تصميم المواقع الإلكترونية في ضوء الاتجاهات الحديثة

دراسة تحليلية من المستوى الثاني

د/ سلوى أحمد أبوالعلا(*)

تمهـيد :

إن التطور الذي يشهده العالم اليوم هو نتاج جهد علمي وتراكم معرفي عبر مئات السنين، وقد أسهم في بنائه علماء وباحثون ومبدعون فى كافة مجالات المعرفة، للإسهام فى حل لمشكلة من المشكلات التي يعيشها الجميع، لذا صار البحث العلمي السلاح الذي يتسلح به الإنسان لمواجهة معارك العصر، مما جعله واحد من أهم الأدوات المحققة للتقدم والنمو والإزدهار . ومن ضمن تلك المجالات مجال تقنية المعلومات والمتمثلة في تكنولوجيا الحاسبات وشبكات المعلومات التى أدت الي تطور الخدمات الفنية والعمليات المعلوماتية المختلفة، لذا تعد شبكة الانترنت من أكبر الشبكات المتاحة، نظرا لتقديمها للخدمات المتنوعة التي تناسب كل مجالات المعرفة ، كما تعد الشبكة وسيلة اتصالية هامة تتيح لمستخدميها المتزايدين أنواعًا عديدة من الاتصال واستقاء وتبادل المعلومات في شتى المجالات، وفي السنوات الأخيرة زاد اعتماد الجمهور عليها خاصة وأن عدد مستخدمي الإنترنت في تزايد مستمر ، ومن المتوقع عام 2018 أن يتعدى عدد مستخدمي الانترنت (4 مليار) مستخدم وفقاً لتقرير لجنة النطاق العريض التابعة للأمم المتحدة[1] ، فمع ظهور وسائل الاتصال الحديثة والتطور الهائل لتقنيات هذا الاتصال ووفرة المعلومات ، أصبح المتلقي أو الباحث عن المعلومة يفضل استخدام شبكة الانترنت عن باقي الوسائل التقليدية الأخرى، حيث تتوفر المعلومة على شبكة الانترنت بشكل سريع ودقيق ومفصل مقارنة بالوسائل الأخرى.

فهي تمثل إحدى أهم الوسائل الحديثة التي ظهرت نتيجة للتطورات التقنية التي عرفها ميدان الاتصال الحديث، حيث تمكنت معظم الجهات والمؤسسات والشركات من خلال استفادتها من معطيات الانترنت التقنية أن تقدم بدائل إعلامية متخصصة موجهة لفئات معينة تختلف عن البدائل الموجهة للجميع[2]، وتعد المواقع الالكترونية إحدى البدائل الاتصالية المهمة التي أتاحتها شبكة الانترنت ، حيث أتاحت شبكة الإنترنت مجالا رحبًا، ومرونة كبيرة في تصميم المواقع الإلكترونية، جعل معظم الجهات والمؤسسات والشركات ووسائل الاعلام تسعى لتصميم مواقع لها على الشبكة تقوم على تعدد الوسائط .

ومع بروز دور المواقع الالكترونية في الحياة اليومية لما تتميز به من تفاعلية، وسرعة وتعدد مصادر ووسائط نقل المعلومات، واحتوائها على أنماط اتصالية، وثقافية مشتركة بين جمهورها المختلف، والذي ساهم في كسر حواجز العزلة من

(*) أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب – جامعة المنيا

حيث المكان والزمان، فللمواقع الالكترونية إسهام واضح في نقل كافة أشكال المعلومة سواء نصية أو صورة أو صوت أو فيديو مستخدمة في ذلك لغة سمع بصرية وفي نفس الوقت تفاعلية، ولذلك فإنها أوجدت واقعاً غير الواقع الذى نعيشه اليوم وهو الواقع الافتراضي، وإن كان المحتوى ذات أهمية إلا أن التصميم لا يقل عنه، مهما كانت قيمة الفوائد التي يجنيها الإنسان من ذلك المضمون، لأن الشكل هو مفتاح الدخول إلي معرفته، فالتصميم هو عملية اتصالية وتحريرية للأفكار في الفنون البصرية، ولكل تصميم بنيته الدلالية لتقديم عالم افتراضي يتألف من رموز، وإشارات، وعلامات، ودلالات، يجب أن نفهم ملامحها، ونحلل أبعادها، وتأويلها، وتركيباتها الدلالية لكى تصبح قريبة من الأفهام.

وبذلك يعد التصميم أحد العوامل الأساسية التي تساهم في نجاح المواقع الإلكترونية ، خاصة مع التطور التكنولوجي الهائل الذي ظهر من خلال الثورة التكنولوجية التي أحدثت طفرة هائلة سمحت بأن يتضمن الموقع الإلكتروني على العديد من الامكانيات والمزايا الجمالية والتفاعلية على حد سواء. وتعتبر أسس التصميم في المواقع الالكترونية من العناصر المهمة التي من شأنها أن تؤثر على تعرض المستخدم لأي موقع.

وقد تطور تصميم المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت على ثلاث مراحل هي : الجيل الأول الذي بدأ فى أوائل التسعينيات، والجيل الثاني منذ منتصف التسعينيات وحتى بداية القرن الحادي والعشرين ثم الجيل الثالث الذي يعتبر البداية الحقيقية لتصميم التفاعل فى مواقع الإنترنت ويظهر هذا النوع من التفاعل جلياً فى مواقع المجتمعات الافتراضية وبوابات المعلومات ومواقع الألعاب والتجارة الإلكترونية.

ففي الجيل الأول نرى عدم وجود لمرحلة التصميم ، فقد كان أسلوب عرض الصفحات فى تلك الفترة يعتمد على عرض المعلومات كما هي دون مشاركة من المستخدمين أو دور فى تغيير المحتويات أو الإدلاء برأي أو التفاعل بأي شكل من الأشكال سوى التجول أو التصفح فى صفحات الموقع وتسمى مواقع الإنترنت الاستاتيكية Static Websites، ثم بدأت بعد ذلك مرحلة التصميم فى الظهور حيث تم الاستعانة بمصممي الجرافيك ، وكان الاعتماد فى تلك الفترة على توفير أكبر قدر من المثيرات البصرية بهدف جذب المستخدمين للضغط على زر الشراء أو الحصول على الخدمة ولكن بدون تأثير فعلى على مستوى التفاعل المطلوب في الجيل الثاني، فعملية تصميم التفاعل يجب أن تسبق مرحلة البرمجة والاختبار ليتم التأكد من أن الخدمة أو المنتج تلبى طلبات المستخدمين ، ثم جاء الجيل الثالث فكانت بداية تصميم التفاعل على مواقع الإنترنت .

فمنذ بدايات القرن الحادي والعشرين وحتى اليوم أصبح الاتجاه هو تصميم مواقع تفاعلية توفر قيمة حقيقية للمستفيد من الموقع وتحسن الخبرة لديه وتدعم الثقة والولاء تجاه الموقع، بما يعود بالفائدة على جميع عناصر منظومة التفاعل، وظهر مفهوم تصميم التفاعل الموجه لأهداف المستخدم User-Goals Directed Design وكانت أهم المبادئ التى يعتمد عليها هذا المفهوم هي سهولة الاستخدام وكفاءة الأداء والرضا عن الخدمة والمحتوى ذو القيمة وجودة الخدمة ، ولتحقيق تلك المبادئ اعتمد مصممي التفاعل على تطور تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى تصميم نُظم ومواقع الإنترنت التفاعلية والصفحات الديناميكية التى يتم تهيئة وتوفيق محتوياتها وأسلوب عرضها مع تفضيلات ومعطيات المستخدم، وهذا النوع يعتمد على التواصل بين المستخدمين وبين الموقع أو بين المستخدمين وبعضهم البعض[3].

فالموقع الإلكتروني ذو نظام اتصالي معلوماتي يهدف إلى توجيه محتوى ومعلومات عن طريق تصميم أنشطة تفاعل وتواصل بين المستخدمين وبين الموقع، أو بين المستخدمين بعضهم وبعض عن طريق الموقع، وباستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات[4]، والهدف من تصميم صفحات ومواقع الإنترنت هو إنشاء موقع (عبارة عن مجموعة من الملفات الإلكترونية التى يتم وضعها على جهاز خادم الويب) يعرض محتوى(يتضمن خواص تفاعلية أو واجهات جرافيكية) للمستخدم النهائي فى شكل صفحة إنترنت ، وهذا المحتوى قد يتضمن النصوص والصور بجميع أشكالها، كما يمكن عرض وسائط أكثر تعقيداً مثل :الرسوم المتحركة والأنيميشن والفيديو والصوت ، وبعد عملية التصميم يتم ربط صفحات الموقع ، مع بعضها البعض باستخدام قوائم وأدوات التصفح التى يستخدمها زائر الموقع للتجول وتصفح الموقع.

ويأخذ تصميم المواقع على شبكة الإنترنت أحد شكلين من حيث التفاعل مع المستخدم: الشكل الأول : التصميم التقليدي أو غير التفاعلي الذي يُعنى بتصميم الأشكال أو النماذج الثابتة ، فهو تصميم مواقع الإنترنت التي تعرض المعلومات كما هي دون مشاركة من المستخدمين أو المتصفحين وتسمى Static Websites أو مواقع الإنترنت الاستاتيكية ، وفيها يتم عرض المعلومات كما هي وزائر الموقع ليس له أي دور في تغيير المحتويات أو الإدلاء برأيه أو التفاعل بأي شكل من الأشكال سوى التجول أو التصفح في صفحات الموقع .

والشكل الثاني : هو تصميم مواقع الإنترنت المتفاعلة Interactive Websites يبحث فى الأشكال والحالات التى تستجيب وتتغير ، وهذا النوع يعتمد على التواصل بين المستخدم وبين الموقع أو بين المستخدم وبين مستخدم آخر لنفس الموقع ، وقد أفاد هذا التواصل والتفاعل مصممي مواقع الإنترنت في تطوير صفحاتهم.

وقد أدى تفجر ثورتي الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ، وظهور الانترنت والتطورات التكنولوجية الراهنة بشكل عام والمواقع الالكترونية بشكل خاص إلى تزايد اهتمام الباحثين ، خاصة في الدول الأجنبية ، وكذلك الباحثين في المدارس الأكاديمية في الدول العربية وإن كانت بدرجات أقل ، بدراسات تصميم المواقع الالكترونية، من خلال التركيز على إثارة وطرح أهم القضايا والمجالات والإشكاليات التي يفرضها واقع تصميم المواقع الالكترونية في ساحة النقاش العلمي والأكاديمي ، وهو ما سوف نتطرق إليه في هذه الدراسة ، لنرصد من خلالها أهم الاتجاهات الحديثة في بحوث تصميم المواقع الالكترونية . من خلال دراسة تناولت تحليل هذا التراث في إطار مقارن .

مشكلة الدراسة :

لا شك أنه ليس من السهل علي الباحثة تقويم الاتجاهات البحثية في تخصصها العلمي، ورصد عناصر تطورها وتوصيفها وتحليلها ، والاتجاهات الحديثة والمعاصرة التي انتهى عندها هذا التخصص وحدوده المعرفية، وذلك ليس لصعوبة هذا النمط من البحوث والدراسات مقارنة بغيره ، إنما نتيجة لما يتطلبه هذا النمط من إلمام بكافة جوانب التخصص وإشكالياته كافه ، وليس هذا فحسب بل لأن تخصص تأثيرات " تصميم المواقع الالكترونية " أصبح من الصعوبة قياسه بمعزل عن تأثيرات المجال العام المحيط بالظاهرة الاتصالية محل الدراسة بشكل عام ؛ مما يوجب ضرورة عرض رؤية نقدية لإسهامات الآخرين ودورهم في إثراء هذا المجال من عدمه، وهي مسألة تتطلب قدرًا كبيرًا من الانفتاح على التراث العلمي في كافة المدارس، وذلك في محاولة لتبيين النتائج التي وصلت إليها تلك الدراسات المتلاحقة؛ لتفسير التسارع الكبير في عصر التكنولوجيا الحديثة "وتصميم المواقع الالكترونية" والتي تذخر كل يوم بالجديد في مجال تقنياتها، مما يؤهلها للمنافسة ، كما تسعي تلك الدراسة لمحاولة استقصاء القصور في تلك الأدبيات؛ مما يساهم في تخطيط الأجندة المستقبلية للباحثة.

حيث شكلت البيئة التكنولوجية الحديثة التي توفرها شبكة الانترنت وظهور المواقع الالكترونية والاهتمام بتصميمها مصدراً ثرياً بالتساؤلات والنقاط البحثية التي شغلت اهتمام كثير من باحثي الاتصال في السنوات الاخيرة ، وتعني هذه الدراسة النظرية برصد وتحليل الاتجاهات البحثية الحديثة في هذا المجال ، في محاولة لوضع هذه الاتجاهات في أطرٍ تصنفها وتضع نتائج هذا الكم من الدراسات في سياق واضح بجعلنا أكثر فهماً للتراث العلمي المتراكم في هذا الإطار، وأكثر قدرة على توقع اتجاه البحوث المستقبلية لتطوير بحوث تصميم المواقع ، بما يواكب المتغيرات والتطورات المتلاحقة التي تشهدها المنظومة الاتصالية .

أهداف الدراسة :

ولما كان المنهج العلمى يقتضى أن يكون لكل بحث أهداف معينة يسعى الى تحقيقها فقد حددت الباحثة عدة أهداف ، والتي تتمثل فيما يلي :

- رصد وتوصيف وتحليل أهم الاتجاهات البحثية المعاصرة السائدة التي ركزت عليها بحوث تصميم المواقع الالكترونية .
- رصد وتوصيف وتحليل أهم القضايا والإشكاليات والأفكار البحثية ، ذات الصلة بحقل دراسات تصميم المواقع الالكترونية .
- رصد وتحليل الأطر النظرية والمنهجية التي اعتمدت عليها دراسات وبحوث تصميم المواقع الالكترونية .
- الوقوف على آخر التطورات العلمية والجوانب المنهجية وأدوات جمع البيانات المستخدمة المستخدمة في بحوث ودراسات تصميم المواقع الالكترونية وأهم النتائج التي خرجت بها هذه البحوث والدراسات عموماً .
- تقديم رؤية وتصور مستقبلي لأجندة بحثية جديدة في مجال تصميم المواقع الالكترونية ، تشجع الباحثين على إرتياد هذا التخصص المهم والحيوي وتسهم في النهوض به وتطويره وزيادة كفاءته مستقبلاً.

تساؤلات الدراسة :

- ما هي مجالات الاهتمام البحثي في دراسات وبحوث تصميم المواقع الالكترونية؟
- ما الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات؟
- ما هي المناهج والأدوات البحثية المستخدمة في إجراءات هذه الدراسات في مجال تصميم المواقع الالكترونية؟
- ما هي أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات ؟
- إلي أي حد تأثرت دراسات وبحوث تصميم المواقع الالكترونية في مصر والمنطقة العربية بالدراسات الأجنبية وما طرحته من اتجاهات معاصرة أو جديدة؟

نوع الدراسة والمناهج المستخدمة :

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية من المستوى الثاني التي تستهدف رصد وتوصيف وتحليل بحوث ودراسات عربية وأجنبية عن تصميم المواقع الالكترونية ، واعتمدت في منهجيتها علي منهجين أساسين هما منهج المسح الاعلامي وأسلوب المقارنة المنهجية، باعتبارهما المنهجين الأكثر ملاءمة لهذا النمط

من الدراسات الوصفية للتعرف على طبيعة اتجاهات البحوث والدراسات العلمية التي أنتجت خلال فترة الدراسة في إطار المقارنة بين اتجاهات هذه البحوث .

أدوات جمع البيانات :

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات هذه الدراسة ، علي أسلوب التحليل الكيفي من المستوى الثاني للدراسات والبحوث المنشورة، بوصفه الأسلوب المناسب منهجياً في تحليل النتائج العامة التي توصلت إليها الدراسات والبحوث السابقة بصورة متكاملة في إطار الدراسة الكلية للظاهرة الحالية مما يساعد على استخلاص النتائج واستقراء المؤشرات الخاصة بموضوع الدراسة (تحليل ثانوي للتحليل الأولي للدراسات Primary Analysis)، وذلك باعتبار أن الدراسات التي تعتمد على الأساليب الإحصائية والرياضية لا تُعد الأنسب في هذا الصدد لأنها تقدم مؤشرات كمية لا تساهم كثيرًا في بناء رؤية فكرية ونقدية عن الظاهرة وأبعادها والعوامل المؤثرة فيها.

مجتمع الدراسة والعينة :

يتحدد الاطار الموضوعي لمجتمع هذه الدراسة ، في مجموعة البحوث والدراسات ، سواء المنشورة أو غير المنشورة ، باللغة الانجليزية والعربية ، ذات الصلة المباشرة بمجال تصميم المواقع الالكترونية ، والتي تعكس مدارس أكاديمية وفكرية متباينة، والتي استطاعت الباحثة الحصول عليها سواء على المستوى المحلي أو الدولي ، من خلال مسح سواء في المكتبات التقليدية ، أو من خلال قواعد البيانات والمعلومات المتاحة علي شبكة الانترنت ، ولصعوبة حصر جميع الدراسات لجأت الباحثة إلى اختيار عينة عمدية / متاحة بوصفها العينة الأكثر استخداما في مثل هذا النوع من الدراسات (التحليل الكيفي من المستوى الثاني)، وقد أختارت الباحثة عينة بلغ عددها 100 دراسة حديثة بدءاً من عام 2010 وحتى عام 2017 ، تم تحليلها بالفعل ، ثم قامت الباحثة بتصنيفها وتوزيعها على محاور الدراسة المختلفة وفقا لارتباطها بالمجال الموضوعي الذي يعكسه كل محور من هذه المحاور ، وقد تم اختيار عينة الدراسة في ضوء امكانيات الباحثة وما توفر لها من بحوث ودراسات ذات صلة مباشرة بموضوع الدراسة ، ولم تركز الباحثة على التفاصيل الخاصة بكل بحث بقدر ما عنيت بموضوع البحث وخلاصة نتائجه .

الإطار الزمني للدراسة :

ويمتد الإطار الزمني لهذه الدراسة منذ بداية العقد الثاني في القرن الواحد والعشرين وحتى وقت إجراء الدراسة ، ليشمل الفترة الممتدة ما بين عامي (2010 وحتى 2017) ، باعتباره إطارا مناسبا ، يسمح للباحثة برصد وتوصيف الاتجاهات الحديثة في مجال تصميم المواقع الالكترونية، وبالتالي تتمكن من رصد مجالات ومؤشرات وعناصر التطور، وكذلك من إمكانية الرجوع إلى أكبر قدر ممكن من

الدراسات التي تمكن الباحث من التعرف على مؤشرات هذه الاتجاهات بين المدارس الأكاديمية المختلفة.

نتائج تحليل الدراسات :

قامت الباحثة باستطلاع عدد من الدراسات والأدبيات الحديثة في مجال دراسات تصميم المواقع الالكترونية ، وتكشف النظرة الأولية لهذه الدراسات عن ثراء المكتبة الإعلامية برصيد من الدراسات التي أجريت حول المواقع الالكترونية إطار متكامل من الجهود البحثية الأكاديمية على مستوى النظرية والمنهج، وإسهامات بعض الخبراء والممارسين، وبما يشف عن تزايد الاهتمام بالدراسة في هذا المجال.

ونركز في هذا العرض على تطور الجهود البحثية والاتجاهات الحديثة في مجال دراسات تصميم المواقع الالكترونية للكشف عن مدى مواكبة هذه البحوث للتطور العلمي ومنجزات الثورة المعلوماتية وما يرتبط بها من تطور تقنيات الاتصال ومدى استخدامها ، حيث إن هذه المتغيرات خلقت تحديات ومجالات وإشكاليات بحثية جديدة أمام الباحثين في هذا المجال.

وبناءً على استقراء ومراجعة التراث العلمي المتراكم في مجال تصميم المواقع الالكترونية والتي تم رصدها في إطار تحليلي مقارن نستخلص منه اتجاهات البحوث في هذا المجال، حددت الباحثة الاتجاهات المختلفة للموضوع ؛ حيث كشف التحليل عن أن دراسات تصميم المواقع الالكترونية تضمنت عدداً من المحاور يمكن تناولها بشكل تفصيلي على النحو التالي :

المحور الأول : الاتجاه القائم على دراسات تناولت توصيف تصميم المواقع الالكترونية :

المحور الثاني : الاتجاه القائم على دراسات تصميم المواقع الالكترونية وعلاقته بالجمهور

المحور الثالث : الاتجاه القائم على دراسات العوامل المؤثرة على تصميم المواقع الالكترونية

المحور الرابع : الاتجاه القائم على دراسة العوامل الثقافية وعلاقتها بتصميم المواقع الالكترونية

المحور الخامس : الاتجاه القائم على دراسات التفاعلية في المواقع الإلكترونية

المحور السادس : اتجاه دراسات تقييم كفاءة تصميم المواقع الالكترونية

المحور الأول : الاتجاه القائم على دراسات تناولت توصيف تصميم المواقع الالكترونية :

1. دراسة (Qasim, et al. 2017)[5] هدفت إلى تقديم حلول متنوعة لعملية تنفيذ تصميم الموقع الالكتروني المتجاوب والتعرف على ماهية التصميم المتجاوب وأهميته والنقاط الرئيسة التي بحاجة إلى التركيز عليها أثناء تنفيذ التصميم مثل عناصر واجهة المستخدم ، ونظام التشغيل (ملائمة المتصفح) ، ونماذج التصميم والأشكال والأزرار والملاحة ولغة إعداد النص المسئولة عن كيفية عرض المحتوى أو إعادة تحميل الصفحة ومحركات البحث أو خدمات انترنت بديلة ، وتقديم اسلوب تخطيط متجاوب للموقع الالكتروني لتسهيل استخدامه عبر الاجهزة المختلفة سواء اللاب توب او الكمبيوتر الشخصي او التابلت أو الهواتف المحمولة سواء من خلال (تغيير أحجام الشاشة ، عرض البيانات على شاشات صغيرة) ، خاصة وان عدد مستخدمى الانترنت على الهاتف المحمول تجاوز عدد مستخدمي الانترنت على سطح المكتب ، وتوصلت الدراسة إلى أن التصميم البسيط هو الأفضل لعرضه كتصميم متجاوب ، لذلك من الأفضل استخدام شاشات تصميم واضحة لأغلب مستويات دقة الشاشة ، وينبغي اختيار أقوي واخف إصدار لإطار العمل المتجاوب ونظام تشغيل جهاز الكمبيوتر .

2. هدفت دراسة (ماجد سالم تربان 2017)[6] إلى وصف واقع إخراج وتصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، من خلال التعرف على تصميم صفحاتها الرئيسية، والعناصر البنائية المكونة لها، وأساليب إخراجها، وتعتمد على منهجين: منهج المسح وفي اطاره استخدم اسلوب تحليل المضمون، والمنهج المقارن لمعرفة اوجه التشابه والاختلاف بين مواقع الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن موقع وكالة معا هو الأطول بين مواقع الدراسة، حيث بلغ ارتفاع صفحته الرئيسية 4766 بكسل، تلاه موقع المركز الفلسطيني للإعلام، واتفقت المواقع في استخدام القوائم التفرعية، ومنها استخدام القوائم المنسدلة، واعتمدت أسلوباً واحداً في إخراج قوائم التجوال، هو نموذج أعلى الصفحة الرئيسية فقط، وفي إخراج موضوعاتها على الصفحة الرئيسية اعتمدت على أسلوب البوابة، وفيما يتعلق باتجاه عرض المعلومات استخدمت أسلوب العرض الأفقي. وبينت الدراسة أيضا أن المواقع تستخدم نوعين من الخطوط في كتابة العناوين، وأن أحجام المتون والعناوين جاءت بين 10-18 بنط، كما أنها لم تتح خريطة لمواقعها تبين كيفية استخدامها، ولكنها أتاحت روابط لصفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى أنها قدمت مجموعة من الخدمات الإضافية، وتنوعت هذه الخدمات، ومنها خدمات إخبارية تمثلت في خدمة. RSS

3. وهدفت دراسة (عائشة محمود 2016)[7] إلى التعرف على دور العناصر البنائية الالكترونية في تصميم صفحات مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية ومدى تأثير هذه العوامل على طريقة عرض المضمون الذي تقدمه هذه الوكالات وتأثير ذلك على مدى يسر استخدام مواقع وكالات الأنباء ، واعتمدت هذه الدراسة على مدخل يسر الاستخدام لدراسة العلاقة بين التصميم ويسر الاستخدام ، مستخدمة منهجي المسح والاسلوب المقارن ، واستعانت بأداة تحليل الشكل لمواقع الوكالات والاستبيان للمستخدمين كأداوات لجمع البيانات ، كانت وكالة الأنباء الفرنسية والأناضول أكثر اهتماما في تحقيق عملية يسر الاستخدام والتعامل ، من خلال الاهتمام بالعناصر البنائية التيبوغرافية والجرافيكية والالكترونية ، والاهتمام بتقديم خدمات تفاعلية تواصلية ومعلوماتية، وجاء موقع وكالة رويترز في درجة أقل منهما .

4. أما دراسة (هند السيد 2016)[8] فهدفت إلى الكشف عى أهم الأبعاد والسمات الخاصة بالنصوص الفائقة التى تقدمها المواقع الإخبارية، والتعرف على تقنيات إنتاجها ومعدلات الاختلاف فيما بينها ، والتعرف على مدى العلاقة بين الإفادة من تقنيات إنتاج النصوص الفائقة بالمواقع الإخبارية وارتفاع معدلات استخدام الشباب الجامعى عينة الدراسة لها، واعتمدت الدراسة علي أسلوبين أساسيين هما: أسلوب المسح الإعلامي، والأسلوب المقارن. واستخدمت الدراسة استمارة تحليل المضمون، وتحليل الشبكات، والإستبيان، وأوضحت نتائج الدراسة وجود فروق غير دالة إحصائياً بين النوع ومعدل الاستخدام للمواقع الإخبارية الالكترونية ، حيث جاء معدل الاستخدام مرتفعا للمواقع الإخبارية الإلكترونية في المقدمة بنسبة 63.7 %للذكور مقابل 59.6% للإناث، في حين جاء معدل الاستخدام المتوسط للمواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة 25.9% للإناث مقابل 23.2% للذكور، وأخيرا جاء معدل الاستخدام المنخفض للمواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة 14.5 % للإناث مقابل 13.1% للذكور ، وثبت تحقق صحة الفرض القائل بأنه توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين توظيف المواقع الإخبارية لتقنيات النصوص الفائقة وكثافة استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية الإلكترونية.

5. ودراسة (زهرة الفاسي 2016)[9] هدفت إلى توصيف مختلف العناصر التصميمية البنائية (تقليدية أو الكترونية) الموجودة في الصحف الإلكترونية الليبية، والتعرف على تفضيلات الجمهور من طلاب الإعلام بالجامعات الليبية بشأن عناصر التصميم التي يرونها ميسرة للتعرض لمضامين تلك الصحف، واعتمدت الدراسة على مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام ومدخل الاستخدامات والاشباعات ، واستخدمت منهج المسح والأسلوب المقارن، كما استخدمت أداة تحليل الشكل والمضمون، ومقياس المقروئية من خلال استبيان،

وتكون مجتمع البحث من مرتادي مواقع الصحف الالكترونية الليبية، وعينة من قراء الصحف الإلكترونية من طلاب الجامعة، ومن أبرز النتائج: أثبتت الدراسة أن جودة التصميم تلعب دورا مهما في تسهيل القراءة بنسبة 93% من إجمالي المجيبين، يليه عامل الألوان الهادئة والواضحة بنسبة 91 %، ثم استخدام الخطوط العريضة في العناوين بدون زخرفة ووجود الصور الإيضاحية الملونة بنسبة 89 %، كما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة وفقاً للجنس والتخصص، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة وفقاً للمرحلة العمرية، والمؤهل الدراسي.

6. كما سعت دراسة (أحمد مجدي 2015)[10] إلى التعرف على الأساليب المستخدمة في تصميم المواقع الالكترونية للفضائيات ، ومدى توظيف الوسائط المتعددة في تصميم تلك المواقع ، ومعرفة مميزات تُلك المواقع والخدمات التي تُقدمها لُمستخدمي ُالإنترنت من جمهور القناة وغيرهم، ومدى الاستفادة من الإنترنت وما وفرته من مزايا تقنية ساعدت كُثيرا فُي العمليةُ الإعلامية التفاعلية، بالإضافة إلى أُساليب عرض وتقديم محتوى الرسالة الإعلامية، ودراسةُ الجوانب التفاعلية بين ُالوسيلة والجمهور ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت استمارة الخبراء والمقابلات الشخصية والملاحظة بالمشاركة ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن أبرز ما يميز مواقع الفضائيات هو وجود فيديوهات للبرامج منها ما يتم رفعه على سيرفر الموقع ومنها ما يتم تضمينه من مواقع أخرى ، بالإضافة إلى مكتبات الصور والصوتيات، وأكدت على أن توفير الحيوية في التصميم بالاستخدام الجيد لعناصر الوسائط المتعددة، والاهتمام بالخطوط والآلوان وجودة الشعارات والصور الموجودة بالموقع، واستخدام الخرائط التفاعلية لعرض الآحداث حسب المناطق الجغرافية، وتفعيل خدمة البث المباشر عبر الموقع ، خاصة وأن هنالك جمهور متابع للقناة يقع في منطقة ظل القمر الاصطناعي وبالتالي لا يستطيع مشاهدة القناة إلا عن طريق الإنترنت.

7. واستهدفت دراسة (محمد التجاني 2015)[11] تسليط الضوء على طرق تصميم المواقع الالكترونية وجمالياتها وقواعدها الأساسية، وبشكل عام إبراز أهمية عناصر التصميم وعلاقتها بطبيعة المواقع الإلكترونية التجارية. وقد اشتملت على أسلوبين: الأسلوب الوصفي التحليلي للمواقع الالكترونية التجارية ، والإسلوب التجريبي لكي يتم توفير حلول لنماذج تصميم جديدة وفقاً للعناصر المتعارف عليها الخاصة بالتصميم التخطيطي، وكذلك تقديم مقترحات للأعمال المصممة لصفحات المواقع الالكترونية بشكل متوافق مع المتطلبات التي تخدم المحتوى والغرض معا، واعتمدت الدراسة على إجراء مقابلات مع متخصصين في مجال تصميم وتطوير المواقع الالكترونية التجارية بالشبكة العنكبوتية

الدولية، وكانت أهم النتائج كما يلي : تعكس الصفحة الرئيسية فكرة الموقع الإلكتروني التجاري ومحتواه، كما يلعب شكل وخلفية الصفحة الرئيسية دورا في تيسير عملية التصفح ، وتكون كفاءة الموقع الإلكتروني التجارية ذات علاقة مباشرة بجودة تصميم الصفحة الرئيسية ، وعليه يتوجب أن يكون تصميم الموقع الإلكتروني التجاري جيدا وخاليا من العيوب لكي يؤدي دوره الوظيفي، ويمثل الاستخدام السهل وبنية التصفح المنساب عاملان هامان لنجاح الموقع الإلكتروني التجاري.، وأخيراً تختلف المواقع الإلكترونية التجارية المتخصصة عن بعضها البعض من حيث التصميم، والشكل، والمحتوى.

8. أما دراسة (هبة نظمي 2015)[12] فهدفت إلى التعرف على طرق تصميم المواقع الإلكترونية العربية للوصول لأفضل مستوى من قابلية الموقع الإلكتروني للاستخدام ، من خلال التعرف على العناصر التي تؤثر في قابلية الموقع للاستخدام كعناصر الملاحة والتنقل داخل الموقع ، وخاصية البحث ، وتصميم الاستمارات ، كما قامت الباحثة من خلال الدراسة التطبيقية بعمل تصميماً كاملاً لموقع إلكتروني لأحد الشركات العقارية المتواجدة في مصر، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج تحليلية أهمها : سهولة التعامل مع المواقع الالكترونية التي تراعي الفئة المستهدفة من المستخدمين عند تصميمها ، الاستخدامية ومدى الاستفادة من التصميم كلاهما مهمان بالقدر ذاته ، فكلاهما يحددان ما إذا كان التصميم يمكن الاستفادة منه بالقدر المناسب أم لا ، ولا يمكن الاعتماد على الاستخدامية وحدها إن لم يجد المستخدم المحتوى الذي يبحث فيه ، ولا يمكن للمستخدم الوصول لهدفه من زيارة الموقع إذا كان التصميم صعب الاستخدام .

9. كما هدفت دراسة (Dianne Cyr 2014)[13] الى وضع مخطط تاريخي للعناصر الرئيسية في تصميم المواقع الالكترونية في سياق التجارة الالكترونية بالتركيز في المقام الأول على الفترة مابين (2000 – 2012) ، وركزت بشكل عملي على ما يجب على المصممين معرفته من عناصر تصميم المواقع الالكترونية من حيث كونها توفر تجارب مقنعة للمستخدمين الحاليين آخذا في الاعتبار المستخدمين المحتملين للموقع ، وتحقيقا لذلك تضع الدراسه او توضح عدد من مكونات تصميم موقع فعال على شبكة الانترنت، كما أنها توضح خصائص وصفات المستخدمين وسياق المحتوى المقدم على الانترنت والتي تؤثر على استخدام الموقع وقابليته، كما تهدف هذه الدراسة الى تقديم دليلا ارشاديا للباحثين والممارسين في كيفية انشاء وتصميم موقع الكتروني تفاعلي يقود الى الولاء الالكتروني . وتوصلت نتائج هذه الدراسة الى أن تزايد الاهتمام في السنوات الأخيرة بالتجارة الالكترونية ولد اهتمام كبير بتصميم المواقع الالكترونية لدى المصممين والباحثين ، وبالعناصر الجمالية والتي تحقق المتعة

للمستخدم في الموقع الالكتروني اي التي تهدف الى اشراك وارضاء المستخدم وتلبية المتطلبات التي يحتاجها المستخدمون.

10. وهدفت دراسة (Anthony, Michelle, and Patricia 2014)[14] إلى التعرف على سمات التصميم في مواقع المكتبات بالولايات المتحدة الأمريكية، والتعرف على الأسس والمبادئ التي يجب مراعاتها في تلك المواقع، ومميزات التصميم فيها، ومدى الالتزام بمعايير قابلية الاستخدام والمقارنة بين نتائج تلك المواقع ، وأشارت الدراسة إلى مفهوم يسر الاستخدام (Usability) بأنه الدرجة التي يجد عندها المتصفحون الموقع الإلكتروني له صلة بالمعلومات التي يرغب فيها المتصفح، وفي نفس الوقت سهل الاستخدام، وبالتالي هذا ما يعكس مدى قابلية الموقع للاستخدام، وفرض هذا المفهوم على تصميم الموقع ضرورة التعامل معها على أنها مشروع تطوير للبرمجيات وليس مجرد" أداة لنيل استحسان المستخدم ، وتمثلت عينة الدراسة في تحليل (١٤٦٩) موقعاً إلكترونياً خاصاً بالمكتبات، وجاء الاختيار بناء على استطلاع رأي عبر شبكة الانترنت، ومقياس تم إعداده خاص بالدراسة، يضم المواقع الأفضل وفقاً لمجموعة من المبادئ والشروط الواجب توافرها، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: وجود درجة اتفاق كبير في عناصر التصميم في المواقع عينة الدراسة، وذلك بين ردود المكتبة وتقييمات الباحثين، كما أوضحت أن شريط الإبحار في أعلى الصفحة جاء في المرتبة الأولى بنسبة 38.4%، تلاه وجود شريط الإبحار في الجانب الأيسر من الصفحة في المرتبة الثانية بنسبة 36.3% ، وأظهرت النتائج عن غياب خدمة (البحث) في الصفحة الرئيسية للمواقع بنسبة مئوية بلغت 37.8 %.

11. سعت دراسة (Reinecke, et al.2013)[15] إلى معرفة جماليات المواقع أو تأثير الجانب الجمالي على الانطباع الأول عن الموقع الالكتروني من خلال تأثير متغير الألوان ومتغير التركيب البصري ، إذ يظهر المفهوم الأول من خلال الصور أو الدمج بين الألوان على الصفحة الواحدة ، أما التركيب البصري فيحسب من خلال تحديد المساحة المأخوذة من التصميم لكل من النص والصور من إجمالي صفحة التصميم كما يمكن قياسه من خلال حساب عدد الصور، وطبقت الدراسة التجريبية الخاصة بالألوان والتركيب البصري على 306 مشارك مع مراعاة العوامل الديموجرافية (العمر ومستوى التعليم) لإبداء آرائهم بخصوص المواقع التي تعرض عليهم، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة بين المستوى التعليمي ومدى قبول اللون وأنه توجد علاقة بين العمر ومدى إدراك التركيب البصري في حين أنه لا توجد علاقة بين النوع وكل من التركيب البصري والألوان ، ويوفر ذلك أساليب جديدة للمصممين

للحكم على تصميمات مواقع الويب ومقارنتها، ولكنه سمح أيضا باتخاذ الخطوة التالية نحو توقع انطباعات المستخدمين الأولى عن جاذبية الفيديو .

12. ودراسة (خلود خالد 2013)[16] التي تناولت دراسه التقنيات والاختبارات المستخدمه في تحسين تصميم واجهات المواقع الالكترونيه، وكيفية تطوير اساليب التصميم الجرافيكي للمواقع الالكترونيه المصرية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلى للمواقع الالكترونية لابراز نقاط الضعف والقوة في تصميم واجهاتها، والمنهج التجريبي عن طريق تطوير الموقع التسويقي محل الدراسة واستطلاع أراء عينة البحث في تصميم واجهته ، ومن اهم نتائج البحث : يتاثر شكل وتصميم المواقع الالكترونيه تبعا لاهداف الموقع وطبيعة الخدمات التي يقدمها، والوصول الي معايير علمية وفنية تقوم محاورها علي التفاعلية والارجونومية والجوده التصميميه كجزء هام ومؤثر لتطوير تصميم المواقع الالكترونية.

13. واستهدفت دراسة (*James & Zhenyu 2013*)[17] التعرف على إلى أي مدى تقدم الشركات تذييلات من أنواع مختلفة في مواقعهم الإلكترونية، سواء تذييلات وظيفية تقدم قيمة حقيقية لتجربة المستخدم مقارنة بالتذييل التقليدي كوسيلة لتعزيز قابلية الاستخدام، وقد أجرى ثلاثة من المبرمجين من شركة انك inc تحليلا للمحتوي ل495 موقع لشركة انك ، تم تقييم الروابط او التذييل في هذه الدراسة بناء على مراجعة الصفحة الرئيسية لموقع الشركة. ومن نتائج الدراسة: أنها كشفت أن مواقع الشركات قدمت تباين كبير (أربع مجموعات) في عرض التذييلات: مجموعة تستخدم تذييل تقليدي فقط في تصميم موقعهم أي حوالي ثلثي مواقع الشركة تتبع الممارسة التقليدية للعرض فهي الممارسة السائدة بين الشركات ، ومجموعة تستخدم تذييل وظيفي فقط في تصميم موقعهم ، اي حوالي12٪ التي تظهر فقط تذييل وظيفي ، و مجموعة تستخدم تذييل وظيفي وتقليدي في تصميم موقعهم حوالي 13٪ التي شملت كلا النوعين من التذييلات ، أي حوالي ربع مواقع الويب (25٪) تستخدم التذييل الوظيفي الاكثر ابتكارا في مواقعها على شبكة الإنترنت ، ومجموعة لا تستخدم أي تذييلات على الإطلاق وهي المواقع المتبقية (حوالي 10٪) لم تتضمن تذييلا من أي نوع ، وأكدت الدراسة على أن التذييل الموسع يشجع المستخدمين على البقاء على موقع ويب أطول وقت ممكن والاتصال مع الشركة او البدء في ذلك، كما انه دليل علي تحقيق الشركة لعنصر المصداقية في الاتصال مع الشركة ويذكر المستخدمين أن الشركة لديها وجود، فتعزيز استخدام تذييل وظيفي يُسهل من استخدام الموقع، لهذا السبب شجعت المزيد من المنظمات على النظر في رفع حالة تذييل موقعها من "غير مرئية" لإعطائها أكبر قدر ممكن البروز باعتباره عنوان الصفحة.

14. أما دراسة (ايناس محمود 2013)[18] فهدفت إلى التعرف على لغات برمجة موقع الصحيفة الالكترونية لذوي الاحتياجات الخاصة، ومدى اتفاقها مع اللغات البرمجية المعتمدة دولياً كلغات معيارية للتصميم، والكشف عن مدى الاستفادة من التقنية المستخدمة في العناصر البنائية الأساسية وأساليب التصميم بالصحيفة الإلكترونية المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة وما يصاحبه من ثراء في تلك الصحف، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وتمثلت عينة الدراسة في الصحف الإلكترونية المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة ، وعينة عشوائية من ذوي الاحتياجات الخاصة المترددين على جمعية رسالة والتي بلغت (٥٣) مفردة، وتم استخدام أداة المقابلة المقننة، وتحليل الشكل، وتحليل لغة المصدر لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى: أن هناك العديد من التطورات التقنية التي يمكن بها إثراء الصحف الإلكترونية المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة. وضرورة استخدام اللغات الترميزية المعروفة والأكثر انتشاراً والإبحار في يسر وسهولة داخل الصحيفة مع التفاعلية بين الصحيفة والمستخدم، وكلما زاد استخدام تلك المعايير زاد ثراء تلك الصحف، وأكدت أن الوسائط المتعددة مكنت الصحف الإلكترونية من إبراز المعاني في أشكال وصور حية مكنت القارئ من التفاعل مع المواد المقدمة ، وبالتالي ثبت صحة الفرض الذي ينص على أن تقديم عناصر تفاعلية معلوماتية في الصحيفة الإلكترونية المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة يصاحبه ثراء في تلك الصحف.

15. وركزت دراسة (بيرق حسين 2013)[19] على العناصر البنائية للصفحة الرئيسية للصحف الالكترونية العراقية بما تقدمه من دلالات فنية ووظيفية لإيجاد العلاقة التبادلية بين الصحف والمتلقي من خلال تحديد العوامل الإدراكية المؤثرة في المتلقين وفي إخراج العناصر البنائية، وتوصلت الدراسة إلى اهتمام الصحف المبحوثة بالملامح العامة لها من حيث الوضوح وسرعة الإدراك لعناصرها البنائية الثابتة (رأس الصفحة)، وعدم وعي الصحف بالفائدة التي تعيدها عليها الوسائط المتعددة التكميلية إذ وظفت فيها بشكل يلبي احتياجات ورغبات المتصفحين، وأكدت على ضرورة تضمين المواقع كافة لقطات فيديو تساعد على تفسير الاخباروتوضيحها أكثر، وإضافة تسجيلات فيديو تمثل أخبار بذاتها، وتوظيف الصور والرسوم المتحركة(الداعم للموضوعات المنشورة)لإضفاء الحيوية للمواقع، والاهتمام بالمعنى الدلالي الوظيفي لكل عنصر بنائي مستخدم مهما كان موقعه من الصفحة الرئيسة في الموقع وفي عموم الموقع.

16. وفي دراسة (Vinodani et al 2012)[20] حول تطبيق استراتيجية التكيف لتحسين تصميم المواقع الالكترونية ، والتي تهدف إلى محاولة إيجاد طريقة للتعرف على أهمية المواقع الالكترونية عن طريق وضع استراتيجية للتكيف وتسليط الضوء والتخزين المؤقت لتحسين وظائف المواقع الالكترونية والحفاظ

عليها من خلال استخدام استخراج البيانات على شبكة الإنترنت، فمن خلال ابراز الموضوعات الهامه يستطيع المستخدم الوصول إلى الصفحه التى يبحث عنها، والتخزين يمكن أن يختصر الوقت في الوصول إلى الصفحة أو الموضوع الذي يبحث عنه ، ويمكننا ذلك إذا ما فهمنا تفضيلات المستخدمين والتى من خلالها يمكننا تحديد سلوك الزائرين في المواقع عينة الدراسة ، واعتمدت الدراسة على تحليل المواقع الالكترونية، وتشير الدراسة إلى أن النموذجين السائدين لإيجاد المعلومات على شيكة الانترنت هما التصفح والبحث ، ومع نمو وتطور الشبكة الالكترونية العالمية والتطور الذي تشهده تكنولوجيا شبكة الانترنت والنمو الملحوظ في المحتوى الالكتروني فإن البنية الهيكلية للمواقع على شبكة الانترنت تصبح أكثر تعقيدا بفضل العوامل السالف ذكرها ، ويصبح التصفح في المواقع الالكترونية قضية حرجة لكل من مصممي ومستخدمي الويب . وتوصلت الدراسة إلى أنه يمكن إجراء تغييرات على روابط الموقع باستخدام الخرائط الديناميكية التى تسهل للمستخدم التصفح في الموقع وتقليل الوقت اللازم للوصول إلى الصفحة المستهدفة، وأن مثل هذه الخريطة الديناميكية يمكن أن تحسن مستوى التكيف للمواقع على شبكة الانترنت. ويمكن تسليط الضوء على الصفحات المستهدفة من المستخدمين، وصفحات التخزين المؤقت التي يمكن أن تقلل من وقت الاستجابة للصفحة.

17. وسعت دراسة (Susan Jacobson 2012)[21] إلى التعرف على استخدام الوسائط المتعددة في الموقع الالكتروني لصحيفة نيويورك تايمز ، من خلال تحليل مضمون الشكل لمعرفة خصائص تلك الوسائط، وكيفية تقديمها ، وهل تقدم مع التقارير الاخبارية أم مع أشكال اخرى ، وإلى أي مدى تم استخدام النصوص الفائقة والتفاعلية داخل الموقع ، وكانت فئات الوسائط هي (الفيديو ، والصوت، وعروض الشرائح ، والتفاعلية) ، وتوصلت الدراسة إلى زيادة الاعتماد على الوسائط المتعددة في عرض الأخبار ، وكان الفيديو هو الأكثر استخداما في بداية الفترة الزمنية لمجال الدراسة من 2000 وحتى 2001 ، ثم اصبحت عروض شرائح الصور هي الأكثر شيوعا في عام 2003 ، وكانت النسبة الأكبر في استخدام الوسائط لقسم الفن ثم الرياضة ثم السفر ثم الأفلام .

18. كما سعت دراسة (Karlsson 2012)[22] إلى اختبار فرضية أن استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية على الانترنت في تزايد مستمر ، حيث ترى الدراسة أنه من المهم تحقيق المهنية بالبعد عن سياق الوسائل التقليدية وبالتالي التوسع في استخدام الوسائط المتعددة الرقمية في تصميم الموقع ، وذلك من خلال تحليل المحتوى لعينة من مواقع الصحف السويدية على شبكة الانترنت، وترى الدراسة أنه مع أن النصوص والصور المنشورة معا تعتبر من الناحية الفنية وسائط متعددة إلا أن الدراسة لا تعتبرهم كذلك ، وتقتصر الوسائط

المتعددة على الصور المتحركة والخرائط التفاعلية والحركة وعروض شرائح الصور ، وكانت أبرز نتائج الدراسة أن استخدام الوسائط المتعددة في ازدياد ، وأن تطور الأخبار على الانترنت هو عملية مستمرة حيث خصائص الوسائط الرقمية التي تتميز بالتطور والتجديد .

19. واستهدفت دراسة (عبد الخالق إبراهيم 2012)[23] التعرف علي الأساليب الإخراجية والتحريرية الورقية والإلكترونية المستخدمة في الصحافة المصرية والتعرف علي وسائل الإ براز المستخدمة لمعالجة قضايا الأحداث الجارية وذلك من خلال الصور والعناوين والألوان للوقوف على أهم الفروق الرئيسية بين الصحف الورقية والإلكترونية في معالجة هذه الموضوعات ، وخلصت إلي اهتمام الشباب الجامعي بالأحداث الجارية من خلال الصحف الإلكترونية ، وذلك لتنوع موضوعاتها واستخدامها للصوت والفيديو والوسائط المتعددة ، والتفاعلية بين محرري الصحيفة والقارئ وتميزها بخدمة الأرشيف الذي يتيح التعرض له في أي وقت.

20. دراسة (ابراهيم عزمي 2011)[24] حيث هدفت الى دراسة الابعاد البنائية والوظيفية والجمالية لتصميم المواقع الاعلانية التفاعلية ثلاثية الابعاد داخل إطار المنظومة الاتصالية دون اغفال للاسس الارجنومية ، واعتمدت على المنهج الوصفى التحليلى، والمنهج التجريب، وتوصلت إلى اهمية المواقع الاعلانية الالكترونية فى تقديم المعلومات للمتلقى بشكل اسرع وباسلوب يثير اهتمامه مما يخلق نوعا من التواصل المبنى على عاطفة المتلقى تجاه المنتج او الخدمة وكلما زادت قوة وفترة ذلك التواصل كلما كانت عملية البيع افضل، كما تتميز مواقع الويب الاعلانية بالتفاعلية فهى نظام متكامل يميز صفحات الويب يشمل النصوص والصور والاصوات والاطارات والاشكال المتحركة وهو حالة المشاركة والاخذ والعطاء والاستفادة من ميزات الوصلات التشعبية التى تنقل المستخدم من صفحة الى صفحة اخرى، وان التجسيم اللونى يؤكد الاحساس بالبعد الثالث ، لذا فاللون يعتبر من اهم الاسس التصميمية فى بناء صفحات المواقع الاعلانية.

21. دراسة (انتصار رسمي 2010)[25] حاولت رصد القصور والمعوقات في تصميم وتوضيب النصوص والصور وإخراج الصفحات الالكترونية، وتقديم أسلوب تصميمي جديد للصفحة الرئيسية، وهو اسلوب الصفحة المركبة والمبوبة التي يعالج فيها بعض الهدر وضياع المساحات التصميمية، كما يتيح فرصة اختيار المتصفح لموضوعه بسهولة ويوفر سرعة الوصول إلى المعلومات، وتقليل وتقليص عدد إمتدادات الصفحة الرئيسة وضغطها لدفع الملل والإجهاد عن القارئ وتحقيق سرعة الوصول الى المعلومات ، وهذا ينعكس بدوره إيجابا عَلى جمالية ووظيفة الصفحة، وتقديم بعض القواعد التي تفيد في تصميم الصحف الرقمية والتي تتناسب مع طبيعة وخصائص التقنية الرقمية الألكترونية،

لأغراض سرعة تحميل الصفحة وسهولة الاستخدام، وذلك من خلال دراسة الصحف الالكترونية العربية المنشورة على شبكة الانترنت ، حيث تم إختيار صحيفة من كل دولة عربية ، وقد توصلت الدراسة إلى تميز الأسلوب التصميمي والاخراجي للصفحة باستخدام أسلوب الامتدادات الطولية للصفحة الرئيسة، ولم تستخدم معظم الصحف الرقمية تبويبا واضحا حسب انواع الموضوعات، وأن معظم العينات تركت مساحات غير مستثمرة تصميميا عَلى جانبي الصفحة مما شوه شكل الصفحة وأثر سلبا فَي جماليتها ،إضافة الى الهدر التصميمي.

التعليق على المحور الأول :

استعرضت الباحثة في هذا المحور الدراسات التي تناولت تصميم المواقع الالكترونية ، حيث يعد التصميم الالكتروني بما يحتويه من عناصر جرافيكية من إحدى العوامل الأساسية المؤثرة في بناء المواقع الالكترونية حيث ينعكس هذا الشكل الفني على مضمون وسيلة النشر الإلكترونية ، وتعتبر العناصر الجرافيكية المكونة لتصميم المواقع الالكترونية ذات دور هام في توصيل الرسالة الاتصالية بأسلوب بصري مميز في مجتمع مفتوح مما يعطي للمتلقي الثقة في التعامل مع الخدمات المقدمة له من قبل الموقع .

وبناء على ذلك قامت بمناقشة المعلومات التي تناولتها في النقاط التالية:

- تناول هذا المحور العديد من الدراسات التي تناولت تصميم المواقع الالكترونية بشكل عام بما يتضمنه ذلك من حديث حول العناصر البنائية (التقليدية والجرافيكية والالكترونية) أو تصميم بعض العناصر البنائية التي تعتمد عليها المواقع كعناصر واجهة المستخدم ، ونظام التشغيل (ملائمة المتصفح) ، ونماذج التصميم والأشكال والأزرار وأساليب الابحار والملاحة ولغة إعداد النص المسئولة عن كيفية عرض المحتوى وتوزيعه أو إعادة تحميل الصفحة ومحركات البحث أو خدمات انترنت بديلة ، وتوظيف الوسائط المتعددة، ومدى الاستفادة من الإنترنت وما وفرته من مزايا تقنية في تصميم المواقع، فى محاولة لتحديد أهم العناصر الأكثر فعالية عند تصميم الموقع، وجاءت هذه العناصر وهى التصفح، الرسوم البيانية، التنظيم، فائدة المحتوى، الهدف، درجة الوضوح، مدى تبسيط القراءة هى العناصر الأكثر إنتشاراً فى العديد من البحوث، ويعتمد مشاركة المستخدم من خلاله على درجة تفعيلها بشكل أساسى.
- وأوضحت الدراست تشابه العديد من المواقع الالكترونية في تصميم صفحاتها الرئيسية رغم اختلاف مضمونها، والذي قد يرجع هذا إلى تشابه التكنولوجيا المستخدمة والاهتمام بجمال الموقع، بالإضافة إلى الاستاتيكية في التصميم رغم وجود عناصر ديناميكية متحركة ولكنها لم تستخدم بشكل فعال، رغم أن القواعد

الديناميكية في التصميم تساعد المستخدمين في تلقي المعلومات بشكل أيسر، وقد تم توضيح تقسيم المواقع الالكترونية لنوعين رئيسين هما مواقع الكترونية ثابتة Statistic Web Site وهي مواقع الكترونية عادية تحتوي على نصوص وصور وغيرها من العناصر الثابتة والمتحركة طُبقا لُمحتوى الصفحات وفكرة وهدف الموقع، إلا أن هذا النوع من المواقع لا يحتوي على امكانية تغيير بياناته بطريقة ديناميكية متغيرة أو قاعدة بيانات يمكن تحديث البيانات من خلالها، حيث يتطلب تغيير أي معلومة أو صورة بأي صفحة الرجوع إلى مصمم أو مطور الموقع لُيعيد تغيير هذه المعلومات أو الصور باستخدام أدوات ولغات تطوير المواقع ثم إعادة نشره على الانترنت مرة أخرى، ومواقع الكترونية ديناميكية Dynamic Web Site ويعتبر هذا النوع من المواقع أكثر تطورا من المواقع الساكنة حيث يسمح بتغيير أو إضافة أو حذف أي معلومات أو صور من صفحاته بسهولة تامة من قبل المسئول عن الموقع في أي وقت يشاء وبأي عدد من المرات دُون الرجوع إلى مصمم الموقع.

- واستعرضت الدراسات الاعتبارات التي يجب مراعاتها والاهتمام بها عند تصميم العناصر المختلفة داخل الموقع الالكتروني، سواء الاهتمام بالنص من حيث حجمه ومدى سهولة حصول المستخدم على المعلومات الأساسية دون الحاجة لقراءة النص كاملا، والاسس الفنية لاستخدام اللون في تصميم المواقع من خلال الوزن اللوني والكثافة والتكرار اللوني ، كذلك الاهتمام بالعناصر الالكترونية المتمثلة في النص الفائق والصوت والرسوم المتحركة والفيديو، حيث أن تلك العناصر تساعد على إمكانية تسهيل وتبسيط المعلومات المقدمة لمستقبل الرسالة بالموقع الالكتروني، كما يمكن لهذا المستقبل التفاعل مع الرسالة الاتصالية التي يقدمها الموقع في نفس لحظة عرضها، وبالتالي الرد على أي استفسارات، إلا أن هذا لا يحدث إلا من خلال التصميم الجيد لعناصر الموقع، حيث يتحقق التميز للموقع عندما تتناغم وتتآلف عناصره وتظهر في صورة مترابطة متزنة تلفت نظر وتثير اهتمام مستخدم هذا الموقع .
- كما أوضحت الدراسات وجود مدرستان لتصميم المواقع الالكترونية ، الأولى تهتم بالجوانب الفنية والجمالية وسهولة الاستخدام، والثانية تهتم بالجوانب التكنولوجية وعلوم الحاسب الآلي والبرمجة ، وأكدت دراسة Dianne Cyr) (2014 أن التطور القادم في تصميم الموقع الالكتروني سوف يكون موجها نحو الشاشات الصغيرة والمواقع الابداعية والتفاعلية بمعني سرعة الاستجابة ، ووتوقعت الدراسة توسيع تلبية طلبات مختلف المستخدمين بالتكيف المناسب بين التطبيقات الخاصة بالجمهور المختلف على الموقع الالكتروني والشاشات لاستيعاب المستخدمين من مختلف الأعمار ومستوى الخبرة والقدرات ، ورغم وجود تحديات كبيرة من اجل تصميم موقع الكتروني فعال او تفاعلي الا انه

توجد فوائد عظيمه تؤدي في نهاية المطاف الى سلوك الولاء للمستخدمين على الانترنت وتأثير ايجابي.

- وتوصلت معظم دراسات هذا المحور إلى مجموعة من النتائج من أهمها : أن التصميم البسيط هو الأفضل لعرضه كتصميم متجاوب، وأن جودة التصميم تلعب دورا مهما في تسهيل القراءة من خلال تحميل الموقع بسرعة وسهولة الاستخدام، كما أن توفير الحيوية في التصميم بالاستخدام الجيد لعناصر الوسائط المتعددة، والاهتمام بالخطوط والألوان وجودة الشعارات والصور الموجودة بالموقع، واستخدام الخرائط التفاعلية لعرض الآحداث حسب المناطق الجغرافية ، فهي من العوامل التي تساعد المستخدمين على اصدار أحكاما حول الموقع ، فجماليات الموقع هي وسيلة للتنبؤ بالانطباعات الاولى للمستخدمين (Reinecke, et al.2013) ذلك أن المستخدم يبدأ بالاستعراض البصري للموقع ليُكون الانطباع الأول عن الموقع ثم يقرر متابعة الموقع أو الانتقال لموقع آخر، كما يلعب شكل وخلفية الصفحة الرئيسية دورا في تيسير عملية التصفح ، وبذلك تكون كفاءة الموقع الإلكتروني ذات علاقة مباشرة بجودة تصميم الصفحة الرئيسية ، مع الحذر في الاسراف في استخدام العناصر والوسائط المتعددة ، حتى لاتشتت انتباه القارىء ، مما قد يؤدي الى نتائج عكسية.، واختلفت نتائج دراسة (Reinecke, et al.2013) مع الدراسات السابقة، حيث أكدت أن للألوان دوراً ثانوياً في توليد الانطباع الأول عن الموقع وأنه كلما زاد عدد العناصر المكونة للصفحة قلت الرغبة بالتصميم ، واتضح أن المواقع متوسطة وضعيفة التركيب لديها نفس درجة القبول.

- وأكدت الدراسات على أن التصميم المناسب أصبح عنصر لازم لزيادة تفاعل مستخدمي الإنترنت ، فقد أجريت بحوث لتحديد العناصر المحددة التي تستخدم في تصميم موقع فعال وتحديد قائمة قصيرة من العناصر التي يكثر استخدامها في البحوث ، ومن هذه العناصر المذكورة في معظم الأدبيات التي تمت مراجعتها هي والملاحة، والتمثيل البياني، والتنظيم، وفائدة المحتوى، والغرض، والبساطة، والقابلية للقراءة، ويمكن استخدام هذا الاستعراض والقائمة القصيرة لمساعدة المصممين والباحثين على تفعيل أفضل الممارسات لتسهيل تفاعل المستخدمين والتنبؤ به.

- وقد قدمت بعض الدراسات نصائح للوصول إلى تصميم فعال ، حيث أشارت دراسة (Dianne Cyr 2014) أن التطور القادم في تصميم الموقع الالكتروني سوف يكون موجها نحو الشاشات الصغيرة والمواقع الابداعية والتفاعلية بمعني سرعة الاستجابة، وأكدت دراسة (خلود خالد 2013) على أن تبسيط واجهة المستخدم عبر المواقع الالكترونية تعمل علي رفع مستوي الرضا لدي مستخدميه ، وجعل المحتوى يتحدث بلسان قارئه لا بلسان كاتبه هو الأهم، وأن

هناك علاقة بين نجاح الموقع والمستخدم حيث أن نسبة نجاح الموقع المبني على المستخدم عالية، وأكدت دراسة (*James & Zhenyu 2013*) على أن التصميم الوظيفي الذي يقدم قيمة حقيقية لتجربة المستخدم يوفر الكثير من الراحة والكفاءة لمستخدمي الموقع من خلال جعل الروابط إلى الأجزاء الأكثر أهمية أو شائعة الاستخدام من موقع على شبكة الإنترنت متاحة مباشرة في كل صفحة، بدلا من مطالبة المستخدمين الموجودين في أسفل الصفحة بالانتقال إلى الأعلى للعثور على هذه الروابط ، وأشارت دراسة (ايناس محمود 2013) إلى أن ثراء الوسيلة يكون من خلال قدرة تلك الوسيلة على مسايرة التطورارت المتلاحقة بما يناسب تحقيق أهدافها.

- واعتمدت دراسات هذا المحور في إطارها النظري على مدخل يسر الاستخدام ، ومدخل الاعتماد على وسائل الاعلام ، ومدخل الاستخدامات والاشباعات ، ونظرية ثراء الوسيلة .
- واعتمدت دراسات هذا المحور على منهجي المسح الاعلامي والأسلوب المقارن وظهر ذلك في دراسات (عائشة محمود 2016 ، وزهرة الفاسي 2016 ، عبد الخالق إبراهيم 2012 ، هند السيد 2016)، واستخدمت دراسات اخرى المنهج التجريبي كدراسة (محمد التجاني 2015 ، و(Reinecke, et al.2013 .
- أما عن أدوات جمع البيانات المستخدمة في هذا المحور : اتفقت دراسة (هبة نظمي 2015) مع دراسة (Anthony, Michelle, and Patricia 2014) ودراسة (Karlsson 2012) وأيضاً دراسة (*James & Zhenyu 2013*) ودراسة (Susan Jacobson 2012) في أدوات جمع البيانات على أداة تحليل المضمون ، وجمع عدد من الدراسات بين الجانب التحليلي والميداني للتعرف على تفضيلات المستخدمين لتصميم المواقع الالكترونية حيث اعتمدت دراسات (عائشة محمود 2016، وزهرة الفاسي 2016، وإيناس محمود 2013 ، هند السيد 2016) على اداة تحليل المضمون (الشكل) والاستبيان كأدوات لجمع البيانات ، واعتمدت دراسة (احمد مجدي 2015) على اداة التحليل و استمارة الخبراء والمقابلات الشخصية والملاحظة بالمشاركة ، واعتمدت دراسة (ايناس محمود 2013) على أداة المقابلة المقننة، وأداة تحليل الشكل، وأداة تحليل لغة المصدر لجمع البيانات وتحليلها، بينما جمعت دراسة (خلود خالد 2013) بين الجانب التحليلي والميداني والتجريبي .
- وتنوعت المواقع الالكترونية مجتمع الدراسات مابين مواقع صحف إلكترونية ومواقع وكالات الأنباء العالمية والمواقع الالكترونية للفضائيات والمواقع الالكترونية التجارية ومواقع المكتبات الالكترونية ، وفي الدراسات الميدانية كانت الفئة الأكثر انتشار هي فئة الشباب والطلاب الجامعة يليها مستخدمي

المواقع الالكترونية ، واعتمد القليل من الدراسات على الخبراء والمختصين في مجال الاعلام وتصميم المواقع الالكترونية كدراسة (احمد مجدي 2015، ومحمد التجاني 2015) ، وذوي الاحتياجات الخاصة كدراسة (ايناس محمود 2013) .

المحور الثاني : الاتجاه القائم على دراسات تصميم المواقع الالكترونية وعلاقته بالجمهور:

1. دراسة (حمدي حامد 2016)[26] التعرف على العلاقة بين سيميولوجيا تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية وتشكيل الواقع الافتراضي لدى المراهقين ، والكشف عن الرموز غير اللفظية المستخدمة بتصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية، والتعرف على دلالاتها، والكشف عن مدى إدراك المراهقين للواقع الافتراضي من خلال استخدامهم للمواقع الإخبارية الإلكترونية. واستخدمت الدراسة منهجي المسح بالعينة بشقه الميداني، ومنهج التحليل السيميولوجي مستخدمة استمارة تحليل الشكل، واستمارة استبيان. ومن أهم نتائج الدراسة: تعدد الوسائل التي تجذب انتباه المبحوثين لقراءة موضوعات معينه في المواقع الإخبارية منها العنوان والرسوم والكاريكاتير والمساحة وحجم الموضوع ، كما أوضحت أن للتصميم دور في إعطاء المبحوثين انطباعاً عما يحتويه الموقع الإخباري الإلكتروني من موضوعات، كما أن للأيقونات والشعارات المستخدمة بالمواقع الإخبارية الإلكترونية دور في توجيه المتصفحين لقراءة نص ما .
2. وتستهدف دراسة (نانسي عبد العزيز 2016)[27] معرفة مدى تأثير تصميم الصحف الالكترونية على مقروئيتها، وذلك من خلال التعرف عن مدى تأثير العناصر النصية فى تصميم الصحف الالكترونية متمثلة فى حجم وشكل الخط المستخدم فى النصوص، اتساع السطور، المسافة البيضاء بين السطور، والعناصر غير النصية متمثلة فى التباين اللوني بين لون الخط في النصوص والخلفية المصاحبة لها على مقروئية هذه النصوص ، واستخدمت الدراسة مقياسا لمعدل سرعة القراءة ومعدل الفهم القرائي كوسيلتين لقياس المقروئية وذلك على مجموعة (12 نموذج) من المواقع التجريبية حيث تم تغيير كل نموذج على حسب حالات المتغير المراد دراسة أثره على مقروئية النصوص بها ، كما حاولت الدراسة التعرف على مستوى تفضيل المبحوثين من طلاب الجامعة لهذه المتغيرات أثناء عملية القراءة من خلال استبيان يقيس تفضيلاتهم ويقدم لهم بعد التعرض للمواقع التجريبية ، واستعانت الدراسة بنظرية التطلع إلى المعلومات ، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها: أن النصوص التي استخدمت بنط 14 والتي استخدمت الاتساع القصير للسطور كانت الأكثر سرعة، والأكثر تفضيلاً، وكذلك التي استخدمت المسافة الواسعة بين السطور، والتباين اللوني بين اللون الأسود للنص والأبيض للخلفية.

3. كما استهدفت دراسة (رحاب محمد 2016)[28] تحديد اهم المشاكل المتعلقة بتصميم المواقع الالكترونية العربية الموجهه للاطفال واعتمدت على المنهج الوصفى المسحى التحليلى والميداني وتوصلت لعدة نتائج من أهمها أن كل فئه عمرية من فئات الاطفال لها ما يميزها ولها متطلبتها النفسية والعقلية التي يجب مراعاتها عند تصميم المواقع الالكترونية.

4. ودراسة (Dede et al., 2015)[29] حول آثار تمرير المنظر على تجربة المستخدم في تصميم المواقع، حيث أصبح تمرير المنظر استراتيجية منتشرة ومتزايدة في تصميم المواقع الإلكترونية، وهذه التقنية تخلق الخيال من العمق على صفحة ويب من خلال جعل الصور الخلفية تتحرك أبطأ من الصور المقدمة. بالإضافة إلى قدرته على إشراك المستخدمين مع موقع على شبكة الإنترنت، ويقول دعاة تمرير المنظر أنه يُحسن تجربة المستخدم للموقع ، لذا سعت هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على ما إذا كان تمرير المنظر يحقق سهولة الاستخدام، والرضا، والتمتع، والمرح، والجذب البصري. حيث ترى الدراسة بأنه سوف يؤثر إيجابيا على كل من هذه المتغيرات الخمسة. مستخدمة المنهج التجريبي ، وقد تم اختيار المشاركين (الطلاب) في هذه الدراسة من جامعة ميدوسترن من مستخدمي الكمبيوتر والإنترنت وتم تقسيم المشاركين على مجموعتين مستقلتين، حيث تم تصميم مجموعتين PS و No-PS، وتم تعيين كل مشارك بالتناوب إما لمجموعة PS أو مجموعة No-PS، وتقوم كل مجموعة باستخدام موقع الكتروني، بحيث تحتوي كل من صفحات الويب على نفس المحتوى والخطوط وأحجام الخطوط واللون والتصميم والتناظر. مع الفرق الوحيد هو تقنية التمرير. وكان الهدف أن يكون لها نفس المستوى من سهولة الاستخدام وجاذبية البصرية باستثناء تأثير التمرير المنظر. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها : لم تجد الدراسة فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين محل الدراسة فيما يتعلق بسهولة استخدام المواقع، التمتع، الارتياح، الرؤية البصرية. كما تم رفض الفرضية التي مفادها أن مجموعة PS ستتحسن لديها قابلية الاستخدام والاستمتاع والرضا والنداء البصري نتيجة لوجود تقنية التمرير. وأظهرت الدراسة وجود فروق في المرح المدرك بين المجموعتين، ووجد المشاركون أن الموقع المتضمن على تمرير المنظر كان أكثر متعة من غير المتضمن.

5. ودراسة (كريم عادل 2015)[30] التي هدفت إلى رصد مدى توافق تصميم المواقع الرياضية الالكترونية المصرية مع تفضيلات المستخدمين ومدى رضائهم عن العناصر التصميمية المستخدمة ، من خلال دراسة تحليلية باستخدام اداة تحليل المضمون على عينة من المواقع الرياضية للتعرف على كيفية استخدامها للعناصر التصميمية التقليدية والتعرف على كيفية استغلالها للامكانيات التى

تتيحها شبكة الانترنت وذلك من خلال الكشف عن العناصر التصميمية التكنولوجية والتفاعلية التى تستخدمها والكشف عن مدى قيامها بتحديث محتواها ولنفس السبب أجرى الباحث دراسة ميدانية باستخدام استمارة استبيان على عينة عمدية من جمهور المواقع الرياضية وقدرها 450 مفردة، واعتمدت الدراسة على مدخل النموذج المهجن ، ونموذج تشونج لملامح التفاعلية ، ومدخل يسر الاستخدام ، ومن اهم النتائج التى توصلت الدراسة اليها: أن مواقع الدراسة تراعى تفضيلات المبحوثين بصورة جزئية فيما يتعلق بجميع عناصر تصميمها وذلك فى بعض جوانبها وتخالفها فى جوانب اخرى. والانتماء الى مؤسسة رياضية كان له تأثير فى تصميم المواقع التابعه لها بينما الانتماء لمؤسسة اعلامية كان له تأثير محدود للغاية .

6. ودراسة (نادر عبد المطلب 2015)[31] التي تناولت العلاقة بين أسس التصميم في المواقع الإلكترونية الإخبارية والتفاعلية المدركة لدى المراهقين، والتعرف على أسس التصميم المستخدمة والعناصر والأدوات التفاعلية المتوفرة في المواقع الإلكترونية الإخبارية ، والوقوف على دور قوانين نظرية الجشطلت في تصميم المواقع الإلكترونية الإخبارية، والتعرف على مدى الارتباط بين تصميم المواقع الإلكترونية الإخبارية وبين تحقيقها للتفاعلية المدركة لدى المراهقين جراء عملية التصفح ، واعتمدت على منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني، بالإضافة إلى المنهج المقارن ، وأجريت الدراسة التحليلية على ثلاثة مواقع هي (اليوم السابع - المصري اليوم - الوطن) ، بينما طبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من متصفحي المواقع عينة الدراسة من المراهقين ، وتمثلت أدوات الدراسة في صحيفة تحليل الشكل - وصحيفة الاستبيان - ومقياس التفاعلية ، وتمثلت أهم نتائج الدراسة في: تحققت وحدة شكل الحرف على مستوى المواقع الإلكترونية الإخبارية عينة الدراسة، تفوق موقع اليوم السابع على المواقع الأخرى في عدد شبكات التواصل الاجتماعي التابعة له، جاء موقع اليوم السابع في المرتبة الأولى وفقاً لمقياس تفاعلية المواقع الإلكترونية، يليه موقع المصري اليوم ثم موقع الوطن ، واحتل قانون المركز البؤري المرتبة الأولى فيما يتعلق بادراك المراهقين لقوانين نظرية الجشطلت في المواقع الإلكترونية الإخبارية، تلاه قانون التقارب في المرتبة الثانية، ثم قانون قانون الشكل والأرضية في المرتبة الثالثة، وأخيراً قانون الانغلاق في المرتبة الرابعة والأخيرة.

7. ورصدت دراسة (علي حمودة 2015)[32] تصميم الصفحات الرئيسة للبوابات الإلكترونية الإسلامية سواء كانت عربية أم أجنبية، ومعرفة الأساليب الحديثة المبتكرة في تصميم البوابات وتأثير تلك الأساليب على يسر الاستخدام وتأثير تلك العوامل على جودة البوابة، بالإضافة إلى دراسة جمهور مستخدمي تلك البوابات من حيث سهولة الاستخدام، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين

يسر الاستخدام وبين مدى استجابة وتفاعل المستخدمين مع البوابات، وذلك من خلال القدرة على الاستخدام بسهولة مما يسمح له الوصول إلى أداء المهام والأهداف المطلوبة بشكل مناسب وفعال، فلكي يكون الابحار مناسب ويحقق الغرض منه فلابد أن يكون الموقع أو البوابة ذو مصداقية ومتميز، وكذلك تحقيق هذه البوابات يسر التفاعلية من خلال سهولة الرد على الموضوعات وعدم تعقيد خطوات ذلك، واتاحة بعض البوابات بل بعض الصفحات بالبوابة الواحدة لهذا التفاعل ، كما أوضحت الدراسة استخدام البوابات عينة الدراسة مجموعة الوسائط المتعددة المختلفة بالإضافة إلى التصميم الجيد للبوابات، وتحقيق التفاعلية من خلال الدردشة والتعليقات، والخدمات المقدمة من خلال الربط بمواقع التواصل الإجتماعي والبحث والابحار بواسطة الارتباطات النصية والصور، وذلك ليساعد المستخدم على التنقل بين وصلات البوابة المختلفة بسهولة ويسر .

8. كما هدفت دراسة (احمد كمال 2014)[33] إلى الكشف عن تأثير استخدام الوسائط المتعددة (الصوت ولقطات الفيديو والصور المتحركة) وكذلك استخدام النصوص والصور الثابتة في انتباه وتذكر القراء للموضوعات ، واختبار تأثير النوع والعمر ومستوى المهارة والخبرة في استخدام الإنترنت في الانتباه ومستوى تذكر القراء للمضامين، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي ، ويتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي من مستخدمي الانترنت، ومن نتائج الدراسة ثبوت زيادة انتباه المبحوثين لعنصر فيديو البث المباشر يليه شريط الأخبار المتحرك ، وبفارق كبير عن سائر عناصر التصميم. وثبت أيضا زيادة مستوى تذكر المبحوثين للمواد الاخبارية المتضمنة للوسائط المتعددة من فيديو وصوت وصور متحركة، ووجود علاقة بين موقع عناصر التصميم المختلفة علي الموقع ودرجة الانتباه اليها ، وان غالبية القراء يفضلون عرض الموضوعات مصحوبة بالفيديو صوتا وصورة.

9. وسعت دراسة (نوره عبد الوهاب 2014) إلى تحليل البوابات الالكترونية من حيث تفاعليتها والتعرف على التصميم الشكلي الخاص بها، كذلك توصيف تلك البوابات والخدمات التي تقدمها للمستخدمين، بالإضافة إلى تحليل مدى سهولة التصفح المتاحة داخل تلك البوابات، كما هدفت إلى رصد وتحليل تفضيلات مستخدمي الانترنت من حيث شكل تصميم البوابات الإلكترونية، واعتمدت الدراسة على منهجين هما منهج المسح الوصفي، وكذلك أداة المقارنة المنهجية، واستخدمت استمارة لتحليل شكل البوابات الإلكترونية واستمارة استبيان ، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في 18 بوابة إلكترونية متنوعة، بينما تمثلت عينة المستخدمين في (517) مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها أن المستخدم يفضل النموذج الأفقي" أعلى وأسفل الصفحة." كما توجد

علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين بساطة الموقع من حيث قلة استخدام الألوان والإطارات والخلفيات الملونة وبين تفضيل المبحوثين لها ، وعدم صحة الفرض الخامس وهو تتأثر تفضيلات المستخدمين بالعوامل الديموجرافية للمبحوثين من حيث(النوع - السن - المستوى التعليمي).

10. وتبحث دراسة (Lama Khoshaim 2013)[34] تأثير أبعاد تصميم المواقع الالكترونية على ثقة المستهلك في نطاقات الأسعار المختلفة في مواقع التجارة الإلكترونية، وتحديد أبعاد تصميم المواقع التي لها تأثير على قرار الشراء اعتمادا على السعر، والتوصل لفهم أفضل لكيفية إدراك المستخدمين للثقة استنادا إلي أبعاد تصميم المواقع، وتقديم المزيد من الإرشادات والاقتراحات لمصممي الويب أو أصحاب المتاجر عبر الإنترنت حول أبعاد تصميم المواقع التي تعتمد على سعر العناصر المباعة، وصنفت الباحثة مميزات تصميم مواقع الويب إلي خمسة أبعاد، هي: التصميم الجرافيكي، والتصميم الهيكلي، وتصميم المحتوي، وتصميم التفاعلية الاجتماعية، ودرجة الأمن، واستخدمت الدراسة الإستبيان إلكتروني لاستطلاع ملامح المواقع التي ولدت الثقة، وتكونت عينة الدراسة من (132) فردا، والثانية: تكونت من ثلاثة أجزاء منفصلة؛ اختبار تجريبي للمقارنة بين أزواج من المواقع (حيث طُلب من المشاركين نقد أربعة تصاميم مختلفة للموقع حتي يتسني تحديد الميزات الأكثر أهمية، وكان بند التكلفة جزءًا صريحا من الإختبار)، وبعض المقابلات المصغرة لجمع معلومات محددة عن كل زوج من المواقع، وإجراء مقابلة عامة لتقييم التجارب السابقة للتسوق عبر الإنترنت. وتوصلت الدراسة إلي أن الخصائص المختلفة للتصميم تؤثر علي ثقة المستهلك، وكانت السمات التي تندرج ضمن فئة البعد المتعلق بالتصميم الجرافيكي هي الأقل أهمية، في حين أن السمات المصنفة باعتبارها بعدا لتصميم المحتوى هي الأكثر أهمية ، وكان تأثير سعر السلعة أكثر غموضا، ولكن بعض السمات كسلامة عملية البيع كانت أكثر أهمية للعناصر غير المكلفة (تخطيط مناسب لاختيار المنتجات بسرعة) في حين أن المستخدمين يتحققون من درجة الأمن عند شراء عنصر باهظ الثمن، واكتشفت هذه الدراسة أيضا أن التفاعل في الموقع الالكتروني على شبكة الانترنت هي ميزة جديدة نسبيا لها تأثير على ثقة المستهلك. وتفاوت نوع التفاعل كدالة لبند التكلفة.

11. واهتمت دراسة (Manuel 2013)[35] ببحث العلاقة بين التصميم البصري وسهولة الاستخدام واتجاهات المستخدمين نحو المواقع ودراسة تفضيلاتهم لها ، واعتمدت الدراسة على نموذج قبول التكنولوجيا، واستخدمت الدراسة الاستبيان مع (120) طالب جامعي، واثبتت النتائج وجود علاقة بين التصميم البصري والجماليات الوظيفية وإدراك الفائدة ورضا المستخدمين ، وتبين أن التصميم البصري ومدى الاستفادة التي يحققها المستخدمين من الموقع لهما تأثير قوي في

إدراكهم للمعلومات التي يعرضها الموقع الالكتروني ودرجة رضاهم ، وتبين أيضاً أن التصميم البصري للموقع هو أحد أهم العوامل المؤثرة في الانطباعات العاطفية في البيئة الالكترونية ، ويطالب المستخدمون بضرورة أن يكون شكل الموقع ممتعاً وساراً بالنسبة لهم ، ولكن بشرط ألا يأتي الاهتمام المبالغ فيه بالشكل الجمالي على حساب الدور الوظيفي للموقع ، وهو عرض المعلومات التي تشبع احتياجاتهم من الموقع .

12. وهدفت دراسة (شيرين موسى 2013)[36] إلى رصد العلاقة بين اساليب تصميم المواقع الإخبارية ومصداقيتها كما يراها الجمهور ، والكشف عن تاثير وجود العناصر التفاعلية في تدعيم مصداقيتها لدى الجمهور ، والمقارنة بين اساليب تصميم المواقع الإخبارية المختلفة وتأثيرها علي مصداقيتها لدي الجمهور ، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي ، وقد اثبتت نتائج الدراسة ان مصداقية الموقع الإخباري الإلكتروني تتأثر بوجود كل من الوسائط المعتمدة وادوات التفاعل والروابط الفائقة وان غياب او محدودية في استخدام هذه العناصر، وان غياب احد عناصر التصميم في الموقع الإلكتروني الذي تعرضت له المجموعات الثانية والثالثة والرابعة قد اثر في درجة ادراك كل مجموعة للعناصر الخاصة بهذا العنصر.

13. واهتمت دراسة (حسن فراج 2013)[37] بمعرفة مدى تأثير الأساليب الإخراجية المستخدمة في مواقع الأطفال الالكترونية على استخدامات الأطفال، والكشف عما إذا كان شكل مواقع الأطفال الإلكترونية (تصميماوإخراجا) سببا في تفضيل إستخدام الأطفال لموقع عن آخر، واستخدمت منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني واعتمدت على استمارة تحليل الشكل والاستبيان ، وأكدت نتائج الدراسة على ارتفاع نسبة استخدام الأطفال للمواقع الالكترونية للموسيقى من خلال الأصوات المصاحبة لتحميل الصفحة ، وكذلك تفضيل الأطفال لهذة الأصوات وللتفاعلية ، وعرض مجموعة من العناصر التفاعلية تمثلت فى غرف الدردشة والمنتديات مع أصدقاء الموقع ، والتفاعل مع القصص الموجودة بالموقع ، واكمال بعض الرسومات فى الموقع ، ثم المشاركة فى المسابقات الموجودة فى الموقع وخريطة الموقع وقدمت مواقع الأطفال محل الدراسة اختيار لون المواقع خدمة RSS و صورة وتعليق والتاريخ وأبواب الموقع ووجود صفحة على موقع التفاعل الأجتماعى فيس بوك ، كما لم تعتمد مواقع الأطفال محل الدراسة على التحديث المكتمل للصفحة الرئيسية واعتمدت أيضاً على ثبات الشكل التصميمى وجاء تفضيل الأطفال لتحديث الصفحة الرئيسية أن تكون بشكل ثابت وموضوعات متجددة باستمرار.

14. كما سعت دراسة (تالة اليماني 2013)[38] إلى معرفة مدى تطبيق المواقع الإخبارية السورية للمفهوم الصحيح للتصميم وأساليبه لتقديم المنتج الإعلامي

بشكل يحظى بقبول المستخدمين ويضمن زيارتهم المتكررة في إطار القواعد الإرشادية ليسر الاستخدام كإطار نظري يقدم تفسيراً لأهم المبادئ التي يفترض بمصممي المواقع الالتزام بها للحصول على المزيد من المستخدمين، واستخدمت منهج المسح ، واعتمدت على اداتي استمارة تحليل الشكل للدراسة التحليلية على عينة مؤلفة من ستة مواقع إخبارية للتعرف على السمات العامة لتصميمها ، وطرق توزيع العناصر البنائية للصفحات ، واستمارة الاستبيان للدراسة الميدانية على عينة من مستخدمي المواقع لمعرفة تقييمهم لتصميمها ودرجة رضاهم عنها ، وأشارت الدراسة إلى أنه اتضح من متابعة تصميم المواقع طوال فترة التحليل ثبات تصميمها بالاستعانة بعدد من أشهر المتصفحات، كما ثبت صحة الفرض الخاص بوجود علاقة بين يسر استخدام المواقع ومدى رضا المستخدمين عن تصميمها على صعيد كل من الشكل العام للصفحة وتوزيع عناصرها والابحار .

15. هدفت دراسة (احمد سالم 2013)[39] إلى التعرف على الجوانب المستحدثة والتي تمكن الصحف الإلكترونية من تطوير رسالتها والتفاعل مع الجمهور، والتعرف على مدى تفضيل الشباب الجامعي لبعض مواقع الصحف الإلكترونية الإخبارية عن غيرها ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، واستخدمت أداة صحيفة الاستبيان بالمقابلة الشخصية ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن الطلاب عينة الدراسة يتصفحون الصحف الإلكترونية لسرعة الحصول على المعلومة ، ولاستخدامها الألوان والصور والجرافيك، ثم للتعامل بسهولة ويسر، ولامكانية التعليق والتفاعل مع الموضوعات، كما جاءت الصور الثابتة في مقدمة الوسائط المتعددة التي يفضلها المبحوثين، ثم الفيديو ثم الصور المتحركة، ثم الأصوات والمؤثرات في المرتبة الأخيرة، ويرى الطلاب عينة الدراسة أن القائمين على تصميم وإخراج المواقع الإخبارية يجب أن يراعوا جودة توزيع العناصر الإلكترونية : (الصور، الحروف، الألوان، الجداول) في الصفحة الواحدة وذلك في المرتبة الأولى، ثم مراعاة الذوق العام ، فمراعاة أسس وقواعد تصميم الصحف الإلكترونية، ثم مراعاة تحديث محتويات الصحيفة الإلكترونية بشكل دوري، وأخيراً مراعاة التفاعلية .

16. ودراسة (وسام محمد 2013)[40] هدفت إلى معرفة واقع استخدام الصحف الإلكترونية العربية علي شبكة الإنترنت للوسائط المتعددة وأثر هذا الاستخدام في جذب المستخدمين لها ، ومعرفة اتجاهات وتفضيلات الجمهور للوسائط المتعددة، واعتمدت الدراسة على النموذج المهجن كإطار نظري لها ، واستخدمت منهج المسح بشقيه التحليلي الميداني، واستخدمت استمارة تحليل الشكل لعينة من الصحف الالكترونية العربية واستمارة الاستبيان الالكتروني مع مستخدمي تلك الصحف ، ومن نتائج الدراسة : ان الصحف الإلكترونية اعتنت

بمفهوم الوسائط المتعددة الا ان توظيفها لها لم يكن جيدا رغم الوعي الكبير لدى صحف الدراسة بأهمية كل عنصر من عناصر الوسائط ، واكدت على انه لم يعد المضمون وحده كافيا لتقديم الرسالة الاتصالية فشكل هذا التقديم له اهمية كبيرة ايضا حيث يهتم معظم المبحوثين بطريقة تقديم الاخبار في الصحف الإلكترونية، ويلعب التمييز البصري بين العناصر دورا كبيرا في تسهيل مهمة القارىء تجاه المادة المقدمة، كما رأى المبحوثون أن عدم الاهتمام بتعليقات الزوار من أهم عيوب الصحف الإلكترونية، وقد تكون العيوب بسبب ارتباط المستخدم بالشخصية الإخراجية أو بتصميم الموقع الذي تميزت به الصحيفة، لذلك كان تغيير التصميم الذي اعتاد عليه الجمهور عيباً من عيوب الصحف الإلكترونية من وجهة نظر المستخدمين.

17. ودراسة (Page, et al.2012)[41] سعت إلى اختبار العلاقة بين ما يعتقد المستخدمون معرفته عن التقنيات واستخدامها وبين تقييمهم لمدى الاستفادة من يسر استخدام المواقع مع الأخذ بالاعتبار كلا من النوع ومدى الخبرة باستخدام تصميم الموقع كمتغيرات مؤثرة في دراسة العلاقة ، واعتمدت الدراسة في قياسها لخبرة المستخدمين على سياق تعلم التكنولوجيا ومدى استخدامها إذ لم تكتف بالمدة الزمنية لاستخدامها على اعتبار أنه لا يشترط بالمستخدمين أن يتشابهوا بأسلوب ومعدل التعلم ، كما اهتم الباحثون بدراسة تأثير النوع على اعتبار أن الدراسات السابقة أشارت إلى وجود فوارق من حيث أسباب ومعدل استخدام الانترنت ، فقارنت الدراسة بين الذكور والإناث سواء الذين يملكون الخبرة في تصميم المواقع والذين لا يعرفون شيئاً عن الموضوع ، فطبقت الدراسة على (2246) مبحوث ولكن لم تصل الإجابات الالكترونية إلا من (2077) مبحوث ، وتوصلت الدراسة أن المستخدمين الذين لديهم معرفة أكبر بالانترنت وكيفية استخدامها يقيّمون المواقع على أنها سهلة، ويعد المستخدمون الذين يملكون المعرفة والخبرة التقنية هم الأكثر ثقة بمعلوماتهم حول التكنولوجيا فيصبح هدفهم من يسر الاستخدام قياس قدرتهم على الوصول إلى ما يريدونه أكثر من مدى السهولة في الوصول لذلك، كما توصلت الدراسة أن الإناث الذين يمتلكون خبرة بالتصميم لديهم ثقة أعلى من الذكور بالتالي لذلك تأثير أيضاً على كيفية تقييم التصميم بشكل أكثر وضوحاً من الذكور.

18. سعت دراسة (Sara 2012) [42] إلى اكتشاف سلوك القراء عند قراءة الصحف الالكترونية وهدفت إلى اكتشاف تأثر سلوك القراء بعناصر التصميم المختلفة وإلى أي مدى تؤثر عناصر التصميم على أسلوب القراءة وشملت عناصر التصميم (الموقع وحجم العنصر والقوائم والاقتباسات والصور والألوان وغيرها)، وتعد هذه الدراسة من الدراسات المرجعية التي تعتمد على التحليل من النوع الثاني ، فقامت بتحليل الدراسات التجريبية التي أجريت على سلوك قراء

الصحف الالكترونية ، التي اعتمدت على أسلوب تتبع حركة العين لتحليل أسلوب القراءة والانتباه لعناصر التصميم المختلفة ، وقد توصلت الدراسة إلى أهمية الاعتناء بنقطة الدخول على الصفحة ، وهي العنصر البارز الذي سيجذب الانتباه أولاً ، ويقود عملية التصفح بعد ذلك ، وأن العناوين والاختصارات والقوائم وموقع المادة على الصفحة تعد نقاط دخول مهمة بالنسبة للصحف ، وأن العناصر التي يتم وضعها في أعلى الصفحة يتم الانتباه إليها أولاً ، وأيضاً لمدة أطول ، وأن العناصر كبيرة الحجم تُرى أولاً ولمدة أطول بكثير عن العناصر صغيرة الحجم ، وأشارت الدراسة إلى أن قارئ الأخبار على الانترنت يكون محدد الهدف ، ويركز على قراءة النصوص ، ويحدث ذلك لا سيما في الصفحات الداخلية بعيداً عن الصفحات الرئيسية ، وأن القارئ على الانترنت يتبع استراتيجية تجنب تركيز الانتباه على الاعلانات بوعي وبدون وعي.

19. كما هدفت دراسة (Altaboli and Lin 2012)[43] التعرف على المنهجية في آثار التماثل ووحدة النموذج على إدراك المستخدمين للجماليات البصرية من خلال تصميم المواقع ، وقد أشارت نتائج الدراسات السابقة إلى أن التماثل له تأثيرات إيجابية على إحداث جماليات بصرية، ووحدة الشكل توضح مدى ترابط العناصر المرئية على الشاشة من حيث الحجم، بالإضافة إلى إمكانية تحقيق مستويات عالية من وحدة الشكل باستخدام العناصر المتماثلة في الحجم معا على الشاشة، أو بتقليل عدد الكائنات على الشاشة، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى التأكد منه ، وتعتمد الدراسة على المنهج التجريبي، وذلك من أجل البحث في تأثيرات عدد من العناصر وعدد من الأحجام المختلفة للكائنات على إدراك الجماليات المرئية لتصميم صفحة الويب في كلا الحالتين عند مستويات عالية من التماثل أو أقل ، وتمثلت عينة الدراسة في ثمانية تصاميم مواقع مختلفة تم إعدادها، حيث مثلت ثمانية ظروف تجريبية موضوع التصميم ، وانفرد كل تصميم بطراز مختلف من حيث الألوان، نمط الخط ..إلخ، مع الحفاظ على ثلاثة نماذج هي (التماثل، عدد العناصر، وعدد من الأحجام المختلفة للعناصر)، وتم قياس إدراك المُتصفح للجماليات البصرية من خلال أداة استمارة الاستبيان ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أن لوحدة الشكل تأثيرات هامة على إدراك العناصر الجمالية للتصميم خاصة مع المستويات العالية من التماثل ، كما أن وحدة الشكل بالعاملين المتغيريين (عدد العناصر، وعدد من الأحجام المختلفة من العناصر) لها تأثيراً كبيراً على إدراك العناصر الجمالية لتصميم واجهة صفحة الويب، بينما زيادة التماثل في تصميم واجهة الصفحة (بتقليل عدد العناصر أو تقليل الأحجام) سيؤدي إلى زيادة الجماليات البصرية، وأشارت النتائج إلى وضوح تلك الجماليات أكثر عند تصميم الواجهة (الصفحة الرئيسية للموقع)، بالإضافة إلي تأكيد النتائج على التأثير الإيجابي للتماثل على إدراك الجماليات المرئية الناتجة عن واجهة الصفحة.

20. وهدفت دراسة (حمدي احمد 2012)[44] إلى إلقاء الضوء على العلاقة بين أسلوب تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية المصرية باستخدام شباب الجامعات لها وذلك من خلال التعرف على العناصر البنائية التقليدية والجرافيكية والتفاعلية والوسائط المتعددة المستخدمة بالصحف الإلكترونية، والتعرف على تفضيلات شباب الجامعات في تصميم العناصر البنائية للصحف الإلكترونية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني ، وتوصلت إلى عدة نتائج من أهمها: وجود علاقة بين استخدام الشباب الجامعي للصحف الإلكترونية والتصميمات المختلفة لها، وتمثلت عناصر جذب المبحوثين لقراءة موضوعات بعينها في الصحف الإلكترونية في الألوان والصور المتحركة، واسم الكاتب، ثم الأرضيات والصور والرسوم والكاريكاتير ، و أشارت الدراسة إلى أن الموقع الذي يفضل المبحوثون وضع العلامة المميزة للموقع فيها تمثلت في وسط الصفحة في مقدمة هذه المواقع ثم في الجهة اليمنى من رأس الصفحة في المرتبة الثانية ، وكذلك تحت عنوان الموضوع الرئيسي للعدد في المرتبة الثالثة وأخيراً في الجهة اليسرى من رأ س الصفحة.

21. اهتمت دراسة (يوسف الرفاعي 2011)[45] بتصميم موقع إخباري يجمع بين معايير جودة التصميم ويسر الوصول والاستخدام ويكون قابلاً للتفاعل من جانب المستخدم الكفيف، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبى، وكانت العينة 60 مفردة من الطلاب والطالبات الأكفاء عمي كلي موزعة على مجموعتين تجريبية وضابطة، واستخدمت الدراسة أدوات الاستبيان ومقياس تحليل المهام، وتوصلت الدراسة إلى أن ثمة علاقة بين الالتزام بتطبيق معايير التصميم للمعاقين بصرياً في المواقع الإخبارية وبين يسر وصولهم إلى تلك المواقع واستخدامهم لها وتفاعلهم معها، وأكدت الدراسة أن خبرة المعاقين بصرياً بالتقنيات المساعدة وبخاصة برامج قراءة الشاشة تزيد من قدرتهم على تصفح المواقع الإخبارية والوصول إلى جميع خدماتها دون مساعدة من أحد، وأبدت مفردات الدراسة رضاهم عن التصميم، وأعربوا عن أملهم في تعميم تلك التجربة عند تصميم المواقع الإخبارية، حتى يتمكنوا من المشاركة فيها بفاعلية.

22. وألقت دراسة (هبة مصطفى 2011)[46] الضوء على العناصر البنائية فى بعض الصحف العربية من خلال التعرف على استخداماتها ووظائفها، والتعرف على مدى انقرائية الشباب الجامعى للعناصر الاساسية والالكترونية ، والكشف عن العلاقة بين النوع وانقرائية الصحف الالكترونية العربية ، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك مجموعة من العوامل الديموجرافية تمثلت فى عامل النوع والمستوى الاجتماعى والمستوى الاقتصادى تؤثر على انقرائية الشباب الجامعى للصحف الالكترونية حيث حصل الشباب الذكور والشباب ذوى المستوى

الاجتماعى المرتفع وذوى المستوى الاقتصادى المرتفع على مستوى انقرائية اعلى من الاناث والشباب ذوى المستوى الاجتماعى والاقتصادى المنخفض.

23. وسعت دراسة (هيثم جودة 2010)[47] الى معرفة تاثير اساليب اخراج الصحف الالكترونية على ادراك الطلاب للمحتوى المقدم وتدعيم تذكرهم له واتجاهاتهم نحو المواقع التي يتعرضون لها، وذلك من خلال التعرف على العلاقة بين الخصائص الشكلية للصحف الالكترونية وتاثير اساليب الاخراج المختلفة من اسلوب البوابة واسلوب الوحدات وتاثير الاسلوب الافقي والاسلوب الراسي بالاضافة الى تاثير استخدام الصور والرسومات الجرافيكية واستخدام الوسائط المتعددة على العمليات الادراكية لدى الطلاب من ادراك وتذكر للمحتوى الصحفي المقدم بها، و استخدمت الدراسة المنهج التجريبي ، حيث قام الباحث بتصميم أربعة عشر موقع تجريبي، استخدم فيها مختلف الأساليب الإخراجية، ويبلغ عدد العينة المتعلقة بمتغير الإدراك والتذكر (480) طالباً وطالبة تنقسم لمجموعتين مجموعه الإدراك ومجموعه التذكر، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعات التجريبية التي تعرض للشكل الإخراجي الذي يعتمد على أسلوب البوابة عن المجموعات التجريبية التي تعرضت للشكل الإخراجي الذي يعتمد على أسلوب الوحدات في إدراكهم لشكل المواقع الالكترونية لصالح المجموعات التجريبية التي تعرضت لأسلوب البوابة.

<u>التعليق على المحور الثاني :</u>

استعرضت الباحثة في هذا المحور الدراسات التي تناولت تصميم المواقع الالكترونية وعلاقته بالجمهور، خاصة بعد أن تحول الجمهور في تعامله مع وسائل الاعلام من متلقي سلبي إلى متلقي ايجابي في تعامله مع المواقعالالكترونية على شبكة الانترنت، لذا ظهر الاهتمام برغبات المستخدمين للمواقع الإلكترونية من خلال التعرف على آرائهم في الشكل التصميمي للمواقع ومدى تفضيلهم لها، ودرجة سهولة وصولهم واستخدامهم لكل العناصر في الموقع والخدمات المقدمة لهم يجنب الكثير من المشاكل او يبعد الموقع عن اي قصور ويعتبر أكثر أهمية من حشد الموقع بالمعلومات .

وبناء عليه قامت الباحثة بمناقشة أهم النقاط التي تم تناولها في دراسات هذا المحور فيما يلي :

- تناول هذا المحور مستخدمي المواقع الالكترونية وعلاقتهم بالتصميم ، حيث ركزت بعض الدراسات على اختلاف طبيعتهم واهتماماتهم وسماتهم التي تؤثر على درجة تفاعلهم وبالتالي اختلاف تصميم المواقع مثل دراسة (رحاب محمد 2016 ، Page, et al.2012)، فلكل فئة من فئات المستخدمين ما يميزها ولها

متطلبتها النفسية والعقلية التي يجب مراعاتها عند تصميم المواقع الالكترونية ، كما أن المستخدمين ذوي الخبرة لا يعانون من القلق أثناء استخدامهم المواقع الالكترونية إذ تصادفهم مشكلات أقل أثناء الإبحار، وتم التأكيد على ضرورة عدم تعقيد الجانب التقني في صفحات الموقع الالكتروني حتى لا يقتصر على فئة محددة من المستخدمين الذين لديهم مهارة عالية تكنولوجيا، بل يجب إحداث تنوع تكنولوجي بما يتناسب مع كل المستويات من مستخدمي المواقع الالكترونية ، لذا لابد من الاستفادة من المستحدثات التكنولوجية الخاصة بتطبيقات الانترنت مع مراعاة استخدامها بما يتوافق مع احتياجات المستخدمين وقدرتهم على استخدام هذه المستحدثات، وهو ما يتطلب المعرفة الجيدة بخصائص المستخدمين واحتياجاتهم، فالمستخدمين يتفاعلون مع الموقع الالكتروني بشكل مختلف كل حسب اهتماماته وسماته التي تؤثر في درجة التفاعل.

- وسعت مجموعة من الدراسات إلى التعرف على تفضيلات المستخدمين لتصميم المواقع الالكترونية ويسر الاستخدام انطلاقا من فكرة أن تصميم الموقع لا يشكل فقط اتصالا مباشراً مع المستخدمين، بل يعتبر نافذة اتصال بين المستخدمين والمؤسسة، ولذا فإن تفاعل المستخدمين وخبراتهم واحدة من أهم العوامل التي يتوقف عليها اتجاهات المستخدمين نحو الموقع وتفضيلاتهم له، والذي يؤدي بدوره إلى استمرارهم في هذا الموقع أو عدمه، وذلك من خلال التعرف على رأي المستخدم في التصميم الذي يقدم له، مما يفيد في إجراء التعديلات التي تضمن رضاه وهو هدف أساسي في دراسات يسر الاستخدام ، كدراسات (كريم عادل 2015 ، نانسي عبد العزيز 2016 ، علي حمودة 2015 ، نوره عبد الوهاب 2014 ، Manuel 2013 ، حسن فراج 2013 ، تالة اليماني 2013 ، احمد سالم 2013 ، وسام محمد 2013 ، حمدي احمد 2012) ، حيث أشارت إلى أن الانطباع البصري هو أحد العوامل المهمة في تحقيق مصداقية أعلى للموقع لدى المستخدمين.

- وتوصلت إلى أن أفضل المواقع بالنسبة للمستخدمين هي الأسرع تحميلاً والاسهل في الوصول للمعلومات، كما أن التصميم البصري المرئي ومدى استفادة المستخدم من الموقع لهما تأثير كبير في إدراك المستخدمين للمعلومات التي يعرضها الموقع، وأنه يوجد علاقة بين يسر استخدام الموقع ورضا المستخدمين عن تصميمه على صعيد كل من الشكل العام للصفحة وتوزيع عناصرها والإبحار، حيث يعد الإبحار عنصراً من العناصر المهمة في استخدام الموقع الالكتروني، ومساعدة المستخدمين في العثور على المعلومات، ويجب أن تكون متسقة من صفحة إلى أخرى، ومرتبطة بالعرض العام للموقع، ويمكن التنبؤ بها، فهو من العناصر الأساسية التي يجب أخذها في الاعتبار عند تطوير موقع

الكتروني على شبكة الإنترنت، كما أن الاعتماد على عناصر يسر الاستخدام يساعد في تكرار زيارة المستخدمين للمواقع الالكترونية.

- تزداد المنافسة بين المواقع الالكترونية على جذب المستخدمين وكسب ثقتهم ومحاولة تحقيق اهدافها ، لذا اهتمت العديد من الدراسات بالكشف عن الانتباه والتذكر وادراك المبحوثين للواقع الافتراضي والثقة والمصداقية من خلال استخدامهم للمواقع الإلكترونية كدراسة (حمدي أحمد 2016 ، Dede et al., 2015 ، نادر عبد المطلب 2015 ، احمد كمال 2014 ، Lama Khoshaim 2013 ، شيرين موسى 2013 ، Page, et al.2012 ، Altaboli and Lin 2012 ، هيثم جودة 2010) ، وأكدوا على دور تصميم المواقع الالكترونية في عملية المنافسة، واعتبار التصميم من العوامل المهمة التي تميز المواقع ، فالتصميم له تأثير قوي في تذكر الموقع ، فالتصميم الجيد يخلق انطباع جيد للمستخدمين عن المؤسسات صاحبة تلك المواقع من خلال سهولة حصوله على ما يريد من خلال تصفحه للموقع والعكس صحيح، كما أكدت النتائج أن الخبر على الانترنت مكتمل العناصر (صور +نص + فيديو) من أكثر التصميمات تذكراً لدى المستخدمين ومن أكثر التصميمات التي ساعدت على تمثيل معلومات الرسالة الإخبارية ، وبالتالي فإن توافر عناصر الوسائط المتعددة يساعد على تمثيل معلومات الرسالة الإخبارية بشكل كبير ومن ثم تذكر المحتوى الإعلامي، كما أن وجود سهولة وإمكانية في عملية التنقل بين المواقع لها دور رئيسي على إمكانية تذكر محتوى الموقع، فالمستخدمين الذين يتعرضوا لإمكانيات تنقل أقل يجدوا صعوبة في تذكر محتوى الموقع، لذا كان التأكيد على مراعاة طبيعة المستخدمين لانها من أهم أسباب نجاح بعض المواقع .
- أظهرت الدراسات أن المواقع الالكترونية المصممة بشكل سيء تؤدي إلى إحباط توقعات المستخدمين وإلي معدل ارتداد مرتفع أو تجعل المستخدمين يزورون الصفحة الأولي للموقع دون تصفح باقي صفحات الموقع، ومن ناحية أخرى، وجد أن الموقع ذو التصميم الجيد مع سهولة استخدام الموقع يؤثر تأثيرا إيجابيا على الاحتفاظ بالزائرين، لذا أكدت دراسات هذا المحور على ضرورة إعلاء شأن المستخدم والاهتمام بتعليقاته ورسائله، لأن من أسباب نجاح بعض المواقع الالكترونية أنها تُعلي من شأن المستخدم وتهتم بكل تعليقاته ورسائله ، لذا فمن الضروري تبنى التصميم المركز على المستخدم، والتعديل بشكل مستمر خاصة وان حاجات المستخدمين ومطالبهم في تزايد وتجدد مستمر .
- وأكدت على تفضيل المستخدمين للمواقع المصممة بطريقة سهلة تضمن سرعة وصولهم للمعلومة ، وتكون مقدمة بأسلوب جذاب، هذا بالإضافة إلى سهولة التنقل بين الصفحة الرئيسية وباقي صفحات الموقع وسرعة التحميل وسهولة الاستخدام وبناء الموقع نفسه والروابط ، كما تبين أن الشكل المرئي ومدى الاستفادة التي

يحققها المستخدمين للمواقع لهما تأثير واضح في إدراك المستخدمين للمعلومات التي تعرضها المواقع الالكترونية ، ولكن بشرط ألا يأتي الاهتمام المبالغ فيه بالشكل الجمالي على حساب الدور الوظيفي للموقع، وهو عرض المعلومات التي تشبع احتياجاتهم من الموقع.

- وأكدت دراسات هذا المحور أيضاً على أهمية توجيه انتباه مصممي المواقع لضرورة الجمع بين المعايير الموضوعية، والجمالية أثناء تصميم مواقعهم، وضرورة إلمام مصممي المواقع بنوع الموقع، وأهدافه، وسياساته، وطبيعة الجمهور الموجه له قبل اتخاذ أية قرارات تخص تصميم الموقع أو شكله، وضرورة إجراء المؤسسات القائمة على إصدار المواقع الالكترونية استطلاعات للرأي من قبل القراء تجاه تصميم مواقعهم.
- ومن الأطر النظرية التي تم الاعتماد عليها في دراسات هذا المحور نظرية التطلع إلى المعلومات ، ومدخل النموذج المهجن ، ونموذج تشونج لملامح التفاعلية ، ومدخل يسر الاستخدام ، ونظرية الجشطلت، ونظرية تمثيل المعلومات ، نموذج قبول التكنولوجيا ، ونموذج ادراك سهولة استخدام التكنولوجيا.
- واستخدمت بعض الدراسات منهجي المسح بالعينة بشقه الميداني والتحليلي كدراسة (حمدي حامد 2016، رحاب محمد 2016 ، كريم عادل 2015 ، نادر عبد المطلب 2015 ، علي حمودة 2015 ، حسن فراج 2013 ، وسام محمد 2013 ، حمدي احمد 2012) ، وكذلك ظهر استخدام واضح للمنهج التجريبي للتعرف على تأثير تصميم المواقع الالكترونية على تحسين تجربة المستخدمين وإدراكهم للمحتوى المقدم وتذكرهم له ومقروئيته ، واتجاهاتهم نحو المواقع التي يتعرضون لها كدراسات (نانسي عبد العزيز2016، Dede et al.,2015، احمد كمال2014، Lama Khoshaim 2013 ، شيرين موسى 2013 ، Altaboli and Lin 2012).
- أما عن الأدوات المنهجية المستخدمة فانتشر استخدام استمارة الاستبيان كدراسات (نانسي عبد العزيز 2016 ، Lama Khoshaim 2013 ، Manuel 2013 ، احمد سالم 2013 ، Page, et al.2012 ، Altaboli and Lin 2012)، وهناك دراسات استخدمت اداتي تحليل المضمون (الشكل) واستمارة الاستبيان معا كدراسات (حمدي حامد 2016 ، كريم عادل 2015 ، نادر عبد المطلب 2015، علي حمودة 2015 ، نوره عبد الوهاب 2014 ، حسن فراج 2013 ، تالة اليماني 2013، وسام محمد 2013).

المحور الثالث : الاتجاه القائم على دراسات العوامل المؤثرة على تصميم المواقع الالكترونية :

1. دراسة (Ruben et al.2017)[48] التي هدفت إلى التعرف على أهمية الوحدة في التنوعUnity-in-Variety (UIV)) في شرح التقدير الجمالي لصفحات الويب، وكيف هي الانطباعات من جماليات واجهة تنشأ من تصور العوامل الأساسية للتصميم البصري ، ومن هنا اهتمت هذه الدراسة بـ (UIV) باعتبارها من الوسائل الموثوقة والقوية لدراسة وتصميم تصاميم المنتجات الجميلة ، كما أنها تهتم بتوسع تطبيقها على مجال تصميم الواجهة، فالدراسة تحاول التعرف على ما إذا كان التقدير الجمالي للويب يمكن تفسيرها من قبل مبدأ الوحدة في التنوع (UIV)، كما أن هذه الدراسة تهدف إلى إعطاء المزيد من الدعم لمبدأ الوحدة المتنوعة، وتسعى الدراسة إلى توفير توجيهات حول كيفية تصميم هادف لتحقيق التوازن الأمثل بين الوحدة والتنوع ، من خلال توزيع استبيان الكتروني على طلاب هولنديين ، وتوصلت الدراسة إلى أن كل من الوحدة والتنوع التي تم التلاعب بها بشكل مستقل من خلال التماثل والتلوين على التوالي، ساهمت بشكل إيجابي في التقدير الجمالي لمجموعتين من صفحات الويب تم دراستهما واللتان اختلفتا في نمط المحتوى. ونتيجة لذلك، تم تقدير صفحات الويب جماليا أكثر عندما تم زيادة الوحدة والتنوع للوصول إلى التوازن الأمثل ، كما أن وحدة التنوع أثبتت أن هناك توازن مثالي في المعالجة الحسية التي يتم تفضيلها جماليا، وذلك عندما يتم معالجة المعلومات الجديدة المحتملة بطريقة متنوعة، فيتم إدراك هذه الوحدة بطريقة متسقة وذات مغزى، فيتم تحقيق مثل هذا التوازن الأمثل الذي يؤدي إلى معالجة عالية الكفاءة من المعلومات ويحفز في وقت واحد الحواس ، كما يمكن للمصممين تطبيق عوامل التصميم مثل التناظر والتباين، والتنوع في العناصر لتصميم متغير الاختلافات من صفحات الويب للوصول إلى التوازن الأمثل بين الوحدة.

2. دراسة (ولاء حلمي 2016)[49] التي استهدفت مدى تأثير الاسس والمعايير السيموطيقية المعرفية وتطبيقها على تصميم المواقع الالكترونية ومدى تاثيرها على فاعلية مستوى جاذبية الموقع الالكترونى وتحقق السهولة والوضوح فى الاستخدام ، واعتمدت على المنهج الوصفى التحليلى ، ومن أهم نتائجها : يؤدى التوظيف الدقيق للعلامة الى الاستخدام الامثل للمعنى المراد توصيله للمستخدم ، كما أن رفع مستوى الوعى بالمفاهيم يقدم التوجه السيموطيقى مفهوما ربما لم يصادفه المصممون من قبل.

3. دراسة (razib Iqbal et al., 2016)[50] حول تأثير الاعلانات علي تصميم صفحة الويب ومشاركة المستخدم، واهمية الاعلان علي تصميم صفحة الويب من منظور التفاعل بين الانسان والحاسوب ، وتم استخدام نظرية الجشطلت في

تصميم صفحة الويب والتي تشير الي قدرة الانسان علي تفسير معني الاشياء وتنظيم البيانات المرئية ، وتوصلت الدراسة إلى أن الهدف من موقع الويب هو وظيفتة فى جعل موقع الويب يبدو جيدًا لزواره ، وان الهدف لناشري مواقع الويب والمعلنين عبر الانترنت هو تحقيق الارباح من عائدات الاعلانات وارضاء العملاء او زوار موقع الويب، وبالنسبة لمصممي الويب ليس من الصحيح او بالضرورة ان الاعلانات هي الشاغل الاول عند تصميم موقع الويب ، وانه من الصعب تلبية هذه الاهداف لأن الاعلانات تأخذ مساحة علي الموقع وتتدخل في تدفق المحتوي، واما بالنسبة للمواقع العالمية التي تعتمد بشكل كبير علي الايرادات من الاعلانات فمن الضروري ان تزيد من مشاركة الزوار لذلك، وعلي المصممين تجنب التصميمات غير المنظمة وان علي مصممي الويب فهم المحتوي الذي يشارك فيه الزائرون بشكل اكبر وطريقة عرضه .

4. ورصدت دراسة (شيرين محمد 2016)[51] العوامل المؤثرة في تصميم المواقع الالكترونية للوزارات الحكومية ، وأوجه الشبه والاختلاف في التصميم بين المواقع وفقاً لطبيعة كل وزارة ، والتعرف على أهم المعوقات التي تواجه المصممين في تصميم المواقع الالكترونية ، واعتمدت على منهجي المسح والمقارن ، مستخدمة اداة تحليل الشكل لدراسة تصميم المواقع والمقابلة المقننة مع القائمين بتصميم المواقع وأداة الملاحظة ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها : تتسم المواقع الالكترونية محل الدراسة بالقصور في تصميمها ، كما اتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نشاط الوزارة الحكومية وتصميم الموقع الالكتروني الخاص بها ، ويوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق أسس تصميم الموقع الالكتروني للوزارات وبين خبرة القائمين على تصميمها ، واكدت الدراسة على اجتماع المبرمجين والمحررين والمسئولين عن الجرافيك مع بعضهم العض أثناء التصميم والتحديث للوصول إلى أفضل النتائج في التصميم، كما يجب الاهتمام بتطوير وتحسين مهارات فريق العمل القائم على تصميم المواقع وزيادة عددهم ويكونوا متخصصين .

5. استهدفت دراسة (rodríguez-molina, et al 2015)[52] معرفة كيفية إنشاء صورة واجهة موقع سياحي ، وتأثير تصميم المواقع الإلكترونية الخاصة بالترويج للمقاصد السياحية وذكر معلومات عن السياحة على الصورة الذهنية للمقصد السياحي لدى الجمهور في إسبانيا ، ولتحقيق هذا الهدف تم تنفيذ تصميم تجريبي تم فيه إنشاء موقع وتم تغيير التصميم والمحتوى ، وتظهر النتائج أن صورة الوجهة أكثر إيجابية عندما يتم استخدام الرسائل العاطفية على الموقع ، فاختبارات التغيير في الموقع التجريبي ولد مزاج أكثر إيجابية بين المشاركين، حيث أظهر ذلك أن الأشخاص يشعرون بالفعل بالسعادة والتفاؤل والحيوية عند تصفح الموقع التجريبي بمحتوى "عاطفي" باستخدام الصور التي تنقل تجارب

إيجابية في الوجهة (مثل الصور الفوتوغرافية للأصدقاء أو العائلة أو زيارة المعالم الأثرية أو الاستمتاع بوجبة جميلة) أو الموسيقى التي تثير شعورا بالتمتع الذي يمكن للسياح تجربته مباشرة من خلال زيارة.

6. دراسة (سارة محمد 2015)[53] هدفت إلى دراسة العلاقة بين تأثير سهولة استخدام الموقع الالكتروني ورضا العميل عن الموقع الالكتروني وانعكاساته على ولاءه والتوصية الالكترونية بالمنتج بين العملاء(E-WOM) ، و قد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية : أنه كلما كان الموقع الالكتروني سهل الاستخدام وبالذات إذا كانت سهولة مدركة من أول مرة لاستخدام الموقع كلما أدى ذلك إلى ارتفاع مستوى رضا العملاء عن استخدام الموقع الالكتروني ، و أنه كلما شعر العميل بالرضا عن استخدامه للموقع الالكتروني كلما كانت لديه الرغبة في التوصية باستخدام الموقع الالكتروني للعملاء الآخرين و توضيح مزايا و ايجابيات استخدام هذا الموقع الالكتروني بالتحديد ، وأنه كلما شعر العميل بالرضا عن استخدامه للموقع الالكتروني كلما أدى ذلك إلى ارتفاع مستوى ولاء العميل لهذا الموقع الالكتروني بالتحديد و يستخدمه بشكل متكرر و لا يحاول اللجوء إلى المواقع الالكترونية الأخرى المماثلة ، وأنه كلما شعر العميل بالولاء نحو الموقع الالكتروني كلما كانت لديه الرغبة في التوصية باستخدام الموقع الالكتروني للعملاء الآخرين وتوضيح مزايا وايجابيات استخدام هذا الموقع الالكتروني بالتحديد.

7. دراسة (Nicola Jane 2014)[54] حول نقل المعرفة في تصميم الموقع الالكتروني وفوائد التعاون في التصميم، فهي تستكشف التفاعل بين الأشخاص العاديين من القطاعات غير الإبداعية ومصممي مواقع الويب الذي حدث عند تصميم موقع إلكتروني في جميع مراحل عملية التصميم، من خلال دراسة عملية التصميم، واستكشاف آليات نقل المعرفة خلال التصميم، وتحديد التغيرات في المشهد المعرفي وما يتبعها من سلوكيات، ووضع مقاييس لقدرة اللغة البصرية وموضع معرفة العملاء، والنظر في سبب استخدام التصميمات لتقنيات نقل المعرفة التي يقومون بها، كما أن هذا السلوك الابتكاري من خلال عملية التعاون، من شأنه أن يؤثر على السلوك المستمر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم، مما يوفر قيمة تتجاوز المنتج الملموس ويحسن الوضع التنافسي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم . وقد استخدم البحث المنهج التجريبي ، واعتمد على نظرية ستراوسان المبنية على التصميم الطولي، من أجل التعرف على المعرفة التي نقلت إلى الأشخاص العاديين أثناء التعاون، وكيفية نقلها بتحديد آليات نقل المعرفة أثناء عملية تصميم الموقع ، وما هي العوامل التي أثرت على نقل ونتائج النقل بما في ذلك الإضافة السلوكية ، وأظهرت النتائج أنه في بداية عملية التصميم لم يتمكن العديد من الأشخاص من

التعبير عن معرفة العملاء، وكان ضعف مهارات التسويق والمهارات البصرية، والمعرفة الأساسية لتصميم الويب، وتمكين التواصل المستهدف للعملاء من خلال الصور ، وعلى الرغم من هذه الثغرات ظل معظم الأشخاص يحاولون قيادة هذه العملية للتغلب على تلك الثغرات ، واستخدم معظم المصممين استراتيجية نقل المعرفة التي وصفها في هذه الدراسة باسم "نقل المعرفة ثنائية الوسائط"، تم تطوير نموذجين لتمثيل هذه العملية ، كما تم إنشاء نموذجين لتعيين التغييرات في المناظر الطبيعية ومعرفة العملاء واللغة البصرية ، وتم إنشاء مقياس اللغة البصرية لقياس قدرة اللغة البصرية من الاستجابة البصرية، حيث يستجيب المشارك شخصيا فقط للرموز البصرية، حيث يمكن للمشارك استخدام الرموز البصرية للتواصل مع عوالم تفكير متعددة.

8. كما اهتمت دراسة (فاطمة عبد القادر 2013)[55] بإيجاد استراتيجية بصرية جديدة لتصميم المواقع الالكترونية من خلال علم الايكولوجي لتحقيق هوية بصرية مميزة للموقع الالكتروني، وتحقيق التميز والفاعلية للموقع الالكترونى والبعد عن التشابه في التصميم الملاحظ في كثير من المواقع ، ويتبع البحث المنهج الوصفى التحليلى للمواقع والمنهج التجريبي ، وتوصلت الدراسة إلى أن الهوية البصرية للموقع تتأكد من خلال وجود ربط بصري بين صفحات الموقع الالكتروني دون إحداث الملل والرتابة للمستخدم المستهدف من الموقع ، وأكدت الدراسة على أهمية الاستفادة من علم الايكولوجى فى تقديم حلول تشكيلية مبتكرة الخاصة بالصورة والدلالات الشكلية والصوت والحركة لزيادة فاعلية الموقع الالكتروني والوصول إلى أفكار وتصميمات لمواقع الكترونية منفردة بهويتها البصرية ، وضرورة الاستعانة بالمصممين المتخصصين في تصميم وتطوير المواقع الالكترونية .

9. اهتمت دراسة (وفاء جمال 2013)[56] بالكشف عن العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع الالكترونية في الصحافة المصرية القومية والحزبية والخاصة الإلكترونية، والتعرف على الإتجاهات الإخراجية السائدة بها ، وتوضيح طبيعة القائم بالإتصال وماهيته وأثر ذلك علي التصميم والتحرير، واعتمدت على نظرية حارس البوابة الالكترونية ، كما استخدمت منهج المسح الاعلامى وأداة تحليل المضمون والاستبيان، وأكدت نتائج الدراسة على غلبة ظهور التعليق كشكل من أشكال التفاعلية ثم مراسلة المسؤولين عن المواقع وارسال المادة، ووضح استخدام العناوين لإبراز الفقرات إضافة للألوان والصور، كما أبرزت الدراسة تفوق نسبة استخدام ملفات الفيديو كنوع من الوسائط المتعددة مقارنة بملفات الصوت التي جاءت في المرتبة الثانية.

10. ودراسة (إيمان شكري 2013)[57] التي اهتمت بالتعرف على دور تصميم المواقع الإلكترونية للمؤسسات المصرية فى دعم الوظيفة الاتصالية لهذه المؤسسات،

والتعرف على استخدامات المبحوثين وتفضيلاتهم لتصميم تلك المواقع،واعتمدت الدراسة على مدخل تحليل النظم، وذلك من خلال تحليل تصميم المواقع الإلكترونية، وتم استخدام أداة الاستبيان وأداة المقابلة، لتصل الدراسة إلى نتائج منها؛ ضعف الاهتمام بالتعريف بالمؤسسة بمواقع الدراسة؛ و بطء تحميل الصفحة الرئيسة بجميع مواقع الدراسة، وتبين أن تصميم جميع مواقع الدراسة غير معدة لأجهزة التليفون المحمول والآى باد، وقصور فى أداء التصميم لدوره فى دعم الوظيفة التعليمية فلم توفر مواقع الدراسة سوى عدد من الخدمات المتعلقة بالوظيفة التعليمية مثل توفير جداول المحاضرات والامتحانات، وكذلك قصور فى أداء الوظيفة التسويقية من حيث الاقتصار على عرض لبعض الخدمات دون التسويق للمنتجات أو للمؤسسات التابع لها المواقع، بينما اهتمت مواقع الدراسة خاصة موقع أخبار اليوم والشروق بتصميم مواقعها بالشكل الذى يدعم أداء الوظيفة الاعلامية، وتوافق تصميم مواقع الدراسة مع تفضيلات المبحوثين فى الاهتمام بالشباب وبالموروثات .

11. ودراسة (Fatih Kurtcu 2012)[58] التي قامت بدراسة العوامل المؤثرة في التصميم الجرافيكي للمواقع الالكترونية التعليمية، وتتمثل في العناصر التيبوغرافية والإبحار وبنية التصميم والألوان والمضمون، وتأثير تلك العناصر في يسر القراءة في الموقع، فهدفت التعرف على العناصر التي تساعد على الاتصال الناجح، وذلك من خلال تحليل شكل ومضمون مواقع المدارس الثانوية على شبكة الانترنت، وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع عينة الدراسة تتسم في تصميمها بالإهمال، وتتضح صور الإهمال في عدم تنظيم المعلومات بشكل واضح ومتتابع، مع وجود معلومات غير مهمة تتخلل الصفحة الرئيسية، ويتسم تصميم المواقع بالحشد الشديد لعناصر التصميم، وهذا يؤثر سلبياً في الاتصال عبر تلك المواقع ، وقد يرجع سوء تصميم المواقع إلى عدم عدم وجود شخص متخصص يقوم بتصميم المواقع ، وأن النموذج المستخدم للإبحار عبر المواقع عينة الدراسة عشوائي وغير منتظم.

12. كما هدفت دراسة (معين صالح 2012)[59] إلى التعرف على العوامل المؤثرة في بناء الإقناع الذي من شأنه أن يؤثر في نجاح المواقع الاعلامية العربية على شبكة الانترنت، وادراك المستخدمين للتصميم المقنع معتمداً على نموذج قبول التكنولوجيا، واستخدمت منهجي المسح والمقارن، من خلال قياس مجموعة من الأبعاد منها سهولة الاستخدام وجودة المعلومات وتخطيط الصفحات، بالتطبيق على ثلاثة مواقع عربية وهي موقع الجزيرة وشبكة محيط الإعلامية وموقع مكتوب باستخدام استمارة تحليل الشكل واستبيان الكتروني للطلبة العرب الوافدين في الجامعات المصرية ، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يتعلق بسهولة الاستخدام كعامل من عوامل الإقناع أن مواقع الدراسة قدمت

آليات متنوعة لتحقيقها تتمثل بروابط الانتقال بين الصفحات وخارطة الموقع ولغة المصطلحات المستخدمة في الأيقونات والروابط النصية وتصميم الصفحات الداخلية للمحتوى، أما آليات جودة المعلومات فتمثلت بكثافة المعلومات في الصفحة الأولى ونوع المعلومات المعروضة، وقد استخدمت المواقع النصوص بكثافة في الصفحة الأولى وتمثلت نوعية المعلومات المقدمة بالأخبار بالدرجة الأولى في موقعي الجزيرة ومحيط وتنوعت في موقع ياهو مكتوب، أما آليات تخطيط الموقع فكانت متمثلة بشكل تقسيم الصفحة وموقع قوائم التجوال(جهة اليمين، اليسار، أفقية)، وتصميم الصفحات الداخلية، واتضح ثبات تصميم الصفحات الداخلية لموقعي الجزيرة ومحيط، واتسم تصميمها بعدم الثبات في موقع ياهو مكتوب لأن الصفحات الداخلية للموقع تمثل موقعا مستقلا عن الصفحة الرئيسة .

التعليق على المحور الثالث :

استعرضت الباحثة في هذا المحور الدراسات التي تناولت العوامل المؤثرة على تصميم المواقع الالكترونية ، وبناء على ذلك قامت بمناقشة المعلومات التي تناولتها في النقاط التالية:

- كانت معظم دراسات هذا المحور التي تناولت العوامل المؤثرة في تصميم المواقع الالكترونية تركز بشكل خاص على المواقع ذات الأهداف التسويقية والاعلامية والاتصالية ، على اعتبار ادراكها لأهمية تلك المواقع وانعكاساتها الايجابية تجاه تقديم خدماتها وتواصلها مع المستخدمين ، وبالنظر إلى تلك الدراسات نجدها تتفق في أهمية عوامل عديدة مؤثرة على تصميم الموقع كتحديث المعلومات والثقة وسهولة الاستخدام ويسر الاستخدام والمظهر البصري والجمالي وتخطيط الصفحات وسرعة الاستجابة ويسر قراءة النص عبر الموقع (اختيار حجم الخط وشكله ولونه والمسافة بين السطور واتساع السطر)، وأكدت على أن الشكل الجمالي والوظيفي للصفحة الرئيسية للموقع عاملان أساسيان لزيادة نجاح الموقع.
- وأوضحت بعض الدراسات وجود ثباتاً في التصميم بالمواقع ، ووجود قصور في التصميم ، كما اتسم تصميم المواقع بالعشوائية والاندفاع والقصور كدراسات (شيرين محمد 2016، Fatith 2012 ، إيمان شكري 2013)، واقترحت أنه لابد أن يتضمن الشكل الجمالي الاهتمام بعرض مضمون الرسالة بشكل جيد حتى يسهل استخدامه من قبل الجمهور ، وأن الشكل المرئي المزدحم للموقع والحركة المستمرة في المواقع أمر يزعج المستخدم، وأنه من الضروري تطبيق قواعد وأسس التصميم لجعله سهل الاستخدام وتحقيق يسر القراءة به والشكل الجمالي ، وتنظيم معلومات الموقع بالشكل الهرمي ، ويعني ذلك أن

يكون بسيطاً وواضحاً في وقت واحد، وترتب المعلومات في الموقع وفقاً لأهميتها ، ولتوزيع الصور والمعلومات بشكل متوازن ومتناغم ومتعاقب ومتماسك أهمية كبيرة في التصميم ، ومن الضروري أن يكون الفريق المسئول عن الموقع مكوناً من متخصصين في مجال التصميم والجرافيك (المصمم) والكمبيوتر(المبرمج) والمضمون (المحرر) ليتم التصميم وفقاً لأسس التصميم والمعايير المرئية التي تضمن بقدر الإمكان نجاح التصميم وتخطي القيود والمعوقات التي تواجههم في التصميم ، فالمنافع التي يدركها المستخدمين للتصميم المقنع في المواقع الاعلامية تكون أكثر حسماً لنيتهم في التفاعل مع المواقع المقنعة.

- وأكدت دراسات هذا المحور على أنه لكي يمكن الحصول على تصميم جيد ومناسب للصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني فلابد أن يكون التصميم المرئي والمحتوى الذي يعرضه الموقع بسيطاً وسهل الحصول عليه ومتناسقاً مع بعضه البعض ، كما ثبت أن جودة المعلومات وجودة الموقع هما أهم العوامل الرئيسية المؤثرة في بناء الاقناع ، كما أشارت إلى أن عناصر واجهة الموقع له تأثير قوي في تدعيم الايحاء بالجو العام للموقع ، لهذا يجب أن يتخذ مصمم الموقع قراره بشأن اتجاه توزيع العناصر الموجودة في واجهة الموقع بحرص شديد، لما له من تأثير كبير على نجاح التصميم في توجيه عين المستخدم لما يريده بالضبط.
- كما أن تصميم الصفحة الرئيسية لا يكون جذاباً فقط من حيث الشكل ولكن لابد أن يهتم المصمم بالمحتوى، لأنه من أهم متطلبات المستخدم للموقع ، فسهولة الوصول للمعلومات والإبحار عبر الموقع والشكل الجذاب كلها عوامل تؤثر في نجاح الموقع الالكتروني ، ولذا من الضروري تواجد المصمم والمبرمج والمحرر معاً أثناء التصميم حتى يتمكنا من مواجهة المشكلات أثناء التصميم (شيرين محمد 2016 ، Fatith 2012).
- وأظهرت دراسة (razib Iqbal et al., 2016) ويعد الاعلان احد الاعتبارات الهامة عند تصميم المواقع الالكترونية ، فقد يؤدي عدم مراعاة الاعلانات الي ظهور مواقع ذات تنسيقات مزدحمة، او احداث تشتيت لانتباه المستخدم، او قد ينتج عنه اعلانات يتم تجاهلها من قبل المستخدمين لمصممي الويب، لذا فمن الضروري ان يخطط مصمموا صفحات الويب الاعلانات ودمجها في قرارات تصميم مواقع الويب، فمحتويات الاعلانات لها تأثير مباشر علي تصميم صفحة الويب مما يجعله يؤثر علي المشاركين من الزوار لصفحات الويب، كما لابد من التخطيط المسبق لمساحات الاعلانات وتحديد مواقع اعلانية محددة في تخطيط الموقع بحيث تظهر الاعلانات كما لو كانت تهدف الي ان تناسب الموقع الذي

يتم وضعه فيه فقد ينتج المصممون شرائح اعلانية فارغة ويضعون بها محتوي مؤقت وتصميم مساحة مخصصه لها دون المساس بتصميم الموقع .

- واعتمدت دراسات هذا المحور على أطر نظرية كنظرية الجشطلت ، ونظرية حارس البوابة الالكترونية، ومدخل تحليل النظم ، نموذج قبول التكنولوجيا .
- واستخدمت بعض الدراسات منهج المسح كدراسة (وفاء جمال 2013) ، كما استخدمت دراسات أخرى المنهج التجريبي كدراسات (rodríguez-molina, et al 2015 ، فاطمة عبد القادر 2013، Nicola Jane 2014) .
- وبالنسبة لادوات جمع البيانات فهناك دراسات اعتمدت على أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات كدراسة (Ruben et al.2017) ، وهناك دراسات جمعت بين أداة تحليل (المضمون) الشكل والاستبيان كدراسة (شيرين محمد 2016 ، وفاء جمال 2013 ، معين صالح 2012) أو بين اداة تحليل الشكل والاستبيان والمقابلة كدراسة (إيمان شكري 2013) .

المحور الرابع : الاتجاه القائم على دراسات العوامل الثقافية وعلاقتها بتصميم المواقع الالكترونية

1. دراسة (Lei T. et al. 2017)[60] التي هدفت إلى بحث العلاقة بين عناصر التصميم والصورة الذهنية الثقافية، فضلا عن العلاقة بين تصميم المواقع الحكومية المتكاملة في العناصر الثقافية وتجربة المستخدم بالتطبيق على موقع الحكومة الصينية على شبكة الانترنت ، وأكدت الدراسة على أن الثقافة تلعب دورا هاما في تصميم واجهة الموقع ، وذلك في جو الثقافة التقليدية الصينية، وهناك الكثير من خصائص تحديد الهوية الثقافية التي تؤثر على إدراك وعادات المستخدم ، لذا يجب على المصممين اختيار عناصر التصميم بشكل أكثر دقة وسرعة للحفاظ على احتياجات المستخدمين الثقافية ، كما أن استخدام العناصر الثقافية بشكل طبيعي في تصميم واجهة موقع الحكومة سوف يعزز وعي المستخدم بخصائص الموقع ، ويجعله أكثر إعجاب واهتمام وإثارة به.
2. وتهتم دراسة (Abdalghani and Olga 2016)[61] بأداة المرشد لتصميم المواقع المحلية "LWDA"وهي أداة قائمة على المواقع الإلكترونية متعددة الثقافات ، لتقديم إرشادات توطين لتصميم موقع الويب بشكل حيوي لمستوى معين من المواقع المحلية (من 1 إلى 5) المجتمع، اللغة، النطاق. وهي أداة مفيدة للمنظمات والأفراد المشاركين في تطوير المواقع متعددة الثقافات ، لذا تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام النموذج المفاهيمي الثقافي لتطوير أداة المرشد لتصميم موقع محلي. حيث أن أداة التوطين تستخدم علم الأنطولوجيا وقاعدة معارف العلامات الثقافية. كما يتم التعرف على مدى أهمية هذه الأداة لتصميم المواقع المحلية. وكذلك التعرف على التفاصيل الفنية الخاصة بها ،

والتعرف على كيفية استخدام المواقع المحلية لهذه الأداة بشكل عملي. لذلك، تم اقتراح 5 مستويات مختلفة من العلامات الثقافية التي تنظم كهرم (1) مستوى الثقافة الإلكترونية - لمواقع غير محلية، (2) المستوى الثقافي المستقر - (3) المستوى الثقافي الواسع - للمواقع المحلية، (4) المستوى الثقافي المتغير - لمواقع محلية عالية المستوى، (5) المستوى الثقافي "فيستا" - لمواقع محلية ثقافية كاملة، لكل مستوى من التوطين، ومجموعة من علامات ثقافية لمجموعة من المواقع وتقدم عناصر التصميم، فضلا عن عدد معين من الثقافة الأنثروبولوجية الأبعاد التي يجب أخذها بعين الاعتبار لمستوى توطين معين.

3. كما تهدف دراسة (Tingru Cui, et al 2015)[62] إلى التعرف على كيفية بناء وتصميم موقع الكتروني ملائم ثقافيا، من خلال الإجابة على عدة تساؤلات هي : كيف يؤثر النمط الادراكي الثقافي للمستخدم على إدراكه لخصائص بنية وتصميم موقع الويب والأداء عند البحث عن معلومات على موقع الويب؟ وهل سيؤدي فهم المستخدم للتنقل (الملاحة) والاداء بشكل افضل الى ارتفاع رضا المستخدم؟ ، وبذلك تبحث هذه الدراسة في تأثير النمط الادراكي الثقافي على فهم المستخدم لخصائص بنية وتصميم موقع الويب والاداء على موقع الويب ورضا المستخدم اللاحق تجاه موقع الويب وبشكل اكثر تحديدا يركز الباحثون على اتساع وعمق بنية وتصميم الموقع ، واعتمدت تلك الدراسة على المنهج التجريبي واجريت تجربة مختبرية شملت مشاركين من الصين والولايات المتحدة لاختبار الفرضيات ، وأظهرت النتائج أن النمط الإدراكي الثقافي وهيكل موقع الويب يتفاعلان للتأثير على إدراك المستخدم وأدائه ، كما أظهر الاشخاص ذوو الانماط الادراكية الثقافية الشاملة والتحليلية إمكانيات مختلفة للتنقل وأداء المستخدم على مواقع ويب واسعة وعميقة.

4. دراسة (سلوى أبوالعلا 2015)[63] استهدفت الدراسة التعرف على الثقافات الفرعية كما يعكسها تصميم المواقع الإلكترونية المحلية الرسمية للمحافظات المصرية بوصفها الموقع الرسمي الذي يعبر عن المحافظة الصادر منها حاملاً معه ثقافتها وهويتها في ظل ما يحدث من تطورات تكنولوجية متصاعدة ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاعلامي لمعرفة العلاقة بين الثقافة الفرعية لكل محافظة من المحافظات المصرية وتصميم موقعها الإلكتروني الرسمي ، وذلك من خلال تحليل العناصر المكونة للصفحات الرئيسية بتلك المواقع محل الدراسة ، هذا بالإضافة إلى استخدام الأسلوب المقارن للمقارنة بين مظهر الصفحة الرئيسية في مواقع المحافظات المصرية محل الدراسة . وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها : وجود بعض المواقع الإلكترونية المحلية للمحافظات تم تصميمها من خلال الوعي بأهمية الثقافة الفرعية وقوتها التأثيرية وتأكيداً لهويتها ، وفي المقابل ظهر ضعف في تصميم

بعض مواقع المحافظات وعدم وجود لغة مرئية حقيقية في شكل المواقع وانتشار الأسلوب النمطي في تصميمها ، هذا بالإضافة إلى عدم استفادة بعض مواقع المحافظات المصرية بالإمكانيات التي توفرها شبكة الإنترنت لتأكيد ثقافة كل محافظة ، كما خلصت الدراسة إلى أن الثقافات الفرعية تعد منهلاً خصباً ومميزاً لكل محافظة على المستوى المحلي حيث توضح التنوع الثقافي الموجود بين المحافظات ، لذلك يجب الاستفادة من تلك القوة التأثيرية في تصميم مواقع المحافظات لتأكيد الهوية الثقافية المميزة لكل محافظة وجذب السياحة للمحافظات السياحية منها .

5. وتساهم دراسة (*Tigre Moura et al 2015*)[64] في الكشف عن تأثيرالقيم الثقافية في المواقع السياحية عبر شبكة الاتترنت على تغيير رغبة المستخدمين للسفر وخلق الاستعداد للسفر في كل من نيوزيلاندا والهند والصين ، وذلك من خلال اختبارين : الأول هو تحليل لتصوير القيم الثقافيه من خلال تصميم المواقع السياحيه الرسمية للهند 36 والصين 46 ونيوزيلندا 48 على شبكة الإنترنت، وتحديد نوع الوجهة وتعريف القيم الثقافيه المعروضه للمواقع السياحية ، والتكيف مع الإطار الثقافي الذي وضعه سينغ تشاو 2003 للمواقع السياحيه لمعالجة المميزات الفريدة في المواقع السياحيه وذلك من خلال تحليل المضمون لتلك المواقع، والثاني إجراء تدريب تجريبي يتطلب من 400 طالب نيوزيلنديا في المرحلة الجامعيه من جامعة أوتاج زيارة أربعة نسخ من موقع وب تجريبي وهمي وذلك لمناقشة الاتساق حول تطبيق الاطار الثقافي وبما يتناسب مع دوافع سياحة العطلات. وتشير النتائج إلى وجود اختلافات كبيرة في القيم الثقافية التي تتعرض لها البلدان الثلاثة، وأن تصوير القيم الثقافية المتضاربة للجمهور المستهدف على مواقع الويب المقصودة يولد صورة وجهة أكثر إيجابية واستعدادا أكبر للسفر، مما يتناقض مع أدبيات التوطين الحالية، كما توصلت الدراسة إلى أنه من أجل خلق زيادة في الجاذبية المتوقعة للمواقع السياحية لابد من اضفاء الطابع الشخصي على عمليات الجذب السياحي في الموقع ، والتخطيط وتخصيص صفحات السفر على شبكة الانترنت ، ووضع تسلسل هرمي لمعلومات المديرين والسياسيين والحكومه المحلية ، وادارة التسلسل الهرمي للقطاعات السياحيه واستخدام صور المشاهير والافراد الاكثر اهميه في المجتمع ، ووضع أهم الاسئلة والأجوبة "كخدمة سياحية ، وتفعيل الأرقام المجانية المتاحه 24ساعه ، وخدمات معلومات الاتصال للشركات ذات الصله بالسياحه المحليه كالفنادق ووكالات السفر والمطاعم وغيرها، ووضع التصور للمكان من خرائط الوجهة والاشارة الى المقاصد الجغرافية والجولات الافتراضية وخرائط الطقس ، استخدام الحرية في الالوان وارتفاع جرءة الألوان والتركيز على الصور والسياق ، التركيز على مزايا الخدمات باستخدام المقارنة الصريحه.

6. ودراسة (Mehak& Jatinder2014)[65] التي سعت إلى التعرف على تأثير التنوع الثقافي على تصميم المواقع الالكترونية ، والتحقق من تأثير الاختلافات الثقافيه على تصميم المواقع في منطقتي شمال الهند وجنوبها. ، حيث تم دراسة تأثير ثلاث قوائم مختلفة على شبكة الانترنت (قائمة الاختيار البسيطة والعالمية ؛ وقائمة التصفح المحلية والقائمة المنسدلة) وتأثيرها على المستخدم في عملية البحث عن المعلومات وجمعها داخل الموقع ، ودراسة خمس معايير هامة في عملية تصميم المواقع وهم : " المعلومات ؛ التصميم المرئي ؛ تخطيط الصفحة ؛ ادخال المستخدم ، والوسائط المتعدة) ، وتكونت عينة الدراسة من 22 موقع لجمعيات خيرية من المناطق الشمالية والجنوبية بالهند ، وذلك لأن هذه المواقع تم انشائها من قبل المحليات التي تمكت وبسهولة من الوصول إلى الأفكار المحلية وثقافة تلك المناطق . وتمثلت اهم نتائج الدراسة في وجود فروق في تصميم المواقع المتأثرة بالإختلافات الحضارية والثقافية وتظهر في اختلاف اللون والشعارات واسلوب القوائم التي يستخدمونها والتي تتأثر بالثقافه المحلية ، وتشير الدراسة ايضا الى ان مواقع جنوب الهند اكثر تردد من المواقع الهنديه الشماليه ومن حيث التصميم المرئي والألوان كان اللون الأبيض هو اللون السائد لكلا من الهند الشماليه والجنوبيه فمثل الأبيض نسبة 29٪ بينما الازرق 14٪ والرمادي 25٪ .وبعد فحص العينه ثبت ان 7 من أصل 11 موقع بشمال الهند يستخدموا "المنسدلة " عندما تكون الفأرة " الماوس " فوق القائمة و 6 من اصل 11 موقع بالهند الجنوبيه يستخدموا قوائم ثابته . وتسيطر القائمة الرئيسية على حد السواء في شمال الهند وجنوبها . وتشير الدراسة ان الفيديو أكثر سائدة في مواقع الهند الشماليه بنسبة 55% بينما في الهند الجنوبيه 27 %واستخدام الرسوم المتحركة سائدة لكليهما.

7. وتسعى دراسة (Hend and Regina 2014)[66] إلى مساعدة مطوري الويب والمصممين لتبني احتياجات المستخدمين من مختلف الثقافات في تحسين واجهة الموقع الالكتروني عند دمج العوامل الثقافية ، والمقارنه بين تصميم واجهة المستخدم في المواقع الالكترونية الحكومية في المملكه العربية السعودية والمواقع الحكوميه في الفلبين والهند؛ من خلال تحليل سمات تصميم الويب التي تستخدم في تلك المواقع من حيث سمات العرض البصري والملاحه والروابط والتخطيط والوسائط المتعددة باختلاف الثقافات ، وقد شملت العينه عشرة مواقع لكل دولة من الدول الثلاث التي شاركت في الدراسة ، كما استخدمت الاستبيان لجمع البيانات، وأكدت الدراسة على أن تصميم موقع على شبكة الانترنت يتناسب مع الجمهور المستهدف يعد مهمة صعبة ، فالمستخدمين هم جزء حيوي في بناء اي موقع ، إلى جانب أن كل سمات التصميم على شبكة الانترنت يجب ان تعطي اهتماما كبيرا وعلى المصمم أن يتجنب الذاتية في تصميمها . فمعظم البحوث السابقة في هذا المجال أكدت أن مصممي المواقع لا يستخدمون الطريقة

المناسبة للاستفادة من العوامل الثقافيه لتطوير تصميم المواقع عبر شبكة الانترنت، فتصميم المواقع بواجهة غير جيده لا تمكن المستخدمين من انجاز مهتمهم أما إذا كانت واجهة الموقع مصممة بشكل ثقافي فإنها ستسمح لوظائف المواقع الالكترونية مراعاة المستخدم ، وكشفت الدراسة انه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث سمات الموقع بين البلاد الثلاث المشاركون في الدراسة رغم اختلاف الثقافات سواء من حيث العرض المرئي واستخدام الصور ، كما لا توجد فروق ذات دلالة احصائيه من حيث تفضيلات مواقع الويب بين الثقافات المختلفه .

8. ودراسة (Amber & Shaila 2014)[67] التي استهدفت التعرف على كيفية إعادة الانتاج الثقافي من خلال تصميم المواقع في الولايات المتحدة الأمريكية دعماً لفكرة اعتماد التكنولوجيا لاستيعاب العولمة مع الحفاظ على التراث الثقافي واستعادة الهوية ، وسعت الى فهم العلاقة بين تصميم التكنولوجيا واستخدامها والهوية .وتم استخدام المنهج التحليلي في قراءة وتفسير (15) موقع من المواقع الالكترونية القبلية لقبائل تشايكاساو وكلاماث . وتم تحليل النص من كل موقع وكذلك صفحات "التاريخ" المصممة للقبائل وذلك باستخدام برنامج البحث اللغوي لفهم المحتوى اللغوي الكامن من وراء الانتاج الثقافي على شبكة الانترنت وبرنامج عدد الكلمات وتم فحص النصوص وعناصر التصميم الاخرى من وجهة نظر تفسيرية ، واظهرت التحليلات دور تصميم الموقع في انتاج الثقافة ، وان المنظمات القبلية تستخدمها لاغراض بناءة مثل الحفاظ على التراث الثقافي والافكار الموروثة الخاصة وتوفر موارد تعليم اللغة الام على مواقعها على شبكة الانترنت ، ومن ضمن النتائج التي انتهت اليها الدراسة أنه يمكن استخدام المواقع لتحديد الهوية وتوفير الموارد الثقافية اللازمة لتعزيز واستعادة الهوية الثقافية بين المستخدمين ، وأن فهم الرمزية الثقافية للالوان والصور والكلمات يمكن ان تساعد المصممين على اتخاذ الخيارات التي تدعم اغراضهم ، ويمكن لاعادة تصميم مواقع الويب ان تشير الى تغيير الغرض من الموقع.

9. كما هدفت دراسه (Nouf and Large 2013)[68] الي التعرف على تصميم المواقع العربية من منظور ثقافي ، ومعرفة ما إذا كانت الخلفية الثقافية لمستخدمى الوب تلعب دوراً رئيسياً في الطريقة التي يتفاعلون بها مع المواقع الالكترونية وقابليتهم لاستخدامها وادراكهم لها ، بالاعتماد على نموذج هوفستيد للثقافة ، تم تقييم ومقارنة موقعين إلكترونيين من بلدين عربين (موقع وزارة الصحة) في الأردن ولبنان ، لتحديد تفضيلات المستخدمين وتوقعاتهم من تصميم المواقع العربية من أجل فحص ما إذا كانت هذه التفضيلات تتفق مع الخصائص الثقافية الخاصة بهم ، وتم استخدام منهج المسح بشقيه الوصفي

والتحليلي باستخدام اداة التحليل والاستبيان ، وكانت عينة هذه الدراسه 20 مشارك عربي ، وكانت أهم نتائج هذه الدراسة أن هؤلاء المشاركين أظهروا تفضيلاً عاماً لموقع وب واحد الموقع الأردني على الآخر ، لانهم وجدوه أيضا أسهل بكثير للاستخدام وتصميمه أكثر بساطة مع سهولة الوصول إلى المعلومات، والأهم من ذلك عرض باللغة العربية.

10. وهدفت دراسه (Hsia & Chi-Suing 2013)[69] الي التعرف على خصائص تصميم المواقع الإلكترونية التي تحظى بشعبية في تايوان واستراليا وذلك لأنهم يمتلكون صفات ثقافية مختلفة ، والتعرف على عناصر التصميم المفضلة ثقافيا ، وسمات الاتصال الفعال (قابلية الاستخدام) التي تشمل عناصر (التمثيل البصري، والملاحة، والتخطيط والوسائط المتعددة) ، من خلال تحليل المواقع الالكترونية للبلدين والمقارنة بينهم ، بالاعتماد على نموذج هوفستيد الثقافي للتصنيف الثقافي للدول ، وقد اكدت نتائج الدراسة على أن هناك اختلافات كبيرة في تصميم المواقع بين الثقافتين ، وهناك تفضيلات مختلفة بين المستخدمين في تايوان واستراليا ، وذلك لان معظم مواقع تايوان تستخدم الصورة المتحركة والفيديو وفلاش الرسوم المتحركة ، في حين أن عدد قليل من المواقع الاسترالية يستخدم تلك العناصر ، وبذلك فالثقافة التايوانية تفضل كثيرا استخدام الوسائط المتعددة في المواقع، في حين أن الثقافة الاسترالية تفضل النص الثابت والصور، وأكدت الدراسة على أن هذه النتائج يمكنها أن تساعد مصممي المواقع الالكترونية في تطوير تصاميم مواقع إلكترونية ملائمة ثقافيا ، مما يؤكد على دعم أهمية توطين تصميم المواقع الالكترونية ويقدم بعض التوجيهات المتعلقة بالتفضيلات الثقافية المحددة.

11. دراسة (Mousavi & Khajeheian 2012)[70] التي قامت بالتركيز على الثقافة الإيرانية وتصميم جامعة إيران للمواقع الإليكترونية ، حيث تم استخدام مجموعة شاملة من المحددات الثقافية النسبية، تم تطبيقها لقياس إذا كان التصميم لموقع جامعة إيران يتبع الخصائص الثقافية لمستخدميها ، ودراسة التقنيات والتحسينات الممكنة بواسطة التصميم ليكون متناسق ثقافيا ، وأكدت الدراسة على ضرورة تقييم النموذج الثقافي مع اختلاف الدول وطبيعة الأحداث التي تمر بكل دولة ، فمع تطبيق النموذج الثقافي في تصميم ثلاثة مواقع إيرانية وعرضها على عينة من الطلاب قوامها 25 طالباً ، اوضحت نتائج الدراسة أنه طبقا لادراك المستخدمين فإن الجامعات الإيرانية بها فجوة ثقافية لمواقعها الاليكترونية وأن تصميم المواقع الإليكترونية بالجامعة الإيرانية ليس متماشيا مع نظرية هوفستيد ولا يعكس ثقافتهم مما ادى الى اعتقاد ان النموذج الثقافى في المواقع الايرانية يحتاج إلى اعادة تقييم وبشكل محدد فى علاقته بالعلاقات الثقافية المختلفة فى المجتمع الإيراني وان المواقع الايرانية تحتاج لإعادة تنسيق

التصميم ليتماشى مع ثقافة المستخدمين المستهدفين فى اوجه مختلفة ، حيث تبين أن الطلاب قيموا هذه المواقع على أنها رسمية وجامدة وغير خلاقة، وأنهم في حاجة إلى مزيد من الموضوعات التي تعبر عنهم وعن أنشطتهم داخل الجامعة.

12. ودراسة (رفعت البدري 2012)[71] التي اهتمت بالتعرف على الاختلافات بين الثقافات في الدول وهي ماليزيا وبريطانيا والولايات المتحدة وأستراليا والدول العربية (مصر والكويت والجزائر والسعودية)، وإلى أي مدى تعبر تلك المواقع عن الثقافات الوطنية التي تنتمي إليها ومدى التغير الحالي في المراكز الثقافية للدول محل الدراسة عن مراكزها في دليل هوفستيد الثقافي للتصنيف الثقافي للدول ، لتحديد مدى الاختلافات في معدل استخدام مواقع الدول محل الدراسة لعناصر التصميم الظاهرة على واجهة الاستخدام تبعاً للتصنيف الثقافي للدولة ، وقد توصلت الدراسة إلى وجود اختلافات في تصميم واجهات الاستخدام في المواقع تبعاً لاختلاف الثقافات الوطنية للدول التي تنتمي إليها تلك المواقع ، كما جاءت أكثر المواقع استخداماً لعناصر التنظيم العام لصفحة واجهة الاستخدام هي مواقع الولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا تليها مواقع بريطانيا، أما أقل المواقع استخداماً لذلك العنصر فكانت المواقع العربية، واتسمت المواقع الأكثر استخداماً بالتقسيم الواضح لواجهة الاستخدام إلى أقسام محددة وقوائم واضحة ومساحات متماثلة، بينما اتسمت المواقع الأقل استخداماً بالتوزيع غير المنتظم والتقسيم غير محدد الملامح وغياب فكرة التماثل أو التناظر في شغل المساحات على الواجهة الاستخدام.

13. دراسة (Alexandra 2011)[72] حول الاختلافات الثقافية وتأثيرها المحتمل على سلوك الناس من خلال تحليل تأثير الثقافة على استراتيجيات تصميم مواقع الانترنت بوجه عام وفي مواقع شركة بيبسي بوجه خاص كأداة للتواصل مع الجمهور في جميع أنحاء العالم ، فهي محاولة لإلقاء الضوء على القضايا المتصلة بالتكيف الثقافي عند ممارسة الأعمال التجارية عبر الحدود الثقافية من خلال العلاقات المتبادلة بين خصائص الثقافات وتصميم المواقع الالكترونية في دول مختلفة ، وأظهرت النتائج وجود اختلافات في تصميم المواقع الالكترونية بين الثقافات .

14. دراسة (Wan-ting 2010)[73] التي استهدفت التعرف على علاقة الثقافة بتصميم المواقع الالكترونية ، والتعرف على خصائص تصميم المواقع التايوانية، وكيف يتأثر تصميم المواقع الالكترونية بالاختلافات الثقافية من خلال إجراء مقارنة بين مواقع تايوان ومواقع الولايات المتحدة الأمريكية وفقاً لنظرية الأبعاد الثقافية لهوفستيد ،

15. وتناولت دراسة (Kim & Kuljis 2010)[74]العلاقة بين الثقافات المحلية وتصميم المواقع الالكترونية، واعتمدت على نموذج هوفستيد الثقافي ، وحددت عدداً من العناصر الثقافية ضمن تصميم المواقع، وقامت بتحليل المواقع الخيرية في كوريا الجنوبية وبريطانيا ، وانتهت إلى وجود بعض الاختلافات والتفضيلات في تصميم المواقع وفقاً للبعد الثقافي ويتصل أغلبها باستخدام المواقع للوسائط المتعددة ومدى تقديم تسهيلات للمستخدم على الصفحة ، وأكدت على وجود اتجاه متصاعد في أهمية التوجه نحو المحلية عبر الثقافات عند تصميم وبناء المواقع .

التعليق على المحورالرابع :

استعرضت الباحثة في هذا المحور الدراسات التي تناولت العوامل الثقافية وعلاقتها بتصميم المواقع الالكترونية ، فمن الواضح وجود تفاعل متناغم بين التكنولوجيا والثقافه ، وتم دراسته بشكل موسع وتعتبر شبكه الانترنت مثال حى على تأثير التكنولوجيا الحديثة على الثقافات المحلية حول العالم بتقديمها مفاهيم عدة مثل التجارة الإليكترونية، التعليم الإليكترونى، والتسويق الإليكترونى ، ويأتى تباعا، تأثر أجزاء عدة لتكنولوجيا الشبكة الإليكترونية بالثقافات المحلية على سبيل المثال، فإن تقبل وتطوير خدمات الشبكة الإليكترونية فى الدول المختلفة معرض لحجم ادراك وتوقعات المستخدمين التابعين لخلفيات ثقافيه مختلفة ومن بين العديد من وسائل التكنولوجيا يأتى تصميم المواقع الإليكترونية كعامل هام فى التعامل مع المستخدمين، وللتواجد الناجح والفعال فى الفضاء الإليكترونى ، حيث يستطيع الموقع الإليكترونى المصمم بشكل جيد كسب ثقة ورضاء كبير من المستخدمين ، كما أن الاختلاف بين الثقافات هو المفهوم التي قامت عليه أغلب تصميمات شعار موقع جوجل Google ، كما تحرص Google على أن يواكب شعارها التغيرات التي يشهدها العالم من حولنا وتسمى النسخ المختلفة من شعار جوجل باسم Doodddles أي الرسومات فهناك شعارات لاحتفال بالأعياد والأحداث العالمية والمشاهير ، حيث تحافظ جوجل على أن يكون لكل دولة سمة تميزها[75] ، وتأييدا لدور الرموز الثقافية في تأكيد الهوية ، احتفلت جوجل بمناسبة العيد الوطني للمملكة العربية السعودية ، عبر تغيير صورة الصفحة السعودية www.google.com.sa ، فوضعت شعار النخلة المحاطة بالسيفين مكان حرف ال "L" بدلا من العلم السعودي[76]، وكذلك شعار بمناسبة العيد الوطني لدولة الكويت ودولة الإمارات ، وشعار آخر بمناسبة ذكرى استقلال المغرب.

حيث تم دراسه تاثير الثقافه على تصميم المواقع الإليكترونية بشكل كبير في الدراسات السابقة ، فقام مجموعه من الباحثين بتطبيق الابعاد الثقافيه لنموذج هوفستيد كإطار ملائم فى دراسه هذا الموضوع ، وتؤكد الدراسات التى تدعم الخصائص الثقافية لهذا النموذج تواجدها فى تصميم هذه المواقع ، وتقترح أيضا أنه فى حال

مراعاة الخصائص الثقافية للمستخدمين المستهدفين خلال تصميم وإنشاء المواقع الإليكترونية يجعل تفاعل المستخدمين مع الموقع أكثر فاعلية.

ومن هنا، فمثل هذه المواقع التي تسعى لتحقيق أهدافها بشكل أكثر فاعلية، على سبيل المثال: تبادل وتشارك المعرفه بشكل كبير، تواصل أفضل وتسويق ناجح للمنتج، وتحقيق هذه التوقعات غير ممكن بدون الأخذ فى الاعتبار دور الثقافه فى ادراك واختيارات المستخدمين للمواقع الإليكترونية ، وفى السنوات القريبه الماضية قام الباحثون بإستكشاف العناصر المختلفه للتصميم الأولى فى الثقافات المختلفة وانتهوا إلى أن الخصائص الثقافية تعكس بشكل كبير دورها فى إنشاء المواقع الإليكترونية فى الدول المختلفه ((Lei T. et al. 2017)، (*Tigre Moura et al 2015*)، (Hend and Regina 2014)، (Mehak& Jatinder2014)، (Kim & Kuljis 2010)) حيث قام الباحثون بربط الملامح المختلفه للتصميم كالألوان، والصور، والكلمات ، والتصميم، والشعارات واسلوب القوائم التي يستخدمونها ، وتنظيم المعلومات المعلومات ؛ العرض البصري والملاحه والروابط والتخطيط والوسائط المتعددة ، التصميم المرئي ؛ تخطيط الصفحة ؛ ادخال المستخدم ، ومدى الصدى الناتج مع المميزات الثقافيه للدول المختلفة وقاموا باقتراح أن إنشاء موقع إليكترونى متطابق مع الخصائص الثقافية للمستخدمين المستهدفه ييسر ويحسن التواصل الفعال مع الموقع .

وبذلك ظهر اتجاه متصاعد في أهمية التوجه نحو المحلية عبر الثقافات عند تصميم وبناء المواقع الالكترونية ، والتأكيد بقوة على العناصر الثقافية كأحد متطلبات التصميم في الاعلام التفاعلي حيث أنها لم تعد الآن وسيلة فقط لتبادل المعلومات ، وإنما هي إحدى طرق التعبير عن الذات وتأكيد الهوية، فالعناصر الثقافية وفقاً لذلك الاتجاه تعزز الوظيفية في الموقع ، وتساعد على الاستيعاب العقلي ، وتسهم في جودة ونجاح التصميم لأن المستخدمين يتأثرون بهوياتهم الثقافية خلال عملية اكتساب المعلومات، حيث أقدم العديد من الباحثين في الدراسات السابقة على دراسة مكونات صفحة واجهة المستخدم في مواقع الويب لتحديد أهم العناصر الثقافية بها ، وإجراء دراسات مقارنة للدول عبر الثقافات ، حيث يختلف استخدام بعض عناصر التصميم باختلاف الثقافات من خلال نموذج هوفستيد الثقافي للتصنيف الثقافي للدول ، وأكدت الدراسات في هذا المحور على ضرورة مراعاة الرموز والدلالات الثقافية في تصميم المواقع الالكترونية لأنها تلعب دوراً مهماً في تصميم واجهة الموقع ، بعد توصل هذه الدراسات إلى تفضيل المستخدمين للمواقع المرتبطة بثقافاتهم على المواقع المرتبطة بثقافات أخرى (Abdalghani and Olga 2016) ، (Tingru Cui, et al 2015)، (Nouf and Large 2013) ، (Mousavi & Khajeheian 2012).

حيث يعد الموقع الالكتروني أداة مهمة تساعد في بناء الهوية البصرية للدول صاحبة المواقع ، على اعتبار أن المواقع الالكترونية المحلية همزة وصل بين المجتمع المحلي وأصوله الثقافية ، ولذلك فإن المواقع الإلكترونية يمكن أن يكون لها دور حيوي في نقل وتأكيد الثقافات، خاصة وأن هناك اتجاه متصاعد يشير إلى أهمية التوجه نحو المحلية عبر الثقافات عند تصميم وبناء المواقع [77]، كما تعد الخصائص الثقافية مصدراً من مصادر إلهام المصمم لأنه يستطيع أن يستمد منها العديد من الأفكار الجرافيكية داخل الموقع الالكتروني .

فالاتجاه الجديد في مجال تصميم المواقع الالكترونية يؤكد على أهمية عامل المحلية ، ويؤكد بقوة على العناصر الثقافية كأحد متطلبات التصميم في الإعلام التفاعلي ، لذا فمن الأهمية أن يؤخذ بعين الاعتبار عند تصميم مواقع الويب الاختلافات الثقافية التي تعكس قيماً ودلالات لها أهميتها في الحياة الاجتماعية في تلك الثقافات ، والمصمم عليه أن يكون على وعي ودراية جيدة بالموضوعات المتعلقة بالقيم الثقافية والأولوليات والأدوار الفردية والجماعية داخل حدود الإطار الثقافي لدى المتلقي ، وعليه أن يظهر احتراماً لتلك السمات في عمليات التصميم[78]، فالعناصر الثقافية تعزز الوظيفية في الموقع الالكتروني ، وتساعد على الاستيعاب العقلي ، وتسهم في نجاح التصميم ، لأن الأفراد يتأثرون بقوة بهوياتهم الثقافية خلال عملية اكتساب المعلومات والإدراك والاستيعاب[79].

وهناك عوامل جوهرية لبناء تصميم الموقع الالكتروني منها[80]: **بناء المعنى** : حيث تعتمد قدرة التصميم على المعاني الثقافية التي يستحضرها وعلى السياق الاجتماعي والثقافي الذي تتواجد فيه ، فالمعاني لا تتواجد في عناصر التصميم وحدها بل تكتسب عند رؤيتها وتفسيرها ، وتخاطب تلك المواقع مجموعة محددة من المتلقين تجمعهم خواص مشتركة تقربهم من المضمون ، وهو ما يشكل المرجعية الاجتماعية والثقافية للجماعة أو الفئة المستهدفة بالاتصال من خلال الموقع ، **والفكرة الجيدة** : التي تقدم التصميم ، **واللون** : يعتبر اللون من أهم لغات التخاطب ووسيلة من وسائل التأثير حيث يتخطى قيمته الجمالية عن طريق تأثيره في عملية الإدراك البصري والحسي للمتلقي ، وذلك من خلال مدلولات خاصة به ترتبط في ذهن الإنسان بالمعتقدات والموروثات والخبرات المكتسبة والتي تختلف من فرد إلى فرد ومن مجتمع إلى آخر ، فالبعد الدلالي يختلف باختلاف المعايير الديموجرافية ضمن المجتمع الواحد ، كما يتأثر إدراك اللون بالمنظور الثقافي للمتلقي بما في ذلك مدلوله ونوعية الانفعالات المتولدة عنه .

وقد أكدت الدراسات على ضرورة دراسة مصمم الموقع لثقافة الدولة المطلوب مخاطبتها ، فالموقع يؤدي وظيفته بنجاح عند تصميمه بإدراك التباين والتنوع والتعدد بين الثقافات ، وبقدر وعي المصمم بالاختلافات الثقافية يكون نجاحه في استخدام أسس وعناصر التصميم والتحكم في إمكانية ربط العناصر البصرية وتحقيق أكبر قدر

من الاتساق بين الهيئات والأشكال داخل الموقع الالكتروني، فالثقافة مجال خصب للمصمم تمده بكثير من العناصر التي يستخدمها في تصميماته ، وتصميم المواقع يعد وسيط اعلامي مناسب لنقل التنوع الثقافي بأسلوب واضح.

كما توصلت دراسة (Abdalghani and Olga 2016) إلى وضع أداة تستخدم علم أنطولوجيا التوطين، والمعرفة حول العلامات الثقافية لتوفير المبادئ التوجيهية التي ينبغى للمصممين عند تصميم موقع الكتروني الاستفادة منها لتوطين الموقع، ويتم استخدام علم أنطولوجيا لتوفير مواصفات ثقافية مجردة، في حين يتم استخدام قاعدة المعرفة الثقافية لتخزين هذه القيم الثقافية وتوصيفها لنطاق موقع معين، وبلد معين، و إقليم معين، لتوطين مواقع الويب. وقد تم تطوير أداة "LWDA" للافتقار إلى مصدر موحد يوصف المعلومات والمورث الثقافي التي تحتاجها المواقع المحلية عند تصميمها، كما يمكن استخدام هذه الاداة لتقييم مدى توطين المواقع الالكترونية الموجودة باستخدام ارشادات للتحقق مما إذا كان الموقع يفي بالمبادئ الثقافية التوجيهية .

وبالنظر إلى الدراسات الثقافيه فى تصميم المواقع الإليكترونية، فإننا نجد غلبة الدراسات الأجنبية على الدراسات العربية في هذا المحور ، وتنوع مجالات التطبيق في الدراسات الأجنبية لتشمل العديد من الدول والثقافات ، حيث كان التركيز على الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا ودول شرق أسيا ، ولكنها قلت في اهتمامها بمواقع ثقافات أخرى كالدول الآسيوية الغربية والدول العربية والإفريقية كدراسة (Nouf and Large 2013 ، Hend and Regina 2014). وفي الدراسات المصرية ظهرت ندرة في هذا الاتجاه الخاص بعلاقة الثقافة بتصميم المواقع الإلكترونية حيث تم تناوله في اشارات عابرة داخل بعض الدراسات العربية ، ولم تظهر سوى دراستين عربيتين دراسة (سلوى أبوالعلا 2015) ودراسة (رفعت البدري 2012)، مما يتضح معه الحاجة إلى دراسات علمية تهتم بالخصائص الثقافية وعلاقتها بتصميم المواقع الالكترونية، فلم تنل دراسة الثقافات في مصر في إطارها الاهتمام الكافي الذي يتناسب وحجم دورها في تصميم المواقع الالكترونية، حيث أن تصميم المواقع الالكترونية المحلية بالاعتماد على الثقافة يزيد من فاعليته لاستقطاب المستخدمين ويجعل هناك تميز وخصوصية للموقع .

وتنوعت كذلك مجالات المواقع الالكترونية لتشمل المواقع الاخبارية ومواقع الجامعات والمواقع السياحية ومواقع المؤسسات الخيرية والبوابات الحكومية والمؤسسات الرسمية والمواقع الرياضية .

واعتمدت معظم الدراسات في هذا المحور على الجانبين التحليلي والتجريبي كدراسة (Tingru Cui, et al 2015 ، Tigre Moura et al 2015، Tigre Moura et al 2015) ، وهناك دراسات اعتمدت على الجانب التحليلي والميداني

كدراسة (Hend and Regina 2014 ، Mousavi & Khajeheian 2012 ، Nouf and Large 2013) ، وهناك دراسات اعتمدت على الجانب التحليلي فقط كدراسة (سلوى أبوالعلا 2015 ، Mehak& Jatinder2014 ، Amber & Shaila 2014 ، Hsia & Chi-Suing 2013، رفعت البدري 2012)

المحور الخامس: الاتجاه القائم على دراسات التفاعلية في المواقع الإلكترونية :

1. دراسة (Paul Capriotti, et. al 2016)[81] استهدفت تحليل مستويات التفاعلية عبر المواقع الالكترونية لبعض المتاحف الفنية العالمية الكبرى ، لتقييم ما إذا كانت تلك المتاحف تسعى إلى تحقيق اتصال حواري في علاقاتها بجماهيرها ، واستعانت الدراسة بأداة تحليل مضمون لعينة بلغت 100 موقع الكتروني للمتاحف الفنية الأكثر زيارة في العالم ، وتوصلت الدراسة إلى انخفاض مستويات التفاعلية عبر المواقع الالكترونية لعينة المتاحف التي شملتها الدراسة ، في كلا من الأدوات المستخدمة لتقديم المعلومات ، وكذلك الأدوات التي تسهل التواصل مع الزوار الافتراضيين ، وتوصلت الدراسة رغم ذلك إلا أن المتاحف تقوم بالتطبيق التدريجي للأدوات الحوارية والتفاعلية عبر مواقعها، مما يشير إلى أن هناك اتجاه واضح نحو تطبيق طرق جديدة لإدارة هذه المواقع من أجل إقامة أنظمة اتصالات تبادلية وتعاونية بين تلك المتاحف وجماهيرها.

2. وسعت دراسة (سلوى أبوالعلا 2016)[82] إلى رصد وتحليل واقع استخدام أساليب تحقيق التفاعلية في تصميم المواقع الإلكترونية للمؤسسات السياحية الرسمية في مصر ودبي ومدى استفادة هذه المواقع من الخيارات الحديثة، والوسائل الجديدة التي يتيحها الإنترنت من أجل زيادة التفاعلية، ورصد أوجه الشبه والاختلاف في استخدام المواقع الإلكترونية الرسمية السياحية محل الدراسة لأدوات التفاعلية في إطار المقارنة كمحاولة للمساهمة في تطوير المواقع السياحية الرسمية في مصر لتدعيم وضعها التنافسي الدولي. واعتمدت هذه الدراسة على أسلوب دراسة الحالة ، واستخدمت الدراسة منهج المسح والأسلوب المقارن، وتم استخدام أداة تحليل المضمون ، معتمدة على النموذج النظري لـ(Carrie Heeter) لابعاد التفاعلية ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها : أن المواقع الالكترونية العربية على الإنترنت تحقق مستويات منخفضة من التفاعلية. حيث يشير الواقع الى أن الأجهزة السياحية الرسمية العربية تعتبر مواقعها الالكترونية تفاعلية بمجرد توفيرها لبعض الوصلات الفائقة والبريد الإلكتروني ومحركات البحث على موقعها، في حين أنها تعانى تدنى مستويات التفاعلية .وما يؤكد ذلك أن المقياس التجميعي للأبعاد الستة للتفاعلية في الموقع السياحي الالكتروني لمصر محل الدراسة حقق نسبة قليلة لم تتجاوز 26% طبقاً للمقياس المستخدم في الدراسة وهي نسبة أقل من المتوسط بل ضعيفة ، بينما وصل المقياس التجميعي للأبعاد الستة للتفاعلية في الموقع

السياحي الالكتروني لدبي 57% تقريباً وهي نسبة متوسطة من التفاعلية . وقد تميز الموقع السياحي الالكتروني لدبي عن الموقع السياحي الالكتروني لمصر محل الدراسة ، حيث حقق الأول معدلات أعلى من التفاعلية ، حيث لا يزال الموقع السياحي الالكتروني لمصر محل الدراسة يعمل بدرجة كبيرة في ظل الاتصال أحادي الاتجاه بعيداً عن التفاعلية التي تعتمد على الاتجاه الثنائي وتعظم من دور المستخدم .

3. وهدفت دراسة (هاني فوزي 2016)[83] إلى رصد تأثير الخدمات التفاعلية في المواقع الإلكترونية على كفاءة الاتصالات التسويقية في المؤسسات الخدمية المصرية، واعتمدت الدراسة على نظرية ثراء وسائل الاعلام ونظرية المسئولية الاجتماعية، من خلال الاعتماد على منهج المسح واداة المقارنة المنهجية، وتحليل المواقع الالكترونية في المؤسسات الجامعية الحكومية والخاصة، وعقد مقابلات متعمقة مع مسوقي هذه المواقع، ثم دراسة 600 مفردة من الجمهور المستخدم لهذه المواقع باستخدام اداة الاستبيان ، جعل الباحث يتوصل لمجموعة مهمة من النتائج التي أكدت على أهمية المواقع الالكترونية في مجال الاتصالات التسويقية، وتعدد استخدام الوسائط المتعدة (الصورة والصوت والفيديو والوثائق والشرائح والروابط)، وتعدد الخدمات التفاعلية المتاحة بالمواقع الالكترونية للجامعات من حيث توافر خدمات توفر الشرائح، والبريد الالكتروني وخدمات استطلاع الرأي .

4. وهدف دراسة (هدى ابراهيم 2016)[84] إلى التعرف على أثر التفاعلية الوظيفية والمدركة عبر المواقع الإلكترونية لعينة من المؤسسات الإنتاجية العربية والعوامل المرتبطة بتلك المؤسسات في نجاح الدور الاتصالي للعلاقات العامة، واعتمدت الدراسة على نظرية الاتصال الحواري ، واستخدمت المنهج الوصفي بشقيه التحليلي والميداني، وذلك باستخدام أداة تحليل المضمون، والاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى انخفاض مستويات التفاعلية في جميع المواقع الإلكترونية العربية التي تم تحليلها باستثناء المواقع الإلكترونية للمؤسسات السعودية والتي جاءت مستويات التفاعلية بها متوسطة، ووجود علاقة ارتباط ضعيف دالة إحصائيا بين إدراك المبحوثين لأبعاد التفاعلية وبين الصورة الذهنية لديهم حول تلك المؤسسات، وقد يرجع ضعف الارتباط إلى أن هناك عوامل أخرى إلى جانب الاهتمام بآليات التفاعلية عبر الموقع الإلكتروني تساهم في تكوين صورة ذهنية إيجابية حول المؤسسة ومنها الاهتمام باحتياجات جماهير المؤسسة وسرعة تلبياتها.

5. وسعت دراسة (نجاح على 2016)[85] إلى التركيز على أثر استخدام التفاعلية على بناء معارف الجمهور تجاه القضايا والأحداث الجارية. والتركيز على مستوي الصورة الصحفية في المواقع الالكترونية والصورة التلفزيونية على

اليوتيوب وتقنياتها من حيث حجم ومساحة الصورة ووسائل الابراز والأدوات التفاعلية المستخدمة فيها ومدة العرض ومدي تأثير هذه العوامل في البناء المعرفي للمتلقي، واعتمدت الدراسة على نظرية تمثيل المعلومات لاختبار التأثير المعرفي لمستوى الصورة الصحفية والتليفزيونية وما تحمله من عناصر تنبيه وجداني وعقلي على البناء المعرفي للمتلقي، وتحديد دوافع استخدام المواقع الصحفية وموقع اليوتيوب من قبل الجمهور العراقي، وعلاقة هذا الاستخدام بعدد من المتغيرات كالنوع، والعمر، والمستوى التعليمي، ومدى الإشباع الذي تحققه تلك المواقع، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي باستخدام اداتي تحليل المضمون والاستبيان .

6. ودراسة (منار منير 2015)[86] رصد وتحليل مدى توظيف مواقع الصحف الإلكترونية لإمكانيات وآليات التفاعلية وفقاً لأبعادها المختلفة، فى إطار المقارنة بين مستويات توظيف آليات التفاعلية فى كل من مواقع الصحف العربية والأجنبية، واستخدمت أداة تحليل المضمون وأداة تحليل الوظائف واستمارة الاستبيان ، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: ارتفاع مستوى توظيف آليات التفاعلية في مواقع الصحف الأجنبية عنه في مواقع الصحف العربية. فقد حصلت مواقع الصحف الأجنبية على مستوى مرتفع في توظيف آليات التفاعلية بنسبة 68.9% في مقياس التفاعلية الوظيفية للدراسة. بينما وقعت مواقع الصحف العربية في المستوى المتوسط بنسبة 49%. أما عن تفضيلات المبحوثين لمواقع الصحف الالكترونية المصرية والعربية، فجاء في مقدمتها موقع صحيفة اليوم السابع بنسبة 70% لفوريته في نشر الأخبار. ثم موقع "المصري اليوم" بنسبة 57.9% وذلك يرجع لشهرة هذه المواقع فهي من الصحف الخاصة الأكثر انتشارا في مصر.

7. وهدفت دراسة (طلعت عبد الحميد وماجد فضل 2014)[87] إلى التعرف على مدى تحقق التفاعلية في مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، ومدى استفادة هذه المواقع من الخيارات الحديثة والوسائل الجديدة التي يتيحها الإنترنت من أجل زيادة التفاعلية، وأهم الفروق بين مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على شبكة الإنترنت من حيث استخدامها لأدوات التفاعلية، استخدمت منهج المسح، ومن خلاله أسلوب تحليل المضمون ، وتوصلت الدراسة إلى : أنه لا يوجد حرص واضح لدى مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على استغلال كامل الإمكانات المتاحة على شبكة الإنترنت، وعدم وجود سياسة واضحة نحو التفاعلية، كما حرصت مواقع الدراسة على وجود ربط بمواقع التواصل الاجتماعي في مواقعها، ولم تتح مواقع الدراسة الفرصة للمستخدم للمشاركة في المحتوى المنشور للموقع، وتبين استخدام مواقع الدراسة لبعض الأدوات التفاعلية بصورة غير مدروسة .

8. دراسة (ناصر نافع 2014)[88] هدفت إلى رصد وتحليل العلاقة التفاعلية بين الصحف الإلكترونية السعودية ومستخدميها حول القضايا المطروحة بهذه الصحف من خلال تحليل مضمون عينة قوامها 180 مادة من صحف الرياض وعكاظ وسبق ووئام لمدة 40 يوما من 22أبريل إلى 31 مايو 2012م وذلك باستخدام استمارة تحليل مضمون ، وتوصلت الدراسة إلى: أن نسبة (40.6%) من المواد الصحفية لم يحدث عليها تفاعل من الجمهور ثم نسبة (37.8%) من المواد كان علها تفاعل ضعيف ونسبة (21.6%) كان عليها تفاعل قوي في صحيفة الرياض وتشير النتائج إلى أن التفاعلية في الصحف السعودية تراوحت بين الضعيف وعدم التفاعل عدا صحيفة سبق الالكترونية، كانت أهم القضايا التي تم التفاعل حولها قضايا الفساد والاقتصاد والتعليم.

9. وهدفت دراسة (ثائر تلاحمة 2012)[89] إلى التعرف على الإمكانات التفاعلية التي أتاحها حارس البوابة الإعلامية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت للجمهور ، من خلال أداة الاستبيان على عينة عشوائية من حراس البوابة الالكترونية ومسح أشكال التفاعلية المتاحة في المواقع الالكترونية ، واعتمدت الدراسة على نظرية حارس البوابة، وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الاخبارية الفلسطينية استخدمت بشكل كبير نظام الوسائط المتعددة بكافة أشكاله في نشر المادة الخبرية داخل موقعها ، وقد ظهر انخفاض بصورة عامة بين الزوار في المواقع الالكترونية في المواقع الاخبارية الفلسطينية وعدم توفير بعض الامكانيات التفاعلية من قبل حارس البوابة ، فلا تتيح المواقع إمكانية إضافة معلومات والتواصل مع المرتادين من خلال ساحات الموقع، ولكن تتيح فقط إمكانية إبداء الرأي (التعليقات) ، كما أن حارس البوابة يقوم بدور الرقابة على تعليقات واضافات الزوار في المواقع الإخبار.

10. هدفت دراسة (احمد عادل 2013)[90] إلى التعرف على أهم الأبعاد والسمات التفاعلية المختلفة والتي تقدمها المواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية، وتحديد أهم العناصر البنائية التفاعلية التي تحظى بها تلك المواقع، ورصد كيفية الاستفادة منها، والكشف عن مدى وجود علاقة بين مستوى التفاعلية بالمواقع ومدى اقبال المبحوثين على استخدام تلك المواقع ، استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، واستخدمت استمارة تحليل المضمون، ومقياس للتفاعلية، والاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى تدنى مستوى التفاعلية بموقعي (اليوم السابع والمصري اليوم) وذلك وفقاً لمقياس التفاعلية المكون من ستة أبعاد، ومن أهم أشكال وآليات التفاعلية التي توظفها المواقع الصحفية الإلكترونية لتحفيز المستخدمين على التفاعل والمشاركة هي استقبال وإرسال نشرات عبر البريد الالكتروني من وإلى الموقع ، ثم أدوات لمراسلة محرري الموقع ، و ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى إتاحة

المواقع الصحفية الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية للأدوات التفاعلية وإدراك الجمهور للتفاعلية المتاحة بتلك المواقع.

11. هدفت دراسة (Anders Larsson 2012)[91] التعرف على أدوات التفاعلية المتوفرة على مواقع الصحف الإلكترونية السويدية، والعوامل التي تؤثر في استخدام هذه الأدوات أو الاستفادة منها، والأسباب التي تجعل بعض المواقع تُحْجم عن استخدام بعض الأدوات، ومسح استخدام زوار المواقع للأدوات التفاعلية في الصحف السويدية باستخدام تصنيف يونج من المميزات التفاعلية (الميزات التي تسهل التواصل بين الأشخاص ، ما يسمح للمستخدمين بالتعبير عن أرائهم الشخصية ، ما يسمح للمستخدمين خيارات تخصيص الأخبار) ، من خلال إجراء دراسة تطبيقية على عينة قوامها 65 من المواقع الاخبارية و(143) من الصحفيين العامليين في المواقع السويدية ، باستخدام اداة تحليل المضمون ومقياس يونج للتفاعلية واستخدام الاستبيان الالكتروني ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها : وجود فروق ذات دلالات إحصائية بين المواقع التي تعطي اهتمام كبير للتفاعلية على صفحاتها وبين الأخرى يعزى إلى متغير الملكية للموقع الإخباري ، وكذلك متغير سن القائم بالاتصال في هذه المواقع. وتوصلت أيضا إلى صعوبة تصنيف العناصر التفاعلية حيث كان هناك تداخل في بعض العناصر، وأن الصحف الدولية تميل إلى عرض ميزات أكثر للتفاعلية على مواقعها من الصحف المحلية، التي لا تقدم كثيراً من عناصر التفاعلية، وأن المواقع التي تتوفر لديها القدرة المالية الوفيرة تكون أكثر تفاعلية من المواقع التي ليس لديها القدرة المالية الكافية، كما أثبتت الدراسة أن التفاعلية تزداد كلما زاد عدد القائمين على المواقع الإلكترونية، وأنه كلما كان عمر الموظف في الموقع صغيرًا كلما كان ذلك له تأثير إيجابي على زيادة التفاعلية .

12. سعت دراسة (Himelboim and McCreery 2012)[92] لتحديد أوجه استفادة المواقع الإخبارية من إمكانات الانترنت ، وتحديد أبعاد التفاعلية الموجودة على صفحات هذه المواقع ، ورصد الجديد منها الخاص بإمكانية نشر الأخبار ومشاركتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي ،باستخدام اداتي تحليل المضمون والاستبيان ، وتوصل الباحثان إلى عدم تفضيل القائمين بالاتصال استخدام أبعاد التفاعلية على صفحات مواقعهم فذلك يعيق عملهم كحراس بوابة ، وتعد إمكانية البحث في المواقع من أهم أبعاد التفاعلية في حين تكثر على صفحات مواقع الصحف خيارات طباعة القال أو مشاركته عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، ويغلب على صفحاتها انتشار المضمون النصي، أما المواقع التي تتبع المحطات الإذاعية فهي تفضل استخدام مقاطع الصوت والصورة وتوفر إمكانية تحميلها.

التعليق على المحور الخامس :

استعرضت الباحثة في هذا المحور الدراسات التي تناولت التفاعلية في المواقع الالكترونية، فقد قدمت شبكة الإنترنت البيئة اللازمة لظهور التفاعلية ، حيث خلقت نظاماً أكثر قدرة على تنمية مشاركة المستخدمين وتحقيق درجة أعلى من التفاعلية والتحكم في الاتصال ، فتأتي التفاعلية كأهم وأقوى الملامح المميزة للنشر الإلكتروني عبر الإنترنت، وهي طريقة أو أسلوب في الاستخدام عن كونها عنصر محدد، لذا أصبحت التفاعلية عامل تنافسي هام وعنصر تمييز، فنجاح هذه المواقع لا يكتمل إلا إذا اكتسبت طابع الاتصال والتواصل والتفاعل ، ونظرا لأن الأفراد يتجهون إلى المواقع الإلكترونية المختلفة للحصول على المزيد من المعلومات ، فينبغي استخدام آليات وأساليب التفاعلية باستمرار من خلال تلك الموقع ، ونظراً لأن استخدام آليات وأساليب التفاعلية في المواقع الإلكترونية يمثل عنصر أساسي في رفع قدرتهم التنافسية في جميع أنحاء العالم ، فيجب على المؤسسات المختلفة أن تهتم باستخدام تلك الأساليب ، فهي تسمح بفتح قناة اتصال مباشر مع عملائها ، بالإضافة إلى القدرة على الاستجابه السريعة والرد السريع على استفسارات المستخدمين ، وبالتالي بناء علاقات جيدة معهم ، وازالة الحدود الجغرافية .

ولذلك ظهرت العديد من الدراسات التي سعت إلى دراسة التفاعلية وتطبيقاتها في وسائل الاعلام الجديد ، ونظراً لتشعب مفهوم التفاعلية وتعدد تطبيقاتها فقد تنوعت اهتمامات الباحثين فظهر وجود تراكم علمي كبير في هذا المجال ، فهناك دراسات اهتمت بدراسة التفاعلية كسمة للوسيلة واستخدمت مقياس للتفاعلية في المواقع الإلكترونية ، وهناك دراسات اهتمت بدراسة التفاعلية من وجهة نظر المتلقيين وادراكهم لها ، ودراسات تناول مستويات وأبعاد التفاعلية التي تناولتها المواقع الالكترونية ، ودراسات قامت بقياس تأثير التفاعلية عبر الموقع الالكتروني على رضا وثقة المستخدمين ، واتجاههم نحو الموقع الالكتروني .

- حيث تضمن هذا المحور العديد من الدراسات عن التفاعلية في المواقع الالكترونية المختلفة ، من حيث المفهوم والأبعاد سواء تناولت تفاعلية الصحف الالكترونية أو تفاعلية المواقع الالكترونية بصفة عامة، واهتمت بدراسة السمات والآليات التفاعلية التي توظفها المواقع الالكترونية ، أي قياس مستويات التفاعلية عبر هذه المواقع ، ومدى أوجه الاتفاق والاختلاف بين مستويات التفاعلية في المواقع المختلفة سواء في مصر والوطن العربي والعالم، كما تناول هذا المحور تفضيلات المستخدمين للعناصر والأدوات التفاعلية، وما تحتاجه المواقع لزيادة مستويات التفاعلية، كما ناقشت مجموعة من الدراسات المقاييس الخاصة بالتفاعلية التي اعتمدت عليها في دراستها.

- وعلى الرغم من وجود عدد كبير من الدراسات اهتمت بدراسة الأدوات التفاعلية في المواقع الالكترونية، إلا أنه يوجد عدد قليل منها اهتم بدراسة تعليقات المستخدمين ، فمعظم الدراسات الخاصة بالتفاعلية ركزت على توظيف المواقع الالكترونية للآليات التفاعلية دون اختبار الاستخدام الحقيقي لهذه الآليات من قبل المستخدمين .
- وأكدت الدراسات على أن أهم ميزة لوسائل الاتصال الإلكتروني، التي جعلتها تتجاوز وسائل الاتصال التقليدية بمراحل هي التفاعلية والسرعة في إيصال المعلومة إلى الجمهور على خلاف الإعلام التقليدي ، فالتفاعلية المتمثلة خاصة في التعليق وتبادل الآراء أضفت على المواقع الالكترونية ديناميكية جعلتها تقاطع الطريقة أحادية الاتجاه في التواصل .
- ويؤكد الباحثون على أهمية أن يتوفر في المحتوى المعروض على شبكة الإنترنت اختيارات تكون بينها ارتباطات معينة تتيح للجمهور الاستفادة من إمكانيات التفاعلية التي يتيحها النشر الفوري ، فالمستخدم مغرم بالاكتشاف أكثر من كونه مجرد متلقي سلبي يستقبل المعلومات ، وكلما تفاعل المستخدم مع الرسالة الاتصالية كلما زاد اندماجه فيه وتأثره به ، بل أنه كلما زادت وتنوعت أشكال المشاركة وتبادل الآراء بين مستخدمي أحد المواقع الذي يتيح لهم ممارسة دور إيجابي في الاتصال ، وكلما كان المستخدم قادراً على طرح أسئلة وطلب معلومات ، فإن مستوى استقباله وإدراكه لها سوف يكون أعلى ، وهذا هو المحور الأساسي الذي تعتمد عليه التفاعلية .
- وأظهرت الدراسات وجود أشكال متعددة ومختلفة من التفاعل نتيجة للنشاط التكنولوجي السريع والتقنيات المتنوعة التي تمتاز بالتطور ، وليس من السهولة حصر هذه الأشكال التفاعلية أو مقارنة بعضها ببعض، فهناك اختلافات كثيرة من حيث التفاعل في إنتاج وتصميم الموقع ، وكذلك مشاركة المستخدمين للموضوعات المنشورة داخل الموقع ، واختلاف في مستويات رد المواقع الإلكترونية على تفاعلات المستخدمين .
- ونلاحظ أن أغلب الدراسات أشارت إلى انخفاض مستويات التفاعلية في المواقع الالكترونية مثل (Paul Capriotti, et. Al 2016 ، سلوى أبوالعلا 2016 ، هدى ابراهيم 2016 ، طلعت عبد الحميد وماجد فضل 2014 ، ثائر تلاحمة 2012 ، احمد عادل 2013)، وهناك دراسات أشارت إلى ارتفاع مستوى توظيف آليات التفاعلية في مواقع الصحف الأجنبية عنه في مواقع الصحف العربية كدراسة (منار منير 2015) ، وأن الصحف الدولية تميل إلى عرض ميزات أكثر للتفاعلية على مواقعها من الصحف المحلية (دراسة Anders

Larsson 2012) ، في حين اوضحت دراسات أخرى تعدد الخدمات التفاعلية المتاحة بالمواقع الالكترونية كدراسة (هاني فوزي 2016) .

- وأشارت أغلب الدراسات إلى أن أكثر أبعاد التفاعلية التي سيطرت على المواقع الالكترونية تمثل في بعدي سيطرة المستخدم بالاهتمام بتقديم الآليات التي تحقق سهولة استخدام الموقع ، والتخصيص بتقديم معلومات تناسب الاحتياجات الفردية للمستخدمين ، وتوفر البريد الالكتروني ، التعليقات ، بينما جاءت الأبعاد الأخرى بدرجات أقل مثل الاستجابة ، الاتصال في اتجاهين ، إمكانية إضافة معلومات ، وقد اختلفت الأبعاد التفاعلية بين الدراسات السابقة نتيجة اختلاف وجهة نظر الباحثين وتبعاً للأهداف التي تسعى كل دراسة لمناقشتها ، ورغم ذلك ظهر وجود مواقع إلكترونية تقوم بالتطبيق التدريجي للأدوات الحوارية والتفاعلية عبر مواقعها، مما يشير إلى أن هناك اتجاه واضح نحو تطبيق طرق جديدة لإدارة هذه المواقع من أجل إقامة أنظمة اتصالات تبادلية وتعاونية بين تلك المواقع الالكترونية وجماهيرها.

- وتوصلت الدراسات إلى أنه كلما ارتفعت مستويات التفاعلية كلما زادت ثقة المستخدمين للموقع الالكتروني، وزاد اتجاهه الإيجابي نحو الموقع الالكتروني ، وأن التفاعلية تحتاج لإفساح المواقع الالكترونية المجال أمام أكبر مساحة ممكنة من أجل مشاركة المستخدمين، وأن المواقع التي تستخدم أكبر كم من الأدوات التفاعلية، هي التي يُقبِل عليها المستخدمون.

- كما أكدت الدراسات السابقة على أن الأدوات التي تستخدمها المواقع الإلكترونية تمتاز بالثبات النسبي، وأن التفاعلية تحتاج لإفساح المواقع الإلكترونية المجال أمام أكبر مساحة ممكنة من أجل مشاركة المستخدمين، وأن المواقع التي تستخدم أكبر كم من الأدوات التفاعلية هي التي يُقبِل عليها المستخدمون، حيث أوضحت الدراسات التي أجريت على استخدام الجمهور للامكانات التفاعلية المتاحة في المواقع أن هناك علاقة إيجابية بين إتاحة الموقع للأدوات التفاعلية والاتجاه نحو الموقع ، وكذلك بينت الدراسات السابقة أن معظم الأدوات التفاعلية تحتاج لجهد بشري وتقني، وأن المحرر الإلكتروني لم يعُد ينشر المواد فقط، بل يقع على عاتقه بعض الجهد الذي يساعد في نجاح العملية التفاعلية .

- وفي حين تمثل التفاعلية السمة الأبرز لتقنيات الاتصال الحديثة وتطبيقاتها ، فإنها في الوقت ذاته تعد التغيير الأكثر انتشاراً في بنية العملية الاتصالية ، مما أسس لنمط جديد من الاتصال تتغير فيه العلاقة بين أطراف العملية الاتصالية ، وأدى إلى ظهور دعوات لإعادة النظر في مناهج البحث السائدة التي تناسب وسائل الاتصال التقليدية ، واستخدام مناهج جديدة تستوعب تلك التغيرات وفي مقدمتها التفاعلية التي أولاها هؤلاء الخبراء اهتماماً كبيراً تمثل في محاولة

بعضهم تطوير مقاييس خاصة بها، ومن هؤلاء (Heeter 1989) ورافائيلي وسدويكس (Rafaeli and Sudweeks, 1997)[93] ، وقد اعتمدت دراسات هذا المحور على مداخل التفاعلية المتعدة ، حيث اعتمد الكثير من الباحثين على النموذج النظري لـ(Carrie Heeter) لابعاد التفاعلية لأنها استطاعت أن تضع الأدوات الإلكترونية التي تتيحها المواقع الإلكترونية ضمن هذه الأبعاد، والحكم على الموقع الإلكتروني بالتفاعلية حسب حجم استخدام هذا الموقع لأكبر عدد من هذه الأدوات، التي تساعد على تواصل المستخدم بالموقع وتفاعله معه، ومشاركته في الموقع وتقليل الجهد المبذول من قبل المستخدم عند تصفحه للموقع، . وهذه الأبعاد تشمل: تعقد الخيارات المتاحة، الجهد المبذول من قبل المستخدمين، والاستجابة لرغبات المستخدم، مراقبة نظام المستخدم، سهولة إضافة المعلومات، تسهيل الاتصال الشخصي، هذا بالإضافة إلى تصنيف يونج للمميزات التفاعلية ، ونماذج نظرية أخرى كنظرية ثراء وسائل الاعلام ونظرية المسئولية الاجتماعية ونظرية الاتصال الحواري و نظرية تمثيل المعلومات و نظرية انتشار وتبني المبتكرات، ونظرية حارس البوابة .

- وتنوعت المواقع التي تناولتها دراسات هذا البحث لتحليل أبعاد التفاعلية بها سواء مواقع المتاحف الفنية ، المواقع الالكترونية السياحية ، المواقع الالكترونية للجامعات ، مواقع المؤسسات الانتاجية ، مواقع الصحافة الالكترونية .
- وكان اغلب الدراسات التي تناولت التفاعلية ركزت على الجانب التحليلي والميداني معاً كدراسات (هاني فوزي 2016 ، هدى ابراهيم 2016 ، نجاح على 2016 ، منار منير 2015 ، احمد عادل 2013 ، Anders Larsson 2012 ، Himelboim and McCreery 2012) ، ودراسات اهتمت بالشق التحليلي كدراسات (Paul Capriotti, et. Al 2016 ، سلوى أبوالعلا 2016، طلعت عبد الحميد وماجد فضل 2014 ، ناصر نافع 2014)، وهناك دراسات اعتمدت على المسح الميداني باستخدام أداة الاستبيان على عينة من المستخدمين مثل دراسات (ثائر تلاحمة 2012) ، أما المنهج التجريبي فلم تستخدمه اي من دراسات هذا المحور .

المحور السادس: اتجاه دراسات تقييم كفاءة تصميم المواقع الالكترونية :

1. دراسة (David J. 2016)[94] اتجاهات تصميم المواقع الإلكترونية في المكتبات الأكاديمية وتدرس هذه الدراسة العديد من عناصر التصميم الرئيسية ل 37 موقعا من مواقع المكتبات الأكاديمية وهم أعضاء جمعية مكتبات البحوث الجنوب شرقية ، وكيف تغيرت بين عامي 2012 و 2015. وتهدف إلى تقديم تحليل موضوعي لتصميمات واجهة البحث والبحث في مواقع المكتبات الجامعية البحثية، وتقييم استخدام أنظمة الاكتشاف على نطاق الويب (WSDS) وأنظمة

إدارة المحتوى (CMS) في المكتبات. وتشمل المجالات الأخرى التي تم استكشافها عندما أعيد تصميم المواقع مؤخرا وعما إذا كانت المواقع قد اعتمدت تصميما متجاوبا مع متطلبات الجوال ، وكشفت الدراسة عن بعض الاتجاهات في تصميم مواقع المكتبات الأكاديمية، ويتمثل الموضوع الرئيسي في توحيد معايير التصميم. ويمكن رؤية ذلك في عدة مجالات، بما في ذلك الانتقال بين صفحات الموقع (الملاحه). ففي عام 2012، استخدمت العديد من المواقع القوائم العمودية على الجانب الأيمن من الصفحة كملاحة ثابتة للموقع، واستخدمت عدة مواقع أخرى مجموعات من مخططات التنقل (على سبيل المثال، مسارات التنقل) لتكملة قائمة بالروابط على الصفحة الرئيسية والصفحات المقصودة الأخرى. وبحلول عام 2015، استقرت جميع مواقع الويب تقريبا على القوائم الأفقية بالقرب من أعلى الصفحة للملاحة الرئيسية للموقع.

2. دراسة (Daniel Wilson 2015)[95] اتجاهات تصميم ومحتوي الوب بمكتبات ألاباما الأكاديمية ، وتهدف هذه الدراسة إلي تقييم محتوى موقع المكتبات الأكاديمية في ولاية ألاباما لفحص الخدمات والمحتوى والامتثال لمعايير التصميم وإمكانية الوصول. وتم إجراء تحليل المحتوى على 24 موقعاً من مواقع المكتبات الأكاديمية الرئيسية للجامعات والكليات، وقد تم تحديد الجامعات المشمولة بالدراسة باستخدام دليل لجنة التعليم العالي في ألاباما للجامعات الحكومية. وأدرجت في الدراسة (14) مؤسسة عامة، وهم: جامعة ألاباما A & M، جامعة ولاية ألاباما، جامعة أثينا الحكومية، جامعة أوبورن، جامعة أوبورن في مونتغومري، ولاية جاكسونفيل جامعة تروي، جامعة ألاباما، جامعة ألاباما في برمنغهام، جامعة ألاباما في هانتسفيل، جامعة مونتيفالو، جامعة نورث ألاباما، جامعة جنوب ألاباما وجامعة ويست ألاباما. ، (10) مؤسسات خاصة، وهم: كلية برمنجهام الجنوبية، وكلية كونكورديا، وجامعة فولكنر، وكلية هنتينغدون، وجامعة أوكوود، وجامعة سامفورد، وكلية سبرينغ هيل، وكلية ستيلمان، وجامعة توسكيجي، وجامعة موبيل.

3. هدفت دراسة (Achilleos, 2015)[96] إلى استكشاف مدى التزام دول الاتحاد الأوروبى بالمعايير الاخلاقية عند تصميم المواقع الإلكترونية للبلديات التابعة لها، وتمثلت عينة الدراسة فى المواقع الإلكترونية لأربعة وعشرين مدينة أوروبية تابعة لستة دول مختلفة من الدول الأعضاء بالإتحاد الاوروبى، حيث وقع إختيار الباحث على عينة من المواقع الإلكترونية التابعة لأربع مدن فى كلاً من السويد وفنلندا والمملكة المتحدة واسبانيا وفرنسا وقبرص، وذلك باختيار أكبر عاصمة فى كل دولة وثلاثة من أصغر المدن التابعة لها، معتمداً فى ذلك على إسلوب المقارنة المنهجية، وأشارت النتائج أن هناك 33% من المواقع تمتاز بالشفافية وتحرص على تقديم بعض الخدمات لمواطنيها لتمكنهم من

سهولة الإستخدام والمشاركة عبر مواقعها، حيث أن المواطنين يكونوا أقل تفاعلاً مع المواقع التى لا تقدم تسهيلات عند البحث عن المعلومات أو أدوات لتغيير حجم الخط أو توفر محتوى سمعى عن مثيلاتها، كما أكد أن زيادة ثقة المواطنين فى المعلومات المقدمة عبر هذه المواقع يرتبط بمدى توافر معلومات تفصيلية عن المسؤلين عنها، وفيما يتعلق بمدى دقة وحداثة المعلومات أوضحت النتائج أن هناك ثمانية مواقع فقط بنسبة 33% تحرص على اعلام مواطنيها بتاريخ تحديث المعلومات المعروضة.

4. دراسة (Mel Stanfill 2015)[97] تهدف الى توضيح أهم المعايير لتصميم المواقع الالكترونية ، وتقديم دراسة توضيحية قصيرة للعديد من مواقع شركات وسائل الاعلام الرسمية وتوضيح القيود الانتاجية في الواجهات الخاصة بهم والقواعد او المعايير التي بنوها او أسسوها ، ليصل في النهاية إلى مجموعة من الادوات لتحسين فهمنا بكيفية انتاج معايير التكنولوجيات المستخدمة وماهي الاثار المترتبة عليها . حيث استخدمت اداة تحليل المضمون للمواقع ووجهاتها وهي 10 مواقع لمنظمات رسمية تقريبا من الفترة (2003-2012) موثقة بأخذ لقطات شاشه لواجهات الموقع وقوائم الاختيارات به ومن بينهم مواقع لجامعات مثل موقع جامعة كاليفورنيا ومواقع لمدونات اشخاص مشهورة ومواقع لمنظمات رياضية مثل (حرب النجوم واستار تريك وكاليفورنيا وبوردوواملس وسياتل مارينز) ، وكذلك قامت بدراسة وظائف وخيارات القائمة وتخطيطات الصفحات للهياكل في العمل داخل كل منها . وتوصلت هذه الدراسة إلى أن اختبار وتحليل المواقع الإلكترونية وواجهاتها يجعل من الممكن تحديد القواعد التي تكمن وراء التصميم والافتراضات وتحديد أسهل طريقة لاستخدام الموقع ، والتعرف على القدرات التفاعلية بالموقع والقدرات الوظيفية به - مثل ماذا يفعل الموقع - ومن السهل العثور عليها من خلال عناصر الصوت واللون والحركة ، كما تسهل فهم كيفية نشوء التكنولوجيات من معتقدات معينه وتحديد ما يجب على المستخدمين القيام به وتعزيزه من خلال تسجيل اجراءات زوار الموقع .

5. دراسة (Chris and Ulrike 2015)[98] نظراً إلى الإستخدام المتزايد للأجهزه المحموله فيما يتعلق باغراض السفر، سعت هذه الدراسة إلى تحسين تقنيات الأجهزه المحمولة باستخدام محاكاة المواقع الوب المختلفة، وتركز هذه الدراسة على تصميم المواقع الإلكترونية المتنقلة والإستجابة التنظيمية والعوامل البيئية التى تزيد من إستراتيجيات تحسين الأجهزه النقالة ، وتعتبر هذه الدراسة دراسة إستكشافية هى أول دراسة تبحث فى تحسين إستراتيجيات الهواتف النقالة التى تستخدمها المنظمات وخاصة تحديد إستجابة وتصميم المواقع ، واستخدمت هذه الدراسة عينة من مكاتب الولايات المتحده الأمريكية للسياحة والسفر ، واعتمدت هذه الدراسة على مرحلتين فى جمع البيانات أولا، تم جمع البيانات التنظيمية

باستخدام مصادر ثانوية موثوقة حول حركة المرور على شبكة الإنترنت بالإضافة إلى المعلومات المتعلقة بميزانية المنظمات ونفقات السفر السنوية، ثم استخدام رابطة السفر (رابطة سفر الولايات المتحدة 2013) ، أما المرحلة الثانية من عملية جمع البيانات فتتطلب من الباحثين استخدام الهاتف النقال ومحاكاة موقع ويب لاختبار وجود استراتيجيات تحسين المحمول ، وكشفت نتائج الدراسة عن اعتماد واستخدام واسع النطاق من قبل منظمات التسويق لمواقع الويب المتنقلة فى حين اعتمدت قليلاً على تصميم مواقع ويب سريعة الإستجابة كوسيلة لتحسين المحمول ، وتؤكد جميع المؤشرات أن الإتصالات المتنقلة تلعب دوراً هاماً فى مجال السياحة والتسويق. وأوصت هذه الدراسة بفحص العلاقة بين الخصائص التنظيمية واستراتيجيات تحسين المحمول مع أنواع مختلفة من المنظمات ، واستخدام متغيرات مستقلة مختلفة مثل نوع التنظيم واستخدام الموارد الخارجية والابتكار فى تكنولوجيا المعلومات.

6. واستهدفت دراسة (Angie & Ria 2015)[99] وصف ممارسات تصميم مواقع المكتبات الاكاديمية لتقييمها ، وتوفير بيانات قيمة عن عناصر المحتوي والمميزات المستخدمة من قبل هذه المجموعه من المكتبات، وتقييم امكانية الوصول الي مواقع المكتبة الخاصة وسهولة استخدامها وتصميمها ، من خلال تحليل البيانات وتقديم توصيات للمساعدة في توجيه قرارات تصميم المواقع الالكترونية وتحسينها للمكتبات بجميع انواعها ولاسيما المكتبات العامة ، واختبارات القابلية للاستخدام ، وفحص السمات التي تظهر علي المواقع الالكترونية ، وذلك من خلال تحليل 430 صفحة رئيسية في مكتبة انديانا العامة وتم فحص 129 عنصر داخلها مثل الملاحة والبحث والمحتوي ومميزات الويب وكشف نتائج الاتجاهات الشائعة في تصميم الصفحة الرئيسية للمكتبة العامة ، ودارت نتائج الدراسة حول وجود المكتبات في شبكة الانترنت لكل مكتبة عامة في ولاية انديانا من خلال (حالة الحضور علي الويب، التصميم و الملاحة، معالم التخطيط والملاحة ، تردد انواع قضايا الملاحة ، المستوي الاساسي لوجود الويب ، الوجود علي الشبكة ما بعد الاساسية ، تواتر عناصر المحتوي ، خدمة الاكتشاف ، رصد المكتبات التي تستخدم رابط البحث في (الاوباك) والتوصل منها ان القليل من الصفحات الرئيسية للمكتبات لديها روابط او مربعات البحث لمحركات البحث التجارية مثل (ياهو ..جوجل .. بنج) وان القليل من الصفحات الرئيسية للمكتبات العامة تستخدم الوسائط المتعددة ، واثبات ان الفيس بوك هو اكثر عناصر التواصل الاجتماعي استخداما بنسبة 71% ثم تويتر بنسبة 35 % .

7. كما قدمت دراسة (سارة محمد 2015)[100] نموذج جديد يعتمد على مجموعة من المعايير لتقيم العديد من الجوانب فى المواقع التعليمية لتحسين كفاءة هذه الموقع

، وهذا النموذج عبارة عن مقترح عملى للكفاءه يستخدم لانشاء اداه اتوماتيكية لتقييم المواقع . فى هذه الدراسه توجد مجموعه من المعايير مثل النواحى الجماليه للموقع سهوله الاستخدام ،الهوية،التفاعلية التى يسمح بها ، والاتصالات ، كل معيار من هذه المعايير ياخذ قيمه حقيقية محسوبه ومقاسه . هذه القيمه تعبر عن نتائج قياس معايير الكفاءه على هذه المواقع والتى تعبر ايضا عن درجه الرضا والقناعه المطلوبه .

8. واستهدفت دراسة (Chen-kuo pai, et al 2014)[101] تقييم المواقع الإلكترونية السياحية الرسمية لخمس دول من شرق آسيا وهي (كوريا الجنوبية- اليابان- تايلاند- ماكاو- هونج كونج) بوصفها المستهدفة من السائحين الصينيين ، وذلك من خلال مقارنة تصميم تلك المواقع ، واشارت النتائج أن هناك ثلاثة مواقع كانت ضعيفة في التصميم ، وأما بالنسبة لفعالية المواقع فقد كان الموقع الكوري في المرتبة الأولى يليه المواقع اليابانية والتايلاندية وهونج كونج وجاء موقع ماكاو في أدنى درجة للفعالية .

9. سعت هذه الدراسة (Pallud& Straub 2014)[102] إلى تحديد الإمكانيات التى يتمتع بها تصميم المواقع الالكترونية للمتاحف لجذب الزوار إما للعودة إلى الموقع الالكتروني أو لزيارة هذه المتاحف بالإضافة إلى تحديد تساؤل رئيسى للدراسة يتمثل فى هل يشجع تصميم الموقع الإلكترونى للمتحف على زيارة المتاحف ؟وهل هو تصميم فعال؟ ، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج التجريبى ، وتم إختيار موقعين للمتاحف من أجل المحاكاه لعينة الدراسه أحدهما موقع متحف كواي برانلي، وهو متحف فرنسي مخصص للفنون الأفريقية والأمريكية والآسيوية، تم اختيار هذا الموقع بسبب العديد من الميزات والخصائص الجمالية. والموقع الثانى موقع تاريخ أتلانتا ، وهو متحف أمريكي مخصص للتاريخ الوطني والإقليمي أتلانتا، جورجيا، الولايات المتحدة الأمريكية. وتكونت عينة الدراسة من (230) طالب جامعي من دولتان مختلفتان (97) مشاركا من الولايات المتحده وعرض عليهم زيارة موقع تاريخ أتلانتا وتألفت العينة الفرنسية من (133) طالبا في الجامعة الفرنسية ودعي هؤلاء الأشخاص لزيارة موقع كواي برانلي وتم استخدام الإستبيان لجمع البيانات ، وتوصلت نتائج الدراسة أن معدل الاستجابة 51.46٪ للعينة الأمريكية و 44.52٪ للفرنسيين لزيارة مواقع الدراسة ، كما كشفت أيضاً أن الجماليات ظهرت كأهم معايير التصميم لواجهات المتحف وهى المتغير الوحيد الأكثر أهمية التي تؤثر على تجربة المستخدم ، ووتوصلت الدراسة إلى أن تصميم مواقع الويب تحث الزوار على العودة إلى الموقع الإلكتروني بما يثير اهتمامهم لزيارة المتحف.

10. وسعت دراسة (Saad Subair et al., 2014)[103] لتقييم سهولة استخدام صفحات الويب باستخدام نماذج الارتباط والانحدار ، وتطوير نموذج مقترح

لمستخدمي مواقع الجامعات الالكترونية باستخدام منهجية التطوير لمواقع الويب الحديثة وتقييم النموذج المقترح مع المواقع الالكترونية الآخري للجامعات باستخدام المنهج المقارن وقد تم تطوير صفحات النموذج الأولي وفقا للمنهجيات المنظمة لتصميم صفحات الويب وتطويرها .وقد أجريت سلسلة من التجارب للتحقق من سهولة استخدام صفحات الويب الخاصة بالجامعة ، حيث تم تقييم أربع صفحات على شبكة الإنترنت مع صفحات النموذج الأولي باستخدام استبيان تم تصميمه وفقا لمفاهيم التفاعل بين الحاسوب البشري على عينة قوامها ٦٠ طالب ، وتم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام الارتباطات ونماذج الانحدار، وأظهر تحليل الارتباط أن هناك علاقات إيجابية وسلبية كبيرة بين العديد من العناصر، وكشف تحليل الانحدار أن أهم العوامل (العناصر) التي ساهمت في تصميم أفضل نموذج للجامعات هي: الوسائط المتعددة في صفحات الويب، التنظيم والتصميم، وجاذبية الرسومات ، وأظهرت النتائج بعض القيود في بعض الاساليب المستخدمة في تصميم أنظمة الواجهة التقليدية واقترح بعض الاستدلالات الإضافية في تصميم صفحات الويب وسهولة الاستخدام.

11. وتناولت دراسة (نهى جعفر 2014)[104] موضوع قياس وتقييم جودة الصحافة الإلكترونية ، واستهدفت تصميم أداة تصلح كمقياس لقياس مستوى جودة الأداء في مواقع الصحف الإلكترونية العربية، وبالتالي تقييم هذه المواقع والمساهمة في تقويمها بمعايير علمية منهجية ، مما يؤدي إلى رفع مستوى جودة الأداء بها وزيادة القدرة التنافسية لها على الفضاء المعلوماتي لمواجهة تحديات عصر العولمة ، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي بالإضافة للمنهج التاريخي والمقارن ، كما استخدمت أدوات تحليل المحتوى للمواقع والاستبيان لجمهور الصحف وعينة من الخبراء والملاحظة العلمية ، وتوصلت الدراسة إلى تصميم مقياس علمي ومنهجي لتقييم جودة الأداء في مواقع الصحف الإلكترونية يتكون من قائمة فحص تحتوى على عدد من المعايير ومؤشراتها الدالة عليها وأوزانها ومن أهمها معايير متعلقة بجودة المضمون مثل الدقة ، الموضوعية ، الفورية ، التحديث المستمر ، العمق والشمول ، تنوع المعلومات وأشكالها الصحفية والإنفراد بالإضافة لمعايير متعلقة بجودة التصميم ، جودة التنظيم ، التفاعلية ، توظيف الوسائط المتعددة ، سرعة الوصول ، الحرية الصحفية وسهولة الاستخدام، كما يتكون المقياس أيضاً من معادلة لقياس درجة جودة الأداء في الموقع ، هي عبارة عن الوسط الحسابي المرجح بالأوزان لهذه المعايير ، بالإضافة إلى مقياس فرعي خماسي يمكن من خلاله الحكم على مستوى جودة الأداء في الموقع وفقا لدرجة الأداء المتحصلة من المعادلة فنحكم عليه مثلا بأنه ممتاز أو جيد جداً أو جيد أو وسط أو ضعيف ، وتوصي الدراسة القائمين على أمر مواقع الصحف الإلكترونية بالاستفادة من هذا المقياس في

تقييم جودة الأداء بها ، كما توصي الباحثين بالاهتمام بمجال المعايرة والقياس والتقييم في وسائل الاتصال.

12. دراسة (Anna and Thomas 2013)[105] حول استخدام تتبع مسار العين لاختبار وتحسين تصميم المواقع الإلكترونية من خلال جهاز تتبع النظر VT2، حيث هدفت هذه الدراسة إلى اختبار إمكانية استخدام الموقع الذي يتم تصميمه بشكل أكاديمي فيما يتعلق بالمظاهر الكيميائية لتغيير المناخ كمثال على أنواع البيانات التجريبية التي يعتمد عليها في دراسة هذا الموضوع من منظور التفاعل بين الإنسان والكمبيوتر. والموقع الذي أُستخدم في هذه الدراسة تم تطويره من قبل مجموعة من العلماء ذوي الارتباطات بعدة جميعات علمية، حيث (URL) هو موقع لتفسير التغييرات المناخية وتم تطويره من قبل الطلبة في الكلية بجامعة Edmonton Alberta ، حيث تم تقسيم المحتوى العلمي إلى 9 موضوعات تضمنت في أغلبها العناصر التفاعلية بالإضافة إلى المواد النصية التعليمية، ثم تخصيص صفحة أولية على الموقع تقدم معلومات تمهيدية شاملة تتبعها صفحة تسمح بالانتقال بين التسع موضوعات، فالهدف من إجراء هذه الاختبارات يتمثل في دراسة مدى سهولة إدراك وفهم تخطيط الموقع بما في ذلك وظائفه والمحتوى الخاص به ، ومدى البساطة في استخدام الموقع ، وسرعة ودقة تحديد المعلومات المطلوبة. وقد كان من المتوقع لمقياس تتبع النظر أن يكشف عن أن معظم أو جميع الطلبة سوف يبدون أنماطاً مماثلة من التفاعل، وتم استخدام أداة أخرى User Zoom وهي أداة اختبار قابلة للاستخدام عبر الانترنت ، وتوصلت الدراسة إلى بعض النتائج من أهمها: أنه عندما يكون المشاركون قادرين على التنقل في الموقع بشكل جيد، فهم غير متيقنيين دائماً من أنهم سيجدوا المعلومات الصحيحة في الفترة الزمنية القصيرة الممنوحة لهم في الدراسة ، وأن أدوات التفاعل أدت إلى مزيد من التفاعل على التفاصيل مقارنة بالمهام التي تحتوي على التنقل خلال المعلومات الأساسية للحصول على الإجابة لمهمة محددة ، كما أن تحليل حركة العين أشار إلى أن التفاصيل حول أدوات التعلم التفاعلي مثل الرسوم المتحركة التي تضاف لتحقيق عنصر جمالي، ولكنها لا تقدم معلومات متعلقة بالمحتوى في حد ذاته فهي تميل لإلهاء المستخدم. وبناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج تم إجراء تعديلات على الموقع، فقد تم إزلة الرسوم المتحركة التي أدت لحدوث انحرافات في التعامل مع الأدوات التفاعلية.

13. استهدفت دراسة (Yunzhi 2012)[106] إنشاء نموذج فعال لتقييم المواقع الرياضية التي تعتمد على تكنولوجياِASP بصورة موضوعية وعلمية ، وأسست الدراسة نموذج تقييم لتلك المواقع قائم على الشبكة العصبية لتحقيق هدف الدراسة، وقد تم اختيار المواقع الرياضية ذات تقنية ASP لأنها متفوقة

على المواقع المصممة بلغة HTML ، وقد أسست الدراسة نموذج لتقييم المواقع الرياضية قائم على الشبكات العصبية ذات الانتشار العكسي وذلك كإطار نظري للدراسة ويتم من خلاله تحليل العوامل التي تؤثر على جودة المواقع الرياضية ، وأيضاً تحليل درجة تأثير هذه العوامل ، وتشمل هذه العوامل 4 مستويات وهي: عامل تصميم المواقع الرياضية ويشمل سهولة القراءة ، والملاحة ، ونمط التخطيط ، والروابط ، والبنية، والموضوع . وعامل تكنولوجيا المواقع الرياضية: ويشمل الوظيفة والأداء، وكود الموقع، وتوافق المتصفح، ومسح المستخدم ، ووظيفة التعليق ، والخدمات الشخصية . وعامل محتوى المواقع الرياضية: ويشمل معلومات الوثيقة المهنية ، وطبيعة المحتوى ، ونطاق المهنية، وعدم التعصب أو التمييز العنصري ، وكمية المعلومات الأصلية. وعامل مستخدم الموقع : ويشمل حجم الزوار ، وكمية التسجيل ، وفترة الاحتفاظ ، ومشاركة المستخدم. وتوصلت الدراسة أن نموذج تقييم المواقع الرياضية على الشبكة ذات الانتشار العكسي يساعد على نحو فعال على التغلب على عيوب طرق تقييم المواقع التقليدية ، لأن هناك احتمال كبير أن يتم إزالة العوامل الذاتية في تقييم الخبراء بما يؤدي إلى تقديم نتيجة تقييم مرضية ، كما أن المواقع الرياضية التي اعتمدت على تكنولوجيا ASP كانت ناجحة بسبب الامكانيات الهائلة لتلك التكنولوجيا في دعم تطوير المواقع .

14. هدفت دراسة (ماجد دياب 2012)[107] الى إعداد قائمة بالمعايير الجرافيكية لتصميم صفحات الويب ومن ثم تقويم موقع جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وفق تلك المعايير، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وخلصت الدراسة الى: الإستفادة بقائمة المعايير الجرافيكية لتصميم صفحات الويب التى تم التوصل إليها من خلال الدراسة ، تضمنت (297) معيارا موزعة على ثمانية محاور رئيسة تمثلت في : محور أسس تصميم صفحة الويب (64) معيارا، ومحور عناصر تصميم صفحة الويب (34) معيارا، محور التيبوغرافي (80) معيارا ، محور الصور (24) معيارا ، ومحور اللون (34) معيارا ، ومحور الصور والرسوم المتحركة (24) معيارا، ومحور الفيديو (19) معيارا، ومحور التصميم ومصمم الويب (18) معيارا ، وتوصلت الدراسة إلى نتائج تقويم موقع جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا والتي تمثلت في التالي: محور أسس تصميم صفحات الويب (44.3 %)، محور عناصر التصميم) (33.3%، محور التايبوغرافي (63.8 %)، محور الصور(43.1%) ، محور اللون ,(62.7%)محور الصور والرسوم المتحركة (صفر%)، محور الفيديو (صفر %)، محور التصميم ومصمم الويب .(48.1%)، وبناءا على تلك النتائج تم استخلاص بعض التوصيات لرفع جودة تصميم الويب تتلخص في الاستعانة بقائمة المعايير الجرافيكية لتصميم صفحات الويب التي تم التوصل إليها.

15. هدفت دراسة (Chen, 2012)[108] إلى تحليل وتفسير المعوقات التى تواجه المواقع الإلكترونية لشركات السياحة المتعلقة بتنسيق سلسلة الإمدادات مع الأعضاء الاخرين، فى محاولة الوصول للأداء الأمثل والميزة التنافسية لهذه الشركات، حيث ركزت هذه الدراسة على الوظائف التسويقية والإدارية للمواقع الإلكترونية لشركات السياحة الخاصة، وتم الإعتماد على نموذج التحليل الكلاسيكى لإدارة سلسة الإمداد SCM، حيث تصنف سلسلة الإمدادات على أساس الطلب أو خطط تحديد الأسعار، ومن خلال مسح بعض الدراسات المتعلقة بتنسيق سلسلة الإمدادات السياحية، أقترح الباحث بعض الطرق لتحسين أداء المواقع الإلكترونية للشركات السياحية، وهى وضع نموذج تجارى جديد للفحص الشامل لجميع مواقع الشركات السياحية وشركات السياحة التقليدية، وضع آلية تنسيقية محددة من قبل المواقع الإلكترونية السياحية تخضع للظروف المختلفة لتهيئة سلسلة الإمدادات طبقاً لنموذج العرض والطلب، إستبدال الطرق التنافسية التقليدية لهذه الشركات ومحاولة توظيف الطرق المناسبة للتداول الإلكترونى لتسهم فى حل مشكلة المبيعات .

16. دراسة (Stephen 2012)[109] هدفت إلى فهم أفضل لكيفية استخدام المبادئ التوجيهية للتصميم من قبل المصممين في ممارسة تصميم واجهة الويب، وتم تصميم أربع دراسات متتابعة؛ وتطبيق مجموعة من المبادئ التوجيهية لمشروع تصميم من قبل 16 طالبا، وتقييم عشرة مواقع للمعلومات الصحية عن السرطان الأكثر زيارة في كندا من قبل ثمانية مصممين باستخدام مجموعة من المبادئ التوجيهية، ومقابلات مع 20 مصمم. أدوات الدراسه استخدمت الدراسة نسخة من المبادئ التوجيهية لتصميم الويب وإمكانية الاستخدام المستندة من الأبحاث من (وزارة الصحة والخدمات الإنسانية في الولايات المتحدة، 2006)، وقد تم اختصار هذه المبادئ، وأظهرت النتائج عدم وجود اختلاف في خصائص المبادئ التوجيهية التي تفسر باستمرار وتلك التي يكون التفسير الأكثر تفاؤلا فيها. وعلاوة على ذلك، فإن الأدلة البحثية لم تكن عاملا في استخدام المبادئ التوجيهية، وأقل من نصف المصممين على بينة بالمبادئ التوجيهية القائمة على الأدلة، والمبادئ التوجيهية تستخدم في الغالب كمساعدات في الذاكرة ، كقوائم المراجعة ، لكن المبادئ التوجيهية لم ينظر إليها من قبل المصممين على أنها معيبة للغاية، وعندما سئل المصممين عن استخدامهم للمبادئ التوجيهية، كشف الاستقصاء أن المبادئ التوجيهية ينظر إليها بصورة إيجابية وتستخدم في سياق أعمال التصميم ، فإن عيوب تفسير المبادئ التوجيهية لا تعني أنها ليست مفيدة في نظر الممارسين، فهي تساعد على إحالة النقاش، وضمان إثارة قضايا التصميم ، فقد لا تكون الأدلة البحثية بنفس أهمية المعرفة التجريبية، ولكن مثل هذه الأدلة لها دور تلعبه في معالجة مشاكل التصميم.

17. وناقشت دراسة (محمد مصطفى 2010)[110] موضوع تقييم جودة بعض المواقع الالكترونية باعتبارها إحدى المصادر الرئيسة للمعلومات، ومن خلال التقييم تم إجراء مقارنة بين المواقع الالكترونية العربية والأجنبية المبحوثة على ضوء المعايير التي تم اعتمادها في التقييم، وكانت عينة الدراسة 24 موقعاً عربياً وأجنبياً ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات من أهمها أن معظم المعايير المعتمدة في التقييم متوفرة في المواقع الأجنبية أكثر من المواقع العربية، وتم تقديم عدد من المقترحات والتوصيات اعتماداً على استنتاجات البحث من أبرزها أهمية الاعتماد على بعض المعايير عند البحث عن المعلومات من قبل المستفيدين من المواقع الالكترونية، إضافة إلى وجود جهات رقابية متخصصة تقوم بوضع معايير خاصة لجودة المواقع .

تعليق على المحور السادس :

استعرضت الباحثة في هذا المحور الدراسات التي تناولت تقييم كفاءة تصميم المواقع الالكترونية ، حيث تعد المواقع الالكترونية إحدى معالم التنافس والتميز بين مختلف المؤسسات ، التي تولي بدورها أهمية بالغة لبناء وتصميم مواقعها من خلال وضع استراتيجية واضحة المعالم وفعالة على شبكة الانترنت ، وفي هذا الإطار تعتبر عملية تقييم المواقع الالكترونية خطوة في غاية الأهمية لبناء موقع يحقق تطلعات وأهداف المؤسسة، فقد أكد الباحثون والدراسات السابقة على ضرورة الاهتمام بجودة المواقع الإلكترونية، فبالاطلاع على الدراسات السابقة هناك عدة طرق تم اقتراحها لتقويم جودة وسهولة استخدام المواقع وللتعرف على المشاكل التي يواجهها المستخدمون. ومن أشهر هذه الطرق هو التقويم باستخدام مجموعة من المعايير أو الأدلة الارشادية وتحديد مدى تطبيق الموقع الإلكتروني المراد تقويمه لعناصر المعايير، وبناء على ذلك قامت الباحثة بمناقشة المعلومات التي تناولتها في النقاط التالية:

- تناول هذا المحور الدراسات المتعلقة بتقييم كفاءة المواقع الالكترونية ، وهو محور مهم لما للقياس والتقييم من أهمية بالغة في عملية التطوير والتحسين المستمر ، فبناء على نتيجة التقييم يستطيع القائمون على أمر المواقع الالكترونية التخطيط تخطيطاً سليماً لتطوير مواقعهم ، وقد ظهر تنوع في الدراسات الأجنبية والعربية التي تناولت الشروط والمعايير والجوانب المتعلقة بعملية تصميم المواقع الالكترونية وتقييم كفاءتها ، وتعددت أساليب تقييم فاعلية المواقع، وكذلك تنوعت المقاييس للحكم على مدى فاعلية المواقع الالكترونية
- ونلاحظ من خلال هذا المحور ظهور محاولات جادة لوضع معايير لتقييم تلك المواقع الالكترونية تعكس وجهات نظر مختلفة، فهناك من حاول وضع معايير عامة لتقييم جميع مواقع الإنترنت باختلاف أنواعها وتباين محتوياتها وما تقدمه

من خدمات كدراسة (Achilleos, 2015 ، Mel Stanfill 2015) ، وهناك من وضع معايير خاصة لتقييم مواقع معينة كمواقع الجامعات الإلكترونية ومواقع المكتبات الأكاديمية ومواقع الأطفال والمواقع السياحية والمواقع الالكترونية للمتاحف ومواقع الصحف الالكترونية ، والمواقع الرياضية والمواقع الصحية والمواقع التعليمية وهكذا كدراسة (David J. 2016 ، Daniel Wilson 2015 ، Chris and Ulrike 2015ء Angie & Ria 2015 ، سارة محمد 2015 ، Chen-kuo pai, et al 2014 ، Pallud& Straub 2014 ، Saad Subair et al., 2014، نهى جعفر 2014 ، Yunzhi 2012 ، ماجد دياب 2012 ، Chen, 2012 ، Stephen 2012)، وبالرغم من تزايد الدراسات المتعلقة بتقييم كفاءة المواقع الالكترونية ، إلا أنه ظهر عدم وجود اتفاق على معايير محددة لتقييم المواقع واختلاف مسمياتها ومدلولاتها ، حيث تقترح الدراسة عدة عناصر للتقييم على سبيل المثال من خلال التصميم والابحار والمحتوى وسهولة التفاعل ، وينبثق من كل عنصر سابق مجموعة من المؤشرات توفر أسلوباً علمياً لعملية التقييم وذلك بهدف تحسين الخدمة المقدمة ، إلا أن أغلب هذه الدراسات تبقى مقترح نظري يحتاج إلى التطبيق.

- وتتمحور معظم الدراسات حول معايير رئيسية يتفق عليها معظم الباحثين وهي المحتوى والتصميم والتنظيم وسهولة التعامل ويوجد أسفل كل معيار عدة مؤشرات، واوضحت الدراسات عدة عناصر للتقييم بطريقة مباشرة دون تقسيمها منها مقدار اللون، تناقض الخلفية، توفير معلومات الرسومات، تناغم اللون والرسومات، التنقل ، تتبع الموقع داخل صفحات الويب، الارتباطات التشعبية، نماذج التنظيم والمساعدة، تأثير الصور المتحركة على مظهر صفحات الويب، النص (وحده) التنظيم والتصميم، الرموز (وحدها) التنظيم والتصميم، الرموز والتنظيم النصي والتصميم، تفضيل الوسائط المتعددة، وهناك من قسمها إلى معايير جمالية فنية ومعايير وظيفية ، وتم صياغة المعايير الفنية في مجموعة من العوامل هي : الجاذبية والإخراج والصور والألوان والاستمرارية في القراءة ، أما المعايير الوظيفية فمنها : سهولة الاستخدام وبنية الموقع والروابط التشعيبية وسهولة الوصول للمعلومات ، والانقرائية ، والمشاركة عبر الموقع.
- وكشفت بعض الدراسات أنه علي الرغم من أن المواقع الالكترونية تُقدم المزيد من الخدمات عبر الإنترنت، إلا أنه لا يزال الكثيرون يفتقرون إلى بعض الخدمات أو يفشلون في تنفيذ معايير تصميم الوب الأساسية وإمكانية الوصول (Daniel Wilson 2015، Daniel Wilson 2015 ، Angie & Ria 2015)، وأشارت دراسة (Achilleos, 2015) ان جودة محتوى الموقع

والخدمات المقدمة حاسمة بالنسبة لعدد الناس الذين يريدون زيارة واستخدام الموقع، ويجب أن يشعر المستخدمون أنه يمكنهم الاستفادة من المحتوى وخدماته لجعلهم يريدون العودة إلى الموقع، فلكسب فوائد من الإنترنت يجب على المنظمات أولا أن تكون على استعداد لقبول وتبني واستيعاب هذه التكنولوجيات الجديدة ، كما أن التفكير أخلاقيا عند تصميم موقع على شبكة الإنترنت يتضمن إمكانية الوصول إلى الموقع وسهولة الاستخدام ، فهي مسؤولية أخلاقية من المالك والمطور للموقع .

- وعلى الرغم من عدم وجود اتفاق حتى الآن حول معايير محددة لتقييم المواقع الالكترونية بشكل عام ، إلا أن هناك إجماع على ضرورة التقييم ، حيث أكدت دراسات هذا المحور على ضرورة الاهتمام بالقياس والتقييم وبمعايير التصميم الالكتروني عند الشروع في بناء موقع إلكتروني وأن تكون هذه المعايير مشتقة من نتائج الدراسات والبحوث، ومراعاة سهولة الاستخدام وسرعة التحميل عند التصميم، والتحديث ومدى تعقد المضمون وعملية تنظيمه وإتاحة الخدمات التفاعلية على صفحاتها ، وعلى ضرورة أن يكون التقييم وفقا لمعايير علمية وعلى أسس منهجية لتصميم المواقع الالكترونية، فهو الأساس العلمي للتخطيط السليم والتطوير المستمر.

- وكشفت بعض الدراسات عن بعض النصائح في تصميم المواقع الالكترونية، حيث أشار عدد من الدراسات(David J. 2016 ، ماجد دياب 2012) إلى ضرورة توحيد معايير التصميم ، والاستعانة بقائمة المعايير الجرافيكية لتصميم صفحات الويب التي تم التوصل إليها من خلال الدراسات السابقة ، والتأكيد على الجانب الفني والجمالي في عملية تصميم الموقع الالكتروني، وضرورة تسليط الضوء على نقاط الضعف في المواقع الإلكترونية، وتقديم مقترحات لتحسينها، وتصميم هيكلة المعلومات بحيث تتناسب واحتياجات المستخدمين، وتحسين أداة البحث الداخلية في الموقع، وضرورة اعتماد مصممي المواقع على معايير جودة واضحة عند تصميمهم المواقع الإلكترونية، والمتابعة المستمرة للموقع من قبل الفنيين وإجراء التحديثات والمستجدات بشكل فوري، وإجراء دراسات مشابهة، وتحديد صعوبات استخدام الموقع من وجهة نظر المستخدمين.

- واعتمدت بعض دراسات هذا المحور على المسح التحليلي للمواقع الإلكترونية محل الدراسات بالاعتماد على أداة تحليل المضمون كدراسة (David J. 2016، Daniel Wilson 2015 ، Achilleos, 2015، Mel Stanfill 2015 ، Angie & Ria 2015، Chen-kuo pai, et al 2014، Yunzhi 2012، ماجد دياب 2012 ، Chen, 2012) ، في حين اعتمدت دراسة (نهى جعفر 2014) على المسح بشقيه التحليلي والميداني ، وهناك دراسة (Chris and Ulrike 2015) ودراسة (Pallud& Straub 2014) ودراسة (Saad

(Subair et al., 2014) ودراسة (Anna and Thomas 2013) ودراسة (Stephen 2012) اعتمدوا على المنهج التجريبي.

- واتضح قلة الدراسات العربية التي تناولت تقييم كفاءة تصميم المواقع الالكترونية مما يؤكد على معاناة المواقع العربية من عدم وضوح معايير تصميم خاصة بها تتناسب مع البيئة العربية ، (سارة محمد 2015، نهى جعفر 2014، ماجد دياب 2012، محمد مصطفى 2010).

خلاصة وتعقيب :

سعت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة لبحوث ودراسات تصميم المواقع الالكترونية في الفترة من 2010 وحتى 2017 ، ومن خلال استعراض الدراسات والبحوث التي تناولت تصميم المواقع الالكترونية ، يمكن التوصل إلى مجموعة من المؤشرات نجملها فيما يلي :

1) توزعت زوايا اهتمامات دراسات وأدبيات تصميم المواقع الالكترونية ما بين اتجاهات عدة من بينها : الاتجاه القائم على دراسات تناولت توصيف تصميم المواقع الالكترونية بشكل عام بما يتضمنه ذلك من حديث حول العناصر البنائية (التقليدية والجرافيكية والالكترونية) ، والاتجاه القائم على تصميم المواقع الالكترونية وعلاقته بالجمهور بما يتضمنه ذلك من حديث حول اختلاف طبيعتهم واهتماماتهم وسماتهم التي تؤثر على درجة تفاعلهم وبالتالي اختلاف تصميم المواقع و تفضيلاتهم لتصميم المواقع الالكترونية ويسر الاستخدام ، وكذلك الكشف عن الانتباه والتذكر والثقة والمصداقية من خلال استخدامهم للمواقع الإلكترونية ، والاتجاه القائم على العوامل المؤثرة على تصميم المواقع الالكترونية والتي ركزت بشكل خاص على المواقع ذات الأهداف التسويقية والاعلامية والاتصالية ، والاهتمام بأهمية عوامل عديدة مؤثرة على تصميم الموقع كتحديث المعلومات والثقة وسهولة الاستخدام ويسر الاستخدام والمظهر البصري والجمالي وتخطيط الصفحات وسرعة الاستجابة ويسر قراءة النص عبر الموقع، والاتجاه القائم على دراسة العوامل الثقافية وعلاقتها بتصميم المواقع الالكترونية من خلال دراسة مكونات صفحة واجهة المستخدم في مواقع الويب لتحديد أهم العناصر الثقافية بها ، وإجراء دراسات مقارنة للدول عبر الثقافات ، والاتجاه القائم على التفاعلية في المواقع الإلكترونية ودراستها كسمة للوسيلة واهتمت بدراسة السمات والآليات التفاعلية التي توظفها المواقع الالكترونية ، وتفضيلات المستخدمين للعناصر والأدوات التفاعلية، والمقارنة بين مستويات التفاعلية في المواقع المختلفة ، واتجاه دراسات تقييم كفاءة تصميم المواقع الالكترونية والتي اهتمت الشروط والمعايير والجوانب المتعلقة بعملية تصميم المواقع الالكترونية ، إلا أنهم

أجمعوا على التأكيد على أنه يجب أن يكون إرضاء المستخدمين هو الهدف الأساسي لمصممي المواقع والجهات المسئولة ليتم جذب المزيد من المستخدمين .

2) إن المتأمل للدراسات والأدبيات الحديثة في مجال تصميم المواقع الالكترونية سيجد دون أدنى صعوبة ثمة تنوعاً واضحاً وملموساً في توجهات الباحثين ، حيث توضح المؤشرات تزايد الاهتمام بينهم بحقل دراسات تصميم المواقع الالكترونية لاعتبارات مهمة ومعروفة، تتصل في الأساس بالتطورات التكنولوجية المتصاعدة ومواكبة الزيادة الكبيرة في غستخدام هذه الوسائل الجديدة ، الأمر الذي أدى إلى تزايد الإنتاج والتراكم الأكاديمي في هذا التخصص وهي نتيجة تشير في ذاتها إلى أن تخصصا مثل تخصص تصميم المواقع الالكترونية بات يفرض نفسه .

3) على الجانب الآخر ، ظهر اهتمام في الدراسات والأدبيات العربية التي تناولت تصميم المواقع الالكترونية ، بما يوحي بالنشاط البحثي المتزايد للمدرسة العربية في هذه السبيل مقارنة بفترات زمنية سابقة كان الاهتمام فيها ضعيف نظراً لحداثة الظاهرة وقتها ، حيث تشير نتائج المسوح والدراسات، إلى أن الدراسات العربية بشكل عام والدراسات المصرية بشكل خاص، قد شهدت اهتماما واضحا وملحوظا بحقل دراسات تصميم المواقع الالكترونية ، وأنها قد قدمت في هذا الصدد تراثا متنوعاً من حيث قضاياه وإشكالياته ، ومن حيث مداخله واقترابات البحثية ، ومن حيث أطره النظرية والمنهجية ، وتبدو هذه النتيجة منطقية في حد ذاتها ، فشبكة الانترنت كوسيلة اتصال تغلغلت في نسيج الدول العربية في مختلف المجالات الاعلامية والسياسية والاقتصادية والثقافية والأكاديمية والسياحية ، وأتاحت ظهور المواقع الالكترونية المختلفة لمعظم المؤسسات على الشبكة بتنوع نشاطاتها ، ولعل هذا هو ما حدا بالجامعات العربية والباحثين إلى تسليط الضوء على هذه الظاهرة والاهتمام بالأبحاث المتعلقة بتصميم المواقع الالكترونية مقارنة بفترات سابقة . ولعل ما يؤيد ذلك أيضاً هو تزايد معدلات استخدام شبكة الانترنت في الوقت الحالي وتخللها للمجتمعات العربية مقارنة بالماضي .

4) تنوعت المداخل النظرية المستخدمة في دراسات تصميم المواقع الالكترونية وكان اكثرها استخداما مدخل يسر الاستخدام، ونموذج ادراك سهولة استخدام التكنولوجيا، ونظرية تمثيل المعلومات، نموذج قبول التكنولوجيا، مداخل التفاعلية المتعدة، ومدخل النموذج المهجن، ومدخل الاعتماد على وسائل الاعلام، ومدخل الاستخدامات والاشباعات ، ونظرية ثراء الوسيلة ، نظرية التطلع إلى المعلومات، ونظرية الجشطلت، ونظرية حارس البوابة الالكترونية، ونظرية تمثيل المعلومات، ونظرية انتشار وتبني المبتكرات، و مدخل تحليل النظم، ونظرية الاتصال الحواري، ونظرية المسئولية الاجتماعية.

5) تمثل معظم جمهور الدراسات السابقة في الشباب ، وربما يكون ذلك بسبب أنهم الفئة الأكثر استخداماً لشبكة الانترنت والتعرض للمواقع الالكترونية، والمحرك الرئيسي لهذه التقنيات و المتأثر الأول بها ، ولكننا أيضاً يجب ألا نغفل استخدام الفئات الأخرى للمواقع الالكترونية ، فعلى سبيل المثال لا يوجد أية دراسات بحثت في استخدامات كبار السن والمرأة والأطفال للمواقع الالكترونية .

6) وجود قصور في الدراسات الخاصة بخبراء التصميم والقائمين بالاتصال في تصميم المواقع الالكترونية ، التى من خلالها يتم التعرف على الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في مجال تصميم المواقع الالكترونية ، في ظل بيئة العمل التي تتسم بالسرعة والمنافسة الشديدة ، .

7) من حيث المنهج وأدوات الدراسة : اختلفت الدراسات التي اهتمت بتصميم المواقع الالكترونية حول أفضلية المنهج المستخدم بها ، فمنها دراسات تجريبية استخدمت المنهج التجريبي سواء كانت دراسات أجنبية أو عربية ، حيث لوحظ اهتمام الدراسات العربية بالمنهج التجريبي والذي اشتهرت باستخدامه الدراسات الأجنبية، وقد أكدت نتائج الدراسات التجريبية على قدرتها على إثراء البحث العلمي في هذا المجال لما حققته من نجاح في رصد الظاهرة محل الدراسة بشكل أكثر دقة ، على الرغم من صعوبة تنفيذها لما تتطلبه من إجراءات للضبط التجريبي ، ومحاولات توفيرها أجواء طبيعية من المفترض أن تكون أقرب إلى الواقع الحقيقي ، وبالتالي الوصول إلى نتائج أكثر منطقية وواقعية ، ومنها دراسات وصفية استخدمت منهج المسح الذي يعتمد على أداة المقابلة وأداة الاستبيان واداة تحليل المضمون لوصف وتحليل طبيعة وسمات وخصائص المواقع الالكترونية ، هذا بالاضافة إلى استخدام الأسلوب المقارن في بعض الدراسات للمقارنة بين العناصر البنائية التقليدية والالكترونية الموجودة بالمواقع الالكترونية ومدى أوجه التباين والتشابه بينها ، في حين وظفت دراسات قليلة أسلوب دراسة الحالة ومجموعات النقاش المركزة والملاحظة بالمشاركة ، وبذلك يتضح ظهور محاولات من قبل الباحثين في مجال تصميم المواقع الالكترونية بالاهتمام بالمناهج والأدوات الكيفية وبالتالى الاتجاه إلى إنتاج بحوث كيفية .

8) ومن الملاحظ أن الدراسات في مجال تكنولوجيا الاتصال تفرز أيضا أدواتها البحثية الخاصة بها ، لذا فإن بعض الدراسات استخدمت البريد الإلكتروني والاستقصاءات الإلكترونية للحصول على المعلومات، وأداة تحليل المضمون للمواقع الالكترونية ، حيث اختلفت وحدات التحليل والترميز ، وتغيرت فئات التحليل بها عن الفئات التقليدية لتضيف استخدام النص الفائق والوصلات فائقة ، ووسائط الملتيميديا ،وعناصر تصميم الوب مثل الصفحة الرئيسة ووقت التحميل والتحديث وغيرها من فئات التحليل الجديدة ، هذا بالإضافة إلى استعارة المناهج

المرتبطة بالوسائل التقليدية وتطويعها لتلائم طبيعة وخصائص تكنولوجيا الاتصال الرقمية وبذلك يتضح وجود دمج بين الأدوات التقليدية والجديدة في هذا السياق .

رؤية مقترحة للمسارات البحثية المستقبلية للباحثة :

بناءً على العرض السابق للدراسات التي قدمتها الباحثة والتيارات الجديدة في المجالات البحثية لتلك الدراسات المقدمة ، وما قامت به الباحثة من إجراءات في بحوث سابقة، وما اطلعت عليه من اتجاهات بحثية في مجال التخصص ، يمكن تقديم بعض المؤشرات لمعالم رؤية مستقبلية مقترحة لمسارات العمل البحثي المستقبلية في مجال التخصص ، وتتحد هذه الرؤية في الاهتمام بالموضوعات الآتية :

1) إجراء المزيد من الدراسات التي تتناول دراسة تصميم المواقع الالكترونية بمفهوم شامل ومتكامل ، الذي يهتم بدراسة جميع العناصر البنائية وعلاقتها مع بعضها البعض وترابطها في بناء الشكل الكلي للموقع الالكتروني حيث اهتمت أغلب الدراسات العربية بالعناصر البنائية المكونة للموقع الالكتروني ومدى استخدامها ولم تعطي الأسلوب الذي يتم على ضوءه توزيع هذه العناصر على الصفحة مزيد من العناية بالدراسة ، مما يستدعي أهمية التعرف على أساليب التصميم المتبعة في المواقع الالكترونية لتكون سبيلاً لتقويمها والنهوض بها في دراسات مستقبلية لاحقة ، ودراسة تأثير استخدام أسس تصميم المواقع الإلكترونية على سهولة التصفح والوصول الى المحتوى اوالمضمون .

2) الاهتمام بدراسة عناصر محددة من خلال الدراسات كاستخدام الشعارات والرموز لتحقيق هوية بصرية للمواقع الالكترونية والتحليل السيميولوجي لها لتقييم هذه العناصر وتأثيرها على المستخدم . واستخدام الرسوم الساخرة والانفوجرافيك عبر صفحات المواقع الالكترونية وجمهوره ، حيث لاحظت الباحثة ندرة الدراسات التي تناولت هذه العناصر كل على حدى .

3) زيادة العناية بالدراسات البينية مع علوم أخرى فلم يعد مقبولا اجراء دراسات في مجال تصميم المواقع الالكترونية إلا من خلال تقاطع تفسيرات ومناهج متعددة للعلوم الإنسانية المختلفة مثل علم الاتصال ، وعلم النفس ، وعلم الانطولوجيا ، والتصميم الايكولوجي ، فعلى سبيل المثال تقديم مزيد من الدراسات حول دور نظرية الجشطلت في تصميم المواقع الإلكترونية عموماً وربطها بأسس التصميم، وذلك بتطبيق قوانينها التي تختص بدور كبير في تحقيق الادراك بالنسبة للمستخدم ، واستخدام العوامل الانسانية (علم الارجونوميكس وهو يشير إلى أنه المجال الذي يعني بالتصميم للاستخدام الانساني الأفضل) للتأكد من ملائمة الموقع للمستخدم .

4) الاهتمام بالدراسات الدولية المقارنة ، بإجراء دراسات حالة لتقييم تجارب نجاح بعض الدول المتقدمة في مجال تصميم المواقع الإلكترونية المتخصصة

في مجالات محددة على سبيل المثال المواقع السياحية على المستوى الاقليمي والعالمي ، وضرورة الاسترشاد بها وبأليات التفاعلية خلالها لما لها من قدرة كبيرة في جذب الانتباه والفهم للرسالة الاتصالية وإرضاءاً لرغبات المستخدم ، ولكي تتمكن المؤسسات السياحية المصرية من إعادة النظر في تصميم مواقعها والعمل على رفع مستواها وجعلها أكثر جاذبية وسهولة لمستخدمي الإنترنت كذلك في المواقع الحكومية (الحكومة الالكترونية)، والمواقع التعليمية ومواقع الجامعات ومواقع المؤسسات الاعلامية .

5) الاهتمام بالدراسات الخاصة بآليات التفاعلية من ناحية اختبار الاستخدام الحقيقي لهذه الآليات من قبل المستخدمين ، وليس مجرد التركيزعلى توظيف المواقع الالكترونية للآليات التفاعلية ، والاهتمام بالدراسات التجريبية من خلال تصميم مواقع إلكترونية تختلف في مستويات التفاعلية أو اختيار مواقع إلكترونية موجودة بالفعل عبر شبكة الانترنت تتوافر بها مستويات مختلفة للتفاعلية .

6) ضرورة الاهتمام بدراسات التطوير وعمليات المعايرة والقياس والتقويم للمواقع الالكترونية، واجراء دراسات علمية لتصميم مقياس لتقييم جودة المواقع الالكترونية المختلفة ، ودراسات تتناول تقييم كفاءة المواقع الالكترونية العربية ومقارنتها بالمواقع الأجنبية، وتحديد معايير تصميم واضحة خاصة بها تتناسب مع البيئة العربية ، واستكشاف التوجهات والتصورات المشتركة بين تصميم المواقع الالكترونية في أماكن مختلفة.

7) إجراء مزيد من البحوث والدراسات التي تتناول تصميم المواقع الالكترونية المحلية بوجه عام وعلاقتها بالهوية الثقافية والتنوع الثقافي ، وتحليل أثر المتغيرات الثقافية والسياسية والاجتماعية على مدخلات تصميم تلك المواقع ، والحاجة إلى إجراء دراسات مستقبلية للبحث في مدى ملائمة بعض العناصر التصميمية في ابعاد ثقافية محددة دون أخرى وتفسير تكرار ظهور بعض العناصر في أكثر من بعد ثقافي ، وكذلك دراسات تصميم المواقع عبر الثقافات وخاصة في المواقع العربية التي تنطلق نحو العالمية في المجالات التجارية والتعليمية والتسويقية ، وكذلك المواقع العالمية التي تخاطب المستخدم العربي وأهمية تفعيل البعد الثقافي العربي عند تصميم تلك المواقع وإضفاء السمات الثقافية على الموقع ليرى المستخدم من خلالها سمات هويته الثقافية.

8) إجراء مزيد من البحوث والدراسات حول مستخدمي المواقع المحلية وأنماط استخدامهم لتلك المواقع ومدى رضائهم عنها، واتجاهاتهم حولها والأسباب التي تدعوهم لتصفح المواقع وتفضيلاتهم الفنية الشكلية وفقاً للظروف الثقافية والبيئية والاجتماعية المحيطة واقتراحاتهم لتفعيل هذه المواقع ، بالإضافة إلى

إجراء دراسات كيفية عن تصميم المواقع الالكترونية المحلية والذى يعد السبيل لمواجهة احتياجات الجمهور الذي بدأ يتجه نحو التفتيت والتجزئة والبحث عن المعلومات الأكثر التصاقا بالواقع المعايش .

9) إجراء المزيد من الدراسات الاثنوغرافية لجمهور المواقع الالكترونية بما يتواكب مع تغير أذواق الجمهور وطبائعهم واحتياجاتهم الإعلامية نتيجة للمتغيرات المجتمعية والتكنولوجية المختلفة ، فلا شك أن مثل هذه البحوث يمكن أن تفيد في رسم الملامح العامة لخريطة مستخدمي المواقع الالكترونية ، من أجل معرفة كيفية تفاعل الافراد مع المواقع اللكترونية والآثار التي تحدثها على سلوكياتهم واتجاهاتهم ، والتعرف على أهم ما يفتقده تصميم المواقع الاكترونية من وجهة نظر المستخدمين لتقديم مقترحات لأشكال التصميمات التجريبية المختلفة بناء على تفضيلات المستخدمين ووفقاً لطبيعة كل موقع .

10) والاهتمام بالدراسة التجريبية للعوامل المؤثرة على استيعاب (فئات محددة كالاطفال أو كبار السن أو ذوي الاحتياجات الخاصة) لتصميم المواقع الالكترونية واحتياجاتهم (الفهم والاستيعاب ويسر الاستخدام) للوصول للتصميم المثالي بالنسبة لكل فئة وتفضيلاتها الاخراجية.

11) تقديم دراسات تتناول مصممي المواقع الالكترونية للتعرف على كيفية تصميم المواقع الالكترونية وهل يتم اخذ الجمهور في الحسبان والعوامل المؤثرة على عملهم والقواعد التي يعتمدون عليها في التصميم العملي لمواقعهم ، والمستوي المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية وانعكاس ذلك علي تصميم المواقع الالكترونية. والبحث في عدم تفضيل القائمين بالاتصال استخدام أبعاد التفاعلية على صفحات مواقعهم من منطلق نظرية حارس البوابة.

12) دراسات مقارنة بين تصميم المواقع الالكترونية الموجهة للكمبيوتر الشخصي وعبر الهواتف المحمولة، للتعرف على مشكلات التوافق في تصميم المواقع وواجهة المستخدم في كلا الحالتين .

13) إجراء مزيد من الدراسات حول تأثير تكنولوجيا الاتصال علي واقع التدريس بكليات وأقسام الاعلام استجابة للتطورات التكنولوجية الهائلة في صناعة الإعلام بإعادة تقييم المقررات الدراسية سواء بإضافة مواد جديدة أو تغيير مفردات بعض المواد لتستوعب هذه التكنولوجيا خاصة في مجال تصميم المواقع الالكترونية.

14) الاهتمام بدراسات تنمية مهارات تصميم المواقع الالكترونية ، بإجراء دراسات تجريبية تتناول تصميم موقع الكترونى مقترح لطلاب قسم الاعلام فى ضوء مهارات الاتصال ، وتحديد مهارات تصميم مواقع الإنترنت الواجب توافرها لدى الطلاب .

15) إجـراء دراســة مسـتقبليه عـن مسـتقبل دراسـات وبحـوث تصـميم المواقـع الالكترونيــة ، ودراســات مقارنــة بــين بحــوث ودراســات تصــميم المواقــع الالكترونية في العـالم العربـي والـدول الغربيـة ، ودراسـات مقارنـة بين بدايات دراسات تصميم المواقع الالكترونية وماوصلت إليه الآن .

16) توظيـف الأدوات المنهجيـة التـي تتناسـب مـع طبيعـة المجـال الرقمـي للوصـول لطـرق تمثيـل الظـواهر المرتبطـة بـالاعلام الجديـد والمواقـع الالكترونيـة لـدى المسـتخدمين مثـل : الاسـتبيان الالكترونــي ، والتحليـل الكيفــي ، والمقـابلات الالكترونية أو المناقشات الجماعية الافتراضية عبر المنتديات أو المجموعـات على مواقع التواصل الاجتماعي ، والانثوجرافيا الافتراضية المرتبطة بمعايشة المستخدمين الافتراضيين عبر منتديات النقاش أو بين المجموعـات علـى الفيس بـوك ، والاهتمـام بالمـدخل التكـاملي الـذي يعتمـد علـي تعـدد المنـاهج والأسـاليب والأدوات والأطر النظرية المستخدمة في دراسة الظاهرة الواحدة، وتوظيف هذا التعدد في إطـار متكامل نظريـا ومنهجيـا يلبـي متطلبـات الدراسـة الكليـة والشـاملة للظـاهرة محل الدراسة من مختلف الأبعاد والجوانب ، الأمر الذي يؤدي فـي النهايـة إلـي الخـروج بنتـائج تفسر الظـاهرة أو القضـية فـي إطـار كلـي لا جزئـي يأخذ فـي اعتبـاره كافـة الجوانـب التـي تتعلق بالظاهرة الإعلامية المدروسة.

17) الحاجـة إلـي ترشـيد اسـتخدام الأسـلوب الإحصـائي فـي البحـوث الإعلاميـة، حيـث ظهـر استخدام زائـد مـن جانـب البـاحثين لأسـاليب التحليـل الإحصـائي والمعـاملات الإحصـائية يصـل إلـي حـد التفـاخر والتـرف الزائـد، وذلـك اعتقـادا منهم بـأن هـذا الجانـب هـو المعيـار الأساسي في الحكم علي البحث وتقييمه.

هوامش الدراسة :

1 تقرير منظمة الامم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) ، متاح على موقع : http://ar.unesco.org/news/bhlwl-m-2017-stgty-lntrnt-nsf-llm-ljn-lntq-lryd-ltb-ll-mm-lmthd-tsdr-bynt-jdyd-lkl-bld-mn-lbldn

2 عبدالمالك ردمان الدناتي ، **الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت** ، ط1 ، (القاهرة : دار الفجر ، 2003) ، ص ص 110 – 112.

3 مصطفى محمود أبو النيل ، استراتيجية متقدمة لتحقيق التكامل التفاعلي فى تصميم المواقع على شبكة الإنترنت ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة حلوان : كلية الفنون التطبيقية ، قسم الاعلان ، 2009) ، ص25 - 26.

4 Duyne, Douglas K. van, James A. Landay, and Jason I. Hong. *Design of Sites,The: Patterns, Principles, and Processes for Crafting a Customer-Centered Web Experience.* Addison Wesley professional, 2002, P.5. Available online at: http://www.informit.com/articles/article.aspx?p=29037&seqNum=5

5 Qasim M., Ullah K., Ashraf W,. Responsive web design complication and viable solutions for design implementation operation, **International Journal of Computer Science and Information Security (IJCSIS)**, Vol. 15, No. 1, January 2017. Available online at: https://sites.google.com/site/ijcsis/

6 ماجد سالم تربان ، عبير محمد ، تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية دراسة تحليلية مقارنة ، **مجلة الجامعة الاسلامية للبحوث الانسانية**، غزة – فلسطين، مجلد 25 ، عدد 2 ، 2017 ، ص ص 119 : 142.

7 عائشة محمود عاطف ، تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية وعلاقته بيسر استخدام هذه المواقع للحصول علي الأخبار: دراسة ميدانية علي عينة من مستخدمي هذه المواقع ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام – قسم الصحافة ، 2016) .

8 هند السيد محمد ، تقنيات إنتاج النصوص الفائقة بالمواقع الإخبارية واستخدامات الشباب الجامعى لها ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، قسم الاعلام التربوي، 2016)

9 زهرة محمد أحمد الفاسى ، العلاقة بين تصميم الصحف الإلكترونية الليبية ومقروئيتها بعد ثورة 17 فبراير 2011 م : دراسة تحليلية وميدانية ، **رسالة ماجستير**، غير منشورة ، (جامعة المنصورة. كلية الاداب. قسم الاعلام.2016) .

10 أحمد مجدي شفيق ، استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية للفضائيات – دراسة تحليلية لموقعي (الفضائيات السودانية وقناة الشروق) في الفترة من 2013 – 2015 ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا: كلية علوم الاتصال – قسم الوسائط المتعددة ، 2015) .

11 محمد التجاني عوض الله ، تصميم المواقع الالكترونية التسويقية على الشبكة الدولية – دراسة حالة موقع شركة كليك جرافكس، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا : كلية الدراسات العليا ، 2015) .

12 هبة نظمي خليل ، تصميم المواقع الإلكترونية لتحقيق الفاعلية الاستخدامية ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (جامعة حلوان : كلية الفنون التطبيقية ، قسم الاعلان ، 2015) .

13 D. Cyr, Return visits: a review of how Web site design can engender visitor loyalty, **Journal of Information Technology**, Vol. 29, No(1), January 2014, pp. 1–26. available online at: http://link.springer.com/article/10.1057/jit.2013.25

14 Anthony S. Chow,Michelle Bridges, and Patricia Commander, The Website Design and Usability of US Academic and Public Libraries- *Findings from a Nationwide Study*, **Reference & User Services Quarterly**, vol. 53, no. 3, Spring 2014, pp. 253–265. Available online at: https://journals.ala.org/index.php/rusq/article/view/3244

15Reinecke, K.,, et al, Predicting Users' First Impressions of Website Aesthetics With a Quantification of Perceived Visual Complexity and Colorfulness, **in preoceeding of CHI 13 proceeding of the SIGCHI conference on human factors in computing systems**, April 27–May 2, 2013, Paris, France. pp.2049- 2058. , available online at: http://iis.seas.harvard.edu/papers/2013/reinecke13aesthetics.pdf

16 خلود خالد احمد محمد نصر ، زيادة فعالية المواقع الالكترونية التسويقية المصرية من تحسين تصميمها الجرافيكي ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (جامعة حلوان. كلية الفنون التطبيقية. قسم الطباعة والنشر والتغليف ، 2013) .

17J. Cappel&Z. Huang, a closer look at footers in website design, Issues in Information Systems, Vol 14, Issue 2, pp.182-185, 2013, available online at: https://www.semanticscholar.org/paper/A-Closer-Look-at-Footers-in-Website-Design-Cappel-Huang/0cf394383a1610b8f24453fbe21159b48e0704ca

18 إيناس محمود حامد، التطورات التقنية وإثراء تصميم الالكترونية المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام :**المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الثاني والأربعون :أكتوبر - ديسمبر٢٠١٣) .

19 بيرق حسين الربيعي ، الدلالة الوظيفية للعناصر البنائية في الصحف الالكترونية ، **بحث مقدم للمؤتمر العلمي السابع** ، (جامعة بغداد : كلية الإعلام ، 2013) .

20 V. Katiyar, K.K. Srivastava, and A. Kumar, Applying Adaptive Strategies for Website Design Improvement , Advances in computer science, engineering & applications proceedings of the Second International Conference on Computer Science, **Engineering and Applications (ICCSEA 2012),** May 25-27, 2012, New Delhi, India. Vol. 1, pp. 857–867. available online at: www.bookmetrix.com/.../77c70410-c43a-4a91-883f-6eb44a31f7dd

21 Susan Jacobson,Transcoding the news: An investigation into multimedia journalism published on nytimes.com 2000–2008, **New Media & Society** , Vol.14, No.5, August 2012, p.p.867-885 , available online at: http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444811431864

22 Karlsson, M., & Clerwall, C., Patterns and Origins in the Evolution of Multimedia on Broadsheet and Tabloid News Sites, ***Journalism Studies***, Vol.13, No.4, p.p 550-565, 2012. available online at: http://faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Manovich-LangNewMedia-excerpt.pdf

23 عبدالخالق إبراهيم عبدالخالق ، العلاقة بين الأساليب الإخراجية والتحريرية الورقية والإلكترونية المستخدمة في الصحافة المصرية ومستوى المعرفة لدى الشباب الجامعى بالأحداث الجارية ، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة ، (جامعة المنصورة - كلية التربية النوعية -قسم الإعلام التربوى ، 2012).

24 إبراهيم على عزمى عبد الرحيم ، تصميم المواقع الإعلانية التفاعلية ثلاثية الأبعاد ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (جامعة حلوان. كلية الفنون التطبيقية ، 2011).

25 انتصار رسمي موسى، ابتكار اسلوب تصميمي للصفحة الرئيسة للصحف الرقمية العربية المنشورة على الشبكة الدولية للمعلومات ، (بغداد : **مجلة الأكاديمي** ، العدد 56 ، 2010)، ص ص 63 : 92.

26 حمدى أحمد على حامد ، علاقة سيميولوجيا تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية بتشكيل الواقع الافتراضي لدى المراهقين، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة، (جامعة عين شمس.معهد الدراسات العليا للطفولة.قسم الإعلام وثقافة الأطفال،2016) .

27 نانسي عبدالعزيز عبدالرحيم ، تأثير تصميم الصحف الالكترونية على درجة مقروئيتها : دراسة تجريبية على عينة من الصحف الالكترونية لدى عينة من طلاب الجامعة ، **رسالة ماجستير**، غير منشورة ، (جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الاعلام.، 2016) .

28 رحاب محمد على ، تصميم المواقع الالكترونية العربية الموجهه للطفل وعلاقته بيسر استخدام الاطفال لها و تفاعلهم معه ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة، (جامعة حلوان. كلية الفنون التطبيقية . قسم الطباعة و النشر والتغليف.، 2016).

29 D. Frederick et al.,The Effects of Parallax Scrolling on User Experience in Web Design, ***Journal of Usability Studies***, Vol. 10, Issue 2, February 2015, pp. 87-95. available online at: http://uxpajournal.org/the-effects-of-parallax-scrolling-on-user-experience-in-web-design/

30 كريم محمد عادل عبد العظيم محمد ، تصميم المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها : دراسة تحليلية ميدانية ، **رسالة ماجستير**، غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، قسم الصحافة، 2015).

31 نادر محمد علي عبد المطلب ، أسس تصميم المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقتها بالتفاعلية لدى المراهقين ، **رسالة ماجستير**، غير منشورة ، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2015).

32 علي حمودة سليمان، تصميم البوابات الإلكترونية وعلاقته بيسر استخدام المصريين والأجانب لها وتفاعلهم معها ، **رسالة دكتوراة** ، غير .منشورة، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2015).

33 احمد كمال احمد عبد الحافظ ، تأثير عناصر تصميم المواقع الإخبارية في انتباه وتذكر القراء للمعلومات ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة حلوان: كلية الآداب. قسم الإعلام، 2014) .

*34 Lama Khoshaim, The Impact of Web Design Dimensions on Consumer Trust at Different Price ranges, **Master of Electronic Commerce at Dalhousie University Halifax**, Nova Scotia ,July 2013. Available online at: Khoshaim_lama_MSc_ECMM_July_2013.pdf*

35 Manuel J. Sánchez-Franco et al. Users' perception of visual design and the usefulness of a webbased educational tool, 3rd World Conference on Learning, Teaching and Educational *Leadership* , ***Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Issue: 93 2013, p.p. 1916 – 1921,* Available online at: https://idus.us.es/xmlui/.../1-s2.0-S1877042813035854-main.pdf?...1

36 شيرين علي موسى ، أساليب تصميم المحتوى الخبري علي شبكة الإنترنت وعلاقتها بمصداقية المواقع الإخبارية لدى الجمهور، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة حلوان. كلية الآداب. قسم الإعلام. ، 2013).

37 حسن فراج حسن فراج ، الأساليب الإخراجية المستخدمة في مواقع الأطفال الإلكترونية وعلاقتها باستخدام الأطفال لها، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2013) .

38 تالة محمد زهير اليماني العلاقة بين تصميم المواقع الإخبارية و جذب المستخدمين لها : دراسة ميدانية على المواقع الإخبارية السورية ، **رسالة ماجستير**، غير منشورة ، (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الصحافة ، 2013).

39 أحمد سالم عبد الفتاح، دور الإخراج الإلكتروني في تفضيل الشباب لبعض المواقع الإخبارية المصرية، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة، (جامعة عين شمس :معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٣) .

40 وسام محمد احمد حسن ، تصميم الوسائط المتعددة وتوظيفها في الصحافة الإلكترونية العربية وعلاقتها بجذب المستخدمين ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة، (جامعة حلوان. كلية الآداب. قسم الإعلام ، 2013) .

41 K. L.Page, et al. Perceptions of web knowledge and usability: When sex and experience matter, **International Journal of Human-Computer Studies**, vol. 70, no. 1, 2012, pp. 907–919. Available online at: www.sciencedirect.com

42 Leckner, Sara, Presentation factors affecting reading behaviour in readers of newspaper media: An eyetracking perspective, **Visual Communication**, Vol. 11, No. 2, 2012, p. 163-184. Available online at: http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1470357211434029

43 Altaboli, A., and Lin, Y., Effects of Unity of Form and Symmetry on Visual Aesthetics of Website Interface Design, **proceedings of the human factors and ergonomics society 56th annual meeting**, Oct 26, 2012, p.p.728- 732. Available online at: http://pro.sagepub.com/content/56/1/728

44 حمدي أحمد علي حامد ، علاقة تصميم الصحف الإلكترونية المصرية باستخدامات شباب الجامعات لها، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة، (جامعة عين شمس :معهد الد راسات العليا للطفولة، 2012).

45 يوسف الرفاعي ، العلاقة بين تصميم المواقع الإخبارية ويسر استخدام المكفوفين لها وتفاعلهم معها ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، 2011) .

46 هبة مصطفى حسن ، تأثير إخراج الصحف الالكترونية العربية على انقرائية الشباب الجامعي لهذه الصحف ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة بورسعيد : كلية التربية النوعية ، قسم الاعلام ، 2011) .

47 هيثم جودة محمد مؤيد، تأثير الاساليب الاخراجية للصحف الالكترونية على العمليات الادراكية لدى عينة من طلاب الجامعة : في اطار نظرية تمثيل المعلومات : دراسة شبه تجريبية ، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة ، (جامعة المنصورة. كلية التربية النوعية. قسم الاعلام التربوي. 2010) .

48 R. Post et al., Unity in Variety in website aesthetics: A systematic inquiry, **International Journal of Human – Computer Studies 103** , February 2017, pp.48–62 available online at: https://www.researchgate.net/publication/313686984_Unity_in_Variety_in_website_aesthetics_A_systematic_inquiry

49 ولاء محمود حلمى، ايجاد معايير تصميمية للسميوطيقا المعرفية فى المواقع الالكترونية، **رسالة دكتوراة** ،غير منشورة، (جامعة حلوان: كلية الفنون التطبيقية. قسم الاعلان.، 2016) .

50 R. Iqbal et al., Impact of Advertisements on Webpage Design and User Engagement A Review from HCI Perspective , **IJCSI International Journal of Computer Science Issues**, Vol. 13, Issue 2, March 2016 . available online at: http://www.ijcsi.org/papers/IJCSI-13-2-26-30.pdf

51 شيرين محمد أحمد عمر ، العوامل الاخراجية المؤثرة على تصميم المواقع الالكترونية للوزارات الحكومية المصرية ، (**المجلة العلمية لبحوث الصحافة** ، العدد الرابع ، جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، 2016)، ص ص 233 – 297.

52 M.a. rodríguez-molina, et al, "the Contribution of Website Design to the Generation of Tourist Destination Image: the Moderating Effect of Involvement", **Tourism Management**, vol 47, 2015, pp.303-317.

53 سارة محمد محمد ، تأثير سهولة استخدام الموقع الالكتروني على رضا العميل و انعكاساته على ولاءه و التوصية الالكترونية بالمنتج بين العملاء (E-WOM) ، نموذج مقترح بالتطبيق على الخدمات الالكترونية ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (جامعة بني سويف ، كلية التجارة ، قسم إدارة أعمال ، 2015) .

54 N. J. Rathbone, knowledge transfer in website design -Exploring the processes and benefits of design collaboration for non-creative Micros, **PHD thesis**, Aston university , September 2014. available online at: http://publications.aston.ac.uk/24386/

55 فاطمة عبد القادر ، استراتيجيات جديدة لتصميم المواقع الالكترونية لتحقيق الهوية البصرية ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة حلوان : كلية الفنون التطبيقية ، 2013)

56 وفاء جمال درويش عبدالغفار ، العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت : دراسة على المضمون والقائم بالإتصال ، **رسالة ماجستير**، غير منشورة ، (جامعة الزقازيق. كلية الاداب. قسم الاعلام. ، 2013).

57 إيمان شكري عبد الحميد حجازي، دور تصميم مواقع المؤسسات المصرية على شبكة الإنترنت في دعم الوظيفة الاتصالية لهذه المؤسسات : دراسة تحليلية وميدانية ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الإعلام ، 2013).

58 F. Kurtcu, An Analyze of High School Web Interface Designs in Terms of Graphic Design, **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 46 December 2012: pp.5661-5665 · available online at: https://www.researchgate.net/publication/271561154_An_Analyze_of_High_School_Web_Interface_Designs_in_Terms_of_Graphic_Design

59 معين صالح يحيى الميتمي ، العوامل المؤثرة في بناء الإقناع لمواقع الانترنت ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة، 2012).

60 Lei T., Liu X., Wu L., Jin Z., Wang Y.,The Impact of Chinese Cultural Elements on the User Experience in Government Website Design In: Hale K., Stanney K. (eds) **Advances in Neuroergonomics and Cognitive Engineering, proceedings of the AHFE 2016 international conference on neuroergonomics and cognitive Engineerin**g, July 27 – 31, 2016, walt Disney world, Florida, USA, Advances in Intelligent Systems and Computing, vol 488. Springer, Cham, 2017. pp 39-49. *available online at:* https://books.google.com.eg/books?id=amEBDgAAQBAJ&pg=PR9&lpg=PR9&dq=%22The+Impact+of+Chinese+Cultural+Elements+on+the+User+Experience+in+Government+Website+Design%22&source=bl&ots=0U6tZr8voy&sig=PsyFas2nUIvGbZvshjntlMXL84I&hl=ar&sa=X&ved=0ahUKEwjY5qOzl5fTAhWLOxoKHYg4AsgQ6AEILjAC#v=onepage&q=%22The%20Impact%20of%20Chinese%20Cultural%20Elements%20on%20the%20User%20Experience%20in%20Government%20Website%20Design%22&f=false

61 A. Mushtaha and O. De Troyer, Localized Website Design Advisor: A Web-Based Tool Providing Guidelines for Cross-Cultural Websites, In: *Design, User Experience, and Usability: Novel User Experiences, **Pt II.*** **Springer International Publishing**, Vol. 9747, July 2016, pp. 396-406. available

online at: https://www.researchgate.net/publication/304370922_Localized_Website_Design_Advisor_A_Web-Based_Tool_Providing_Guidelines_for_Cross-Cultural_Websites

62 Cui, T., Wang, X. & Teo, H., Building a culturally-competent web site: a cross-cultural analysis of web site structure, **Journal of Global Information Management**, Vol. 23, No (4),pp.1-25. October-December 2015. available online at: http://ro.uow.edu.au/eispapers/4986

63 سلوى أحمد محمد أبوالعلا ، الثقافات الفرعية كما يعكسها تصميم المواقع الإلكترونية المحلية ، دراسة تحليلية لمواقع المحافظات المصرية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال** ، العدد (11) ، (القاهرة : جامعة الأهرام الكندية ، 2015) .

64Francisco Tigre Moura, Juergen Gnoth,and Kenneth R. Deans , Localizing Cultural Values on Tourism Destination Websites: The Effects on Users' Willingness to Travel and Destination Image, Journal of Travel Research, 2015, Vol. 54, No.(4), pp. 528–542 . . available online at: https://www.researchgate.net/publication/273837427_Localizing_Cultural_Values_on_Tourism_Destination_Websites_The_Effects_on_Users%27_Willingness_to_Travel_and_Destination_Image

65 M. Sambyal and J. Manhas, impact of cultural diversities on website design, **Int.J.Computer Technology & Applications (IJCTA**), Vol 5 , No.2, March-April 2014, pp.334-337. Available online at: www.ijcta.com/documents/volumes/vol5issue2/ijcta2014050213.pdf

66 Hend S. Al-Khalifa and Regina A. Garcia, Website Design Based on Cultures: An Investigation of Saudis, Filipinos, and Indians Government Websites' Attributes, **Proceedings of the Third International Conference on Design**, User Experience, and Usability. User Experience Design for Diverse Interaction Platforms and Environments - Volume 8518, June 22 - 27, 2014, pp. 15-27 Available online at: https://www.researchgate.net/.../300452906_Website_Design_Based_...

67 Amber G. Young & Shaila M. Miranda, Cultural Identity Restoration and Purposive Website Design: A Hermeneutic Study of the Chickasaw and Klamath Tribes, **47th Hawaii International Conference on System Science**, 2014. Pp.3358 – 3367. Available online at: http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=6759019

68 Nouf Khashman and Andrew Large , Arabic Website Design: User Evaluation from a Cultural Perspective, Cross-cultural design : **5th international conference**, CCD 2013, held as part of HCI International 2013, Las Vegas, NV, USA, July 21-26, 2013. pp. 424–431. Available online at: https://www.researchgate.net/publication/290575844_Arabic_Website_Design_User_Evaluation_from_a_Cultural_Perspective

69 H.C.L. Hsieh, C.-H. Chen, and S.D. Hong, Incorporating Culture in Website Design: A Comparison of Taiwanese and Australian Website Characteristics, in Cross-Cultural Design. **Cultural Differences in Everyday Life**: 5th

2013, pp. 393–403, Available online at: https://books.google.com.eg/books?id=SPq5BQAAQBAJ&pg=PA393&lpg=PA393&dq=%22Incorporating+Culture+in+Website+Design:+A+Comparison+of+Taiwanese+and+Australian+Website+Characteristics%22&source=bl&ots=OSUZnG0HAx&sig=uzw5Cw7fPLNWv9I3WcAZOm2mfDc&hl=ar&sa=X&ved=0ahUKEwjin_LfyPPTAhXBWBoKHcyZBbkQ6AEIKjAC#v=onepage&q=%22Incorporating%20Culture%20in%20Website%20Design%3A%20A%20Comparison%20of%20Taiwanese%20and%20Australian%20Website%20Characteristics%22&f=false

70 Mousavi, M., and Khajeheian, D., Assessing the Consistency of the Design of Iranian Websites with Cultural Characteristics of their Target Users: An Investigation of the Hofstede Model, **Information Management and Business Review**, vol.4,no.6,pp. 362-369. Available online at:

71 رفعت محمد البدري ، تأثير اختلاف الثقافات بين الدول على تصميمات المواقع على الويب – دراسة تحليلية مقارنة على البلاد العربية وماليزيا وبريطانيا والولايات المتحدة واستراليا ، جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، المجلد (11) ، العدد (2) ، أبريل / يونيو 2012 ، ص ص 449- 490.

72 Alexandra Chirkova , Pepsi across cultures: analysis and cross-cultural comparison of Pepsi websites, **Master in Communication Thesis**, University of Gothenburg, Department of Applied Information Technology, Gothenburg, Sweden, May 2011. Available online at: https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/26744/1/gupea_2077_26744_1.pdf

73 Wan-ting Tsai , The culture differences on web design: a study of Taiwan's and United States' websites, , Iowa State University, 2010, Available online at: http://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2220&context=etd

74 Inhwa Kim and Jasna Kuljis, Manifestations of Culture in Website Design, **Journal of Computing and Information Technology - CIT** 18, 2010, 2,p.p 125–132. Available online at: www.hrcak.srce.hr/file/89709

75 منى أحمد محمد، أثر المتغيرات الثقافية على الدلالة الشكلية للشعار، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة حلوان : كلية التربية الفنية ، 2012)، ص142

76 فاتن فاروق، القوة التأثيرية لرموز الثقافة الشعبية ودورها في تصميم شعارات الدول العربية، **مجلة علوم وفنون**– دراسات وبحوث، المجلد 24 العدد 2 ابريل 2012 ، ص40.

77 Inhwa Kim and Jasna Kuljis,op.cit,p. 125.

78 رفعت محمد البدري ، مرجع سبق ذكره ، ص 451 .

79 Eristi Duygu, Cultural Factors in Web Design, **journal of theoretical and Applied information technology**, 2009 , p 1117.

80 محمد عبد الفتاح ، استراتيجية بصرية للشكل من منظور أيكولوجي في تصميم الشعار ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة حلوان : كلية الفنون التطبيقية ، 2011) ، ص 110-111 .

81 Paul Capriotti, Carmen Carretón& Antonio Castillo, Testing the level of interactivity of institutional websites, **International Journal of Information Management**, Vol. 36 Issue 1, February 2016, pp. 97-104. Available online at:

http://www.sciencedirect.com.ugrade1.eul.edu.eg:2048/science/article/pii/S0268401215000997

82 سلوى أحمد حمد ابوالعلا ، أساليب تحقيق التفاعلية في تصميم المواقع الإلكترونية السياحية الرسمية - دراسة تحليلية مقارنة ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد(15)، العدد(1)، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).

83 هاني فوزي عبد الغني ، تأثير الخدمات التفاعلية في المواقع الإلكترونية على كفاءة الاتصالات التسويقية في المؤسسات الخدمية المصرية : دراسة تحليلية وميدانية ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة جنوب الوادي : كلية الإعلام - قسم الاعلام ، 2016) .

84 هدى إبراهيم الدسوقي جمعة الغرباوي ، أثر التفاعلية في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإنتاجية في نجاح الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام ، 2016)

85 نجاح علي حسن ، أثر التفاعلية بين الصورة الصحفية بالمواقع الالكترونية والصورة التليفزيونية باليوتيوب على البناء المعرفي للمتلقي : دراسة تطبيقية ، **رسالة ماجستير** ، (جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، 2016).

86 منار منير محمود ، التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية ومدى إدراك الجمهور المصري لها، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (جامعة الأزهر : كلية الدراسات الاسلامية ، قسم الصحافة والاعلام ، 2015) .

87 طلعت عبد الحميد عيسى ، ماجد فضل صقر ، التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية- دراسة تحليلية ، **مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات** ، المجلد 5 ، العدد 1 ، فلسطين ، يونيو 2015 .

88 ناصر نافع البراق ، الصحافة الإلكترونية السعودية: دراسة تحليلية للعلاقة التفاعلية مع القراء ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة الإمام محمد بن سعود – قسم الصحافة والنشر الالكتروني ، 2014) .

89 ثائر تلاحمة،" حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة ،(عمان :جامعة الشرق الأوسط، 2012) .

90 أحمد عادل عبد الفتاح محمد، التفاعلية بالمواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري في اطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي :د راسة تطبيقية مقارنة، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة، (جامعة المنصورة :كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2013)

91 Anders Larsson, "*Interactivity on Swedish Newspaper Websites: What Kind, HowMuch and Why?*", The International **Journal of Research into New Media Technologies**, Vol.18(2), 2012, pp195-213, sage Publications. Available online at : www.andersoloflarsson.se/wp-content/.../Larsson_Convergence.pdf

92 Himelboim, I. and McCreery, S., New technology, old practices: Examining news websites from a professional perspective, **The International Journal of Research into New Media Technologies**, vol.18, no.4, pp. 427-444, 2012. Available online at: https://www.researchgate.net/publication/248391118

93 حمد بن ناصر الموسى ، العلاقة التفاعلية بين المشاركين في العملية الاتصالية عبر الاعلام الجديد – دراسة تحليلية للتفاعلية في المنتديات الالكترونية السعودية ، **المجلة العربية للاعلام والاتصال** – الجمعية السعودية للاعلام والاتصال ، العدد 9 ، مايو 2013 ، ص123 .

94 David J. Comeaux (2017) Web Design Trends in Academic Libraries—A Longitudinal Study, **Journal of Web Librarianship**,Vol.11No.1,pp. 1-15, Available online at: http://dx.doi.org/10.1080/19322909.2016.1230031

95 D. E. Wilson, Web content and design trends of Alabama academic libraries, **The Electronic Library** , Vol. 33, No.1 , 2015.pp. 88-102. Available online at: www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EL-05-2013-0100

96 Antonakis Achilleos, Ethical web design: An audit of municipality websites in Europe, **A Master dissertation , Uppsala University**, Faculty of Educational Sciences, Department of Education 2015. Available online at: http://uu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A824999&dswid=9354

97 M. Stanfill, The interface as discourse: The production of norms through web design, **new media & society**, Vol. 17, No (7), pp. 1059–1074, August 2015. available online at: http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444814520873

98 C. Gibbs and U. Gretzel, Drivers of Responsive Website Design Innovation by Destination Marketing Organizations , **Information and Communication Technologies in Tourism** 2015,pp. 581 – 592, Available online at: https://www.researchgate.net/publication/302402985_Drivers_of_Responsive_Website_Design_Innovation_by_Destination_Marketing_Organizations

99 Angie Thorpe & Ria Lukes , A Design Analysis of Indiana Public Library Homepages, **Public Library Quarterly**,Vol. 34, No.2, 2015, pp. 134-161, available online at: http://dx.doi.org/10.1080/01616846.2015.1036708

100 ساره محمد محمد على سيد احمد ، تصميم موقع الكتروني لتقيم كفاءة المواقع التعليمية، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (جامعة المنصورة. كلية التربية النوعية ، قسم إعداد معلم حاسب آلي ، 2015) .

101 Chen-kuo pai, et al, "a comparison of the official tourism website of five east tourism destinations", **inf technol tourism**, issue 2, vol 14, july 2014, p.97-117. Available online at: http://link.springer.com/article/10.1007/s40558-014-0007-7

102 J. Pallud, D.W. Straub, Effective website design for experience-influenced environments: The case of high culture museums , **Information & Management** 51 (2014), pp. 359–373, Available online at: https://www.academia.edu/31238138/Effective_website_design_for_experience-influenced_environments_The_case_of_high_culture_museums

103 Subair, S and AlEisa, H., Correlation and Regression Models to Assess the Usability of the Web Pages. Int'l Conf. Internet Computing and Big Data-ICOMP'14. July 21-24, 2014. .available online at: http://worldcomp-proceedings.com/proc/p2014/ICM2969.pdf

104 نهى جعفر سرالختم ، أسس ومعايير تقييم جودة الصحافة الالكترونية ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا : كلية علوم الاتصال ، قسم الصحافة والنشر ، 2014) .

105 A. Prisacari and Th. Holme, Using Eye-Tracking to Test and Improve Website Design, **Proceedings of the Second international conference on Design, User Experience**, and Usability: design philosophy, methods, and

tools - Volume Part I, July 21 – 26 2013, pp. 389–398, available online at: https://www.academia.edu/6906937/Using_Eye-Tracking_to_Test_and_Improve_Website_Design

106 Yunzhi Peng, Efficient Sports Websites Evaluation System Based on ASP Technology, **journal of software**, vol. 7, no. 7, JULY 2012, pp. 1617-1624. Available online at: http://www.jsoftware.us/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=110&id=1823 (25 /3 /2017)

107 ماجد دياب الزبير، تقويم أسس ومعايير التصميم الإيضاحي لصفحات المواقع الإلكترونية- دراسة حالة للموقع الإلكتروني لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا : كلية الفنون الجميلة والتطبيقية، 2012) .

108 Ping Chen, Efficient Tourism Website Design for Supply Chain Management, Springer, Berlin, Heidelberg, **Information and Business Intelligence**, Volume 267, p.p.660 – 665. 2012.

109 Stephen James Szigeti، The challenge of web design guidelines: Investigating issues of awareness, **interpretation, and efficacy**، Faculty of Information،University of Toronto، 2012 Available online at: https://tspace.library.utoronto.ca/handle/1807/32908

110 محمد مصطفى حسين ، تقييم جودة المواقع الالكترونية – دراسة تحليلية مقارنة بين المواقع العربية والأجنبية ، **مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية** ، جامعة تكريت – كلية الادارة والاقتصاد، المجلد6، العدد 18 ، 2010 ، ص ص 35 - 58.