مناهج-البحث-في-العلوم-الاجتماعية-والانسانية-pdf, شوهد يوم 2022/04/02 على الساعة 14.00.

8.1 مجتمع وعينة البحث:

المقصود بمجتمع الدراسة كل العناصر المراد دراستها، وسحب جزء من مجتمع الدراسة يطلق عليه اسم العينة Sample والعملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليها المعاينة Sampling.[1]

بالنسبة إلى مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في تصميم المحتويات الرقمية لقناة الجزيرة عبر المنصات الرقمية بمختلف أنواعها سواءا صفحات الويب او مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تعد بمثابة وسيلة تعرض محتواها الرقمي من خلالها بمختلف أشكاله المعاصرة.

عينة البحث:

العينة هي فئة تمثل مجتمع البحث (Population Research) او جمهور البحث أي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، او جميع الأفراد او الأشخاص او الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.[2] حيث يتم اختيارها بطريقة مناسبة، ويتم اجراء الدراسة عليها، ومن بعدها يتم استخلاص النتائج وتعميمها على مجتمع الدراسة.

بما ان دراساتنا تتمحور حول تطور تصميم المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية، اعتمدنا على العينة القصدية باعتبارها الأنسب لهذا الموضوع، وتسمى بالعينة العمدية وتعتمد على نوع من الاختيار المقصود حيث يعتمد الباحث أن تتكون العينة من وحدات يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا، وهي عينة يتم اختيارها على أساس من الخبرة السابقة، فقد يلاحظ الباحث من الدراسات السابقة أن مجموعة من المفردات يتمثل فيها من الخصائص ما يجعل نتائجها قريبة من نتائج المجتمع ككل.[3]

وفيها يتقصد الباحث اختبار عينته بحيث يتحقق في كل منهم شروط معينة ويعتقد الباحث عند اختياره هذه العينة انها تمثل المجتمع أفضل تمثيل. اي يختار الوحدة او الوحدات التي تكون مقاييسها مماثلة او مشابهه لمقياس المجتمع الأصلي. ولكن الدراسات التي أجريت على هذا النوع من العينات ترى انه إذا لم تتوافر لدى الباحث أساس موضوعي يستند اليه حكمه بأن هذه الحالات نمطية وإذا لم يتوافر لديه محك خارجي يؤكد سلامة حكمه فانه لا يمكن قبول التعميم من نتائج بحثه، ولهذه العينة عيوب منها عدم وجود طريقة إحصائية لمعرفة دقة النتائج وقياسها وعدم إمكانية التخلص من التحيز في العينة القصدية أحياناً.[4]

---

[1] منذر الضامن, **اساسيات البحث العلمي**، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2007, ص160.

[2] رجاء وحيد دويدري، **البحث العلمي أساسياته النظرية وممارستة العلمية**، دمشق, دار الفكر, 2000, ص 305.

[3] راويه القحطاني وسعود بن الضحيان الضحيان, النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية, مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية, 2020, ص 446.

[4] رحيم يونس كرو العزاوي, **مقدمة في منهج البحث العلمي**, عمان, دار دجلة, 2008, ص 173.

الإطار المنهجي

اعتمدنا في اختيار بشكل مقصود شبكة الجزيرة كونها من شبكات العالمية التي تعمل على توفير مختلف المحتويات الرقمية، حيث تساعدنا على معرفة تصاميم التفاعلية الحديثة وتوظيفها لمختلف أشكال الرقمية المتطورة، والكشف عن طريقة وأسلوب توظيف عبر المواقع الخاصة بالشبكة، كموقع الخاص بالقناة والمشاريع التي عملت الجزيرة على توفيرها كدعائم اعلامية مثل مشروع Aj+ العربي ومشروع الاهرأمات مروي في السودان مع رابط خاص لمشروع فلسطين، بالإضافة إلى مساعدتنا في ملاحظة أنواع حديثة للمحتويات عبر نسخ المطورة للمنصات التواصل الاجتماعي من حيث تقنيات وعمليات التجديد التي توظف اختراعات والخصائص التي تميز كل منصة عن الأخرى، وكونها مؤسسة عربية استطاعت أن تتحول إلى مؤسسة عربية عالمية ذات توجهات ابتكارية وابداعية ومعاصرة.

9.1 أدوات جمع البيانات:

تعتمد هذه الدراسة كما سبق وذكرنا على منهج دراسة الحالة، وبالتالي فهي تحتاج إلى الاعتماد على المناهج المختلطة (Mixed Methods) لتقديم دراسة شاملة لمختلف جوانب الاهتمام التي تخص موضوعنا. فبما أنه وكما هو معروف أن دراسة الحالة غالبا ما تتهم بالذاتية وصعوبة تعميم نتائجها على المجتمع الكلي للدراسة، فقد ارتأينا استخدام المناهج المختلطة بطريقة كيفية لدراسة تطور تصميم المحتوى الرقمي من خلال استعارة بعض الأدوات من ميادين أخرى تتعلق أساسا بمجال التصميم الغرافيكي، تصميم واجهة المستخدم (User Interface Design) وتصميم تجربة المستخدم (User Experience Design).

قمنا بتوظيف الأدوات بشكل مبسط يتناسب مع خصوصية هذه الدراسة التي لا تدعي ولا تهدف إلى التحليل السيميائي للتصاميم ولا إلى تقييم تجربة الاستخدام كما هو معمول به في مجال تصميم المنتجات الرقمية، بل تهدف فقط إلى التعرف على تطور اتجاهات تصميم المحتويات الرقمية انطلاقا من الفترة التي سبقت ظهور منصات التواصل الاجتماعي وصولا إلى البيئة الرقمية الحالية التي تعرف انتشارا كبيرا للمحتوى الموزع على المنصات الرقمية المختلفة.

وفي سبيل ذلك استخدمنا الأدوات التالية بما يتماشى مع أهداف وحدود دراستنا:

الملاحظة:

تعتمد الملاحظة العلمية على قيام الباحث بملاحظة ظاهرة من الظواهر او سلوك معين سواء لفرد او لمجموعة في الميدان او في المختبر العلمي، وتسجيل مشاهداته لوقائع معينة تتصل بتصرف او بسلوك الفرد او المخلوق المراد مراقبته وملاحظته، وتجميع هذه الوقائع او الحقائق المتصلة بهذا السلوك لاستخلاص المؤشرات منها[1].

[1] محمد عبد الغني ومحسن الخضيري, **الاسس العلمية لكتابة رسائل الامجستير والدكتوراه**, القاهرة, مكتبة الانجلو المصرية, 1992, ص 78.

الإطار المنهجي

هي انتباه مقصود ومنظم ومضبوط للظاهرات او الحوادث او الأمور بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها، وهي الخطوة الأولى في البحث العلمي، ومن أهم خطواته، يقوم الباحث فيها في جميع مراحل البحث، تسبق الافتراض وترافقه وتلحق به وتقود الباحث إلى صياغة الفرضيات والنظريات.[1]

اعتمدنا على أداة الملاحظة كأداة أولى إذ غالبا ما تستخدم في أبحاث دراسة الحالة، حيث قمنا بتوظيفها باعتبارنا مستخدمين للمنصات الاجتماعية المختلفة، وهو الأمر الذي ساعدنا بشكل أساسي في المراحل الأولى من الدراسة فضلا عن اختيار عينة الدراسة التي لاحظنا أنها تمثل عينة جيدة وممثلة لمجمل التطورات التي عرفها تصميم المحتويات الرقمية، وهو الأمر الذي أثبته التحليل المتعمق في مراحل متقدمة من البحث.

تحليل واجهة المستخدم:

استخدمنا تحليل واجهة المستخدم بشكل أساسي لتحليل تطور الموقع العربي لشبكة الجزيرة "الجزيرة نت"، حيث كان التحليل الكيفي هو الأداة الأنسب للوصول لأحد أهم أهداف الدراسة وهو دراسة تطور تصميم الويب. لم نستخدم التحليل السيميولوجي المتعارف عليه في مجال علوم الإعلام والاتصال لأنه لا يتناسب مع الجانب الذي يركز عليه موضوعنا وهو الجانب التقني التصميمي، لذلك لجأنا للتحليل الكيفي المستخدم في مجال تصميم واجهات المستخدم باعتباره أكثر عملية وملائمة.

تحليل تجربة المستخدم:

اعتمدنا على نسخة مبسطة للغاية من تقنية تحليل تجربة المستخدم، فمجال دراستنا يبقى ضمن علوم الإعلام والاتصال كما أننا وجدنا أنه من غير الممكن استخدام أدوات قياس تجربة التفاعل مع الواجهات المختلفة، حيث تبقى إتاحة تلك الأدوات في غير متناول أيدينا. لذلك ارتأينا أن نقوم بالتحليل الكيفي لتجربة الاستخدام من خلال استخدام تلك المنصات والمحتويات التفاعلية التي توفرها ثم تقييم تلك الواجهات والمشاريع التفاعلية من وجهة نظرنا كمستخدمين، وذلك لصعوبة إجراء تجربة حية باستخدام مجموعات تركيز (Focus Group).

[1] رجاء وحيد دويدري، **البحث العلمي أساسياته النظرية وممارستة العلمية**، المرجع نفسه, ص 114.

الإطار النظري

الفصل الأول: مدخل مفاهيمي

تمهيد للفصل

المبحث الأول: المحتوى

1.1 مفهوم المحتوى

2.1 تعريف المحتوى الرقمي

3.1 مفهوم صناعة المحتوى

4.1 نشأة وتطور المحتوى الرقمي

5.1 أنواع المحتوى الرقمي

6.1 أهمية المحتوى الرقمي

المبحث الثاني: أساسيات المحتوى

1.2 عناصر المحتوى

2.2 بنية صناعة المحتوى الرقمي ومكوناتها

3.2 ابعاد ودوافع صناعة المحتوى الرقمي

4.2 مجالات صناعة محتوى رقمي

المبحث الثالث: أشكال المحتوى الرقمي

1.3 المحتويات النصية

2.3 المحتويات المرئية

3.3 المحتويات الصوتية

المبحث الرابع: المنصات الرقمية

1.4 تعريف المنصات الرقمية

2.4 أنواع المنصات الرقمية

3.4 الخصائص الرئيسية للمنصات الرقمية

تمهيد

لقد مر العالم بالعديد من التطورات خصوصا تكنولوجيا الاتصال والإعلام، حيث أصبح من السهل التواصل والبحث عن المعلومات بفضل الانترنيت التي تمكن من خلالها كسر حواجز الوقت والمكان، وأصبح بالإمكان نشر المحتويات وتعديلها مع إمكانية التفاعل معها ومشاركتها عبر مختلف الوسائل الحديثة، حتى ظهر العديد من المصطلحات المرتبطة بالرقمنة من بينها المنصات الرقمية والمحتويات الرقمية، وأصبح الانسان يتبنى فكرة المحتوى الرقمي في كافة مجالات الحياة بحيث أصبح يتخذ مكانة بمثابة أساسيات التي ترتكز عليها المؤسسات والمجتمع، ففي هذا الفصل سنحاول التطرق إلى مختلف المفاهيم المتعلقة بالمحتوى الرقمي وكذلك مختلف أنواع وأشكال المحتويات الرقمية، وكل الاساسيات التي يجب الاعتماد عليها في تكوين محتوى رقمي، بالإضافة إلى أهم عناصره، حتى نصل في أخر الفصل إلى التعريف بالمنصات الرقمية والتعريف بأنواعها وأهم خصائصها، هكذا حتى نقوم بالتعمق في دراستنا وتوفير المعلومات اللازمة عن هذه الدراسة.

الفصل الأول: مدخل مفاهيمي

المبحث الأول: المحتوى الرقمي

1.1 مفهوم المحتوى:

يقصد بالمحتوى كل ما يتعلق بالإنتاج الفكري الإنساني من المعلومات والأفكار والخبرات التي تخزن في مختلف وسائط العقل البشري، والوسائط الرقمية والورقية والإعلامية والتطبيقات البرمجية وقواعد البيانات، كما يشمل المحتوى كل ما يخزن في مختلف الوسائط الورقية والإلكترونية والإعلامية محتوى الوسائط المتعددة والبرمجيات الإنتاجية، ألعاب الفيديو وغيرها من الإنتاج الإبداعي للفكر الإنساني بما في ذلك المواد الخام المعلوماتية والإحصاءات.

وبالتالي فالمحتوى بصورة عامة خام ومنتج عبارة عن نتاج لصناعة النشر والإنتاج الإعلامي والفني والتطبيقات البرمجية بالإضافة إلى نتاج ثقافة الشعوب وتراثها المدون او المختزن في ذاكرتها الإنسانية الممكن الوصول إليه (إن تقديم برنامج تلفزيوني او فلم توثيقي لعادات شعب ما في مناسبة معينة هو استخدام لمحتوى تراثي متاح يمكن التعامل معه فالإذن بالتصوير لهذه الفعاليات مثلما الإذن بتصفح محتوى موقع إلكتروني مثلاً، وإن اختلفت مستوى الإتاحة في كل منهما). ووفقاً لما تضمنته أدبيات قمة المعلومات فالمحتوى اليوم هو عنصر أساسي في ما يعرف باقتصاديات المعرفة كما أنه أحد مقومات مجتمع المعلومات.[1]

يشكل تعريف المحتوى او محاولة إيجاد تعريف محدد للمحتوى من الإشكاليات المطروحة بحيث حدث نوع من الالتباس في التعريف كنتيجة للخلط ما بين أنواعه ووسائطه ومجالات استخدامه وكلما تنوعت مصادر المحتوى كلما كان ذلك عنصر تعزيز ودعم لإرساء صناعة متكاملة للمحتوى وإذا أردنا أن نحدد محصلة وجود المحتوى فإننا نجده ناتج صناعة النشر بشقيه الورقي والإلكتروني والإنتاج الفني والإعلامي ومختلف التطبيقات البرمجية كما نجد في البلدان المتقدمة ان صناعة المحتوى تعتمد بشكل كلي على ما يتم تحويله او رقمنته من موارد النشر الورقي نحو موارد متاحة على شبكات المعلومات او عبر وسائط متعددة او من خلال قواعد البيانات المتخصصة وبها أصبحت عمليات الرقمنة تشكل المورد الأكبر وربما الأعظم لخلق المحتوى الرقمي وتعزيزه.[2]

---

[1] لبيب شائف محمد, **صناعة المحتوى: المفهوم والبنية ومقومات تطورها**, المرجع السابق, ص 6.

[2] فاطمة محمد احمد محمد, **المحتوي الرقمي الصحي: المفهوم والافادة** , مجلة كلية الادب, جامعة سوهاج, العدد 51, افريل, 2019, ص 514.

2.1 تعريف المحتوى الرقمي:

أ. مفهوم الرقمنة:

وتسمى أيضا بالتحويل الرقمي وهو عملية تحويل البيانات في شكل رقمي وذلك لأجل معالجتها بواسطة الحاسب الالكتروني، وفي سياق نظم المعلومات وعادة ما تشير الرقمنة إلى تحويل النصوص المطبوعة او الصور او المخطوطات إلى إشارات ثنائية باستخدام نوع من أجهزة المسح الضوئي التي تسمح بعرض نتيجة ذلك على شاشة الحاسوب. هي عمليّة تحويل المعلومات إلى تنسيق رقمي. وفي هذا التنسيق، يتم تنظيم المعلومات في وحدات مُنفصلة من البيانات (تسمَّى بت s) والتي يمكن معالجتها بشكل منفصل (عادة في مجموعات متعدِّدة بت تسمَّى البايتات). وأيضا يمكن أنّ تكون الرقمنة: هي عمليّة تحويل الإشارات التمثيليّة او المعلومات بأي شكل إلى تنسيق رقمي يُمكن فهمه بواسطة أنظمة الكمبيوتر او الأجهزة الإلكترونيّة. يتمّ استخدام المصطلح عند تحويل المعلومات، مثل النص او الصور والأصوات، إلى رمز ثُنائي والمعلومات الرقميّة أسهل في التخزين والوصول والإرسال، وتستخدم الرقمنة بواسطة عدد من الأجهزة الإلكترونيّة الاستهلاكيّة. و هذه هي البيانات الثنائيّة التي يُمكن لأجهزة الكمبيوتر والعديد من الأجهزة ذات سعة الحوسبة (مثل الكاميرا الرقميّة وأجهزة السمع الرقميّة) مُعالجتها ومن الممكن رقّمنة الصور والنصوص بالمثل: يقوم الماسح بالتقاط صورة (والتي قد تكون صورة للنص) وتحويلها إلى ملف صورة، مثل الصورة النقطيّة.[1]

ب. مفهوم المحتوى الرقمي:

المحتوى الرقمي يعنى كل تجميع وتبويب وتصنيف ومعالجة كل النصوص والصور والسمعيات والمرئيات الممكن وضعها كمحتوى إلكتروني رقمي بالحاسوب، "وهو المواد المعرفية المكتوبة بلغة ما والتي تعد للنشر على شبكة الإنترنت والشبكات الأخرى من محلية وعن بعد او الانترانت والاكسترانت سواء كان هذا المحتوى يأخذ شكل النص بتلك اللغة او المادة السمع بصرية او الأشكال او البرامج والقطع البرمجية.[2]

كما يعرف أيضا على أنه كل ما يوجد من معلومات في لغة ما بشكل رقمي هو أما أن يكون مخزونا خارجيا offline او داخليا.online وتزداد أهمية المحتوى وعائداته مع ازدياد المستخدمين للأنترنت والحواسيب. وتقاس الفائدة

[1] نانسي العتوم, **"ماهيّة الرقمنة"**,E عربي, متاح على/https://e3arabi.com ,الآداب/ماهيّة-الرقّمنة/, شوهد يوم 2022/4/10على الساعة 22:00.

[2] أحمد المهدي المجدوب, ليبيا المستقبل, **"مفهوم المحتوى الرقمي"**, متاح على -http://www.libya-al mostakbal.org/95/13682/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85%D8%A7%D9%84%D9%85% D8%AD%D8%AA%D9%88%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%89.html., شوهد يوم 2022/4/17 على الساعة 12:30.

بعدد المستخدمين المتكلمين بلغة المحتوى المعني وتوفير المعرفة وتحويلها إلى معلومات جعل من تكنولوجيا المعلومات (ت م IT) أداة هائلة في وضع المعرفة في متناول البشرية، وسهولة نقلها وانتقالها بجعلها اداة تنمية اقتصادية وثقافية وأمنية.

ويعبر المحتوى عن وجود المعرفة بشكل رقمي digital على الحواسيب والشبكات الداخلية internet والشبكات الخارجية العالمية extranet. ويشمل المحتوى مجالات متنوعة، مثل النشر، والأعمال، والمكتبات والادارة الحكومية e-gov. والعلم والتكنولوجيا، والصحة، والثقافة، والتراث والسياحة، والتسلية، ومعلومات عامة عن المنظمات الحكومية وغير الحكومية والإقليمية، وغير ذلك. [1]

3.1 مفهوم صناعة المحتوى:

صناعة المحتوى هو عملية تحديد موضوع جديد تريد الكتابة عنه، وتحديد الشكل الذي تريد أن يتخذه المحتوى، وإضفاء الطابع الرسمي على استراتيجيتك (كلمة رئيسية او غير ذلك)، ثم إنتاجها فعليًا. بالإضافة إلى ذلك تتضمن معظم عمليات صناعة المحتوى جولات شاملة من التعديلات مع أصحاب المصلحة الآخرين قبل أن يصبح المحتوى جاهزًا للنشر. لأن المحتوى يمكن أن يتخذ أشكالا عديدة – منشور مدونة او فيديو او كتاب إلكتروني. تغريدة على التويتر، انفوجرافيك، الإعلان، على سبيل المثال. عملية إنشاء المحتوى دقيقة وليست دائمًا بسيط كما قد يبدو. لكن القيام بذلك بشكل جيد يمكن أن يؤثر حقًا على عملك. في الواقع، حديثة يثبت البحث أن إنشاء محتوى تعليمي عالي الجودة يجعل العملاء أكثر احتمالية.[2]

كما تم تعريفها من منظور التعليم والتعلم – وفقا لتقرير اليونسكو – بأنها وسيلة تحقيق الغايات الأربع للتربية في عصر المعلومات: تعلم لتعرف، تعلم لتعمل، تعلم لتكون، تعلم لتشارك الآخرين.

إن مفهوم صناعة المحتوى الذي نقصده هنا يرتبط بالتعريفين أعلاه ووفقاً للمحددات الأساسية التالية:

– أنه تجري فيها عمليات معالجة واستخدام أدوات تقنية متعددة لتحويل مدخلاته (التي تم إنتاجها سلفا) قصة فيلم، مسح ميداني، حكاية تراثية، محتوى ورقي لبرنامج إعلامي او تلفزيوني... الخ وتستخدم فيها أدوات ووسائل تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، او تقنيات إنتاج الوسائط الإعلامية والفنية او غيرها من وسائل إنتاج وعرض هذا المحتوى، وبالتالي لا يدخل في هذا المفهوم المحتوى الفردي او الإنساني الذي تم إنتاجه بوسائل تقليدية ويخزن أما ورقياً بصورة تقليدية او في الذاكرة الإنسانية.

---

[1] فاطمة محمد احمد محمد, **المحتوى الرقمي الصحي: المفهوم والافادة**, المرجع السابق, ص516.

[2] "What Is Content Creation? 3 Steps to Creating Web Content," Conductor, accessed April 17, 2022, https://www.conductor.com/learning-center/content-creation/.

– أنها تتم بطريقة اقتصادية لها تكلفة وقيمة، وإن كان هدفها النهائي ليس الربح. فهناك فرق بين أسطورة من أساطير الشعوب يتم تداولها عبر الحكايات وفي كتب التراث، وبين قصة أسطورية تم تحويلها إلى فلم او لعبة فيديو رقمية، فالأول يدخل تحت مفهوم إنتاج المحتوى، أما الثاني فيدخل تحت مفهوم صناعة المحتوى.

– أن يتم فيها إخراج سلعة جديدة تختلف في بعض او كل خصائصها عن مدخلاتها (الخام).

– يتم إنتاجها من قبل مؤسسة متخصصة او أفراد مختصون يعنون بفرع من فروع صناعة المحتوى يمكن الاعتماد على جودتها ولا تحتوى على محتوى مضلل[1]

4.1 نشأة وتطور المحتوى:

مع تنامي وتطور شبكة الانترنت عام 1990 ظهر اتجاه نحو إتاحة الأبحاث العلمية دون مقابل مادي في الدوريات العلمية المجانية على شبكة الانترنت، ثم بدأت الممارسات العملية لإتاحة الانتاج الفكري دون قيود مادية عن طريق المستودعات الرقمية منذ بدايات القرن الحالي بشكل اجتهادي و فردي من قبل الباحثين، وكان هذا قبل تحرك المؤسسات الاعلان المبادرات والسياسات التي تقتن الوصول الحر للمعلومات عام 2003م. في نفس الوقت برزت المكتبة الرقمية كمنتوج لحركة الرقمنة "التي طغت على انشطة مرافق المعلومات عبر العالم مع بداية التسعينات، خاصة مع تسجيل تطور مذهل على محورين أساسيين، وهما صناعة الحواسيب وشبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية، اللذين مهدا للكثير من التطبيقات التكنولوجية في المكتبات ومراكز التوثيق والارشيف فالرقمية من الناحية التقنية وفي تطورها التاريخي عبارة عن مرحلة جاءت بعد أن فشلت قواعد البيانات البيبليوغرافية لمصادر المعلومات من الدرجة الثالثة في تقديم الخدمات التي تستجيب لاحتياجات المستفيدين، بالإضافة إلى التطور الذي عرفته صناعة الماسحات الضوئية.

وبذلك أصبح التحول نحو المكتبة الافتراضية الرقمية، حتمية خيار وليس اختيار في عالم المكتبات والبحث المكتبي، وكان هذا الجهد الرقمي في عدة مبادرات هي كالتالي:

- مستودع "arxiv" المتخصص في مجال الفيزياء أول واشهر مستودع موضوعي في العالم أنشأه "بول جنزبرج" كموقع لتبادل الرأي حول الاوراق البحثية, والمقالات العملية عام 1991.
- مستودع " Cop prints " للعلوم المعرفية و اللغات والفلسفة.
- مبادرة بودابست للوصول الحر Budapest open Access Initiative التي أعلنت عام ٢٠٠١م أول مبادرة تنادي للوصول الحر للمعلومات وتنص على ضرورة وضع الابحاث و المقالات العلمية التي تتم إجازتها ضمن مستودعات مفتوحة لعناصر التعلم كألية للوصول الحر للمعلومات لما هو منشور بالدوريات

[1] لبيب شائف محمد، **صناعة المحتوى: المفهوم والبنية ومقومات تطورها**, المرجع السابق, ص 5.

العلمية. وتطورت الرقمنة حتى شملت كل مناحي الحياة فكل ما يتصل بالعلوم الإنسانية أصبح متاحا على شبكة الانترنت، ويمكن طلبه من المكتبات حول العالم سواء بشكل مجاني او في طار تجارى.. [1]

5.1 أنواع المحتوى الرقمي:

1.5.1 المحتوى الرقمي الحكومي:

ويضم مجموع مواقع الويب ذات الطابع الرسمي، او الحكومي، الذي يمثل الإدارات والهيئات الرسمية التابعة للحكومات، ومختلف الأجهزة التابعة لها والمتفرعة منها، والتي يم كن من خلالها إتاحة كافة المعلومات، والمحتوى، المتعلق بمختلف النشاطات الرسمية، ومختلف الخدمات المتعلقة بهذه الهيئات والإدارات الرسمية، ويستفيد منها فئات عريضة من الناس ممن لهم صلة بها، ومن أمثلتها مواقع الويب التابعة للوزارات، والأجهزة الحكومية، ومواقع الحكومة الإلكترونية.[2]

2.5.1 المحتوى الرقمي الإعلامي:

وهو المحتوى المتخصص في توفير تغطية إخبارية مستمرة. ومن أمثلته: الصحف الإلكترونية، ومواقع الفضائيات والإذاعات.[3]يتمثل الهدف الرئيس لتلك الصفحات في توفير أسرع تغطية إخبارية ممكنة، إلا أنها قد تتأثر كذلك بتوجهات فكرية وسياسية معينة، وتعمل هذه المواقع على بث الأخبار الجارية التي تتغير بشكل سريع، وهذه ما نجده بشكل كبير في محتوى الصحف والجرائد الإلكترونية، وفي الفضائيات الإخبارية المتاحة على شبكة الإنترنت، مما تجعل من يواظبون على استخدامها على دراية وعلى صلة دائمة بالبيئة والعالم الذي يعيشون فيه.[4]

3.5.1 المحتوى الرقمي التجاري:

هو المحتوى الذي يتضمن كل ما له علاقة بالمنتجات والسلع والعلا قات العامة وآليات التسويق والترويج والإشهار، او ما يطلق عليه بمواقع الأعمال والتجارة الإلكترونية، والمعلومات الاقتصادية، ويمكن أن يدخل في هذا المجال مواقع الشركات الاقتصادية، ومواقع الخدمات والبورصات والأسعار وغيرها، ومالكو هذه المواقع ذات المحتوى

---

[1] فاطمة محمد احمد محمد, **المحتوى الرقمي الصحي: المفهوم والافادة**, المرجع السابق, ص 513 ص514.

[2] كمال بو كرزازة وعبدالرزاق غزال, **المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت (دراسة في الاستخدامات والاشباعات)**,مجلة RIST, ع2, 2010/12/31, ص 34.

[3] استكتب, "ما هو واقع المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت, متاح على-https://istakteb.com/blogs/%d9%85%d8%a7-%d9%87%d9%88-%d9%88%d8%a7%d9%82%d8%b9-%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%ad%d8%aa%d9%88%d9%89-%d8%a7%d9%84%d8%b1%d9%82%d9%85%d9%8a-13:54 %d8%a7%d9%84%d8%b9%d8%b1%d8%a8%d9%8a-%d8%b9%d9%84%d9%89-%d8%a7/. شوهد يوم 2022/4/12 على الساعة

[4] كمال بو كرزازة, عبدالرزاق غزال, **المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت (دراسة في الاستخدامات والاشباعات)**, المرجع السابق, ص 34.

المتخصص أما تكون جهات تجارية او مهتمة بإدارة الأعمال، وتعمل تلك الصفحات على ترويج سلع معينة او التعامل التجاري مع جهات محددة، وهذه الصفحات واسعة الانتشار على شبكة الإنترنت، وتقع ضمنها مواقع بيع السلع على الخط المباشر، والمكاتب والهيئات التجارية، والتسلية والترفيه حتى المجانية منها حيث يتم استغلالها في نشر إعلانات لشركات أخرى مقابل أجر، وتعتبر أغلب محركات البحث على الشبكة مواقع تجارية إلا أنها لا تقدم محتوى بقدر ما تقدم خدمة لاسترجاع المحتوى المتاح على مواقع أخرى، بالإضافة إلى ذلك تقدم محركات البحث تقارير إحصائية حول المواقع الأخرى ومدى الإقبال على مواقع معينة او البحث في مجالات معينة، وتتاح هذه التقارير والبيانات الإحصائية مقابل أجر يدفعه من يحتاج إليها في تطوير موقعه بما يتماشى مع الاهتمام العام لمستخدمي الشبكة، وأغلب هذه الصفحات تنتهي بالاختصار COM.[1]

4.5.1 المحتوى الرقمي التربوي والثقافي (الأكاديمي، التعليمي):

تقدم هذه الصفحات محتوى البيانات المجردة والإحصاءات والحقائق ذات الطابع التعليمي وتتبع هذه المواقع مؤسسات تعليمية وأكاديمية، او تتبع مؤسسات حكومية، ترتبط بالمصالح الحكومية والمراكز الممولة من قبل الدولة، إلا أن بعض تلك الصفحات يتبع كذلك منظمات دولية لا تنتمي إلى جهة سياسية او تجارية. وهي أيضا تشتمل على مختلف المواقع الإلكترونية ذات الطابع الأكاديمي، التابعة للهيئات العلمية والأكاديمية، او ذات الطابع التعليمي والبحثي العلمي، كمواقع المؤسسات الجامعية بأنواعها، مراكز المعلومات، مراكز البحث والتوثيق، مؤسسات التعليم عن بعد، والتعليم الإلكتروني، مراكز مصادر التعلم، ومختلف مواقع المكتبات الإلكترونية، ومواقع الويب التي تنشر مصادر المعلومات المتاحة بشكل مجاني، كالكتب، الدوريات العلمية، الموسوعات الحرة، وفي أغلب الأحيان تنتهي هذه الصفحات بالمختصرات edu او org.[2]

5.5.1 المحتوى الرقمي الشخصي (مواقع، منتديات، مدونات شخصية):

تقدم هذه الصفحات ما ينتجه ويؤلفه ويقدمه أفراد بصفة شخصية، دون أن يكون لمنظمة او جهة معينة سلطة على المواد المنشورة مثل المدونات الشخصية والمنتديات والمواقع الشخصية. يتضمن كل ما يعده وينتجه الأفراد بصفة شخصية. ومن أمثلته: المدونات، والمنتديات والمواقع الشخصية.[3]

---

[1] مصطفى الاعصر, **المحتوى الرقمي العربيVSالمحتوى الرقمي الغربي**, المرجع السابق, ص 8.

[2] كمال بو كرزازة, عبدالرزاق غزال, **المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت (دراسة في الاستخدامات والاشباعات)**, المرجع السابق, ص 36.

[3] استكتب, **"ما هو واقع المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت؟"**, المرجع السابق.

6.5.1 المحتوى الرقمي البحثي والتقني:

المحتوي الرقمي التقني يتعلق بكل ما له علاقة بعالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وما يتعلق بالحواسيب، من ناحية الاستخدامات، البرمجيات، ويضاف إليه كل ما له علاقة بالشركات المنتجة والمصنعة للحواسيب والبرمجيات، والتي تقدم خدمات المعلومات، وهذا المحتوى في مجموعه يتكون من مواقع إلكترونية تقنية، ومنتديات الاتصالات والحاسوب، ومنتديات البرمجة، بالإضافة إلى مواقع الشركات المهتمة بهذا المجال.

أما المحتوى الرقمي البحثي فهو عبارة عن مجموعة مواقع أدلة ومحركات البحث العربية، والتي تعد وسيلة مهمة للولوج إلى المحتوى الرقمي العربي باختلاف أنواعه وتعدد مجالاته، منها العربية ومنها المعربة، وهي تختلف فيما بينها، من ناحية سرعة البحث، ودقة النتيجة، وحجم الوثائق المسترجعة.[1]

6.1 أهمية المحتوى الرقمي:

مع التوجه العالمي نحو الاقتصاد المعرفي أصبح المحتوى الرقمي يلعب دورا محوريا في العملية التنموية في مختلف الميادين. وبعد أن تم التركيز على تطوير البنية الأساسية من أجل بناء مجتمع المعلومات، ظهرت أهمية المحتوى الرقمي وتأثيره على كافة نواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية[2]. وبدأت العديد من دول العالم بدعم تطوير المحتوى الرقمي وصناعته من خلال سياسات واستراتيجيات وطنية تهدف إلى تطوير عمليات الإنتاج والمعالجة والتوزيع والنشر للمحتوى الرقمي والأدوات المرتبطة بهذه النشاطات وخاصة في مجالات الصحة والتعليم والثقافة والإعلام.[3]

لقد بات من الواضح أن عملية الرقمنة علي المستوى الوطني والإقليمي وحتى الدولي تشكل أولوية استراتيجية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتعتبر أحد العناصر الرئيسية للتحول إلى مجتمع معلوماتي يسعى إلى بناء اقتصاد معرفي تنافسي. و عليه فقد شهدت صناعة المحتوى الرقمي تقدما ملحوظا في العقد الماضي حيث حققت هذه الصناعة نموا واضحا في عدد من دول العالم، ويعتبر مؤشر نسبة النمو في عدد مستخدمي الانترنت حسب اللغة أحد أهم المؤشرات لهذا النمو.

حددت مبادرة الإسكوا أهمية المحتوى الرقمي في أربع نقاط سريعة، أولاً تتزايد بشكل سريع أهمية الإنترنت والهواتف الذكية كأداة للتنمية الاقتصادية، كما أن تحفيز صناعة المحتوى الرقمي يساهم في توفير فرص عمل جديدة للشباب في ظل نسب البطالة العالية في العديد من البلدان، كذلك يساهم في خلق سوق هامة لتسويق برمجيات

[1] كمال بو كرزازة, عبدالرزاق غزال, **المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت (دراسة في الاستخدامات والاشباعات)**, المرجع السابق ص 37.

[2] محمود مسرورة, هند علوي, **اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي العربي**, مجلة علم المكتبات, العدد الأول, 2020/06/30, ص 4.

[3] فاطمة محمد احمد محمد, **المحتوى الرقمي الصحي: المفهوم والافادة**, المرجع السابق, ص519.

وتطبيقات المحتوى الرقمي بين سكان العالم، وأخيرًا فوجود محتوى رقمي قوي على شبكة الإنترنت يساهم بصناعة المحتوى الرقمي العالمي ككل.

- ❖ الإسكوا هي لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، وحسب تعريفهم الشخصي فهم جزء من الأمانة العامة للأمم المتحدة و واحدة من اللجان الإقليمية الخمس التابعة للمجلس الاقتصادي والاجتماعي، الذي هو الجهاز الأساسي المسؤول عن تنسيق الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية في منظومة الأمم المتحدة، تأسست بموجب قرار المجلس الاقتصادي والاجتماعي عام 1973، وتعمل على تعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية عن طريق التعاون والتكامل على الصعيدين الإقليمي ودون الإقليمي والقيام بدور الـ ذراع الإقليمي للأمم المتحدة.[1]

المبحث الثاني: أساسيات المحتوى الرقمي

1.2 عناصر المحتوى:

وهو يتضمن جزئيين متداخلين من حيث التفاصيل والمكونات منفصلين من حيث موقعهما من صناعة المحتوى وهما كما يلي:

1.1.2 المحتوى الخام (موارد المحتوى):

وهو يتضمن كل العناصر التي تمثل مورد خام يمكن أن تدخل في صناعة المحتوى ويتضمن العناصر التالية:

• المحتوى المنشور في الكتب والوثائق ومستودعات البيانات الورقية والإلكترونية وبنوك الصور، الخرائط والرسوم والمخططات والأدلة العلمية المختلفة الحكومي والخاص.

• محتوى الوسائط الإعلامية التي تخزن مواد صوتية وفيلمية وغيرها.

• تراث الشعوب ومخزونها الثقافي : كما يمكن أن يضمن مكونات المحتوى تراث وثقافة الشعوب التي تخزنها في ذاكرة أفرادها ويجري تناقلها عبر لغاتها وطقوسها وعاداتها وهي محتوى ضخم يجري التنافس على الإفادة منه وإدخاله ضمن مفهوم صناعة المحتوى.

2.1.2 المحتوى المنتج:

وهو يشمل كل مخرجات صناعة المحتوى ويتضمن العناصر التالية:

[1] مصطفى الاعصر, **المحتوى الرقمي العربيVSالمحتوى الرقمي الغربي**, المرجع السابق, ص7.

- النشر الورقي : صحف مجلات نشرات، وثائق تراث، وثائق أنشطة وثائق حكومية، قواميس، موسوعات.
- النشر الإلكتروني: وسائط متعددة، بنوك الصور، قواعد بيانات، مواقع انترنت، موسوعات إلكترونية).
- الإنتاج الإعلامي والفني: (برامج إعلامية، مواد الإنتاج التلفزيوني، أفلام، نتاج الفن التشكيلي...).
- النشر العلمي والتكنولوجي: دوريات علمية، كتالوجات، براءات اختراع، أدلة التشغيل والصيانة، تصاميم)
- البرمجيات: برمجيات التطبيقات، برمجيات الإنتاجية، ألعاب فيديو، مكتبات خاصة).[1]

2.2 بنية صناعة المحتوى و مكوناته:

إن أي صناعة لابد لها من مكونات وعناصر تعكس في مجملها بنية وهيكل هذه الصناعة وصناعة المحتوى بهذا المفهوم لها مكوناتها وعناصر التي تشكل في مجملها بنية موحدة لها خصائصها المنفردة وهذه البنية تتحدد وفقًا للمكونات التالية :

1.2.2 أدوات وأساليب الإنتاج (وسائل المعالجة وعرض المخرجات):

وهي تشمل عمليات معالجة المحتوى : الرقمنة والتحويل والإضافة وتطوير البرمجيات كما تشمل التجهيزات التقنية لعملية الإنتاج مثل أجهزة الحواسيب البرمجيات وشبكات المعلومات، وأجهزة ووسائط الإنتاج والنشر الإعلامي، وتتنوع الأساليب المستخدمة في صناعة المحتوى وفقًا لنوع المحتوى وطبيعة المنتج والمستهدف وخبرة اليد العاملة المنتجة وقدراتها الإبداعية، فهناك أساليب حاسوبية وبرمجية فقط وهناك أساليب تستخدم الوسائط لرقمية الإعلامية فيديو وكاميرات وأجهزة المنتجة وتجري المعالجة بوسائل متعددة مثل برامج المعالجة الحاسوبية للصور والملتيميديا وغيرها كما يتم وفقها تحديد طريقة عرض وتسويق مخرجات صناعة المحتوى مثل: الأقراص وغيرها من وسائط التخزين والعرض الرقمية او عبر مواقع الإنترنت او أفلام DVD الممغنطة وفيديو او عبر أجهزة التلفزيون والهوائيات الفضائية والوسائل الإعلامية المختلفة.... الخ.

2.2.2 العنصر البشري:

صناعة المحتوى كغيرها من الصناعات تحتاج للعنصر البشري المتخصص والمدرب ولكن الفرق فيها عن غيرها أنها تعتمد على الإبداع بدرجة أساسية وبالتالي لا تكفي خبرة العنصر البشري العادية في تطوير صناعة المحتوى وإنما لابد من توافر العنصر البشري القادر على الإبداع ؛ كون بنية صناعة المحتوى والتنافس فيها تقوم على الجذب وليس على الجودة

[1] بوكابو سيف لبدين وأخرون، **الاندماج الرقمي وتأثيره على العمل الصحفي (دراسة حالة برامج اخبارية لقناتي France24 وBBC عربي)**, اطروحة ماستر, كلية العلوم الانسانية والاجتماعية, جامعة 8 ماي 1945, قالمة, 2016, ص 49, ص 50.

فحسب، فالانجذاب للعبة او برنامج تطبيقي يرتبط بحجم الجهد الفكري الإبداعي في بناءها وتحقيق عناصر التشويق والإثارة فيها وخلق العلاقة التفاعلية بينها وبين المستخدم وبالتالي فان تحديد الاحتياجات المختلفة (نفسية وثقافية، وعلمية..) للمتعامل مع المنتج لا يتم بصورة تكاملية إلا في صناعة المحتوى. وتعد صناعة المحتوى من الصناعات ذات الخصائص الشمولية في جانب قوة العمل فهي تجذب إليها المبرمج، والفنان، والمخرج السينمائي، ومعد البرامج الإعلامية ومقدمها، والمختصين في مختلف مجالات العلوم والمعرفة الإنسانية كونها تشمل كامل مساحة الاهتمام البشري بمختلف جوانبها.[1]

3.2.2 السوق (العرض والطلب):

صناعة المحتوى تحتاج كغيرها من الصناعات إلى تحقيق عوامل السوق التي تتيح لها النمو والازدهار من خلال خلق عوامل الطلب وتوسيع نطاق العرض لها وفي إطار المنافسة المحمومة في هذا المجال يتسع نطاق العرض في سوق صناعة المحتوى حيث يؤدي اتساع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطور الجاري في صناعة الإعلام، وتكريس عولمة الثقافة والاقتصاد إلى خلق طلبًا متزايدًا على صناعة المحتوى ومخرجاتها، ويزيد من ذلك الاتجاه إلى توسيع نطاق التعامل مع تطبيقات تكنولوجيا المعلومات وتنامي الاعتماد عليها في إدارة الأعمال وتقديم الخدمات واتساع استخدامها في المجالات الاقتصادية والتجارية، وبروز تطبيقات مختلفة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات غيرت مفاهيم كاملة في إدارة الأنشطة والأعمال، فظهر التعليم الالكتروني، والتجارة الالكترونية، والسياحة الالكترونية،... الخ وهو ما يؤدي إلى تنامي الطلب على صناعة المحتوى.

4.2.2 الأصول ورأس المال:

في صناعة المحتوى كغيرها من الصناعات تحتاج إلى الأصول ورأس المال إلا أن حجم رأس المال يتفاوت كثيرًا حسب نوع مجال صناعة المحتوى، فصناعة الإعلام تحتاج إلى رأس مال كبير وأصول كبيرة نسبيًا بالمقارنة مع صناعة التطبيقات البرمجية، وصناعة ألعاب الفيديو والنشر الإلكتروني لقواعد البيانات غيرها من مجالات صناعة المحتوى تحتاج إلى العنصر البشري المبدع باعتباره أصل هاما لديها، ولذا فان العنصر البشري المبدع وعنصر التنظيم والإدارة من أهم الأصول في صناعة المحتوى إلى جانب التجهيزات الحاسوبية والبرمجية ووسائل الاتصال والتي قد لا تحتاج إلى استثمار كبير بالمقارنة مع عنصري الكادر البشري وعنصر التنظيم.[2]

3.2 أبعاد ودوافع صناعة المحتوى:

هناك العديد من الأبعاد والدوافع التي فرضت وتفرض التوجه نحو صناعة المحتوى والاهتمام بها وهي كالتالي:

---

[1] لبيب شائف محمد، **صناعة المحتوى: المفهوم والبنية ومقومات تطورها**، المرجع السابق ص11،ص12.

[2] لبيب شائف محمد, **صناعة المحتوى: المفهوم والبنية ومقومات تطورها**, المرجع السابق, ص13.

- البعد الاقتصادي: حيث تحقق صناعة المحتوى عوائد مرتفعة وتتزايد باطراد أهميتها في اقتصاديات الدول.
- البعد التكنولوجي: هناك نقلة نوعية ستتم بين الأنترنيت والتلفزيون ويتم النقل لهذه المحتويات عبر شبكات نقل ذات السعات العالية مما يتطلب محتوى رقمي جديد.
- البعد التربوي: صناعة المحتوى والاهتمام به عنصر أساسي لعملية التربية والتعلم في ظل اقتصاد المعرفة ومجتمع المعلومات؛ فهي وسيلة تحقيق غايات أربع وفقًا لتقرير اليونسكو وهى : تعلم لتعرف، تعلم لتعمل، تعلم لتكون، تعلم لتشارك الآخرين.
- البعد السياسي: بدأت تظهر ملامح لخريطة سياسية عالمية جديدة على أساس المصالح المعلوماتية (الجيو معلوماتية)، حيث يتجه العالم في ظل العولمة ومجتمع المعلومات العالمي لتكوين تكتلات سياسية ذات أبعاد معلوماتية وتكنولوجية، تعد صناعة المحتوى عنصرًا أساسيًا فيها، وهي تنطلق في ذلك من بعد المحتوى والذي يرتكز على وحدة اللغة والثقافة والمصالح الاقتصادية المشتركة وبالتالي يتجه المحتوى ليكون محورًا هاما في بنية الخريطة السياسية العالمية كونه منطلقًا هاما للتحالفات السياسية والاقتصادية.
- البعد الاجتماعي: صراع الثقافات في ظل العولمة تتجه نحو التأثير السلبي على بعض المجتمعات وإفقادها هويتها والتأثير على تناسق المجتمع بفئاته المختلفة مما يتطلب سد الفجوة الرقمية داخل المجتمع من خلال إنتاج محتوى محلى لخدمة جميع الفئات وتلبية المتطلبات الخاصة بالمجتمعات السكانية.
- البعد الثقافي: نشر الثقافة المحلية للمجتمعات والبلدان والترويج لها وعولمتها.[1]
- البعد الإعلامي: أدى التطور المعلوماتي لحدوث نقلة نوعية في مفهوم الإعلام الحديث بحيث أصبح تفاعليًا فصار الحوار الإعلامي إيجابيًا بين المرسل والمستقبل وليس مجرد بث من اتجاه واحد، وتم الاستفادة من تطبيقات الإعلام بصورته الحديثة في جوانب أخرى مثل التعليم عن بعد والترفيه واسترجاع المعلومات والتراسل وعقد المؤتمرات.
- البعد اللغوي: صناعة المحتوى ترتبط باللغة واللغة الأكثر انتشارًا واستخداما تستطيع السيطرة وفرض الثقافة من خلالها؛ ولذا تتجه العديد من البلدان للاهتمام بصناعة المحتوى لتحافظ على ثقافتها وهويتها ووجودها وتحفظ لغتها وتوسع من انتشارها ما أمكن.
- البعد المعرفي: صناعة المحتوى تهتم بالتعامل مع المعرفة أي المعلومات بالإضافة الخبرات وبالتالي فإن تلاقح المعلومة والخبرة التي تتيحها صناعة المحتوى تجعل الاهتمام بصناعة المحتوى أمر هام وضروري سواء من قبل المنتج او المستخدم.

---

[1] اسراء امين سيد امين و دعاء عبد الله احمد، **أشكاليات تطوير مبادرات صناعة ونشر المحتوى الرقمي العربي (دراسة مقارنة بالمبادرات الدولية وطرح معايير لتطوير المبادرات و التجارب العربية)**، بحث مقدم ضمن فعاليات المؤتمر، ملتقى المحتوى الرقمي و مجتمع المعرفة، دبي، 2016، ص 10, ص 11.

- البعد الفني الإبداعي: تتيح تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها آفاقًا واسعة في تطوير القدرات الإبداعية والفنية وإعادة إنتاج وعرض الأعمال الفنية والإبداعية بصور متعددة.
- البعد الأمني: تتيح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لمختلف الجماعات في العالم عرض أفكارها التي قد تكون بعضها هادما لأخلاقيات مجتمعات أخرى كما تتيح نظم الاتصال الشبكي المعلوماتي نقل معلومات خطيرة لربط جماعات العنف وتنفيذ أعمال تهدد أمن المجتمعات.[1]

4.2 مجالات صناعة المحتوى الرقمي:

يمكن تصنيف مجالات محتوى الرقمي إلى ثلاث فئات رئيسية كالتالي:

1.4.2 الإعلام والترفيه بطرق متعددة:

ينتج محتوى موجه إلى السوق أفراد ويتم توزيعه عبر وسائط متعددة مختلفة مثل وسائط ورقية والبث عبر الاقمار الصناعية والانترنت ويتضمن اللعب والترفيه والمجلات والصحف وكتب الجمهور وكتب تعليمية ومهنية والتدريب والإعلام الاقتصادي والترفيه السنيمائي والانتاج التلفزيوني والموسيقى والنفاذ واعلام الانترنت.

2.4.2 مجال الأعمال والتجارة الالكترونية:

حيث استفاد من مزايا التي تنتجها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي تتمثل في تخفيض التكلفة وسرعة تبادل المعلومات المتعلقة بالمنتجات.

3.4.2 مجال الخدمات العامة:

وهي الخدمات التي تقدمها الدولة بدون مقابل او بمقابل مادي بسيط وذلك لإيصال هذه الخدمات إلى جميع المواطنين بتكلفة أقل كما يعمل على تخفيف مراجعة الدوائر الحكومية مما ساعد على تحسين وتسريع الخدمات العامة ويتضمن هذا المجال الحكومة الالكترونية والصحة الالكترونية والتعليم الالكتروني والثقافة الالكترونية والمشاركة المجتمعية.[2]

المبحث الثالث: أشكال المحتوى الرقمي

1.3 المحتويات النصية:

وهي الشكل الأساسيّ المتعارف عليه من المحتوى، ومنها:

---

[1] –اسراء امين سيد امين و دعاء عبد الله احمد، **إشكاليات تطوير مبادرات صناعة ونشر المحتوى الرقمي العربي**, المرجع السابق،ص12.

[2] فاطمة محمد احمد محمد, **المحتوى الرقمي الصحي: المفهوم والافادة**، المرجع السابق،ص20.

1.1.3 المدوّنات:

المدونات بشكل عام هي عبارة عن تطبيقات من شبكة الإنترنت وتعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهي في أبسط صورها عبارة عن صفحة ويب على شبكة الإنترنت تظهر عليها تدوينات (مداخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير او ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المداخلات القديمة، ويكون لكل تدوينة منها عنوان دائم ومسار دائم لا يتغير منذ أول النشر، مما يمكن القارئ من الرجوع إليها في وقت لاحق، عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها.[1]

2.1.3 البريد الإلكتروني:

تتطور أشكال المحتوى الرقمي باستمرار، ولا يزال البريد الإلكتروني محتفظًا بقيمته كأحد أساسيات التسويق عبر الإنترنت، من بين أبرز أنواعه:

- رسائل الترحيب: تصل إلى المشتركين الجدد في الموقع او القائمة البريدية للاحتفاء بهم.
- رسائل الترويج: تتضمن العروض والخصومات والمنتجات الجديدة.
- رسائل المدونة: تقدم قائمة بأحدث مقالات المدونة مع نبذة عن كل مقال.
- رسائل التقطير: ترسل بالتتابع على فترات زمنية بعد اتخاذ العميل أحد الإجراءات، مثل شراء المنتج او تسجيل الاشتراك.[2]

3.1.3 الكتاب الالكتروني:

وتعرف بأنها عبارة كتب الكترونية تقوم تقنية الوسائط المتعددة من حيث دمج مجموعة من عناصر الصوت والصورة والفيديو والرسوم المتحركة والرسوم الثابتة والنصوص داخل الكتاب الإلكتروني، ويتم عرض هذه العناصر بشكل خطي داخل هذا الوسيط (الكتاب الإلكتروني). [3]

---

[1] مطلق سعد العميري، **تأثير المدونات الإلكترونية الكويتية على اتجاهات طلبة قسم الإعلام في جامعة الكويت**، رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، منشورة، قسم الصحافة و الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الاوسط، الكويت، 2011، ص21.

[2] **دليلك الشامل إلى صناعة المحتوى الرقمي** ,متاح علىhttps://blog.mostaql.com/digital-content-industry / شوهد يوم 2022/04/19، على الساعة:13:15.

[3] د.محمد مجاهد نصر الدين، د.عماد محمد عبد العزيز سمره, **أثر التفاعل بين نمط تصميم الكتاب الالكتروني والتخصص العلمي في تنمية مهارات تصميمه وانتاجه لدى المعيدين والمحاضرين بالجامعات السعودية**, مجلة كلية التربية, جامعة الازهر, العدد 173, الجزء الثاني, ص444.

2.3 المحتويات المرئية:

1.2.3 الإنفوغرافيك:

أ- مفهوم الانفوغرافيك:

يعرف اصطلاحا على أنه التجسيد البصري للمعلومات او الأفكار سعيا لتوصيل معلومات معقدة لجمهور ما بطريقة تمكنهم من فهمها واستيعابها بسرعة وهذا ما سبق توضيحه في التفكير البصري وتمثيل المعلومات بصريا حيث يمزج الانفوغرافيك بين البيانات و التصميمات للمساعدة في التعلم البصري و تساعد هذه العملية في توصيل المعلومات المعقدة بطريقة يمكن فهمها بصورة اسرع و ايسر. كما يعرف بأنه فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها لوضوح وتشويق وهذا الأسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصلبة بطريقة سلسة وسهلة وواضحة.[1]

فإن تقنية الانفوجرافيك هذه بتصميماتها المتنوعة تعمل على تغيير أسلوب التفكير تجاه البيانات والمعلومات المعقدة، وتضفي شكل مرئي جديد لتجميع وعرض المعلومات او نقل البيانات في صور ذات جودة عالية تستهدف المتلقي.[2]

ويُعرّف أيضا على انه مخطط المعلومات البياني بأنه تصور للبيانات او الأفكار التي تحاول نقل المعلومات المعقدة إلى الجمهور بطريقة يمكن استهلاكها بسرعة وسهولة فهمها، كما يعتبر الأساس لتمثيلات المرئية للمعلومات. تُستخدم لسرد القصص او نقل الأفكار او استكشاف المشكلات من خلال مجموعة من الرسومات المختلفة. تُستخدم الرسوم البيانية الآن على نطاق واسع في وسائل الإعلام الرئيسية لزيادة فهم القراء لموضوع او قضية معينة. إلى جانب الوسائط التقليدية مثل الصحف والمجلات، ستجد أيضا الرسوم البيانية في العديد من قنوات النشر الرقمية ويتم إنتاجها بشكل متزايد من قبل مجموعة من مؤسسات القطاعين العام والخاص كجزء من استراتيجيات النر.[3]

ب- أنواع الانفوجرافيك:

- انفوجرافيك ثابت Static Infographics: عبارة عن رسم تصويري يشرح شيء معين بشكل ثابت دون الحاجة إلى أي تفاعل مع القارئ ويشمل:

---

[1] د محمد شلتوت, الانفوجرافيك من التخطيط إلى الانتاج, ط1, السعودية, 2016, ص111.

[2] إيمان عبدالكريم إسماعيل النهار, **أثر موقع ويب في تنمية مهارات تصميم العروض التعليمية المبنية على الانفوجرافيك لدى طلبة تخصص تكنولوجيا التعليم في الجامعات الأردنية**, رسالة ماجستير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم, كلية العلوم التربوية, جامعة الشرق الاوسط, الاردن , جوان 2019, ص 2.

[3] Jennifer Ferreira, “Infographics: An Introduction,” 2014, 3.

- نشرات مفيدة useful bait: يتم عرض كيفية إجراء مهارة ما(مثل خطوات أداء الصلاة بطريقة صحيحة)، او عرض فوائد لنوع من الأطعمة.
- وصف الأرقام الضخمة: يتم من خلالها عرض تصوير جرافيكي لمجموعة من الإحصاءات ذات الأرقام الكبيرة وتبسيطها من خلال التصميم.[1]
- الجدول الزمني the timeline: مخطط المعلومات البياني الزمني هو رسم بياني يعرض الأحداث بترتيب زمني. تعد الرسوم البيانية للجدول الزمني واحدة من أكثر الرسوم البيانية تنوعًا من حيث استخدامها. عادةً ما يستخدمها متخصصو التسويق من أجل:

- إظهار التطور التاريخي لشخص او عنصر.

-شرح تطور المنتج او الاتجاه داخل التخصص.

-توضح كيف تطورت ممارسة معينة بمرور الوقت

- رسمات المقارنة the vs infographique (comparison): إنفوجرافيك المقارنة هو طريقة بصرية للمقارنة بين الخيارات المختلفة. من خلال تقديم بديلين او أكثر جنبًا إلى جنب، يساعد هذا النوع من الرسوم البيانية القراء على فهم التمييز بين المفاهيم المختلفة، وفي كثير من الحالات، اختيار الخيار الأفضل لهم. ويستخدم في التسويق بكثرة.
- مخططات بيانية، رسومات بيانية the flowchart: مخطط المعلومات الرسومي عبارة عن تمثيل رسومي لتدفق المعلومات، مثل سلسلة من الخطوات او الإجراءات المختلفة. يمكن استخدامه بواسطة متخصصي التسويق في أي صناعة. يساعد في إرشاد الأشخاص خلال العملية، وغالبًا ما يطرح عليهم أسئلة بنعم او لا ثم يوجههم إلى الخطوة التالية بناءً على إجاباتهم. كما يعزز هذا النوع من الرسوم البيانية المشاركة بينما يمنح المستخدمين فكرة واضحة جدًا عما تدور حوله العملية.[2]
- تصوير البيانات data visualization: تصور البيانات مثاليًا لتوضيح البيانات والمعلومات المعقدة من خلال المخططات والرسوم البيانية او التصميم. يستخدم من أجل جعل الحجج القائمة على البيانات أسهل في الفهم وجعل الحقائق والإحصاءات أكثر إثارة للاهتمام لاستيعابها.

---

[1] د. اسماعيل عمر علي حسونة, **الانفوجرافيك في التعليم**, يوم علمي بعنوان: مستحدثات التكنولوجية في عصر المعلوماتية, جامعة الاقصى, قاعة المؤتمرات, غزة, 2014/5/15, ص 3.

[2] Rebecca Nan Strehlow, "**8 Best Types of Infographics and When to Use Them**," Wix Blog, June 30, 2021, https://www.wix.com/blog/2021/06/types-of-infographics/.

- انفوجرافيك بصري: يجعل تنسيق الرسم البياني هذا قطعة من الكتابة او التقرير الممل أكثر وضوحًا. يستخدم في تقليص النصوص وإضافة الإثارة في المقالات. [1]
- الصور الحقيقة لوصف البيانات The Photo Infographic: وهي عملية لاستخدام الصور الحقيقة والتي يتم التقاطها بعناية للتعبير عن وصف لبيانات ما. [2]

➢ انفوجرافيك متحرك:

عبارة عن تصوير فيديو عادي ويوضع عليه البيانات والتوضيحات بشكل جرافيك متحرك يظهر بعض الحقائق والمفاهيم على الفيديو نفسه، وهذا النوع قليل بعض الشيء في الاستخدام. او عبارة عن تصميم البيانات والتوضيحات والمعلومات بشكل متحرك كامل حيث يتطلب هذا النوع الكثير من الإبداع واختيار المحركات المعبرة التي تساعد في إخراجه بطريقة شيقة وممتعة وكذلك يكون لها سيناريو كامل للإخراج النهائي لهذا النوع، وهو من أكثر الأنواع استخداما في الوقت الحالي.[3]

2.2.3 الصورة:

لطالما احتلت الصورة مرتبة مميزة في التاريخ الإنساني على مر العصور، وازدادت أهميتها أيضا في عصر التحوّل الرقمي الذي نعيشه، لما لها من تأثير في صناعة المحتوى. الصور من أسهل وأسرع الوسائل لإيصال الرسائل المقصودة للمتلقي او الجمهور، ذلك أن الدماغ يستقبل ما نسبته 90٪ من المعلومات بشكل بصري

ما يتبادر إلى الذهن عندما نفكر في المحتوى المرئي هو الصور. يمكن للصورة أحيانًا أن تقول أكثر من ألف كلمة وتوصيل رسالة في بضع ثوانٍ فقط.

ميزة الصور هي أنها تخفف المقالات الطويلة وتزيل رتابة ومللها. بالإضافة إلى ذلك، تؤثر الصور عالية الجودة على قابلية التذكر بشكل أفضل وتساعد القراء على فهم جوهر المادة بشكل أسرع مع الدافع لإجراء عملية شراء. إذا كان الهدف هو زيادة المبيعات، فمن المهم للغاية استخدام صور عالية الجودة تُظهر المنتج و الخدمة من الجانب الأفضل. لن يكون من الضروري حتى جعلها مثالية. انظر إلى صور الطعام والملابس التي تبدو أفضل في الصورة عنها في الحياة الواقعية. يتم توفير خدمات المعالجة هذه من خلال خدمات إعادة لمس مختلفة.[4]

---

[1] "**10 Types of Infographics with Examples and When to Use Them**," *Simple Infographic Maker Tool by Easelly* (blog), October 19, 2018, https://www.easel.ly/blog/types-of-infographics/.

[2] د. اسماعيل عمر علي حسونة, **الانفوجرافيك في التعليم**, المرجع السابق, ص 3.

[3] د. شريف عادل جابر, **فعالية برنامج تدريبي قائم على تقنية الانفوجرافيك في تنمية مهارات إعداد ملف الإنجاز والاتجاه نحوه لدى الطلاب المعلمين بمدارس التربية الفكرية بالأحساء**, المجلة العربية لدراسات وبحوث العلوم التربوية والانسانية, جامعة الملك فيصل, مصر, 2017, ص18 ص19.

[4] "**5 Types of Visual Content You Need to Use in Your Marketing Campaigns** » Pro Photo Studio | Product Photography | Miami Product Photography | Product Photography | Jewelry Photography," accessed May 10, 2022,

➢ أنواع الصور:

- الصحفية، والإعلانية: تستخدمها الوسائل الإعلامية في توضيح خبر ما، ونشر التفاصيل المتعلقة فيه بطريقة تجعله أقرب إلى ذهن الإنسان.
- الشخصية: من أكثر أنواع الصور استخداما؛ لأنها خاصة بالأشخاص، وترتبط مع المعاملات، والوثائق الرسمية، كإصدار البطاقة الشخصية، وجواز السفر، ووثائق الدراسة، وأي اوراق أخرى تحتاج إلى وجود صور شخصية.[1]
- البيضاء، والسوداء: هي أول نوع عُرف منذ القدم و تزامن ظهورها مع اختراع آلة التصوير، ولكن قديماً لم تكن الصور واضحة، ومع التقدم تم تحسينها وتطويرها حتى أصبحت ملونة.
- صور الطبيعة: وهي تتمثل في الصور الطبيعية مثل: الورود، وتساقط الأمطار، وشروق، وغروب الشمس وغيرها من المناظر الطبيعية.
- صور المدن: وهي أيضا تندرج تحت الطبيعة فهي صور طبيعية للعالم بأكمله، مما ساعدت في التعرف على الدول حول العالم دون الحاجة لزيارتها او الذهاب إليها.[2]

3.2.3 الفيديو:

وهو من أقوى أنواع المحتوى وأكثرها تأثيرًا في إيصال الرسالة للعملاء والجمهور المستهدف بالإضافة لبناء علاقة مستمرة ودائمة معهم. مؤخرًا، بدأ نجم الفيديوهات في التصاعد لتصبح من أهم أنواع المحتوى على الإنترنت بشكل لا يمكن تجاهله ولذا بدأت كثير من المنصات الإلكترونية في الاتجاه لصناعة الفيديوهات التي تتناسب مع أهدافها وتوجهاتها. وتعد الفيديوهات التعليمية التي تقدم موادًا خاصة بتعليم الأشخاص ما يحتاجون إليه في مواضيع متعددة (Educational Videos)، بجانب الفيديوهات التي تنتشر بشكل جماهيري (Viral Videos) بسبب تأثيرها وملامستها لمشاعر الناس من أشهر أنواع الفيديوهات المتداولة على شبكة الإنترنت.[3]

---

https://www.prophotostudio.net/marketing/online-business-marketing/5-types-of-visual-content-you-need-to-use-in-your-marketing-campaigns/.

[1] "أنواع الصور, متاح على موضوع_أنواع_الصور/https://mawdoo3.com, شوهد يوم 2022/05/10 على الساعة 15:46.

المرسال, مفهوم الصورة وأنواعها, متاح على https://www.almrsal.com/post/1144584, شوهد يو 2022/05/10 على الساعة 16:00.

[3] ميساء، **ما هو المحتوى الرقمي**، متاح على https://anwan.me/c16dfc1c71c7-%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%، شوهد يوم 2022/04/19، على الساعة 13:30.

الإطار النظري

جودة الفيديو عامل أساسي في انطباع المشاهدين ومع التطور التكنولوجي وتعدد منصات الفيديو الرقمية مثل يوتيوب او مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جودة HD هي الحد الأدنى المقبول من قبل الجمهور لجودة الفيديو ومن الأفضل إنتاج الفيديو بأفضل جودة ممكن مثل K4 والتعامل مع وكالة تسويقية توفر حلول إنتاج الفيديو فائق الجودة.[1]

- أنواع الفيديو :
- الفيديو الترويجي للمنتجات والخدمات :

إطلاق منتج او خدمة جديدة يحتاج إلى مجهودات مخصصة في عملية الترويج وتكاليف تسويقية باهظة يمكن تقليلها مع ضمان مستوى أفضل للحملة التسويقية من خلال فيديو ترويجي للمنتج او الخدمة او العروض المؤقتة زمنياً لرسم صورة مبسطة عن الفئة المناسبة للمنتج او الخدمة وخلق عامل تشويقي يحفز المشاهد على التواصل مع مشروعك او نشاطك التجاري لمعرفة المزيد من المعلومات او اقتناء الخدمة او المنتج وعدم تفويت فرصة العروض المؤقتة.

- فيديو شرح المنتج او الخدمة:

تزداد رغبة الشراء لدى العملاء حينما يتم ربط مميزات المنتج او الخدمة التنافسية بسد حاجة او رغبة لدى المستهلك وهنا تظهر فرصة استخدام الفيديو لشرح مميزات المنتج او الخدمة التنافسية بشكل مبسط من خلال عرض المشكلة التي يعاني منها فئة العملاء المستهدفة وربط حلول المشكلة بما يقدمه المنتج مثل سعر تنافسي او فترة عمر أطول او فترة ضمان طويلة المدى او خدمات ما بعد البيع والصيانة وذلك يسهم في زيادة قناعة المشاهدين بالمنتج او الخدمة وتحفيز رغبة الشراء لديهم.[2]

- فيديو الموشن الغرافيك:

فيديو موشن جرافيك هو عبارة عن فيديو يستخدم الرسوم المتحركة "موشن جرافيك" وتصميمها وتحريكها بطريقة معينة لتعبرعن فكرة او منتج او خدمة بعينها ثم أختيار صيغة كلام تتناسب مع الرسومات المتحركة الموجودة

[1] أنواع وفوائد المحتوى المرئي للمشروعات والأنشطة التجارية, متاح على https://www.sendiancreations.com/ar/visual-content-benefits/, شوهد يوم 2022/04/19 على الساعة 13:43.

[2] **أنواع وفوائد المحتوى المرئي للمشروعات والأنشطة التجارية**, المرجع السابق.

بالفيديو وتسجيل الأصوات داخل فيديو موشن غرافيك و عادتا يكون لديه هدفين هدف تعليمي و هدف دعائي أما تجاري او تسويقي.[1]

3.3 المحتويات الصوتية:

يعتبر عنصر الصوت Sound من أهم العناصر في الوسائط المتعددة، وقد يكون من أكثر مكونات الوسائط المتعددة استخداما. حيث يدل مصطلح Audio على العناصر الصوتية في برنامج ما، ويمكن أن تتضمن تلك العناصر الكلام المنطوق المسجل والموسيقى والتأثيرات الصوتية، فيمكن استخدام برنامج مسجل الصوت الـ (Sound Recorder) مثلا التسجيل صوت التعليق المصاحب لعرض الصور المتحركة وكذلك للتنبيهات.[2]

- البودكاست: هو خدمة تتميز بالتشاركية يتم من خلالها تغذية الويب بملفات فيديو وملفات صوتية يتم إتاحتها للمتلقين عن طريق الويب، وهو مجموعة ملفات من وسائط متعددة ينشر عبر الويب عن طريق تطبيقات المزامنة المتعددة، ومشغلات الوسائط المحمولة بمختلف أنواعها، او عن طريق الحاسب الشخصي، وهو طريقة يتم من خلالها نشر ملف صوتي عبر الانترنت، او من خلال وسيط تشغيل كأجهزة الحاسب الآلي الشخصية او الاجهزة المحمولة.[3]

المبحث الرابع:المنصات الرقمية

1.4 تعريف المنصات الرقمية:

تشكل المنصات الرقمية أحدى المجالات الالكترونية التي تقدم خدماتها الافتراضية للمستخدمين على شبكة الانترنت، وهي منظومة الكترونية تفاعلية متكاملة، قد تشتمل على مجموعة اوعية، ويمكن الوصول إلى محتوياتها بشكل مفتوح او مقيد بشروط، طبقا للأهداف التي يحددها القائمون على صناعة محتوياتها. وبذا.. فهي حيز قائم على تكنولوجيا الويب، تتكون من عرض تقني من أجل النفاذ إلى العالم، بعدد من الخدمات التفاعلية، والتي يمكن ان تخضع للدفع بوسائط الدفع الإلكتروني، او تكون مجانية من دون مقابل، ويعتمد هذا العرض على تطوير مجتمع من المستخدمين، أي أنها مجموعة متكاملة من الخدمات التفاعلية، التي يمكن توفر المستخدمين محتويات وأدوات دعم التعلم

---

[1] إستازل , **خيارك الأمثل لإدارة الحملات التسويقية وتصميم وبرمجة المواقع الالكترونية و إنشاء المحتوى الخاص بشركتك**, متاح على , http://istazell-agency.com/articles/kind-of-video-marketing, شوهد يوم 2022/5/10 على الساعة 10:11.

[2] لؤي الزعبي،**الوسائط المتعددة**، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية،2020،ص55.

[3] اريج عبد الله محمد النابلسي، **تأثير مسلسلات "البودكاست" على اليافعين في ترسيخ القيم الاجتماعية و الانسانية (دراسة تجريبية على مسلسل وليد الصدفة)**، رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، منشورة، قسم الصحافة و الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الاوسط، الكويت،2021، ص8 ص9.

والتنمية الشرائح المستهدفة بمحتوياتها وتكون المنصات قادرة على اتاحة محتوى رقمي في شكل محدد، يمكن بوساطته الوصول إلى جمهور كبير من المستخدمين، وبالمستوى الذي يعزز من التفاعلات الاجتماعية، ويسمح بتقديم فرص اكبر التطوير، على أن تلتزم صناعة المحتويات الرقمية فيها بالشروط الموضوعية باعتماد استراتيجية قادرة على محاكاة احتياجات المستخدمين.[1]

عرف Scott المنصات الرقمية بأنها عبارة عن برامج تعليمية عبر الانترنت تتيح الاتصال والتفاعل بين المتعلمين من جانب والمعلمين والخبراء ومصادر المعرفة المختلفة من جانب أخر.

وعرف نبيل عزمي المقرر الرقمي بأنه مقرر تستخدم فى تصميمه أنشطة ومواد تعليمية تعتمد على الكمبيوتر، وهو محتوى انى بمكونات الوسائط المتعددة التفاعلية فى صورة برمجيات معتمدة على شبكة محلية او شبكة الانترنت،وفيه يتمكن الطالب من التفاعل والتواصل مع المعلم من جانب، ومع الزملاء من جانب أخر. ويتكون هذا المقرر من مجموعة وسائط ذات أشكال مختلفة مثل الرسومات، والنصوص الخاصة بالمقرر ومجموعة من التدريبات والاختبارات، وسجلات لحفظ درجات الاختبار، وقد يحتوي البرنامج على صور متحركة ومحاكاة وصوتيات ووصلات ربط مع مواقع أخرى.[2]

2.4 أنواع المنصات الرقمية:

1.2.4 منصات التواصل الاجتماعي:

منصات التواصل الاجتماعي هي مواقع تمكن مستخدميها من نشر اي محتوى سواء كان نصي او صوتي او مرئي او بيانات، لكي يستفيد منها كل شخص يرغب في ذلك بكل سهولة.[3]

أ. موقع الفايسبوك FACEBOOK:

موقع فيسبوك"Facebook" تم إنشاؤه فى 28 أكتوبر 2003م، بواسطة ابن التاسعة عشر من العمر مارك زوكربيرج "Mark Zuckerberg وهو طالب جامعة هارفارد، وقد كان الموقع في البداية متاحاً فقط لطلاب جامعة هارفارد ثم فتح لطلبة الجامعات، بعدها لطلبة الثانوية ولعدد محدود من الشركات، ثم أخيراً تم فتحه لأي شخص يرغب في فتح حساب. ويذكر الموقع الرسمي للفيسبوك "Facebook" بانه : "موقع يعطي الناس القدرة على المشاركة

---

[1] صفد حيام حمودي، **اهتمأمات المنصات الرقمية بقضايا الشباب العراقي** , مجلة الفنون و الادب وعلوم الانسانيات الاجتماع ,العدد 59, كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق, اكتوبر 2020, ص 220.

[2] ياسر محمد خيايا, **دور المنصات الرقمية في دعم وتطوير تعليم العلوم لطلاب المرحلة المتوسطة**, المجلة العربية للتربية النوعية, العدد السابع, فيفري 2019, ص 147.

[3] ‘‘ماهي منصات التواصل الاجتماعي ماهي منصات التواصل الاجتماعي المشهورة, متاح على/https://www.vapulus.com/ar ماهي-منصات-التواصل-الاجتماعي./, شوهد يوم 2022/3/25 على الساعة 14:22.

والتواصل مع الأصدقاء والأهل ويجعل العالم أكثر انفتاحا. ويشير اسم الموقع (الفيسبوك) إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس في الولايات المتحدة الامريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد وهو يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعارف بينهم.[1]

ب. موقع اليوتيوب YOUTUBE:

يُعتبر موقع يوتيوب أهم وأشهر موقع لتحميل ومشاركة الفيديوهات على مستوى العالم، تم تأسيسه بواسطة ثلاثة موظفين فى شركة Pay Pal الامريكية، وهم تشاد هورلى (Chad Hurley) وستيف تشن (Steve Chen) وجاود كريم (Jawed Karim) وتم إطلاق النسخة التجريبية للموقع فى ماي عام 2005 م، ثم أطلقت النسخة الرسمية بعدها بستة أشهر، وقامت شركة جوجل Google بالاستحواذ على الموقع فى صفقة ضخمة بلغت قيمتها 1,65 مليار دولار، وهو موقع لمشاركة مقاطع الفيديو، يوفر ميزات شبكات اجتماعية مضمنة. وبنفس الطريقة تمأما مثل مواقع مشاركة الوسائط الأخرى، فإنه يسمح للمستخدمين بمعايرة مستويات مشاركتهم وتفاعلهم بالتناوب بين عرض محتوى الموقع والتواصل النشط مع المستخدمين الآخرين.[2]

أحد أسباب شهرة YouTube هو العدد الهائل من مقاطع الفيديو التي يمكن العثور عليها. في المتوسط يتم تحميل 100 ساعة من الفيديو على YouTube كل دقيقة، لذلك هناك دائمًا شيء جديد لمشاهدته وستجد جميع أنواع مقاطع الفيديو على القطط المحببة على YouTube وعروض الطهي الغريبة ودروس العلوم المضحكة ونصائح الموضة السريعة وغير ذلك الكثير.[3]

ج. موقع الانستغرام INSTAGRAM:

يُعتبر الانستغرام شبكة اجتماعية تتيح للأفراد تبادل الصور والفيديوهات القصيرة، وقد ظهر فى 10 اكتوبر 2010م، على يد مؤسسيه كيفن سيستروم (Kevin Systrom) ومايك كرايجر (Mike Krieger) خريجا جامعة ستانفورد الأمريكية، وفى البداية كان الانستغرام لا يعمل إلا على هواتف آيفون فقط فقط، وبدأ 80 شخص استخدامه، وبعد 10أيام على إطلاقه بلغ عدد مستخدميه 10 آلاف مستخدم، وفى ديسمبر 2010 م، أعلن مؤسسا الانستغرام عن ربطه بالدعم الكامل على شبكة Foursquare، حيث وصل عدد مستخدميه إلى مليون مستخدم، وكان الهدف من ذلك تمكين المستخدمين من وضع صور ذات جودة عالية ومشاركتها على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، وتم إتاحته للمستخدمين من خلال 25 لغة مختلفة حول العالم، وفى فب ا رير عام 2011 م، بلغ

[1] أ. حسين محمود هتيمي, **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**, الطبعة الأولى, دار اسامة للنشر والتوزيع, عمان, 2015, ص 88.

[2] Dana Rotman and Jennifer Preece, "The 'WeTube' in YouTube – Creating an Online Community through Video Sharing," *International Journal of Web Based Communities* 6, no. 3 (2010): 3185.

[3] "YouTube: What Is YouTube?," GCFGlobal.org, accessed May 11, 2022, https://edu.gcfglobal.org/en/youtube/what-is-youtube/1/.

عدد مستخدمى الانستغرام مليون وسبعمائة الف مستخدم يتشاركون أكثر من 300 الف صورة يومياً، وحصلت الشركة على تمويل قدره 7 مليون دولار أمريكي من مجموعة مستثمرين من ضمنهم جاك دورسى (Jack Dorsey) مؤسس تويتر، وفى يوليو عام 2011م، وصل عدد المستخدمين 6 مليون مستخدم يتشاركون أكثر من مائة مليون صورة يومياً، وبلغت قيمة الشركة 500 مليون دولار فى إبريل عام 2012 م، وقامت شركة فيس بوك بالاستحواذ عليها فى صفقة بلغت قيمتها مليار دولار نقداً.[1]

د. موقع التويتر TWITTER:

Twitter عبارة عن خدمة عبر الإنترنت للشبكات الاجتماعية والمدونات الصغيرة تتيح للمستخدمين إرسال واستقبال رسائل نصية او منشورات تصل إلى 140 حرفًا تسمى "تغريدات". بعد عملية التسجيل عبر الإنترنت، يمكن للمستخدمين نشر تغريداتهم باستخدام جهاز كمبيوتر او أي جهاز آخر متوافق مع Twitter مثل الهاتف الذكي، ويمكنهم عرض التغريدات التي ينشرها المستخدمون الآخرون "المتابعون". يشار إلى Twitter أيضا باسم الرسائل القصيرة للإنترنت نظرًا لأنه لا مثيل له شعبيته وتشابهه مع نظام الرسائل النصية SMS المستخدم على الهواتف المحمولة. تم استخدام Twitter لإعلام الناس بمختلف الأحداث التلفزيونية مثل حفل توزيع جوائز الاوسكار، MTV Video Music Awards، إلخ. لهذا السبب، يُطلق على Twitter أحيانًا اسم تلفزيون اجتماعي. تم تصميم Twitter بواسطة Jack Dorsey في مارس 2006. تم تقديم النسخة الكاملة من هذه الخدمة للجمهور في جويلية من نفس العام. تم تطوير موقع تويتر كنتيجة لجلسة عصف ذهني دامت يومًا واحدا أجراها أعضاء مجلس إدارة شركة البث الصوتي Odeo. جاء دورسي بفكرة استخدام خدمة الرسائل القصيرة لمشاركة المعلومات داخل مجموعة صغيرة. الاسم الرمزي الأولي للمشروع لهذه الخدمة كان tiwtter. تم استخدام أول نموذج أولي على Twitter كخدمة رسائل داخلية بواسطة موظفي Odeo.[2]

2.2.4 المنصات السنيمائية الرقمية:

تعد منصات المشاهدة من الأدوات الجديدة الفاعلة في السينما، اذ تقدم نفسها كبديل للتلفزيون التقليدي حيث أرست أساليب جديدة للمشاهدة تتمثل في شكل ومحتوى جديد للمضامين التي تقدمها، وتتنافس مختلف المنصات

[1] ميمي محمد عبد المنعم توفيق, **شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة و التأثير)**, مجلة كلية التربية, جامعة عين شمس, العدد الرابع والعشرون, الجزء الثاني, 2018, ص 216 ص 217 ص 218.

[2] **"What Is Twitter? - Definition from Techopedia,"** Techopedia.com, accessed April 21, 2022, http://www.techopedia.com/definition/4957/twitter.

التقديم محتوى أصلي لاستقطاب المشاهدين على الاشتراك والدفع مقابل الحصول على خدمات المشاهدة حسب الطلب.[1]

أ. شبكة نتفليكس (Netflix):

نتفليكس هي منصة عالمية رقمية لمشاهدة الأفلام والمسلسلات، تعمل على إنتاج الأفلام والمسلسلات وبيعها وتسويقها بشكل خاص وحصري، بالإضافة إلى شراء الأفلام السينمائية والمسلسلات التلفزيونية الشهيرة من شركات أخرى وتسويقه، ولا يقتصر عمل نتفليكس على الأفلام، إذ تقوم الشبكة بشراء المسلسلات التلفزيونية الشهيرة التي تحظى بشعبية عالية أيضا، ويصنف موقع نتفلكس أفلام الشبكة بحسب نوعها مثل: أفلام الرعب والأكشن والكوميديا والرومانسية والخيال العلمي،كما يوفر حسابًا خاصًا للأطفال يحتوي عددًا كبيرا من الأفلام والمسلسلات الكرتونية المناسبة للأطفال من جميع الأعمار، ويتيح الموقع ترجمة الأفلام والمسلسلات إلى خمس لغات، وهي العربية والتركية والإسبانية والإنكليزية واليونانية، كما يقوم بدبلجة بعض الأفلام والمسلسلات إلى اللغة العربية، وقد يختلف محتوى نتفليكس المتوفر من منطقة إلى أخرى، وقد يتغير بمرور الوقت.[2]

ب. شبكة هولو:

بدأت Hulu في عام 2007، ولكن لم يتم إطلاقها حتى عام 2008. الرئيس التنفيذي الحالي هو Randy Freer، وهي مملوكة حاليًا لثلاث شركات كبرى تشمل Walt Disney و Comcast و Time Warner. تعمل Hulu كمنصة بث تلفزيوني عبر الإنترنت تتيح للمستخدمين مشاهدة البرامج التلفزيونية والمقاطع والأفلام الوثائقية والأفلام الروائية. إنها الخدمة الوحيدة التي تعطي للمشاهدين الوصول الفوري إلى العروض الحالية من كل شبكة بث رئيسية في الولايات المتحدة هذا المزيج من الخيارات هو ما يميز Hulu بين الحزم الرقمية الأخرى. لدى Hulu حاليًا 25 مليون مشترك، وهو ما يتخلف كثيرًا عن منافسيها، ولكن هذا لأنه يخدم الولايات المتحدة فقط.[3]

ج. HBO Max:

هو تطبيق مصمم جيدًا مليء بالعروض التلفزيونية والأفلام الشهيرة. يحتوي على كتالوج HBO بالكامل، وعناوين DC Universe، إلى جانب المفضلة مثل Friends و Morty Rick and و Sesame Street و Lord of the Rings وتقريبًا كل أفلام Studio Ghibli. في عام 2021، كانت خدمة البث

---

[1] أحمد محمد الأمين, **منصات المشاهدة وآثارها على الصناعة السينمائية في ظل جائحة الكورونا**, مجلة آفاق سينمائية, جامعة زيان عاشور الجلفة, فيفري 2021, ص 473.

[2] ديمة لطفي محمود حمدان, **المثلية الجنسية على شبكة نتفليكس العالمية "عينة مختارة من المسلسلات نموذجا"**, رسالة ماجستير في الإعلام, جامعة الشرق الاوسط, عمان, 2021, ص 100.

[3] Dr Phillip Clampitt, **"Project 2: Compare and Repair - Netflix vs Hulu,"** n.d., 10 11.

الوحيدة التي عرضت الأفلام لأول مرة في نفس يوم المسارح دون أي تكلفة إضافية، بما في ذلك The Many Newark Saints of و The Matrix Resurrections و Richard King. لن يكون هذا هو الحال في المستقبل، لكنها لا تزال الوجهة الأساسية للأفلام الروائية الجديدة المملوكة لشركة Brothers Warner. إنها ليست Disney Plus، لكن HBO Max لديها مجموعة بث قوية للأطفال أيضا، مع القدرة على التحكم في التصنيفات في ملفات تعريف الأطفال بشكل أفضل من معظم الخدمات الأخرى. عندما تفقد الخدمة نقاطًا، يكون سعرها: 15 دولارًا في الشهر، فهي في الطرف الأعلى من طيف البث. ومع ذلك، تتوفر فئة أقل تكلفة ومدعومة بالإعلانات، على الرغم من أنها أقل بـ 5 دولارات فقط ولن تتمكن من بث أحدث الأفلام. بشكل عام، تعمل HBO Max على زيادة أصولها الجديدة، ونتوقع أن يزداد ذلك بمرور الوقت. سلسلة مثل Hacks و DC Comics وpeacemaker وThe White Lotus تجعل المشاهدين متحمسين لقائمة النظام الأساسي المتنامية.[1]

د. شبكة ديزني بلس +disney:

خدمة ديزني بلاس هي خدمة للبث التلفزي حسب الطلب عبر الإنترنت تابعة لشركة والت ديزني Walt Disney كما أشرنا قبل قليل، إنطلقت يوم 12 نوفمبر من سنة 2019، وتضم الخدمة أكثر من 500 فيلم إضافة إلى أزيد من 7 آلاف حلقة.وتعرض منصه ديرتي بلس كل أعمال شركة ديزني القديمة، إضافة إلى الأعمال الجديدة التي ستعرض حصريا على Disney – وتقدم كذلك الشركة عروضا حصرية من برامج ناسيونال جيوغرافيك National Geographic و بيكسار Pixar و حرب النجوم Star Wars و مارفيل Marvel Studios، وجميع الأعمال التي تعرض على المنصة هي مناسبة لكل الأعمال.[2]

3.2.4 المنصات الصوتية الرقمية:

أ- سبوتيفاي SPOTIFY:

واحدة من أشهر خدمات البث الموسيقي في العالم إن لم تكن أشهرها على الإطلاق بمكتبة موسيقية تضم أكثر من 30 مليون تسجيل صوتي من كافة الأنواع والأنماط الموسيقية المنتشرة حول العالم وتنمو هذه المكتبة بشكل يومي ويضاف إليها المئات و الآلاف من المسارات الموسيقية في كل يوم.

---

[1] Alison DeNisco Rayome, **"Best Streaming Service of 2022: Netflix, Disney Plus, HBO Max, Hulu, Starz and More,"** CNET, accessed April 22, 2022, https://www.cnet.com/tech/services-and-software/best-streaming-service-of-2022/.

[2] أيمن تك, **كيفية الاشتراك في خدمة ديزني بلس Disney Plus وما هي الدول المدعومة ؟**, متاح على (https://www.ayman-tech.com/2020/11/how-to-subscribe-to-disney-plus.html., شوهد يوم 2022/05/02 على الساعة 14:44.

انطلقت خدمة البث الموسيقي الأولى من نوعها في شهر أكتوبر من العام 2008 في مدينة ستوكهولم – السويد، وكانت حلًا مقترحًا للتغلب على ازدياد عمليات قرصنة المحتوى الموسيقي لتشكل نقلة نوعية في مجال صناعة الموسيقى في العالم بأسره، فالعرض أصبح مغريًا للأشخاص الذين يتذرعون بالسعر المرتفع للأسطوانات الموسيقية، و حتى الحلول الرقمية مثل متجر آيتونز iTunes الذي يتيح إمكانية شراء أي أغنية مقابل 0.99$.[1]

ب- ديزر deezer:

هي منصة إلكترونية تقدم خدمة بث الموسيقى. وتتيح للمستخدمين الاستماع إلى الموسيقى من شركات إنتاج موسيقية، مثل: سوني للترفيه الموسيقي، مجموعة يونيفرسال ميوزيك، وارنر ميوزيك على مختلف الأجهزة سواء باستخدام الإنترنت او من دون اتصال. تم إنشاء المنصّة في باريس، فرنسا، لدى ديزر حاليا 53 مليون ملف صوتي في المكتبة، مع أكثر من 30,000 قناة راديو، و14 مليون مستخدم نشط شهريا، منهم 6 مليون مشترك اشتراك مدفوع منذ 3 أبريل 2018. الخدمة متاحة على شبكة الإنترنت، ونظام اندرويد، ونظام آي او اس، ووينـدوز موبايل، ونظام التشغيل بلاك بيري، ووينـدوز، وماك.[2]

3.4 الخصائص الرئيسية للمنصات الرقمية:

تقدم المنصات الرقمية عددًا من الخصائص التي تفسر جاذبيتها كنموذج منظم. أولاً تساهم المنصات الرقمية في تخفيضات كبيرة في تكاليف المعاملات، بما في ذلك تكاليف التوزيع والبحث والتعاقد والمراقبة على سبيل المثال، تقوم منصات التجميع مثل TripAdvisor وExpedia بجمع ودمج معلومات السفر من مصادر متعددة في نظام أساسي واحد، وبالتالي تقليل تكلفة البحث عن المعلومات واستخدام خدمات الوكلاء الوسيطين. ثانيًا، تساعد المنصات الرقمية في تنظيم وتنسيق التطوير التكنولوجي للمنتجات التكميلية من خلال الوحدات النمطية وهياكل الحوكمة المناسبة على سبيل المثال، توفر منصات Apple iOS وAndroid لمطوري البرامج المستقلين بنية تقنية وتنظيمية تسهل وتحفز مشاركتهم في تطوير التطبيقات. بالإضافة إلى هذه الخصائص، تمت مناقشة سمات أخرى من حيث المفاهيم الاوسع، مثل التوليد وتأثيرات الشبكة الجانبية ؛ يُعرَّف التوليد بأنه قدرة التكنولوجيا على توليد نتائج جديدة يقودها مستخدمون كبار وغير متجانسين على سبيل المثال، تتيح منصات التعهيد الجماعي إنتاج حلول جديدة للمشكلات الصعبة بناءً على تنوع المسأهمات من عدد كبير من المشاركين. تعكس تأثيرات الشبكة المتقاطعة حقيقة أن قيمة المنصة

[1] عبد الله الموسى, **كل ما تريدون معرفته عن سبوتيفاي**, متاح على https://www.samma3a.com/tech/ar/everything-about-spotify/, شوهد يوم 2022/04/14 على الساعة 14:37.

[2] **ديزر**, عريق, متاح على https://areq.net/m/%D8%AF%D9%8A%D8%B2%D8%B1.html?fbclid=IwAR3CpYrUDr5FPIZpK3v6avD7t7Umk_ZrkAB4cNL0eaMI55BlS3xIUCbRUYY , شوهد يوم 2022/4/14 على الساعة 14:45.

للمشارك من جانب تزداد مع زيادة عدد المشاركين على الجانب الآخر. على سبيل المثال، في منصات التجارة الإلكترونية مثل eBay او Amazon، تزداد قيمة النظام الأساسي للبائع عندما يكون هناك المزيد من المشترين على الجانب الآخر، والعكس صحيح.[1]

[1] Ahmad Asadullah, Isam Faik, and Atreyi Kankanhalli**, "Digital Platforms: A Review and Future Directions,"** 2018, 2.

خلاصة الفصل:

نستنتج أن المحتوى الرقمي يعتبر من أحد أهم العناصر في عصر الاقتصاد المعرفي، له مكانة كبيرة في الوقت التي ازداد فيه انتشار الانترنت في العالم إلى حد كبير وتفاعل مستخدميها مع مختلف أشكال المحتوى الرقمي المتعددة عبر المنصات الرقمية المتواجدة التي أصبحت تشكل نقطة تحول في العالم بحيث يقوم المحتوى الرقمي على اساسيات صلبة من مكونات وعناصر تساعد في صناعة المحتوى الجيد، بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه المنصات الرقمية في نشر ومشاركة المحتوى الرقمي وكذلك التفاعل معه.

الفصل الثاني: تصميم المحتوى الرقمي

تمهيد للفصل

المبحث الأول: أهم أنواع تصميم المحتوى الرقمي

1.1 التصميم الغرافيكي

2.1 التصميم التفاعلي

3.1 تصميم الويب

4.1 التصميم الطباعي

5.1 تصميم تجربة المستخدم

6.1 تصميم واجهة المستخدم

المبحث الثاني: الأدوات والبرامج المستخدمة في تصميم المحتوى الرقمي

1.2 البرامج الخاصة بالصور (photoshop & illustrator)

2.2 البرامج الخاصة بالفيديو

3.2 البرامج الخاصة بالانفوجرافيك

المبحث الثالث: تصميم المحتوى الرقمي في التطبيقات والمنصات الرقمية والأدوات المدمجة

1.3 المحتوى الرقمي على الانستغرام

2.3 المحتوى الرقمي على التيك التوك

3.3 المحتوى الرقمي على السنابشات

4.3 المحتوى الرقمي على اليوتيوب

تمهيد

لم يكتفي المحتوى الرقمي بالتكنولوجيا فقط بل يستلزم أدوات وتقنيات من أجل تكوينه في صورة واضحة تلائم التطورات، بحيث أصبح يستدعي مجال التصميم بمختلف أنواعها حتى يتمكن من صنع أشكال مختلفة من المحتوياتِ وأصبح هذان المجلان مرتبطان ببعضها لأن أحدهما يكمل الاخر، إذ أن التصميم هو مجال واسع ويحتاج إلى العديد من الأدوات وهو أيضا قد مر بالعديد من التطورات، ومنها كانت انطلاقتنا حول تصميم المحتوى الرقمي بحيث تعتبر أهم نقطة تدور حولها هذه الدراسة، وبالتالي تطرقنا إلى أهم أنواع التصميم، واشهر البرامج المستخدمة في تصميم المحتوى الرقمي بمختلف أشكاله، وصولا إلى تصميم المحتويات الرقمية عبر مختلف المنصات الرقمية بالضافة إلى أدواتها.

الفصل الثاني: تصميم المحتوى الرقمي

المبحث الأول: أهم أنواع تصميم المحتوى الرقمي

1.1التصميم الغرافيكي:

التصميم الغرافيكي هو تخصص واسع من فروع المعرفة، ويُعنى بالإبداع البصري، ويشمل جوانب عدَّة مثل الإخراج الفني، وتصميم الحروف الطباعية، وتنسيق الصفحات وتصميمها، وتكنولوجيا المعلومات، وجوانب إبداعية أخرى. ويعني هذا التنوع أن هنالك مساحات مجزأة يمكن للمصممين التخصص في أيٍّ منها.[1]

2.1.1 عناصر التصميم الغرافيكي:

إن عناصر التصميم الغرافيكي تعني ببساطة مكونات التصميم او العمل الفني؛ التي تنظم بطريقة يعيها المصمم لتنفيذ التصميم بروحية تحث المشاهد على اكتساب رد فعل طبيعي تجاه ما يراه. إن الناحية الجمالية في طريقة ترتيب تلك العناصر هو ما يعطي للتصميم وزناً:

العنصر الأول: الخط (Line):

إن كل شيء في الطبيعة أصلاً هو خط، ويمكن تعريف الخط على أنه شكل ضيق جداً، وللخط وظائف عديدة منها الحس بالحركة داخل الفراغ او حوله وذلك لما للخط من مقدرة على جعل العين تتابع حركته أينما اتجه. هناك أنواع متعددة من الخطوط منها الخط المستقيم، الخط المتعرج، الخط المتقطع....الخ، وهناك تصنيف آخر لأنواع الخطوط منها الخطوط الحقيقية وهي المرسومة بشكل واضح وحاد، وهناك الخطوط الوهمية المتكونة نتيجة التقاء شكلين في التصميم.[2]

العنصر الثاني: الشكل (Shape):

وهو عبارة عن خط مكتمل ومغلق، والأشكال عديدة منها المنتظمة (الهندسية) كالدائرة والمربع والمثلث، ومنها غير المنتظم وهي كثيرة في الطبيعة، ويمكن تكوين شكل معين عن طريق تلوين مساحة من الفراغ داخل التصميم. ويطلق على الشكل في كثير من الأحيان مفهوم (التكوين)، حيث تعتمد قوة التصميم على تكوينه، والتكوين هو شكل ترتيب العناصر في العمل او التصميم، وهناك تكوينات عده اذكر منها: الهرمي والحلزوني والمتموج والدائري، ويعتبر التكوين

[1] غافن امبروز, بول هاريس, **اساسيات التصميم الغرافيكي**, ترجمة حسام درويش القرعان, الطبعة الأولى, الاردن, جبل عمان ناشرون, 2015, ص 12.

[2] رمزي العربي, **التصميم الغرافيكي**, الطبعة الثانية, عمان, 2008, ص65.

الهرمي اقواها، وطريقة توزيعه هي جعل الأشكال الكبيره والثقيلة في الاسفل وجعل الأشكال الصغيره في الاعلى بالترتيب حسب الحجم والكثافة اللونيه وفصيلة اللون.[1]

العنصر الثالث: 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 الاخطاء التي يرتكبها المصمم المبتدييء تنشأ احيانا عن جهله بقواعد المنظور. فأبعاد الأجسام واتجاهاتها يطرأ عليها تغيير يتناسب مع موقع الناظر إليها.[2]

العنصر الرابع: اللون (Color):

إن نظرية اللون جانب مهم من جوانب التصميم، ويجب على المصممين أن يكون لديهم معرفة بها، فيجب أن تعرف الفرق بين الظل (عندما يضاف الأسود إلى اللون النقي)، والصبغة (عندما يضاف الأبيض إلى اللون النقي)، ودرجة اللون (عندما يضاف الرمادي إلى اللون النقي)، ومعرفة مصطلحات مثل نقاء اللون والقيمة ودرجة اللون، ولكن الأكثر أهمية تكمن في كيف تعمل كل هذه الاشياء معاً لخلق شعور او طبع خاص في التصميم.[3]

العنصر الخامس: القيمة (Value):

وهي درجة الإضاءة او 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.[4]

العنصر السادس: الملمس :(Texture):

---

[1] رمزي العربي, **التصميم الغرافيكي**, المرجع السابق, ص68 ص69.

[2] يوسف الحراك, **عناصر التصميم الغرافيكي**, مدونة المبدع, متاح على https://b-crea.blogspot.com/2013/07/blog-post_3042.html , شوهد يوم 2022/4/27 على الساعة 15:16.

[3] د.أحمد الشعراوي, سامر سيف الدين, **التصميم الغرافيكي**, الجامعة الافتراضية السورية, 2020, ص 39.

[4] **عناصر التصميم الغرافيكي – تعلم مبادئ وأسس التصميم الغرافيكي ببساطه**, Egylearn Web Design & Edu , متاح على https://www.egylearn.com/graphic-design-elements-principles-foundations/ , شوهد يوم 2022/4/27 على الساعة 15:20.

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. وملمس السطح يظهر كنتيجة للتفاعل بين الضوء وكيفيات السطح من حيث (النعومة، الخشونة، درجة الصقل). فنحن ننظر إلى القيم السطحية على أنها ملمس السطوح كما تحسه اليد، ولكن القيم السطحية أيضا هي ملمس السطوح كما يحسها العقل لأن في العقل ميلاً لوصف السطوح المرئية على أنها خشنة او ناعمة كما أن العقل يربط هذه الصفات المرئية بالحركة.[1]

العنصر السابع: الكتله:

الكتلة عبارة عن خاصية فيزيائية للأجسام، تقيس كمية المادة التي يحتويها الشيء. وهو مفهوم مركزي من الميكانيكا والمواضيع ذات العلاقة بها، تقاس بوحدات كالجرام والكيلوجرام، وتبين اثقال الأشكال في العمل الفني وتنسيق كل شكل على حسب ثقله؛ فهو بناء على ثقله القيمي له مكان مخصص او مناسب جداً في العمل واذا وجد به كان وجوده اقوى واثر ايجابياً على قوة العمل بشكل عام. ترتبط الكتلة في النحت بالصفات المعمارية وتتصف بالصلابة والثقل حيث يحس فيها الإنسان أنها ممتلئة، والكتلة تظهر أيضا في التصميم رغم اختلاف الخامة؛ فالكتلة في التصميم تظهر وفيها العمق وتتميز بالبعد الثالث والاستدارة ويتحسسها الرائي كما يتحسس النحت في الفراغ.[2]

العنصر الثامن: الفراغ:

ولولاه لما اتضحت لنا ابعاد التصميم والأشكال اللتي يحتوي عليها التصميم، ويجب تفعيل هذا العنصر في التصاميم فهو الأهم لإبراز الأشكال وإعطاء التصميم أبعاد بصرية رائعة. ويضفي أهمية بالغة على الكُتل وفق المطلوب وذلك بمساعدته في أعادة إنشاء ومنح المعنى التعبيري لها.[3]

2.2.1 أسس التصميم الغرافيكي:

تعتبر أسس التصميم هي مفردات اللغة التي يقوم المصمم من خلالها ببناء التصميم ويمكن تشبيه أسس التصميم بالخأمات المستخدمة في البناء مثل: الرمل– الحديد–الاسمنت...الخ، وهناك عدة أسس لبناء التصميم الناجح المعبر، وهي:

---

[1] د. أحمد الشعراوي, سامر سيف الدين, **التصميم الغرافيكي**, المرجع السابق , ص 36.

[2] رمزي العربي, **التصميم الغرافيكي**, المرجع السابق, ص 79.

[3] ايمان الحياري, **عناصر التصميم الغرافيكي**, موضوع, متاح على https://www.mawdoo3.com/%20%D8%B9%D9%86%D8%A7%D8%B5%D8%B1_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B5%D9%85%D9%8A%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A%D9%83%D9%8A , شوهد يوم 2022/4/25 على الساعة 12:00.

أ.الوحدة:

توحي الوحدة بالتوافق الموجود بين عناصر التصميم وإلى أن هناك علاقة مدروسة بين العناصر وليست علاقة محض الصدفة. والوحدة عبارة عن تصور موجود ومحدد المعالم تشارك فيه جميع العنصر السالفة الذكر، ومن أقوى حالات الوحدة في التصميم هو التكرار (تكرار الأشكال بطريقة معينة).

ب.التوازن:

وهو تساوي كمية الأحجام والأشكال في قسمي الصفحة (التصميم)، والتي يفصلها خط وهمي عامودي او أفقي. وكما هو معروف فإن عدم التوازن في أي شيء يولد الشعور بعدم الراحة.[1]

ج.الإيقاع:

وهذا العنصر مشترك بين الفنون المرئية والمسموعة، فالحركة تولد الشعور بالإيقاع، كما أن سماع نغمات الموسيقى تولد هذا الشعور. والإيقاع أحد الأسس الهامة التي تعتمد على التكرار في عملية التصميم المرئي، فتكرار العناصر المتماثلة او على الأقل متشابهة في تصميم معين يبعد الملل عن التصميم ويوحي بالإيقاع كما في الموسيقى.[2]

د. الحركة:

لا يخلو أي تصميم من الحركة، وهي في العادة تكون ضمنية (أي لا يكون التصميم متحركاً)، وهي أن يلجأ المصمم إلى تكرار نفس الموضوع المتحرك باوضاع متغيرة للإشارة على أنه يتحرك، وأهمية الحركة هنا أن العالم من حولنا يتحرك، حتى أثناء النوم يتقلب الإنسان وتتغير اوضاعه، إذن لا أحد يمكن أن يثبت للحظة بدون حراك.[3]

---

[1] رمزي العربي, **التصميم الغرافيكي**, المرجع السابق, ص 82.

[2] **أسس ومبادئ التصميم الغرافيكي**, متاح على https://psdland.net/%D8%A3%D8%B3%D8%B3-%D9%88%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%A6-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B5%D9%85%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A%D9%83%D9%8A-%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A%D9%83-%D8%AF/ , شوهد يوم 2022/4/25 على الساعة 21:31.

[3] رمزي العربي, **التصميم الغرافيكي**, المرجع السابق, ص 84.

2.1 التصميم التفاعلي:

1.2.1 مفهوم التصميم التفاعلي:

وهو مصطلح عام يهتم بتصميم منتجات قابلة لالستخدام، حيث تحقق سهولة التعلم، وفاعلية الاستخدام، حيث ان فاعلية الاستخدام تعني أن المنتج مصمم ليكون أداة جيدة بكفاءة وفعالية، وقد تطور التصميم التفاعلي لتسهيل التفاعلات بين الأشخاص وبيئة الاجهزة التي يستخدمونها. وبخلاف تصميم تجربة المستخدم الذي يكون مسؤولا عن كل جوانب النظام المواجهة للمستخدم، يهتم المصممون في مجال التصميم التفاعلي بالتفاعلات المحددة بين المستخدم والشاشة. وبالطبع، لا يمكن رسم الحدود بدقة بين التفاعل وتجربة المستخدم في الممارسة العملية.[1]

2.2.1 مبادئ التصميم التفاعلي:

من أهم المبادئ التي يجب مراعاتها عند التصميمُ التفاعلي ما يلي:

- الحركة motion : هي عنصر ومبدأ رئيسي ولا يكون هناك تفاعل الا من خلال حركه او فعل كما أيضا هنالك الاشارات البصرية التي من خلال تطبيقات معينة تبلغ اشارتها لإستقبال ذلك النوع من أنواع الحركة.
- الحيز الفراغي Space: وهي المساحة المطلوب توفيرها ومراعاتها في ضوء المكان والبيئه التي سوف يتفاعل فيها سواء كان فراغ مفتوح او مغلق او من طابق واحد او متعدد الطوابق.
- الوقت Time: هو الشيء او المبدأ الوحيد الذي يمكن أن يقدره المستخدم في عامل الوقت ما أذا كان سيستمر في تفاعل معين من عدمه من خلال تقدير مقدار الوقت المناسب الذي سوف يستخدمه او يستهلكه لإتخاذ القرار.
- الصوت Sound: يعتبر واحداً من الجوانب الأكثر جدلاً في التصميم التفاعلي او عالم الديجيتال، حيث يوجد من يؤيد تواجد الصوت في حين أن آخرين ينزعجون ولا يريدون تواجده في وسيلة العرض عند القيام بالعملية الشرائية.
- التشكيل الفني Aesthetics: هو الشكل الجمالي السهر بالألوان والمؤثرات البصرية وغيرها التي تعطي جمالاً في العرض لتحقيق الهدف من تحقق العملية الشرائية وجذب المستخدم النهائي ليقوم بقراره.[2]

---

[1] رشا محمد علي حسن ,مروة محمد حمزاوي، **تأثير تصميم التفاعلي على الفكر المعماري لزجاج العمارة المعاصرة,** مجلة التراث التصميم, المجلد الأول, العدد 03، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، جوان 2021، ص143.

[2] هالة محمد حسنين، **اثر تصميم التفاعلي على اساليب العرض في الوحدات التجارية,** مجلة العمارة و الفنون ,العدد 12, الجزء الثاني، قسم الديكور، كلية الفنون الجملية، جامعة حلوان، ص638 ص639.

3.2.1 التقنيات الغامرة ***immersive technologies***:

أ- الواقع الإفتراضي virtual reality:

التعريف المقبول عمومًا لـ VR هو استخدام بيئة ثلاثية الأبعاد يتم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر، والتي يمكن للمستخدم التنقل والتفاعل معها، مما يؤدي إلى محاكاة في الوقت الفعلي لواحد او أكثر من حواس المستخدم الخمس وبشكل أكثر تحديدًا، فإن العناصر الرئيسية الثلاثة التي تميز الواقع الافتراضي هي:

- التصور حيث يكون لدى المستخدم القدرة على النظر حوله، عادةً باستخدام شاشة مثبتة على الرأس
- الغمر وتعليق المعتقد والتمثيل المادي للأشياء
- التفاعل ودرجة التحكم في التجربة، يتم تحقيقها عادةً باستخدام المستشعرات وجهاز الإدخال مثل عصا التحكم او لوحات المفاتيح.[1]
- ب- الواقع المعزز augmented reality:

الواقع المعزز (AR) هو نسخة محسّنة من العالم المادي الحقيقي يتم تحقيقه من خلال استخدام العناصر المرئية الرقمية او الصوت او المحفزات الحسية الأخرى التي يتم توفيرها عبر التكنولوجيا. إنه اتجاه متزايد بين الشركات العاملة في مجال الحوسبة المتنقلة وتطبيقات الأعمال على وجه الخصوص.وسط صعود جمع البيانات وتحليلها، يتمثل أحد الأهداف الأساسية للواقع المعزز في تسليط الضوء على ميزات محددة للعالم المادي، وزيادة فهم هذه الميزات، واشتقاق رؤى ذكية ويمكن الوصول إليها يمكن تطبيقها على تطبيقات العالم الحقيقي. يمكن أن تساعد مثل هذه البيانات الضخمة في إعلام عملية صنع القرار في الشركات واكتساب نظرة ثاقبة لعادات الإنفاق الاستهلاكي، من بين أمور أخرى.[2]

ج- الواقع المختلط mixed reality:

هذا هو أحدث تطور في تقنيات الواقع الذي يسبب أحيانًا ارتباكًا، ويرجع ذلك أساسًا إلى أن التجارب المختلفة تسمى كذلك. الواقع المختلط الذي يبدأ بالعالم الحقيقي – لا يتم وضع الكائنات الافتراضية على العالم الحقيقي فحسب، بل يمكن أن تتفاعل معها. في هذه الحالة، يظل المستخدم في بيئة العالم الحقيقي بينما يضاف إليه المحتوى الرقمي ؛ علاوة على ذلك، يمكن للمستخدم التفاعل مع الكائنات الافتراضية. يمكن اعتبار هذا الشكل من أشكال الحقيقة المختلطة شكلاً متقدمًا من أشكال الواقع المعزز.

---

[1] دينا عبود, "**تدعيم أداء إعلانات الجوال باستخدام انماط إبداعية جديدة لإعلان الفيديو الرقمي**," مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية. المجلد السادس, العدد السادس والعشرون, مارس 2021, ص619.

[2] **"Augmented Reality Definition,"** Investopedia, accessed May 2, 2022, https://www.investopedia.com/terms/a/augmented-reality.asp.

الإطار النظري

الواقع المختلط الذي يبدأ بالعالم الافتراضي – ترتكز البيئة الرقمية على العالم الحقيقي وتحل محله. في هذه الحالة، يكون المستخدم منغمسًا تمأما في البيئة الافتراضية بينما يتم حظر العالم الحقيقي. تتداخل الكائنات الرقمية مع الكائنات الحقيقية بينما في الواقع الافتراضي التقليدي، لا تكون البيئة الافتراضية متصلة بالعالم الحقيقي حول المستخدم.[1]

3.1 تصميم الويب:

1.3.1 مفهوم تصميم الويب:

إنشاء موقع إنترنت (مجموعة من الملفات الموضوعة جنباً إلى جنب على خادم إنترنت او أكثر) مما يسمح بعرض المحتوى ويشمل هذا (المحتويات والواجهات التفاعلية) للمستخدم النهائي على شكل صفحة إنترنت عند طلبها والتي تحتوي على عدة عناصر كالنصوص والنماذج البريدية والصور النقطية، وكل ذلك يتم ترتيبه بواسطة أحدى اللغات المستخدمة مثل XHTML[2]، XML،JAVASCRIPT CSS،HTML

2.3.1:عناصر تصميم صفحة الويب:

توجد مجموعة من العناصر التصميمية التي يعتمدها جميع المصممين والتي يتمتع كل عنصر منها بدرجة من الأهمية في تحديد مظهر الموقع وروحه، ويمكن استعراض هذه العناصر على النحو الآتي:

1- كتلة المحتويات Containing Block: لكل صفحة ويب، ما يمكن أن يطلق عليه (الحاوية) او ما يطلق عليه بعض الباحثين التكوين العام وهي المساحة المحدودة التي تحدد في أثناء التصميم، والتي من خلالها يظهر الموقع في كامل الشاشة، ويجب أن تضم عناصر الصفحة ومحتوياتها، ويجب أن يصمم هذا التكوين بحيث يكون أما مرناً يتسع مع اتساع صفحة المتصفح، او ثابتاً لا يتغير كما في الصحيفة الورقية، فكتلة المحتويات او تكوينها العام هو قطع الصحيفة بالكامل أي كامل التصميم إضافة إلى الفراغات البيضاء المحيطة بالتصميم، ويمثل التكوين العام هذا المجال المرئي في مساحة شاشة العرض للموقع الإلكتروني.

---

[1] Ryan Yung and Catheryn Khoo-Lattimore, '**New Realities: A Systematic Literature Review on Virtual Reality and Augmented Reality in Tourism Research'**, *Current Issues in Tourism* 22, no. 17 (21 October 2019),619.

[2] محمد بعد الفتاح محمود رمضان، **دور اتجاهات التصميم في زيادة قابلية استخدام المواقع الالكترونية التجارية بالاردن**، رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التصميم الغرافيكي، قسم التصميم الغرافيكي، كلية العمارة و التصميم، جامعة الشرق الاوسط، حريزان 2017، ص 6.

2- شعار الموقع Logo: هي أيضا لكل صفحة ويب هوية خاصة يحددها شعار هذا الموقع، وأحياناً لونه، كما العلامة التجارية لأي منتج او سلعة، وغالباً ما يوضع هذا الشعار في أعلى صفحة الويب، ويقيد هذا الشعار إضافة إلى منح الموقع او الصفحة هويتها الخاصة في مساعدة المستخدم في التعرف على الصفحات التي تتبع موقعاً معينا.[1]

3- الإبحار Navigation: يعد التنقل الملائم على الموقع أمرا حاسما لضمان إمكانية العثور على ما يبحث عنه المستخدمون، من الناحية المثالية كما يجب أن يكون الزائر قادرا على الوصول إلى الموقع، وليس من الضروري التفكير بشكل مكثف حول المكان الذي ينبغي أن ينقر عليه بعد ذلك، الانتقال من النقطة (أ) إلى النقطة (ب) يجب أن يكون خاليا من التشتت والحيرة قدر الإمكان، وبكل وضوح وسهولة.[2]

4- المحتوى Content: وهو من أهم العناصر التي يبحث عنها المستخدمون، فهو العمود الفقري لموقع الويب. لا يلعب المحتوى الخاص دورًا رئيسيًا فقط في موضع محرك البحث، بل إنه السبب وراء بحث معظم الزوار عن موقع الويب في المقام الأول. يجب أن يكون نص موقع الويب إعلاميًا وسهل.[3]

5-الهامش العلوي Header: ومكانه أعلى صفحة الويب، وعادة ما يحتوي على عبارات: حقوق النشر، الاتصال بالموقع، المعلومات القانونية المتعلقة بالمعلومات المنشورة في الموقع، أقسام الموقع الرئيسية، ولكونه الجزء الفاصل بين أعلى الصفحة ومنتصفها يجب أن يميز بالنسبة للمستخدم لكي يصبح واحداً من المؤشرات التي تدله على أعلى الصفحة. بحيث يمثل عنصر الهامش العلوي محتوى تمهيديًا، وعادة ما يكون مجموعة من المحتوى التمهيدي او المحتوى الملاحي. يمكن أن يحتوي على عناصر العنوان، ولكن أيضا عناصر أخرى مثل الشعار ونموذج البحث واسم المؤلف وما إلى ذلك.[4]

6-المساحة البيضاء Whitespace: تعد المساحة البيضاء عنصرًا مستخدمًا غالبًا في تصميم الويب البسيط، ولكنها الآن ميزة مهمة لأطر عمل الموقع الحديثة الفعالة. من خلال موازنة المحتوى مثل الروابط والنصوص ومقاطع الفيديو بكميات مماثلة من المساحة البيضاء، ينجذب المستخدمون بشكل طبيعي إلى الجوانب الرئيسية للموقع. على الرغم من عدم وجود معيار صارم وسريع لمقدار المساحة البيضاء التي تحتاجها، فإن القاعدة الأساسية الجيدة هي إنشاء بعض المساحة البيضاء على الأقل بين كل عنصر من عناصر المحتوى.[5]

---

[1] ندى الساعي, **تكوين صفحة ويب**, من منشورات جامعة الافتراضية السورية, سوريا, 2020, ص 97 ص 98.

[2] محمد بعد الفتاح محمود رمضان، **دور اتجاهات التصميم في زيادة قابلية استخدام المواقع الالكترونية التجارية بالاردن**، المرجع السابق, ص48.

[3] **"Makespace!," Makespace!**, accessed April 28, 2022, http://www.makespaceweb.com/Blog/0/Any-Category/582/The-Top-10-Most-Important-Elements-of-A-Website-Design?fbclid=IwAR1j0CRBkXD3Zp8vxAfEo3tGqlOpHd61Lx-VnMzb6NUvdjv4PX78WGGBTRw.

[4] **"<header> - HTML (HyperText Markup Language) | MDN,"** accessed May 11, 2022, https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/HTML/Element/header.

[5] Jeffrey Vocell, **"11 Elements of Modern Web Design (And Web Design Trends to Watch),"** accessed April 28, 2022, https://blog.hubspot.com/marketing/elements-of-modern-web-design-list.

7-الأرضية GROUND: وتعرف أيضا بالمساحة السالبة، وهي مساحة الصفحة من دون أي شكل او رسم، وقد تكون بيضاء او بأي لون آخر، وقد تكون الأرضية عبارة عن نقش يستخدم كخلفية للمحتويات والرسوم التي تعرف بالمساحة الموجبة، ومثال على ذلك أن الفراغات حول النص ليست بالضرورة أن تكون خلفية فقد تكون صفحة الويب هي الأرضية.

8-النقطة POINT: كما تكوّن مئات الـ Pixels صورة او رسما ما على شاشة الكومبيوتر، فإن النقطة هي العنصر الأساسي في التصميم المرئي، والنقطة عنصر ليس له مقياس او بعد إلا إذا حسبت من إطار ما او مرجع ما، وعندما تجتمع عدة نقاط مع بعضها فإنها تكوّن ما يعرف بالإغلاق في نظرية ''الجشطلت''، حيث يقوم المخ بعملية إكمال الفراغ وربط هذه المجموعة من النقاط لسد النقص وتكوين خط او شكل، او حتى لوحة متكاملة.[1]

9-الخط LINE: أول وأهم عنصر في التصميم هو الخط. في الرسم الخط هو جرة القلم او القلم الرصاص ولكن في التصميم الغرافيكي، أي نقطتين متصلتين. الخطوط مفيدة لتقسيم المساحة ورسم العين إلى موقع معين. على سبيل المثال، فكر في كيفية استخدام مجلة سطورًا لفصل المحتوى والعناوين واللوحات الجانبية.

10-الشكل SHAPE: تضيف الأشكال الهندسية او العضوية الاهتمام. يتم تعريف الأشكال بالحدود، مثل الخطوط او اللون وغالبًا ما تُستخدم للتأكيد على جزء من الصفحة. كل شيء هو شكل في النهاية لذلك يجب أن التفكير دائمًا في كيفية إنشاء العناصر المختلفة لتصميمك للأشكال وكيف تتفاعل هذه الأشكال.[2]

11-النموذج FORM: وهو شكل ثلاثي الأبعاد يتكون من شكلين او أكثر، وله ارتفاع وعرض وعمق، ويتحدد النموذج في أربعة نماذج أساسية في التصميم هي: الكرة، المكعب، الأسطوانة والمخروط، ويستخدم المصمم الدرجات اللونية والظلال للحصول على تأثير النموذج.

12-اللون COLOR: هو الاستجابة السيكولوجية للمدركات، وهو إحساس وليس مادة يتكون من رد الفعل الفيزيائي للعين وللتفسير الآلي لاستجابة العقل لخصائص طول الموجات الضوئية عند مستوى وضوح معين.[3]

3.3.1 قواعد تصميم صفحة الويب:

قدم العديد من المراكز البحثية، والعديد من الممارسين والباحثين في حقل تصميم مواقع الويب مجموعة من القواعد والنصائح التي تفيد في تصميم موقع الويب وفق أسس علمية تواصلية وفنية جمالية ترتكز أساساً على التوظيف الأمثل

---

[1] ندى الساعي, **تكوين صفحة ويب**, المرجع السابق, ص 100.

[2] **"10 Basic Elements of Design,"** *Creative Market Blog* (blog), December 2, 2013, https://creativemarket.com/blog/10-basic-elements-of-design.

[3] شانت مانجيان، **تصميم صفحة الويب**، متاح على https://creativedesignsvu.wordpress.com/2018/10/29/352/، شوهد يوم:2022/04/27،على الساعة:18:45.

لكل العناصر البنائية المستخدمة في تقديم محتوى صفحة الويب، وأهمها الوسائط المتعددة، واستخدامها استخداما فعالاً مرشداً لتحقيق أكبر مرونة ممكنة في دخول الموقع والتنقل السهل بين مكوناته عبر الوصلات التفاعلية Interactive Links. فقد توصلت أحدى الشركات المتخصصة في تصميم المواقع واستضافتها إلى مجموعة من النصائح عند تصميم المواقع لتحقيق أكبر نسبة زيارة ودخول مع الأخذ بالاعتبار ضرورة توظيف الوسائط المتعددة،وتتلخص هذه النصائح بـ:

- جعل النصوص التوجيهية وصفية، وتفادي تعليمات مثل: "انقر هنا".

- تفادي الجدأول والأعمدة، وإذا لزم استخدامها فيمكن إرفاقها ببديل نصي بسيط لأن الـ HTML غير مزودة بتحكم جيد في إخراج الصفحات، الأمر الذي يضطر المصممين إلى تقديم الجدأول.

- استخدام عناوين اللافتات Heading Tags بدل العناوين المكتوبة بخط عادي Font Tags، للإشارة إلى بعض المكونات البنائية للموقع، مثل: أسماء الأبواب والوصلات الرئيسية الثابتة.

- استخدام ألوان متباينة للنصوص وخلفياتها، كأن تكون الخلفية سوداء والنص أبيض تحقيقاً لأكبر صيغة في الصورة مما يحد من سهولة الدخول إلى الموقع قدر من الانقرائية Readability.

- إذا قام المصمم بتصميم وثيقة ما وفق نظام الإطارات Frames، فيجب تقديم بديل خال من الإطارات No frames.

- إذا تم استخدام خريطة رسومية كمنفذ لتصفح الموقع، فيجب تقديم بديل نصي لتصفح الموقع.

- تزويد الموقع بعنوان بريد إلكتروني، او نموذج استمارة نصي Text-based Form حتى يوفر للمتصفح خياراً يمكنه من القيام بالتغذية الراجعة في إطار التفاعلية، وبخاصة أن بعض المتصفحات قد لا تدعم نماذج الاستمارات. [1]

- إذا تم استخدام ملفات صوتية في الموقع يمكن إضافة وصلة تقود إلى مقابل نصي إن أمكن، وإضافة وصلة لتحميل البرمجة اللازمة لسماع الصوت (مثل RealAudio Player).

4.1 التصميم الطباعي:

1.4.1 مفهومه:

التصميم الطباعي هو الابتكار والخلق والابداع التشكيلي لانتاج أعمال فنية لها منفعة حسية لدى المتلقي وهو كل ما يدخل في عالم الطباعة مثلا كعمل شعار او ماركة او تصميم مجلات او جرائد او بوستر وما إلى ذلك من الفنون

[1] ندى الساعي, **تكوين صفحة ويب**, المرجع السابق, ص32 ص33.

البصرية، فهي إذا ربط عناصر مرئية تشمل الخط والشكل واللون والفضاء والضوء والرسم[1] ودور المصمم هنا، أداة تنظيم هذه العناصر وفقا لنمط او نهج يراه معبرا عن احساسه او ميوله وهنا يعتمد التصميم على قدرة المصمم على الابتكار لأنه يستخدم ثقافته وقدرته التخيلية ومهاراته الابداعية في خلق عمل يتصف بالواقعية والجدية حتى يؤدي التصميم إلى الغرض او الوظيفة التي وضع من أجلها.[2]

2.4.1 أساليب التصميم الطباعي:

نتيجة للتطور الثقافي والتكنولوجي، يبرز التصميم الطباعي ويفرض دوراً جديداً بشكل مستمر ومتزايد، عن طريق ربط التصميم بالتكنولوجيا سواء تم ربطها مع الوظيفة والجمالية او الحاجات المعنوية الأخرى، لذا فالتصميم أمر ضروري لمواجهة تحديات المستقبل، بل هو عملية الأنضمام إلى الابداع والابتكار وتقديم قيمة فنية، فالافكار تولد الابداع والابتكار والتصميم الجيد يربط الأفكار إلى الأسواق، إذ يمكن صياغتها لتصبح أداة عملية جذابة للمستعملين، فالتصميم الجيد هو فعل ووسيلة للتفكير، عن طريق مجموعة من المهارات المعرفية والأساليب والأدوات والتقنيات التي تعرف حلولاً للمشاكل وتجعلها حقيقية، مؤدياً لتحقيق نظم جمالية ووظيفية وتجارية لجعلها ذات تأثير ممكن على حياة الناس، ذلك الفعل يمكن أن نطلق عليه أستراتيجيات التصميم. وقد عرف محمد عزت إستراتيجية التصميم بأنها (قائمة بالافعال التي يقوم بها المصمم، او مجموعة من التخطيطات لتحويل فكرة أصيلة موجزة إلى تصميم نهائي. تحرر المصمم من القلق والتخبط، وبذلك يمكنه القيام برحلته لحل مشكلة التصميم بسهولة أكثر، كنشاط إبتكاري ذهني راقي). [3]

5.1 تصميم تجربة المستخدم:

1.5.1 مفهوم تصميم تجربة المستخدم ***(user experience design)***:

تعرف تجربة المستخدم بأنها تصورات شخص ما وردوه الناتجة عن الاستخدام او وتعرف أيضا أنها الاستخدام المتوقع لمنتج او نظام او خدمة ولذلك فإن تجربة المستخدم تتضمن جميع انفعالات المستخدم واعتقاداته وتفضيلاته

---

[1] طيبة محمد شكري جميل, **توظيف التقنية الرقمية الحديثة في التصميم الطباعي لترويج الاعلانات في شبكات التواصل الاجتماعي**, المجلة الدولية للعلوم الانسانية والاجتماعية, العراق, العدد 17, ديسمبر 2020, ص 43.

[2] فائز جواد, **التصميم الطباعي هو الإبتكار والخلق الإبداعي التشكيلي لدى المتلقي**, متاح على https://www.azzaman.com/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AF%D8%B1%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B5%D9%85%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B7%D8%A8%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%AA%D9%83%D8%A7%D8%B1-%D9%88 , شوهد يوم 2022/04/29 على ساعة 15:45.

[3] دينا محمد عناد, **البنى الارتكازية لفن تصميم الطباعي المعاصر**, دار الكتب و الوثائق , بغداد , 2015, ص27.

وتصوراته وردود أفعاله الجسدية والنفسية، وسلوكه وإنجازاته التي حدثت قبل او خلال او بعد الاستخدام. يتضمن التعريف، أيضا ثلاثة عوامل تؤثر على تجربة المستخدم: النظام، المستخدم، محيط الاستخدام. [1]

2.5.1 مبادئ تجربة المستخدم:

إن المبادئ الأساسية لـ تصميم تجربة مستخدم جيدة (UX) لا تزال غير مفهومة من قبل العديد من المصممين، وفيما يلي 7 مبادئ هامة مفيدة:

التركيز على المستخدم (Focus on the user): يأتي المستخدم أولاً (دائمًا). هذا هو أحد أساسيات تصميم UX الأكثر شيوعًا. من المهم لمصممي UX أن يضعوا أنفسهم في مكان المستخدمين وأن يصمموا احتياجاتهم. على الرغم من أن المصممين يتمتعون عادةً بمعايير عالية ويريدون تقديم أفضل مظهر وتجربة، فإن نفس الرغبة في الكمال يمكن أن تؤدي بهم إلى فقدان التعاطف مع وجهة نظر المستخدم.

الاتساق هو المفتاح :

يعني التوافق مع التصميم تنفيذ المكونات الصحيحة وتكرارها لمساعدة المستخدمين على التقاط المنتج بشكل أسرع. على سبيل المثال، يجب أن تتصرف الأزرار بطريقة دقيقة عندما ينقر المستخدم عليها او يمرر مؤشر الماوس فوقها. إذا كان المنتج يتطلب الكثير من الجهد للتعليق نيابة عن المستخدم، فمن المرجح أن يفشل. هذا هو السبب في أن الاتساق في تصميم UX هو مبدأ مهم لإمكانية تعلم المنتج.[2]

التسلسل الهرمي(Hierarchy) :

من السهل اعتبار التسلسل الهرمي أمرًا مفروغًا منه، لكن مبدأ UX هذا يضمن التنقل السلس في جميع أنحاء التصميم. فيما يلي المبدأان الأساسيان للتسلسل الهرمي اللذان يجب اتباعهما.

أ. التسلسل الهرمي المرتبط بالمحتوى المتوافق مع التصميم: على سبيل المثال، عند فتح موقع ويب او تطبيق، ستلاحظ شريط التنقل في الأقسام الرئيسية. عندما تحوم فوق شريط "القسم الرئيسي"، ستلاحظ أن الفئات الفرعية ستجذبك إلى عمق التطبيق او الموقع لاتخاذ الإجراء النهائي. هذا هو مبدأ التسلسل الهرمي الرئيسي.

[1] امل سراج, حلال سلام, رنا مجدي محمد ابراهيم," **أهمية ارتباط تصميم تجربة المستخدم الغرافيكي لانتاج تطبيقات تفاعلية (مثال تطبيقي على اجهزة الهواتف الذكية)**" ,مجلة البحوث التربية النوعية , جامعة منصورة العدد 46, افريل 2017, ص693.

[2] Serhat Erdem, "20 Fundamental UX Design Principles a Designer Has to Live By," UserGuiding, November 16, 2021, https://userguiding.com/blog/ux-design-principles/.

ب. التسلسل الهرمي المرئي: يوجه التسلسل الهرمي المرئي المستخدمين إلى الانزلاق بسلاسة داخل صفحة او قسم. لمساعدة المستخدمين على اتخاذ الخطوة الأساسية التالية، تحتاج إلى وضع المحتوى الحيوي في مكان بارز لمساعدته على التميز.[1]

التناسق (Consistency):

يمكن القول إن الاتساق في التصميم هو أكثر السمات التي يساء فهمها. أثناء تصميم منتج ما، من المهم منح المستخدمين تجربة تعطي نفس الانطباع في كل مكان. في مثل هذه الحالات، تكون التفاعلات عبر التجربة مألوفة وبديهية. الاتساق، ومع ذلك، له جانبان رئيسيان: الاتساق داخل التصميم وذلك مع غيرها من التصاميم المماثلة في السوق. عندما يتفاعل المستخدمون مع المنتج او الخدمة، سواء كان ذلك في الشكل الرقمي او المادي، فإنهم يتوقعون أن تكون التجربة موحدة من البداية إلى النهاية. على سبيل المثال، إذا قمت بتصميم تطبيق جوال وإستخدمت رمز الترس للإعدادات، فسيريد المستخدمون رؤية نفس الرمز في جميع أنحاء التطبيق. لا يمكن، ولا ينبغي، تغيير الرمز بطريقة سحرية على شاشة واحدة وتوقع من المستخدمين فهمه واستخدامه بشكل صحيح. يجب أن تكون جميع العناصر المرئية بما في ذلك استخدام الألوان واختيار الرموز ووضع النص هي نفسها في جميع أنحاء التصميم.[2]

إمكانية الوصول (accessibility):

قاعدة مهمة بشكل متزايد من بين أساسيات تصميم UX هي التصميم مع وضع إمكانية الوصول في الاعتبار. بكلمات بسيطة، تتمثل مسؤولية المصمم في التأكد من أن تصميمه قابل للاستخدام لأكبر عدد ممكن من الأشخاص. هذا يعني أن التصميم الخاص يجب أن يكون في متناول الأشخاص ذوي الإعاقة أيضا. تحقيقا لهذه الغاية، يجب إزالة العقبات من تخطيط التصميم للتنقل الخالي من المشاكل على سبيل المثال، استخدام ألوان متباينة للنص الموجود في الخلفية.[3]

قابلية الاستخدام (usability):

هذا هو مبدأ تصميم UX الكلاسيكي. هناك العديد من الأسباب التي تجعل المصممين يتوخون الحذر عندما يتعلق الأمر بسهولة استخدام تصميمهم، إذا كانت للمنتج ركيزة، فعندئذ تكون قابلية الاستخدام كذلك.في المخطط

---

[1] Ravneet Singh, "11 Important UX Design Principles for a Great User Experience," *Insights - Web and Mobile Development Services and Solutions* (blog), April 26, 2022, https://www.netsolutions.com/insights/ux-design-principles/.

[2] "7 Essential UX Design Principles And How To Apply Them," Web Design, UI/UX, Branding, and App Development Blog, June 1, 2021, https://www.ramotion.com/blog/ux-design-principles/.

[3] "16 Important UX Design Principles for Newcomers," Springboard Blog, February 5, 2019, https://www.springboard.com/blog/design/ux-design-principles/.

الكبير للأشياء يعد إنشاء مستوى عالٍ من سهولة الاستخدام هو أفضل شيء يمكنك القيام به للمستخدمين. يتعلق الأمر بالتحقق من أن المستخدمين يمكنهم إكمال المهام بشكل مريح، وأن المنتج يتصرف بشكل صحيح وأنه يؤدي وظيفته.[1]

6.1 تصميم واجهة المستخدم:

1.6.1 مفهومها:

واجهة المستخدم هي المكان الذي يتواصل فيه المستخدم مع الموقع او التطبيق عند التواصل مع الواجهة يعرف المستخدم ما يمكنه القيام به وكيف ينبغي أن يفعل ذلك. ويتلقى المستخدم رسالة من كل جانب من جوانب تصميم الواجهة والتي تتمثل في الجوانب الرسومية او النصية، الصامتة او المسموعة، الثابتة او المتحركة، المقصودة والعرضية. حيث أن واجهة المستخدم UI هي المساحة التي تحدث فيها التفاعلات بين البشر وأجهزة الكمبيوتر او موقع الويب او التطبيق.[2]

2.6.1 أساسيات تصميم واجهة **المستخدم**:

- المحافظة على بساطة الواجهة: أفضل واجهة هي الواجهة التي لايشعر المستخدم بوجودها ويتعامل معها عفويا، فالمستخدم يتجنب العناصر غير الضرورية والواجهات المكتظة.
- استخدام عناصر مألوفة متعارف عليها، ومتسقة في تصميم عناصر الواجهة: تشعر المستخدم بالراحة، والسهولة في التنقل بين الواجهات بسرعة وسلاسة، مما يجعل المستخدم على معرفة جيدة بخطوات التنقل بين الواجهات.
- تخطيط الصفحة بشكل هادف: عملية تخطيط الصفحة بشكل مدروس تزيد من فاعلية العناصر داخل الصفحة وتجعل المعلومات المكتوبة سهلة القراءة، فمن المهم وضع علاقات وروابط بين العناصر المكونة للواجهة وتصنيفها حسب الأهمية لعمل بناء هيكلي للواجهة حسب أهمية كل عنصر.
- استخدام استراتيجية في اختيار اللون والملمس: من المهم جذب انتباه المستخدم عن طريق اللون والإضاءة والتباين والملمس.

---

[1] **"UX Design Principles for a Great User Experience,"** accessed April 30, 2022, https://www.justinmind.com/ux-design/principles.

[2] شذى عبد الحديم فريج , **فاعلية توظيف الفضاء التصميمي في البنية الشكلية لواجهة المستخدم في المواقع الالكترونية الحكومية في الاردن** ,رسالة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التصميم الغرافيكي , قسم التصميم الغرافيكي , كلية العمارة و التصميم , جامعة الشرق الاوسط, كانون الثاني 2021 , ص23.

- استخدام الخطوط الصحيحة: لعمل تسلسل ووضوح في الواجهة، من المهم الانتباه في عملية استخدام الخط، نوعه، حجمه، وتوزيع وتنظيم الفقرات والنصوص.[1]

3.6.1 الفرق بين واجهة المستخدم وتجربة الاستخدام:

واجهة الاستخدام من دون تجربة المستخدم تبقى مشلولة دون قلب نابض. فتصميم تجربة المستخدم يعني انه يجب على كل مصمم أن يتوقع ويعرف ماذا ينتظر منه المستخدم وما هي رغباته واحتياجاته، و ما هي الأمور التي لا يحبها لكي يتجنبها بالإضافة انها تأخذ بالحسبان توقعات ورغبات المستخدم للوصول إلى هدفه دون جهد كبير.

فتصميم واجهة الاستخدام تتلخص في إيجاد قالب جميل لعرض المنتج والخدمات في أبهى صورة تكون مقبولة لدى المستخدم وتنمي ثقته في بلوغ هدفه، هنالك العديد من المراحل والعمليات التي يجب القيام بها لإنجاح تصميم واجهة المستخدم، بعضها أكثر أهمية من الأخرى حسب نوعية المشروع (نقصد بالمشروع موقع، برنامج، تطبيق.. إلخ)[2].

المبحث الثاني: الأدوات والبرامج المستخدمة في تصميم المحتوى الرقمي:

1.1البرامج الخاصة بالصور:

1.1.2 برنامج فوطوشوب ***Photoshop*** :

تعنى كلمة "فوتوشوب" ورشة عمل للصور، والمقصود أنها تستطيع صنع وتعديل فيها والإبداع بها، هو برنامج تصميم للصور وتعني بتصميم وصنع الصور والإبداع فيها ,وهو أكثر برنامج استخداما في التصميم في العالم، ومايميز هذا البرنامج اعتماده علي الطبقات (Layers)، وذلك بعزل والتحكم بكل طبقه عن الأخرى، بالاضافه إلى تميزه بالقدرة على التعبير والإبداع وإظهار الرسائل والأفكار من خلال التصميم. يتم العمل على برنامج الفوتوشوب عن طريق اعتماده على الطبقات والتي تتحكميها كل طبقه عن حدا، كذلك يتم العمل عن طريق الفلاتر التي لها تأثيرات على التصميم، وهي عباره عن حركات جاهزه، بالإضافه إلى الأدوات، للفوتوشوب إصدارات عدة باللغه الإنجليزية والداعمة للغة العربية.[3]

---

[1] –شهد طارق حميض,**واقع تصميم واجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية**,رسالة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التصميم الغرافيكي , قسم التصميم الغرافيكي,كلية العمارة و التصميم ,جامعة الشرق الاوسط, حريزان 2017,ص24ص 25.

[2] امل سراج, حلال سلام, رنا مجدي محمد ابراهيم," **أهمية ارتباط تصميم تجربة المستخدم الغرافيكي لانتاج تطبيقات تفاعلية**,المرجع السابق, ص700.

[3] عبد الباسط عبد الله الخاتم و معتمد عبد العظيم ابوعبيدة حسين, **أهمية استخدام برامج الحاسوب في تصميم الاعلانات** , مجلة العلوم الانسانية , العدد 21, جامعة السودان للعلوم و تكنولوجيا ,السودان, ديسمبر 2020، ص130.

2.1.2 برنامج سناب سيد ***snapseed***:

يعد Snapseed من بين تطبيقات تحرير الصور الأكثر شمولاً المتاحة للمصورين على الأجهزة المحمولة. عند فتح أحدث إصدار من Snapseed، كل ما يجب فعله هو النقر على أيقونة علامة الجمع الكبيرة لتحميل الصورة التي يريدها المستخدم. تحته مباشرة ثلاثة عناصر قائمة: الأشكال والأدوات والتصدير.

الأشكال تبدو عبارة عن مجموعة من فلاتر Snap التي يمكن النقر عليها لتغيير ألوان صورة. يتضمن حوالي عشرة إعدادات مسبقة في كل من اللون والأبيض والأسود.تحتوي الأدوات على 29 أداة مختلفة يمكن استخدامها للتحرير. بصرف النظر عن التعديلات الأساسية، فإنه يسمح أيضا بإجراء تنقيح متقدم. بالإضافة إلى ذلك، يتضمن إعدادات مسبقة فريدة من أجل إنشاء صور فنية.

يسمح التصدير بحفظ الصورة المعدلة على الهاتف. كما يتيح إرسال الصورة بالبريد الإلكتروني ومشاركتها على منصات الوسائط الاجتماعية مختلفة. هذا هو خيار القائمة الأخير الذي يتم تحديده بمجرد الانتهاء من تحرير الصورة.[1]

3.1.2 برنامج بيكس ارت ***picsart***:

بيكس ارت هو تطبيق متقدم إلى حد ما يستخدم لتحرير الصور وإضافة تأثيرات إليها ودمجها. يمكن رسم مقاطع فيديو ورسوم بيانية وتحريرها وإنشائها عن طريق إنشاء حساب على بيكس ارت. تم إنشاء بيكس ارت بواسطة مبرمجين من أرمينيا،وتم إطلاقه لأول مرة على أجهزة Android في 2 يناير 2012.في عام 2016،أصدر MIT Media Lab مجموعة أدوات التفكير التصميمي العالمية،وهو برنامج لتعليم الناس كيفية تصميم منتجاتهم وخدماتهم وأنظمتهم.

-يتيح إنشاء مجمعات وتلوين الصور بجميع أنواعها،كما أنه مناسب أيضا لإنشاء ملصقات وعناوين وشعارات،والتي تحتوي جميعها على عدد كبير من القوالب والأيقونات المختلفة،بالإضافة إلى إلى عدد كبير من التأثيرات والفلاتر والملصقات،والتي تتيح سهولة تحويل الصور إلى الصور المرغوبة.

-إضافة أكثر من صورة في إطار واحد والتعديل عليها.

-إضافة نص والخطوط هناك كثيرة ومميزة واحترافية على أي صورة بألوان مختلفة. يتيح امتلاك العديد من الأدوات الفنية تصميم صورة جذابة.[2]

---

[1] ' **How to Use Snapseed for Impressive Edits** (**Snapseed App Review**)', accessed 1 May 2022, https://expertphotography.com/snapseed-tutorial/.

[2] أحمد كا, **كل ما تحتاج معرفتة بكس آرت picsart**,متاح على https://www.tech-ka.com/2021/12/picsart.html?m=1 تم شوهد يوم 2022/05/01 على الساعة 16:30.

2.2 البرامج الخاصة بالفيديو:

1.2.2 برنامج ***Adobe After Effect***:

Adobe After Effects هو برنامج رسوم متحركة ومؤثرات خاصة يحظى بشعبية كبيرة ومعروف بتطوره. التسهيلات الكاملة والإمكانيات غير العادية تجعل هذا البرنامج مستخدمًا على نطاق واسع من قبل مصممي الرسوم المتحركة ومصممي الرسوم لأن وجوده قادر حقًا على مساعدة المستخدمين وتسهيلهم في إكمال أنواع مختلفة من العمل المرئي. After Effects Adobe هو منتج برمجي تم تطويره بواسطة Adobe، ويستخدم لإنتاج الأفلام والفيديو بعد ذلك. في البداية، كان منتجًا برمجيًا من Macromedia والذي أصبح الآن أحد منتجات Adobe.[1]

2.2.2 برنامج أدوبي بريمير برو ***Adobe Premiere Pro***:

Adobe Premiere Pro هو برنامج معالجة فيديو يحتوي على 45 مؤثرًا للفيديو و 12 مؤثرًا صوتيًا تُستخدم لتغيير نمط العرض وإنشاء رسوم متحركة للفيديو والصوت. من بين بعض هذه التأثيرات، تتطلب بطاقة رسومات عالية الجودة، يمكن تشغيل 3 منها من 45 مؤثرًا فقط بمساعدة بطاقة رسومات مثل AMD او NVIDIA بحيث يمكن استخدامها لإنشاء مقاطع فيديو. يحتوي Adobe premiere pro أيضا على 30 نوعًا من الانتقالات لتسهيل تغيير مقاطع الفيديو إلى مقطع الفيديو التالي الأكثر ديناميكية. تتطلب بعض عمليات النقل هذه أيضا بطاقات رسومات AMD او NVIDIA. يحتوي هذا التطبيق أيضا على ميزات أخرى يمكن تطبيقها عند استخدام الوسائط، إذا تم التوصل إليه بناءً على رأي الخبراء، هو تطبيق لتحرير الفيديو يستخدم لإنتاج وسائط في شكل صوتي ومرئي او فيديو.[2]

3.2.2 برنامج ***Final Cut Pro***:

Final Cut Pro عبارة عن حزمة برامج لتحرير الفيديو الرقمي تحظى بشعبية الآن بين محرري الأفلام المحترفين. منذ إطلاقه في عام 1999، تم إنشاء عدد من الأفلام الروائية الرئيسية باستخدام Final cut Pro، بما في ذلك Cold Mountain و Curious Case of Benjamin. الآن تكتسب أيضا بعض الاهتمام بين ممارسي توجيه المستندات اللغوية وتنشيطها لقدرتها على دمج مواد التوثيق مثل التسجيلات والنسخ في أشكال وسائط قائمة بذاتها مثل مقاطع الفيديو او أقراص DVD. في هذا الصدد، يقوم برنامج Final Cut Pro بسد فجوة في النطاق الحالي لأدوات التوثيق. تقدم هذه المراجعة نظرة عامة حول كيفية إنشاء قرص DVD باستخدام Final Cut Pro، وتوضح كيفية استخدامه لجعل التسجيلات والتعليقات التوضيحية المرتبطة بها أكثر سهولة للمتحدثين في

---

[1] dewi maharani and muhammad hotami, '**RENDERING VIDEO ADVERTISING DENGAN ADOBE AFTER EFFECTS DAN PHOTOSHOP**', preprint (INA-Rxiv, 4 July 2018), 106.

[2] **Pengembangan Media Pembelajaran Multimedia Berbasis Adobe Premiere Pro**….' 9 (2021): 352'.

المجتمعات حيث أصبحت مشغلات الوسائط شائعة الآن. يوضح أيضا أن Final Cut Pro هو وسيلة ليس فقط لتعبئة المواد الموجودة مسبقًا، ولكن أيضا لإثراء جهود التوثيق من خلال وضع طبقات من مقاطع الفيديو بشكل إبداعي، والأصوات الإضافية مثل المقاطع الصوتية او الأغاني، والترجمات باللغات التقليدية والعامية.Final Cut Pro ليس بديهيًا جدًا لبدء الاستخدام ؛ ومع ذلك، فإنه لا يختلف اختلافًا كبيرًا في الوظائف او التنسيق عن برامج التحرير الشائعة الأخرى، مثل Adobe Premier. يأتي أيضا مع المجموعة المعتادة من المصطلحات المبهمة على سبيل المثال. "slugs" و "rendering" والتي، على الرغم من أنها شائعة في جميع برامج التحرير، يمكن أن تبطئ المستخدم لأول مرة.[1]

3.2 البرامج الخاصة بالانفوجرافيك:

1.2.3 برنامج بيكتوشارت ***Piktochart*** :

بيكتوشارت هو برنامج تصميم متحرك على الويب يقوم بإنشاء الرسوم البيانية (الانفوغرافيك) والتقارير والعروض التقديمية والملصقات. يستخدم البرنامج أدوات تصميم سهلة بالسحب والإفلات ويوفر الوصول إلى أكثر من 4000 مكتبة صور مع القدرة على تحميل الصور والخطوط والخلفيات الخاصة بالفرد، بالإضافة إلى القدرة على استخدام قوالب قابلة للتخصيص او الإنشاء من نقطة الصفر. يوفر Pik tochart أيضا ميزات تصور البيانات مثل إضافة مخططات وخرائط ثابتة او ديناميكية. تتراوح نماذج التسعير من Open Access لمستخدم واحد إلى خيار قائم على الاشتراك متعدد المستخدمين.[2]

2.2.3 برنامج ***Easel ly***:

Easel ly هو منشئ انفوغرافيك سهل الاستخدام يسمح بالبدء في البناء من بين نماذج مختارة من الآخرين. يقدم easel ly (سمات مرئية) مجانية يمكن للمرء أن يبني منها مخطط معلومات. لهذا، يمكن للمرء إضافة العديد من الخلفيات والأيقونات والأشكال والنصوص والصور والمخططات. في حين أن easel.ly سهلة الاستخدام ولديها العديد من الرموز للاختيار من بينها، فإن اختيار المخططات لتمثيل البيانات أقل تنوعًا من المنتجات الأخرى. ومع ذلك، فإن جميع الأنواع المتوقعة من الرسوم البيانية الشريطية والمساحية والخطية والدائرية والمبعثرة موجودة. يوفر إدخال البيانات يدويًا لمخططاته، وبينما قاموا بإضافة خيار استيراد في مربع تحرير الرسم البياني لملفات Microsoft Excel، تشير صفحة المساعدة إليه كميزة جديدة لا تزال تتطلب ملاحظات و الدعم. حاليًا، لا تتوفر خيارات سحابية او ديناميكية مع هذا المنتج. يوفر Easel ly خيارات المشاركة والتضمين، فضلاً عن تنزيلات الصور منخفضة الجودة

[1] Felicity Meakins, **'Review of Final Cut Pro'**, **Language Documentation 3**, no. 1 (2009): 126.

[2] Megan Black, '**Piktochar**t', The Charleston Advisor 18, no. 2 (1 October 2016): 45–47.

وعالية الجودة، وتصدير PDF. على عكس منافسيها، يتم تقديم جميع هذه الميزات دون العلامة التجارية Easel.ly في الإصدار المجاني. يوفر حساب "Pro" مزيدًا من التخزين والخطوط والسمات والصور، وكذلك القدرة على تحميل الرسومات والخطوط المخصصة وميزات الأمان والتصميم مساعدة بمبلغ 3 دولارات شهريًا.[1]

3.2.3 برنامج ***Infogram*** :

الانفوغرام أداة أخرى لإنشاء وصناعة الانفوجرافيك، وهي خيار مثالي للانفوجرافيكس التي تحتوي على كم كبير من البيانات حيث توفر مجموعة من الخصائص التي تمكن من تمثيل هذه البيانات مصريا في أفضل شكل ممكن الأداة أيضا مجانية بمميزات محدود، أما إذا أراد المصمم الإشتراك في الحقبة التي تحتوي على المميزات الكاملة فيجب عليه الدفع والاشتراك.[2]

ان القوالب التصميم في Infogram أقل تنوعًا منها في Piktochart، فقط يتغير موضوع اللون بينهما. هناك أيضا عدد أقل من الرموز والتصميمات عناصر ولكنها تتميز بأداة لتصميم مخطط او خريطة واحدة لتضمينها على الويب او تصديرها واستخدامها في مستند او ملصق. كما يسمح Infogram للمستخدمين بالبدء من البيانات لاختيار أفضل تمثيل للمعلومات المتاحة، بدلاً من اختيار النمط أولاً، وملائمة البيانات إليها لاحقًا، يدعم استيراد ملفات Microsoft Excel و CSV من سطح المكتب، وكذلك من العديد من الخدمات السحابية. كما يسمح أيضا بالتحديث الديناميكي للمعلومات في الانفوغرافيك من جداول بيانات Google او خلاصات JSON. بالإضافة إلى العديد من أنواع المخططات الشريطية والمساحية والخطية والدائرية والفقاعية، هناك تمثيلات تصويرية وهرمية وسحب الكلمات والخرائط الهيكلية.[3]

المبحث الثالث: تصميم المحتوى الرقمي في التطبيقات والمنصات الرقمية والأدوات المدمجة:

1.1المحتوى الرقمي على الانستغرام (Instagram) :

1.1.3 :***story***

ستوري انستغرام هي ميزة ينشر المستخدمون عبرها سلسلة من الصور او مقاطع الفيديو القصيرة التي تظهر على Instagram لمدة 24 ساعة. أصبحت هذه الميزة شائعة للغاية، وأكثر من ذلك، بسبب كثرة الخيارات المتاحة لجعلها

---

[1] Andrea Wright, '**Tools for the Creation and Sharing of Infographics'**, Journal of Electronic Resources in Medical Libraries 13, no. 2 (2 April 2016): 73–76.

[2] ريهام محمد فهيم الجندي، **توظيف فن الانفوغرافيك المتحرك في الاعلان على مواقع تواصل الاجتماعي** , مجلة العمارة و الفنون , العدد 14, قسم الاعلان, كلية الفنون التطبيقية , جامعة بنها, ص 211.

[3] Andrea Wright, ibid,3.'

أكثر اهتمأما، من أهم برمجياته inshot يعد تطبيق محرر الفيديو والصور هذا أحد أفضل التطبيقات لإنشاء قصص Instagram. يوفر هذا التطبيق مجموعة كبيرة من ميزات التصميم سهلة الاستخدام للمساعدة في تصميم ستوري انستغرام،يحتوي محرر الفيديو InShot على مجموعة من الميزات ويسمح بقص مقاطع الفيديو او قصها او تقسيمها او اقتصاصها او دمجها. كما يوفر العديد من خلفيات الفيديو والمرشحات والتأثيرات. يمكن أيضا إضافة الموسيقى والأصوات إلى مقاطع الفيديو الخاصة بك، مع خيار تلاشي الموسيقى وإخراجها. هناك خيار للتحكم في السرعة يمكنك من خلاله إنشاء مقاطع فيديو بطيئة الحركة او سريعة. يمكنك أيضا إدارة نسبة العرض إلى الارتفاع للفيديو لجعله مناسبًا لأنظمة أساسية مختلفة.[1]

وتتضمن بعض الأدوات التي تساعد في تعديل المحتوى وهي كالتالي:

- Layout

عندما يتعلق الأمر بإنشاء قوائم وتخطيطات متعددة الصور على انستغرام، فهناك الكثير من الخيارات. أحد أفضل الخيارات هو تطبيق مستقل خاص بانسقرام يسمى Layout. يمكن من خلاله دمج ما يصل إلى 9 صور في وقت واحد لإنشاء بعض التصميمات، بجانب مجموعة من الأدوات الأخرى لتعديل وتهيئة الصور.[2]

- Boomerang

وهي أداة يمكن من خلالها استخدام هذا التطبيق بشكل منفرد من خلال تحميله كتطبيق، او استخدامه كجزء من تطبيق انستغرام الأساسي؛ ويعتبر تطبيق يتيح خدمة التقاط لحظة او لقطات باستخدام الهاتف المحمول لإنشاء مقطع فيديو صغير. بمجرد الضغط على زر، يلتقط Boomerang الحد الأقصى من الصور لإنتاج مقطع فيديو صغير تلقائيًا يدور في حلقة لا نهائية يمكنك مشاركتها على الانستغرام ومختلف الشبكات الاجتماعية[3].

- بالإضافة إلى ادوات و خصائص أخرى :

-يوفر التطبيق مرشحات جاهزة للصور (فلاتر Filters) نضفي عليها المزيد من الجمال، يمكن نشرها على story ونلاحظ أن القائمين عليه حرصوا خلال السنوات الماضية على تحديث وإضافة فلاتر جديدة باستمرار.

---

[1] **افضل تطبيقات تصميم ستوري انستغرام بشكل إحترافي**, *دليلك نحو الاحتراف* ,متاح على https://nadiri.net/2021/06/13/افضل-تطبيقات-تصميم-ستوري-انستغرام/ شوهد يوم 2022/5/1 على الساعة 23:00.

[2] ‘‘أفضل تطبيقات انستغرام للمسوقين,’’ أفضل تطبيقات انستغرام للمسوقين, متاح على http://wahaa.online/blog/best-instagram-apps-for-marketers, شوهد يوم 2022/04/01 على الساعة 22:45.

[3] Rud, **“▶ 7 Applications Indispensables pour Instagram [Guide Complet]**,” *Webmarketing Conseil - Attirez votre Client Idéal* (blog), February 3, 2020, https://www.webmarketing-conseil.fr/applications-instagram/.

– يمكن للمستخدم التحكم بخصائص الصورة دون استعمال المرشحات كالإضاءة والتباين وغيرها من الأمور المتعلقة بمعالجة الصورة الرقمية.[1]

2.1.3 الفيديوهات:

يمكن عرض الفيديو من خلال طريقتين او حدمتين متاحة على الانستغرام وهي:

- Reels

ويقدّم انستغرام ريلز للمستخدمين مجموعة جديدة من الأدوات التي تعمل على قص وتحرير مقاطع الفيديو من 3 حتى 30 ثانية، بالإضافة للنص والموسيقى والمؤثرات والملصقات. ويتيح تحديث الريلز الجديد إمكانية مشاركة مقاطع الفيديو واستكشافها، بالإضافة لوصول المستخدمين لموجز الريلز الدائم في صفحة الاستكشاف عبر النقر على "ريل Reel" أعلى الشاشة. تنضّم الريلز في منصة انستغرام جميع أنواع الفيديو المؤقتة والتي تبلغ مدتها 15 ثانية في قصص انستغرام ومقاطع الفيديو التي يتم مشاركتها على الشبكة بمدة دقيقة واحدة والمقاطع الطويلة التي نصل إليها من خلال ميزة IGTV والتي تمثل تطبيقاً مجانياً لمشاركة الفيديوهات طويلة المدة.[2]

3.1.3 البث المباشر على الانستغرام ***(live)***:

يساعد الفيديو المباشر على Instagram Stories في التواصل مع أصدقاء ومتابعين الآن، في الوقت الحالي. يستغرق البث المباشر بضع خطوات فقط من كاميرا القصص على Instagram، وعند انهاء من البث، سيختفي الفيديو الخاص بمجرد توقف البث، مما قد يشجع المزيد من مستخدمي Instagram على القفز و الشعور براحة أكبر في مشاركة المحتوى المباشر. من ناحية أخرى، فإن حقيقة أن المحتوى لن يكون قابلاً للعرض بمجرد انتهاء البث يخلق أيضا حالة من الإلحاح للمشاهدين لضمان عدم تفويتهم.[3]

---

[1] حنين سعد سلمان عبد الله, **توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الارهابية –دراسة تحليلية لموقع العربية.نت–**, رسالة ماجستير, جامعة تكريت, 2019, ص 45.

[2] **"انستغرام ريلز كيفية إنشاؤها وأفضل ممارساتها** , متاح على https://xpixel.ae/%d8%a7%d9%86%d8%b3%d8%aa%d9%82%d8%b1%d8%a7%d9%85-%d8%b1%d9%8a%d9%84%d8%b2-%d9%83%d9%8a%d9%81%d9%8a%d8%a9-%d8%a5%d9%86%d8%b4%d8%a7%d8%a4%d9%87%d8%a7-%d9%88%d8%a3%d9%81%d8%b6%d9%84-%d9%85%d9%85%d8%a7/?lang=ar , شوهد يوم 2022/5/1 على الساعة 01:20.

[3] **"Instagram Live Video Launches: Here's Everything You Need to Know,"** accessed May 10, 2022, https://buffer.com/library/instagram-live-video/.

4.1.3 التسوق عبر الانستغرام ***(instagram shop)*** :

قد أعلن القائمون على المنصة أن خاصية التسوق عبر انستغرام ستأخذ منحى جديداً سيسمح للمستخدمين شراء المنتجات التي يرغبون فيها مباشرة من خلال التطبيق، وأعلن انستغرام أن الخاصية الجديدة أصبحت متاحة بالفعل وبشكل مبدئي في بعض أنحاء العالم بالشراكة مع مجموعة من الشركات الكبرى مثل نايكي وريفولف وديور وبرادا.[1]

كما يتيح Instagram Shopping الجمع بين كتالوج المنتجات والتسعير مع حساب Instagram الخاص. بهذه الطريقة يمكن تحويل حساب على Instagram إلى واجهة متجر. من خلال وضع علأمات على المنتجات في المنشورات القابلة للتسوق، يمكن أيضا الترويج للمنتجات مباشرةً لمستخدمي Instagram لزيادة المبيعات. كما تتيح ميزة التسوق في Instagram وضع ما يصل إلى 5 علأمات تسوق لكل صورة او ما يصل إلى 20 منتجًا لكل منشور متعدد الصور.[2]

Instagram carousel 5.1.3

تعد منشورات Instagram carousel واحدة من أكثر الأدوات تنوعًا التي يمكنك استخدامها لتحقيق أهداف على Instagram. باستخدام الإستراتيجية الصحيحة، يمكن تعزيز المشاركة والوصول إلى جماهير جديدة وزيادة مبيعات المنتجات.[3]

كما تعد مشاركات الرف الدائري مفهومًا بسيطًا للغاية. بدلاً من نشر صورة واحدة فقط، يمكن نشر ما يصل إلى 10 صور ومقاطع فيديو في منشور واحد. يقوم المستخدمون فقط بالتمرير لعرض كل صورة في المجموعة. حتى الآن واضح جدا. ولكن مثل كل الميزات الأفضل على وسائل التواصل الاجتماعي، فإن بساطة منشورات الرف هي التي تجعلها مفيدة للغاية. يمكنك استخدام الدوارات بعدة طرق مختلفة، من كتالوجات المنتجات إلى البيانات الصحفية إلى الصور البانورامية.[4]

---

[1] عاصم خالد, **شرح التسوق عبر انستغرام خطوة بخطوة من خلال خاصية الشراء الجديدة**, متاح على https://www.samma3a.com/tech/ar/instagram-shopping-guide/, شوهد يوم 2022/05/10 على الساعة 11:04.

[2] **"How to Set Up Instagram Shopping on Your Website (Easy Guide),"** *Smash Balloon* (blog), March 10, 2022, https://smashballoon.com/how-to-set-up-instagram-shopping/.

[3] **"8 Creative Ways to Use Instagram Carousel Posts,"** accessed May 10, 2022, https://later.com/blog/instagram-carousel-posts/.

[4] by, **"8 Ways to Use Instagram Carousel Posts in Your Marketing : Social Media Examiner**," *Social Media Examiner | Social Media Marketing* (blog), accessed May 10, 2022, https://www.socialmediaexaminer.com/8-ways-to-use-instagram-carousel-posts-in-your-marketing/.

6.1.3 منشورات الانستغرام ***(Instagram posts)*** :

منشورات الانستغرام هي الجزء الأكبر من محتوى. هذه الاخيرة هي الصور المربعة التقليدية ومشاركات الفيديو التي تظهر في خلاصات المتابعين. اعتبارًا من عام 2020، يمكن أن تتضمن منشورات Instagram تسميات، على أن يكون طولها إلى 2200 حرفًا، على أن يكون طول منشور Instagram المثالي بين 138 إلى 150 حرفًا. تحتوي على منشورات على انستغرام على علأمات التصنيف. منشورات Instagram تظهر في فترة زمنية أطول. هذا يعني أيضا أن يجب النظر في أفضل الممارسات عند إنشاء المنشور.[1]

2.3 المحتوى الرقمي على التيك توك (**Tik Tok**) :

1.2.3 التعريف بمنصة التيك توك:

في 2 اوت 2018، وجد مستخدمو تطبيق Musical.ly في الولايات المتحدة، وهي خدمة فيديو قصيرة يقع مقرها الرئيسي في شنغهاي، الصين، مع مكتب أمريكي في سانتا مونيكا، كاليفورنيا، أنه تم دمجها في TikTok. تم شراء ByteDance، مالك TikTok، موسيقيًا، في نوفمبر 2017 مقابل $1 مليار دولار كوسيلة لدخول السوق الأمريكية. يتوفر تطبيق TikTok في أكثر من 155 دولة بـ 39 لغة، ولديه ما يقرب من 800 مليون مستخدم نشط شهريًا. في الولايات المتحدة، لدى TikTok ما يقرب من 49 مليون مستخدم نشط شهريًا ولدى الشركة مكاتب في لوس أنجلوس ونيويورك. عندما أصدرت ByteDance تطبيق TikTok لأول مرة في سبتمبر 2016، لم يكن من الممكن أن تكون مقاطع الفيديو أطول من 15 ثانية، ولكن الآن يُسمح للمستخدمين بربط أربعة مقاطع مدتها 15 ثانية معًا. يمكن أيضا تحميل مقاطع الفيديو الطويلة المسجلة خارج التطبيق على النظام الأساسي.[2]

2.2.3 فيديو التيك توك:

شبكة اجتماعية حديثة تُعد الأكثر والاسرع نموًا حاليا في العالم، وتعتمد على ابداع ومشاركة فيديوهات قصيرة من 15 – 30 ثانية وبحد اقصى 60 ثانية، باستخدام افكار خلاقة في فيديو قصير بصوت عادي، او باستخدام أصوات موجودة فعلياً للتمثيل.[3]

تميل العديد من مقاطع الفيديو إلى التركيز على الموسيقى، حيث يستفيد منشئو المحتوى من كتالوج التطبيق الواسع من المؤثرات الصوتية والمقتطفات الموسيقية والمرشحات لتسجيل مقاطع قصيرة منها. ولكن هناك عدد لا حصر له من

---

[1] Keyhole, "Instagram Posts vs Instagram Stories: Is One Better Than the Other?," *Keyhole* (blog), April 27, 2020, https://keyhole.co/blog/instagram-posts-vs-instagram-stories/.

[2] Patricia Moloney Figliola, "**TikTok: Technology Overview and Issues**," n.d., 1.

[3] B1 Solutions, "**كل ما تحتاج لمعرفته حول تيك–توك (TikTok) واستخدامه في خدمتك**," متاح على https://www.academy.church/tiktok-for-your-ministry/, شوهد يوم 2022/05/06 على الساعة 12:56.

مقاطع الفيديو لاكتشافها، مع مواضيع مختلفة. يمكن أن تصل مدة مقاطع الفيديو او TikToks إلى 15 ثانية، ولكن يمكنهم أيضا توصيل مقاطع متعددة لمدة تصل إلى 60 ثانية من إجمالي التسجيل. في الاونة الأخيرة، وسعت TikTok الحد الزمني إلى ثلاث دقائق لمعظم المستخدمين. يمكن للمستخدمين أيضا تحميل مقاطع فيديو أطول تم تسجيلها خارج التطبيق. يحتوي TikTok أيضا على أدوات لتحرير الفيديو وتخصيصه. يمكن للمستخدمين الوصول إلى مكتبة الأغاني والتأثيرات والفلاتر والمقاطع الصوتية لإضافتها إلى مقاطع الفيديو الخاصة بهم. يمكنهم أيضا "الثنائي" مع شخص ما من خلال الرد على مقطع فيديو وإنشاء شاشة منقسمة وردود أفعال لا حصر لها.[1]

➢ الأدوات المدمجة في الفيديو:

- Effects :

التأثيرات هي أدوات يمكن للمستخدمين استخدامها لتشويه الصور او إضافة ملصقات او إنشاء رسوم متحركة غير واقعية او سحرية لمقاطع الفيديو الخاصة بهم. يختار المشاركون في بحثي تأثيرات مختلفة لخدمة أغراضهم في إنشاء مقاطع فيديو. لذلك تتنوع الفيديوهات من حيث النوع والتصميم، يرغب المشاركون الآخرون في جعل الفيديو طبيعيًا وبسيطًا، لذلك نادرًا ما يستخدمونه.

- Filters and beauty effects

الفلتر عبارة عن طبقة لتلوين الصور او مقاطع الفيديو، وتأثيرات الجمال عبارة عن مجموعة من التأثيرات المختلطة التي تجعل بشرة المستخدم مثالية. آراء المشاركين تجاه المرشحات وتأثيرات الجمال من TikTok مختلفة، حيث تختلف المعايير الجمالية لكل شخص. بشكل عام، يعتقد المشاركون أن المرشحات في TikTok ليست طبيعية وأصيلة وجمالية مثل تلك الموجودة في Instagram ؛ لكن يعتقد بعض المشاركين أن هذه الفلاتر المبالغ فيها تتوافق مع قسوة وروح الدعابة في مقاطع فيديو Tik Tok. بالنسبة لتأثيرات الجمال، تحب بعض الفتيات استخدامه لأنه "يجعلك جميلة دون أن تحاول"، بينما يعتقد البعض الآخر أنهن لا يحتاجن إليه.[2]

- الموسيقى Music

تعد إضافة الموسيقى المفضلة لديهم بسهولة إلى مقاطع الفيديو التي يصنعونها واحدة من أكبر عوامل الجذب لهم لاستخدام TikTok. يعمل Tik Tok على تطبيع الكثير من الموسيقى التي كانت ذات يوم خاصة ويصعب

[1] **"What Is TikTok and How Does It Work?,"** accessed May 14, 2022, https://www.pocket-lint.com/apps/news/146960-what-is-tiktok-the-musical-ly-successor-explained.

[2] Yuxin Yang and Instructor Elana Zilberg, "Understanding Young Adults' TikTok Usage ----- Real People, Creative Videos That Makes Your Day," n.d., 28 & 29.

العثور عليها. شدد Tik Tok على أهمية الموسيقى في صناعة الفيديوهات. واوضحت أنه عند إضافة موسيقى خلفية او أصوات خاصة بها إلى مقاطع فيديو معينة، "يتم تغيير الأجواء (للفيديو) بالكامل".[1]

3.2.3 قصص تيك توك ***Tik Tok Story*** :

بدأ القائمون على تطبيق الفيديو الشهير تيك توك بتجربة ميزة قصص جديدة تحمل اسم "قصص تيك توك TikTok Stories". تعمل الميزة الجديدة بشكل مشابه للقصص الأخرى على التطبيقات الشهيرة مثل سناب شات، وإنستغرام على ما يبدو، وتظهر تلك القصص على شريط جانبي تمت إضافته لتطبيق تيك توك او من خلال النقر على صورة المستخدم الذي نشر القصة. وستكون مرئية للمستخدمين لمدة 24 ساعة قبل أن يتم حذفها بشكل تلقائي، كما سوف يتمكنون من الرد والتعليق على القصة أيضا.

ووصف تيك توك ميزة القصص بأنها طريقة جديدة للتفاعل مع المعجبين، ويمكن للمستخدمين إنشاء قصة جديدة من خلال النقر على زر إنشاء الذي تمت إضافته إلى الشريط الجانبي، ويمكنهم إضافة التسميات التوضيحية والموسيقى والنص المعتاد. ويبدو أن القصص ستكون حصراً على إضافة مقاطع الفيديو وليست للصور الثابتة. [2]

4.2.3 البث المباشر ***TikTok Live*** :

تم إطلاق TikTok Live في عام 2019، مما يمنح مستخدمي النظام الأساسي تنسيقًا جديدًا للعب خارج مقاطع الفيديو المسجلة مسبقًا. أسلوب الشكل الأطول يفسح المجال لعرض المواهب والتفاعل مع المشاهدين.[3] يجب ألا يقل عمر المستخدمين عن 16 عأما وأن يكون لديهم 1000 متابع للوصول إلى إمكانات البث المباشر على تيكتوك.[4] في الوقت الحالي، يهتم العديد من الأفراد بإنشاء مقاطع فيديو مباشرة، وهذا هو المكان الذي تزداد فيه المنافسة بين Tiktokers.[5]

---

[1] Yuxin Yang and Instructor Elana Zilberg, ibid, 35.

يوسف أبو سيفين, "**«تيك توك» تختبر ميزة جديدة للقصص على منصتها**," صحيفة الرؤية, متاح على https://www.alroeya.com/9-34/2233767-تيك-توك-تختبر-ميزة-جديدة-للقصص-على-منصتها, شوهد يوم 2022/05/02 على الساعة 10:56.

[3] **"How To Join Someone Else's TikTok Live | Screen Rant,"** accessed May 14, 2022, https://screenrant.com/tiktok-live-broadcast-request-join-how/.

[4] "TikTok Live Streaming: How to Go Live on TikTok," Dacast, December 22, 2021, https://www.dacast.com/blog/how-to-live-stream-on-tik-tok/.

[5] **"Live Streaming on TikTok/Musical.Ly,"** accessed May 14, 2022, https://filmora.wondershare.com/tiktok/how-to-go-live-on-tiktok.html.

أحد ميزات في TikTok Live هو القدرة على البث مع مستخدمين آخرين. لا تقدم عمليات البث المشتركة فقط المزيد من إمكانيات المحتوى أكثر من مجرد البث الفردي، ولكنها توفر أيضا فرصة للمستخدمين للعمل معًا، وتسخير قوة مجتمع TikTok وزيادة انتشار البث المباشر.[1]

3.3 المحتوى الرقمي على السنابشات (**Snapchat**):

1.3.3 قصة سناب شات (***snapchat story***)

في عام 2013، قدم Snapchat ميزة My Story التي تتيح للمستخدمين مشاركة سلسلة من الـ Snaps التي تم التقاطها على مدار اليوم لجميع أصدقائهم على Snapchat. تماشيًا مع تركيز التطبيق على المشاركة المؤقتة، يمكن مشاهدة الـ Snaps التي تمت مشاركتها مع My Story لمدة 24 ساعة فقط. الإعداد الافتراضي لـ My Story هو أصدقاء المستخدم على Snapchat، ولكن يمكن للمستخدم جعلها عامة لأي شخص على Snapchat، او يمكن عرضها على قائمة مخصصة من أصدقاء Snapchat فقط. فخاصية الـ story عبارة عن مجموعة منتقاة من Snaps من موقع او حدث يتم عرضها من خلال ميزات أخرى على التطبيق مثل Discover و Snap Map، او على منصات الطرف الثالث. تم تقديم أول تكرار لميزة قصتنا إلى Snapchat في عام 2014. تكون الـ Snaps التي تمت مشاركتها على قصتنا مجهولة بشكل افتراضي، ولكن يمكن للمستخدمين إلغاء إخفاء هويتهم يدويًا عن طريق إضافة رمز Snap او اسم مستخدم Snapchat إلى Snap. بالإضافة إلى ذلك، يمكن مشاهدة الـ Snaps التي تمت مشاركتها عبر خاصية القصص للجمهور، أما من خلال تطبيق Snapchat للهاتف المحمول او عبر واجهة الويب على عكس الميزات الأخرى في التطبيق، قد تكون Snaps التي تمت مشاركتها قابلة للعرض لمدة تزيد عن 24 ساعة.[2]

2.3.3 ادوات المدمجة في قصة سناب شات ***Snapchat story tools*** :

- النص

النص من أكثر العناصر المرئية شيوعا التي يمكن للمستخدمين إضافتها إلى صورهم ومقاطع الفيديو الخاصة بهم حيث أن النص كان أول علامة تحت دراستها في علم السيميائية من خلال عدسة علم اللغه، حيث قام بتحليل النصوص الإعلامية ومحاولة فهم معنى الكلمات ولا يزال حتى يومنا هذا مستخدما على نطاق واسع في التواصل في بناء المعنى، من خلال النقر على الشاشة بعد إنتاج المحتوى، يمكن المستخدمين كتابة وإضافة تسمية توضيحية تصف المحتوى.

[1] **"How To Join Someone Else's TikTok Live | Screen Rant"**, ibid.

[2] Hana Habib, Neil Shah, and Rajan Vaish, **"Impact of Contextual Factors on Snapchat Public Sharing,"** *ArXiv:1903.07033 [Cs]*, March 17, 2019, 3.

- الفيديو

الفيديوهات عبارة عن صور متحركة، لها نفس الأغراض التي قدمتها الصور سابقا، كما تصور مقاطع الفيديو أيضا تقليدا الواقع وليس لها رمز إلى جانب جميع الأكواد الموجودة داخل تمثيل الكائنات التي تظهر على الشاشة. لهذا السبب، كان هناك نوع آخر شائع من القصص وهو سرد قصة او حقيقة او حدث شفهيا من خلال مقطع فيديو.[1]

- قصص السناب شات المباشرة Snapchat Live stories:

أطلقت Snapchat ميزة القصص "Live" في جوان 2014 تسمح هذه الميزة للحاضرين في الحدث بالمساهمة في قصة جماعية يمكن بعد ذلك عرضها من قبل مستخدمي Snapchat البعيدين. تم عرض القصص الحية في التطبيق تحت عنوان "مباشر" اعتبارًا من أوت 2014. بعد أن يسجل المستخدم "Snap" (فيديو او صورة، أحيانًا مع تعليقات توضيحية متراكبة) في حدث ما، قد يُمنح المستخدمون خيار المشاركة في قصة حدث، والذي يظهر أعلى قائمة الأشخاص الذين يمكن إرسال Snap إليهم. بعد ذلك، يقوم Snapchat برعاية مجموعة Snaps المقدمة في قصة حدث، منظمة بترتيب معين (عادةً بترتيب زمني)، أحيانًا مع معلومات سياقية مضافة. تستمر كل لقطة لمدة 10 ثوانٍ على الأكثر، ويمكن للمشاهدين التخطي إلى التالي من خلال النقر على الشاشة. في وقت كتابة هذه السطور. لا توفر قصص Snapchat Live أي تفاعل، والقصة الحية متاحة لمدة 24 ساعة تقريبًا قبل أن تختفي.[2]

- رموز التعبيرية emoji:

الرموز التعبيرية هي رسوم رقمية شائعة يمكن أن تظهر في الرسائل النصية ورسائل البريد الإلكتروني وعلى منصات التواصل الاجتماعي. تُفهم هذه الشخصيات عمومًا على أنها شكل من أشكال التواصل الخفيف والكوميدي تقريبًا، لكن لديهم تاريخًا اجتماعيًا واقتصاديًا ثريًا ومعقدًا يسبق مجموعة الأجهزة المحمولة حيث تظهر بشكل شائع. بدءًا من ظهور الوجه "المبتسم" الأيقوني، ظهرت الرموز التعبيرية كشكل ثقافي من عادات الطباعة، واستراتيجيات الشركات، ومطالبات حقوق النشر، وغرف الدردشة عبر الإنترنت، ونزاعات المعايير التقنية. كشكل عام ولطيف وواسع الانتشار، تعمل الرموز التعبيرية الآن على تلطيف الحواف الخشنة للحياة الرقمية.[3]

- المعلومات الفورية :

---

[1] Marina Amâncio and Vaia Doudaki, "**'Put It in Your Story': Digital Storytelling in Instagram and Snapchat Stories**.," n.d., 63 & 64.

[2] Oliver L. Haimson and John C. Tang, "What Makes Live Events Engaging on Facebook Live, Periscope, and Snapchat," in *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (CHI '17: CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Denver Colorado USA: ACM, 2017), 49.

[3] Luke Stark and Kate Crawford, "The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication," *Social Media + Society* 1, no. 2 (July 1, 2015): 1.

قدم snapchat "القصص" أيضا معلومات فورية، حيث يمكن المستخدم إضافة الموقع والوقت ودرجة الحرارة إلى المحتوى كما أنها كانت أيضا نمط العنصر المرئي الذي استخدمه المشاركون في الملاحظة. هذه العلامات واضحة بقدر الإمكان، مثل العلامات النصية التي تشرح المكان والوقت والطقس حيث يوجد المستخدم، وكذلك مرة أخرى، مما يعزز معنى اللحظية الذي توفره الميزة.[1]

3.3.3 ***Spotlight*** :

Spotlight هي ميزة تشبه TikTok على Snapchat، تعرض مقاطع الفيديو الأكثر تسلية لمدة 60 ثانية التي أنشأها المستخدمون في قسم مخصص. بصرف النظر عن متعة إنشاء واستهلاك مقاطع فيديو صغيرة الحجم أثناء التنافس مع Instagram Reels و YouTube Shorts و TikTok، يقدم Snapchat أكثر من مليون دولار من التمويل لأفضل مقاطع Spotlight. يتم تحديد هؤلاء الفائزين القلائل من أصل 249 مليون مستخدم بواسطة خوارزمية تستند إلى عدد المشاهدات الفريدة والشعبية. عكس تطبيقات مشاركة الفيديو ذات الحجم الصغير مثل TikTok، لا يحتوي Spotlight على قسم تعليقات. يمكنك أيضا استخدام الموسيقى فقط من مكتبة النظام الأساسي للتطبيق، يعرض Snapchat مقاطع فيديو Spotlight للمستخدمين استنادا إلى أربعة عوامل: مشاهدات الفيديو الفريدة ولقطات الشاشة والمشاركات ووقت العرض. ومع ذلك، لا يمكن رؤية هذه التحليلات إلا من قبل منشئي المحتوى والعلامات التجارية الذين تم التحقق منهم على النظام الأساسي.[2]

4.3 المحتوى الرقمي على اليوتيوب:

1.4.3 الفيديوهات القصيرة ***Youtube Shorts*** :

هي عبارة عن محتوى فيديو قصير وعمودي يتم إنشاؤه باستخدام هاتف ذكي ويتم تحميله مباشرةً على YouTube من تطبيق YouTube. باستخدام أدوات الإنشاء المضمنة في YouTube، يمكن التقاط الموسيقى وتحريرها وإضافتها من التصنيفات الرئيسية (بما في ذلك Sony وUniversal و Warner) وإضافة نص متحرك والتحكم في سرعة اللقطات وتحرير مقاطع فيديو متعددة مدتها 15 ثانية[3].

تتيح "فيديوهات YouTube القصيرة" للمستخدمين التواصل مع جماهير جديدة بالاستعانة فقط بهاتف ذكي والكاميرا المخصّصة للفيديوهات القصيرة في تطبيق YouTube. وبفضل أدوات إنشاء الفيديوهات القصيرة في

---

[1] Amâncio and Doudaki,ibid, 69.

[2] "**What Is Snapchat Spotlight**, **and How Can You Make Money on It in 2022**," InVideo – Online Video Creator for Content and Marketing Videos, accessed May 10, 2022, https://invideo.io/blog/snapchat-spotlight/.

[3] **"How to Make YouTube Shorts: Everything You Need to Know,"** *Social Media Marketing & Management Dashboard* (blog), January 12, 2022, https://blog.hootsuite.com/youtube-shorts/.

YouTube، يمكن بسهولة إنشاء فيديوهات قصيرة لا تتجاوز مدتها 60 ثانية باستخدام الكاميرا التي تضم مقاطع متعددة.[1]

shorts هي تجربة فيديو جديد من يوتيوب، مشابهة كثيراً لفيديوهات Tiktok من حيث الفكرة، يمكن صناعة هذا النوع من المحتوي من خلال الهاتف النقال ومن خلال الكمبيوتر أيضا.[2]

2.4.3 ***YouTube Music***

تضم خدمة (يوتيوب ميوزيك) YouTube Music جميع الإصدارات الرسمية للأغاني، مع إمكانية الوصول إلى الآلاف من قوائم التشغيل ذات الصلة، والريمكسات Remixes، والعروض الغنائية المباشرة، وبالطبع مقاطع الفيديو الموسيقية. تدعم خدمة (يوتيوب ميوزيك) ميزة (التنزيلات الذكية) Smart Downloads، والتي تسمح بتنزيل ما يصل إلى 500 أغنية للاستماع إليها في وضع عدم الاتصال، وفقًا للأغاني التي استمعت إليها سابقًا. ولكن للاستمتاع بهذه الميزة يجب أن تكون مشتركًا في الخدمة.[3]

3.4.3 البث المباشر على اليوتيوب ***(live)***:

تشكّل ميزة "بث YouTube المباشر" طريقة سهلة تتيح لمنشئي المحتوى التواصل مع منتدى قناتهم في الوقت الفعلي. سواءً أرادوا بث حدث معيّن او تدريس صفّ او استضافة ورشة عمل، تقدّم لهم منصّة YouTube أدوات ستساعدهم على إدارة فيديوهات البث المباشر والتفاعل مع المشاهدين في الوقت الفعلي. ويمكن لمنشئي المحتوى بث محتوى مباشر على YouTube باستخدام كاميرا الويب والجهاز الجوّال والبث عبر برنامج ترميز. وتشكّل كاميرا الويب والأجهزة الجوّالة خيارات رائعة للمبتدئين وتسمح لمنشئي المحتوى ببدء بث مباشر بسرعة. أما البث عبر محول رقمي "encoder"، فيشكّل خيارًا لأحداث البث المباشر الأكثر تطوّرًا مثل: مشاركة شاشة منشئ المحتوى او بث

---

[1] – "بدء استخدام 'فيديوهات YouTube القصيرة', متاح على https://support.google.com/youtube/answer/10059070?hl=ar, شوهد يوم 2022/05/04 على الساعة 16:34.

[2] غير معرف, "كيفية صناعة فيديوهات يوتيوب القصيرة "Youtube Shorts, *موقع غراب* (blog), accessed May 4, 2022, https://www.ghorab.ws/2021/06/create-youtube-shorts.html.

[3] رشا سليمان, "7 مميزات مثيرة ليوتيوب," *أخبار الآن* (blog), August 2, 2019, https://www.akhbaralaan.net/technology/2019/08/02/7-%d9%85%d9%85%d9%8a%d8%b2%d8%a7%d8%aa-%d9%85%d8%ab%d9%8a%d8%b1%d8%a9-%d9%84%d9%8a%d9%88%d8%aa%d9%8a%d9%88%d8%a8.

أسلوب اللعب، والتوصيل بأجهزة صوت وفيديو خارجية، وإدارة عملية إنتاج متقدمة للبث المباشر (مثلًا عند استخدام كاميرات وميكروفونات متعددة). [1]

4.4.3 الفيديوهات:

يعرف اليوتيوب على انه منصة لعرض الفيديوهات بمختلف أنواعها، يسمح للمستخدمين بتحميل ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو من جميع أنحاء العالم على نظامها الأساسي. يمكن أن يتراوح المحتوى المتاح على النظام الأساسي لليوتيوب من المحترفين إلى الهواة والتنوع الذي تنتقل منه مقاطع الفيديو مقاطع التليفزيون إلى الأفلام القصيرة وأنواع المحتوى الأخرى، مثل مدونات الفيديو والبرامج التعليمية ومقاطع الفيديو التعليمية. وهذه المقاطع تكون طويلة على عكس youtube shorts فهذه هي الخدمة الأولى التي ظهر بها اليوتيوب، فهي تساعد أكثر على وضع المقاطع الكافية المراد نشرها تتراوح مدتها إلى أكثر من ساعتين, مما ادى إلى تنوع محتواه وقد اشتملت على كافة المجالات.[2]

[1] كيفية بدء بث مباشر على - YouTube آلية عمل YouTube , متاح على https://www.youtube.com/howyoutubeworks/product-features/live/, شوهد يوم 2022/5/10 على الساعة 21:35.

[2] Tania Lorena Islas Garcia, “My Suomi Finland’s Channel,” n.d., 5 and 6.

خلاصة الفصل:

نستنتج في الأخير أنه يوجد الكثير من أنواع تصميم المحتوى الرقمي بما فيها التصميم الغرافيكي والتصميم التفاعلي وتصميم الويب وغيرها من الأنواع الأخرى التي تساهم في جعل المحتوى الرقمي فعالا عبر التطبيقات والمنصات الرقمية، فلا بد من توفير معايير التصميم الجيد والوقوف على اساسيات التصميم الناجح، وغيرها من القواعد لضمان نجاح المواد الرقمية المطورة ودعمها وانتشارها وتقبلها من الفئة المستهدفة، كما انه يجب ان تتوفر العديد من الأدوات والبرامج مثل الفوتوشوب وغيرها من البرامج الفعالة من أجل الوصول إلى نتائج إيجابية ويكون تصميم المحتوى الرقمي ذا جودة عالية وبتقنيات حديثة لمشاركتها عبر مختلف المنصات الرقمية والتطبيقات التكنولوجية مثل الانستغرام واليوتيوب بمختلف الخاصيات المتوفرة لدى كل منصة مثل الصور وخاصية القصص وغيرها من الميزات الحديثة.

الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي

1. البطاقة الفنية لشبكة الجزيرة

1.1التعريف بالشبكة

2.1 نشأة شبكة الجزيرة

3.1 اهداف شبكة الجزيرة

4.1 فروع شبكة الجزيرة

2. تفريغ البيانات

1.2 تصميم موقع الجزيرة نت

2.2 تصميم المحتويات التفاعلية الخاصة بالجزيرة نت

أ.مشروع أهرأمات مروي في السودان

ب.تصميم الموقع الخاص بمشروع فلسطين ريميكس

ج.تصميم موقع AJ+ بالعربي

3.2 التواجد الرقمي الخاص بـ AJ+ بالعربي عبر المنصات الرقمية

4.2 التواجد الرقمي للجزيرة عبر المنصات الرقمية

3. النتائج العامة للدراسة

4. الاجابة عن التساؤلات

خاتمة

تمهيد

في هذا الإطار يتم اسقاط ما تناولناه في الإطار النظري، حيث يعتبر من أهم الخطوات التي يجب القيام بها في الدراسات والبحوث العلمية، حتى يتكمن الباحث من استخلاص نتائج وحوصلة عامة يمكن من خلالها حل الأشكال الذي تم طرحه في الإطار المنهجي بالإضافة إلى الاجابة عن التساؤلات الفرعية التي تندرج تحت التساؤل الرئيسي وكذلك تحقيق الاهداف المراد تحقيقها.

تم اجراء دراستنا التحليلية وفق منهج دراسة حالة وبملاحظة تطور تصميم منصة الجزيرة عبر الويب ومختلف التقنيات والأشكال الحديثة التي تعرضها عبر مختلف أنواع المنصات الرقمية.

1. البطاقة الفنية:

1.1التعريف بالشبكة:

شبكة الجزيرة هي شبكة فضائية إخبارية عربية، أسستها دولة قطر في 1 نوفمبر 1996 و تبث منها و تغطي الأخبار و ما يتعلق بها بالدرجة الأولى و تنافس شبكة "سي ان ان" الأمريكية و "بي بيسي" البريطانية عندما بدأت الجزيرة بثها كانت تبث لمدة ست ساعات يومياً فقط، ثم ازدادت فترة البث إلى 12ساعة حتى وصلت إلى أربع وعشرين ساعة يومياً وذلك في 01/01/1999 اليوم تمتلك الجزيرة شبكة كاملة من القنوات والمؤسسات والمراكز، كما تمتلك أكثر من خمسين مكتب منتشرة في أنحاء العالم ويعمل فيها مئات الصحفيين والفنيين والموظفين من مختلف الجنسيات العربية، ومن جنسيات أخرى غير عربية أيضا، وتبث على عدد من الأقمار الصناعية، وهي تعتمد على أحدث التقنيات والأنظمة التكنولوجية لتعرض الأخبار والتقارير الحية.[1]

2.1 نشأة شبكة الجزيرة:

بدأت فكرة إنشاء الشبكة في ذهن فريق من المعدين والمذيعين والفنيين الذين تركوا أعمالهم في شبكة BBC العربية في لندن، بعد أن حرمت السعودية هذه الشبكة من استخدام قنوات "قمر اوربت الفضائي" إثر بثها مواد سياسية شملت لقاء مع المعارض السعودي المعروف والمقيم في لندن محمد المسعري، فسارعت الحكومة القطرية لتقديم الدعم المالي لمشروع الشبكة الجديدة والبالغ 140 مليون دولار عام 1996 وعلى مدى خمس سنوات، على شرط أن تحقق استقلالها من الإعلانات التي تبث عبرها لم تأت هذه الخطوة خارج نطاق الإصلاح في الدولة القطرية، فقد جاءت بعد إنشاء الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، ودعم دائرة النشر والمطبوعات والوكالة القطرية للصحافة، والمجلس الوطني للآداب والفنون الذي ترأسه الشيخة موزة بنت المسند زوجة أمير البلاد، وإصدار ثلاث صحف يومية بالعربية، هي: الشرق، والرياح، والوطن، وصحيفتين، ومجلتين بالعربية هما: قطر الخير، والدوحة للجميع. وتعد شبكة الجزيرة القطرية محطة تعمل على مدار الساعة بصفة محطة إخبارية، وتختار لها نظاما تكنولوجيا متقدماً لعرض الأخبار والتقارير الحية والمباشرة ومختلف البرامج السياسية والثقافية والرياضية والاقتصادية. لقد أسست شبكة الجزيرة لنفسها مكاتب في عدة عواصم ومدن عربية وأجنبية. ونجحت الشبكة عن طريق توليفة إخبارية جرينة، وبرامج حوارية ساخنة في جذب أعداد كبيرة من المشاهدين المتشوقين لمتابعة الحوارات العلنية، بين المعارضين السياسيين وأنصار حقوق الإنسان؛ ولمشاهدة الإسلاميين المتشددين يحاورون مسؤولين حكوميين وخبراء أكاديميين، حيث كان الجدل حول القومية العربية في مواجهة الإقليمية المحلية الأكثر جذباً للاهتمام بين المشاهدين في برنامج "الاتجاه المعاكس". وينظر إلى هذه الشبكة على أنها أحدى توجيهات أمير قطر

[1] عطوان فار, **الفضائيات العربية و دورها الإعلامي**, دار أسامه للنشر و التوزيع, عمان ,ط 1, 2009, ص35.

الجديد وأركان نظامه ولاسيما وزير خارجيته. ويبدو أن العامل الأساسي في بروز الشبكة واستمرارها، رغم المتاعب التي سببتها للحكومة القطرية، هو رغبة الأمير في أن تمنح هذه الشبكة قطر صوتاً خليجياً وإقليمياً ودولياً كبيراً، باعتبار الأمير جزءاً من إحساس جيل الشباب في الخليج العربي بأهمية الفضائيات إعلامياً في مجاراة التطورات السياسية والاقتصادية الدولية وقد ظهرت الشبكة بعد إلغاء وزارة الإعلام ورفع الحظر على الإعلام ومنها الرقابة، وإعطاء حرية أكبر لإبداء الرأي عبر الصحف. وسئلت الشبكة نوعاً من الإعلان بأن الحكم الجديد في قطر يتبنى الحريات العامة ومنها الرأي والرأي الآخر على أرض الواقع وليس بشكل دعائي، كما منحت الحكم الجديد شهادة عن تبنيه للديموقراطية، فيما تم عرض قضايا حساسة كانت محرمة سابقاً، بحيث أعطت هذه الفسحة من الحرية شعبية كبيرة للشبكة، أظهرت تميز قطر عن سواها في المنطقة. وهذا ما كانت ترجوه الحكومة من هذه الخطوة.[1]

3.1 اهداف الشبكة الجزيرة:

وتنقسم أهداف أي شبكة تلفزيونية فضائية إلى مستويين : المستوى الأول سياسي بامتياز تسعى من خلاله الشبكة لدعم وتحقيق سياسة الحصة المالكة او المنشئة، أما داخل نطاق الدولة الموجودة فيها او خارج هذا النطاق، والمستوى الثاني إعلامي يتعلق بطبيعة الإعلام وضرورات تطويره والمنافسة الإعلامية، فشبكة الجزيرة ليست بعيدة عن ذلك، ولا يمكن إن تكون مستثناة من هذا الواقع الإعلامي رغم أنها شكلت ولا زالت تشكل نموذجا إعلاميا عربيا منفردا، وفي هذا الإطار تمكن فهم ما قاله محمد جاسم العلي المدير السابق لشبكة الجزيرة حينما أكد إن سبب تعبئة الجزيرة يعود في أنها لا تمثل وجهة نظر واحدة او نظام ولا تسعى لتحقيق مكاسب تجارية، وإنما خلق واقع إعلامي جديد عكس القنوات التلفزيونية الأخرى.[2]

وفي الجانب غير المعلن للأهداف التي تسعى الجزيرة لتحقيقها و الوصول إليها يمكن القول إن هذه الأهداف تتصل بدولة قطر حاضنة وممولة الجزيرة، ويمكن إجمالها بالآتي :

1 –دوافع دولة قطر من إنشاء الشبكة، وهي الدوافع التي تم تحديدها سابقاً برغبة القيادة القطرية الجديدة في أن تمنح الشبكة قطر صوتاً خليجياً وإقليمياً ودولياً مسموعاً وكبيراً، وهو ما تم فعلاً حيث باتت قطر بعد الجزيرة ليست كقطر قبل الجزيرة سياسياً على المستوى الإقليمي والدولي، طبعاً ذلك بالتناغم مع الدبلوماسية والسياسة القطرية الجديدة التي تم انتهاجها بفضل الأمير حمد ووزير خارجيته حمد بن جاسم.

---

[1] فيصل صبحي مصباح اسليم , **سياسة قناة الجزيرة صناعة الإعلام العربي و دورها في وراث الربيع العربي** , المجلة العلمية للدراسات التجارية و البيئية , كلية التجارة , جامعة السويس , العدد الرابع , 2017 , ص 73 ص 74.

[2] وفاء ريغي, **استخدام الأساليب اللغوية في تحرير التقارير الصحفية (قناة الجزيرة نموذجا)**, مذكرة ماستر, قسم علوم الإعلام والاتصال, كلية العلوم الانسانية والاجتماعية, جامعة العربي بن مهيدي, ام البواقي, 2016 , ص 96.

2 –على ضوء العلاقة القطرية السعودية والخلافات التاريخية بين البلدين وخصوصاً في مسألة النزاع الحدودي فيما بينهما على منطقة غنية بالنفط والغاز الطبيعي، حيث كان للسعودية منابر إعلامية كثيرة مؤثرة تتبنى رأيها وتبينه في هذا الموقف الخلافي مثل فضائية MBC وصحيفتي الحياة والشرق الاوسط، فيما كانت قطر وقتها مجردة من هذا السلاح الإعلامي الهام.

–الاهداف الإعلامية :

أولاً: الحاجة الملحة لوجود إعلام سياسي عربي مستقل يتمتع بحرية إعلامية كبيرة ولا يخضع إلى النظام السياسي الرسمي العربي، وبالتالي لا يخضع لمقص الرقيب والإدارة الأمنية للمؤسسة الإعلامية.

ثانياً: الارتقاء بالإعلام العربي بعيداً عن النظرة التجارية والترفيهية، وهي النظرة التي أنتجت برامج ومواد إعلامية هبطت بمستوى الإعلام العربي.

ثالثاً: الدخول إلى عالم منافسة القنوات الفضائية الغربية التي احتكرت البث والرواية للأحداث 2 العالمية والعربية لفترات طويلة.

رابعاً: وقف الاحتكار السعودي لقطاع الإعلام العربي، حيث كانت المملكة العربية السعودية قد 3 سيطرت على القسم الأكبر من وسائل الإعلام العربية بالملكية والتمويل. [1]

4.1 فروع شبكة الجزيرة:

تتنوع قنوات شبكة الجزيرة لتتناسب مع كافة الشرائح المجتمعية، فنجد ما يناسب المثقفين من قنوات أخبار وأفلام وثائقية، وانتقالا للشباب وحماستهم الرياضية، ذهاباً للأطفال وتنمية لمواهبهم وتلبية لرغباتهم وميولهم، ومراكز أبحاث وصفحات تواصل وموقع رسمي بشبكة الإنترنت، ومن هذه القنوات: شبكة الجزيرة الفضائية (القناة الأم)، قناة الجزيرة مباشر، قناة الجزيرة مباشر مصر (أغلقت بعد الانقلاب العسكري بمصر 2013)، قناة الجزيرة الإنجليزية، قناة الجزيرة أمريكا، قناة الجزيرة الوثائقية، بي إن سبورت، بي إن سبورت الفرنسية، بي إن سبورت العربية، الجزيرة نت، مركز الجزيرة للتدريب والتطوير الإعلامي، مركز الجزيرة للدراسات، قناة براعم (للأطفال)، قناة الجزيرة البلقان، قناة تلفزيون (جيم).[2]

[1] محمد عارف محمد عبد الله ,**دور قناة الجزيرة الفضائية في أحداث التغيير السياسي في الوطن العربي (الثورة المصرية نموذجا)**,مذكرة ماجستير , كلية الدراسات العليا ,جامعة النجاح ,فلسطين 2012, ص66 ص67.

[2] محمود عبد النبي شوش،**أثر الإعلام في اللغة العربية قناة الجزيرة نمودجا**،نور للنشر،جزر الموريس،2018،ص51.

2. تفريغ البيانات:

1.2 تصميم موقع الجزيرة نت:

تطور موقع الجزيرة مع تطور مواقع الويب حيث نرى أول موقع تم اطلاقه عبر شبكة الجزيرة كان في سنة 1998 يحتوي على صفحة واحدة فقط ويحتوي على معلومات بسيطة للموقع وصولا إلى 2001 والتي تعتبر أول نسخة من الموقع الأخباري الجزيرة نت.

وحسب ما قمنا به من بحث حول أشكال منصة الجزيرة نت في السنوات الماضية فقد وجدنا بعض الصور في الموقع الرسمي للشبكة وكان تحليلنا كالأتي:

صورة 1: واجهة موقع الجزيرة نت سنة 2001.

في سنة 2001 صفحة الموقع تتميز بطول الملائم للواجهة المستخدم مع تنوع في تصميم الالوان: الابيض للخلفية والازرق للقائمة كما تم الاعتماد على تقسيم صفحة رئيسية إلى 4 اعمدة. ونرى أيضا في رأسية الصفحة باللون الاصفر الشعار الخاص بالجزيرة وأيضا اخبار متناقلة في تلك الفترة عبر الموقع كانت عبارة عن منشورات نصية مع استخدام صورة واحدة للخبر الرئيسي فقط، بجانبها موقع منتديات الجزيرة وعناوين الأخبار الأخرى، ولاحظنا وجود خانة البحث في الجزيرة نت والمواضيع المتداولة في الموقع في تلك الفترة. تتضمن الصفحة شعار الجزيرة في أعلاها من الجهتين اليمنى واليسرى بحجمين مختلفين، في الجهة الأولى تتضمن شعار الدقة الموضوعية الحياد والجهة الثانية شعار القناة اسفله رابط الموقع، وفي نفس العمود نرى خانة خاصة بالبث المباشر بجانبها خاصة المساعدة لتسهيل استخدام الموقع. وتميز هذا النوع بأنه يعرض التاريخ اليومي بالاشهر الميلادي والموافق له بالهجرية بالإضافة إلى التوقيت.

الإطار التطبيقي

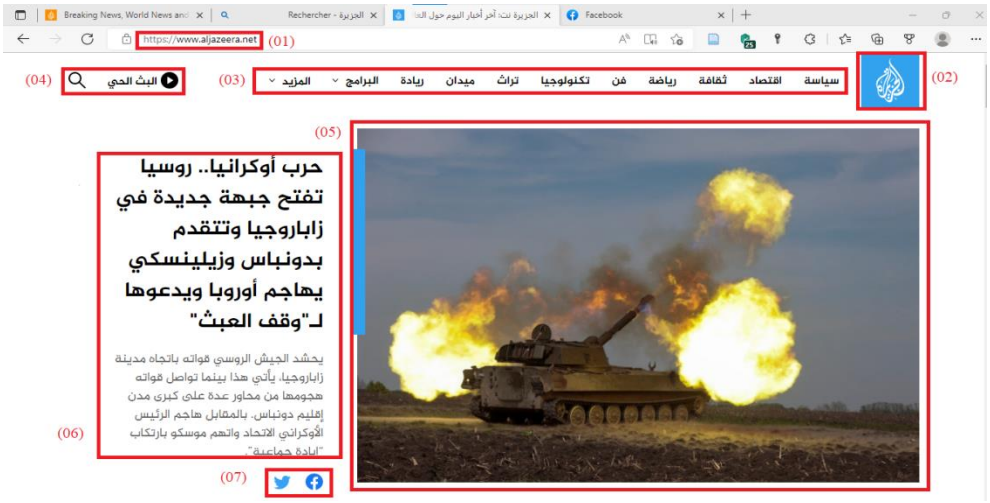
صورة 2: واجة موقع الجزيرة سنة 2009.

ثم تطرقنا إلى سنة 2009 ولاحظنا اختلافا واضحا في تتطور وتغير واجهة الموقع، وأصبحت الصفحة تعتمد على لونين فقط وهي خلفية بيضاء ورأسية زرقاء ورأينا بأن الصفحة أصبحت أكثر بساطة وهدوءًا وتعرض أسفل الخط الخاص بالشعار أهم الخاصيات والتي تتمثل في البث الحي والأخبار والمعرفة والدراسات بالإضافة إلى خاصية اللغة الانجليزية، وفي نفس السطر خانة خاصة بالمواقع الأخرى المرتبطة بالجزيرة نت وخانة خدمات هذا الموقع. اسفل هذا العمود الافقي نلاحظ التاريخ اليومي بصفته الميلادية والهجرية بالإضافة إلى التوقيت الخاص بمكة وخط غرينيتش، وفي نفس المستوى تمأما خانة البحث للاستفسار والبحث عبر الموقع، وفي نفس العمود نلاحظ خانة العضوية الخاصة بالموقع تسمح بالاشتراك في المنتدى الجزيرة نت.

تم تقسيم الموقع إلى عدة Widgets خاصة بأهم الأخبار، أحداث الأسبوع بالصور، تقارير المراسلين فضلا عن الاستماع لنشرات الأخبار، التصويت والكاريكاتير وغيرها. واعتمد هذا الموقع في عرضه للمحتويات على تقنية carousel بشكل بسيط لعرض أهم الأخبار مع ملخص عنها، أما بقية الأخبار كانت تعرض ملخصات عنها مع صور تعبيرية، وهي التحديثات الآنية للأخبار العأجلة خلال 24 ساعة الأخيرة، تكون ذا حجم اوسع من مساحات المحتويات والاعلانات والخصائص الأخرى، مع إضافة مساحة خاصة لخاصية البودكاست التي تعتبر من أهم خصائص جديدة للاستماع لنشرات الأخبارية التي تعتمد عليها شبكة الجزيرة من أجل نقل الأخبار والنشرات لمختلف قنواتها في تلك الفترة مع تخصيص مساحة أخرى للإعلانات التي يتم عرضها عبر ذلك الموقع وأهم البرامج التي كانت تعرض في تلك الفترة.

ثم تطرقنا إلى دراسة الموقع في السنة الحالية 2022 وقدمنا تحليلنا كالآتي:

الإطار التطبيقي



صورة 3: واجهة موقع الجزيرة نت سنة 2022.

في الصورة الموضحة أعلاه الموقع الرسمي للجزيرة العربية والذي يتمثل في هذا الرابط www.aljazeera.net كما نرى في الشكل رقم (01)، واجهة هذا الموقع جاءت بطريق سهلة الولوج وواضحة التفاصيل، تتضمن الرأسية او الهامش العلوي الشعار الرسمي للقناة في الشكل (02) وكذلك خانات متعددة في شكل عناوين رئيسية لكل مجال معين كما هو موضح في الشكل (03) تجمع هذه العناوين كافة الأخبار المتعلقة بالمجال المراد معرفة أحدث الأخبار عليه، أيضا تتضمن هذه الصفحة خانة البحث في الموقع وهي ميزة تسمح للمستخدم بالبحث عن الأخبار التي يريد قراءتها ومعرفة تفاصيلها بجانبها زر مشاهدة البث الحي الذي يستخدم من أجل متابعة أخبار الشبكة بشكل مباشر Online عبر الموقع، كما لاحظنا اسفل الرأسية بأن الموقع يعطي أهمية كبيرة في عرض الأخبار بأدق التفاصيل من حيث الصورة كما نراه في الشكل (05) ويعطيها المساحة الكبرى في الموقع من أجل جذب انتباه القارئ والإشارة بأن هذا هو أحدث وأهم موضوع في الساعة الحالية حيث يقوم الموقع بضبط الأخبار حسب الأولوية للأهم إلى الاقل أهمية, ونلاحظ أيضا بأن محتوى الصفحة لا يقتصر على شكل واحد فقط من أشكال المحتويات وانما يعرض نصا يتحدث فيه عن تفاصيل الخبر كما هو واضح في الشكل(06)، وهناك ميزة أخرى أسفل النص وهي مشاركة هذا الخبر عبر منصتي التويتر Twitter والفايسبوك Facebook كما نراه في الشكل (07).

صورة 4: حانة البث المباشر لموقع الجزيرة نت 2022.

وعند التمرير للاطلاع على المواضيع الأخرى لحظنا بأن الموقع يحظى بخانة متوسطة الحجم تعرض البث المباشر للثلاثة فروع من قناة الجزيرة (الجزيرة، مباشر، والوثائقية) في الجانب الايسر للموقع، أسفلها خانة خاصة بمواضيع أخرى تحمل عنوان الأكثر قراءة بالاعتماد على الخوارزميات والتفاعلات التي يقوم بها الاشخاص اتجاه ما يتم تناقله. وتحتوي الصفحة على العديد من أخبار في شكل صور مختلفة الاحجام مرفقة بنصوص تحكي تفاصيل الأخبار، كما نلاحظ انه تم توفير أيقونة خاصة لكل منشور التي هي عبارة عن زر (شارك) تمكن المستخدمين من نقل هذه الأخبار ومشاركتها عبر مختلف صفحات شبكة الجزيرة في شبكات الاجتماعية التي تعتمد عليها كدعامات اعلامية. أما في أخر الصفحة او ما يسمى بالـ Footer نجد العديد من الخانات التي تتضمن أهم تفاصيل المرتبطة بالجزيرة تتضمن حقوق النشر والصفحات الرسمية للجزيرة عبر المنصات الرقمية، وكذلك الخانات الخاصة للتعريف بالشبكة "من نحن" وكيفية التواصل مع اعضاء الصفحات وكذلك الخانة الخاصة بأهم قنوات الجزيرة الأخرى. جاءت هذه الخانات في شكل ازرار عند الضغط عليها تفتح الصفحة الخاصة بهذه الروابط كما نراه في الصورة في الاسفل.

صورة 5: الجزئية السفلية من موقع 2022 (Footer).

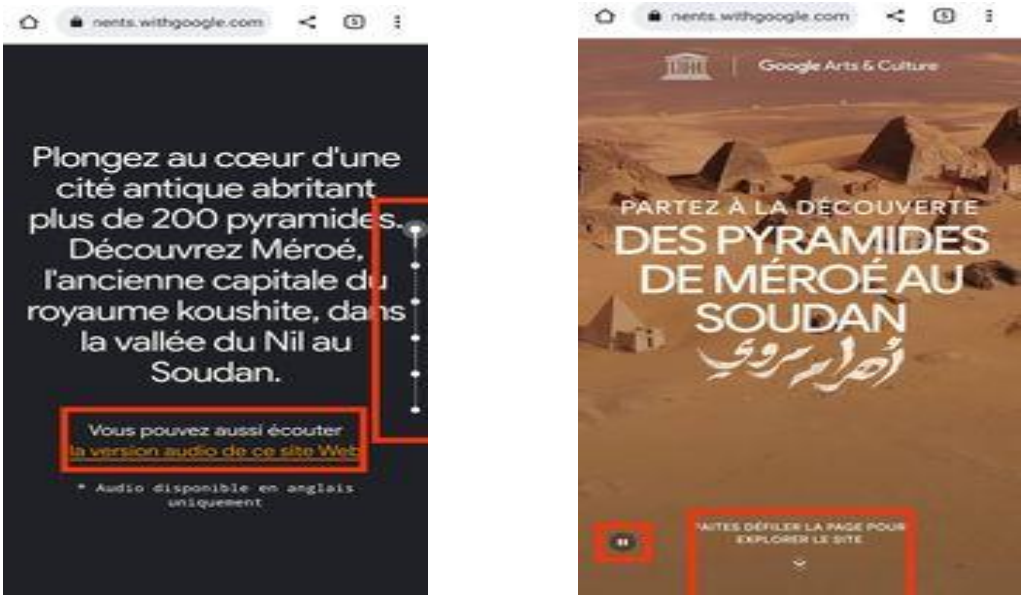
وتميزت الصفحة بطول كافي لعرض قدر كبير من الأخبار الخاص باليوم الواحد وكانت الأخبار في شكل ترتيب عمودي يتطلب التمرير إلى اسفل لقراءة الأخبار الأخرى واعتمدت الصفحة على اللون الابيض والكتابة بالون الاسود و اللون الازرق تحت الصور وهذا التصميم جاء في شكل بسيط وسهل الاستخدام.

2.2 تصميم المحتويات التفاعلية الخاصة بالجزيرة نت:

أ.مشروع اهرأمات مروي في السودان:

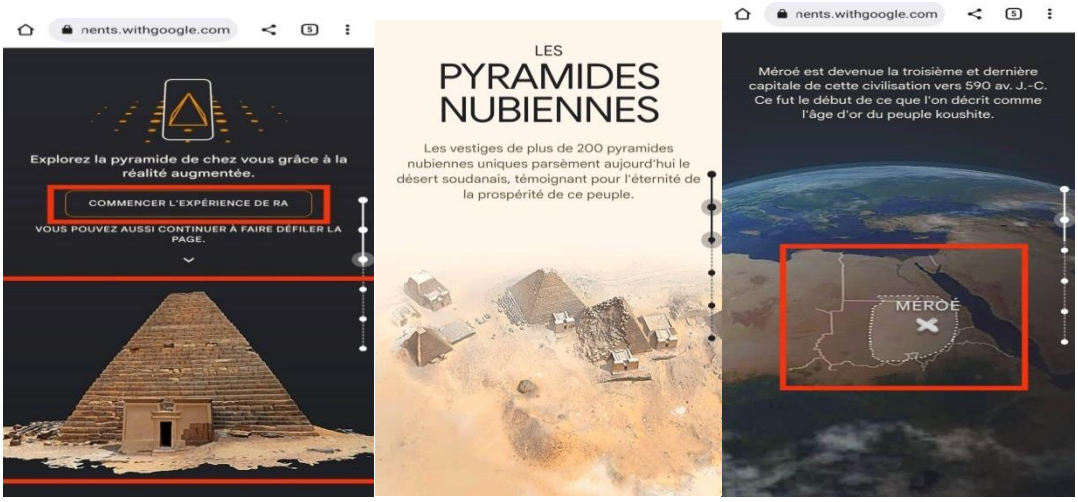
صورة 6: واجهة موقع المحتويات التفاعلية **Aljazzera.com**.

أما بالنسبة لموقع الجزيرة باللغة الانجليزية، فقد تم تطوير الموقع بدمج منصة خاصة بعرض المشاريع التفاعلية، حيث يلجأ المستخدم إلى قائمة المتعلقة بالبحث عبر الموقع، ولاحظنا توظيف خاصية (Interactive) عبر أيقونة المزيد (more) في الجزئية السفلية من الموقع، وعند استخدام هذه الأيقونة، يتم نقل المستخدم إلى مختلف المشاريع بتسلسل كرونولوجي من المواضيع الحديثة إلى اقلها حداثة، يتميز توظيف هذه المشاريع باستخدام صور خاصة تتلاءم مع كل موضوع ومتساوية من حيث الحجم، كل صورة تحمل شرح للمشاريع المدمجة معه. عند اختيار أحد هذه المشاريع، لاحظنا وجود خلفية ذات حجم يغطي كامل شاشة الهاتف، يحتوي على عنوان (Explore Sudan's pyramids of Meroe) وصور شاملة لمختلف الأهرامات، كما تم توفير مساحة كافية للإبراز التفاصيل والمعلومات لهذا الموضوع باستخدام النص والاعتماد على مختلف أشكال المحتويات، حيث تم الاعتماد على منصة اليوتيوب كدعامة اعلامية، في نشر فيديو توضيحي لمراحل التصميم التفاعلي لهذا المشروع، بالإضافة إلى بعض الصور متوسطة الحجم ذات جودة عالية مع نص يتضمن معلومة تفصيلية، مع الاعتماد على تقنية carousel لنشر أهم مقتطفات يحتوي على 3 صور كل صورة تتميز بشرح خاص للمشروع، في اخر الصفحة قامت شبكة الجزيرة نت بوضع رابط ينقل المستخدم إلى التصميم التفاعلي للمشروع باستخدام تقنية AR.



صورة 7: صورتين لمشروع أهرمات مروي بالنسخة الانجليزية وواجهة عرض المحتوى التفاعلي الخاص بمشروع الأهرامات.

أول ما يلفت نظر المستخدم هو خلفية عبارة عن فيديو يوضح معظم زوايا المنظر الخاص بالاهرامات على نطاق واسع مع ابراز عنوان المشروع مع توظيف بعض الخانات، كخانة إيقاف او تشغيل الفيديو، بالإضافة إلى أيقونة (FAITES EXPLORER LE SITE DÉFILER LA PAGE POUR)، مع إشارة التمرير إلى مراحل وصف المشروع كما هو موضح في الصورة أعلاه. تم ترتيب المراحل باستخدام تقنية Parallax للانتقال بين أجزاء المشروع، حيث يمكن من خلالها الانتقال إلى أي جزء مباشرة، حيث نرى ان المرحلة الأولى لهذا المشروع تتميز بشرح بسيط للأهرامات مع خلفية سوداء ونص ذو لون ابيض، مع إضافة رابط خاص بمقطع صوتي من أجل مساعدة المستخدم في فهم المشروع.

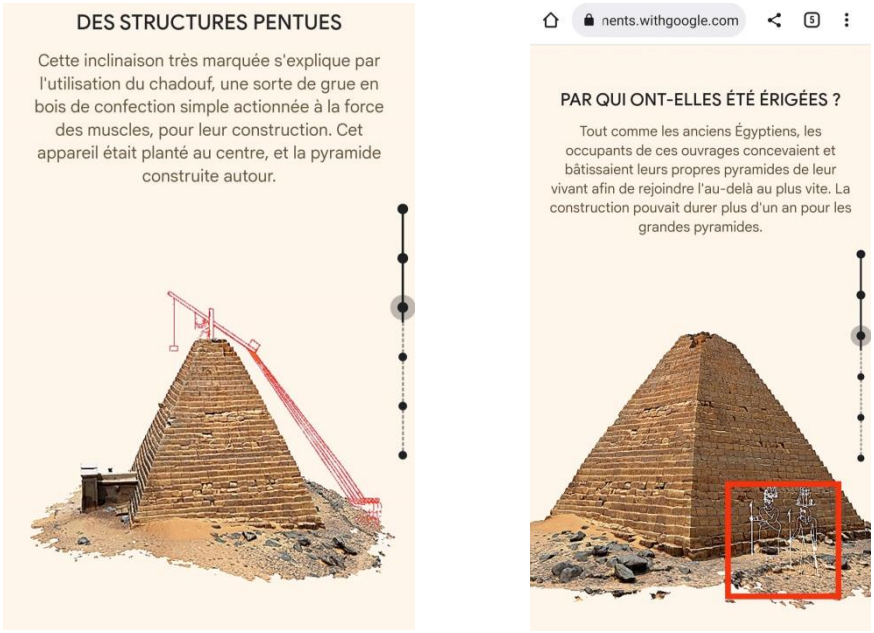


صورة 8: صور توضح مراحل تجربة الواقع المعزز الخاصة بالمشروع.

الإطار التطبيقي

في المرحلة الموالية نرى أن التصميم اعتمد على وضع خلفية تكون في شكل كرة ارضية مع تعيين مكان الموقع على نطاق واسع (مصر، السودان)، حيث اعتمد هذا التصميم على تقنية google maps التي تسمح بمشاهدة الموقع الخاص بالأهرامات مع الاعتماد المستمر على وضع نصوص توضيحية لتفسير تاريخ هذه الأهرامات، كما تتابع المشهد من خلال تقنية التمرير (Scrolling)، حيث تم إضافة إمكانية تقريب المسافة وأيضا المشهد الخاص بموقع مع استخدام خطوط ارشادية التي سمحت بتحديد شامل ودقيق لمركز البحث وإضافة الاسم الخاص به.

في المشهد الموالي، نلاحظ مشهد علوي خاص بالشكل الكامل للأهرامات، تم تصويره بواسطة طائرة مسيرة drone، مع إضافة نص اخر للصورة، وعند التوجه للجزء التالي يطرح هذا المشروع أيقونة خاصة تسمح للمستخدم باختيار زاوية مناسبة من استخدام جهاز الاخراج output device والذي يشير إلى جهاز العرض حيث يمكن للمستخدمين عرض الصورة او الفيديو الناتج، مثل شاشة الهاتف او الكمبيوتر. بالإضافة إلى شكل الهرم الذي تم تصميمه باستخدام كاميرا استشعار العمق depth sensing camera، التي تقوم بتسجيل المحتويات المرئية لإضافتها إلى كائن او مكان موجود. يجب أن تكون الكاميرا المذكورة قادرة على معرفة مسافة الهدف وزاويته منه.[1]

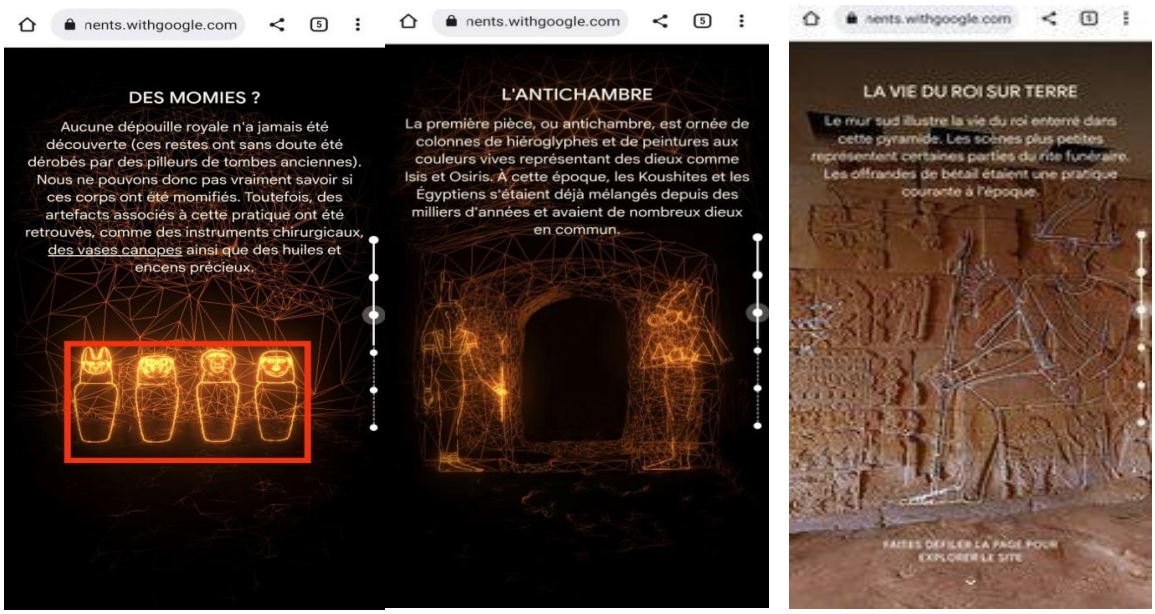


صورة 9: صورتين من عرض تفاصيل حول الأهرامات.

[1] ما هو الواقع المعزز Augmented Reality ؟, متاح على https://motaber.com/augmented-reality, شوهد يوم 2022/05/30 على الساعة 14:00.

الإطار التطبيقي

نرى في الصور في الاعلى أن الموقع اعتمد في تحريك الهرم على طريقة البانورامية بطريقة ثلاثية الابعاد للشكل حيث يتم توضيح جميع زوايا الهرم مع توظيف القياسات المناسبة له، وتضمن مقتطفات تحسس المستخدم بواقعية المشهد واستخدام أشكال الهندسة الرقمية في قياس زوايا الهرم، كما تم احاطنا بصور أخرى بانورامية توضح التصميم الداخلي للهرم حيث اعتمد على خاصية computer vision والتي تعتبر شكل من أشكال الذكاء الاصطناعي، وتهدف إلى بناء تطبيقات ذكية قادرة على فهم محتوى الصور كما يفهمها الإنسان، حيث من الممكن أن تأخذ بيانات الصور عدة أشكال كالصور المتعاقبة (فيديو)، وإضافة بعض كائنات او تصورات لتماثيل مشابهة للمصريين القدامة في شكل رؤية حاسوبية باستخدام رسم بياني بالإضافة إلى تحليل تصميم الداخلي للهرم بنفس الطريقة.



صورة **10**: صور تعرض التفاصيل الداخلية للأهرامات بتقنيات حديثة.

كما لاحظنا الاعتماد المستمر لهذه التقنية عند نقل المستخدم إلى أحد الغرف الخاصة بالهرم التي تمتاز بنقوش وزخرفة، تم تحويل صور ورسوم إلى بيانات ساعدت على توضيح الدقيق للرسوم بكافة تفاصيل المتعلقة بها، وفي اخر مرحلة يتم توجيه المستخدمين إلى غرفة دون انارة، حيث تم التدقيق أكثر في عملية العرض وتوضيح ما تحتويه من خلال تقنية computer vision، فتم استخدام اشعة خاصة ذات لون احمر، وقوالب شكلية اصطناعية تساعد على إيضاح صورة للأشكال التي تم التقاطها، وتسمى بخوارزمية التعليم الالي من أجل استدعاء المعلومات من أجل خلق رسم بياني يطابق ما تم التقاطه.

وفي اخر صفحة قامت شبكة جزيرة نت بوضع زر في شكل رابط ينقل المستخدم إلى التصميم التفاعلي للمشروع باستخدام تقنية AR. حيث تعتمد هذه التقنية على الوسائل التكنولوجية وتمتلك كاميرا خاصة من أجل تصوير مساحة التي تحتاجها لتثبيت المشهد، حيث نرى عند فتح الكاميرا وجود تعليمات توضيحية توفرها التقنية عبر شاشة لإرشاد

المستخدم على تطبيق مراحل التي تمكنه من مشاهدة مشروع والصوت الذي يقص على المستخدم أهم التفاصيل الاثرية والتاريخية.

صورة 11:تطبيق تقنية الواقع المعزز AR الخاصة بالمشروع.

عند تحديد الوضعية التي تسمح باستخراج المشهد، يستطيع المستخدم رؤية شكل الهرم عبر الكاميرا مع إمكانية تحريك الوسيلة لرأيت المشهد عن بعد او تقرب لاكتشاف زوايا و بنية الهرم، بالإضافة إلى قدرة المستخدم على مشاهدة شكل بطريقة بانورامية، يمكن أيضا مشاهدة الصور المتعلقة بالهرم عبر موقع الصفحة وتوظيفها أيضا فالكاميرا الخاصة للوسيلة، حيث تسمح للمستخدم بمشاهدة مقاطع التي تم تصميمها في شكل رؤية حاسوبية computer vision تسمح برؤية نسخة الكترونية المتعلقة بالهرم وما تحتويه الغرف من أشكال أثرية ورمزية بتقنية حديثة تعرض التفاصيل وكأنها واقعية، كما لاحظنا اثناء تمرير المراحل باستخدام تقنية parallax، لاحظنا ان هذه الصور تم دمجها في شكل فيديو تركيبي، يمكن للمستخدم مشاهدة عرض بطريقة تسلسلية مع تمرير كل مقطع، كما لاحظنا بعد اتمام توضيح ما يخص تفسير تصميم الهرم من حيث شكل وتحليل ما تحتويه غرف الخاصة به.

تم توجهنا عبر أيقونة التمرير المعتمدة في هذا الموقع إلى ان رأيت بعض المقتطفات ورسوم للنصوص الرسمية متبوعة بشرح نصي، مع توظيف صور بانورامية ذات تصوير 360°، متبوعة بأيقونة (DÉCOUVRIR SUR STREET VIEW)، يتم اللجوء إليها لمعرفة التفاصيل الخاصة بهذه الصور، حيث تم استخدام واجهة ذات

جزئين، الجزء العلوي يتم عرض تلك الصورة مع إمكانية تكبير الشاشة أما الجزء العلوي فقط تم وضع خريطة (google maps) لتحديد صورة التي يتم عرضها.

ب. تصميم الموقع الخاص بمشروع فلسطين ريميكس:

موقع الجزيرة يعتبر من المواقع العالمية التي دمجت فيها مختلف التكنولوجيات الحديثة كالواقع المعزز والافتراضي، حيث اعتمدت على عدة تقنيات تسمح لمستخدمي هذا الموقع بالتفاعل معها، ومن أبرز الاختراعات التفاعلية مشروع فلسطين ريمكس الذي هو اكبر موقع تفاعلي بصري يتيح الافلام الوثائقية التي أنتجتها الجزيرة حول القضية الفلسطينية مجانا، ويعتمد على تقنية ربط النص بالصورة، حيث يسمح للمستخدم بإعادة ترتيب النصوص في أي مقطع فيديو يريده، ليصنع منها قصته الخاصة عن فلسطين، حيث خصصت شبكة الجزيرة نت موقع او منصة خاصة تحتوي على رأسية باسم المنصة، مع توظيف زر سمي بالقائمة الرئيسية تتضمن أبرز محتويات المتداولة عبر هذا الموقع، مع وجود خانات خاصة للنسخ باللغات الأخرى.

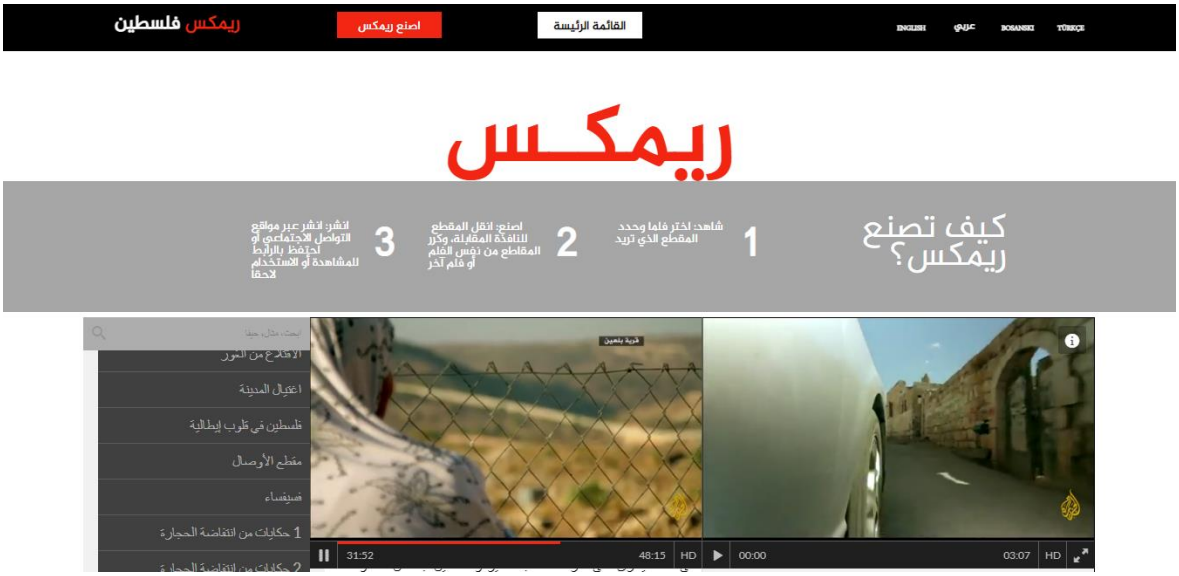
صورة 12: واجهة موقع مشروع ريمكس فلسطين عبر موقع **Aljazeera.com**.

تميزت واجهة المستخدم بوجود خلفية مركبة بعدة صور متعلقة بالقضية الفلسطينية، مع عبارة لاسم الموقع (ريمكس فلسطين نافذة تفاعلية غير مسبوقة) تتميز بكبر حجم الخط بالاعتماد على لونين الاحمر والابيض، تشمل هذه الخلفية كامل حجم شاشة الهاتف، وأيضا تم وضع أيقونة (المزيد ادناه) بهدف عرض المحتويات. عمل هذا الموقع على ترتيب المحتويات التفاعلية بطريقة تسلسلية وتمرير سهل للمحتويات، بعد النقر على الأيقونة المذكورة سابقا، أولا رأينا وجود خانة

بحث تحت عنوان (ابحث داخل الافلام) تتابعها كلمات مفتاحية تساعد المستخدم في البحث تم توظيفها بشكل عمودي حيث اننا لاحظنا بأن الخلفية تغيرت حيث انها أصبحت تعتمد على خلفية موحدة ذات لون اخضر.

صورة **13**: أهم الخيارات المتاحة لمشروع ريمكس فلسطين.

بعد ذلك، نرى أن الموقع اعتمد في عرضه للفيديوهات (الافلام الوثائقية) على تقنية carousel، حيث مكنت المستخدم من مشاهدة بعض المقتطفات، مع التغيير المستمر للخلفيات اي هنا أصبحت الخلفية موحدة ذات لون رمادي. عند النقر على أحد هذه الفيديوهات يتم نقلنا إلى صفحة تحتوي على الفيديو، حيث يمكن ان نطلع عليه بحجمه العادي او تكبير شاشة، مع وجود ميزة تحسين الجودة، في أسفل فيديو تم توفير مساحة خاصة لمحتوى الفيديو النصي وإضافة خاصية محرك النص تابع لسير الفيديو (sous titrage). مرورا بوجود بعض الصور المأخوذة من (maps) وتم عرضها أيضا بطريقة carousel، توضح الشكل الجغرافي لفلسطين وهي ذات جودة متوسطة. في أسفل الصفحة، تم عرض بعض التفاصيل الخاصة بالموقع، مع تكرار ما يوجد في القائمة الرئيسية، بطريقة عمودية متسلسلة ذات أحجام صغيرة متساوية، كل خاصية تم عرضها بخلفية تعبر عنها، ثم في الأخير تم ذكر أبرز الجوائز التي حازها مشروع فلسطين ريميكس.



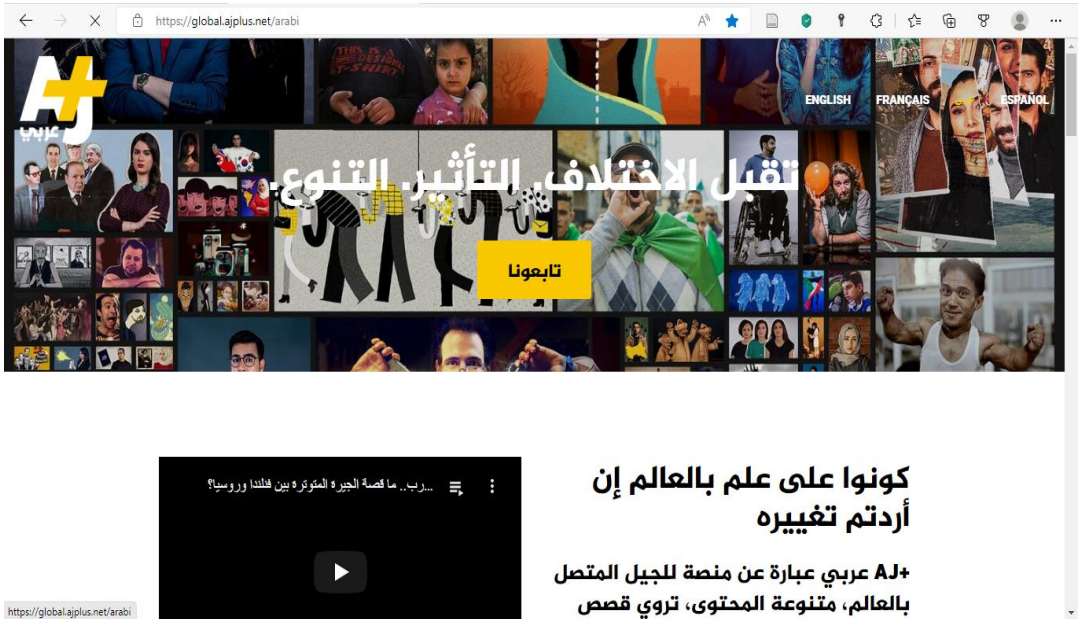
صورة **14**: واجهة كيف تصنع ريمكس؟ التابعة للمشروع

كما يطرح هذا المشروع امكانية تصميم فيديوهات تفاعلية للأفلام الوثائقية الخاصة بالمشروع، بدمج منصة خاصة عبر الموقع تكون فقط متوفرة عند استخدام الحاسوب كونه يختلف عن باقي الوسائل التكنولوجية عند دخول رابط الخاص بالمشروع، يلجأ اليه المستخدمين كونه يحتوي على أبرز التقنيات والبرمجيات المعتمدة في توفير مختلف التصاميم، إذ نلاحظ ان المنصة الخاصة بتصميم محتوى المشروع، اعتمدت على نفس رأسية الصفحة الخاصة بالموقع الرئيسي، كما قدمت مساحة ذات لون رمادي تحتوي على مراحل تصميم مقاطع الفيلم الوثائقي، بالإضافة إلى توظيف أدوات وتقنيات تصميم أسفل تلك المراحل، حيث تقدم للمستخدم امكانية مشاهدة فلم أو العديد من الافلام الخاصة بالقضية الفلسطينية في شكل قائمة تحتوي على تقنية التمرير.

ثم يمكن للمستخدم اختيار المقاطع حيث يتم نقر على أحد الافلام ونقل مقطع من مقاطع إلى نافذة الخاصة تحتوي على تقنية دمج نصوص و تقنية تركيب ودمج الفيديوهات، حيث لكل مقطع نص خاص تابع لسيرورة الفيديو (sous titrage) فكلما اضاف المستخدم نص لمقطع معين إلى هذه تقنيات كلما زادت مدة الزمنية الخاصة بالفيلم، وهذا ما لاحظناه في الخانة الخاصة بتعديل وانشاء الفيديو، بعد الانتهاء من هذه العملية يمكن إضافة عنوانا خاص إلى النصوص المركبة المتواجدة عبر نافذة الفيلم من خلال نقر على أيقونة متعلقة بتوظيف العنوان تكون أسفل النافذة، وأخر مرحلة هي نشر هذا الفيديو عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي , Facebook , Twitter , Google+ Gmail، كما يمكن أيضا احتفاظ بالرابط الخاص بالفيلم للمشاهدة أو عرضه لاحقا.

وفي نهاية الصفحة تم تخصيص مساحة أصغر تحتوي على شعار شبكة الجزيرة، مع ذكر اسم شركة وتاريخ تأسيس هذا المشروع، مع وجود روابط أهم منصات (facebook , twitter) التي تحتوى صفحات التي تنقل ما يتم نشره عبر هذا الموقع.

ج. تصميم موقع ***AJ+*** بالعربي:

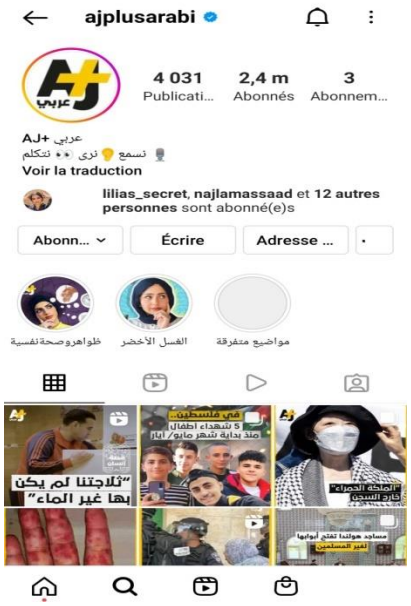


صورة 15: واجهة موقع +AJ بالعربي.

يعتبر موقع من ضمن فروع الجزيرة نت ويتم الولوج إليه من أخر الموقع الرئيسي للجزيرة نت، او من خلال هذا الرابط https://global.ajplus.net/arabi#social-arabic وهو موقع له شعاره الخاص +AJ بالأبيض والاصفر، وعند فتح الموقع أول ما يراه المستخدم هو شعار الموقع "تقبل الاختلاف. التأثير. التنوع." مع خلفية تتضمن الكثير من الصور فيها رسومات وصور تم التقاطها من الأخبار السابقة، ونرى أيضا زر "تابعونا" بالأصفر وهذا الزر يحتوي على الصفحات الرسمية للموقع وعند الضغط عليه يرسل المستخدم إلى آخر الصفحة ونرى 4 أيقونات باللون الاصفر وكل أيقونة تحمل شعار منصة من منصات التواصل الاجتماعي كل أيقونة مرتبطة بالرابط الرسمي لكل صفحة، ويقوم هذا الموقع بوضع بعض المعلومات عنه وبأنه "عبارة عن منصة للجيل المتصل بالعالم، متنوعة المحتوى، تروي قصص النضال الإنساني وتتحدى الأمر الواقع" ولاحظنا بأن هذا الموقع يعرض في صفحته المنشورات التي تم مشاركتها عبر منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بـ +AJ بالعربي ويتوفر هذا الموقع بـ 4 لغات وهي العربية، الانجليزية، الفرنسية، والاسبانية. وفي الجزئية السفلية المعروفة بالـ Footer المواقع الأخرى التابعة للفرع +AJ باللغات التي سبق ذكرها حيث أنها توفر مناصب شغل المعلومات الخاصة بالموقع و في الخانة الخاصة باللغة العربية لاحظنا وجود زرين مرتبطين بالقنوات الخاصة بهم عبر منصة اليوتيوب وهما +AJ ساحة و+AJ كبريت بالإضافة إلى سياسة الخصوصية والشروط والاحكام، وغيرها من القنوات التابعة للجزيرة نت.

3.2 التواجد الرقمي الخاص بـ+AJ بالعربي عبر المنصات الرقمية:

أ. +AJ بالعربي عبر منصة الانستغرام:



صورة 16: الصفحة الرسمية لـ +AJ بالعربي عبر الانستغرام.

تم تسجيل الصفحة الرسمية بتاريخ 9 ديسمبر 2014، وهي صفحة موثقة تحمل صورة الشعار باللونين الأبيض والأصفر وهي صفحة لها أكثر من 2,3 مليون متابع ونشرت أكثر من 4000 منشور في يومنا هذا، تعرض هي أيضا الأخبار المتداولة وبعض المحتويات الشبابية ومعلومات عن الشخصيات التاريخية او المشهورة، تميزت منشوراتها بالإطار الأصفر حول الصور وشعارها في أعلى الفيديوهات والصور ,تنوعت هي الأخرى في المنشورات المتاحة على منصة الانستغرام من القصص Stories وهنا تقوم بعرض مقتطفات من الفيديوهات للإشارة إلى منشور جديد او تداول بعض الأخبار في الـ Story، كما أنها تحتفظ ببعض القصص في خاصية Story Highlights تتشكل في 3 عناوين وهي: ظواهر وصحة نفسية وهنا تقوم بعرض بعض النصائح والامراض النفسية، وفي الخانة الثانية بعنوان الغسل الاخضر الذي هو تقنية تستعمل لحماية البيئة وتم الكشف عن حقيقة هذا الموضوع ومشاركة بعض الآراء من خلال خاصية Quiz وصندوق الاجابة بنعم أم لا، وأخيرا المواضيع المتفرقة يقومون هنا بتناول جميع المواضيع الاجتماعية والتحدث عنها وهنا أيضا تم استخدام الخاصيات التي تساعد في أخذ الآراء والاجابات، وفي الخانة الخاصة بعرض الفيديوهات قدمت الصفحة سلسلة بعنوان " ع الكنبة" تتراوح مدة هذه الفيديوهات بين 4 دقائق إلى 6 دقائق فيها تسع حلقات ولكل حلقة عنوان او موضوع تتناوله هذه الحلقة تعرض مرة في الاسبوع. تميزت فيديوهاتها بالتنوع في العرض لأنها لم تعتمد على العرض اللاسيكي للفيديو حيث عرضته بمختلف أنواعها مما لاحظنا فيديوهات في شكل صور مدمجة مع بعضها في فيديو لا يتعدى 30 ثانية مع الكتابة التي تكون بالأبيض واللاصق الاصفر تصف تفاصيل الحدث او المعلومة، كما لها فيديوهات اخبارية تلك التي تعرض من قلب الحدث وهناك فيديوهات شبابية تعتمد فيها على مقدمين

خاصين يعرضون الفيديو بطريقة ابتكارية وكتابات متحركة بالإضافة إلى الموشن جرافيك. هي صفحة فيها الكثير من المواضيع التثقيفية يعني أنها تتناول كافة المجالات وهذا راجع للجمهور الخاص بمنصة الانستغرام ولأنها صفحة تعرض متطلبات متابعيها فالانستغرام له فئة شبابية أكثر. ولم تخلو منشوراتها من خاصية النصوص في كل نوع من المنشورات لكنها جاءت باختصار وبشكل بسيط في التعبير.

ب.**Aj+** بالعربي عبر الفيسبوك:

تم افتتاح الصفحة بتاريخ 04 ديسمبر 2014، يتم التحكم في هذه الصفحة 23 شخص من قطر، 2 من الهند، 2 من الأمارات العربية، 2 من الولايات المتحدة، وشخص واحد من المكسيك، لها أكثر من 8 مليون معجب و يتفاوت 12 مليون متابع.

صورة **17**: الصفحة الرسمية لـ **+AJ** بالعربي عبر الفايسبوك.

كما تم وضع صورة رئيسية لشعار الموقع مع الالوان الخاص به، مع وجود خانات خاصة للصور او الفيديو يمكن للمستخدم ملاحظة ما تم نشره عبر الصفحة، ولاحظنا مساحة موفرة من طرف الفايسبوك لكل الصفحات من أجل وضع كل ما يتعلق بالمشروع كرابط الخاص والموقع معتمد من طرف google maps مع نص يعبر عن المشروع وأهميته. نرى أن هذه الشبكة اعتمدت على شكلين من المحتويات، كالصور يتبعها نص خاص بالمنشور، ونلاحظ أنه تم دمج الصورة الملتقطة للخبر او الحدث التي تتميز بالجودة الفوتوغرافية العالية مع تصميم الانفوغرافي من أجل شرح ابسط حيث نلاحظ انه يتم إضافة بعض الأشكال كإطار يغطي زوايا الصورة، مع الاعتماد على وضع نص يتعلق بالموضوع مع خلفية لونية تغطي كل عبارة مع الاستخدام المستمر للألوان الخاصة بالشبكة، وإضافة مصدر وشعار خاص بالمنشور المتداول، يمكن تصميم هذه الأشكال باستخدام البرامج والتقنيات الحديثة التي تمكن من خلق لمسة ابداعية للمنشور.

صورة 18: شكل من تصميم مجموعة من صور **+AJ** بالعربي عبر الفايسبوك.

كما انه يمكن استخدام عدة صور لمنشور متعلقة بموضوع معين، كل مقطع يوضح أحداث مع الاعتماد على نفس التصميم الإنفوجرافي التي يوظفه مصممي هذه الشبكة. بالنسبة لتصميم الفيديو، فقد عمدت هذه الشبكة على استخدام فيديوهات قصيرة لا تتجاوز مدتها 10 دقائق كحد اقصى مع تنوع في أشكال ومقاسات حسب حجم تصميم الفيديو، تم الاعتماد من حيث الشكل على عدة تصاميم، حيث نرى ان أحد البرامج المقدمة في الصفحة، عمل من خلالها المصممين في وضع خلفية لأحد مقدمي هذا برامج تتميز هذه الخلفية بتوظيف طريقة الموشن غرافيك، كما تم الاعتماد أيضا على هذه التقنية في تصميم الفيلم الخاص بالموضوع مع قوالب شكلية كاريكاتيرية تتماشى مع ما يوضحه المقدم الخاص بالبرنامج، كما لاحظنا انه يمكن استخدام خصائص خاصة متعلقة بفيديو فايسبوك من أجل تحسين جودة المشهد وعنصر تكبير الشاشة.

كما هنالك فيديوهات أخرى تكون في شكل مشابه لتصميم الصورة، تتابع أشكال كاريكاتيرية للموشن غرافيك مع سير الفيديو، حيث لاحظنا تركيب لمجموعة من المقاطع التي يتم تسجيلها والتقاطها، تحتوي على أسلوب نص مشابه للصورة مع توظيف خاصية الوان، وتوفير مقاطع صوتية تفسر كل جزء من اجزاء الفيديو. هنالك تصميم اخر للفيديو، حيث يتم تركيب كل صور التي تم التقاطها للحدث او منشور عبر فيديو، ومشاهداتها بطريقة مشابهة لعرض شرائح (diaporama)، يتم تفسير كل صورة بنفس أسلوب تصميم نصوص، مع توظيف مقاطع صوتية لها.

ج.**Aj+** بالعربي عبر تويتر:

تتناول AJ+ أهم الأحداث الجارية في العالم عبر محتوى يتوافق مع أجهزة الهاتف النقالة ومنصات التواصل الاجتماعي، في قالب يتيح للمتلقي إمكانية التفاعل ومشاركة المحتوى مع الآخرين تقدم محتوى مختصراً ومباشراً في مقاطع مصورة تركز على تفاصيل الحدث وتداعياته، ولها عدة منصات مثل تويتر أي انشئ في ديسمبر من عام 2014 حيث

تتيح للمستخدم المشاركة في حوارات مفتوحة والتفاعل مع ما تقدمه بطرح آرائهم وتعليقاتهم في مجتمع AJ+ المفتوح للجميع.

صورة 19: الصفحة الرسمية لـ +AJ بالعربي عبر التويتر.

لاحظنا عند دخول هذه الصفحة أن هنالك صورة خلفية مركبة لبرنامج وصورة الحساب عبارة عن شعار الشبكة باللون الأبيض والأصفر موثق من طرف الشركة مع وضع مكان مخصص لوصف دقيق للحساب وتم وضع الرابط الخاص بالموقع ولهم أكثر من مليون متابع. التغريدات المنشورة على حساب الجزيرة عبارة عن نصوص لشرح الفيديوهات القصيرة المدرجة معها حيث اننا لاحظنا أن aj+ تهتم بالمنشورات الشبابية ليس إلا الأخبار ومنشورات فيها خاصيات للتفاعل مثل اعادة نشر والتعليق والإعجاب. وأيضا معظم التغريدات عبارة عن منشورات كتابية اي نصوص مدعمة بصور مركبة تخدم كل نص مكتوب مدمجة فيها دائما خاصية التفاعل كسابقتها.

د. ***Aj+*** بالعربي عبر اليوتيوب:

صورة 20: القناة الرسمية لـ **+AJ** بالعربي عبر اليوتيوب.

كما استخدمت قناة Aj+ العربي، منصة اليوتيوب كونها شبكة الأكثر استخداما ونشرا للفيديوهات بمختلف أشكالها، حيث لاحظنا عند اللجوء إلى صفحة الخاصة بالقناة، نرى وجود خلفية تحتوي على كافة المعلومات وأعمال في شكل قوالب انفوغرافية عديدة، مع صورة رئيسية لشعار الصفحة وعدد متابعين والفيديوهات المنشورة. نلاحظ ان هذه القناة وظفت شكلين من محتويات المرئية ألا وهي الفيديو والفيديوهات القصيرة (Shorts). يتم عرض الفيديو بتسلسل زمني من الأقدم إلى الأحدث، كما نرى ان معظم الفيديوهات تكون ذات مدة لا تتجاوز 10 دقائق مشابهة للمنصات الأخرى، وعند الدخول في الفيديو يتم توفير خصائص التي تستخدمها المنصة اليوتيوب في مشاهدة، من وجود تقنيات تحسين جودة وتكبير الشاشة ونقل الفيديو إلى وسيلة تكنولوجية أخرى.

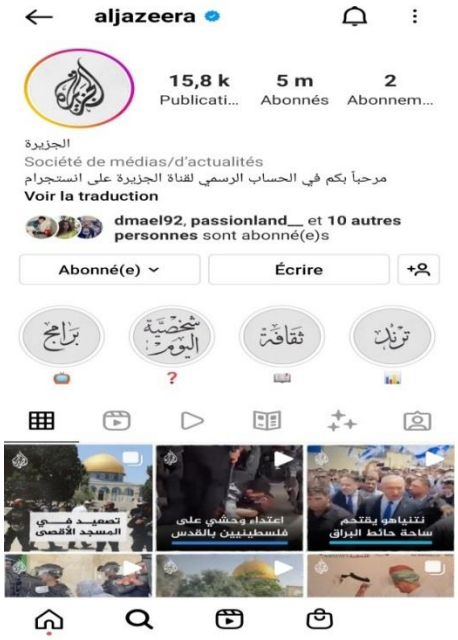
صورة 21: لقطة من تصميم الفيديو الخاص بـ +AJ بالعربي.

يتصف محتوى الفيديو الخاص بالمشروع عبر اليوتيوب، ببث برامج خاصة لشرح مختلف المجالات، ويتم استخدام آلات تصوير ذات جودة عالية من أجل تفسير واضح وتوظيف سهل لأشكال الرسوم المتحركة المتعلقة بالموشن غرافيك، يحتوي الفيديو على مقدم يعمل على تفسير وتقديم المعلومات حول الموضوع، مع وجود خلفية واضحة ذات لون جذاب، اعتمد المصممين على توفير مساحات جانبية للمقدم من أجل إمكانية وضع صور خاصة ومقاطع فيديو صغيرة الحجم بالاعتماد المستمر على تقنيات الموشن غرافيك تواكب ما يقوم به المقدم في وصف وتفسير الموضوع، كما تم تخصيص نص يتعلق بما يقوله العامل الخاص بالفيديو مع توضيح الأسلوب واللون المعتمد عليه، كما رأينا أيضا فيديوهات توضيحية يتم وضعها عبر الخلفية تكون ذات قوالب شكلية ذات إطارات تحمل لون الخاص بالشبكة، مع إمكانية وضع صور وفيديوهات تغطي كامل شاشة الفيديو.

بالنسبة لميزة (shorts)، ساعدت مصممي الشبكة في خلق وتصميم برامج أخرى للمشروع، حيث اعتمد المصممين على خصائص هذه التقنية، كتغطية شاملة لشاشة الهاتف توفير المساحات لتوظيف الأسلوب المعتمد في تصميم المحتويات لشبكة Aj+ العربي. نلاحظ ان التصميم يعتمد على أسلوب خاص بوصف وتقديم الذي يعتمده المقدم، حيث نرى توظيف لرسومات دلالية خاصة بتقنيات برامج تصميم الموشن غرافيك تعبر عن ما يقوم به المقدم من حركات، مع اعتماده المستمر على خاصية النص، كما يمكن أيضا الاعتماد على توظيف الصور والفيديو في مساحات الخاصة بالفيديو، كما يتميز الفيديو باستخدام تقنيات تحريك ساعدت في ربط كل اجزاء المتعلقة بتصميم الفيديو. كما اعتمدت هذه القناة على هذه الميزة، كونها من تقنيات الجديدة التي يتم مشاركتها والتفاعل معها من قبل المستخدمين، حيث يتم توفير خصائص التفاعلية كالإعجاب ونشر مع خاصية إضافة مقطع الصوتي المسجل للفيديو.

4.2 التواجد الرقمي للجزيرة عبر المنصات الرقمية:

أ.الجزيرة نت عبر منصة الانستغرام:



صورة 22: الصفحة الرسمية لشبكة الجزيرة عبر الانستغرام.

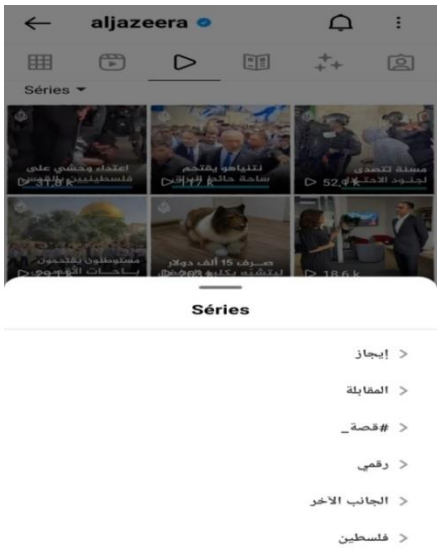
تم تسجيل أول صفحة خاصة بالجريرة بتاريخ 02 جويلية 2013 وكانت تنشر أهم الأخبار في شكل صور وبشكل يومي فحسب الصفحة الرسمية تم نشر أكثر من 15800 منشور عبر الانستغرام باختلاف أشكال المحتوى من الصور والفيديوهات بكافة أنواعها القصيرة او الطويلة.

الصفحة الرسمية لشبكة الجزيرة لها أكثر من 5 مليون متابع وتحمل إشارة التوثيق الزرقاء، وهي صفحة تعرض الكثير من الأخبار بشكل مباشر ويومي، وتعرض مختلف الأخبار فهي تلعب نفس الدور الذي تقدمه عبر شاشة التلفزيون ولكن بطريقة تتناسب مع منصة الانستغرام، الصفحة الرسمية للجزيرة تحمل الشعار الرسمي لها كصورة للصفحة، كما نراه في الصورة الموضحة ان الجزيرة تعتمد على تصميم بسيط وسهل لكنه مختلف عن المنصات الأخرى فهو يظهر بصفة ابتكارية أكثر ولمسة الجزيرة واضحة فهي دائما ما تكون لها طريقتها الخاصة والمختلفة عن الأخرين ودائما ما تختار الخلفية البيضاء، تعرض مختلف أشكال المحتوى المتاحة في الانستغرام أولها عبر خاصية القصص Story وهنا تعرض الأخبار في شكل عاجل بالخلفية الحمراء والخط باللون الابيض، وتعرض أيضا المنشورات التي تمت مشاركتها في الـ feed ولاحظنا بأن معظم الأخبار التي تعرضها بشكل عاجل لا تشاركها في الصفحة الا التي لها أهمية كبيرة، كما أنها اعتمدت على قصص Story Highlights التي يتم حفظها دائما ولا تختفي بعد 24 ساعة، وهنا تتضمن مختلف الأخبار التي تعرضها الشبكة، اعتمد الجزيرة هنا على ضم كل الأخبار حسب طبيعة الموضوع واستخدمت صور في شكل غلاف لهذه القصص يحمل عناوين المجالات التي تنتمي اليها هذه الأخبار او البرامج التي تعرضها الشبكة، تضمنت قصص بعنوان

البرامج و الشخصي اليومية وهنا يتم عرض شخصية تاريخية ونشر أهم المعلومات عن هذه الشخصية، بالإضافة إلى الثقافة، ترند، سياسة، رياضة، فن، صحة، وعلوم.

أما بالنسبة لمنشورات الـ feed فهي متنوعة وكثيرة لمن من أكثرها استخداما الفيديوهات سواءا بطريقة Carousel او بطريقة الريلز ودائما ما تظهر الفيديوهات مع العنوان الرئيسي للموضوع وتتميز فيديوهاتها بالبساطة في التصميم دائما شعار الجزيرة في الجزئية العلوية من الفيديو ويكون مدمجم مع عنوان الحدث او المعلومة في أول الفيديو يعني تعتمد كثيرا على الانفجرافيك في فيديوهاتها كما أنها عندما تستخدم الكلمات لوصف الحدث تكون بلون مغاير للون الابيض الذي يتماشى مع الفيديو، والصور لم تظهر بالكثرة التي استخدم الفيديو في الصفحة والصور تم الاعتماد عليها بشكل الانفوجرافيك هي أيضا بمعنى صورة تتعلق بالموضوع مع كتابة نص يتعلق بالمعلومات الخاصة بالخبر المنشور.

وتحتوي صورها دائما على المصدر وأسماء صفحاتها عبل المنصات الأخرى من تويتر وفايسبوك ويوتيوب ما أن لها بعض المنشورات من الصور التي تعرض أقوال بعض المشهورين او أفكار وهي تتميز بتصميم مختلف عن تصميم نقل الأخبار تكون في شكل صورة لشخص او صورة تتناسب مع الموضوع بالإضافة للكتابة التي تظهر في شكل ورقة من كراس او كتاب مع نص يحتوي على أقوال المشاهير او نص يعرض المعلومة مع ذكر المصدر بحجم أصغر من نص المعلومة.



صورة 23: سلسلة الفيديوهات التي تعرضها الشبكة عبر الانستغرام.

كما نلاحظ في خانة الفيديو تم تصنيف الفيديوهات ضمن سلاسل حسب المواضيع التي تم عرضها في الصفحة بمجرد اختيار السلسة التي يريد المستخدم رؤية الفيديوهات التي تتضمنها هذه السلسلة وقد لاحظنا بأن كل المنشورات التي تشاركها عبر صفحتها تحمل دائما شعار الجزيرة.

ب.الجزيرة نت عبر منصة تويتر:

صورة 24: الصفحة الرسمية لشبكة الجزيرة عبر التويتر.

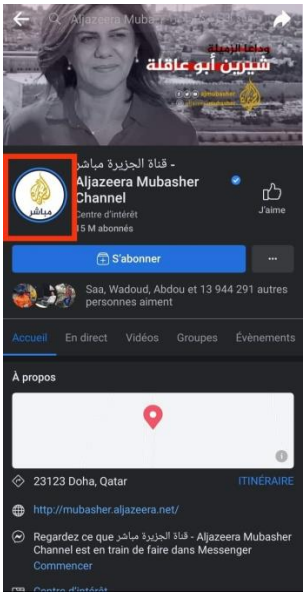
تعتمد الجزيرة على أشكال أخرى من المحتوى الرقمي من خلال المنصات الاجتماعية التي تستخدمها بناءًا على المنشورات والمحتوى الإخباري المقدم للمستخدمين. يعتبر حساب الجزيرة من أبرز حسابات التويتر الشائعة وذلك لكثرة تفاعله الدائم والمستمر وواحد من أكثر الحسابات اطلاعا، حيث لاحظنا عند دخول هذه الصفحة أن هنالك صورة خلفية لبرنامج وصورة الحساب عبارة عن شعار الشبكة موثق من طرف الشركة مع وضع مكان مخصص لوصف دقيق للحساب.

صورة 25: تصميم الأخبار العاجلة.

حيث ان معظم التغريدات المنشورة على حساب الجزيرة عبارة عن نصوص لشرح الفيديوهات القصيرة المدرجة معها، أيضا هنالك تغريدات لأخبار هامة عبارة عن نصوص فقط مدرجة معها صور دائما خلفيتها حمراء وذلك لأهميتها

مع انه توجد عدة خاصيات في تغريدات منشورة التي تسمح للمستخدمين بالتفاعل من خلالها منها زر الإعجاب واعادة النشر والتعليق وهنالك أيضا تغريدات عبارة عن نصوص لشرح صور مركبة فيها تصاريح لرؤساء دول او شخصيات كبرى مع وجود خاصيات التي تسمح بالتفاعل كما في التغريدات الأخرى. رأينا أيضا تغريدات التي هي بدايتها كسابقتها بنصوص عبارة عن تحقيقات في قضايا ما ومدرجة فيها ملفات من أجل التدقيق فيها نظرا لمصداقية الجزيرة و أيضا بوجود دائما خاصية التفاعل.

ج.الجزيرة نت عبر منصة الفايسبوك:



صورة 26: الصفحة الرسمية لشبكة الجزيرة عبر الفايسبوك.

اعتمدت الجزيرة على أشكال محتويات رقمية أخرى عبر منصات الاجتماعية التي تستخدمها حسب مضمون منشورات واخبار التي تعرضها للمستخدمين، حيث عملت على فتح صفحات متنوعة لكل فرع من فروع شبكة الجزيرة. استخدمت شبكة الجزيرة مختلف المحتويات منذ تأسيس صفحتها عبر هذه شبكة، وصولا إلى آخر نسخة مطورة التي تحتوي على أشكال وأنواع حديثة من محتويات مرئية سمحت بتنوع في نشر الصور والفيديوهات ذات تصميم عالي الجودة. تعتبر الصفحة الرئيسية للجزيرة على الفايسبوك من أهم الصفحات المتداولة والأكثر اطلاع من قبل الزائرين، حيث لاحظنا عند دخول لهذه صفحة، يتم توفير مختلف المعلومات الخاصة بالشبكة من خلال توظيف شعار عبر خلفية الخاصة بالصفحة والصورة العامة لها في شكل دائري معتمد من طرف منصة الفايسبوك، مع توفير روابط ونوع الشبكة مع توظيف خاصية google map من أجل تحديد مقر هذه الشركة.

صورة 27: تصميم الصور عبر الفايسبوك.

اعتمدت الصفحة على نشر فيديوهات ذات مقاس متوسط، متبوع بنص يعبر عن موضوع الفيديو لأحد القضايا الفلسطينية، مع إمكانية دخول للفيديو حيث يحتوي على عناصر تقنية كزيادة جودة الفيديو وإيقاف الصوت او تشغيله مع خاصية تكبير شامل للشاشة، كما تم توظيف خصائص التفاعل التي تمكن المستخدم من مشاركة المحتوى كالإعجاب او الاعتراض مع قدرة على تقديم الرأي الخاص به، والقدرة على نقل ونشر هذا المنشور. كما اعتمدت هذه الشبكة أيضا على مقاطع الصور ذات جودة عالية تكون متشابهة من حيث حجم الفيديو، مع الاعتماد على نص متعلق بالموضوع، تتميز بوضع خلفية للأحداث مع توظيف شعار الشبكة وشعارات للمنصات الأخرى التي قامت بنشر الصورة، وإضافة مصدر الحدث مع ذكر مكانه، كما يمكن استخدام نفس خصائص التفاعل التي تم اعتمادها عبر الفيديو.

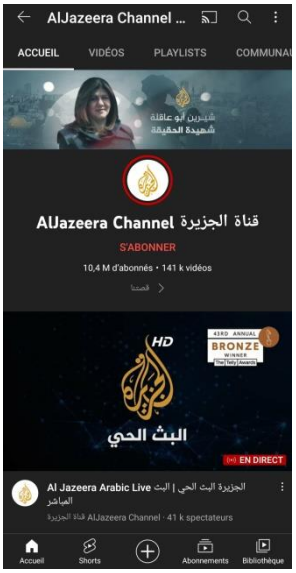
أما بخصوص التقنيات الأخرى كميزة القصص والبث المباشر، فقد اعتمدت شبكة الجزيرة على استخدامها عبر صفحة فرعية تسمى بالجزيرة مباشر، التي عملت على استخدام منشور رئيسي يتم تفعيل هذه التقنية من قبل الشبكة، يتم تحديد زمن تفعيل البث، مع وجود نص خاص به، كما لاحظنا ان حجم البث مشابه للحجم الصور والفيديو وامتلاك نفس الخصائص المعتمدة عبر صفحة الفايسبوك، عند انتقال إلى البث يتم توجيه المستخدم إلى نافذة خاصة تحتوي على الفيديو مع اعتماد على نفس المقاس الفيديوهات العادية الموجودة في واجهة المستخدم للصفحة، مع توفير مساحة كافية للتوظيف خصائص أخرى للتفاعل عبر لايف.

كما تتميز هذه الخاصية بعدم محدودية زمن البث الا عندما تقرر الشبكة إيقافها، حيث لاحظنا ان البث المباشر للجزيرة قد تعدى حاجز 7 ساعات مع إمكانية المواصلة البث، كما يتميز بالخصائص المتوفرة أيضا عبر الفيديو يمكن زيادة جودة مع إمكانية تفعيل شامل للشاشة. واعتمدت هذه الصفحة أيضا على خاصية القصص التي يمكن من خلالها

وضع صور تغطي كافة شاشة الهاتف مع وجود تقنية نقل ما تحتويه الصفحة من محتويات بحجمها الخاص وهذه الميزة فعلت من أجل توظيفها كدعم لنشر هذه الأخبار والمواضيع بالاعتماد على خصائص مختلفة للستوري من حيث توظيف شكلي والخلفيات والنص الخاص بها، كما تعتبر هذه الميزة من أهم تقنيات التي يتم اطلاعها او زيارتها من قبل المستخدمين في مدة تقدر 24 ساعة.

د.الجزيرة نت عبر منصة اليوتيوب:

للجزيرة صفحة أخرى عبر اليوتيوب، والتي تعتبر من أهم منصات التي تقوم بنشر كافة الفيديوهات لمختلف مجالات وتوفير خصائص المناسبة لها. تمتلك شبكة الجزيرة شبكة خاصة (chaine) عبر هذه المنصة، تقدم واجهة عامة التي تحتوي على رأسية تعرض ما تتيحه من خصائص التي توفرها المنصة في نسختها الجديدة، تقدم صورة وخلفية رئيسيتين مع إضافة أيقونة لمتابعة هذه الشبكة، مع توضيح عدد المتابعين وعدد فيديوهات التي تم نشرها، كما نرى انه تم توظيف خاصية ستوري في شكل دائري تم وضعه مع صورة المستخدم، حيث عند اللجوء إلى هذه الميزة، لاحظنا انها لا تختلف على ميزة القصص المعتمدة من طرف منصات أخرى من حيث مقاس شاشة تم توظيف خلفية أحد الفيديوهات مع نشره داخل الستوري يسمح للمستخدم اللجوء إلى مشاهدته، مع إضافة خصائص تفاعلية للإعجاب وإضافة رأي الخاص بالمستخدم.

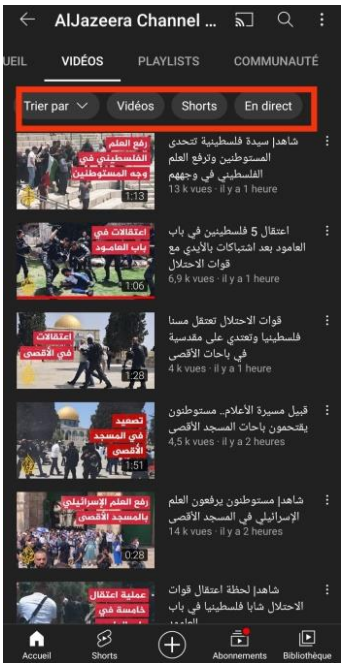


صورة 28ك القناة الرسمية للجزيرة عبر اليوتيوب.

كما لاحظنا في واجهة المستخدم، إضافة بث مباشر كأول منشور يتم مشاهدته عبر القناة مع توضيح عبارة (en direct)، كما بإستطاعتنا معرفة عدد مشاهدين لهذا البث، ونرى عند دخول البث انه تم الاعتماد على أسلوب مشابه لأسلوب الفايسبوك في العرض، كما لاحظنا استخدام الفيديو في الجزء العلوي لواجهة البث مع توفير مساحة يمكن ملاحظة تفاعل المستخدمين الذين يمتلكون قنوات خاصة تمكنهم من مشاركة المنشور. يحتوي فيديو على أيقونة (en

direct)، مع توفير خانة خاصة تحتوي على تقنيات تحسين الجودة بالإضافة إلى زر تكبير شاشة، حيث نلاحظ تغيير من حيث شكل نشر بالاعتماد على جانبين الأيسر للفيديو والأيمن للتفاعل مع إمكانية ازالة هذا جانب.

بعد الانتقال إلى خاصية الفيديو للقناة، نرى انه تم استخدام خانات تصنيف الفيديو (videos-shorts-en direct) اعتمدت عليه القناة في تنظيم محتوياتها، حيث نرى أولا الفيديوهات التي تم ترتيبها في شكل كرونولوجي بتوظيف مدة زمنية لأخر ما تم نشره إلى الاقدم، نرى في تقديمها للفيديو عنوان خاص بالمنشور مع معرفة عدد المشاهدات وجود أيقونة توضح تفاصيل ومعلومات الخاصة به، وتم تخصيص مساحة لمجموعة من خانات ورأيت عدد المعجبين او غير المعجبين بالمنشور مع توظيف خاصية نقل الفيديو إلى مختلف المنصات الأخرى، كما نلاحظ وجود ميزة (télécharger) التي تسمح بحفظ الفيديو عبر منصة اليوتيوب يمكن مشاهدته دون استخدام شبكة الانترنت عكس خانة الاخيرة التي تمتلك نفس ميزة سابقة ولكن بالاعتماد على ماسبق ذكره، مع عرض مساحة الخاصة بالتفاعل المستخدمين.



صورة 29: أشكال المحتويات التي تعرضها الجزيرة عبر اليوتيوب.

كما رأينا انه يعتمد على وضع زمن مشاهدة مع توفير ايقونات خاصة بالفيديو، كوجود لتقنية (lecture automatique) يتم تفعيلها عندما يريد المستخدم مشاهدة الفيديو التالي دون اللجوء اليه، مع وجود اداة أخرى (connexion a un appareil) تسمح بنقل الفيديو من وسيلة تكنولوجية المستخدمة كالهاتف إلى وسيلة أخرى كالتلفزيون، مع وجود أيضا زر ترجمة وخانة أخرى تحتوي على خاصية تحسين الجودة وأخرى لزيادة او تخفيض سرعة الفيديو. كما تتضمن أيضا هذه القناة على الفيديوهات القصير (Shorts) التي تعتمد عليها منصة اليوتيوب كعامل

منافس للمنصات الأخرى، تكون في شكل مشابه للريلز من حيث تصميم الشكل والحجم الخاص بالفيديو مع إضافة الخصائص الإعجاب وتفاعل ونشر وإضافة مقطع صوتي، وتكون في ذات فترة زمنية قصيرة.

بالنسبة للبث المباشر، اعتمدت القناة على توفير فيديوهات الخاصة بالبث ونقل الأحداث سواء كانت آنية او التي تم انتهاء من بثها، تتميز باختلاف المدة الخاصة بكل بث مباشر. كما نرى عند انتقال لأيقونة (playlist) نرى العديد من الملفات لكل ملف فيديوهات الخاصة بكل حدث او موضوع او قضية. لاحظنا أيضا عند اللجوء على أيقونة communauté، يتم وضع صور ومنشورات التي تم تناولها في منصات الأخرى كصورة المتعلقة بالقضية الفلسطينية التي تم نشرها عبر الفايسبوك حيث هناك تشابه من حيث التصميم والحجم مع الاعتماد المستمر على خصائص التفاعلية للمستخدم، كما اعتمدت شبكة عبر منصة اليوتيوب على توفير تقنية carousel من أجل دعم توظيف أكثر من صورة وتنوع من حيث المعلومات الخاصة بالموضوع. عملت الشبكة بعرض أهم قنوات الثانوية التي تعمل على النشر عبر اليوتيوب مع إمكانية المتابعة واكتشاف عدد المتابعين والفيديوهات المتعلقة بها، أما اخر أيقونة توضح تفاصيل شبكة الجزيرة مع معلومات الإضافية كالمنصات التي تشاركها وموقع الخاص بالقناة عبر يوتيوب مع إضافة مركز المقر وتاريخ فتح الصفحة، تتبعها العدد الاجمالي للمشاهدات.

د. الجزيرة نت عبر منصة سناب شات:

صورة 30: الصفحة الرسمية لشبكة الجزيرة عبر تطبيق السنابشات.

عملت أيضا شبكة الجزيرة على منصة السناب شات من أجل التنوع في ترويج ما تنشره هذه الشبكة، و لكن لم تستمر في استخدام هذه المنصة، وتوقفت عن النشر في عام 2020 نظرا لعدم تطابق المنشورات مع فئات المستخدمين الخاص بالتطبيق. تتميز صفحة الجزيرة عبر سنابشات، بخلفية ذات لون بنفسجي وشعار في المنتصف ذو لون أبيض، مع

إضافة صورة رئيسية مغايرة من حيث لون متبوعة باسم الشبكة وعدد المتابعين، مع وجود خانتين في رأسية الصفحة المتعلقة بالإشعارات، كما تم إضافة أيقونة خاصة لمتابعة الشبكة. نلاحظ عند تمرير اعتماد الجزيرة على ميزة القصص فقط مع ترتيب من آخر ما تم نشره نزولا باستمرار إلى الاقدم من حيث تاريخ النشر.

حيث نرى ان تطبيق سناب شات من افضل المنصات التي تعتمد على ميزة القصص (story)، يتم توظيف المنشورات وتفسيرها عبر استخدام بعض القوالب الشكلية المدمجة عبر تطبيق تغطي كافة الخلفية التي تتميز ذات جودة عالية مع إضافة زر مشاهدة (regarder) من أجل نقل المستخدم إلى مشاهدة كامل الفيديو الذي تم نشره، كما تم الاعتماد أيضا على أشكال ترفيهية التي توظفها هذه المنصة حيث يتم وضع أيقونة خاصة بـ (take quiz)، تسمح للمستخدم باللجوء إلى المحتوى مع توفير ادوات الترفيهية المناسبة من أجل مشاركة المستخدمين. كما توجد هناك خانة خاصة تسمح بنقل المنشور إلى حسابات الأصدقاء مع إمكانية نشرها عبر مختلف منصات الأخرى. لاحظنا عند التطرق لمشاهدة الستوري الخاص بسناب شات انه تم ترتيب القصص من خلال استخدام أشكال دائرية تتعلق بكل جزء من اجزاء القصة يتم تحريك هذه الدوائر مع تمرير الصور الخاصة بهذه الميزة.

3. مناقشة النتائج العامة للدراسة:

استخرجنا من خلال دراستنا لتطور تصميم المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية لشبكة الجزيرة النتائج التالية:

- أن تصميم المحتوى مر على عدة مراحل، حيث اعتمدت شبكة الجزيرة نت في تصميمها لأول واجهة مستخدم على صفحات ويب ذات مساحة محدودة لا تتعدى شاشة الحاسوب تحتوي على كافة العناصر والمعلومات اللازمة، ظهرت في شكل اعمدة تعرض خدمات الموقع بالإضافة إلى انها تحتوي على صورة للموضوع الأهم مع نص يشرح تفاصيل الحدث، وهذا راجع لمحدودية التقنيات والبرمجيات والمساحة المتوفرة في تلك الفترة باعتبار انها كانت تكنولوجيا حديثة.
- أصبح تصميم موقع الجزيرة نت اوسع بسبب التطور التكنولوجي وظهور برامج وتقنيات تصميم ميزت نسخة 2009، حيث انتهزت شبكة الجزيرة هذا التطور في اعادة هيكلة الموقع حتى يسمح بعرض محتوى أكثر وأشكال جديدة تمثلت في توظيف خانة لعرض البث المباشر وعدة صور في شكل carousel، وهذا راجع لاعتماد هذه الشبكة في هذه الفترة على الأشكال المرئية في توضيح كافة منشورات، كما اختصرت المساحة لكي تتمكن من عرض اخبار عديدة ووفيرة وهنا اعتمدت على هذه الهيكلة حتى يتمكن القارئ من أن يحط نظره على الأخبار الذي يريد قراءتها.
- استمر تصميم موقع الويب في التحديث حيث قدمت الجزيرة نت خاصية التمرير التي تعرض الأخبار بشكل غير متناهي ويشمل جميع المواضيع، وعند التمرير تظهر معه أشكال من المحتويات التي من بينها البث المباشر والاعلانات مع إمكانية مشاركة الأخبار عبر وسائل التواصل. وهذه التقنية جاءت كتسهيل للتنقل عبر الصفحة وفتح مجال واسع لعرض مختلف أشكال المحتويات من نصوص وفيديوهات وصور حتى تمكنت من تقديم تصميم موقع بسيط غير مركب.
- تعطي الجزيرة نت أهمية كبيرة للمحتوى الذي تعرضه فتسعى لتقديم أشكال قادرة على نقل الأحداث او المعلومات بجودة عالية وبصفة قريبة من الواقع تجعل المستخدمين يشعرون بحقيقة المحتوى وتعزز دافع الفضول عندهم.
- من خلال التطورات التقنية التي حدثت تمكنت الجزيرة نت من تقديم تقنيات حديثة بطريقة أدق كونها من القنوات العالمية الرائدة، حيث قدمت مشاريع عديدة بلغات متعددة حتى تمكنت من طرح أشكال رقمية تمكن المستخدم من التعرض لتجربة محتوى واقعية،
- لكل مشروع نوعية من المحتوى الذي يتناوله وموقعه الخاص الذي يتفرع من الموقع الرئيسي، حيث ان مشروع الاهرامات التفاعلي بنسخته الانجليزية قد خصص لعرض أشكال حديثة ومعاصرة. تمثلت في الصور البانورامية التي تعرض مراحل المشروع بالإضافة إلى الصور بتقنية 360° حتى توضح الزوايا المختلفة للمشروع لكي تمكن المستخدم من التفاعل مع المحتوى.

- اعتمدت على تقنية الواقع المعزز التي تعرض أدق التفاصيل وتمكن المستخدم البعيد عن مقر الاهرامات من خوض تجربة قريبة من الواقع حيث تقدم صورة محسنة للهرم يتم عرضها في شكل نسخة الكترونية، عبر الوسيلة التي يعتمد عليها المستخدم كأداة تسمح له بالاندماج في بيئة ثلاثية الابعاد يمكن ان يتفاعل معها ويتعايش مع ما يعرض من رؤية حاسوبية في أشكال مرئية تعبر عن التفاصيل الخاصة بالمشروع.
- تعمل الجزيرة نت على إشراك جمهور المستخدمين من خلال إتاحة الفرصة أمامهم ليكونوا صناع محتوى انطلاقا من المحتويات التفاعلية التي تعرضها كمشروع ريمكس فلسطين بالنسخة العربية، عملت على تقديم تصميم تفاعلي في شكل فيديوهات للأفلام الوثائقية مع صور الخاصة بالمشروع، مع توظيف هذه الأشكال و دمجها مع تقنية carousel، حيث اتاحت لهم الفرصة لكي يشاركوا في تصميم محتوى تفاعلي مبتكر خاص بالقضية الفلسطينية.
- تستهدف الجزيرة نت الفئة الشبابية من خلال مشروع +AJ بالعربي، لأنها تقدم كثافة هائلة من المحتوى الذي تنشره عبر الموقع الخاص بالمشروع او صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الرسمية لـ +AJ بالعربي، تتيح محتوى ابتكاري بالاعتماد على إنتاج فيديوهات ذات مواضيع مهمة وجديدة، قصيرة بحيث لا يمل المشاهد، يخلقون في Aj+ محتويات تجذب المشاهدين وبنفس الوقت لها جودتها وأهميتها. اختلفت هذه المحتويات في أنواعها والتي لاقت صدى هي تصاميم الانفوجرافيك والموشن جرافيك في الصور او الفيديو.
- ارتبط مشروع Aj+ العربي بصفحات التواصل الاجتماعي، حيث توفرت بأساليب حديثة بسيطة، تتميز بالرفاهية والدقة مع تحفيز المشاهد من خلال اعطاء لمسات ابداعية الخاصة بمصممي هذا المشروع، حيث وفرت العديد من الصور والفيديوهات بأشكال مختلفة، تمكن هذا المشروع من عرض محتوى مختلف عن الجزيرة نت حيث قاموا بتوفير أشكال جديدة للصور من خلال دمج انفوجرافيك الذي يحتوي على مجموعة من قوالب الشكلية ونصوص توضيحية تدل على ما ينشره مشروع Aj+ عربي من مواضيع خاصة بمختلف المجالات، كما عمد مصممو هذا المشروع على فيديوهات ذات مدة زمنية قصيرة، تتميز بشرح تحفيزي من قبل أحد مقدمي من فريق المشروع مع استخدام تقنية الموشن الجرافيك كتقنية تصميم من أجل صنع أشكال كاريكاتيرية التي تساعد المقدم على شرح ابسط للموضوع، واعطاء فعالية أكثر للمشاهدين في استمرار على الاطلاع على ما ينشره هذا المشروع، واعتمد أيضا على خصائص Reels و Shorts عبر منصتي انستغرام ويوتيوب، ذلك ان هذه الخصائص توفر كل شروط التي تمكن من توظيف تصميم فيديوهات الخاصة بالمشروع كونها الأكثر تفاعلا من قبل المستخدمين، حيث تحتوي على تصميم مطابق للفيديو من حيث توظيف المستمر لتقنية موشن غرافيك لتسهيل عملية استيعاب أهم ما يتم تقديمه من قبل أحد مقدمي برامج Aj+ عربي.
- اعتمدت الجزيرة نت على شبكات التواصل الاجتماعي كمنصات رقمية لعرض محتواها واستغلتها كدعامة لها من أجل دراسة جماهيرها، حيث اختلف المحتوى من منصة إلى أخرى. ومن الخاصيات الأكثر استخداما عبر منصة الانستغرام هي الفيديو والـ Story، اعتمدت على هذه الاخيرة لأن لها ادوات تستطيع من خلالها التواصل

والتفاعل مع متابعيها ولها ميزة الاختفاء بعد 24 ساعة مما يولد الخوف والرهاب من تخطي المعلومات التي تعرضها عبر الـ Story لذلك هذه الخاصية لها تأثير قوي، حيث تميزت منشوراتها باللمسة الابتكارية وتصميم موحد في شكل المنشورات.

وقامت بعرض الفيديو بشكل كبير وبالأخص الريلز Reels لأن الجمهور يريد مشاهدة المفيد وبدون اطالة كما أن الريلز له ميزة وهي عندما يكون قد تخطى عددا من المشاهدات فقد يدخل في الترند Trend ويصبح يعرض تلقائيا في خانة عرض الريلز.

- اعتمدت شبكة الجزيرة على الفايسبوك كونه من أقدم وأكثر المنصات متابعةً من المستخدمين بفئات مختلفة ولما يوفره من خصائص توظف كافة أشكال المحتويات الصورية والفيديوهات حتى تتنوع شبكة الجزيرة في منشوراتها، وعمدت على تصنيف المحتويات حسب طبيعة المنشورات التي تنقلها الصفحات الخاصة بها، وركزت على نشر الفيديوهات والصور فقط في صفحتها الرئيسية كونها الأكثر استخداما ومتابعة، وعمدت على استخدام التقنيات الحديثة في تصميم المحتويات عبر صفحة أخرى مختصة بالبث المباشر الخاص بالجزيرة، حيث استخدمت من خلالها خاصية الـ Story لتقديم المنشورات العاجلة، وقدمتها بأسلوب إقناعي وتفاعلي يسمح للمستخدم بمشاركة محتوى المنشور، مع توفير خاصية بث المباشر التي استغلتها شبكة الجزيرة كإضافة لما تنقله عبر قناتها واستهداف جمهور المتابع لهذه الصفحة للنشر على نطاق واسع مع طرح إمكانية مشاركة هذه المنشورات والتفاعل معها.
- لم تنجح شبكة الجزيرة في عرض تصاميم مثل التي عرضتها في المنصات السابقة عبر تطبيق السنابشات فقد كانت تعرض القصص Stories بخاصية التفاعل مع المتلقي لكنها لم تلقى رجع صدى وتوقفت عن النشر عبر هذا التطبيق منذ مدة وهذا راجع للفئة التي تتبعها في هذه المنصة مقارنتا مع عدد متابعيه في المنصات الأخرى فإن الجزيرة لم تتخطى عددا هائلا وهذا لأن السنابشات غير فعال في المجتمع العربي كما هو في المجتمع الغربي.
- عملت الجزيرة على تقديم شكلين من الفيديو الأكثر تفاعلا من قبل مستخدميه عبر اليوتيوب، حيث لجأت إلى نشر فيديوهات طويلة من أجل تقديم تفاصيل أكثر حول حدث او خبر وابراز أهم معلوماته، مع توفير خصائص وتقنيات حديثة تهدف إلى تحسين من مستوى مشاهدة المحتوى، واعتمدت الفيديوهات القصيرة (Shorts) المشابهة لـ Reels الخاص بالانستغرام، التي سمحت لها بدمج كافة تفاصيل منشور في مدة قصيرة، كما ان هذه التقنية لها تفاعل كبير وتأثير قوي على المستخدمين لأنها تجذبهم بشكل فوري وممتع. اعتمدت أيضا شبكة الجزيرة على تقنية البث المباشر عبر اليوتيوب، استخدمتها نظرا لأهميتها في نقل الأحداث الآنية، حيث تعمدت صفحة الجزيرة على توظيف هذه الخاصية كمنشور رئيسي لما تحتويه وما تداولته الشبكة. حتى أنها أصبحت تنشر صور عبر الخاصية الجديدة في اليوتيوب، هذه الصور جاءت بتصميم مشابه لما تنقله شبكة الجزيرة عبر مختلف المنصات والتي ساعدت الشبكة في التنوع وتوظيف مختلف أشكال المحتويات الرقمية عبر اليوتيوب.

- اعتمدت الجزيرة نت على تويتر لأنها تتوجه اليه أولا لنشر الأخبار وتطوراتها الفورية حيث تقوم بنشرها بالمختصر المفيد لأن التويتر مقيد بعدد الحروف التي لا يمكن تجاوزها، وقامت بنشر مختلف الأشكال لكن أقل استخداما من النصوص، هذه الأشكال تتوفر على نصوص كالصور مركبة باستخدام برامج تصميم كفوتوشوب والفيديوهات ذات المدة القصيرة.
- رغم أن المنصات الرقمية مختلفة ولكل منها خصائصها المميزة وجمهورها المختلف، لكنها تتشابه في بعض الأشكال والاهداف لاحظنا بأن الجزيرة تعرض البعض من المحتويات عبر كافة المنصات بنفس الطريقة والشكل والتصميم الموحد التي تتبعه الشبكة، وهذا ما يعرف بالمحتوى الموزع (Distributed content) حيث تعمل المؤسسة الإعلامية على نشر الأخبار الهامة عبر المنصات الرقمية الخاصة بالشبكة، وتقوم بنشرها بصفة متكررة على المنصات حتى تلقى الصدى والرواج المنشود.
- نظرا لاعتمادنا على العديد من الدراسات السابقة رأينا ان دراستنا تشترك مع هذه الدراسات في جزءا واحد الا و هو المحتوى الرقمي واشكاله، حيث أن بعض النتائج من دراستنا ازالت الابهام الموجود في هذه الدراسات. رغم أن هذه الاخيرة لا تمس الجانب الجوهري لموضوعنا الذي هو تطور تصميم المحتوى الرقمي، لذلك لا يمكننا المقارنة بين النتائج الاخرى لموضوعنا ونتائج هذه الدراسات.

4. الاجابة عن تساؤلات الدراسة:

الاجابة عن التساؤل الرئيسي:

ارتبط تصميم المحتوى الرقمي بما تقدمه التكنولوجيا الخاصة بكل فترة وصولا إلى ما تنتجه حاليا، حيث ظهرت العديد من تقنيات وبرمجيات التصميم التي يتم استخدامها عبر وسائل اتصالية تكون لها القدرة على توظيفها في حدود امكانياتها، فكلما تطورت الاجهزة التكنولوجية، كلما قدمت تقنيات جديدة تساعد في تنوع اساليب التصميم، حيث شهد تطور مواقع الويب منذ ظهورها العديد من التغيرات التي طرأت في السنوات الأولى للقرن العشرين، حيث اعتمدت على طرق متنوعة للتصميم التي شهدتها مختلف النسخ الخاصة بمواقع الويب وصولا لأحدث النسخ التي تعتمد على العديد من اساليب التصميم الحديثة من حيث توظيف أهم التقنيات والبرامج الجديدة التي تساعد على تطوير خصائص الموقع، كتحسين شكل واجهة المستخدم وتوفير المساحات من خلال تقنية التمرير اللامتناهي لتقديم مختلف أشكال المحتويات الرقمية كالنصوص والصور والفيديوهات الحديثة، مع إمكانية توفير خاصية دمج هذه المحتويات.

ارتبط تطور المحتويات بتطور المنصات الرقمية، حيث سأهم ظهور الانترنت والتكنولوجيات الحديثة في توفير تطبيقات كشبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من التطبيقات التي تعتمد كل منها على أسلوب خاص في التصميم، فمنذ ظهور هذه التطبيقات عملت كل منها على توفير خصائص ومميزات تساعدها في تقديم مختلف المنشورات مع التجديد المستمر لها وصولا إلى النسخ الحديثة، نتجت عنها أنواع مختلفة للمحتويات الرقمية الخاصة بالفيديو والصور التي

الإطار التطبيقي

تتميز بالجودة العالية نظرا لتطور برامج التصميم الغرافيكي التي تعمل على تحسين وإعطاء قدرة توضيحية أكثر دقة، والتي يتم نشرها عبر الخصائص الحديثة التي توفرها هذه المنصات كميزة الـ Story وتقنية الـ carousel وخصائص أخرى كالريلز وigtv التي تقدم مختلف أنواع الفيديو سواء كانت فيديوهات طويلة او قصيرة، كما نتج عن تطور هذه التطبيقات إمكانية نشر تصميم الانفوغرافيك عبر دمجه في مختلف الصور المتداولة عبر هذه المنصات، بالإضافة إلى ظهور أحدث التصاميم الابداعية كالفيديوهات والصور التي يتم عبرها توفير التصميم الخاص بالموشن غرافيك الذي يتم فيه عرض مقاطع كاريكاتيرية، و التي يعتمد عليها المصممين من أجل تفسير ووصف ما يتم نشره عبر صفحات خاصة.

الاجابة عن التساؤلات الفرعية:

—الاجابة عن التساؤل الفرعي الأول:

إن شبكة الجزيرة اعتمدت على الكثير من أشكال المحتويات الرقمية عبر المنصات الرقمية، فقد قامت باستغلال ابسط الأشكال في عرض محتواها في شكل صور وهذه الصور تحمل تصميم الجزيرة الذي يمكن من خلاله معرفة مصدر الصورة، بالإضافة إلى الفيديو الذي توفر بالشكلين القصير والطويل لكي تتمكن من عرض الخبر بأدق التفاصيل وبشكل مطول في حين الفيديو القصير تستخدمه في عرض المفيد من الخبر وعرض التجديدات في الأخبار في شكل reels وShorts، حتى أنها اعتمدت على الـ Story عبر كافة المنصات الرقمية من أجل نقل الأخبار العاجلة والتفاعل مع جمهورها من خلال الخاصيات الفاعلية التي تتضمنها الـ Story، حت أنها اعتمدت على البث المباشر الذي تتوفر عليه كل منصة رقمية، بمعنى أخر شبكة الجزيرة قامت باستغلال كافة الأشكال المتاحة عبر المنصات الرقمية.

- **الاجابة عن التساؤل الفرعي الثاني:**

توجهت شبكة الجزيرة في تصميم موقعها إلى البساطة والسهولة في التنقل حيث أعادت تنظيم موقعها وفق خلفية بيضاء مع الخانات الخاصة بالخدمات المتوفرة في الموقع، اعتمدت الجزيرة على العديد من الاتجاهات في التصميم وعرضها لمختلف أشكال المحتويات الرقمية، عملت على التصميم المتجاوب (Responsive Design) لإنشاء موقع ويب يطابق تطورات الوسائل والأجهزة التكنولوجية الحديثة، حيث وفرت لكل جهاز تصميما مختلفا عن الاخر حسب مقاساته حتى يعرض واجهة مستخدم تطابق كل جهاز وكيفية توظيفه للعناصر الخاصة بواجهة الموقع، نتيجة لذلك أصبح الموقع متعدد الاستخدامات وأكثر انتشارا للجمهور المستخدم.

واعتمدت على اتجاه تصميم اخر حديث، حيث من خلال تطورات التي طرأت على تصميم الموقع الويب الخاص بهذه الشبكة، عملت على تطبيق تقنية التمرير اللامتناهي (Infinite Scrolling) التي توفر للمستخدم عملية

تصفح دون حدود مما تنتج عنها مساحات اضافية لتوظيف مختلف العناصر والمحتويات الحديثة عبر واجهة المستخدم بطريقة تسلسلية تساعد المستخدم على مطالعة أكثر دقة ومنظمة وأكثر بساطة.

أما بالنسبة لتصميم المحتويات فقد اعتمدت على العديد من الأشكال وقد تنوعت في تصميمها حتى لا يمل الجمهور منها، تمكنت شبكة الجزيرة من توظيف أحدث التقنيات مثل الواقع المعزز والتصوير 360° وغيره من المحتويات التفاعلية، حتى تجذب الجمهور إليها بالإضافة إلى الأشكال الرقمية الأخرى التي تعرضها على المنصات الرقمية هذا كله من أجل التنويع في المحتويات.

الاجابة عن التساؤل الفرعي الثالث:

تطورت استراتيجية المحتوى الرقمي لشبكة الجزيرة من عرض المحتوى عبر صفحة الموقع الرسمي للشبكة إلى النشر عبر المنصات الرقمية من بينها الفايسبوك، الانستغرام، التويتر، واليوتيوب حيث تنوعت أشكال وأنواع المحتويات من منصة إلى أخرى إلا بعض المحتويات التي وجب عليها نشرها عبر كافة هذه المنصات والتي تعرف باستراتيجية المحتوى الموزع (Distributed Content) لتتمكن من تسليط الضوء على الأخبار التي لها أهمية كبير وحتى يتعرض لها مختلف الجماهير الخاصة بكل منصة.

خاتمة:

إن التطور الحاصل في مجال الإعلام والاتصال قد فرض طابعا جديدا على المؤسسات الإعلامية واتجاهات تتبعها للوصول إلى اكبر عدد من الجمهور، جعل هذا المجال يتعامل مع كل ما هو رقمي، حيث سعت هذه الدراسة للبحث عن أهمية المحتوى الرقمي الذي له دور كبير في مجال الإعلام والاتصال، وقمنا بتسليط الضوء على تطور تصميم المحتوى الرقمي وأهم أشكاله الحديثة عبر المنصات الرقمية الخاصة بشبكة الجزيرة، حتى نتمكن من معرفة الاستراتيجية التي اتبعتها في تطوير موقعها عبر الويب منذ ظهور أول نسخة لها، والأشكال التي كانت تتناولها في كل نسخة وصولا إلى الأحدث.

بالإضافة إلى الأشكال التي قدمتها عبر أكثر المنصات استخداما بما فيه الانستغرام، الفايسبوك، التويتر، واليوتيوب، والتي تنوعت فيها بفضل تنوع برامج التصميم والأدوات الخاصة بكل منصة لتقديم منشورات مختلفة، حيث اختلفت المنشورات في كل منصة لكن كان هناك نوع من المحتوى يتداول بنفس الطريقة في كل منصة.

ومن خلال دراستنا استخلصنا بأن شبكة الجزيرة غالبا ما تغير من تصميم موقعها بمعدل سنوي تقريبا حيث تظهر أما بحلة جديدة تماما او تضيف او تزيل بعض الخصائص، ذلك ليتماشى مع التطورات التقنية من جهة وحتى تسهل على المستخدم التجربة من جهة أخرى فقد لاحظنا بأنها تبحث عن البساطة والتنظيم في الموقع فبمرور السنوات أصبح الموقع أقل تعقيدا تماشيا مع التوجهات الجديدة للمنصات الرقمية والتي تحرص على إظهار المحتوى وزيادة التفاعل معه ومشاركته.

كما استفادت الجزيرة من أبرز اتجاهات التصاميم الحالية من مشاريع تفاعلية وغيرها من الأشكال الرقمية التي تعتمد على تقنيات وبرامج مكتشفة ومبتكرة حاليا، لوصف أهم التطورات الخاصة بمجال تصميم المحتوى الرقمي. فتصميم المحتوى الرقمي من أهم المواضيع الحديثة التي تحاول مختلف الدراسات اكتشافها ومطالعتها، كونه مجالا قابلا للتطور المستمر ومواكبا لأهم ما تتوصل إليه التطورات التكنولوجية الحديثة التي تطرأ على تصاميم مواقع الويب والمنصات الرقمية، من حيث التجديد وما تقدمه هذه التكنولوجيا من وسائل اتصالية وتقنيات تصميم جديدة يعمل المختصون في ابتكارها، بالإضافة إلى محاولة اكتشاف ما سيعرضه المستقبل من منصات رقمية والكشف عن ستار ما ستقدمه من تصاميم تقنية ومحتويات ابداعية جديدة.

إن ما قدمته هذه الدراسة من معلومات حول تطور المحتوى الرقمي، وما اكتشفته من انواع تصميم مختلفة ومنصات رقمية حاليا، إلا أن الحدود الزمنية التي قمنا بعمل هذه الدراسة كانت قصيرة لم تسمح لنا بالبحث اكثر حول هذا الموضوع، حيث كان من الممكن الاطلاع الى احد التصاميم المستقبلية الخاصة بما ستظهره نسخة الويب 3.0 من طبيعة أشكال الخاصة بالمواقع وما تحتويها من واجهة مستخدم وعناصر ابتكارية حديثة واهم المحتويات المرئية التي تظهرها نسخ مطورة من برامج وتقنيات تصميم غرافيكية، كما كان من الممكن التطلع الى تحديثات الخاصة للتطبيقات او شبكات التواصل الاجتماعي وما سوف تقدمه من تغيرات وإضافات حول خصائص ومميزات التي يحاول مختصون عبر هذه المنصات ابتكارها وتوظيفها من أجل ابقاء المحتويات الرقمية دوما في تطور المستمر، بالإضافة الى التعرف على أهم

المنصات الحديثة التي يمكن أن تنافس شبكات التواصل الاجتماعي وما ستوفره من اساليب وطرق جديدة في تصميم محتويات الرقمية التي ستحاول دراسات في هذا المجال اكتشافها ومطالعتها، كونه مجالا يواكب التغيرات الحاصلة فيما سيظهر من تكنولوجيات حديثة.

فهرس الأشكال

صورة 1: واجهة موقع الجزيرة نت سنة 2001.....98
صورة 2: واجة موقع الجزيرة سنة 2009.....99
صورة 3: واجهة موقع الجزيرة نت سنة 2022.....100
صورة 4: حانة البث المباشر لموقع الجزيرة نت 2022. 101
صورة 5: الجزئية السفلية من موقع 2022 (Footer).....101
صورة 6: واجهة موق المحتوسات التفاعلية Aljazzera.com. 102
صورة 7: صورتين لمشروع أهرمات مروي بالنسخة الانجليزية وواجهة عرض المحتوى التفاعلي الخاص بمشروع الاهرمات.
.....103
صورة 8: صور توضح مراحل تجربة الواقع المعزز الخاصة بالمشروع. 103
صورة 9: صورتين من عرض تفاصيل حول الاهرمات. 104
صورة 10: صور تعرض التفاصيل الداخلية للأهرمات بتقنيات حديثة. 105
صورة 11:تطبيق تقنية الواقع المعزز AR الخاصة بالمشروع.....106
صورة 12: واجهة موقع مشروع ريمكس فلسطين عبر موقع Aljazeera.com.....107
صورة 13: أهم الخيارات المتاحة لمشروع ريمكس فلسطين.....108
صورة 14: واجهة كيف تصنع ريمكس؟ التابعة للمشروع 109
صورة 15: واجهة موقع +AJ بالعربي. 110
صورة 16: الصفحة الرسمية لـ +AJ بالعربي عبر الانستغرام. 111
صورة 17: الصفحة الرسمية لـ +AJ بالعربي عبر الفايسبوك. 112
صورة 18: شكل من تصميم مجموعة من صور +AJ بالعربي عبر الفايسبوك. 113
صورة 19: الصفحة الرسمية لـ +AJ بالعربي عبر التويتر.....114
صورة 20: القناة الرسمية لـ +AJ بالعربي غبر اليوتيوب. 115
صورة 21: لقطة من تصميم الفيديو الخاص بـ +AJ بالعربي.....116
صورة 22: الصفحة الرسمية لشبكة الجزيرة عبر الانستغرام. 117
صورة 23: سلسلة الفيديوهات التي تعرضها الشبكة عبر الانستغرام. 118
صورة 24: الصفحة الرسمية لشبكة الجزيرة عبر التويتر.....119

صورة 25: تصميم الأخبار العأجلة.....119
صورة 26: الصفحة الرسمية لشبكة الجزيرة عبر الفايسبوك.....120
صورة 27: تصميم الصور عبر الفايسبوك.....121
صورة 28ك القناة الرسمية للجزيرة عبر اليوتيوب.....122
صورة 29: أشكال المحتويات التي تعرضها الجزيرة عبر اليوتيوب.....123
صورة 30: الصفحة الرسمية لشبكة الجزيرة عبر تطبيق السنابشات.....124

قائمة المصادر والمراجع:

أولا باللغة العربية:

كتب:

1. أ. حسين محمود هتيمي, العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي, الطبعة الأولى, دار اسامة للنشر والتوزيع, عمان, 2015.
2. ابراش ابراهيم، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2009.
3. أشرف دويكات، دلال بديع, التصميم الغرافيكي, رام الله فلسطين, مركز المناهج, 2020.
4. د. أحمد الشعراوي, سامر سيف الدين, التصميم الغرافيكي, الجامعة الافتراضية السورية, 2020.
5. د. عبد الوهاب ابراهيم أبو سليمان، كتابة البحث العلمي صياغة جديدة، تاطبعة التاسعة، الرياض، مكتبة الرشد، 2005.
6. د. محمد شلتوت, الانفوجرافيك من التخطيط إلى الانتاج, ط1, السعودية, 2016.
7. دينا محمد عناد, البنى الارتكازية لفن تصميم الطباعي المعاصر, دار الكتب و الوثائق , بغداد , 2015.
8. رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارستة العلمية، دمشق, دار الفكر, 2000.
9. رحيم يونس كرو العزاوي, مقدمة في منهج البحث العلمي, عمان, دار دجلة, 2008.
10. رمزي العربي, التصميم الغرافيكي, الطبعة الثانية, عمان, 2008.
11. عبد الرحمن بدوي, مناهج البحث العلمي, الطبعة الثالثة, الكويت, وكالة المطبوعات, 1977.
12. عطوان فار, الفضائيات العربية و دورها الإعلامي, دار أسامه للنشر و التوزيع, عمان ,ط 1, 2009.
13. غافن امبروز, بول هاريس, اساسيات التصميم الغرافيكي, ترجمة حسام درويش القرعان, الطبعة الأولى, الاردن, جبل عمان ناشرون, 2015.
14. لؤي الزعبي, الوسائط المتعددة، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية, الجمهورية العربية السورية,2020.
15. محمود عبد النبي شوش، أثر الإعلام في اللغة العربية قناة الجزيرة نموذجا، نور للنشر، جزر الموريس،2018.
16. منذر الضامن, اساسيات البحث العلمي، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2007.
17. ندى الساعي, تكوين صفحة ويب, من منشورات جامعة الافتراضية السورية, سوريا, 2020.

مجلات:

1. أحمد محمد الأمين, منصات المشاهدة وآثارها على الصناعة السينمائية في ظل جائحة الكورونا, مجلة آفاق سينمائية, جامعة زيان عاشور الجلفة, فيفري 2021.

2. امل سراج, حلال سلام, رنا مجدي محمد ابراهيم," أهمية ارتباط تصميم تجربة المستخدم الغرافيكي لانتاج تطبيقات تفاعلية (مثال تطبيقي على اجهزة الهواتف الذكية)", مجلة البحوث التربية النوعية, جامعة منصورة العدد 46, افريل 2017.
3. د. شريف عادل جابر, فعالية برنامج تدريبي قائم على تقنية الانفوجرافيك في تنمية مهارات إعداد ملف الإنجاز والاتجاه نحوه لدى الطلاب المعلمين بمدارس التربية الفكرية بالأحساء, المجلة العربية لدراسات وبحوث العلوم التربوية والانسانية, جامعة الملك فيصل, مصر, 2017.
4. د. محمد مجاهد نصر الدين، عماد محمد عبد العزيز سمره, أثر التفاعل بين نمط تصميم الكتاب الالكتروني والتخصص العلمي في تنمية مهارات تصميمه وانتاجه لدى المعيدين والمحاضرين بالجامعات السعودية, مجلة كلية التربية, جامعة الازهر, العدد 173, الجزء الثاني.
5. دينا عبود, تدعيم أداء إعلانات الجوال باستخدام انماط إبداعية جديدة لإعلان الفيديو الرقمى, مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية. المجلد السادس, العدد السادس والعشرون, مارس 2021.
6. راويه القحطاني وسعود بن الضحيان الضحيان, النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية, مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية, 2020.
7. رشا محمد علي حسن ,مروة محمد حمزاوي، تأثير تصميم التفاعلي على الفكر المعماري لزجاج العمارة المعاصرة, مجلة التراث التصميم, المجلد الأول, العدد 03، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، جوان 2021.
8. ريهام محمد فهيم الجندي، توظيف فن الانفوغرافيك المتحرك في الاعلان على مواقع تواصل الاجتماعي, مجلة العمارة و الفنون, العدد 14, قسم الاعلان, كلية الفنون التطبيقية, جامعة بنها.
9. صفد حيام حمودي، اهتمأمات المنصات الرقمية بقضايا الشباب العراقي , مجلة الفنون و الادب وعلوم الانسانيات الاجتماع ,العدد 59, كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق, اكتوبر 2020.
10. طيبة محمد شكري جميل, توظيف التقنية الرقمية الحديثة في التصميم الطباعي لترويج الاعلانات في شبكات التواصل الاجتماعي, المجلة الدولية للعلوم الانسانية والاجتماعية, العراق, العدد 17, ديسمبر 2020.
11. عبد الباسط عبد الله الخاتم و معتمد عبد العظيم ابوعبيدة حسين, أهمية استخدام برامج الحاسوب في تصميم الاعلانات , مجلة العلوم الانسانية , العدد 21, جامعة السودان للعلوم و تكنولوجيا ,السودان, ديسمبر 2020.
12. فاطمة محمد احمد محمد, المحتوي الرقمي الصحي: المفهوم والافادة , مجلة كلية الادب, جامعة سوهاج, العدد 51, افريل, 2019.
13. كمال بوكرزازة وعبد الرزاق غزال, المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت (دراسة في الاستخدامات والاشباعات),مجلة RIST, ع2, 2010/12/31.
14. محمود مسرورة, هند علوي, اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي العربي, مجلة علم المكتبات, العدد الأول, 2020/06/30.

15. محمود, مصطفى أبوطبل, وسيد عبد المجيد, « الهوية الرقمية للمنصات الإلكترونية لجامعة حلوان », مجلة العمارة والفنون والعلوم الانسانية, العدد الثاني وثلاثون , مارس 2022.
16. ميسره عاطف محمد نجيب المطيعي, أثر تصميم محتوى رقمي تفاعلي في تحسين مستوى الطلاب لمقرر تقنيات الطباعة في برامج التصميم الغرافيكي الأكاديمي, مجلة العمارة والفنون والعلوم الانسانية, عمان, العدد عشرون, 2020.
17. ميمي محمد عبد المنعم توفيق, شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة و التأثير), مجلة كلية التربية, جامعة عين شمس, العدد الرابع والعشرون, الجزء الثاني, 2018.
18. هالة محمد حسنين، اثر تصميم التفاعلي على اساليب العرض في الوحدات التجارية, مجلة العمارة و الفنون ,العدد 12, الجزء الثاني، قسم الديكور، كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان.
19. ياسر محمد خيايا, دور المنصات الرقمية في دعم وتطوير تعليم العلوم لطلاب المرحلة المتوسطة, المجلة العربية للتربية النوعية, العدد السابع, فيفري 2019.

مذكرات

1. اريج عبد الله محمد النابلسي، تأثير مسلسلات "البودكاست" على اليافعين في ترسيخ القيم الاجتماعية والانسانية (دراسة تجريبية على مسلسل وليد الصدفة)، رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، منشورة، قسم الصحافة و الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الاوسط، الكويت، 2021.
2. إيمان عبدالكريم إسماعيل النهار, أثر موقع ويب في تنمية مهارات تصميم العروض التعليمية المبنية على الانفوجرافيك لدى طلبة تخصص تكنولوجيا التعليم في الجامعات الأردنية, رسالة ماجستير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم, كلية العلوم التربوية, جامعة الشرق الاوسط, الاردن , جوان 2019.
3. بوكابو سيف لبدين وأخرون، الاندماج الرقمي وتأثيره على العمل الصحفي (دراسة حالة برامج اخبارية لقناتي France24 وBBC عربي), اطروحة ماستر, كلية العلوم الانسانية والاجتماعية, جامعة 8 ماي 1945, قالمة, 2016.
4. حسن قطيم طماح المطيري, الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر " من قبل الشباب الكويتي, أطروحة ماجستير, كلية الإعلام, جامعة الشرق الاوسط, أفريل, 2013.
5. حنين سعد سلمان عبد الله, توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الارهابية –دراسة تحليلية لموقع العربية.نت–, رسالة ماجستير, جامعة تكريت, 2019.
6. ديمة لطفي محمود حمدان, المثلية الجنسية على شبكة نتفليكس العالمية "عينة مختارة من المسلسلات نموذجا", رسالة ماجستير في الإعلام, جامعة الشرق الاوسط, عمان, 2021.

7. شذى عبد الحديم فريج , فاعلية توظيف الفضاء التصميمي في البنية الشكلية لواجهة المستخدم في المواقع الالكترونية الحكومية في الاردن ,رسالة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التصميم الغرافيكي, قسم التصميم الغرافيكي ,كلية العمارة و التصميم , جامعة الشرق الاوسط,كانون الثاني 2021.
8. شهد طارق حميض, واقع تصميم واجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية, رسالة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التصميم الغرافيكي , قسم التصميم الغرافيكي, كلية العمارة و التصميم ,جامعة الشرق الاوسط, حريزان 2017.
9. فيصل صبحي مصباح اسليم , سياسة قناة الجزيرة صناعة الإعلام العربي و دورها في وراث الربيع العربي , المجلة العلمية للدراسات التجارية و البيئية ,كلية التجارة , جامعة السويس , العدد الرابع , 2017.
10. محمد بعد الفتاح محمود رمضان، دور اتجاهات التصميم في زيادة قابلية استخدام المواقع الالكترونية التجارية بالاردن، رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التصميم الغرافيكي، قسم التصميم الغرافيكي، كلية العمارة و التصميم، جامعة الشرق الاوسط، حريزان 2017.
11. محمد عارف محمد عبد الله ,دور قناة الجزيرة الفضائية في أحداث التغيير السياسي في الوطن العربي (الثورة المصرية نموذجا),مذكرة ماجستير ,كلية الدراسات العليا ,جامعة النجاح ,فلسطين 2012.
12. محمد عبد الغني ومحسن الخضيري, الاسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه, القاهرة, مكتبة الانجلو المصرية, 1992.
13. محمد عبد الفتاح محمود رمضان, "دور اتجاهات التصميم في زيادة قابلية استخدام المواقع الالكترونية التجارية بالاردن", (رسالة ماجستير), جامعة الشرق الاوسط, 2017.
14. مطلق سعد العميري، تأثير المدونات الإلكترونية الكويتية على اتجاهات طلبة قسم الإعلام في جامعة الكويت، رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، منشورة، قسم الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الاوسط، الكويت، 2010.
15. وفاء ريغي, استخدام الاسليب اللغوية في تحرير التقارير الصحفية (قناة الجزيرة نموذجا), مذكرة ماستر, قسم علوم الإعلام والاتصال,كلية العلوم الانسانية والاجتماعية, جامعة العربي بن مهيدي, ام البواقي, 2016.

دراسات:

1. اسراء امين سيد امين و دعاء عبد الله احمد، أشكاليات تطوير مبادرات صناعة ونشر المحتوى الرقمي العربي (دراسة مقارنة بالمبادرات الدولية وطرح معايير لتطوير المبادرات و التجارب العربية)، بحث مقدم ضمن فعاليات المؤتمر، ملتقى المحتوى الرقمي و مجتمع المعرفة، دبي، 2016.
2. لبيب شائف محمد، صناعة المحتوى: المفهوم والبنية ومقومات تطورها، المركز الوطني للمعلومات، القاهرة، 2006.

تقارير:

1. مصطفى الاعصر, المحتوى الرقمي العربيVSالمحتوى الرقمي الغربي, القاهرة, مركز هردو لدعم التعبير الرقمي, 2016.

مؤتمرات:

1. د. اسماعيل عمر علي حسونة, الانفوجرافيك في التعليم, يوم علمي بعنوان: مستحدثات التكنولوجية في عصر المعلوماتية, جامعة الاقصى, قاعة المؤتمرات, غزة, 2014/5/15.

المواقع الالكترونية:

1. ''أفضل تطبيقات انستغرام للمسوقين,'' أفضل تطبيقات انستغرام للمسوقين, متاح على http://wahaa.online/blog/best-instagram-apps-for-marketers, شوهد يوم 2022/04/01 على الساعة 22:45.
2. ''أنواع الصور, متاح على موضوع_أنواع_الصور/https://mawdoo3.com, شوهد يوم 2022/05/10 على الساعة 15:46.
3. ''أنواع وفوائد المحتوى المرئي للمشروعات والأنشطة التجارية, متاح على https://www.sendiancreations.com/ar/visual-content-benefits/, شوهد يوم 2022/04/19 على الساعة 13:43.
4. ''بدء استخدام 'فيديوهات YouTube القصيرة', متاح على https://support.google.com/youtube/answer/10059070?hl=ar, شوهد يوم 2022/05/04 على الساعة 16:34.
5. ''كيفية صناعة فيديوهات يوتيوب القصيرة Youtube Shorts,'' متاح على https://www.ghorab.ws/2021/06/create-youtube-shorts.html, شوهد يوم 2022/05/02 على الساعة 16:49.
6. ''ماهي منصات التواصل الاجتماعي ماهي منصات التواصل الاجتماعي المشهورة, متاح على https://www.vapulus.com/ar/ماهي-منصات-التواصل-الاجتماعي/, شوهد يوم 2022/3/25 على الساعة 14:22.
7. B1 Solutions, ''كل ما تحتاج لمعرفته حول تيك-توك (TikTok) واستخدامه في خدمتك,'' متاح على https://www.academy.church/tiktok-for-your-ministry/, شوهد يوم 2022/05/06 على الساعة 12:56.
8. أحمد المهدي المجدوب, ليبيا المستقبل, "مفهوم المحتوى الرقمي", متاح على http://www.libya-al-mostakbal.org/ شوهد يوم 2022/4/17 على الساعة 12:30.

9. أحمد كا, كل ما تحتاج معرفتة بكس آرت picsart,متاح على -https://www.tech-ka.com/2021/12/picsart.html?m=1 تم شوهد يوم 2022/05/01 على الساعة 16:30.
10. إستازل , خيارك الأمثل لإدارة الحملات التسويقية وتصميم وبرمجة المواقع الالكترونية و إنشاء المحتوى الخاص بشركتك, متاح على, http://istazell-agency.com/articles/kind-of-video-marketing, شوهد يوم 2022/5/10 على الساعة 10:11.
11. استكتب, "ما هو واقع المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت, متاح على https://istakteb.com/blogs/, - , شوهد يوم 2022/4/12 على الساعة 13:54.
12. أسس ومبادئ التصميم الغرافيكي, متاح على https://psdland.net/, شوهد يوم 2022/4/25 على الساعة 21:31.
13. افضل تطبيقات تصميم ستوري انستغرام بشكل إحترافي, دليلك نحو الاحتراف, متاح على https://nadiri.net/2021/06/13/افضل-تطبيقات-تصميم-ستوري-انستغرام/ شوهد يوم 2022/05/01 على الساعة 23:00.
14. انستغرام ريلز كيفية إنشاؤها وأفضل ممارساتها, متاح على https://xpixel.ae/, شوهد يوم 2022/05/01 على الساعة 01:20.
15. ايمان الحياري, عناصر التصميم الغرافيكي, موضوع, متاح على https://www.mawdoo3.com/, شوهد يوم 2022/4/25 على الساعة 12:00.
16. أيمن تك, "كيفية الاشتراك في خدمة ديزني بلس Disney Plus وما هي الدول المدعومة ؟, متاح على (https://www.ayman-tech.com/2020/11/how-to-subscribe-to-disney-plus.html), شوهد يوم 2022/05/02 على الساعة 14:44.
17. دليلك الشامل إلى صناعة المحتوى الرقمي ,متاح على https://blog.mostaql.com/digital-content-industry/ شوهد يوم 2022/04/19، على الساعة:13:15.
18. ديزر, عريق, متاح على https://areq.net/, شوهد يوم 2022/4/14 على الساعة 14:45.
19. رشا سليمان, "7 مميزات مثيرة ليوتيوب," أخبار الآن, متاح على https://www.akhbaralaan.net/technology/2019/08/02/, شوهد يوم 2022/05/10 على الساعة 10:23.
20. شانت مانجيان، تصميم صفحة الويب، متاح على https://creativedesignsvu.wordpress.com/2018/10/29/352/، شوهد يوم:2022/04/27،على الساعة:18:45.

21. عاصم خالد, شرح التسوق عبر انستغرام خطوة بخطوة من خلال خاصية الشراء الجديدة, متاح على https://www.samma3a.com/tech/ar/instagram-shopping-guide/, شوهد يوم 2022/05/10 على الساعة 11:04.

22. عبد الله الموسى, كل ما تريدون معرفته عن سبوتيفاي, متاح على https://www.samma3a.com/tech/ar/everything-about-spotify/, شوهد يوم 2022/04/14 على الساعة 14:37.

23. عناصر التصميم الغرافيكي – تعلم مبادئ وأسس التصميم الغرافيكي ببساطه, Egylearn Web Design & Edu , متاح على https://www.egylearn.com/graphic-design-elements-principles-foundations/ , شوهد يوم 2022/4/27 على الساعة 15:20.

24. فائز جواد, التصميم الطباعي هو الإبتكار والخلق الإبداعي التشكيلي لدى المتلقي, متاح على https://www.azzaman.com/D9%88 , شوهد يوم 2022/04/29 على ساعة 15:45.

25. كيفية بدء بث مباشر على YouTube - آلية عمل YouTube , متاح على https://www.youtube.com/howyoutubeworks/product-features/live/, شوهد يوم 2022/5/10 على الساعة 21:35.

26. ما هو الواقع المعزز Augmented Reality ؟, متاح على https://motaber.com/augmented-reality, شوهد يوم 2022/05/30 على الساعة 14:00.

27. محمد عبد السلام, مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية, متاح على https://www.noor-book.com/كتاب-مناهج-البحث-في-العلوم-الاجتماعية-والانسانية-pdf, شوهد يوم 2022/04/02 على الساعة 14.00.

28. المرسال, مفهوم الصورة وأنواعها, متاح على https://www.almrsal.com/post/1144584 , شوهد يو 2022/05/10 على الساعة 16:00.

29. ميساء، ما هو المحتوى الرقمي، متاح على - https://anwan.me/، شوهد يوم 2022/04/19، على الساعة 13:30.

30. نانسي العتوم, "ماهيّة الرقمنة", Eعربي, متاح على, https://e3arabi.com/الآداب/ماهيّة-الرقّمنة/, شوهد يوم 2022/4/10على الساعة 22:00.

31. يوسف أبوسيفين, ‘‘«تيك توك» تختبر ميزة جديدة للقصص على منصتها,’’ صحيفة الرؤية, متاح على https://www.alroeya.com/9-34/2233767-تيك-توك-تختبر-ميزة-جديدة-للقصص-على-منصتها, شوهد يوم 2022/05/02 على الساعة 10:56.

32. يوسف الحراك, عناصر التصميم الغرافيكي, مدونة المبدع, متاح على https://b-crea.blogspot.com/2013/07/blog-post_3042.html , شوهد يوم 2022/4/27 على الساعة 15:16.

ثانيا باللغة الانجليزية:

1. Ahmad Asadullah, Isam Faik, and Atreyi Kankanhalli, "Digital Platforms: A Review and Future Directions," 2018.
2. Andrea Wright, 'Tools for the Creation and Sharing of Infographics', Journal of Electronic Resources in Medical Libraries 13, no. 2 (2 April 2016).
3. Dana Rotman and Jennifer Preece, "The 'WeTube' in YouTube – Creating an Online Community through Video Sharing," International Journal of Web Based Communities 6, no. 3 (2010).
4. dewi maharani and muhammad hotami, 'RENDERING VIDEO ADVERTISING DENGAN ADOBE AFTER EFFECTS DAN PHOTOSHOP', preprint (INA-Rxiv, 4 July 2018).
5. Dr Phillip Clampitt, "Project 2: Compare and Repair - Netflix vs Hulu," n.d.
6. Felicity Meakins, 'Review of Final Cut Pro', Language Documentation 3, no. 1 (2009).
7. Hana Habib, Neil Shah, and Rajan Vaish, "Impact of Contextual Factors on Snapchat Public Sharing," ArXiv:1903.07033 [Cs], March 17, 2019.
8. Jennifer Ferreira, "Infographics: An Introduction," 2014.
9. Luke Stark and Kate Crawford, "The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication," Social Media + Society 1, no. 2 (July 1, 2015).
10. Marina Amâncio and Vaia Doudaki, "'Put It in Your Story': Digital Storytelling in Instagram and Snapchat Stories.," n.d.
11. Megan Black, 'Piktochart', The Charleston Advisor 18, no. 2 (1 October 2016).
12. Oliver L. Haimson and John C. Tang, "What Makes Live Events Engaging on Facebook Live, Periscope, and Snapchat," in Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '17: CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Denver Colorado USA: ACM, 2017).
13. Paolo Spagnoletti, Andrea Resca, and Gwanhoo Lee, "A Design Theory for Digital Platforms Supporting Online Communities: A Multiple Case Study," Journal of Information Technology 30, no. 4 (December 2015).
14. Patricia Moloney Figliola, "TikTok: Technology Overview and Issues," n.d.
15. Pengembangan Media Pembelajaran Multimedia Berbasis Adobe
16. Premiere Pro….' 9 (2021).
17. Ryan Yung and Catheryn Khoo-Lattimore, 'New Realities: A Systematic Literature Review on Virtual Reality and Augmented Reality in Tourism Research', Current Issues in Tourism 22, no. 17 (21 October 2019).
18. Tania Lorena Islas Garcia, "My Suomi Finland's Channel," n.d.

19. Yuxin Yang and Instructor Elana Zilberg, “Understanding Young Adults’ TikTok Usage ----- Real People, Creative Videos That Makes Your Day,” n.d .

المواقع الالكترونية:

1. “<header> - HTML (HyperText Markup Language) | MDN,” accessed May 11, 2022, https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/HTML/Element/header.
2. “10 Basic Elements of Design,” Creative Market Blog (blog), December 2, 2013, https://creativemarket.com/blog/10-basic-elements-of-design.
3. “10 Types of Infographics with Examples and When to Use Them,” Simple Infographic Maker Tool by Easelly (blog), October 19, 2018, https://www.easel.ly/blog/types-of-infographics/.
4. “16 Important UX Design Principles for Newcomers,” Springboard Blog, February 5, 2019, https://www.springboard.com/blog/design/ux-design-principles/.
5. “5 Types of Visual Content You Need to Use in Your Marketing Campaigns » Pro Photo Studio | Product Photography | Miami Product Photography | Product Photography | Jewelry Photography,” accessed May 10, 2022, https://www.prophotostudio.net/marketing/online-business-marketing/5-types-of-visual-content-you-need-to-use-in-your-marketing-campaigns/.
6. “7 Essential UX Design Principles And How To Apply Them,” Web Design, UI/UX, Branding, and App Development Blog, June 1, 2021, https://www.ramotion.com/blog/ux-design-principles/.
7. “8 Creative Ways to Use Instagram Carousel Posts,” accessed May 10, 2022, https://later.com/blog/instagram-carousel-posts/.
8. “Augmented Reality Definition,” Investopedia, accessed May 2, 2022, https://www.investopedia.com/terms/a/augmented-reality.asp.
9. “How To Join Someone Else’s TikTok Live | Screen Rant,” accessed May 14, 2022, https://screenrant.com/tiktok-live-broadcast-request-join-how/.
10. “How to Make YouTube Shorts: Everything You Need to Know,” Social Media Marketing & Management Dashboard (blog), January 12, 2022, https://blog.hootsuite.com/youtube-shorts/.
11. “How to Set Up Instagram Shopping on Your Website (Easy Guide),” Smash Balloon (blog), March 10, 2022, https://smashballoon.com/how-to-set-up-instagram-shopping/.
12. “Instagram Live Video Launches: Here’s Everything You Need to Know,” accessed May 10, 2022, https://buffer.com/library/instagram-live-video/.
13. “Live Streaming on TikTok/Musical.Ly,” accessed May 14, 2022, https://filmora.wondershare.com/tiktok/how-to-go-live-on-tiktok.html.
14. “Makespace!,” Makespace!, accessed April 28, 2022, http://www.makespaceweb.com/Blog/0/Any-Category/582/The-Top-10-Most-Important-Elements-of-A-Website-

Design?fbclid=IwAR1j0CRBkXD3Zp8vxAfEo3tGqlOpHd61Lx-VnMzb6NUvdjv4PX78WGGBTRw.
15. "TikTok Live Streaming: How to Go Live on TikTok," Dacast, December 22, 2021, https://www.dacast.com/blog/how-to-live-stream-on-tik-tok/.
16. "UX Design Principles for a Great User Experience," accessed April 30, 2022, https://www.justinmind.com/ux-design/principles.
17. "What Is Content Creation? 3 Steps to Creating Web Content," Conductor, accessed April 17, 2022, https://www.conductor.com/learning-center/content-creation/.
18. "What Is Snapchat Spotlight, and How Can You Make Money on It in 2022," InVideo - Online Video Creator for Content and Marketing Videos, accessed May 10, 2022, https://invideo.io/blog/snapchat-spotlight/.
19. "What Is TikTok and How Does It Work?," accessed May 14, 2022, https://www.pocket-lint.com/apps/news/146960-what-is-tiktok-the-musical-ly-successor-explained.
20. "What Is Twitter? - Definition from Techopedia," Techopedia.com, accessed April 21, 2022, http://www.techopedia.com/definition/4957/twitter.
21. "YouTube: What Is YouTube?," GCFGlobal.org, accessed May 11, 2022, https://edu.gcfglobal.org/en/youtube/what-is-youtube/1/.
22. Alison DeNisco Rayome, "Best Streaming Service of 2022: Netflix, Disney Plus, HBO Max, Hulu, Starz and More," CNET, accessed April 22, 2022, https://www.cnet.com/tech/services-and-software/best-streaming-service-of-2022/.
23. by, "8 Ways to Use Instagram Carousel Posts in Your Marketing : Social Media Examiner," Social Media Examiner | Social Media Marketing (blog), accessed May 10, 2022, https://www.socialmediaexaminer.com/8-ways-to-use-instagram-carousel-posts-in-your-marketing/.
24. How to Use Snapseed for Impressive Edits (Snapseed App Review)', accessed 1 May 2022, https://expertphotography.com/snapseed-tutorial.
25. Jeffrey Vocell, "11 Elements of Modern Web Design (And Web Design Trends to Watch)," accessed April 28, 2022, https://blog.hubspot.com/marketing/elements-of-modern-web-design-list.
26. Keyhole, "Instagram Posts vs Instagram Stories: Is One Better Than the Other?," Keyhole (blog), April 27, 2020, https://keyhole.co/blog/instagram-posts-vs-instagram-stories/.
27. Ravneet Singh, "11 Important UX Design Principles for a Great User Experience," Insights - Web and Mobile Development Services and Solutions (blog), April 26, 2022, https://www.netsolutions.com/insights/ux-design-principles/.
28. Rebecca Nan Strehlow, "8 Best Types of Infographics and When to Use Them," Wix Blog, June 30, 2021, https://www.wix.com/blog/2021/06/types-of-infographics

29. Serhat Erdem, “20 Fundamental UX Design Principles a Designer Has to Live By,” UserGuiding, November 16, 2021, https://userguiding.com/blog/ux-design-principles/.

باللغة الفرنسية:

المواقع:

1. Rud, “▶ 7 Applications Indispensables pour Instagram [Guide Complet],” 🌐 Webmarketing Conseil - Attirez votre Client Idéal (blog), February 3, 2020, https://www.webmarketing-conseil.fr/applications-instagram/.