دورتصميم مواقع المؤسسات المصرية على شبكة الإنترنت
في دعم الوظيفة الاتصالية لهذه المؤسسات
دراسة تحليلية وميدانية

أ.د / شريف درويش اللباتد / عبدالهادي أحمد النجار
إيمان شكري عبدالحميد

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور تصميم المواقع الإلكترونية للمؤسسات المصرية فى دعم الوظيفة الاتصالية لهذه المؤسسات، وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية على عينة من مواقع المؤسسات المصرية وهى موقع أخبار اليوم وموقع جامعة المنصورة وموقع البنك الأهلىفى الفترة من أول إبريل ٢٠١٢م حتى أول يونيو ٢٠١٢م، ودراسة ميدانية على القائمين بالاتصال بمواقع الدراسة للتعرف على طبيعة عملهم ومدى تأثير ذلك على عملية التصميم، وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها:ضعف الاهتمام بالتعريف بالمؤسسات بمواقع الدراسة والاهتمام بالوظيفة الإعلامية بمواقع الدراسة، وقصور أداء التصميم فى دعم الوظيفة التعليمية بمواقع الدراسة وقصور أداء التصميم فى دعم الوظيفة التسويقية وعدم الاستفادة من إمكانات الإنترنتفىتحقيق الوظيفة الاتصالية للمؤسسات المصرية.

Abstract:

This study aims to know the role of designweb sites ofEgyptian institutionstosupportcommunicativefunctionofthese institutions,throughmakean analytical studyon a sample ofsitesEgyptian institutions, in theperiod fromApril2012until thefirst of June2012, anda field studyon designers in web sites of the study to know how they work and the factors that influence on the design process, thestudy foundattention in design web sites to support newsfunction,

andweaknessattention
indefinitioninstitutionssitesanddeficiencies inthe performance ofdesignto support theeducational functionanddeficiencies
intheperformanceofdesigninthemarketingfunctionandnot to take advantageofthepotentialoftheInternet in the role of design tosupportcommunicativefunctionofthese institutions.

مقدمة:

يشهد العصر الحالي ثورة تكنولوجية ومعلوماتية امتد تأثيرها إلى كافة مؤسسات المجتمع، فأطلق عليه عصر الإنفوميديا أو عصر ما بعد الحداثة، وأياً كانت المسميات فجميعها يعبر عن سمات هذا العصر والذي يشهد تشعب الثورة المعلوماتية في كافة النواحي الحياتية فأصبحت المعلومات هيمحركالإنتاجوالنموومنالعواملالأساسيةفي تطور المجتمعات، وأدى ذلك إلىالاندماج بين العوامل العلميةوالتكنولوجية والسياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، ليتشكل مجتمعاً معلوماتياً تبرز فيه أهمية دور وسائل الإعلام لكافة مؤسسات المجتمع.

ومع التزايد المستمر للمواقع الإلكترونية تزداد المنافسة بين هذه المواقع على جذبالمستخدمين وكسب ثقتهم والعمل على تحقيق الأهداف المرجوة من إنشائها، ويلعب تصميم الموقع دوراً بارزاً في عملية المنافسة، فالتصميم له تأثير قوى في تذكر شكل الموقع ومحتواه، كما أنالتصميم الجيد عاملاً أساسياً لتلبية احتياجات المستخدمين وخلق انطباعاً جيداً للمستخدمين عن المؤسسات أو الأشخاص أو المنتجات التى ينقل الموقع صورة لهم يلمسها المستخدم من خلال سهولة حصوله على ما يتوقع ان يجده من خلال تصفحه للموقع أو أن يدفع التصميم الذى لا يراعى اهتمامات واحتياجات المستخدم إلى غلق الموقع والبحث عن حاجاته فى موقع آخر مما يعطى

انطباعاً سيئاً عن الموقع والجهة التى يعبر عنها الموقع[١]، ومع زيادة الاعتقاد بأهمية دور التصميم فى تحقيق دور فعال للمواقع الإلكترونية أدى ذلكإلى تناول العديد من الدراسات لتصميم المواقع الإلكترونية ، ومنها:

- ما يوضح الفرق بين التصميم الطباعى وتصميم الوب، وتتبع مسرى العين على شاشات الكمبيوتر والاختلاف بين القراءة من على الشاشة كالعناوين والألوان وهوما يسمى بالتيبوغرافيا الرقميةفى مقابل عناصر التصميم الإلكترونية المتعلقة بطبيعة الوسيلة كالنص الفائق والوصلات الفائقة والوسائط المتعددة وبرامج تصميم الصفحات [٢]، ومن هذه الدراسات:

- دراسة (Rebecca A. Grier, 2004)[٣]التى هدفت إلى التعرف على العناصر التى تؤثر على توجيه مسرى عين المستخدم من إجراء دراسة تجريبية على ٣٢ مبحوثاً تتراوح أعمارهم من ١٨-٥٨ عاماً وتوصلت الدراسة أن عنصر الحركة من أكثر العناصر جذباً لعين المستخدم خصوصاً وإن وضع فى منطقة وسط الصفحة.
- دراسة (محمد الأمين، ٢٠٠٥)[٤]التى هدفت إلى التعرف على كيفية الاستفادة من الوسائط المتعددة فى تصميم المواقع العربية وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية لعينة مكونة من ١٠ مواقع إعلامية عربية، وتوصلت الدراسة إلى افتقار المواقع العربية لاستخدام الوسائط المتعددة بمفهومها الحديث الذي يقوم على ترميز رسالة تواصلية متعددة المنبهات تخاطب أكثر من عضو حسي، وعدم وجود علاقة ارتباطية بين شهرة الموقع وإمكاناته (كموقع الشرق الأوسط وموقع الخليج) والاستخدام الفعال للوسائط المتعددة، واتفقت مع هذه النتائج دراسة (عباس مصطفى، ٢٠٠٥)[٥]. التى قامت بتحليل مواقع الشرق الأوسط، الحياة، إيلاف،الجزيرة نت، العربية نت، إسلام أون لاين، الاتحاد، الخليج، البيان

والنسخة العربية لموقع BBC، في الفترة الزمنية ما بين مايو الى يوليو ٢٠٠٥، موضحة أن سبب تأخر استخدام المواقع العربية للوسائط المتعددة بالشكل الفعال يعود إلى أن معظم المواقع العربية لا تتمتع بميزانية منفصلة ولا يوجد بها كادر خاص بهالذا أوصت الدراسة بضرورة تدريبالصحفييناوالمصممينوالمتخصصينفيالكومبيوتروتحديثمعلوماتهم، واتفقت مع هذه النتائج دراسة (كريمة كمال، ٢٠١٠)[٦] التي قامت بإجراء دراسة تحليلية لمواقع (صحف مصر العربية والشرق الأوسط والرأي العام) ودراسة ميدانية شملت ٣٠٠ طالباً جامعياً، حيث اتفقت نتائج الدراسة التحليلية والميدانية على ندرة استخدام الوسائط المتعددة في مواقع الدراسة.

- دراسة (منار فتحي، ٢٠٠٩)[٧] التي قامت بتحليل (موقع صحيفة الأهرام، موقع الوفد، موقع اليوم السابع، موقع المصري اليوم، موقع الشروق) وتوصلت إلى أن أهم مشاكل يسر الاستخدام الخاصة بعينة الدراسة ترجع إلى عدم إتباع قواعد الكتابة الصحفية الخاصة بالإنترنت والتي تقوم على التركيز على المسح السريع للكلمات ونتيجة لذلك ظهرت السطور العريضة بعرض الشاشة والموضوعات شديدة الطول ووضع خطوط أسفل الكلمات بالرغم من أنها ليست روابط، وذلك بسبب نشر أغلب المواقع المادة المطبوعة دون مراعاة طبيعة الإنترنت، كما أشارت دراسة (كريمة كمال، ٢٠١٠) إلى إتباع المواقع عينة الدراسة بعض الإجراءات التي أدت إلى صعوبة القراءة مثل استخدام موقع الشرق الأوسط حروف للعناوين بحجم ٣٠ بنط أسود، أما موقع مصر العربية فلم تغير أحجام مقدماتها عن متونها فجاءت بنفس الحجم ١٤ بنط وهو ما أشار إليا

المبحوثون من أن أهم الأسباب لصعوبة القراءة هي نوع الخط بنسبة ٩٤ % ثم طول السطر ٨٩% يليهحجم الخط ٨٦%.

- من يركز على الجمهور واختلاف طبيعته واختلاف النموذج الاتصالى وبالتالي اختلاف الرسائل الموجهة إليه مثل دراسة (عباس مصطفى صادق،٢٠٠٦)[٨]التى أكدت على ضرورة الأخذ فى الاعتبار أن الرسائل يمكن أن تصل فى وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر وأن كل واحد من هؤلاء البشر له نفس درجة السيطرة ونفس درجة الإسهام المتبادل فى هذه الرسالة وانه عندما يقوم الفرد بزيارة موقع ما، فإنه لا يريد الأخبار والموضوعات الرئيسية فقط، بل يقبل على المواد المخصصة لتلبية احتياجات ما لديه، وهذا الأمر لا يقتصر على هذا الزائر وحده، وأن مراعاة طبيعة الجمهور من أهم أسباب نجاح بعض المواقع حيث أشارت دراسة (منار فتحي، ٢٠٠٩) أن سبب نجاح مواقع الشروق والمصري اليوم واليوم السابع أنها تعلى من شأن المستخدم وتهتم بكل تعليقاته ورسائله مما يجعلها تتبنى التصميم المركز على المستخدم فى حين أن موقعي الأهرام والوفد يخرجان المستخدم من اهتماماتهما.

وقد سعت مجموعة من الدراسات إلى التعرف على تفضيلات المستخدمين لتصميم المواقع الإلكترونية ومنهادراسة Michael Bernard, (2001)[٩] التي أجريت على ٣٤٦ مبحوثاً للتعرف على توقعاتهم حول تصميم المواقع وأشار أغلب المبحوثين إلى توقعهم لوجود الاطار الخاص بمحرك البحث في وسط الصفحة، والإعلانات في الجزء العلوي من الصفحة، ووجود الروابط الداخلية في الجزء الأيسر والروابط بالمواقع الأخرى في أيمن الصفحة أو في أسفل الجزءِ الأيسر، واستكمالاً لهذه الدراسة قامت دراسةDawn(shaikh, kelsi Lenz, 2006)[١٠]باتباع نفس

الإجراءات المنهجية للتعرف على مدى الاختلاف في توقعات المستخدمين بعد مرور خمس سنوات على الدراسة الأولى وتوصلت الدراسة التي أجريت على ١٤٢ طالباً إلى توقع أغلب المبحوثين وجود الإطار الخاص بمحرك البحث في أعلى الصفحة، ووجود الإعلانات في الجانب الأيمن، والروابط الداخلية فى الجانب الأيسر من الصفحة، وفسرت هذه الدراسة وجود بعض الاختلافات عن دراسة (Michael Bernard, 2001) الى التطورات التكنولوجيةفمثلاً بالنسبة لتصميم الإعلانات لم يكن في الإمكان قبل ذلك تصميمها في إطارات متحركة وبالتالي تتغير توقعات المستخدمين حول تصميم الصفحات مع التطورات التكنولوجية

- من يقدم نصائح للوصول إلى تصميم فعال، حيث أشار عدد من الدراسات والمقالات العلمية [١١] إلى أن عناصر التصميم الجيد تتمثل فى:

- استخدام الرسوم الجذابة،ووسائل الحركة المريحة،والتنظيم الوظيفي للموقع، والاحتفاظ بالفقرات القصيرة والاعتماد على العناوين الجذابة بصورة أكبر من استخدامها فى النص المطبوع،وضرورة اختيار عنوان الصفحة بالشكل الذي يتناسب مع محتواها الموضوعي مع مراعاة الدقة والاختصار، وتصميم النص على شكل أعمدة ويجب الالتزام بإخراج النص على شكل أعمدة كلما كان ذلك ممكنا؛ فهذا يؤدى إلى إنتاج نص يبدو هادئاً على الشاشة .
- ضرورة التوازن بين الأبيض والأسود فى تصميم أشكال الحروف حيث أن المساحات الايجابية والسلبية لكل شكل حرف تعد مهمة تماماً مثل تصميم الصفحة بأكملها، والحرص على عدم استخدم أية خطوط غير مدعومة من قبل أجهزة المستخدمين، ومن أفضل الخطوط للمواقع "Tahoma"و"Arial" و"WindowsUI"وكذلك

"Veranda"والحرص على استخدام خطوط كبيرة وواضحة خاصة وأن قراءة ومتابعة شاشة الكمبيوتر تتطلب جهداًأكبر من قراءة النصوص المطبوعة نتيجة اختلاف درجة التركيز والوضوح بين الكتابة المطبوعة والكتابة المعروضةعلى شاشة الكمبيوتر .

- مراعاة الخصائص التيبوغرافية المختلفة لعرض النص على الشاشة؛ فشاشة الكمبيوتر تتمتع بمزية تتفوق بها على المطبوعولاسيمافى استخدام الألوان، فاللون أرخص في إنتاجه وأسهل في التحكم على الشاشة .
- مراعاة أن يتناسب التصميم مع عملية تحميل البيانات،حيث أن عدم المبالغة في إضافة الصور والاكتفاء بالضروري منها للمحافظة على حجم معقول للموقع لضمان سرعة التحميل، حيث يتكرر في تصميم عديد من المواقعوجود صورة ضخمة ترحيبيةأو فلاش كبير الحجم يعرض جملاً وصوراً إعلانية للموقعفى الصفحة الرئيسة، وهو ما يحتاج وقت للتحميل يختلف حسب سرعات الانترنت المتوفرة للمستخدم وهو الأمر الذي يدفعه إلى عدم الانتظار وإغلاق الموقع.
- التعديل بشكل مستمر، حيث أن حاجات الجماهير ومطالبهم دائماً في تزايد وتجدد مستمر، وضرورة الاهتمام بتحديث معلومات الموقع باستمرار والعمل على إصلاح الأخطاء اللغوية وفي حالة اكتشافها بعد النشر بشكل سريعمع مراعاة إظهار تاريخ آخر تحديث.
- البعد عن المبالغة والإيجاز في عرض البيانات والمعلومات ؛ نظرًا للتطور التعليمي للجماهير الذين باتوا أكثر ذكاءً وقدرة على استخدام الوسائل التكنولوجية، مع مراعاة أن يحتوى الموقع على مواصفات المنتج أو الخدمة، وكيفية إجراء عملية الشراء، وطبيعة الضمانات وخدمة ما بعد البيع.

- العمل على أن يتناسب تصميم الموقع مع الأهداف العامة للمؤسسة، وله من الخصوصية بالشكل الذي يستطيع المستخدم تمييز تصميم موقع المؤسسة عن باقي المواقع الأخرى، فبعض المواقع تتضمن على معظم المزايا الضروريةكمنتديات للحوار وعنصر التفاعل وإتاحة الفرصة للمستخدمين للتعبير عن أرائهم وهو ما يميزها عن المواقع الأخرى.
- الاستفادة من المستحدثات التكنولوجية الخاصة بتطبيقات الانترنت مع مراعاة استخدامها بما يتوافق مع حاجات المستخدمين وقدرتهم على استخدام هذه المستحدثات فقد لا يمتلكوا الأجهزة التي تعرض مثل هذه المستحدثات وهو ما يتطلب المعرفة الجيدة بخصائص المستخدمين واحتياجاتهم.

دراسات تتناول الإشكاليات التي تتعلق بالتصميم بشكل خاص وبالإنترنت كوسيلة اتصالية بشكل عام، فبالنسبة **لإشكالية صعوبة القياس والتقويم لفاعلية التصميم؛ أرجعت بعض الدراسات ظهور هذه الاشكالية الى:**

- تعدد الوظائف الاتصالية التى تؤديها المواقع الإلكترونية ، حيث أدى ذلك إلى التنوع فى المحتوى المقدم أو الشكل التصميمى من موقع لآخر، وكذلك تنوع المقاييس للحكم على مدى فاعلية المواقع الإلكترونية فمثلاً إذا قيس نجاح موقع نيويورك تايمز'NYTimes.com'فى الاحتفاظ بمستخدميه أكبر فترة ممكنة، فإن ذلك نفسه مقياس فشل موقع مثل جوجل الذى يقاس نجاحه بسرعة نقل المستخدم إلى الصفحة التى يريدها فى موقع آخر[١٢]، والتحدىهنا فى المواقع التى تقدم اكثر من وظيفة اتصالية فى محاولة لارضاء المستخدمين وتلبية لاحتياجاتهم المتجددة.
- تعدد أساليب تقييم فاعلية المواقع، ويمكن تقسيم هذه الأساليب إلى أربعة قطاعات رئيسيه هي: الممارسات المثليلتصميم المواقع، دراسات تحليل

دخول الوب(مقياس مخرجات الموقع بتحديد مقدار المرور إلى موقع الوب)، دراسات يسر الاستخدام، أداه تحليل تغليف البيانات(هي أداه إدارية لقياس فعالية مواقع الوب والتى حددت بذلك الموقع الذي ينتج أكبر قدر من المخرجات باستخدام أقل قدر من المدخلات، وتشير المدخلات إلى القياسات التى تمثل الجهد المطلوب لبناء الموقع حيث ضمت هذه القياسات استخدام عدادات تقوم بتتبع مقدار محتوى الموقع، تكرار تحديث المضمون، ومدى تعقد المحتوى، وعملية تنظيمة، أما المخرجات فتتمثل فى مقدار الزيارات اليومية للموقع[١٣] ، وأشار فهد بن غازى(٢٠١٠)[١٤]فى مراجعته للتراث العلمي فيما يتعلق بتقييم المواقع الإلكترونية إلى انه بالرغم من تزايد الإنتاج الفكري المتعلق بتقييم المواقع على الإنترنت، إلا أن مراجعة هذا الإنتاج أوضحت عدم وجود اتفاق على معايير محددة لتقييم المواقع واختلاف مسمياتها ومدلولاتها وبعضها فيه من التفصيلات والتكرار مما لا يساعد على تطبيقه بسهولة ودقة .

- تركيز المنظمات الدولية الخاصة بالمعايير الدولية للتصميم في وضع خطوط إرشادية للمصممين يغلب عليها طابع العموميات أكثر من الاهتمام بالجانب العملي المتعلق بطبيعة المواقع واحتياجات المستخدمين [١٥]، ويزداد الأمر مع المواقع العربية التي تعانى من عدم وضوح معايير تصميم خاصة بالمواقع العربية تتناسب مع البيئة العربية[١٦].
- صعوبة عزل العناصر بعضها عن بعض من أجل البحث والدراسة؛ حيث أثبتت دراسة (سها حسن البطراوى ،٢٠٠٦)[١٧] أن التواجد الكبيرعلى الإنترنت من جانب الشركات المصرية، لا يمكن النظر إليه دون ربطه بأسباب هذا التواجد والتي تمثلت فىالتواجد التقليديمما أدى إلى استخدام الاستراتيجياتالتىلا تتناسب مع الجمهور المصرى.

- ساعدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة مستخدمى الإنترنت من التنقل بين المواقع أياً كانت اللغة أو الثقافة فأمامهم فضاء معلوماتي مفتوح يتجولون فيه للوصول إلى ما يتوافق مع احتياجاتهم واهتماماتهم، **وهو ما أثار إشكالية تتعلق بأفضلية التوجه الثقافي؛ أهو توجه ثقافي نوعى تتشكل الرسائل الاتصالية بسمات ثقافية لمجتمع معين أم إصدار نسخ مختلفة لمختلف الثقافات للمواقع ذات التوجه العالمي**[١٨]، وبالتالي يتعلق الأمر هنا بمعرفة طبيعة الجماهير التى يستهدفها الموقع وتوجهاتهم الثقافية، حيث يختلف استخدام بعض عناصر التصميم باختلاف الثقافات فمثلاً يرمز الأبيض فى الثقافات الآسيوية للموت والعكس فى الثقافة المصرية حيث يرتبط الأسود بالموت والأحزان، وفى الصين يستخدم الأسود مع اللون الأحمر للتعبير عن السعادة ولذا يستخدم على نطاق واسع فى دعوات الزفاف، بينما يستخدم اللون الأحمر مع الأبيض في اليابان للتعبير عن الاحتفال والبهجة.

وهو ما يتضح منه ضرورة مراعاة الرموز والدلالات الثقافية في إعداد العملية الاتصالية عبر الإنترنت حيثيفضل المستخدمون المواقع المرتبطة بثقافتهم على المواقع المرتبطة بثقافات أخرى[١٩]، والذى يمثل أهم التحديات المرتبطة بعملية تصميم المواقع [٢٠]،وأطلق نبيل على(٢٠١٠)[٢١]على هذا الدور مسمى الابتكار الاجتماعى وهو ذلك الابتكار القادر على تطويع التصميم ليعبر عن ثقافه البيئة المحلية وبالتالي يتم توظيف تكنولوجيا المعلومات في خدمة المجتمع المحلى.

نستنتج مما سبق :

- أهمية الدور الذي يقوم به التصميمفي توصيل الرسالة الاتصالية عبر الإنترنت من خلال الاستخدام الأمثل للعناصر المميزة للإنترنت كالوسائط

المتعددة ، ودوره في جذب المستخدمين وارتباط مواصفات التصميم الجيد بمراعاة طبيعة الجمهور، والعمل على أن يتناسب تصميم الموقع مع الأهداف العامة للمؤسسات التي يصدر عنها الموقع الإلكتروني،وعلى ضرورة مراعاة كل من المعايير الخاصة بالمحتوى الإلكتروني والمعايير الفنية للتصميم الالكتروني في عملية التصميم، بالإضافة إلى مراعاة استخدام الرموز والدلالات الثقافية بعد توصل الدراسات العلمية إلى تفضيل المستخدمين للمواقع المرتبطة بثقافتهم على المواقع المرتبطة بثقافات أخرى.

- تكمن إشكالية صعوبة القياس والتقويم لفاعلية التصميم من عدم وجود اتفاق على معايير محددة لتقييم المواقع وافتقار معايير المنظمات الدولية الى الجانب العملي المتعلق بطبيعة المواقع واحتياجات المستخدمين، ومما يزيد من هذه الإشكالية تعدد الوظائف الاتصالية التى تؤديها المواقع الإلكترونية فى محاولة لارضاء المستخدمين وتلبية لاحتياجاتهم المتجددة وهو الأمر الذي يؤدى إلى مزيد من التنوع في مقاييس الحكم على مدى فاعلية المواقع الإلكترونية

- يفتقد تصميم معظم المواقع الإلكترونية العربية وخاصة المصرية إلى التصميم الأمثل الذي يبرز معه السمات الاتصالية للإنترنت، وأوضحت دراسة كل (عباس مصطفى، ٢٠٠٥) و(منار فتحي، ٢٠٠٩) و(كريمة كمال، ٢٠١٠) أسباب ذلك إلىعدم إتباع بعض المصممين للمعايير الفنية في التصميم التي تحقق سهولة القراءة ويسر الاستخدام، وهو ما يتضح معه أهمية تدريبالمصممينعلى المفاهيم الحديثة للتصميم وما توصلت إليه الدراسات العلمية في المجالات العلمية المرتبطة بتصميم المواقع.

وبذلك تتضح أهمية دراسة تصميم المواقع الإلكترونية المصريةللتعرف على كيفية التغلب على أوجه القصور التي عرضتها الدراسات السابقة وذلك في ضوء ما توصلت إليه الدراسات العلمية من ضرورة مراعاة الدلالات الثقافية التى تميز تصميم المواقع عن بعضها وتدفع المستخدمين إلى مزيد من التفاعل وكسب رضاهم.

مشكلة الدراسة:

نظراً لأهمية الدور الذي يقوم به التصميم في خلق انطباع جيد عنها من خلال الموقع وعلى العكس خلق انطباعاً سيئاً من عدم الاهتمام بالمستخدمين أو فيما يتعلق بمصداقية المؤسسة لدى جمهورها، ونظراً لطبيعة العصر التي فرضت تداخل المؤسسات وارتباط بعضها البعض فى علاقات متشابكةوإلى زيادة الحاجة إلى وجود شراكة بين المؤسسات الصحفية مع المؤسسات الاقتصادية الأخرى محولة بذلك المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام من مجرد وسائل إخبارية إلى مواقع إعلامية اقتصادية وأحياناً تعليمية الأمر الذي يجعل من الصعوبة بمكان أن تتبع مواقع المؤسسات مواصفات واحدة للتصميم الجيد، مما تتضح معه الحاجة إلى إجراء دراسة يمكن من خلالها الوصول إلى مواصفات فنية للتصميم الجيد، ويمكن بلورة مشكلة الدراسة فى ؛ **الحاجة إلى معرفة دور تصميم المواقع الإلكترونية للمؤسسات المصرية فى دعم الوظيفة الاتصالية لهذه المؤسسات، والوصول لوضع معايير فنية خاصة بتصميم المواقع الإلكترونية بالشكل الذي يساعد القائمين على تصميم المواقع على تحقيق أقصى استفادة ممكنة من استخدامهم لشبكة الانترنت، وذلك فى ضوء:**

- تحديد المؤسسات التى تجرى عليها الدراسة لوضع المواصفاتالتى تتناسب مع الطبيعة التى تتميز بها كل مؤسسة عن الأخرى .

- الاستفادة من الدراسات العلمية والتجارب العملية لمواصفات التصميم الجيد للمواقع الإلكترونية .
- مدخل تحليل النظم، وذلك على اعتبار أن عملية التصميم عملية دينامية تتأثر بمجموعة مدخلات تتعلق بطبيعة المؤسسة وإمكانيات العناصر البشرية والإمكانات المادية لتتفاعل هذه العناصر معاً ليكون المنتج النهائي والمتمثل في الموقع الالكتروني .

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذه الدراسة فـــى :

- إن التواجد على الإنترنت بحد ذاته لا يشكل أهمية ما لم يصبح هذا التواجد فعالاً في تحقيق الأهداف التي من أجلها تم بث الموقع على الانترنت، والذي يراد منه تحقيق التواصل بين المؤسسة بغض النظر عن هويتها الرسمية أو غير الرسمية والمستفيدين منها،وعلى هذا الأساس فإن وضع مواصفات فنية لتصميم المواقع الإلكترونية بالشكل الذي يساعد فى تحقيق الهدف منها يمثل أهمية لهذه الدراسة .
- كون تجربة المواقع الإلكترونية المصرية تدل على عدم استغلال إمكانات الإنترنت بالشكل الأمثلوعلى هذا فإن دراستها في هذه المرحلة يعد أكثر نفعاً للمستقبل .

- أن هذه الدراسة تتجاوزالتحليل الوصفى لتصميمالموقع لتصل إلى تقييم هذه المواقع ووضع المعايير لأفضل تصميم يتناسب معهامن خلال العلاقة التكاملية بين عناصر التصميم والمادة التحريرية وذلك فى إطار يحكمه طبيعة المؤسسة .

۞أنها تتناول إحدى الوسائل الاتصالية الجديدة التي اكتسبت لها جمهورها ومؤيديها وفى الوقت نفسه تلاقى عديداً من التحديات مما يستلزم دراسة أحد أدواتها فى توصيل رسالتها وهو التصميم من حيث معرفة سماته والعوامل التى تؤثر فيه وتقييمه للوصول إلى تصور لكيفية تطوير تصميم هذه المواقع.

أهداف الدراسة:

تتمحور هذه الدراسة حول هدف رئيس وهو :

وضع تصور للدور الذي يمكن أن يؤديه تصميم المواقع الإلكترونية في دعم الوظيفة الاتصالية لها،ويمكن تفصيل هذا الهدف في الأهداف الفرعية التالية:

١. تقييم دور تصميم المواقع الإلكترونية للمؤسسات محل الدراسة فى تحقيق الأهداف المرجوة منها.

٢. معرفة العوامل التي تؤثر فىتصميم المواقع الإلكترونية للمؤسسات محل الدراسة.

تساؤلات الدراسة :

١. مادور تصميم المواقع الإلكترونية للمؤسسات محل الدراسة في دعم الوظيفة الاتصالية لهذه المؤسسات،ويتفرع من هذا السؤال:

١/١. ما الأهداف التي تسعى المؤسسات المصرية محل الدراسة تحقيقها من خلال المواقع الإلكترونية ؟

١/٢.ما الكيفية التي وظفت بها عناصر التصميمبالشكل الذي يدعم الوظيفة الاتصالية؟

٢.ما العوامل التي تؤثر في تصميم المواقع الإلكترونية للمؤسسات محل الدراسة، ويتفرع من هذا السؤال:

١/٢. إلى أي مدى تؤثر طبيعة المؤسسات المصرية محل الدراسة في تصميم هذه المواقع ؟

٢/٢. إلى أي مدى تؤثر سمات القائمين بتصميم هذه المواقع والكيفية التي يؤدون بها أدائهم في عملية التصميم ؟

➢ إعنوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف الظواهر الإعلامية و أسباب حدوث الظاهرة، والعلاقة بين المقدمات والنتائج في دراسة الظاهرة الإعلامية والعوامل المؤثرة فيها، حيث تهتم هذه الدراسة بوصف الدور الذي يمكن أن يحققه التصميم في دعم الوظيفة الاتصالية بالمؤسسات المصرية محل الدراسة والعوامل التى تؤثر فىأداء التصميمي لهذا الدور.

مجتمع الدراسة:

تم اختيار عينة من المؤسسات المصرية المختلفة فى طبيعة نشاطها وفى طبيعة جمهورها للإجابة عن تساؤلات الدراسة مع إمكانية تطبيق أدوات الدراسة عليها ويمكن تقسيمها إلى (مؤسسات إعلامية، ومؤسسات تعليمية، مؤسسات اقتصادية) وتم اختيار مواقع المؤسسات التالية (بوابة أخبار اليوم- موقع البنك الأهلى – موقع جامعة المنصورة) وتم اختيار هذه العينةلأنها

١- تمثل مؤسسات تنتمى الى قطاعات مختلفة ومع ذلك يتداخل عملها، فهناك مؤسسات إعلامية تجذب جماهيرها من خلال عرض لبعض المنتجات وتقديم بعض الوسائل التعليمية لشرح بعض المعلومات أو كيفية استخدام بعض الخدمات المقدمة عبر الموقع، كما يناسب بعض المؤسسات اقتصادية الطابع

٢- الإخبارى في تصميم صفحاتها أكثر من التسويقى، وهناك مؤسسات تعليمية تهدف من خلال الوظيفة الاعلامية الى اطلاع مستخدميها بأحدث الأخبار

ارتباط موقعwoorank مع موقع Heatmap المتخصص فى تسجيل المناطق التي تقع عليها عين المستخدم.

٣- تحليل موقع Alexa ، للتعرف على السمات الديموغرافية لمستخدمى الموقع والمواقع التى يتعرض لها مستخدمى الموقع قبل وبعد التعرض لمواقع الدراسة.

٤- تحليل موقع marketing، للتعرف على مدى كفاءة تصميم المواقع فى تسويق الخدمات.

٥- تحليل موقع mobiReady، للتعرف على كيفية ظهور المواقع باستخدام أجهزة المحمول والآى باد مع التعرف على عيوب ومميزات تصميم المواقع باستخدام هذه الأجهزة.

٦- أداة "Meta Tag Analyzer، وهى من إنتاج شركة Submit Expressالمتخصصة فى مجال محركات البحث والتسويق، وتم استخدام هذه الأداة لتحديد طول عنوان الموقعمن حيث عدد الحروف وعلاقة العنوان بمضمون الصفحة الرئيسية للمواقع عينة الدراسة، وذلك من خلال التكرارات التي يمكن أن تكون لكلماتالعنوان فى الصفحة ويتم إعطاؤها ترتيب للدرجات هنا بنسب متفاوتة من الممتاز بنسبة ١٠٠% وحتى الضعيف جداً.

٧- أداة Broken Link checker، للتحقق من كفاءة الروابط التى تنقل المستخدمين لباقى صفحات الموقع أوإلى مواقع أخرى.

الإطار النظرى للدراسة

يعرف تصميم المواقع الإلكترونية بأنه عملية تنظيم محتوى الموقع والذي يشمل طريقة كتابة النصوص وتنظيمها، وتنظيم العناصر المرئية باستخدام لغات وبرامج مثل (Flash, Css, Html) بما يعطى المظهر

الجمالي للموقع أو لاستخدام هذه العناصر فى التجول داخل الموقع، وذلك فى ضوء الهدفمن إنشاء الموقع والذي يعد المرجع الأساسي عند اتخاذ أي قرار خاص بالتصميم .[٢٣]

وترتبط المفاهيم الحديثة لتصميم المواقع الإلكترونية بالتطورات التى تشهدها الإنترنت، حيثيتعدى دور المصمم من تصميم الموقع إلى توصيف الموقع والعمليات التى نفذها للوصول بتصميم الموقع للشكل النهائي وذلك فى إطار منظومة الويب الدلالي، ويفضل توصيف الموقع أثناء عمليةتصميم الموقع، وليس بعد تنفيذه فبهذه الطريقة يمكن الاستفادة من المعلومات، وتحقيق نوع من التكامل بين القائمين على تصميم الموقع حيث يعمل ذلك على وضوح العملية التصميمية للجميع اذا ما استعدى الأمر للتعديل[٢٤].

وللتعرف عن كيفية أداء التصميم لدوره الاتصالي مع اختلاف طبيعة الوظيفة الاتصالية والتي نقسمها كالتالي:

➢➢ دور التصميم فى دعم الوظيفة الإعلامية :

تتمثل الوظيفة الإعلامية عبر شبكة الانترنت في إتاحة الفرصة للمستخدم للتصفح والحصول على مختلف أنواع المعلومات السياسيةوالاقتصادية والثقافية، والفنية والرياضية.. الخ، وتزدادأهمية هذه الوظيفة لارتباطهابكم المعلومات المتجدد والمتنوعلمختلف مجالات الحياة، بما جعلها تأتى على قائمة الوظائف التي تؤديها الانترنت فىمتابعةالأخبار والأحداث العالمية وتلبية الحاجات المعرفية سواء من خلال المواقع الإعلامية أو المواقع التعليمية أو المواقع العلمية [٢٥] ، **ومنمواصفات تصميم المواقع الإلكترونية بما يدعم تحقيق الوظيفة الإعلامية**؛ مراعاة سلوك المستخدم فى التعرض لكم المعلومات الضخم في عملية التصميم، حيث يتسم سلوك المستخدم بالتعرض السريع للمعلومات لانتقاء ما يريده أي أنه يقوم بعملية

مسح للمعلومات أولاً ثم متابعة القراءة، ومراعاة الفروق الفردية بين المستخدمين والتي تعتبر من العوامل التيَ تؤثر على تلقى المستخدمين للمعلومات فعلى المصممين مراعاة هذه الفروق فى عملية التصميم والاستفادة من ذلك فى تحديد طبيعة التصميم التي تتناسب مع خصائص جمهور معين[٢٦]، وضرورة أن يشعر المستخدم بخصوصيته حيث يرحب المستخدمين بتقدير شخصياتهم وهو أمر مهم فى ظل منافسة قوية من مصادر المعلومات الأخرى حيث يتم التميز من خلال الأصوات الفردية [٢٧].

➢➢ دور التصميم فى دعم الوظيفة التعليمية :

تزداد أهمية الإنترنت للعملية التعليمية فهي مصدر للمعلومات، وكوسيلة للنشر، وكأداة للحوار وللاتصال**ومن مواصفات تصميم المواقع الإلكترونية التي تدعم الوظيفة التعليمية لهذه المواقع**؛البساطة "Simplicity" وتعنى تصميم الموقع بالشكل الذي يحقق سهولة التعلم والاستعمالوكلما كانت الشاشة معقدة أو مزدحمة كلما كان من الصعب على المستخدم فهمها وهو ما يتضح معه أهمية احتواء الصفحة الرئيسة على خريطة الموقع لتوضيح المسارات التي يسلكها المستخدمفي البحث عن المعلومات، واستغلال المواقع الاجتماعية فى جذب المستخدمين للمواقع التعليمية من خلال التفاعل والمشاركة مع الطلاب والتواصل بينالأساتذة وبعضهم وبينهم وبين الطلاب وبين المسؤلين عن المؤسسات التعليمية[٢٨]،ويجب الاهتمام باستخدام الألوان في التصميم نظراً لأهمية اللون في دعم الوظيفة التعليمية وهو ما أوضحته دراسة (وفاء صلاح الدين، ٢٠٠٨)[٢٩] من أن استخدام نص ابيض على خلفية سوداء أسرع فى القراءة، أما استخدام النص الأبيض على خلفية زرقاء له أثر كبير على وضوح المحتوى، أما تفضيلات عينة الدراسة المكونة ١٦ طالباً من جامعة المنيا فكانت للنص الأسود على خلفية بيضاء، ويفضل استخدام الألوان الباردة مثل

اللون الأزرق والأزرق الفاتح على أن تكون كتابة النص بلون فاتح على أرضية داكنة.

➢➢دور التصميم فى دعم الوظيفة التسويقية :

يساعد التصميم الجيد في تكوين انطباع جيد عن المنتج والمؤسسة من حيث قدرة المستخدم على تلبية احتياجاته بسهولة وإعطائه متعة التجربة من خلال التعرض للمنتجات عبر الموقع دون الذهاب إلى أماكن بيع هذه المنتجات وهو ما يتضح معه أهمية التصميم في إقناع المستخدم بشراء المنتجات عبر الإنترنت[٣٠]، **ومن مواصفات تصميم المواقع الإلكترونية والتي تدعم الوظيفة التسويقية لهذه المواقع؛** ضرورة أن يصمم المواقع بما يحقق صورة ذهنية إيجابية عند المستخدمين للمؤسسة وللمنتج وللموقع، وتأخذ عملية تكوين الصورة الذهنية أهمية لدى القائمينبالاتصال التسويقي إذ يهتمون بكيفية التأثير على الصورة الذهنية المنطبعة لدى المستهلكينحول الموقع أو المنتج أو المؤسسة[٣١]، وإبراز المصادر أو الشهادات التى يعتمد عليها في عرض المعلومات بما يزيد من مصداقية الموقع، وأكدت دراسة(Ranganathan, ShobhaGanapathy, 2002)[٣٢]على الاهتمام بالعناصر المرئية في عرض هذه المعلومات فصحيح أن جميع المبحوثين البالغ عددهم (٧٠) طالباً أعتمدوا على النص فى تقييم مصداقية الموقع إلا أن العناصر المرئية تزيد من مصداقية الموقع.

نتائج الدراسة:

تبين من خلال المقابلات مع القائمين بالاتصال اتفاقهم على أن الهدف الأساسي لمواقعهم هو الاتصال بالمستخدمين وتكوين صورة ذهنية ايجابية عن المؤسسة، وورد ذلك بكتيباتمطبوعةوزعت على القائمين بالاتصال بموقع أخبار اليوم أو من خلال الاتفاق بين رؤساء العمل والقائمين بالاتصال على

الأهداف العامة المطلوب تحقيقها من خلال الموقع كما في موقع جامعة المنصورة وموقع البنك الأهلي.

وتبين من النتائج دور التصميم في دعم الوظيفة الاتصالية لمواقع الدراسة على النحو التالى:

بالنسبة لموقع أخبار اليوم :

- **ساهم تصميم موقع أخبار اليوم في خلق انطباع جيد عن المؤسسة من** حيث ملاءمة عنوان الموقع للمحتوى بنسبة ٦٧% وبالتالي فإن ملاءمة عنوان الموقع لنشاط المؤسسة لأن محتوي الموقع متعلق بنشاط المؤسسة، ووجود معلومات عن المؤسسة بصفحة "من نحن" والتي تعرض تاريخ مؤسسة أخبار اليوم وحرصها على تطوير خدماتها، وبالرغم من الاهتمام بعرض رابط هذه الصفحة بالصفحة الرئيسة إلا أنه اتضح ضعف الاهتمام بالتعريف بالمؤسسة سوء من ناحية المحتوى الذى ذكر فيه حرص المؤسسة على تطوير الخدمات دون التعرض لطبيعة هذه الخدمات أو تصميم الصفحة حيث لم تستغل الصفحة في إبراز التطورات التي شهدتها المؤسسة من خلال الصور أو عرض الخدمات التي تقدمها المؤسسة عبر موقعها للمستخدمين، ليظهر نصف الصفحة فارغاً دون اهتمام من ناحية المحتوى أو التصميم.

- **ساهم تصميم موقع أخبار اليوم في خلق انطباع جيد عن موقع المؤسسة**، وذلك من خلال:الاهتمام بطريقة تقديم الموقع عبر محركات البحث حيث أن موقع أخبار اليوم لديه (١٦٨٠٠٠) صفحة مفهرسة من قبل محركات البحث، وتواجد رابط للموقع عبر (١٥٦) موقعاً منهم بوابة معلومات مصر وموقع "bbc" وموقع مكتبة جامعة واشنطن، وهو ما يوفر فرص أكثر لتعرض مستخدمى هذه المواقع لرابط موقع أخبار اليوم،

وسهولة انتقال المستخدم داخل الموقع باستخدام الروابط والتىظهرت فى (١٨٦) صفحة بنسبة ١٠٠% من الصفحات التى تم تحليله، وبلغ عدد الروابط بالصفحة الرئيسية للانتقال للصفحات الداخلية (٢٥٨) رابطاً وهو ما يدل على الاهتمام بعرض محتويات الموقع وتسهيل عملية انتقال المستخدمين بين صفحات الموقع، ووفر الموقع عدد من الخدمات لمستخدميه منها؛ تصفح اصدارات المؤسسة الكترونياً أو بنسخة Pdf، وخدمات التعرف على أسعار العملات وأحوال الطقس ومواعيد الصلاة.

وبالرغم من ذلك ظهرت بعض السلبيات منها؛ عدم الاهتمام بتعريف المستخدمين بأهداف الموقع ولا بالقائمين على إصداره، وبطء تحميل الموقع حيث بلغت حجم الصفحة الرئيسية للموقع (٦٢٩٠٨) بايت، ووجود بعض الروابط غير نشطة مثل (اتصل بنا) و (من نحن) الموجودة أسفل الصفحات الخاصة بإصدارات المؤسسة (مثل أخبار الأدب- أخبار الحوادث)،وعدم تفعيل خدمة البحث في الأعداد السابقة، ووجود بعض الأخطاء المتعلقة بعدم وضوح الخطوط.

- **ساهم تصميم موقع أخبار اليوم فى دعم التفاعل بين المستخدم والموقع،** حيث اتضح من نتائج الدراسة التحليلية ظهور رابط (اتصل بنا) فى (١٧٤) صفحة بنسبة ٩٣,٥% من الصفحات التى تم تحليلها، وتوافر أدوات التفاعل بين الموقع و المستخدم مثل أدوات توجيه المستخدمين للمشاركة فى الموقع مثل (شارك- احفظ – أدخل التعليق هنا) بنسبة ٧٤,٧%، والأدوات التي تمكن المستخدم من التحكم في طريقة العرض مثل (للتكبير اضغط على الصورة- تشغيل وإيقاف الفيديو) بنسبة ٦٦,١%، كما توفر صفحة للموقع عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتى تم إبرازها على الصفحة الرئيسة للموقع سواء بعرض الأخبار المعروضة

فى الصفحة الخاصة بأخبار اليوم عبر موقع Facebook أو بصور المستخدمين المعجبين بالصفحة.

- **ساهم تصميم موقع أخبار اليوم فى دعم الوظيفة الاتصالية للمؤسسة على النحوالتالى:**

١. دور تصميم موقع أخبار اليوم في دعم الوظيفة الإعلامية: وتحقق ذلك من خلال توافق وضع المعلومات المهمة بأكثر المناطق التي تقع عليها عين المستخدم عبر الصفحة الرئيسة لموقع أخبار اليوم وتبين أنها تأخذ شكل حرف "F"، وتحديث الموقع محتواه بشكل مستمر للأخبار حيث يقدم شريط متحرك أسفل اللافتة يعرض فيه أحدث الاخبار وكذلك وجود اطار في الجزء الأيسر من الصفحة الرئيسة يمثل أحدث الأخبار، واستخدام الوسائط المتعددة لتسهيل وصول المعلومات ومنها استخدام الصور بنسبة ١٠٠%، واستخدام الرسوم بنسبة ١٣,٩%، واستخدام الفيديو بنسبة ١١,٨%،

٢. دور تصميم موقع أخبار اليوم في دعم الوظيفة التعليمية: اتضح من النتائج ضعف الاهتمام بتوفير مصادر للتعلم أو زيادة الخبرات واقتصرت على عرض أخبار العلوم والجديد فى المجالات العلمية.

٣. دور تصميم موقع أخبار اليوم في دعم الوظيفة التسويقية: اتضح من خلال الدراسة التحليلية اقتصار الموقع على عرض اعلانات للإصدارات التابعة للمؤسسة وكذلك اعلانات لمنتجات المؤسسات الأخرى، وظهرت بعض الأنشطة التسويقية القليلة بنسبة ٢,٧% من الصفحات التي تم تحليلها تتناول عرض لأغلفة الكتب في الصفحات الخاصة بـــــ (كتاب اليوم).

النسبة لموقع جامعة المنصورة

- **ساهم تصميم موقع جامعة المنصورة في خلق انطباع جيد عن المؤسسة** من حيث ملائمة عنوان الموقع للمحتوى بنسبة ٦٩%، وبالتالي فإن العنوان مناسب لنشاط المؤسسة لأن محتوي الموقع متعلق بنشاط المؤسسة، ووجود معلومات عن المؤسسة بنسبة ٧٠,٦% وإن اختلفت المعلومات المعروضة عن المؤسسة فى بعض الصفحات، فهناك من عرض معلومات عن تاريخ الجامعة وأخرى عرضت الكليات والمراكز البحثية أو من خلال الاحصاءات المتعلقة بالإمكانات المادية والبشرية للمؤسسة أو عن طريق عرض توضيحى لمبنى الجامعة باستخدام الرسوم أو الفيديو، كما وفر الموقع إمكانية الاتصال برئيس الجامعة عبر البريد الإلكتروني وإبراز الاطار الخاص بالاتصال برئيس الجامعة بالألوان ووضعه أسفل اللافتة لجذب انتباه المستخدم.

- **ساهم تصميم موقع جامعة المنصورة في خلق انطباع جيد عن موقع المؤسسة:** وذلك من خلال الاهتمام بطريقة تقديم الموقع عبر محركات البحث حيث أن موقع جامعة المنصورة لديه (٨٤٩٠٠٠) صفحة مفهرسة من قبل محركات البحث، وتواجد رابط للموقع عبر (٨٨٩) موقعاً منهم وزارة الخارجية وجامعة القاهرة ،سهولة انتقال المستخدم داخل الموقع باستخدام الروابط حيث بلغ عدد الروابط للانتقال للصفحات الداخلية (٣٧) رابطاً، أما الروابط الخارجية فعددها (٢١)، واهتم الموقع بتوفير عدد من الخدمات للطلاب ولأعضاء هيئة التدريس منها خدمة البريد الإلكترونى حيث يستقبل الطالب رسائل تحتوي على نتيجته على البريد الإلكتروني الخاص به وذلك كل فصل دراسي، وخدمة توفير البرامج مثل الاشتراك في نظام (MSDN) الذي يتح للطالب الحصول على منتجات شركة

ميكروسوفت (Microsoft) بترخيص شخصي للطالب، وخدمة التعرف على تليفونات الكليات وإدارات الجامعة من خلال دليل التليفون، وخدمة الوظائف من خلال عرض للوظائف المتاحة ببعض المؤسسات الحكومية والخاصة الخالية كما في الصفحات الخاصة بكلية الهندسة و كلية الزراعة وإمكانية إنشاء موقع خاص لكل عضو هيئة تدريس من خلال حجز دومين خاص بكل عضو عن طريق استمارات معروضة بالموقع، **وبالرغم من ذلك ظهرت بعض السلبيات منها:** عدم الاهتمام بتعريف المستخدمين بأهداف الموقع ولا بالقائمين على إصداره، وبطء تحميل الموقع حيث أن حجم الصفحة الرئيسية هو (٨٩٠٨١ بايت) بايت، ووجود بعض الروابط غير نشطة مثل (الصفحات الخاصة بالقراءة الذكية – بإدارة الوقت– باستبيان الطلاب في الصفحات الخاصة بكلية الطب، نصائح هامة لطلبة الطب، خدمات الإنترنت داخل الجامعة)، وعدم وضوح بعض الخطوط واستخدام الحركة في عرض بعض المعلومات بالشكل الذى يعوق عملية القراءة عدم انتظام السطور بما يرهق عين المستخدم مع متابعة القراءة. ضيق المسافات بين السطور بما يؤثر على وضوح القراءة و عدم ملاءمة استخدام بعض الوسائط المتعددة للمحتوى المصاحبة له واستخدام الخلفيات التي ترهق عين المستخدم مع الكتابة بخطوط فاتحه.

- **ساهم تصميم موقع جامعة المنصورة فى دعم التفاعل بين المستخدم والموقع، من حيث إتاحة الفرصة لاتصال المستخدمين بالمسئولين عن الموقع من خلال** ظهور رابط (اتصل بنا) بنسبة ٩٠,٣% من الصفحات التي تم تحليلها، ووجود صفحات للموقع عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الطلاب، إلا أنه اتضح ضعف الاهتمام بتوفير الأدوات التي

تمكن المستخدمين من التفاعل مع الموقع حيث لم تظهر أدوات التوجيه إلا في ٢٨ صفحة فقط من الصفحات التي تم تحليليها بنسبة ١١,٣%.

- **اتضح من تحليل دور تصميم موقع جامعة المنصورة فى دعم الوظيفة الاتصالية للمؤسسة،** أنه بالرغم من أن موقع جامعة المنصورة يمثل موقعاً لمؤسسة تعليمية إلا أنه غلب الاهتمام بالوظيفة الإعلامية المتعلقة بأخبار والفعاليات المقامة بالجامعة عن الاهتمام بالوظيفة التعليمية والتسويقية، وعن كيفية أداء تصميم موقع أخبار اليوم لدوره في دعم هذه الوظائف نتناول:

١- دور تصميم موقع جامعة المنصورة في دعم الوظيفة الإعلامية:

وتحقق ذلك من خلال توافق وضع المعلومات بأكثر المناطق التي تقع عليها عين المستخدم عبر الصفحة الرئيسة لموقع جامعة المنصورة وتبين أنها تأخذ شكل حرف "F" حيث ضعت صورة لمتلقى الخريجين فى اللافتة لجذب المستخدمين للانضمام لمتلقى الخريجين،ويليها موضوع اسأل رئيس الجامعة ثم باقى الأخبار على الصفحة الرئيسية، وتحديث الموقع محتواه بشكل مستمر للأخبار من خلال عرض الأخبار عبر شريط متحرك أو تصميم الصفحة الرئيسة المعتمد على الوحدات كل منها تمثل خبرا به رابط للانتقال الى بقية التفاصيل في الصفحات الداخلية، وظهر الاهتمام بتزويد مستخدمى الموقع بالأخبار من خلال الصحيفة الكترونية (دنيا الفكر) مجلة (التعليم الإلكترونى) وهى مجلة متخصصة تميزت بعرض أحدث المقالات والأخبار المتعلقة بالتعليم الإلكترونى،

٢- دور تصميم موقع جامعة المنصورة في دعم الوظيفة التعليمية: اتضح من النتائج توفير مصادر للتعلم أو زيادة الخبرات وإن لم تكن بالشكل الذى يتناسب مع موقع يتبع مؤسسة تعليمية حيث اقتصر على توفير محتوى تعليمى خاص بالكليات العملية في الصفحات الخاصة بالمعامل الافتراضية والفلاشات التعليمية والفيديو التعليمي.

٣- دور تصميم موقع جامعة المنصورة في دعم الوظيفة التسويقية: بالرغم من أهمية هذه الوظيفة للجامعة من حيث عرضها لبعض الأنظمة الخاصة بتنظيم العمل داخل الجامعة للبيع إلا أنه ظهرت بعض الأنشطة التسويقية فى ٥ صفحات بنسبة٢% من الصفحات التي تم تحليلها مثل الصفحات الخاصة بالقرية الأوليمبية وفندق الجامعة ، أما الصفحات الخاصة بأنظمة الجامعة مثل نظام ابن الهيثم ونظام المستقبل فلم تلقى الاهتمام من حيث المحتوى أو التصميم بما يساعد على تسويق هذه الأنظمة والتعرف على مميزاتها وكيفية الحصول عليها.

بالنسبة لموقع البنك الأهلى

- **ساهم تصميم موقع البنك الأهلي في خلق انطباع جيد عن المؤسسة** وذلك من خلال ملائمة عنوان الموقع للمحتوى بنسبة ٨٠% وبالتالي فإن العنوان مناسب لنشاط المؤسسة لأن محتوي الموقع متعلق بنشاط المؤسسة، ووجود معلومات عن المؤسسة من خلال رابط (عن البنك) الموجودة في (٧٣) صفحة بنسبة ٩٢,٤%، وتناولت صفحة التعريف بالبنك عراقة المؤسسة وكبر حجم استثماراتها، وبالرغم من ذلك اتضح ضعف الاهتمام من حيث المحتوى والتصميم فيما يتعلق بالتعريف

بإنجازات المؤسسة، فمثلاً خبر حصول البنك الأهلي على أفضل بنك في افريقيا في مجال المسئولية الاجتماعية لم يتم إبراز الموضوع بصور للجائزة أو المعلومات التى توضح أسباب حصوله على الجائزة.

- **ساهم تصميم موقع البنك الأهلي في خلق انطباع جيد عن موقع المؤسسة:** وذلك من خلال الاهتمام بطريقة تقديم الموقع عبر محركات البحث حيث أتضح أن موقع البنك لديه (١٢٧٠)صفحةمفهرسة من قبلمحركات البحث، ووفر الموقع عدد من الخدمات عبر صفحته الرئيسة في أعلى يمين الصفحة وهى الانتقال إلى مواقع شهادات الميلاد والرقم القومي وتصاريح العمل، **وبالرغم من ذلك** لم يحتوى الموقع على تعريف المستخدمين بأهدافه وبالقائمين على إصداره،وبطء تحميل الموقع حيث بلغ حجم الصفحة الرئيسية (٤١٨٣٢) بايت، وعدم تحديث الصفحة الرئيسية منذ ٢٠٠٩ حيث تبين أن عدد الروابط بالصفحة الرئيسية تمثل في (٣٧) رابطاً منذ ١٥ مايو ٢٠٠٩ م ، حتى ٢٥ ابريل ٢٠١٢م، بالإضافة إلى وجود بعض الروابط غير نشطة مثل الرابط المتعلق بـ فتح حساب داخل وخارج مصر من خلال خدمة الأهلي، ووجود مساحات بيضاء في الموقع دون استغلالها حيث ظهرت هذه المساحات في (٣٨) صفحة من الصفحات التى تم تحليلها بنسبة ٤٨,١%.

- **ساهم تصميم موقع البنك الأهلي في دعم التفاعل بين المستخدم والموقع،** من حيث إتاحة الفرصة لاتصال المستخدمين بالمسئولين عن الموقع من خلال ظهور رابط (اتصل بنا) فى ٦٤ صفحة بنسبة ٨١% من الصفحات التى تم تحليلها، وتوافر أدوات توجيه مثل (للاستعلام عن الجوائز اضغط هنا) في (٢٦) صفحة بنسبة ٣٢,٩%، والأدوات التي تمكن المستخدم من التحكم في طريقة العرض مثل (للتكبير اضغط على

الصورة) في (٥٠) صفحة بنسبة ٦٣,٣%، وبالرغم من امكانية ارسال رسائل من المستخدم للمسئولين عن الموقع وبالمؤسسة من خلال (اتصل بنا) إلا أنه لم تتوافر الفرص أمام المستخدمين للتعبير عن آرائهم وتقديم ما يدل على الاهتمام بالرد عليهم وعدم توافر صفحة للموقع عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- **ساهم تصميم موقع البنك الأهلي في دعم الوظيفة الاتصالية للمؤسسة** من خلال التسويق للخدمات التي يقدمها البنك ومن خلال تعريف المستخدمين بكيفية الحصول على هذه الخدمات وأعلامهم بكل ما هو جديد عن هذه الخدمات وهو ما يتطلب تكامل الوظائف الإعلامية والتعليمية والتسويقية لنجاح الموقع عن كيفية أداء تصميم موقع البنك الأهلي لدوره في دعم هذه الوظائف نتناول:

١- دور تصميم موقع البنك الأهلي في دعم الوظيفة الإعلامية: وتحقق ذلك من خلال توافق وضع المعلومات بأكثر المناطق التي تقع عليها عين المستخدم عبر الصفحة الرئيسية لموقع البنك الأهلي وتبين أنها تأخذ شكل حرف "F"، ووفر الموقع خدمة "Rss" للحصول على الأخبار مع بيان كيفية استخدامها ، واستخدام الوسائط المتعددة لعرض المعلومات من خلال استخدام الصور في (٣١) صفحة من الصفحات التى تم تحليلها بنسبة ٣٩,٢%، واستخدام الرسوم في (٤١) صفحة بنسبة ٥١,٩%، واستخدام الفيديو في صفحة واحدة فقط بنسبة ١,٣%،

٢- دور تصميم موقع البنك الأهلي في دعم الوظيفة التعليمية: تتضح أهمية هذه الوظيفة فى تعريف المستخدمين كيفية استخدام بعض الخدمات المقدمة عبر الموقع مثل خدمة (الأهلي نت) والتى قدمت بشكل تجريبي يشرح الخطوات التي يجب على المستخدم اجرائها للاستفادة من الخدمة.

٣- دور تصميم موقع جامعة البنك الأهلي في دعم الوظيفة التسويقية:
اتضح من النتائج الاهتمام بتحقيق هذه الوظيفة من حيث غلبة الموضوعات المتعلقة بالتسويق للمؤسسة من خلال الخدمات المقدمة عبر الموقع والتي ظهرت في (٣٨) صفحة من الصفحات التي تم تحليلها بنسبة ٤٨,١%، والتسويق للمؤسسة من خلال عرض التقارير المالية في (٢٩) صفحة بنسبة ٣٦,٧%.

اتضح من تحليل دور تصميم مواقع الدراسة فى دعم الوظيفة الاتصالية:

- ملائمة عنوان مواقع للمحتوى وبالتالي ملائمة عنوان الموقع لنشاط المؤسسات لأن محتوي الموقع متعلق بنشاط المؤسسات.
- ضعف الاهتمام بالتعريف بالمؤسسة بمواقع الدراسة؛ حيث افتقرت الصفحات المخصصة بتعريف المؤسسات للمعلومات عن المؤسسات ونشاطها فلم تستغل هذه الصفحات في إبراز التطورات التي شهدتها المؤسسات أو عرض الخدمات التي تقدمها المؤسسة عبر موقعها للمستخدمين وكذلك لم يستفاد فى تصميم هذه الصفحات من الامكانات التى وفرها الإنترنت لجذب المستخدم للمحتوى المعروض، كما لم تمتلك جميع مواقع الدراسة مدونات خاصة بها بالرغم من أهميتها فى تعريف المستخدمين بالمؤسسة.
- ضعف الاهتمام بتعريف المستخدمين الهدف من الموقع بمواقع الدراسة فيما عدا موقع الشروق وكذلك ضعف الاهتمام بتعريف المستخدمين بالقائمين على تصميم مواقع الدراسة وحتى مع ذكر الجهة المصممة للموقع سواء أكانت داخلية كما فى موقع جامعة المنصورة أو شركة خارجية كما فىبعض الصفحات بموقعجامعة المنصورة ولم

يذكر فريق العمل القائم على الموقع ولم يوفر طرق اتصال مباشرة بينه وبين المستخدمين، وهو ما اتفق مع دراسة (رضا عبدالواجد ٢٠٠٦)[٣٣] التى توصلت الى قلة التفاعلية بين القائمين بالاتصال والمستخدمين بمواقع الدراسة

- بطء تحميل الصفحة الرئيسة بجميع مواقع الدراسة، وتبين أن تصميم جميع مواقع الدراسة غير معدة لأجهزة التليفون المحمول والآي باد.
- الاهتمام بتوفير الروابط الداخلية بمواقع الدراسة لتسهيل عملية تجول المستخدمين بين صفحات، والاهتمام بالروابط الخارجية، وهو ما اختلف مع نتائج دراسة (Aaron Marcus, 2009)[٣٤] التى أشارت إلى ضعف اهتمام مواقع الجامعات العربية عينة الدراسة لاستخدام الروابط الخارجية بالرغم من حاجاتها إلى اضفاء مزيد من الخدمات بارتباطها بمثل هذه المواقع وهو ما قد يساعد فى زيادة رضا المستخدمين عن الموقع حيث أوضحت دراسة (أحمد كمال، ٢٠٠٨)[٣٥] إلى تفضيل المستخدمين لارتباط الموقع بمواقع خارجية دائماً فى المرتبة الأولى بنسبة ٤٦,٨% وتلاها فى المرتبة الثانية أحياناً بنسبة ٤١,٥%.
- وجود بعض الأخطاء مثل وجود خطوط غير مقروءة في موقع جامعة المنصورة وموقع جامعة ٦أكتوبر، والكتابة بلون فاتح على أرضية فاتحه بما يؤثر فى وضوح الكلمات كما في الشروق واستخدا الحركة في عرض بعض المعلومات بالشكل الذى يعوق عملية القراءة ، ضيق المسافات بين السطور بما يؤثر على وضوح القراءة كما في موق البنك الأهلى وعدم ملاءمة الوسائط المتعددة للمحتوى المصاحبة له كم

في موقع جامعة المنصورة، ووجود مساحات بيضاء في الموقع دون استغلالها بموقع البنك الأهلي.

- غلبة استخدام اللون الأحمر والأزرقو الأسود والبرتقالي بمواقع الدراسة بالإضافة إلى غلبة استخدام اللون الأخضر بموقع البنك الأهلي، وهو ما اتفق مع دراسة (أحمد كمال، ٢٠٠٨) التى أشارت إلى غلبة استخدام اللون الأزرق بتدرجاته المختلفة بنسبة ٦٠% من عينة مواقع الصحف المصرية (والتى بلغت ١٥ موقعاً) وغلبة استخدام اللون الأحمر بتدرجاته المختلفة بنسبة ٢٧% وغلبة استخدام اللون الأخضر بنسبة ١٣%، وهو يتفق أيضاً مع دراسة (Aaron Marcus, 2009) التي توصلت من خلال تحليلها لمواقع (جامعة القاهرة بمصر، جامعة الزيتونه بالأردن، جامعة العلوم التطبيقية بالأردن، جامعة الإسراء بالأردن، وجامعة زيد بالإمارات) إلى غلبة استخدام اللون الأزرق والأخضر بمواقع الدراسة، وفسرت دراسة (معين صالح، ٢٠٠٩) السبب فى كثرة استخدام الأبيض واللون الأزرق فى تصميم المواقع إلى كون المستخدمين يفضلونها لأنها تريح العين أثناء التصفح وتجذب الانتباه.

- توفر الشكل الاتصالىثنائى الاتجاه بكل مواقع الدراسة من حيث ظهور رابط (اتصل بنا) فى معظم الصفحات التى تم تحليلها بموقع أخبار اليوم بنسبة ٩٣,٥% وبموقع جامعة المنصورة بنسبة ٩٠,٣%وبموقع البنك الأهلي بنسبة ٨١%، وهو ما يدل على اهتمام القائمين على الموقع بتوفير فرص الاتصال بين الموقع والمستخدمين، أما الاتصال ثلاثى الاتجاه فتوفر بموقع أخبار اليوم وجامعة المنصورة

من خلال اتصال المستخدمين بالموقع وبالمستخدمين الآخرين عبر صفحاتهم بمواقع التواصل الاجتماعي، بينما لم يتوفر لموقع البنك الأهلي صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولم يتوفر لكل مواقع الدراسة منتديات للسماح بتفاعل المستخدمين مع بعضهم عبر الموقع وهو ما اتفق مع ما توصلت اليه دراسة (أحمد كمال، ٢٠٠٨) من أن ٨٠% من المواقع عينة الدراسة لم تقدم أية منتديات للقراء، وهو ما أكدته دراسة (رضا عبدالواجد، ٢٠٠٩)[٣٦] من أن المواقع العربية لم تتيح لقرائها القدر الكافى للتعبير عن آرائهم ورؤاهم تجاه الأحداث أو القضايا المطروحة ولم تستفد من الامكانيات التفاعلية للوسيط الاعلامى المتمثل فى شبكة الإنترنت.

- بالرغم من اهتمام مواقع الدراسة بأداء بالوظيفة الإعلامية بأغلب مواقع الدراسة من حيث الاهتمام بتحديث الأخبار وتوفير خدمة ارسال الأخبار عبر البريد الإلكترونى كما فى موقع أخبار اليوم، حتى بلغ الاهتمام بهذه الوظيفة الى غلبة الطابع الإخبارى على تصميم الصفحة الرئيسة لموقع جامعة المنصورة، **إلا انه لوحظ:**

◄ **ضعف الاهتمام بتجديد المحتوى** فالنسبة لموقع أخبار اليوم و اقتصر التجديد على التحديث اليومى للأخبار المعروضة دون التجديد فى نوعية المحتوى وتصنيفاته، وثبات موقع البنك الأهلى منذ ٢٠٠٩ على نفس فئات المحتوى المعروض مع التحديث للمعلومات المعروضه فيه

◄ **عدم الاستفادة من امكانات الوسائط المتعددة بالشكل الكافى**حيث تبين من خلال تحليل مواقع الدراسة أن أكثر الوسائط استخداماً بمواقع الدراسة هى الصور حيث تم استخدام الصور بنسبة ١٠٠% فى موقع

أخبار اليوم ، وبنسبة ٧٠,٢% بموقع جامعة المنصورة، وبنسبة ٣٩,٢% بموقع الأهليواتفق ذلك مع نتائج دراسة (محمد الأمين، ٢٠٠٥) التى توصلت إلى افتقار المواقع العربية عينة الدراسة (وهى مواقع كل من صحيفة الرأى العام السودانية- راديو سوا- إيلاف- الشرق الأوسط- الجزيرة- الأهرام- الفضائية السودانية- ليالى بيروت- التجديد – الخليج) إلى استخدام الوسائط المتعددة بمفهومها الحديث الذى يقوم على ترميز رسالة تواصلية متعددة المنبهات وتخاطب أكثر من عضو حسى واحد، أو أن هذه الرسائل تقدم للمتلقى عدة خيارات للتعرض للمضمون وحتى مع المواقع المشهورة مثل موقع إيلاف والشرق الأوسط لم توظف الوسائط المتعددة بكيفية فعالة.

- **قصور فى أداء التصميم لدوره فى دعم الوظيفة التعليمية** فلم توفر مواقع الدراسة سوى عدد من الخدمات المتعلقة بالوظيفة التعليمية مثل توفير جداول المحاضرات والامتحانات، مراجعة بعض المواد الدراسية، وعرض للأبحاث العلمية لأعضاء هيئة التدريس ومستخلصات رسائل الماجستير والدكتوراة، والأوراق المطلوب للحصول على شهادات التخرج بمواقع الجامعات عينة الدراسة وعرض كيفية استخدام بعض الخدمات من خلال عرض تجريبى للخدمة بمواقع البنوك عينة الدراسة.

- **قصور فى أداء التصميم لدوره فى دعم الوظيفة التسويقية** من حيث اقتصار المواقع على عرض اعلانات للإصدارات التابعة للمؤسسات وكذلك اعلانات لمنتجات المؤسسات الأخرى سواء منتجات إعلامية أو اقتصادية كما فى موقع أخبار اليوم دون الاهتمام بتسويق الموقع والخدمات المقدمة لمستخدميه وهو ما اعتبره دراسة Kevin)

Kawamoto, 2003)[٣٧] أنه يمثل درجة من عدم الوعى من قبل المؤسسات الصحفية ببيئة العمل عبر الانترنت وضرورة الترويج لمواقعها واجتذاب المستخدم للخروج من مجرد فكرة امتلاك موقع ألى الاستفادة الفعلية للمؤسسة من الموقع، واقتصر الترويج للمؤسسات على عرض صور للمؤسساتمثل صور مبنى البنك الأهلى وصور جامعة المنصورة مع ضعف الاهتمام بالتجديدات التى شهدتها المؤسسات أو انجازات العاملين بالمؤسسة .

- **تباينت الوسائل التى توفرت بمواقع الدراسة لتحقيق مصداقية لدى** المستخدمين فى التعامل مع المؤسسات التابع لها المواقع وكذلك تحقيق مصداقية للمواقع ذاتها وذلك من خلال عرض مصادر المعلومات التى يبثها الموقع كما فى موقع أخبار اليوم وكذلك عرض للمشتركين عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بصفحته الرئيسة وأعدادهم للدلالة على ثقة هؤلاء المستخدمين فى الموقع كما بموقعأخبار اليوم، والاهتمام بعرض الشراكات الدولية وعقود الاتفاقات مع المؤسسات المحلية أوالعالمية كما بموقع البنك الأهلى، وعرض وسائل الحماية والأمان للمستخدمين فى التعامل عبر الموقع والتزام الموقع بالمعايير الدولية فى التصميم وعرض الشهادات الدولية الممنوحة للموقع كما بموقع جامعة المنصورة وموقع البنك الأهلى.

النتائج العامه لمواقع الدراسة:

- لم يختلف تصميم مواقع الدراسة تبعاً لنشاط المؤسسة حيث غلب على تصميم الصفحة الرئيسة بمواقع الدراسة الطابع الاخبارى وإن اختلفت حجم ونوع المحتوى الاخبارى المعروض،حيث اهتم كل من موقع

جامعة المنصورة بعرض أخبار الجامعة والانشطة المقامة بها وحتى فى تصميم الصفحات الداخلية اهتم الموقع بالتعريف بقطاعات وكليات الجامعة دون الاهتمام بالوظيفة التعليمية التى تمثل النشاط الأساسى للمؤسسة التعليمية التابع لها الموقع، كما اهتم كل من موقع بنك الأهلى بعرض الأخبار والخدمات المقدمة من خلال المؤسسة دون الاهتمام بالوظيفة التسويقية التى تتناسب مع طبيعة المؤسسة الاقتصادية.

- أن معظم القائمين بالاتصال بمواقع الدراسة من الذكور، وتزاد نسبة الإناث فى موقع أخبار اليوم بينما تقل بموقع جامعة المنصورة وتنعدم نسبة وجود الإناث بموقع البنك الأهلى.
- أن معظم القائمين بالاتصال تتراوح أعمارهم ما بين ٤٥-٢٥ سنة بجميع مواقع الدراسة وان تم الاستعانة بأصحاب الخبرة فى إدارة المواقع كما بموقع أخبار اليوم وبموقع جامعة المنصورة ، والرجوع الى الأدارة العامة لمؤسسة البنك الاهلى للموافقة على القرارات الخاصة بتصميم مواقع الدراسة.
- اختلاف الإعداد الأكاديمى للقائمين بالاتصال بمواقع الدراسة، حيث غلب على موقع أخبار اليوم خريجى كلية الاعلام، أما موقع جامعة المنصورة وموقع البنك الأهلى فأغلبهم من خريجى كليات الهندسة قسم الاتصالات وكلية الحاسبات والمعلومات، وهو ما يتضح معه اهتمام خريجى كليات الهندسة بالجانب التقنى على الاهتمام بالجانب الوظيفى وهو ما يدفعهم الى التقيد فى تصميم الموقع طبقاً لاتجاهات وآراء رؤسائهم فى العمل بهذه المؤسسات، بينما يغلب على خريجى كليات الاعلام الرغبة فى تطوير العمل وجذب المستخدمين والتميز عن الآخرين وهو ما ذكره القائمين بموقع أخبار اليوم.

صيات الدراسة:

- بناء على ما توصلت اليه الدراسة توصى الدراسة :
- الاهتمام بتصميم مواقع المؤسسات المصرية بما يساعد على خلق انطباع جيد لدى مستخدمى هذه المواقع عن المؤسسات التابع لها المواقع.
- الاهتمام بتعريف المستخدمين بأهداف المواقع والقائمين على اصدار هذه الموقع والتواصل معهم بما يسمح بالتفاعل بين المستخدمين والقائم بالاتصال وبالتالي التعرف على تفضيلاتهم واحتياجاتهم.
- الاستفادة من المستحداثات التكنولوجية وتطوير تصميم المواقع بما يتواكب مع طبيعة العصر ويزيد من رضا المستخدمين عن أداء هذه المواقع.
- الاهتمام بالتعرف على آراء المستخدمين في تصميم المواقع وذلك من خلال الاستطلاعات للتعرف على مدى رضا المستخدمين عن تصميم المواقع وما يستجد فيها شكلاً ومضموناً.
- العمل على تطوير أداء القائمين بالاتصال بمواقع الدراسة من خلال إعداد دورات تدريبية لتنمية خبراتهم وخصوصاً أن أغلبهم يجيدون الجانب التقنى أكثر من الاتصالى وهو ما يستلزم الاهتمام بتطوير خبراتهم في كلا الجانبين

المراجع العلمية:

(1) Ranganathan, ShobhaGanapathy. (2002). Key Dimensions of Business to Consumer Web Sites. Information & Management. 39.

(٢) شريف درويش. (٢٠٠٥). الصحافة الإلكترونية – دراسات فى التفاعلية وتصميم المواقع. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

(3) Rebecca A. Grier. (2004). Visual Attention And Web Design. Ph.D. University of Cincinnati . The Web: How Visual And Textual Cues Contribute To Website Credibility Assessments. MA. Georgetown University

(٤) محمد الامين. (٢٠٠٥). توظيف الوسائط المتعددة فى الإعلام الإلكتروني العربي. ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر "صحافة الانترنت فى الوطن العربي: الواقع والتحديات". كلية الاتصال، جامعة الشارقة، فى الفترة من ٢٢-٢٣ نوفمبر.

(٥) عباس مصطفى. (٢٠٠٥). التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت. ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر "صحافة الإنترنت في الوطن العربي : الواقع والتحديات". كلية الاتصال، جامعة الشارقة، فى الفترة من ٢٢-٢٣ نوفمبر.

(٦) كريمة كمال. (٢٠١٠). انقرائية الصحف الإلكترونية العربية- دراسة تطبيقية على صحف (مصر العربية- الشرق الاوسط- الرأى العام). رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الزقازيق، كلية الآداب: قسم الإعلام.

(٧) منار فتحى. (٢٠٠٩). تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة القاهرة، كلية الإعلام: قسم الصحافة.

(٨) عباس مصطفى صادق. (٢٠٠٦). الإعلام الجديد – دراسة فى مداخله وخصائصه

http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_content&task=view&id=135&Itemid=101

(9) Michael Bernard. (2001).Developing Schemas for the Location of Common Web Objects. Usability News .vol 3.issue 1.

(10) Dawn shaikh, kelsi Lenz. (2006). Where's the Search? Re-examining User Expectations of Web Objects. Usability News. vol 8. issue 1.

(١١) ومن هذه الدراسات :

- محمد شومان. (٢٠٠٣). الصحف الإلكترونية العربية (دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف) المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد ٢٠، أكتوبر/ ديسمبر .
- أمل محمد فوزى. (٢٠٠٤). مجالات استخدام شبكة المعلومات الدولية(الانترنت) فى الأنشطة الاتصالية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة القاهرة، قسم العلاقات العامة والإعلان .
- شريف درويش اللبان. مرجع سابق.
- حسنين شفيق. (٢٠٠٨). الإعلام التفاعلى ثورة تكنولوجية جديدة فى نظم الحاسبات والاتصالات، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع

- Arney, Janna. (2006). Three Steps to a More Effective Web Site. Business Communication Quarterly .
- Carlos Flavian, et al.(2009). Web design: a key factor for the website success. Journal of Systems and Information Technology, Volume 11 issue 2.

(١٢) روبرت هويكمان. (يناير ٢٠١٠). خرافة اختبار قابلية الاستخدام. ترجمة: محمد صالح كيالى. مجلة A List Apart (النسخة العربية) العدد ١ ،
http://www.arabicalistapart.com/issues/0/themythofusabilitytesting

(١٣) شريف درويش اللبان. مرجع سابق.

(١٤) فهد بن غازى. (٢٠١٠). تقييم مواقع الناشرين العرب على شبكة الإنترنت. دار العربى للنشر والتوزيع.

(15) Mary Burton&Joseph Walther. (2001). The Value of Web Log Data in Use-Based Design and Testing. JCMC. Vol 6, no 3 April .

(١٦) إبراهيم محمد عصمت، مجدي حسين. (٢٠٠٨). اعتبارات أساسية في تصميم المواقع المحلية على شبكة الإنترنت. مجلة علوم وفنون، المجلد ٢٠، العدد ٣.

(١٧) سها البطراوى. (٢٠٠٦). استخدام شبكة المعلومات "الانترنت" كوسيلة إعلانية- دراسة مقارنة على عينة من الشركات المصرية والدولية. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة القاهرة، كلية الإعلام: قسم العلاقات العامة

(18) Jean Claude, Nicolas Roulin . (2010). . The Influence Of High- And Low-Context Communication Styles On The Design, Content, And Language Of Business-To-Business Web Sites. Journal of Business Communication, Volume 47, Number 2, April , p222.

(١٩) ومن هذه الدراسات:

- Dianne Cyr, et al. (2008). Web site design, trust, satisfaction and e-loyalty: the Indian experience. Online Information Review. Vol. 32 No. 6, 2008.
- NoufKhashman and Andrew Large (2010). Investigating the Design of Arabic Web Interfaces Using Hofstede's Cultural Dimensions: a Case Study of Government Web Portals. Information Science: Synergy through Diversity Concordia University, Canada. June 2 - 4 2010. http://www.cais-acsi.ca/
- Wan-Ting Tsai. (2010). The culture differences on web design: a study of Taiwan's and United States' websites. MA. Iow State University.

(20) GennadiGevorgyan, Lance V. Porter. (2008). One Siz Does Not Fit All: Culture and Perceived Importance o Web Design Features. Journal of Website Promotion, Vol 3 (1/2), p 26.

(٢١) نبيل علي. (٢٠١٠). مسحللمحتوىالرقميالعربي : برمجياتهوتطبيقاتهوتقييماحتياجاته. دراسة أعدت للجنةالاقتصاديةوالاجتماعيةلغربيآسيا(الإسكوا) التابعة للأمم المتحدة. www.escwa.un.org/information/publications/.../ICTD-10-TP1-a.pdf

ts. MA. The Ohio

(٢٩) وفاء صلاح الدي

فى صفحات الوي

مقدمة لمؤتمر "ت

متطلبات سوق ا

المنصورة، في

Web Design: The

for the Services

Communications,

act of Culture on

t Shopping. MA.

Key Dimensions

Information &

(٣٣) رضا عبدالواج

العربية- دراس

بحثية مقدمة لم

الإدارية، جامع

أغسطس.

ions and Globa

at? Now What?.

nd the Web in

(٣٥) أحمد كمال أ

المصرية وت

ماجستير غير

(٣٦) رضا عبدالواجد. (٢٠٠٩). استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت. ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر "إعلام جديد، تكنولوجيات جديدة لأجل عالم جديد"، قسم الإعلام والسياحة والفنون، جامعة البحرين في الفترة من ٧-٩ أبريل.

37) Kevin Kawamoto. (2003). Digital journalism: emerging media and the changing horizons of journalism.Rowman&Littlefield Publishers, Inc