

نوفمبر ٢٠٢٤

مجلة التراث والتصميم - المجلد الرابع - عدد خاص (1)
المؤتمر الاول لكلية التصميم والفنون الإبداعية جامعة الازهرام الكندية
تحت عنوان (رؤية مستقبلية للصناعة المصرية)

استراتيجية تصميم تجربة مستخدم فعالة لتطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية
(دراسة تجريبية على تطبيق الهاتف الذكي لبوابة الأهرام)

**Efective User Experience Design Strategy for Smartphone News
Applications (An Experimental Study on Al-Ahram gate Smartphone App)**

أ.د/ مروة إبراهيم سليمان النخيلي

أستاذ بقسم الطباعة والنشر والتغليف - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

Prof. Dr. Marwa Ibrahim Soliman El-Nikhali

**Professor at faculty of Applied Arts – Printing, publishing & Packaging Department,
Helwan University**

marwaibrahim2078@gmail.com

أ.م.د/ هيثم محمد نجيب

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

Assist. Prof. Dr. Haitham Mohammed Nagib

**Professor at faculty of Applied Arts – Printing, publishing & Packaging Department,
Helwan University**

haitham_mohamed@a-arts.helwan.edu.eg

م.م/ جهاد عيد حسن

مدرس مساعد بقسم الطباعة والنشر والتغليف - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

Assist.Prof.Dr. Jihad Eid Hassan

**Assist. Lect. at faculty of Applied Arts – Printing, publishing & Packaging Department,
Helwan University**

gehadeidh@a-arts.helwan.du.eg

الملخص

شهدت الصحافة الإلكترونية تطورات سريعة ومتلاحقة على مستوى تقنيات صناعتها وأساليب تحريرها ونشرها حيث ظهر مصطلح ما يسمى بصحافة الموبايل والقارئ الرقمي، كما أتاحت منصات التواصل الاجتماعي المختلفة وتطبيقات الهواتف الذكية قنوات رقمية جديدة للحصول على الأخبار. ومع انتشار العديد من المنصات الإخبارية غير المتخصصة وفي ظل تدفق الأخبار غير الصحيحة أصبح التنقيح ومعرفة خلفية كل خبر والتحري عن دقته أحد أهم الأمور التي يبحث عنها القارئ الرقمي وتدفعه إلى متابعة المنصات ذات الثقة وبالأخص من خلال تطبيقات الهاتف الذكي الإخبارية التي أصبحت أكثر شعبية وقبولاً وموثوقية. وانتبهت مختلف المؤسسات الصحفية والمواقع الإخبارية إلى أهمية تلك التطبيقات، وزادت المنافسة فيما بينها للحصول ومن ثم الحفاظ على أكبر عدد من القراء. فانعكس ذلك على اهتمامهم بتحسين عناصر تجربة المستخدم لتطبيقاتهم الإخبارية كتعزيز للقيمة المضافة من موثوقية الأخبار لتلك التطبيقات من خلال تجربة مستخدم فعالة من حيث (أسلوب التحرير الصحفي للأخبار -تسلسل الأخبار - سهولة التنقل - تصميم واجهة المستخدم -توظيف الوسائط المتعددة لدعم المحتوى).

ومن هنا ظهرت مشكلة البحث والتي تكمن في ضرورة وجود استراتيجية محددة كمنهجية علمية لبناء وتصميم تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية المصرية وفقاً لمعايير تحقق الجانب الوظيفي ويسر الاستخدام وبما يضمن وجود تجربة مستخدم فعالة. وذلك من خلال تحسين عناصر تجربة المستخدم لتلك التطبيقات ومن ثم تعزيز قيمتها المضافة وزيادة موثوقية الأخبار التي تنشرها.

وعلى ذلك فقد هدف البحث إلى وضع استراتيجية لتصميم تجربة مستخدم فعالة لتطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية بما يحقق الجانب الوظيفي ويسر الاستخدام. ثم تطبيق الإستراتيجية المقترحة من خلال إعادة تصميم تجربة المستخدم لتطبيق هاتف ذكي خاص بأحد الصحف المصرية.

وجاءت أهمية البحث في مواكبة التطورات المتلاحقة في مجال الإعلام الرقمي وتحقيق معدلات متابعة وتفاعل أكبر للقراء من خلال تحسين تجربة مستخدم تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية المصرية خاصة في ظل تزايد أعداد القراء الرقميين في السنوات الأخيرة.

ولتحقيق أهداف البحث قام الباحثون بوضع استراتيجية كمنهجية علمية لبناء تصميم تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية بالاعتماد على نتائج دراسة بحثية تحليلية سابقة على عينة من تلك التطبيقات، رصدت عوامل القوة والضعف بها من خلال تحليل عناصر (تصميم واجهة المستخدم - قابلية الاستخدام - تجربة المستخدم والتصميم التفاعلي). ومن ثم أتبع الباحثون المنهج التجريبي من خلال تطبيق الإستراتيجية المقترحة في إعادة تصميم تطبيق الهاتف الذكي لبوابة الأهرام لتحسين تجربة المستخدم له.

وقد توصل الباحثون إلى أن بناء هيكل الخبر الصحفي عبر تطبيقات الهاتف الذكي يتطلب توظيف العناصر الجرافيكية والتبيوغرافية مع عناصر الحركة والصوت والتفاعلية في (النصوص، العناوين، الصور، الفيديو، الحركة والتسجيلات الصوتية) توظيفاً ملائماً بما يحقق التكامل بين الشكل والمضمون من خلال واجهة مستخدم تفاعلية سهلة الاستخدام وبما يحقق تجربة مستخدم تفاعلية.

وبناء عليه فيوصي الباحثون بضرورة إتباع الإستراتيجية المقترحة عند تصميم تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية المصرية كمنهجية علمية للوصول إلى تصميم تجارب مستخدم فعالة مع التطبيقات الإخبارية.

Abstract

Various social media platforms and smartphone applications have provided new digital channels for news access. With the spread of non-specialized news platforms and the influx of fake news, investigating and verifying the accuracy of information has become one of the digital reader's main concerns. This drives them to follow trustworthy platforms, particularly through news smartphone applications, which have become more popular, accepted, and reliable.

Various press institutions and news websites have recognized the importance of these applications, intensifying competition to attract and retain the largest number of readers. This has led to their interest in enhancing user experience elements for their news applications as a means of enhancing the added value of news reliability through an effective user experience.

The research has highlighted the problem of the need for a specific strategy as a scientific methodology for building the design of Egyptian news smartphone applications according to standards that achieve functional aspects and user convenience, ensuring the presence of an effective user experience. This is achieved by improving the user experience elements for these applications, enhancing their added value, and increasing the reliability of the news they publish.

The research aimed to develop a strategy for designing an effective user experience for news smartphone applications that achieves functional aspects and usability. This strategy was implemented by redesigning the user experience of a smart phone application for an Egyptian newspaper.

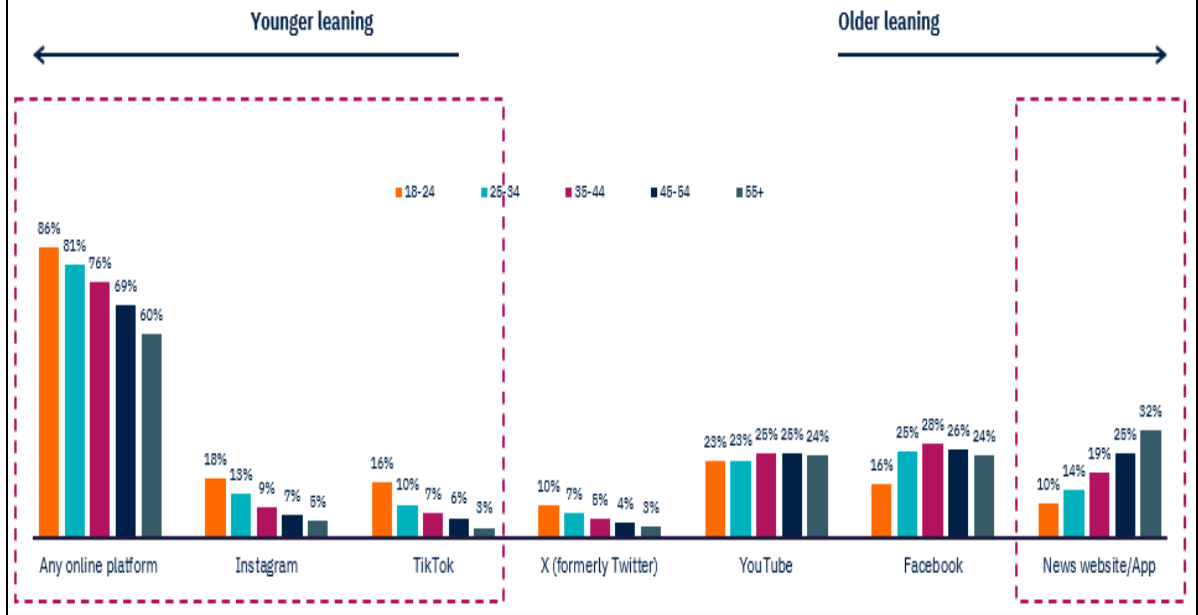
Keywords

Strategy ،(UI) User Interface ،Experience (UX) ،Persona ،Digital readers

المقدمة

شهدت الصحافة الإلكترونية تطورات سريعة ومتلاحقة على مستوى تقنيات صناعتها وأساليب تحريرها ونشرها حيث ظهر مصطلح ما يسمى بصحافة الموبايل والقارئ الرقمي، كما أتاحت منصات التواصل الاجتماعي المختلفة وتطبيقات الهواتف الذكية قنوات رقمية جديدة للحصول على الأخبار. ومع انتشار العديد من المنصات الإخبارية غير المتخصصة وفي ظل تدفق الأخبار غير الصحيحة أصبح التقصي ومعرفة خلفية كل خبر والتحري عن دقته أحد أهم الأمور التي يبحث عنها القارئ الرقمي وتدفعه إلى متابعة المنصات ذات الثقة وبالأخص من خلال تطبيقات الهاتف الذكي الإخبارية التي أصبحت أكثر شعبية وقبولاً وموثوقية. وانتبهت مختلف المؤسسات الصحفية والمواقع الإخبارية إلى أهمية تلك التطبيقات، وزادت المنافسة فيما بينها للحصول ومن ثم الحفاظ على أكبر عدد من القراء. فانعكس ذلك على اهتمامهم بتحسين عناصر تجربة المستخدم لتطبيقاتهم الإخبارية كتعزيز للقيمة المضافة من موثوقية الأخبار لتلك التطبيقات من خلال تجربة مستخدم فعالة من حيث أسلوب التحرير الصحفي للأخبار -تسلسل الأخبار - سهولة التنقل - تصميم واجهة المستخدم -توظيف الوسائط المتعددة لدعم المحتوى). ونظراً لما بدأت تواجه صناعة الصحافة والإعلام من مشاكل خلال الأعوام القليلة الماضية وفقاً لتقرير معهد رويترز السنوي للأخبار الرقمية Digital News Report 2024 في النسخة الثالثة عشر منه والصادرة في شهر يونيو ٢٠٢٤، والذي يستند إلى بيانات استطلاع أجرته شركة (YouGov) وشارك فيه أكثر من ٩٥٠٠٠ شخص من ٦ قارات و٤٧ دولة يمثلون نصف سكان العالم، والخاص بمستقبل الصحافة في مواجهة موقع يوتيوب (YouTube) ومنصة تيك توك (TikTok) والمؤثرين، زاد اهتمام المؤسسات الصحفية والمواقع الإخبارية بتطوير تطبيقاتها الإخبارية وتحسين تصميم تجربة المستخدم لها والعمل على الحفاظ على مكانتها الإعلامية وسط المنافسات الشرسة من مصادر الأخبار الجديدة. وزاد هذا الاتجاه بسبب التباينات الحادثة ما بين الانخفاض في ثقة الجمهور نتيجة لتزايد المعلومات الخاطئة والمضللة، والتقدم المتسارع للذكاء الاصطناعي والهجمات من قبل السياسيين، وما بين توقف عمالقة التكنولوجيا مثل Meta و Google عن دعم وصول الأخبار، بعدما استبدلوا الصحفيين بالمبدعين والمؤثرين للحفاظ على مكانتهم أمام المنافسين المدعومين بالذكاء الاصطناعي مثل (Microsoft) ، وما بين مقاومة الضغوط التي يمارسها رجال الأعمال أو الحكومات في بعض أنحاء العالم، للتأثير على التغطية والسيطرة على الروايات الصحفية. (reutersinstitute 2024)

ووفقا للتقرير فإن نسبة اعتماد الجمهور على مواقع الويب أو التطبيقات الإخبارية كمصدر رئيسي للأخبار قد انخفضت بنسبة ١٠ نقاط مئوية عن عام ٢٠١٨، حيث حددها كمصدر للأخبار حوالي خمس المشاركين في التقرير العالمي فقط بنسبة (٢٢%) . ويوضح شكل (١) التالي المنصات الرئيسية لمشاهدة مقاطع الفيديو الإخبارية حسب العمر:



شكل (١) المنصات الرئيسية لمشاهدة مقاطع الفيديو الإخبارية حسب العمر خلال أسبوع واحد من يونيو ٢٠٢٤
(REUTERSINSTITUTE 2024)

مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في ضرورة وجود استراتيجية محددة كمنهجية علمية لبناء وتصميم تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية المصرية وفقا لمعايير تحقق الجانب الوظيفي ويسر الاستخدام وبما يضمن وجود تجربة مستخدم فعالة. وذلك من خلال تحسين عناصر تجربة المستخدم لتلك التطبيقات ومن ثم تعزيز قيمتها المضافة وزيادة موثوقية الأخبار التي تنشرها.

أهداف البحث

يهدف البحث إلى

- وضع استراتيجية لتصميم تجربة مستخدم فعالة لتطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية بما يحقق الجانب الوظيفي للتطبيق ويسر استخدامه.
- تطبيق الإستراتيجية المقترحة من خلال إعادة تصميم تجربة المستخدم لتطبيق هاتف ذكي خاص بأحد الصحف المصرية.

أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث في مواكبة التطورات المتلاحقة بمجال الإعلام الرقمي وتحقيق معدلات متابعة وتفاعل أكبر للقراء من خلال تحسين تجربة مستخدم تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية المصرية خاصة في ظل تزايد أعداد القراء الرقميين في السنوات الأخيرة.

■ تساؤلات البحث

يمكن صياغة تساؤلات البحث في النقاط التالية:

- هل يمكن وضع استراتيجية تحقق الجانب الوظيفي لتصميم تجربة مستخدم تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية تعمل على زيادة فاعليتها ويسر استخدام تلك التطبيقات؟
- هل حققت الإستراتيجية المقترحة الأهداف المحددة لها عند تطبيقها في عملية إعادة تصميم تجربة المستخدم لـ "تطبيق الهاتف الذكي لبوابة الأهرام"؟

■ حدود البحث

- الحدود المكانيّة: جمهورية مصر العربية.
- الحدود الزمانيّة: الفترة الزمنية من بداية شهر يونيو ٢٠٢٤ وحتى نهاية شهر يوليو ٢٠٢٤، ولمدة شهرين.
- الحدود التطبيقية: واجهة وتجربة المستخدم لـ "تطبيق الهاتف الذكي لبوابة الأهرام".

■ منهج البحث

يتبع هذا البحث المنهج التجريبي.

أولاً: دراسة المعرفة السابقة:

1. مفهوم الاستراتيجية وأهدافها وخطواتها:

تعرف الاستراتيجية على أنها علم وفن وضع الخطط العامة المدروسة بعناية والمصممة بشكل متلاحق ومتفاعل ومنسق لاستخدام الموارد بمختلف أشكال الثروة والقوة لتحقيق الأهداف الكبرى. وبذلك فإن الاستراتيجية تعني خطة لتنظيم القوى، وتعبئة المواد وتنسيق الجهود لتحقيق أهداف محددة. (الحربي ٢٠١٠)

كما عرفها "باول كيندي" (Kennedy Paul) بقوله: (الاستراتيجية الكبرى الحقيقية معنية بالسلم بقدر ما هي معنية بالحرب ربما أكثر منها فهي معنية بالسياسات، تطورا وتكاملا؛ تلك السياسات التي يجب أن تبقى صالحة لعقود بل وربما لقرون ولا تنتهي هذه الاستراتيجية بانتهاء الحرب، كما أنها لا تبدأ بانديالها). كما تعرف الاستراتيجية بأنها همزة وصل مهمة بين الوسائل والغايات. (ستون ٢٠١٤)

ويؤكد مايكل بورتر، خبير علم الاستراتيجية بكلية هارفارد للأعمال، على ضرورة أن تعرف الاستراتيجية وتحدد الوضع الفريد للمنظمة، كما يجب عليها أن تحدد كيفية دمج الموارد والمهارات والكفاءات التنظيمية لخلق ميزة تنافسية. مع الأخذ في الاعتبار أن التخطيط للنجاح في السوق أمر مهم وهو دائماً العنصر المتطور من الاستراتيجية، وهذا يعني أنه على المنظمات أن تستفيد بالكامل من الفرص المتاحة لها، وأن تتنبأ بالمستقبل وتستعد له على جميع المستويات. (القراري ٢٠١٦)

ونخلص إلى أن "الاستراتيجية" تمثل خطة شاملة أو نهج محدد تتبناه منظمة أو فرد بهدف تحقيق أهداف معينة، حيث تشمل تحليل الوضع الراهن، وتحديد الأهداف المستقبلية، وتوفير الموارد اللازمة، واتخاذ القرارات المناسبة لتحقيق تلك الأهداف. يمكن تطبيق الاستراتيجيات في مجالات متعددة مثل الأعمال، التعليم، العلوم العسكرية، التصميم، الإنتاج، الرياضة، وغيرها.

وتوجد مجموعة من الأهداف التي تحرص الإستراتيجية على تطبيقها، وهي:

- معرفة الوضع الحالي للعمل الذي ستعمل على تنفيذه، والتعرف على كافة العناصر المكونة له.
- تحديد كافة الأدوات والوسائل التي ستستخدم لتطبيق العمل.
- إدراك إيجابيات وسلبيات العمل المرتبط بالإستراتيجية.
- الاستفادة من إيجابيات العمل، والحرص على تنفيذها بأسلوب صحيح.
- توفر الظروف، والبيئة المناسبة لتنفيذ الإستراتيجية.
- مراعاة مناسبة كافة العوامل المحيطة بالإستراتيجية مع طبيعة المهام التي ستقوم بها، مما يؤدي إلى الوصول لتحقيق النتائج المطلوبة من العمل.

خطوات بناء خطة عمل إستراتيجية

- 1- تحديد الرؤية والرسالة الخاصة بالعمل.
- 2- تحليل بيئة العمل.
- 3- تحديد الأهداف.
- 4- تحديد الاحتياجات من الموارد البشرية.
- 5- تقييم الموارد.
- 6- تطوير الإستراتيجية.
- 7- إنشاء خطة العمل.
- 8- تقييم النجاح. (وافق ٢٠٢٤)

2. مفهوم عملية إعادة تصميم التطبيقات الإخبارية Redesign Process:

يقصد بمفهوم عملية إعادة التصميم وفقاً لتعريف قاموس أكسفورد " تصميم أي منتج من جديد أو تصميمه بطريقة مختلفة".
(dictionaries. 2024)

وتعرف عملية إعادة التصميم بأنها عملية تهدف إلى تحسين وتطوير تصميم منتج أو خدمة معينة من خلال تحليل العناصر الحالية وتقييم فعالية التصميم الأصلي، ثم العمل على تطوير وتحسين هذه العناصر للوصول إلى أفضل نتيجة تلبية احتياجات المستخدمين وتساعد المستخدمين على الوصول لأهدافهم بصورة أفضل، وتساهم في تحقيق قيمة إضافية، سواء من خلال تحسين الأداء، أو زيادة الرضا لدى العملاء، أو تقديم ميزات جديدة. (Joyce 2024)

وتشمل عملية إعادة تصميم التطبيقات الإخبارية عدة جوانب منها التصميم الجرافيكي، حيث يتم تحسين المظهر البصري للتطبيق. وتجربة المستخدم والتي يتم فيها تحسين تفاعل المستخدمين مع المنتج، مما يجعل الاستخدام أسهل وأكثر فعالية. وتحديث البرمجيات أو التطبيقات لتكون أكثر حداثة أو لتتوافق مع التكنولوجيا الجديدة. وتحتاج عملية إعادة التصميم إلى فهمًا شاملاً لتفاعل المستخدم الحالي ونقاط الضعف الحالية بالتطبيق.

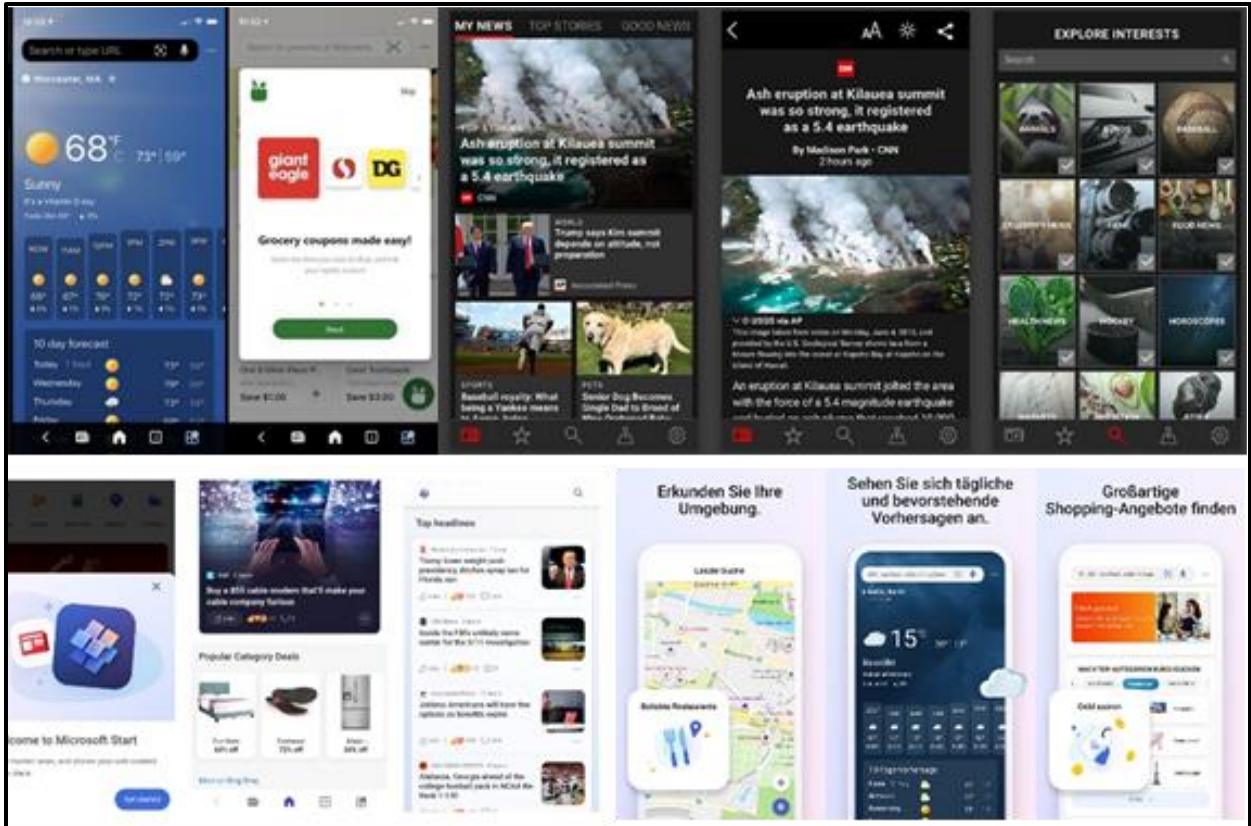
وقد تشمل عملية إعادة التصميم إما تحديثات تدريجية أو تغييرات كاملة في التطبيق الأصلي، فممكن أن تكون التغييرات الكبيرة ضرورية، ولكنها أيضاً تحتاج إلى الحرص حيث يمكن أن تؤدي إعادة التصميم على نطاق واسع إلى نفور المستخدمين

إذا لم تُدار بعناية. ويجب اعتماد مثل هذه القرارات على أدلة قوية تهدف إلى تحقيق أهداف تركز على المستخدم، خاصة في الحالات التي يتأثر فيها رضا المستخدم بشكل كبير. (Loranger 2024)

وتتضمن الخطوات الرئيسية لإعادة تصميم تطبيق هاتف ذكي يركز على المستخدم إشراك أصحاب المصلحة، وإجراء أبحاث شاملة حول المستخدمين، وتنسيق الموارد لإنشاء رؤية مشتركة. وأخذ ملاحظات المستخدمين لضمان تلبية التطبيق لاحتياجاتهم الفعلية. (Loranger 2024)

ولأن لكل تطبيق إخباري تابع لمؤسسة اعلامية أو موقع إخباري الطابع المميز له والشخصية الثابتة بالإضافة إلى الهوية البصرية الخاصة التي أعتاد قراءه ومستخدموه عليها وارتبطت في أذهانهم، يفضل إعلام القراء بعملية إعادة التصميم قبل البدء في تنفيذها حتى يتوفر عنصر التشويق من ناحية، وحتى لا يتفاجأ القراء بالتصميم الجديد من ناحية أخرى، مما يحقق عملية الولاء بين التطبيق والمستخدمين. وقد تكون عملية إعادة التصميم جزء من استراتيجية ذكية واستباقية للبقاء في المستقبل من جانب المؤسسة الإعلامية، وذلك لافتراض أنهم يتعاملون مع المشكلة قبل وقوعها.

ويساعد تحسين تجربة المستخدم في تنمية ولاء المستخدمين بدلاً من جذب زوار عابرين، حيث إن المستخدمين المخلصين يوفرهم قيمة مالية أكبر للتطبيقات الإخبارية من خلال التفاعلات المتكررة. ويتم تعزيز هذا الولاء عن طريق توفير محتوى جديد وتحديثات، وتعتبر التحديثات الجديدة والمتوقعة للمحتوى في الوقت المناسب ضرورية للحفاظ على اهتمام المستخدمين وولائهم للتطبيق، وتكوين تجاربهم الخاصة بهم. كما تلعب خدمة العملاء أدوارًا حاسمة ومهمة في التطبيقات الإخبارية في ظل وجود تحديات تواجه بناء الولاء للتطبيق في بيئة يمكن للمستخدمين فيها استكشاف المنافسين بسهولة. (Nielsen)



شكل (٢) الفرق بين تصميم تطبيق مايكروسوفت للأخبار قبل إعادة التصميم (لأعلى) وبعد إعادة التصميم لأسفل
(SHABANOV 2021) (KELLEN 2018)

(2007) ويوضح شكل (٢) التالي الفرق بين تصميم تطبيق مايكروسوفت للأخبار قبل إعادة التصميم (لأعلى) وبعد إعادة التصميم لأسفل:

3. تطور أنماط وتوجهات واجهة المستخدم **UI styles and trends through the years**

يعد التصميم الجيد لواجهة المستخدم عنصراً هاماً جداً للحصول على تجربة مستخدم واضحة وقابلة للاستخدام. وغالباً ما يتم وصف واجهة المستخدم الفعالة بأنها غير مزعجة وسلسة، وتحتوي على عوامل بصرية غير مشتتة تقوم بدعم وظائف المنتج الرقمي.

في عام ١٩٨٧ نشرت إرشادات واجهة المستخدم (HIG) لأول مرة

حيث تم إصدار جهاز ماكنتوش، وهذه الإرشادات تتحدث عن اتساق التصميم البصري وقياس نجاح التصميم البصري من خلال رضا المستخدمين ومدى قدرتهم على إنجاز المهمة التي بدأوا بها. تم استخدام عناصر مسطحة وعصرية مع الحفاظ على مبادئ التصميم الأساسية الذي تم تأسيسها منذ زمن طويل، واستخدام عناصر تصميمية تحاكي الواقع، وأصبحت مهمة جداً قبل التصميم الجمالي.

- التماثل الوظيفي **Skeuomorphism** هو مصطلح معروف في عالم تصميم واجهات المستخدم الرسومية، ويشير إلى عناصر الواجهة التي تحاكي نظيراتها في العالم الحقيقي من حيث الأسلوب، مما يجعل التعامل مع الواجهات سهل لأنه مألوف، حيث يتم استخدام رسومات وتوضيحات ثلاثية الأبعاد، واستخدام اضاءة وانعكاسات حول عناصر واجهة المستخدم. - في التسعينيات تم تقديم واجهات رسومية لامعة، والتي على الرغم من كونها نوستالجية، غالباً ما تكون غير عملية لتجربة المستخدم الحديثة، فاستخدمت الألوان البراقة ذات ٨ بت والرسوم المتحركة. وأصبحت الكثير من الأساليب المستخدمة في التسعينيات غير مناسبة أو حتى قابلة للاستخدام في الوقت الحالي.

- في الألفيات مع إصدار الهواتف الذكية وإصدار "متجر التطبيقات" من شركة أبل في عام ٢٠٠٨ — وتبعه لاحقاً إطلاق "متجر بلاي" من جوجل، مما أشار إلى بداية فترة ثورة التطبيقات في السنوات القادمة؛ شهدت تلك الفترة ظهور التصميم المسطح غير المجسم وسهل الوصول وانتشر مصطلح تصميم تجربة المستخدم (UX) بشكل واسع.

- في عام ٢٠١٤، أطلقت جوجل أول إصدار من أنظمة التصميم **Material Design**، ومنذ إنطلاقه وتجديده في عام ٢٠١٨، أصبح النظام ليس فقط مصدر إلهام للعديد من المصممين، بل الأداة الرئيسية في ممارستهم، حيث يحتوي على عناصر التصميم المختلفة من الخطوط والألوان والأيقونات والأساليب، وتم إنشاؤه لمساعدة فرق التصميم على إنشاء تجارب رقمية رائدة وحديثة لنظامي أندرويد و iOS و Flutter والويب. (Geo 2022)

- منذ عام ٢٠١٠ وحتى اليوم أصبح التصميم ثنائي الأبعاد أو المسطح **Flat design** أحد الاتجاهات البصرية الرئيسية في التصميم، وقد وُلد من الحاجة إلى جعل التطبيقات أكثر سهولة من خلال تصميم واجهة بسيط. فهو النهج المثالي لتحسين قابلية الاستخدام يركز التصميم ثنائي الأبعاد على البساطة وقابلية القراءة، وأن كل عنصر في التصميم له غرض واحد واضح ومباشر. وانتشر التصميم المسطح أو ثنائي الأبعاد على نطاق واسع في التصميم الرقمي، ويتميز باستخدام ألوان مصمتة استخدام وعدد محدود من الألوان، واستخدام الرسوم المتحركة والرسوم ثنائية الأبعاد.

- المينيماليزم: يأخذ المينيماليزم في واجهة المستخدم التبسيط إلى مستوى أبعد من التصميم المسطح، حيث يتم إنشاء تصميم بسيط لكنه قوي. ويتمحور هذا النمط حول استخدام أقل عدد ممكن من العناصر، والتركيز على استخدام المساحات

مجلة التراث والتصميم - المجلد الرابع - عدد خاص (1)
المؤتمر الاول لكلية التصميم والفنون الإبداعية جامعة الازهرام الكندية
تحت عنوان (رؤية مستقبلية للصناعة المصرية)
البيضاء، وعدم استخدام أي عناصر زائدة. ويركز هذا النهج التصميمي على اللون والنسبة، وحجم المساحة المحيطة،
والوظائف القليلة.

ويوضح شكل (٣) التالي مراحل تطور أنماط وتوجهات واجهة المستخدم من الألفيات حتى الآن.



شكل (٣) مراحل تطور أنماط وتوجهات واجهة المستخدم (GEO 2022)

4- الإضافات الحديثة لتصميم واجهات المستخدم:

- عناصر ثلاثية الأبعاد ورسوم متحركة: ازدهرت استخدامات الرسومات ثلاثية الأبعاد في السنوات الأخيرة لا تقتصر المنتجات الرقمية الحديثة على الصور الثابتة فحسب، بل تشمل أيضًا الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد الجميلة التي يمكن أن تقدم المزيد لسياق للمستخدم.
- رسوم توضيحية للأخطاء التي تحدث في النظام ورسائل التنبيه للأخطاء، أصبحت تقدم في صيغة مرحة ترضي المستخدمين.
- تصميم واجهة المستخدم الصوتية، والتفاعلات بدون لمس مع تطوير التقنيات الجديدة والحاجة إلى الوصول، ازدادت شعبية واجهات التحكم الصوتي، وأصبحت تجربة الاستخدام بشكل عام أكثر شمولية وتكاملاً.
- الواقع المعزز والواقع الافتراضي الذي أصبح أكثر انتشارًا وتفضيلاً من قبل المستخدمين. بدأنا من فلاتر الوجه في العديد من التطبيقات الاجتماعية إلى ألعاب الواقع الافتراضي وتجارب علمية وثقافية، ولا تزال واجهات وأنظمة التحكم وتجارب الواقع المعزز والواقع الافتراضي قيد الاختبار والتعريف باستخدام التكنولوجيا الجديدة.

4. الجمهور النشط Active audience والقراء الرقميين Digital Readers

لقد مرت علاقة الجمهور بوسائل الإعلام المختلفة بمراحل عدة ، اختلفت فيما بينها وفقا لدوافع تعرضه لهذه الوسائل، والإشباع المتحقق منها، ومع التطور التكنولوجي التي شهدته البشرية منذ ظهور شبكة الإنترنت، مروراً بظهور المدونات الإلكترونية، ووسائل التواصل الاجتماعي، وتحولها مع مرور الوقت لمنصات يستخدمها الجمهور بمختلف

شرائحه للتعبير عن آرائه ويسجل عبرها تجاربه الشخصية، أو يستخدمها كمنصات لنقل الأحداث التي تقع حولهم في إطار ما يطلق عليه صحافة المواطن ونقل الأحداث المختلفة التي تقع حوله، ما يعني تحوله من "متلقي أو مستقبل فقط" للمعلومات إلي جمهور نشط صانع ومتلقي للمحتوى ومتفاعل معه حيث حدثت تحولات في أدوار الجمهور وأنماط توظيفه للتقنيات الرقمية وتطبيقات الهاتف الذكي ومواقع الويب، والمنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي فاستخدمها لأغراض أما شخصية مثل تكوين صداقات والتواصل مع الآخرين أو مهنية كوسيلة لتسويق أفكار ومنتجات وغيرها، أو بالاعتماد علي هذه المنصات كمصدر لاستقاء المعلومات، وكوسيلة نشر وعرض للمحتوى الذي ينتجه هذا الجمهور. وكذلك إطلاق الصحف الورقية لنسخ إلكترونية منها أتاحت للجمهور إبداء تعليق على المحتوى المنشور في الموقع الإلكتروني.

هذه الخطوات بلا شك قد حررت الجمهور بعض الشيء من مفهوم السلبية الذي ارتبط في جوهره بأن الجمهور متلقي فقط، وخرجت به إلي دائرة أكبر أن هذا الجمهور بإمكانه إبداء رأيه علي المحتوى المنشور، أو تحوله إلي «صحفي» يقوم بتوثيق الأحداث ونقلها بحكم تواجده في قلب الحدث. وتزايد الأمر مع بروز وسائل التواصل الاجتماعي، وتعدد أشكالها ومنصاتها، والمزايا التفاعلية التي أتاحتها التي عدت بدورها أشكال القوالب التي يقدم من خلالها المحتوى عبر هذه المنصات، وأساليب التفاعل مع هذا المحتوى، بشكل انعكس علي نفوذ الجمهور وتأثيره في العملية الاتصالية، حيث أصبح الجمهور صانع للمحتوى ومتفاعلاً معه بأشكال عديدة سواء بإبداء الإعجاب أو التعليق أو المشاركة مع الآخرين، وأصبحت الحسابات الشخصية للمواطنين بمثابة منصات نشر وتوزيع لمحتواهم (Living-stone).

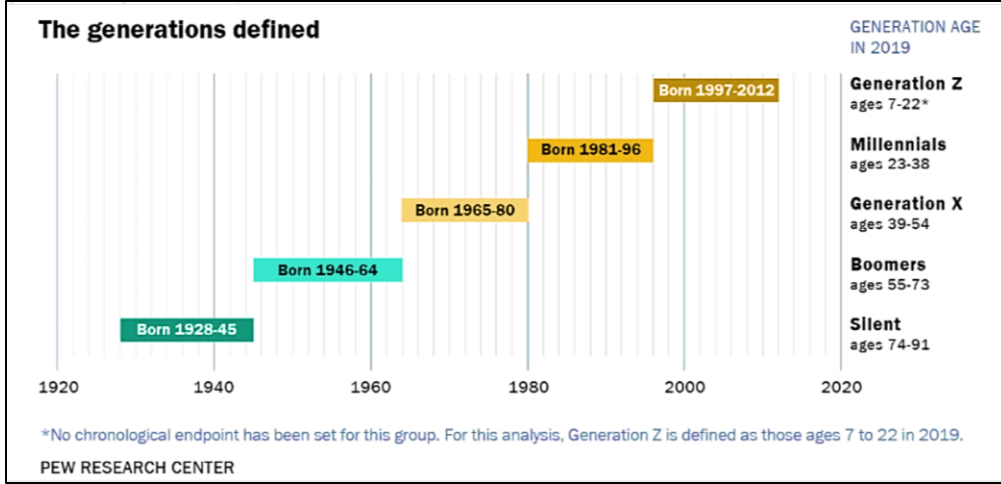
Sonia. 2013, p.22

وفي ضوء تلك التحولات نجد أن شرائح الجمهور الرقمي قد تعددت، حيث يتم تقسيمها وفق حقب زمنية تفصل بين جيل وآخر، ولكل جيل سماته النوعية التي تميزه عن الآخر من حيث تفضيلاته واهتماماته وخصائصه، وعلاقته بوسائل الإعلام بوجه عام، والتعامل مع التكنولوجيا علي وجه التحديد.

وقد وضع مركز بيو الأمريكي للدراسات والبحوث تصنيفاً لشرائح الجمهور الرقمي وفق الحقب الزمنية في تقرير تم نشره عام "Pew Research Center, 2019" كما هو موضح في شكل (٤) التالي :

- الجيل الصامت Generation Silent: يطلق هذا الاسم على الذين ولدوا بين العشرينيات وحتى منتصف الأربعينيات، بسبب الاعتقاد بأن المولودين في تلك الحقبة قد تم تعليمهم التزام الصمت وعدم التعبير بصراحة عن آرائهم في الأحداث الجارية، ولم تتوفر لديهم منصات للتعبير عن آرائهم.
- جيل الطفرة Generation Boomers: يطلق هذا المسمى على من ولدوا خلال الفترة بين ١٩٤٦-١٩٦٤.
- جيل Generation X: هو ذلك الجيل الذي ولد بين عامي ١٩٦٥ - ١٩٨٠، وأبرز ما يميزهم أنهم أكثر ارتباطاً بالتكنولوجيا عن الجيلين السابقين.
- جيل Generation Y: ويطلق هذا المسمى على الذين ولدوا بين عامي ١٩٨١-١٩٩٦، ما يعني أن هذا الجيل ولد بالتزامن مع ظهور شبكة الإنترنت، وبداية التطور التكنولوجي.
- جيل Generation Z: وهم فئة المراهقين الذين ولدوا بين ١٩٩٧-٢٠١٢، وبالتالي فإن هذا الجيل قد ولد في ظل ثورة الإنترنت وظهور منصات التواصل الاجتماعي، والهواتف الذكية وتطبيقاتها، والذكاء الاصطناعي. (الخير

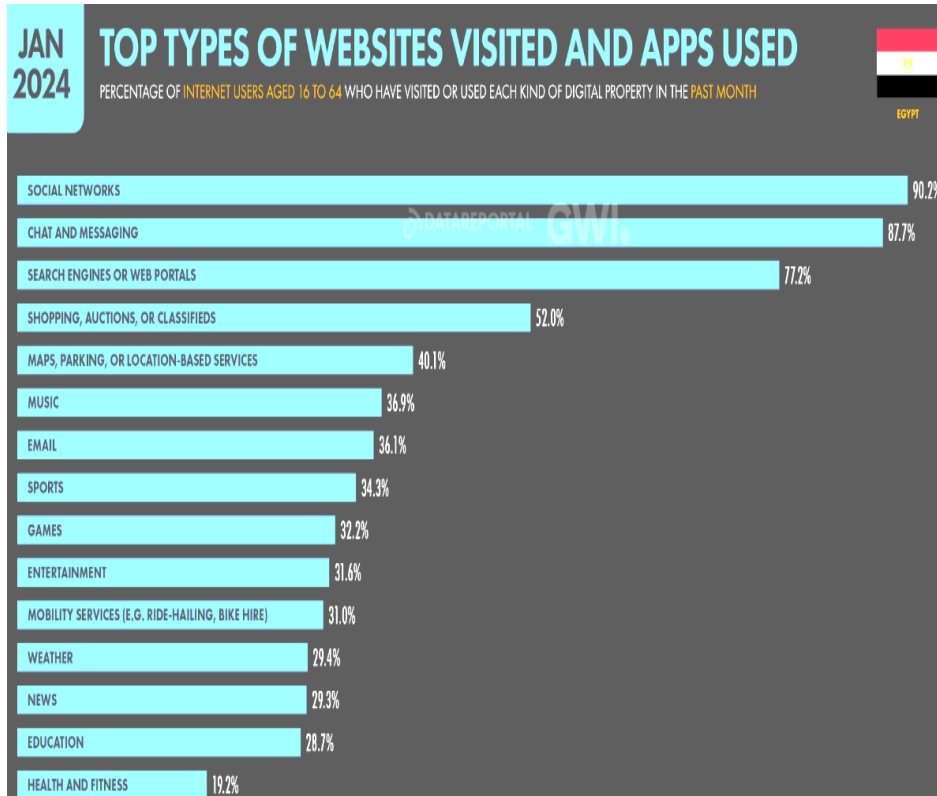
(٢٠٢٣)



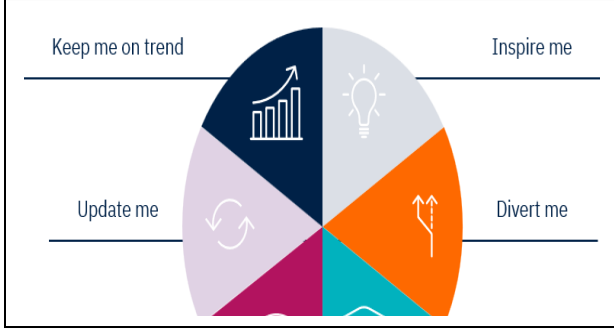
شكل (٤): تصنيف فئات الجمهور الرقمي وفق الحقب الزمنية (DIMOCK 2019)

5. توجهات الجمهور من القراء الرقميين واحتياجاته في تطبيقات الهاتف الذكي الإخبارية:

وفقا لأحدث الإحصائيات والتقارير العالمية حول وسائل نشر الأخبار وحول توجهات الجمهور المصري في التعامل مع الأنترنت والتطبيقات الذكية عموما، فإننا نجد أن الجمهور المصري مع بداية العام الحالي ٢٠٢٤ تنصب متابعته الرئيسية للتطبيقات الذكية ومواقع الويب على وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة وصلت إلى ٩٠,٢% - تقرير مصر الرقمية ٢٠٢٤ - في مقابل فإن نسبة متابعته للتطبيقات الإخبارية وصلت إلى ٢٩,٣% في ذات العام، كما هو موضح في الشكل (٥) التالي. وهذا مؤشر خطير يدل على أن انجذاب الجمهور الرقمي نحو التطبيقات الإخبارية منخفض جدا وقد يعود لعدة أسباب تأتي على قمتها تصميم تجربة المستخدم الخاصة بتلك التطبيقات، وهذا هو محور بحثنا .



شكل (٥) : إحصائية أعلى نسب متابعة لأنواع مواقع الويب والتطبيقات المستخدمة في مصر يناير ٢٠٢٤ (تقرير مصر الرقمية ٢٠٢٤)



شكل (٦): أهم احتياجات ورغبات جمهور القراء الرقميين في تطبيقات الهاتف الذكي الإخبارية (REUTERSINSTITUTE 2024)

وكانت أهم احتياجات ورغبات جمهور القراء الرقميين في تطبيقات الهاتف الذكي الإخبارية وفقا لتقرير معهد رويترز السنوي للأخبار الرقمية Digital News Report 2024 متمثلة في أن يعمل التطبيق على ابقاء القارئ على إطلاع دائم بكل جديد يحدث حوله وبخاصة أي تريند عالمي، وأن يعزز التطبيق الإلهام لدى القارئ والقدرة على التفكير والتفاعل مع الأحداث ويجعله يشعر بتحسن تجاه العالم. وأن يكون التطبيق محدث لحظيا مع أي طارئ أو مستجد. وكذلك أن يقدم التطبيق الأخبار

بمنظور مختلف حول القضايا الراهنة. كما يطلب القراء أن يقدم لهم التطبيق الأخبار التي تساعد على معرفة المزيد عن المواضيع والأحداث، وكذلك الأخبار التي تساعد على التعامل مع القضايا في المجتمع.

■ الدراسات السابقة

1. تصميم تطبيقات صحافة المحمول المصرية وعلاقته بتفضيلات المستخدمين.

د / شرين محمد أحمد أحمد عمر مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب – جامعة عين شمس. ٢٠١٨
هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على أسس التصميم التي تم توظيفها في إخراج تطبيقات الصحف عينة الدراسة، والتعرف على أوجه القوة والضعف في تصميم تطبيقات الصحافة عينة الدراسة، ورصد تصميم العناصر التيبوغرافية والجرافيكية والتكنولوجية، والتعرف على تفضيلات الجمهور لتصميم تطبيقات صحافة المحمول، وتقديم دليل لتصميم تطبيقات صحافة الهاتف المحمول. وتوصلت هذه الدراسة إلى أن جميع تطبيقات الأخبار المصرية من النوع الهجين، وأن جميعها يستخدم اللون الأسود في المتن علي خلفية بيضاء، واستخدام اليوم السابع للإنفوجرافيك، وأن جميع تطبيقات الاخبار لا تستخدم الرسوم المتحركة، ورصدت الدراسة أنواع الخطوط المستخدمة أنواعها وطريقة معالجتها للصور والفيديوهات، والألوان واللوجو. كما رصدت الخدمات المقدمة من التطبيقات (عناصر الثراء).

2. صحافة الموبايل وصناعة المحتوى الإخباري من الهوية إلى الاحتراف

رمزي جاب الله – جامعة باتنة يونيو ٢٠٢٢

تتناول هذه الدراسة موضوع صناعة المحتوى الإعلامي في صحافة الموبايل من الهوية إلى الاحتراف، حيث يعتبر الكثير من الباحثين أن الموجود بمفهومه وخصائصه يمثل الصحافة الخامسة بعد الصحيفة والراديو والتلفزيون والصحافة الرقمية. وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي وذلك لوصف الظاهرة وصفا دقيقا من خلال التطرق إلى نشأة صحافة الموبايل وكيف ساهمت في صناعة المحتوى الإعلامي سواء بالنسبة للصحفيين المحترفين أو الهواة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن صحافة الموبايل من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يستخدمها الملايين من الناس مما توفره من خدمات تتميز بها عن باقي الوسائل الإعلامية، كما توصلت النتائج إلى فعالية الأخيرة كوسيلة لصناعة المحتوى الاعلامي من خلال جمع المعلومات وصناعتها وتوزيعها، كما توصلنا إلى أن تطور المحتوى في رسمي عند الصحفيين المحترفين والمؤسسات الإعلامية الرسمية.

3. يسر استخدام تطبيقات الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحية لمواقع الصحف والمواقع الإخبارية.

كريم محمد عادل عبد العظيم - إشراف أ.د/ شريف اللبان - ابريل ٢٠١٨
المجلة العلمية لبحوث الصحافة العدد الرابع عشر الجزء الثاني

وتهدف الدراسة إلى تقييم تصميم تطبيقات الصحف والمواقع الإخبارية المخصصة للهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحية عبر عدة محاور رئيسية. وتقييم سهولة الاستخدام قياس معايير سهولة القراءة مثل طول النصوص، وطرق إبراز الأجزاء الهامة، وتباين الألوان، وإتاحة التحكم في تنسيق النصوص. وتقييم عرض الوسائط فحص إمكانية عرض الصوت والفيديو بشكل متزامن مع المحتوى النصي. التحقق من مدى تجنب التطبيقات للنوافذ المنبثقة أثناء التصفح، وتحليل أساليب الإبحار بين الصفحات ومدى توافقها مع معايير السلاسة، ودراسة تأثير تكبير الصفحات على وظائف التطبيقات، وتقييم مدى تفاعلية واجهة المستخدم وكيفية توفيرها لتجارب تفاعلية متنوعة. ودرجة استهلاك التطبيقات لمساحة منخفضة على الأجهزة المحمولة، والتعرف على مدى توفر الأخبار بلغات متعددة، واستكشاف سبل تخصيص المحتوى ليتناسب مع احتياجات المستخدمين. وقدمت الدراسة نتائجها في شكل مقارنة بين تطبيق اليوم السابع وال BBC.

4. Virtual application technology of citizen journalism based on mobile user experience

Alexander Setiawan1 , Ido Prijana Hadi2 , Desi Yoanita2 , Agusly I. Aritonang

ICTEC 2019 Journal of Physics: Conference Series

في الوقت الحاضر، زتطور الصحافة الوطنية في عصر العولمة وتكنولوجيا المعلومات بشكل متزايد بسبب وجود الإنترنت وتكنولوجيا التطبيقات التي يطلبها القراء والكتاب لتطوير إمكانياتهم. والتكنولوجيا التي تتطور في الوقت الحالي هي استخدام تطبيقات الهاتف المحمول بتقنية أندرويد التي تدعم بشكل كبير عملياتها. ومع ذلك، يجب أن تكون الصحافة الوطنية حذرة في استخدام وتنقيح المعلومات من المدونات غير المسؤولة حتى لا تخدع المراسلين وتثير معلومات لم تثبت صحتها بعد. لذلك، ستقوم هذه الدراسة بإنشاء تطبيق صحافة مواطنية يعتمد على التكنولوجيا المحمولة على منصة أندرويد وبرمجة AJAX. تظهر نتائج البحث أن تطبيق الصحافة الوطنية بتقنية الهاتف المحمول يمكن اختباره من خلال إرسال أو الوصول إلى محتوى الأخبار أو المعلومات على الخادم باستخدام اتصال GPRS. تشمل الاختبارات التي تم إجراؤها الميزات، والموثوقية، والملاءمة، وسهولة الاستخدام، وإدراك جودة هذا التطبيق المحمول. وظهرت النتائج أن تصميم وتطوير تطبيقات الصحافة الوطنية، وفقًا لتجربة المستخدم، يتيح استخلاص عدة استنتاجات، بما في ذلك اهتمام المستخدمين والمواطنين بالصحافة عبر الإنترنت الذين يستخدمون هذا التطبيق المعتمد على الهواتف المحمولة، والسعي لتشجيع المستخدمين على أن يكونوا أكثر شفافية وسهولة في الإبلاغ عن الأخبار في وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى. يجب على الصحفيين المحترفين أن يبدأوا في إنشاء مدونات بشكل إبداعي حتى يحصلوا على تعليقات مفيدة من القراء. ومن الدراسات السابقة يتضح أنه لم تتطرق أي من هذه الدراسات إلى وضع استراتيجية واضحة الخطوات لتصميم تطبيق إخباري يحقق تجربة مستخدم ناجحة.

لتحقيق أهداف البحث تم وضع استراتيجية كمنهجية علمية لبناء تصميم تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية بالاعتماد على نتائج دراسة بحثية تحليلية سابقة على عينة من تلك التطبيقات، رصدت عوامل القوة والضعف بها بعد تحليل عناصر (تصميم واجهة المستخدم - قابلية الاستخدام - تجربة المستخدم والتصميم التفاعلي). ثم قام الباحثون بتطبيق الإستراتيجية المقترحة من خلال إعادة تصميم تطبيق الهاتف الذكي لبوابة الأهرام لتحسين تجربة المستخدم له.

مقترح استراتيجية بناء وتصميم تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية المصرية:

من خلال دراسة وتحليل عناصر تصميم تجربة المستخدم لتطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية وبناء على تقييم المستخدمين لتطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية المصرية وتحليل آراءهم حول تجربة المستخدم، ونتائج الدراسات السابقة تم وضع مقترح استراتيجية بناء تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية المصرية، تستخدم وفقاً للمتغيرات الفنية والوظيفية لتطبيقات الهواتف الذكية، وتتكون من التسع مستويات والمراحل التالية:

- المرحلة الأولى: البحث والدراسة: بغرض تجميع البيانات وفهم الوضع الحالي، لتحديد كلا من احتياجات جهة الإصدار وامكانياتها من خلال مقابلة الأطراف المنتفعين أو المالكين أو أصحاب المصلحة من اصدار التطبيق Stakeholder's interview. واحتياجات المستخدمين وخصائصهم، ثم إجراء بحوث المنافسين وتحليلهم Competitive Research.
- المرحلة الثانية: التحليل Analysis: بغرض تحليل البيانات المجمع في المرحلة الأولى وبناء عليها يتم بناء الشخصية الافتراضية للمستخدم (Persona) وخريطة التعاطف Empathy Map والارتباط Affinity Map.
- المرحلة الثالثة: التخطيط Planning: ويتم خلالها تخطيط الأهداف والوظائف وأساليب الإخراج المختلفة، ثم تحديد التكاليف والموارد المتاحة للتنفيذ والميزات التكنولوجية.
- المرحلة الرابعة: التصميم Design: ويتم فيها تصميم واجهة المستخدم وتجربته من خلال عملية التصميم الأولية.
- المرحلة الخامسة: إنشاء النموذج الأولي للتطبيق الـ Prototype واختباره ثم تعديله وإعادة نمذجته، وذلك باستخدام النماذج الورقية والرقمية والتفاعلية المحاكية للتصميم الفعلي.
- المرحلة السادسة: التقويم واختبار مدى فاعلية التطبيق Testing & Evaluation: وتتضمن اختبار قابلية التطبيق للاستخدام Usability testing واختبار البدائل A/B testing. ثم أخذ آراء الخبراء Expert review والتحقق من أن جميع الميزات تعمل بشكل صحيح وإجراء الاستبيانات.
- المرحلة السابعة: التنفيذ والحصول على المُخرج النهائي "الإصدار" Implementation وتنفيذ التصميم.
- المرحلة الثامنة: الاستخدام والتطبيق Using: طرح التطبيق للمستخدمين على متاجر التطبيقات المختلفة وتسويقه.
- المرحلة التاسعة: التغذية الراجعة والتطوير المستمر Development & Feedback لتقييم أداء التطبيق ثم إجراء التحسينات لآراء المقيمين وإضافة الميزات الجديدة عليه.

ويمثل هذا النموذج استراتيجيية متكاملة لتسلسل المراحل والأهداف والمعايير التي يجب الالتزام بها عند تصميم تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية المصرية: كما هو موضح في الجدول رقم (١) التالي:
جدول (١) استراتيجية مقترحة لتصميم تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية المصرية:

المرحلة الأولى: البحث والدراسة بغرض تجميع البيانات وفهم الوضع الحالي		
بحوث المنافسين والسوق	بحوث المستخدمين	بحوث جهة الإصدار الإخبارية
<ul style="list-style-type: none"> - دراسة التطبيقات الإخبارية المشابهة والموجودة في السوق واستكشاف ماهيتها. - تحديد المنافسين المباشرين وغير المباشرين في سوق تطبيقات الأخبار. - تحديد الميزات التي تقدمها هذه التطبيقات، والتقنيات التي تستخدمها، وكيفية استجابة الجمهور لها. - إعداد جدول بحث مزايا المنافسين. - التعرف على الاتجاهات الحالية في تطبيقات الأخبار، مثل استخدام التكنولوجيا الجديدة لتحسين تجربة المستخدم، أو التركيز على الشكل الجديد لتوزيع المحتوى الصحفي. 	<ul style="list-style-type: none"> - تحديد احتياجات الفئة المستهدفة من القراء. - تحديد خصائص القراء الفئة المستهدفة. - فهم احتياجات المستخدمين وتقييم رضاهم عن المنتج أو الخدمة وأهدافهم وتوقعاتهم قبل استخدام المنتج. - تحديد السياق الذي يستخدم فيه القراء التطبيق وكيف يمكن للمنتج أو الخدمة أن تلبي احتياجاتهم. - الأهداف والمهام التي يرغب المستخدمون في تنفيذها باستخدام المنتج أو الخدمة. - التحفظات أو المخاوف التي قد يكون لديهم بشأن استخدام المنتج أو الخدمة. - تقييماتهم للمنتجات أو الخدمات المماثلة التي استخدموها سابقاً. - يتم جمع تلك البيانات عن طريق: أبحاث المستخدمين User research: - البحث الكمي من خلال الاستبيانات - البحث الموضوعي من خلال المقابلات - مجموعة التركيز (focus group): - البيانات المستخلصة من الإنترنت. 	<ul style="list-style-type: none"> - دراسة احتياجات جهة الإصدار الإخبارية. - دراسة إمكانات جهة الإصدار الإخبارية الفنية. - دراسة الموارد والمصادر المتاحة للتنفيذ "المادية /التكنولوجية". - تحديد أهداف جهة الإصدار الإخبارية. • يجب أن تكون الأهداف واضحة ومحددة لتحقيق نجاح التطبيق. من بين الأهداف الشائعة يمكن أن تكون زيادة عدد المستخدمين النشطين، زيادة في عائدات الإعلانات، تحسين معدل التفاعل، أو زيادة في معدل التحويل والاستخدام اليومي. • <u>يتم جمع تلك البيانات عن طريق:</u> - مقابلة الأطراف المنتفعة أصحاب أو المختصين بإصدار التطبيق الإخباري Stakeholder's interview: يهدف جمع الأفكار والمعلومات عن المستخدمين والمنافسون والعمل لدفع نجاح مشروع التطبيق.
المرحلة الثانية: التحليل Analysis		

في هذه المرحلة يتم تحليل جميع البيانات التي تم جمعها مسبقا وذلك بهدف إعداد:

- بحوث التحليل الرباعي SWOT للمنافسين، بهدف:
تحديد نقاط القوة وتحديد نقاط الضعف. - تقييم الفرص والتحديات
واستنتاج الفرص المتاحة والتحديات التي قد تواجه تطوير وتسويق التطبيق الإخباري.
- الشخصية الافتراضية للمستخدم (Persona).
- خريطة التعاطف Empathy Map: وهي عبارة عن مخطط يجمع أقوال المستخدم، وأفكاره، وأفعاله، ومشاعره.
ولكل شخصية افتراضية يكون هناك خريطة تعاطف.
- خريطة الارتباط أو Affinity map: هي أداة تُستخدم في تصميم تجربة المستخدم (UX) لتجميع وتنظيم المعلومات والأفكار. يتم استخدامها غالبًا في ورش العمل أو جلسات العصف الذهني لمساعدة الفرق على رؤية الأنماط والتوجهات في البيانات التي تم جمعها.

مرحلة الثالثة: التخطيط Planning

■ تحديد الأهداف		■ تحديد الميزات والوظائف
بناء على البحث والتحليل يتم وضع أهداف واضحة والتي يرغب المستخدمون في تحقيقها باستخدام التطبيق الإخباري.		حيث يتم استخدام نتائج مرحلة التحليل لتوجيه عملية التصميم لتحديد الميزات والوظائف والخصائص والأدوات التي سيتم تضمينها في التطبيق لضمان لتلبية احتياجات وتوقعات الجمهور المستهدف.
■ تحديد أساليب الإخراج المختلفة	■ تحديد التكاليف والموارد المتاحة	■ تحديد الميزات التكنولوجية
الميزة التي سيتم تضمينها في التطبيق (الأشكال التفاعلية- مقاطع الفيديو- ألبومات الصور- القصص المسموعة- الانفوجرافيك- الفيديو جرافيك-....)	وتحديد أي ميزات يمكن تنفيذها في المرحلة الحالية وكيفية التخطيط لتطوير الميزات الأخرى في المستقبل.	الميزات التكنولوجية المستخدمة والأدوات التي ستدعم هذه الميزات .

المرحلة الرابعة: التصميم Design

<ul style="list-style-type: none"> • تنظيم البيانات والمسارات داخل التطبيق Information architecture • تخطيط الرحلة: تحديد كيفية تنقل المستخدم داخل التطبيق (User Journey Mapping) . • تصميم مسار المستخدم User flow. • الاسكتشات Sketches. • خريطة التطبيق. App map • إنشاء الـ Wireframes: تصميم الرسومات الأولية لتوضيح هيكل الصفحات والمكونات الرئيسية.
--

<ul style="list-style-type: none"> • تحديد مكونات التصميم (الطراز التصميمي- المكونات التصميمية - الأيقونات - الألوان - المساحات - تصميم الكتابات) • تصميم الواجهة: (UI) إنشاء تصميم بصري للتطبيق يتماشى مع هوية العلامة التجارية. 		
المرحلة الخامسة: إنشاء النموذج الأولي الـ Prototype		
1. إنشاء النموذج الأولي:	2. اختبار النموذج الأولي:	3. التعديل وإعادة النمذجة:
بناءً على التصميمات والتخطيطات، يتم إنشاء النموذج الأولي بحيث يمثل الوظائف الأساسية والشكل العام للتطبيق.	بعد إنشائه، يتم اختباره مع المستخدمين لجمع الملاحظات. يتم التركيز على كيفية تفاعلهم مع النموذج وما إذا كان يستجيب لاحتياجاتهم.	استنادًا إلى الملاحظات التي تم جمعها، يتم عمل التعديلات اللازمة على النموذج، ثم يتم عملية إنشاء النموذج مرة أخرى، قد يتم تكرار العملية عدة مرات حتى يتم التوصل إلى أفضل تصميم يرضي العميل.
• Paper prototype	• Wireframe prototype	• Ui prototyping
نماذج ورقية: عبارة عن خطط بسيطة ورسومات تخطيطية يتم رسمها يدويًا بحيث تمثل واجهة المستخدم.	نماذج رقمية: تحتوي على المخططات ليست في شكلها التصميمي النهائي.	نماذج أولية تفاعلية محاكاة للتصميم الفعلي: تتيح للمستخدم التفاعل مع التصميم بشكل مماثل للحقيقة.
المرحلة السادسة: التقييم "مرحلة اختبار مدى فاعلية التطبيق Testing & Evaluation"		
<ul style="list-style-type: none"> • اختبار قابلية الاستخدام Usability testing. • اختبار البدائل A/B testing. • آراء الخبراء Expert review. 	<ul style="list-style-type: none"> • الوظائف: التحقق من أن جميع الميزات تعمل بشكل صحيح. • إجراء استبيانات Surveys 	
المرحلة السابعة: التنفيذ والحصول على المُخرج النهائي "الإصدار" Implementation		
تنفيذ التصميم: تحويل التصميمات إلى تطبيق عامل بواسطة المطورين والمبرمجين.		
المرحلة الثامنة: الاستخدام والتطبيق Using		
إصدار التطبيق: طرح التطبيق للمستخدمين على متاجر التطبيقات المختلفة.	<ul style="list-style-type: none"> • التسويق: استخدام استراتيجيات التسويق لجذب المستخدمين وتحفيز التنزيلات. 	
المرحلة التاسعة: التغذية الراجعة والتطوير المستمر Development & Feedback		
<ul style="list-style-type: none"> • تقييم الأداء: قياس نجاح التطبيق بناءً على التعليقات، والاحتفاظ بالمستخدمين، وتحليل البيانات. • التحسين المستمر والتحديثات: إجراء تحسينات وتحديثات منتظمة استنادًا إلى ملاحظات المستخدم وتغيرات السوق. • تطوير الميزات الجديدة: إضافة ميزات جديدة بناءً على طلبات المستخدمين واحتياجاتهم. 		

1. دراسة تطبيقية لإعادة تصميم تطبيق الهاتف الذكي لبوابة الأهرام وفقاً للاستراتيجية المقترحة

▪ **هدف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة إلى تطوير تصميم تطبيق الهاتف الذكي الذي جاءت نتيجة دراسة تحليلية له أجريت من خلال بحث سابق موضحه قصور في الناحية التصميمية للتطبيق بالإضافة إلى انه أعتمد على سمات تصميمية تقليدية قديمة، وذلك لجعله يتسم بروح عصرية متجددة تتناسب مع متطلبات القراء الرقميين الجدد وتمكنه من المنافسة في ساحة الإعلام الرقمي.

▪ **عينة الدراسة:** تم اختيار تطبيق الهاتف الذكي لبوابة الأهرام وفقا لنتائج دراسة تحليلية أجريت من خلال بحث سابق.

مراحل إعادة تصميم تطبيق الهاتف الذكي لبوابة الأهرام المرحلة الأولى: البحث والدراسة بغرض تجميع البيانات وفهم الوضع الحالي:

بناء على البيانات التي تم جمعها في مرحلة البحث والدراسة تم تحديد:

1- أهداف واحتياجات جهة الإصدار بناء على مقابلة تمت مع أحد مسنولي العلاقات العامة في المؤسسة الصحفية وتمثلت في:

اهداف المؤسسة:

- استعادة قراء سابقين واكتساب عملاء جدد واستهداف جميع الفئات والأعمار، والعمل على مستوي محلي ودولي.
- زيادة التفاعل مع التطبيق وكذلك زيادة نسبة الإعلانات.
- تنوع طريقة عرض الأخبار، وعدم الاعتماد على الشكل المقالي فقط.

احتياجات المؤسسة:

- أن يكون التصميم بسيط يجمع بين الأصالة والحداثة.
- أن يعتمد على اللون الأحمر (اللون المميز لشعار مؤسسة الأخبار).
- وجود اقسام مخصصة لتشخيص الجريدة والتكامل بين المطبوع والالكتروني.

٢- احتياجات المستخدمين من خلال دراسة استطلاعية سابقة قام بها الباحثون وتمثلت في

○ احتياجات تخص تجربة المستخدم:

- شخصنة التطبيق بحيث يعرض التطبيق فقط المحتوى الذي يختار مجالته المستخدم في بداية تسجيله للدخول أول مرة أو يعرضه أولا كنوع من المحتوى المفضل.
- عدم سيطرة الإعلانات على التطبيق مع توفير طريقة لحجب الاعلانات المزعجة.
- توفير الخبر كاملا بجميع تفاصيله في التطبيق مباشرة دون الحاجة إلى الدخول في روابط أخرى.
- ان يكون التطبيق مدعم بالصور والفيديوهات ومختلف الوسائط المتعددة التي تتيح أعلى درجات التفاعلية مع المستخدم.
- أن تكون التطبيقات سهلة الاستخدام.

○ احتياجات تخص الجوانب التقنية الخاصة بالتطبيق

- امكانيه قراءه الخبر بخاصية Text to Speech.
- أن يساعد التطبيق في الحفاظ على استهلاك بطارية الهاتف الذكي عند تصفحه.

○ احتياجات تخص الجوانب الفنية والجمالية للتطبيقات

- توفير خدمة الأخبار الموجزة بحيث تعبر عن الخبر بأقل عدد من الكلمات والتفاصيل (ان يكون الخبر قصير وواضح).
- أن يكون التصميم بسيط وواضح.
- أن تكون التطبيقات الإخبارية ذات هوية بصرية مميزة وخاصة بها.

○ مقترحات تخص المضمون الذي يقدمه التطبيق

- أن تكون الأخبار موجزة وليست طويلة بحيث يتم العرض بشكل مختصر.
- تجنب الاشعارات المزعجة غير المرتبطة بالأخبار.
- المصادقية في نقل الخبر وعدم استخدام العناوين المضللة لجذب القراء وعدم المبالغة فيه.
- انتقاء الأخبار والموضوعات ذات القيمة بحيث تكون هادفة وغير مبتذلة أو عديمة القيمة.
- أن يتم إتاحة خاصية الحصول على الخبر بكامل التفاصيل.
- وجود صور أو فيديو توضيحي مع الخبر.
- سرعة نقل الأحداث والمتابعة المستمرة لها.
- دقة الاشعارات.
- أن يكون التحقيق الصحفي مدعم بوجهات نظر متعددة.

3- تحليل المنافسين:

تطبيق بوابة الأهرام يواجه منافسة من مجموعة متنوعة من التطبيقات والمواقع الإخبارية. من أبرز المنافسين المباشرين:

1- اليوم السابع:

- المحتوى الإخباري: يوفر مجموعة متنوعة من الأخبار المحلية والعالمية، بالإضافة إلى الأخبار الرياضية والفنية.
- الجمهور المستهدف: يستهدف الشباب والمستخدمين العاديين الباحثين عن أخبار سريعة.
- تصميم التطبيق: واجهة مستخدم ذات تصميم حديث، مع تحديثات مستمرة للمحتوى، كما يقدم التلفزيون الرقمي من خلال التطبيق
- وسائل التسويق: يركز على وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات الرقمية لجذب القراء الجدد.

2- مصراوي:

- المحتوى الإخباري: يعد من المصادر الرائدة في تغطية الأخبار المصرية، ويتميز بتقارير فورية وتحليلات عميقة.
- الجمهور المستهدف: يستهدف فئات متعددة من المجتمع المصري، بما في ذلك الطبقة المتوسطة والعليا.
- تصميم التطبيق: تطبيق سهل الاستخدام ويتيح تخصيص الأخبار وفقاً للاهتمامات الشخصية.
- وسائل التسويق: يعتمد بشكل كبير على الحملات الإعلانية والشراكات مع التطبيقات الإلكترونية الأخرى.

3- المصري اليوم:

- المحتوى الإخباري: تقدم "المصري اليوم" محتوى متنوعًا من الأخبار المحلية والدولية، والاقتصادية، والصحية، والرياضية، والاجتماعية. كما تقدم تحليلات وآراء من كتاب متميزين.
- الجمهور المستهدف: تستهدف جمهورًا واسعًا من مختلف الفئات العمرية والمهنية، بما في ذلك الشباب والمهنيين والمتقنين.
- تصميم التطبيق: تمتلك موقعًا إلكترونيًا وتطبيقًا على الهواتف الذكية يوفر تجربة مستخدم سلسة وواجهات سهلة الاستخدام. كما تقدم ميزات للتفاعل مع القراء.
- وسائل التسويق: تعتمد على التسويق من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال محركات البحث. ومن خلال المقالات الحصرية لجذب القراء.

4- الدستور

- المحتوى الإخباري: تقدم "الدستور" تغطية شاملة للأخبار المحلية والعربية والدولية، مع تركيز خاص على الأحداث السياسية والاقتصادية. تشتهر بتقديم محتوى تحليلي ورأي.
- الجمهور المستهدف: تستهدف فئات مثقفة ودراسية، تميل إلى التفكير النقدي وتبحث عن معلومات شاملة حول الأحداث الراهنة.
- تكنولوجيا التطبيق: تحظى بتصميم موقع متجاوب وتطبيق إلكتروني يوفر الأخبار العاجلة وجميع الفئات الإخبارية بطريقة سهلة القراءة.
- أساليب التسويق: تستخدم أساليب تسويقية متنوعة تشمل الدعاية التقليدية والإلكترونية، وتطلق حملات محتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز الوعي بجوانب معينة من الأخبار.

5- نبض:

- المحتوى الإخباري: "نبض" هو تطبيق يهدف إلى تجميع الأخبار من مجموعة متنوعة من المصادر، مما يسمح للمستخدمين بالبقاء على اطلاع بما يحدث في العالم من خلال تغطية شاملة وموضوعية. توفر أخبارًا متنوعة تشمل السياسة، والاقتصاد، والرياضة، والثقافة.
- الجمهور المستهدف: تستهدف جمهورًا شابًا مهتمًا بالتكنولوجيا والمعلومات، والذين يفضلون وسيلة سريعة وفعالة لقراءة الأخبار.
- تصميم التطبيق: يتميز بتصميم حديث وسهل الاستخدام، مع خيارات لتخصيص ما يرغب المستخدم في قراءته ومتابعته من أخبار.
- أساليب التسويق: تعتمد على تواجد قوي على وسائل التواصل الاجتماعي لترويج المحتوى، بالإضافة إلى تحسين محركات البحث لزيادة قاعدة مستخدميها. كما تسعى لجذب المستخدمين من خلال ميزات فريدة مثل إمكانية تخصيص الأخبار.

المرحلة الثانية: التحليل Analysis

من خلال البيانات التي تم جمعها في المرحلة السابقة، وبعد الدراسة التحليلية التي قام بها الباحثون في بحث سابق على تطبيق بوابة الأهرام بهدف تشخيص وضع التطبيق التنافسي (الفني والتقني) تم التوصل إلى أهم نقاط القوة والضعف من خلال تحليل البيئة الداخلية وتحليل البيئة الخارجية، ويمكن تلخيص أهم نقاط القوة والضعف ومجموع الفرص والتحديات التي توصلت إليها الدراسة في الجدول رقم (٢) التالي:

جدول (٢) تحليل البيئة الداخلية والخارجية لتطبيق لهاتف الذكي لبوابة الأهرام محل الدراسة:

أهم عناصر الضعف	أهم نقاط القوة
<ul style="list-style-type: none"> - الواجهة الترحيبية تعطي انطباع أولي غير جيد للتطبيق، كما أنها ليست ذات سمة جمالية في تصميمها. - تخطيط الصفحة الرئيسية غير مستغل للمساحات، والفراغات غير منظمة، والعناصر الرئيسية في تصميم التطبيقات مفقودة، وطريقة حركة الصور في الصفحة الرئيسية ينتج عنها فراغ واضح وسريعة حيث لا يمكث الخبر أكثر من ثانية فلا يستطيع القارئ تمييز الخبر ولا الصورة. - مسارية التطبيق بسيطة جدا لكنها غير سلسلة وغير مريحة حيث تضطر دوما للرجوع لصفحة الرئيسية للانتقال إلى أي قسم من الأقسام أو إجراء عمليات البحث حيث لا يوجد شريط أيقونات ثابت. - التصميم فقير به الكثير من المشاكل، وإهمال واضح لكثير من قواعد التصميم والتفاعلية. - أيقونة التطبيق ليست مميزة وسط باقي الأيقونات ولا يوجد لها خلفية. والشعار المستخدم غير متباين مع خلفيته وغير واضح. - معالجات لونية غير متسقة حيث تستخدم الألوان المصمتة، وكذلك التدرجات اللونية، وعدم ثبات أسلوب معالجة الصور خلال التطبيق في بعض الأحيان الصور حادة الأطراف وفي أحيان أخرى دائرية الأطراف، ووجود تشوه في الأبعاد في بعض الصور. 	<ul style="list-style-type: none"> - الأهرام مؤسسة صحفية عريقة تحظى بكثير من الموثوقية لدى القراء. - لدى مؤسسة الأهرام العديد من الإمكانيات المادية التي تمكنها من إضافة عدد من المميزات التنافسية مثل إمكانية تقديم التطبيق بلغة أخرى (الإنجليزية). - وجود مميزات تصميمية في التطبيق مثل: <ul style="list-style-type: none"> • حجم خط مناسب للقراءة في المقالات. • قواعد كتابة صحيحة واستخدام صحيح لعلامات الترقيم. • نوع خط مناسب ذو انقراطية عالية. • تنظيم مناسب لل فقرات. • وجود رابط في الأسفل لمشاهدة المقال على الموقع. • استخدام نوع خط مناسب ذو القرانئية عالية، وحجم خط مناسب للقراءة في المقالات، تنظيم مناسب لل فقرات، والمسافة بين السطور مناسبة وكذلك اتساع السطر. • المهام سهلة وواضحة. • يمكن الوصول إلى أي قسم من الأقسام بسهولة عند الوجود في الصفحة الرئيسية.

<ul style="list-style-type: none"> - لا يوجد أية اشعارات تأتي من تطبيق الأهرام عند وجود خبر عاجل أو عند نزول أي نوع من الأخبار. - لا يوجد شريط للأيقونات في أسفل الشاشة الرئيسية، واختلاف شكل الأيقونات الموجودة على الموقع وعدم انتمائهم لفئة أو طريقة تصميم موحدة. - ضعف التباين في ألوان العناوين، وعدم اتساق ألوان وأسلوب اخراج العناوين. - لا يوجد أية اشعارات تأتي من تطبيق الأهرام عند وجود خبر عاجل أو عند نزول أي نوع من الأخبار. - عدم وجود أي فيديوهات أو أخبار مسموعة في التطبيق. - وجود بعض المشاكل التقنية في تحميل الصور. - لا يوجد أي إمكانية لتعديل أحجام الخطوط ولا يوجد إمكانية اختيار الرؤية الليلية. - لا يوجد أي نوع من تشخيص التجربة داخل التطبيق مثل اختيار الأقسام المفضل أو حفظ المقالات، ولا يوجد وسيلة للتواصل مع المنصة الإخبارية بشكل عام. 		
<p style="text-align: center;">أهم التهديدات</p> <ul style="list-style-type: none"> - المنافسة الشديدة: هناك العديد من التطبيقات الإخبارية والمواقع الأخرى التي قدمت نفسها كمصادر أخبار بديلة، مما يجعل من الصعب الحفاظ على قاعدة مستخدمين مستقرة وخاصة مع الانتشار الواسع للمنصات الرقمية. - انتشار المعلومات المضللة: تزايد انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة يمكن أن يؤثر سلبيًا على مصداقية التطبيقات الإخبارية التقليدية. - تحولات سريعة في تفضيلات الجمهور **: يتغير سلوك القراء بسرعة، ويفضل الكثيرون الآن 	<p style="text-align: center;">أهم الفرص</p> <ul style="list-style-type: none"> - التزايد المستمر في متابعة الأخبار الرقمية: مع تزايد عدد القراء الرقبيين الذين يفضلون الحصول على الأخبار عبر التطبيقات بدلاً من الصحف المطبوعة في مصر. - تحسين تجربة المستخدم: بإمكان بوابة الأهرام تحديث واجهتها وتقديم ميزات مبتكرة مثل التخصيص والاشتراك في التنبيهات وفق اهتمامات المستخدمين. - التوسع في المحتوى: يمكن للتطبيق تقديم المزيد من المحتوى المتنوع، مثل تقارير تحليلية، مقالات رأي، فيديوهات إخبارية، ومواد تعليمية. 	<p>تحليل البيئة الخارجية</p>

<p>الأخبار القصيرة والسريعة، مما قد يجعل نماذج التغطية التقليدية أقل جذبًا.</p> <p>- التحديات الاقتصادية: أي تدهور اقتصادي يمكن أن يؤثر على ميزانيات الإنفاق الإعلاني، مما يؤثر على الإيرادات التي تعتمد عليها بوابة الأهرام.</p> <p>- ضغوط السياسة والرقابة: القوانين والضغوط السياسية على وسائل الإعلام قد تؤثر على القدرة على تغطية الأحداث بشكل حر وموضوعي.</p>	<p>- التعاون مع جهات أخرى: فرص للتعاون مع مؤسسات إعلامية أخرى أو منصات رقمية لتعزيز المحتوى وزيادة الوصول للجمهور.</p> <p>- زيادة الوعي الرقمي: بفضل جهود الحكومة والقطاع الخاص في تعزيز الرقمنة، هناك فرص لجذب المزيد من المستخدمين نحو الأخبار الرقمية.</p> <p>- الصورة الذهنية الجيدة: تتمتع مؤسسة الأهرام بمعدل موثوقية عالي فيما تقدمه للجمهور من محتوى على اختلاف أنواعه، مما يعزز صورتها الذهنية عند القراء مع السمعة الجيدة.</p> <p>- لها مركز قيادي في السوق المحلية.</p> <p>- علاقة حسنة مع جمهور القراء من كبار السن.</p>
---	--

تحليل تصميم تطبيق بوابة الأهرام

جمع التصميم بين مدرسة تصميم بداية الألفيات وبين مدرسة التصميم المسطح أو ثنائي الأبعاد حيث لم يتبع مدرسة تصميمية محددة فنجد الألوان والأيقونات ثنائية الأبعاد وفي نفس الوقت نجد استخدام التدرجات اللونية والتأثيرات مثل الظلال والإضاءة ف يبعث الأقسام لتجسيم الأزرار. والهدف من إعادة التصميم جعل تطبيق الأهرام يعاصر أسلوب التصميم المستخدم حاليا والذي يركز على الوظيفة والهدف والتبسيط والوضوح، والاعتماد على التنظيم في الصبغة الجمالية.

المرحلة الثالثة: التخطيط Planning

1- تحديد شخصية المستخدم الافتراضية:

حيث يتم تمثيل نوعية العملاء أم المستخدمين لفهم احتياجاتهم وتفضيلاتهم وتوجيه استراتيجيات التسويق والتصميم لتلبية توقعاتهم واحتياجاتهم بشكل فعال. ويوضح شكلي (٥) و (٦) الشخصيتين الافتراضيتين الأولى والثانية وخصائصهما الديموجرافية، واحتياجاتهما وسلوكياتهما، والتحديات التي يواجهانها وعناصر القيمة التي يريدونها في التطبيق، وكذلك المحتوى المفضل لديهم.

<p>التحديات:</p> <ul style="list-style-type: none">- صعوبة إيجاد مصادر موثوقة ومتنوعة للأخبار.- كثرة الأخبار في وسائل التواصل الاجتماعي مما يجعل من الصعب التمييز بين الأخبار الصحيحة والشائعات. <p>عناصر القيمة:</p> <ul style="list-style-type: none">- إمكانية تخصيص المحتوى الإخباري وفقا لاهتماماته.- إمكانية حفظ المقالات المفضلة لديه. <p>المحتوى المفضل:</p> <ul style="list-style-type: none">- الأخبار السياسية.- التقارير الاقتصادية.- الأخبار الرياضية.	<p>الاحتياجات:</p> <ul style="list-style-type: none">- متابعة آخر الأخبار والتطورات السياسية والاقتصادية.- الرغبة في الحصول على معلومات دقيقة وسريعة.- متابعة آخر أخبار كرة القدم وفريقه المفضل. <p>السلوكيات:</p> <ul style="list-style-type: none">- يستخدم التطبيق بشكل يومي، خاصة في المساء بعد العودة من العمل.- يفضل قراءة المقالات الموجزة، وسماع موجز الأخبار.- يشارك الأخبار التي تجدها مثيرة للاهتمام على وسائل التواصل الاجتماعي.	 <p>محمد</p> <p>العمر: 30 عام</p> <p>المهنة: مهندس</p> <p>المدينة: القاهرة</p>
--	--	---

شكل (٧) شخصية المستخدم الافتراضية الأولى

<p>التحديات:</p> <ul style="list-style-type: none">- صعوبة التمييز بين الأخبار الصحيحة والأخبار المضللة.- عدم الاعتياد على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة بشكل مبسط. <p>السلوكيات:</p> <ul style="list-style-type: none">- يستخدم التطبيق صباحًا بعد تناول الفطور لمتابعة الأخبار.- يفضل قراءة الأخبار بعناية، ويقوم بحفظ المقالات التي تهتمه.- يشارك الأخبار مع أصدقائه وعائلته. <p>المحتوى المفضل:</p> <ul style="list-style-type: none">- الأخبار المحلية (كالتطورات في مجتمعه).- المقالات المتعلقة بالصحة والتغذية.- الأخبار الثقافية والفنية.	<p>الاحتياجات:</p> <ul style="list-style-type: none">- متابعة الأخبار المحلية والدولية بانتظام.- الرغبة في البقاء على اطلاع بالتطورات السياسية والاجتماعية.- البحث عن معلومات تتعلق بالصحة والترفيه، والثقافة. <p>عناصر القيمة:</p> <ul style="list-style-type: none">- واجهة بسيطة وسهلة الاستخدام، مع إمكانية تكبير النصوص.- قسم خاص بالمواضيع الصحية وطرق العناية بالصحة.- إمكانية الوصول إلى محتوى صوتي أو فيديو لبعض الأخبار لتسهيل الفهم.- تخصيص الإشعارات للأخبار العاجلة.	 <p>عماد</p> <p>العمر: 62 عام</p> <p>المهنة: متقاعد من وظيفة حكومية (مدير مدرسة سابق).</p> <p>المدينة: الإسكندرية</p>
--	--	--

شكل (٨) شخصية المستخدم الافتراضية الثانية

2- تحديد أهم العناصر التصميمية التي تحتاج إلى إعادة التصميم في التطبيق محل الدراسة:
من خلال جميع البيانات التي تم جمعها وتحليلها في المرحلتين السابقتين، وكذلك من خلال بحث سابق للباحثين تمت فيه دراسة تحليلية شاملة لعناصر تجربة المستخدم بتطبيق بوابة الأهرام باستخدام استمارة تحليل المضمون وبمتابعة للتطبيق على مدار ثلاث شهور متواصلة. ومن خلال نتائج تلك الدراسة تم تحديد أهم العناصر التي تحتاج إلى إعادة التصميم في تطبيق بوابة الأهرام، والتي تمثلت فيما يلي:

- الواجهة الترحيبية.
- أيقونة التطبيق.
- صفحة الأقسام.

- صفحات فتح التطبيق لأول مرة.
- الأيقونات داخل التطبيق.
- صفحة كتاب الأهرام.
- تخطيط الصفحة الرئيسية.
- البالطة اللونية.
- صفحة الإعدادات.
- مسارية التطبيق.
- وضع اللوجو.
- صفحة المفضلة.
- العناصر التيبوغرافية
- صفحة الفيديوهات.

المرحلة الرابعة: التصميم Design

الخطوات الرئيسية لتطوير تصميم من خلال إعادة تصميم عناصر تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI لتطبيق الهاتف الذكي لبوابة الأهرام:

1- تطوير مسارية التنقل داخل التطبيق Work Flow:

وفقا لتصميم تطبيقات الهواتف الذكية فإن هناك العديد من المساريات التي تستخدم في تصميم التطبيقات والتي تختلف باختلاف الهدف من وراء انشاء التطبيق والجمهور المستهدف والفئة العمرية له وقام الباحثون باختيار مسارية التنقل التي تسمح بوضع أغلب محتويات التطبيق الرئيسية في الصفحة الرئيسية الأولى له وهو ما رآه الباحثون مهم جدا لجمهور القراء الرقميين وفئاتهم العمرية المختلفة ولتحقيق تجربة مستخدم فعالة (User Experience) ، وهذه المسارية تتيح سهولة وصول وتصفح لمحتويات التطبيق والتعرف عليها (Easy Navigation) وكذلك يحقق أعلى سهولة استخدام (Usability) بحيث يمكن المستخدم من رؤية العناصر بشكل أوضح ويجعل من الأيقونات والعناصر المستخدمة في التصميم سهلة الاستخدام.(David Travis 2019)

2- تطوير تصميم واجهة المستخدم

المتطلبات الخاصة بالعناصر المستخدمة في تصميم تطبيقات الهواتف الذكية الإخبارية: الاعتبارات التي يجب أخذها في الاعتبار قبل البدء في عملية تصميم التطبيق:

- أن يكون للتطبيق سمة مميزة في تصميمه تحقق من خلالها هدفها الاتصالي.
- أن يتسم التطبيق ككل بالوحدة والاتزان في تصميمه.
- أن تكون العناوين جاذبه للانتباه وحجمها وشكلها مناسب.
- اختيار أشكال مناسبة للمتن.
- الحرص على أن يساهم لون الأرضية في إبراز العناصر التيبوغرافية، حيث ان بعض الارضيات تؤدي الي ايضاح او طمس بعض اجزاء الحروف وعموما يجب مراعاة: تحقيق تباين جيد بين لون الحروف والأرضية - استخدام حروف ذات حجم كبير نسبيا كي تكون واضحة علي الأرضية الملونة- التعامل مع شبكه ناعمه عند استخدام ارضيات شبكيه.
- الاختيار الإخراجي وذلك باختيار الصورة التي تعد بمثابة عمل فني متكامل من حيث الشكل واللون والإضاءة بما يتناسب مع طبيعة الموضوع وبما تضيفه هذه العناصر من تأثير نفسي.
- مراعاة اختيار كادر الصورة بما يتناسب مع الموضوع المنشورة معه.

- أن يكون للتطبيق سمة مميزة في تصميمه يحقق من خلالها هدفه الاتصالي، وأن يكون صاحب شخصية مستقلة مميزة تعبر عن مضمونه وطبيعته ويختلف عن غيره من التطبيقات الإخبارية مع الحفاظ على الصورة الذهنية المتزنة لإصدارات مؤسسة الأهرام الصحفية بحيث لا يبدو غريباً أو خارج عن المألوف، حيث أن الهدف من إعادة تصميم التطبيق هو تحقيق تجربة مستخدم شيقة للقارئ تربطه بالتطبيق وتجعله يتجه دائماً إليه للحصول على الأخبار والمعلومات.
 - أن يتم إخراج المادة الصحفية بشكل جذاب.
 - التعبير عن شخصية مؤسسة الأهرام الصحفية وهويتها المؤسسية والتمشي مع صيغتها وسياستها التحريرية من حيث (هل هي مجلة سلسلة اللغة - متزنة - جذابة - ذات شعبية).
 - الاستخدام الجيد للون مع العناوين من أجل تحقيق الانسجام اللوني فيما بينهم وبينها وبين العناصر الأخرى فهو يمنح الصفحة تنوعاً وتبايناً مع تواجده مع العناصر الأخرى
- من خلال ما سبق تم العمل على تطوير تصميم واجهة المستخدم باستخدام منهج التصميم المسطح Flat Design واستخدام العناصر ثنائية الأبعاد لتبسيط عرض التطبيق والاعتماد على الخلفية البيضاء واستخدام ألوان محدودة بحيث لا تسبب أي تشتت للقارئ. وتم تقديم تصميم مقترح للعناصر التي تم تحديدها سابقاً بأنها بحاجة إلى إعادة التصميم. ويوضح جدول (٣) الفرق بين تصميم واجهة المستخدم للتطبيق قبل التطوير وبعده.

جدول (٣) الفرق بين التصميم الحالي والتصميم المقترح للتطبيق

العنصر محل التطوير	التصميم الحالي	التصميم المقترح
أيقونة التطبيق	أيقونة التطبيق عبارة عن اللوجو بدون خلفية مما يضعف وضوحها وتباينها، وكذلك يوجد تشوه في أبعاد اللوجو.	الأيقونة المقترحة تم وضع خلفية للأيقونة بشكل مربع مستدير الأطراف والحفاظ على أبعاد اللوجو في الأيقونة.
		

 <p>تم اختيار شاشة ترحيبية تتماشى مع الهوية التصميمية للتطبيق.</p>	 <p>الواجهة بها قطع في درجة لون الخلفية.</p>	<p>الواجهة الترحيبية</p>
<p>تم استخدام لوجو بصيغة خطية بحيث تظل بصورة تبيين عالية، واستخدام اللوجو على خلفية بيضاء لت حقق تباين عالي.</p> 	<p>اللوجو المستخدم بصورة نقطية وذات قوة تبيين ضعيفة وأجزاء من اللوجو غير متباينة مع الخلفية مما يؤثر على وضوحه.</p> 	<p>اللوجو</p>
<p>تم اختيار درجة اللون الأحمر حيث إنه يعبر عن الهوية البصرية لشعار مؤسسة الأهرام. كما أنه يعبر عن الطاقة والشغف، والقوة، والجذب والثقة. وتم استخدام الأبيض في الخلفية ليحقق تباين عالي في القراءة مع اللون الأسود.</p> 	<p>البالطة اللونية المستخدمة غير متناسقة وغير موحدة الأسلوب ففي بعض الأحيان نجد ألوان مصمتة وتارة أخرى نجد تدرجات لونية</p> 	<p>البالطة اللونية</p>
 <p>تم استخدام مجموعة أيقونات بسيطة تتميز بالوحدة وتم استخدام صيغة الخط في الحالة العادية، وحالة الملء في حالة الضغط.</p>	 <p>اختلاف شكل الأيقونات الموجودة على الموقع وعدم انتمائهم لفئة أو طريقة تصميم موحدة.</p>	<p>الأيقونات المستخدمة</p>

<p>تم استخدام الخط Noto Kufi Arabic semi bold مقاس ١٦ للعناوين وخط Noto Kufi Arabic light مقاس ١٦ للمتن، بحيث تكون خطوط تتسم بالحدائثة وتحافظ على الانقرائية.</p> <p>خط العناوين</p> <p>بمناسبة إعادة افتتاحه.. أهم محطات تطوير مسجد</p> <p>في إطار سعي مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، نحو رفع الوعي المجتمعي ونشر المعرفة في مختلف الموضوعات ذات الصلة بقضايا التنمية، يقوم المركز دورياً باستكتاب نخبة من</p> <p>خط المتن</p>	<p>مجموعة الخطوط المستخدمة تقليدية إلا أنها ذات انقرائية عالية، لكن كانت ذات معالجات مختلفة وغير موحدة في العناوين.</p> <p>في ذكرى ميلاد حسين صدقي.. لقطات من مشوار تزن 5 أطنان.. إبطال مفعول قنبلة تعود للحرب خط العناوين</p> <p>غدا الجمعة .. ظاهرة فلكية يعود تاريخها لآلاف خط المتن</p> <p>المتابع المنصف والأمين لمواقف مصر حيال القضية الفلسطينية لن يخرج سوى بنتيجة واحدة، وهي أنها ثابتة وأحرص ما تكون على الحفاظ على حقوق</p>	<p>العناصر التيبوجرافية</p>
<p>تم جعل قائمة الأقسام في شريط يتحرك بالسحب في أعلى الصفحة وهو موجود في كل الصفحات. وموجود في الصفحة الرئيسية حيث يتم الوصول للقسم المراد مباشرة دون فتح قوائم.</p>	<p>قائمة الأقسام تأتي من أيقونة القائمة المنسدلة في أعلى يسار الشاشة، بلون أصفر علي خلفية نصف شفافة. مما يسبب ضعف انقرائية.</p>	<p>قائمة الأقسام</p>
<p>تم تصميم الصفحة الرئيسية بحيث يمكن الوصول منها مباشرة لجميع الأقسام والإجراءات في التطبيق، ويتم عرض الأخبار العاجلة وكذلك أهم أربعة أخبار من كل</p>	<p>الصفحة الرئيسية شبه فارغة وغير مستغلة ولا يوجد بها سوى الاخبار الرئيسية أو العاجلة إن وجدت.</p>	<p>الصفحة الرئيسية</p>

<p>قسم، يفصل بين كل قسمين عرض للإعلانات داخل التطبيق بشكل سب</p>		
<p>تم إعادة تصميم الصفحة بما يتماشى مع هوية التطبيق ووحدة التصميم.</p> 	<p>تم استخدام درجة لون الأحمر في العناوين وبخلفية رمادية كما تم استخدام درجتين مختلفتين من الأزرق.</p> 	<p>صفحة الأقسام</p>
<p>إعادة تصميم صفحة كتاب الأهرام بشكل أبسط وأوضح ومتماشي مع الهوية البصرية للتطبيق.</p> 	<p>في هذا القسم تم استخدام تدرجات لونية بخلاف الألوان المصممة في باقي التطبيق، كما تم استخدام ألوان مختلفة مثل تدرج الأحمر الداكن، وتدرج الرمادي.</p> 	<p>صفحة كتاب الأهرام</p>

<p>تم تغيير الخطوط المستخدمة في التطبيق وتوحيد طريقة معالجة الصور ف التطبيق، كما تم إضافة بعض الأيقونات للقيام ببعض العمليات مثل حفظ المقالة في المفضلة، وتصغير وتكبير الخط. كما يوجد بعد انتهاء المقالة عرض لمقالات مقترحة في نفس القسم والأقسام الأخرى.</p>		<p>صفحة مقالة</p>
---	---	-------------------

هناك بعض الصفحات التي تم إضافتها للتطبيق.

صفحة المقالات المفضلة: تم إضافة صفحة لحفظ المقالات المفضلة، أو حفظ مقالات لقراءتها فيما بعد.
صفحة الإعدادات: تم إضافة صفحة للإعدادات يتم من خلالها التحكم في الإشعارات وحجم الخط المستخدم، واختيار الوضع الليلي، ووسائل التواصل مع التطبيق.



شكل (٩) الصفحات التي تم إضافتها إلى التطبيق كميزات إضافية

صفحة الفيديوهات: حيث تم إضافة وسيلة أخرى لعرض المحتوى الإخباري في صورة فيديوهات لزيادة جذب المستخدمين وتنوع وسائل العرض الإخباري والاستفادة من مميزات العرض الإخباري الرقمي. ويوضح شكل رقم (٧) الصفحات التي تمت إضافتها في التطبيق لتحقيق ميزات إضافية وتفاعل أكثر وتشخيص في تجربة المستخدم.

مجلة التراث والتصميم - المجلد الرابع - عدد خاص (1)
المؤتمر الاول لكلية التصميم والفنون الإبداعية جامعة الأهرام الكندية
تحت عنوان (رؤية مستقبلية للصناعة المصرية)
باقي مراحل الاستراتيجية من إنشاء النماذج والاختبار والتنفيذ والاستخدام والتغذية الراجعة والتطوير المستمر تستكمل
عند برمجة التطبيق وإصداره نسخة التطبيق الإخباري على مناجر التطبيقات المختلفة.

نتائج الدراسة

ثالثاً: النتائج:

بناء على ما تم دراسته بالبحث توصل الباحثون إلى النتائج التالية:

- تطبيق بوابة الأهرام الإخباري، مثل أي منصة إعلامية، يواجه مجموعة من الفرص والتهديدات في السوق المصري.
- من خلال التركيز على الفرص والاستجابة للتهديدات، يمكن لتطبيق بوابة الأهرام الإخباري تعزيز مكانته في السوق وتحقيق نجاح أكبر في جذب المستخدمين.
- يمكن لجريدة الأهرام التركيز على تعزيز وجودها الرقمي وابتكار استراتيجيات محتوى جديدة لجذب الأجيال الشابة، مع الاستفادة من خبراتها الطويلة في مجال الإعلام. كما يجب العمل على تحسين إنتاج المحتوى لجعله أكثر تفاعلاً وملاءمة لمتطلبات الجمهور الحالي.
- ضرورة اتباع استراتيجية تصميم واضحة تقوم على أهداف المستخدم والمؤسسة وتستفيد من الموارد المتاحة وتسخرها حتى تحقق غايتها.
- التصميم الناجح لأي تطبيق إخباري يبدأ من قاعدة بحثية تبدأ بدراسة المستخدم نفسه واحتياجاته وسلوكياته والتحديات التي يواجهها وعناصر القيمة التي يريدها واهتماماته.
- يعد تقليل العوائق التنقلية، أمراً أساسياً لزيادة احتمالية عودة المستخدمين إلى الموقع.
- استغلال وسائل عرض المحتوى الرقمي المتاحة من فيديوهات وصور وصوتيات وإنفو جرافيك وفيديو جرافيك، من عناصر المنافسة الأساسية التي يجب توافرها في التطبيق الإخباري بناء على آراء المستخدمين.

رابعاً: التوصيات

بناء على النتائج التي توصل اليها والتي توصل اليها الباحثون إلى يوصي بما يلي:

- عند إطلاق التطبيق الإخباري الخاص بالمؤسسة ضرورة استكمال باقي خطوات الاستراتيجية حتى تحقق فاعليتها، حيث إن عملية التصميم عملية مستمرة.
- لتعزيز الوضع التنافسي لتطبيق بوابة الأهرام يقترح الباحثون إضافة العناصر التالية للتطبيق:
- إمكانية تغيير لغة التطبيق مع اختيار اللغة المناسبة للمستخدم، وترجمة الأخبار والموضوعات.
- تقديم قسم خاص بتقنية الواقع المعزز والواقع الافتراضي (AR/VR) تستخدم في عرض الرسالة الإعلامية وهو مالم تقدمه باقي التطبيقات.
- إضافة قسم خاص بالتدوين الصوتي podcast.

- 1- جون ستون. ٢٠١٤. الاستراتيجية العسكرية سياسة وأسلوب الحرب. أبو ظبي الامارات: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- jun sitwn. 2014. alastiratijiat aleaskariat siasat wa'uslub alharba. 'abu zabi alamarat: markaz al'iimarat lildirasat walbuhuth alastratijiati.
- 2- خالد نكي أبو الخير. ٢٠٢٣. "سمات الجمهور الرقمي وعلاقتها بأنماط ومحددات تفاعله مع محتوى المنصات الإخبارية" لمجلة العربية لبحوث الإعلام ٣٧٣- ٤٣٢.
- khalid dhaki 'abu alkhayri. 2023. "simat aljumphur alraqamii waealaqatuha bi'anmat wamuhadadat tafaedulih mae muhtawaa alminasaat al'iikhbaria " limajalat alearabiat libuhuth al'ielam 373- 432.
- 3- سليمان عبد الله الحربي. ٢٠١٠. "مفهوم الاستراتيجية دراسة في التأصيل النظري للمفاهيم." مجلة دراسات المستقبل ٨٥.
- sulayman eabd allh alharbii. 2010. "mafhum aliastiratijiat dirasat fi altaasil alnazarii lilmafahima." majalat dirasat almustaqbal 85.
- 4- عبد اللطيف حمزة القراري. ٢٠١٦. الاستراتيجية النظرية والتطبيق والقيادة والأعمال. بيروت لبنان: مؤسسة الرسالة.
- eabd allatif hamzat alqarari. 2016. alastiratijiat alnazariat waltatbiq walqiadu wal'aemali. bayrut lubnan: muasasat alrisalati.
- 5- شهد طارق حميض. ٢٠١٧. واقع تصميم واجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية. الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
- shahid tariq hamayda. 2017. waqie tasmim wajihat almustakhdam fi tatbiqat alhawatif aldhakiati. al'urduni: jamieat alsharq al'awsata

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 1- Edward Stull. ٢٠١٨. UX Fundamentals for Non-UX Professionals .Ohio, USA: Apress.
- 2- Peter Morville & Jorge Arango Louis Rosenfeld. ٢٠١٥. Information Architecture FOR THE WEB AND BEYOND .canada: oreillymedia.
- 3- Philip Hodgson David Travis. ٢٠١٩. think like a ux researcher .london: CRC press.

ثالثاً: المواقع الأجنبية

- 1- Alexey Shabanov. ٢٠٢١. Microsoft News app got renamed into Microsoft Start ٨ . september .https://www.testingcatalog.com/microsoft-news-app-got-renamed-into-microsoft-start./
- 2- Alita Joyce. ٢٠٢٤. Product Redesigns: Incremental or Overhaul. ٢٠٢٤. تاريخ الوصول . https://www.nngroup.com/videos/redesign-incremental-vs-overhaul./
- 3- Hoa Loranger. ٢٠٢٤. Radical Redesign or Incremental Change ? https://www.nngroup.com/articles/radical-incremental-redesign./

- 4- Jakob Nielsen ١٠ .٢٠٠٧ .High-Profit Redesign Priorities ١١ .March .
[https://www.nngroup.com/articles/10-high-profit-redesign-priorities./](https://www.nngroup.com/articles/10-high-profit-redesign-priorities/)
- 5- kellen .٢٠١٨ .Microsoft News Gets a Redesign and a Feature Google News Needed Yesterday ٢٠ .june .<https://www.droid-life.com/2018/06/20/microsoft-news-gets-a-redesign-and-a-feature-google-news-needed-yesterday./>
- 6- Mayya Geo .٢٠٢٢ .Inspiring UI styles and trends through the years ٢٩ .march .
<https://bootcamp.uxdesign.cc/inspiring-ui-styles-and-trends-through-the-years-de081c110539>.
- 7- Michael Dimock .٢٠١٩ .Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins ١٧ .january .<https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins./>
- 8- oxford learners dictionaries .٢٠٢٤ .redesign .
https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/redesign_1.
- 9- reutersinstitute .٢٠٢٤ .Digital News Report 2024 .june .
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>.
- 10- sursur davids .٢٠٢٠ .Microsoft is updating the Microsoft News App on Android with new design ١٠ .november .<https://mspoweruser.com/microsoft-is-updating-the-microsoft-news-app-on-android-with-new-design/>
- 11- Michał Malewicz & Diana Malewicz .٢٠٢٠ .Designing User) .www.designingui.com.
- 12- http://www.alahram.org.eg/pub_econ.htm - Available online at 9/6/2016.
- 13- وافق. .٢٠٢٤ . ٨ خطوات لبناء خطة عمل استراتيجية. ١٣ .٦ .
<https://www.wafeq.com/ar/%D9%85%D8%B1%D9%83%D8%B2-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84/%D9%84%D8%A3%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84/%D8%AE%D8%B7%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D9%84%D8%A8%D9%86%D8%A7%D8%A1-%D8%AE%D8%B7%D8%A9.%->