

أساليب إخراج المواقع الرياضية العربية

ملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على أساليب إخراج عينة من المواقع الرياضية العربية على شبكة الإنترنت والتعرف على أوجه القوة والضعف بها، وذلك من خلال الوقوع على أساليب تصميم تلك المواقع. تعد هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ذات البعد الميداني المسحي، وتهدف إلى توصيف العناصر البنائية والإخراجية لتصميم المواقع الرياضية العربية، وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي. وفي هذه الدراسة يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في المواقع الإلكترونية الرياضية العربية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: بالنسبة للأساليب الإخراجية المستخدمة في تصميم المواقع الإلكترونية الرياضية جاء (أسلوب البوابة) في مقدمة الأساليب الإخراجية التي اعتمدت عليها المواقع الإلكترونية الرياضية في تصميمها، وذلك بنسبة مئوية بلغت (50%).

أما بالنسبة شكل الحرف (الفونت) المستخدم في العناوين بالمواقع الإلكترونية الرياضية جاء استخدام المواقع الإلكترونية الرياضية عينة الدراسة لـ (فونت واحد) في الصدارة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (66.7%)، وفي المرتبة الثانية جاء استخدام (فونتتين) بنسبة بلغت (33.3%).

Summary

The study aimed to identify the methods of extracting a sample of Arab sports websites on the Internet and to identify their strengths and weaknesses, by falling on the methods of designing those websites.

This study is a descriptive studies with a field survey dimension, and aims to describe the structural and directive elements of the design of Arab sports sites. This study relies on the survey method, both descriptive and analytical. In this study, the analytical study community is represented in Arab sports websites, and the study reached a set of results, the most important of which are: As for the output methods used in designing sports websites, the (portal method) came at the forefront of the output methods that sports websites relied on in their design, with a percentage of percentage amounted to (50%.)

As for the shape of the letter (font) used in the titles of sports websites, the use of sports websites in the study sample for (one font) came in the lead, with a percentage of (66.7%), and in the second place came the use of (fontaine) with a percentage of (33.3%).

أولاً: مقدمة

المواقع الرياضية تتنافس على إبراز كل إمكانياتها في التصميم لتقديم كافة الأخبار الفورية، والخدمات التفاعلية، كل هذه الأمور جعلت مصممي هذه المواقع أمام ضغوط متزايدة لتعزيز مصداقية مواقعهم، كون تصميم وإخراج المواقع أصبح فناً أكثر منه علماً قائم بذاته، وإن اعتماد الجمهور المصري على جزء كبير خاص بالرياضة ومعرفة أبرز الأحداث وآخر الأخبار يستوجب تعرضهم لبعض من المواقع الرياضية مما يؤدي إلى تشكيل الرأي ووجهات النظر، ولذلك يلعب الشكل الإخراجي دوراً كبيراً في البداية لاستقطاب الجمهور وجعله يظل داخل الموقع أثناء تجوله وتبحره بحثاً عن المعلومات، دون أن يمل، وذلك يحققه الشكل الإخراجي، أو أسلوب التصميم ذاته.

ثانياً: مشكلة الدراسة

اهتمت البحوث والدراسات الإعلامية التي تنتمي لمجال الصحافة الإلكترونية بالإمكانات غير المحدودة لشبكة الإنترنت في تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية، والفرق بين التصميم الطباعي وتصميم صفحة الإنترنت (الويب)، والمعايير التي يجب الإلتزام بها في التصميم الجيد لمواقع (الويب)، وتحليل التيبوغرافيا الرقمية وخاصة العناوين، وكيف أن تصميم مواقع (الويب) يؤثر على استرجاع الأخبار وإدراكها، وهو الأمر الذي انعكس على حالة هذه المواقع وتساوقها في جذب انتباه القارئ من جانب، ومن جانب آخر سعيها لتحقيق القيم الأساسية نفسها المطلوب توافرها في التصميم الناجح مثل: الإلتزان، والتباين، والتناسب، والتجوال، والوحدة، والتميز، والإيقاع، إلى جانب خلق نموذج جديد خاص بترتيب مكونات الصفحة الإلكترونية وتصميمها. لذلك يهتم الباحث بدراسة أساليب إخراج المواقع الرياضية العربية من خلال تحليل تلك الأساليب وكيفية توظيفها وتسخيرها من أجل تقديم المضامين الإعلامية التي تلبي إحتياجات ورغبات الجمهور، وإستقطابه من خلال الشكل الإخراجي المريح للعين والبصر، وتحقيق وضوح الرؤية، بالإضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى وعلى رأسها تحقيق التشويق والإستمتاع داخل صفحات الموقع أثناء الإبحار والتنقل من صفحة لأخرى عن طريق الكلمات المفتاحية أو الروابط أو موضوعات ذات صلة.

وهنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: التعرف على أساليب إخراج عينة من المواقع الرياضية العربية، ومعرفة تصميم صفحاتها الرئيسية، والعناصر البنائية والإخراجية المكونة لها، وطرق إخراجها.

ثالثاً: أهمية الدراسة

1. قلة الدراسات السابقة التي أجريت في مجال أساليب إخراج المواقع الرياضية المتخصصة وإخراجها بشكل عام.

2. مواكبة الاتجاهات الحديثة لبحوث تكنولوجيا الإقناع، في مجال تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية.

3. التعرف على كيفية تصميم صفحات المواقع الرياضية، بالإضافة إلى الصفحة الرئيسية التي لها شأن كبير في جذب الجمهور، وخصوصاً في ظل التنافس الشديد محلياً وإقليمياً ودولياً.

رابعاً: أهداف الدراسة:

1. الوقوع على أساليب تصميم المواقع الإلكترونية الرياضية العربية والأجنبية عينة الدراسة والتعرف على أوجه القوة والضعف بها.

2. رصد أوجه الشبه والاختلاف بين المواقع الإلكترونية الرياضية العربية والأجنبية عينة الدراسة في أساليب التصميم.

3. الوصول لمجموعة من المقترحات التي ترقى بالمواقع الإلكترونية الرياضية، والتي تسهم في تطويرها.

خامساً: الدراسات السابقة

1. دراسة نادر محمد عبد المطلب (2019) والتي تناولت إنتاج صحيفة إلكترونية لتنمية الوعي الرياضي، وذلك بالتطبيق على عينة من المراهقين الطفولة المبكرة "الصف الأول الإعدادي"، وذلك لرصد قياس دور الصحيفة الإلكترونية في التأثير على مستوى وعيهم الرياضي.

وسعت الدراسة إلى تناول هذا الموضوع في ضوء ارتفاع مستويات التعصب الرياضي بين الجماهير وبالتحديد بين المراحل السنية الأقل عمراً، وتحول الوسيط الإلكتروني وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي لساحة خصبة للخروج عن النص وتبادل السباب، مما يبعد عن المفهوم الأساسي والحقيقي للرياضة. وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، من أهمها:

- جاء فن "الخبر" كأكثر الفنون الخيرية التي يفضل قراءتها أفراد المجموعة التجريبية في الموضوعات الرياضية، حيث جاءت في الترتيب الأول، وتقاسم كل من "التقارير - الفيتشر" الترتيب الثاني. وفي الترتيب الثالث ظهر فن "الحوار"، في حين جاء بالترتيب الرابع، أما في الترتيب الخامس والأخير جاء فن "مقالات الرأي".

- جاءت "العناوين الرئيسية" كأهم العناصر التي تجذب انتباه أفراد عينة المجموعة التجريبية للموضوع الرياضي، فقد جاءت بالترتيب الأول بنسبة (33.3%)، تليها في الترتيب "الصور" بنسبة (26.7%)، أما "الفيديوهات - الألوان" فقط تقاسمتا الترتيب الثالث بنسبة (20.0%) لكل منهما، وفي الترتيب الرابع جاءت "المقدمة" بنسبة (13.3%)، ثم جاءت "العناوين الفرعية" بنسبة (10.0%) في الترتيب الخامس، تلاه "جسم الموضوع - المتن" في الترتيب السادس والأخير بنسبة (6.7%).

2. **دراسة وو يونج لي وآخرون (2017)** والتي استهدفت دراسة آثار التطابق والتأييد على مواقف المستهلكين تجاه إعلانات المواقع الرياضية، والعلامة التجارية الإعلانية، وعلاقتهم بالأنواع السلوكية للجمهور. وهي دراسة شبه تجريبية. وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، من أهمها:

- المشاركون الذين شاهدوا الإعلانات التجارية عبر المواقع الرياضية بتأييد كانوا أكثر إيجابية من أولئك الذين لم يشاهدوا الإعلان.

- أفاد المشاركون الذين يعانون من حالة توافق عالية أنهم أكثر إيجابية من أولئك الذين لديهم مطابقة منخفضة أو متوسطة.

- أوصت الدراسة بتوسيع نطاق تطبيق نظرية التطابق لتشمل الإعلانات، مما يساعدنا على فهم تصورات المستهلكين للإعلان.

3. **دراسة ينجينج جونج (2015)** والتي استهدفت دراسة تطور مبيعات المنتجات الرياضية عبر المواقع

الرياضية، والاختلافات بين تفضيلات العملاء المختلفة للمنتجات الرياضية، في ضوء المشاكل التي يواجهها موقع الويب الرياضي في حركة المنتجات. وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، من أهمها:

- أنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية لمستخدمي المواقع الإلكترونية الرياضية وتفضيلهم لنظم الحلول الحسابية للموقع.

4. **دراسة راشيل كريستين، وكالفيلد تيموثي (2015)** والتي استهدفت التحليل الكيفي للتغطية الإخبارية

وتعليقات الجمهور في الصحف والمواقع الإلكترونية الرياضية، وذلك من خلال تحليل المقالات الإخبارية

وتعليقات القراء من الصحف والمواقع الرياضية الكندية والأمريكية. وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، من أهمها:

- قد تؤدي التغطية الإعلامية التي تقدم وجهات نظر غير نقدية عبر الصحف والمواقع الإلكترونية الرياضية إلى خلق توقعات الجمهور.
- التغطية الإخبارية التي توفر تغطية أكثر توازناً أو انتقادية قد تثير أيضاً نقاشاً أكثر نقاءاً، كما يتضح من تعليقات القراء.

سادساً: تساؤلات الدراسة

- 1) ما أساليب تصميم المواقع الإلكترونية الرياضية العربية عينة الدراسة؟
- 2) ما أوجه القوة والضعف في أساليب تصميم المواقع الإلكترونية الرياضية العربية عينة الدراسة؟
- 3) ما العوامل المؤثرة في تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الرياضية العربية عينة الدراسة؟

سابعاً: التعريفات الإجرائية للدراسة

أساليب الإخراج الصحفي:

أ) **التعريف الإصطلاحي:** كلمة إخراج في اللغة تعني إخراج الشيء وإبرازه وإظهاره للوجود من خلال التنويع في العرض.

وبناءً على ذلك فإن الإخراج الصحفي هو العملية التي يتم بمقتضاها تحويل الحروف والصور والكلمات غير المرتبة على الصفحة إلى حروف وصور متناسقة وفق أسلوب معين يستخدمه

المخرج أو المصمم مستعيناً بالأسس والأساليب الإخراجية مقرونة بالخبرة الشخصية والحس الفني الذي يتمتع به.

ب) **التعريف الإجرائي:** هي الجوانب المتعلقة بتصميم المواقع والتي تؤثر على جودته سواء بالإيجاب أو السلب، وتتمثل تلك الجوانب في مكونات الموقع ذاته وأساليب عرضها، وأنواع بناء المعلومات بها، وأساليب عرض صفحاتها الرئيسية، ونماذج تصميم صفحاتها الداخلية، وعناصرها البنائية التقليدية والضوابط الواجب مراعاتها في عرضها، فضلاً عن عناصرها البنائية التكنولوجية التي تتيحها شبكة الانترنت وطبيعة مزايا وعيوب مختلف التقنيات المستخدمة في تشغيلها، والضوابط الواجب مراعاتها في عرضها، فضلاً عن تناول الأساليب المثلى لعرض الإعلانات بتلك المواقع، ومعايير جودة تصميمها، ومفهوم الإرتياح لمواقع الويب المتجاوز لمفهوم يسر استخدامها، وطبيعة الضوابط الواجب مراعاتها في تصميمها، وأبرز أخطاء التصميم التي يجب تلاشيها.

ثامناً: نوع منهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى **الدراسات الوصفية** ذات البعد الميداني المسحي، التي يرتبط مفهومها بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، وذلك لتصحيح الواقع أو تحديثه أو استكمالها أو تطويره.

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي باعتباره جهداً علمياً منظماً يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي يتم دراستها. حيث يعتبر منهج المسح واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، وينصب البحث الذي يتبع هذا المنهج على الوقت الحاضر، كما أنه يهدف إلى التوصل إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها.

تاسعاً: متغيرات الدراسة

- المتغير المستقل: أساليب الإخراج والتصميم للمواقع الرياضية (عينة الدراسة).
- المتغير التابع: المواقع الرياضية ذاتها (عينة الدراسة).

عاشراً: مجتمع وعينة الدراسة

يعرف مجتمع الدراسة بأنه الجمهور المستهدف الذي يهدف الباحث لدراسته ويعمم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع بضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه أو الاقتراب لجمع البيانات، والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافه ونختار منه عينة البحث.

مجتمع الدراسة التحليلية يتمثل بأساليب إخراج المواقع الرياضية المتخصصة، التي تمارس النشر الإخباري بشكل فوري مستمر على مدار اليوم، وينطبق عليها معايير المواقع الرياضية الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ويعتمد عليها أغلب قطاعات الجمهور في الحصول على

معلوماته الرياضية. وفي هذه الدراسة يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في المواقع الإلكترونية الرياضية العربية والأجنبية.

وبناءً على ما سبق، يتمثل مجتمع الدراسة الحالية، في تحليل المواقع التالية:

(1) موقع يلا كورة (www.yallakora.com): ممثلاً للمواقع الإلكترونية الرياضية

المصرية. وهو موقع مصري، يعد من أهم المواقع العربية الكروية حيث ينشر الموقع

الأخبار الرياضية العالمية والعربية والمصرية والآسيوية والأفريقية ويهتم بشكل مفصل

بأخبار الكرة ومواعيد المباريات ويبث المباريات مباشرة عبر الموقع الإلكتروني.

(2) موقع كورة (www.koora.com) وهو موقع عربي، ويعد أحد المواقع العربية

المتخصصة في الأخبار الرياضية العالمية العربية وأخبار الكرة والأخبار الرياضة العربية

ويستهدف الموقع المتابعين المتحدثين باللغة العربية ويعرض مواعيد المباريات والنتائج

والأهداف والتحليلات ويبث أخبار الدوري الإنجليزي والفرنسي والدورة الممتاز وأبطال أوروبا

وكذلك أخبار الرياضة المحلية والإقليمية.

ثاني عشر: أدوات الدراسة

تعتمد الدراسة على أداة استمارة تحليل مضمون.

66.7	30	-	-	100	15	100	15	فونت واحد	1
33.3	15	100	15	-	-	-	-	فونتين	2
100	45	100	15	100	15	100	15	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق الخاص بشكل الحرف (الفونت) المستخدم في الكتابة بالمواقع الإلكترونية الرياضية عينة الدراسة إلى الآتي:

جاء استخدام المواقع الإلكترونية الرياضية عينة الدراسة لـ (فونت واحد) في الصدارة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (66.7%)، وفي المرتبة الثانية جاء استخدام (فونتين) بنسبة بلغت (33.3%).

3- كثافة الحرف المستخدم في العناوين بالمواقع الإلكترونية الرياضية:

جدول رقم (3): كثافة الحرف المستخدم في العناوين بالمواقع الإلكترونية الرياضية

م	الموقع	بالاكورة		يوروسبورت		كوورة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	كثافة سوداء	15	50	15	100	15	100	45	66.7
2	كثافة بيضاء	15	50	-	-	-	-	15	33.3
	الإجمالي	30	100	15	100	15	100	60	100

تشير بيانات الجدول السابق بكثافة الحرف المستخدم في الكتابة بالمواقع الإلكترونية الرياضية عينة الدراسة إلى الآتي:

سيطرت (الكثافة السوداء) على أنواع الكثافات المستخدمة في كتابة العناوين بالمواقع الإلكترونية الرياضية، وذلك بنسبة مئوية بلغت (66.7%).

وفي المرتبة الثانية جاءت (الكثافة البيضاء) في المرتبة الثانية بنسبة (33.3%).

4- شكل حرف المتن (الفونت) المستخدم في المواقع الإلكترونية الرياضية:

جدول رقم (4): شكل حرف المتن (الفونت) المستخدم في المواقع الإلكترونية الرياضية

م	الموقع	يالا كورة		يوروسبورت		كوورة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	شكل حرف المتن فونت واحد	15	100	15	100	15	100	45	100
	الإجمالي	15	100	15	100	15	100	45	100

تشير بيانات الجدول السابق الخاص بشكل حرف المتن (الفونت) المستخدم في المواقع الإلكترونية الرياضية إلى الآتي:

اعتمدت المواقع الإلكترونية الرياضية عينة الدراسة على شكل حرف (فونت) واحد خلال فترة عينة التحليل، وذلك بنسبة مئوية بلغت (100%).

رابع عشر: توصيات الدراسة

خامس عشر: مصادر الدراسة

