

الفصل الثالث : مصداقية التصميم الصحفي على الإنترنت (المصداقية البنائية للموقع)

المبحث الأول : العناصر البنائية لصحافة الإنترنت

المطلب الأول : العناصر البنائية لموقع إخباري

المطلب الثاني : العناصر الجرافيكية

المطلب الثالث : العناصر التكنولوجية

المبحث الثاني: أنواع المواقع وكيفية تقييمها وصعوبته

المطلب الأول : أنواع مواقع الإنترنت وكيفية تقييمها

المطلب الثاني : عناصر التقييم

المطلب الثالث :الصعوبات التي تواجه عملية التقييم

المبحث الثالث: مصداقية التصميم الصحفي وأهميته

المطلب الأول: التصميم والمصداقية

المطلب الثاني : أهمية التصميم في إيصال المعنى

المطلب الثالث : فاعلية التصميم ودورها في التأثير على المصداقية

مقدمة :

للتركز على مصداقية المظهر ، أو التصميم ، فلا بد من معرفة العناصر البنائية للمواقع الإخبارية وبنيتها الإلكترونية وتأثير التصميم على اكتساب المصداقية لدى الجمهور وأهمية التصميم في إيصال المعنى ، بدون الخوض في مقدمات حول تعريفات الصحف الإلكترونية ونشأتها وتطورها وأنواعها لأن هذه الموضوعات قتلت بحثاً وسيكون إهدار لوقت القارئ إذا تم الخوض فيها .

وتتمحور مصداقية التصميم في جزء متعلق بالمصداقية البنائية للمواقع الإخبارية ، وهي ما تعرفها الباحثة بأنها هي المصداقية التي تتعلق بآليات ونظم تصميم الرسالة الاتصالية من حيث البناء والإخراج وتمكين القدرة على البحث والتفاعل مع الجريدة الإلكترونية من قبل الجمهور المستخدم.

المبحث الأول : العناصر البنائية لصحافة الإنترنت

المطلب الأول : العناصر البنائية لموقع إخباري :

يقصد بالعناصر البنائية لموقع إخباري هي مجموعة من العناصر التي تتكون منها الصحف الإلكترونية المنشورة على الإنترنت ويمكن تصنيفها إلى ثلاثة عناصر وهي¹ :

- ١- عناصر تيبوغرافية :- وتشمل النصوص ، والخطوط ، والعناوين ، والفواصل ، والجدول ، وهي التي تتميز بها الصحف التقليدية .
- ٢- عناصر جرافيكية :- وتشمل الألوان ، والصور ، والرسومات ، وهذه العناصر تتميز بأنها مشتركة بين الصحف التقليدية والإلكترونية ، إلا أن التقدم التكنولوجي أضيف إليها مزيداً من الجاذبية .
- ٣- عناصر تكنولوجية :- وتشمل الرسوم المتحركة ، والوسائط المتعددة ، والنص الفائق .

¹ فوزي عبد الغني ، "العناصر البنائية في الصحف العربية الإلكترونية: دراسة تحليلية مقارنة على صحف الأهرام والأنوار والشرق الأوسط" مجلة كلية الآداب (كلية الآداب : جامعة الزقازيق ، ٢٠٠٠) ص ٨٣

بالنسبة للعناصر المميزة بالصحف الإلكترونية وهي العناصر الجرافيكية والتكنولوجية فيمكن أن نلخصها في الآتي :

المطلب الثاني : العناصر الجرافيكية :

بالنسبة للعناصر الجرافيكية فيمكن أن تؤدي العناصر الجرافيكية من الصور والرسوم عدة وظائف تؤثر في المصدقية من أهمها :-¹

- تمثل عامل جذب لانتباه القراء .
- تمد الجمهور والمستخدم بالمعلومات .
- تعطي القراء إحساساً بالشعور بأنهم يشاهدون ويشتركون في الحدث .
- توضح ردود أفعال ومشاعر المشتركين في الأحداث .
- تقلل من حدة الحروف والكلمات المكتوبة ، وتضفي على الصفحة مظهراً جذاباً .
- تؤكد المعلومات المصاحبة للصور والفيديو .

ويرى Word أنه يجب مراعاة عدد من المعايير عند استخدام الصور والرسوم وهي :-²

- يجب أن تستخدم الصور والرسوم لإكساب الصحيفة نوع من الواقعية .
- تجنب الصور ذات الدرجات الرمادية ، أو الفلاتر الملونة ، حتى لا تعطي القارئ انطباعاً خاطئاً عن الموضوع .
- عدم المبالغة في حجم الصور على الشاشة ، لأنها تتطلب سعة تخزينية كبيرة .
- إمكانية تكبير الصور ، لأن الصورة الكبيرة تكون أكثر تأثيراً في جذب عين القارئ .
- الحفاظ على وحدة الشكل .
- الوضوح في عناصر الصور والرسوم .
- الواقعية في اختبار الصور والرسوم ، واستخدام الصور المتعارف عليها .
- التناسب بين حجم الصورة ، والمادة التحريرية التابعة لها ، وتوظيف الصورة في المكان المناسب .
- كتابة تعليقات الصورة بشكل واضح .

¹ -Ang, T., "picture editing an introduction (Oxford: Focal press , 1996)p.p 41-42

² -Word, M., "online journalism ," (New york : focal press , 2002)p.p 57-58

- البساطة في عرض الصور المتعلقة بموضوع واحد على شاشات متتابعة ، ويتم الربط بينها باستخدام التعليق الصوتي .
- الرسوم الخطية يجب أن تحافظ على النسب الطبيعية في الرسوم بعكس الكاريكاتير .
- أن تكون الرسوم جيدة الإخراج ويتوافر فيها عناصر الاتزان والتباين والبساطة والتكامل داخل الموضوع .

أما بالنسبة للألوان فيمكنها تأدية عدة وظائف منها :-¹

- التمييز بين العناصر المختلفة باستخدام لون مميز لكل فئة من العناصر .
- الربط بين العناصر المختلفة باستخدام لون واحد .
- تحقيق التباين بين الخطوط الموجودة في الصفحة .
- إسرار عملية البحث داخل النصوص الطويلة ، وذلك بتمييز بعض الكلمات المفتاحية في النص والعناوين الفرعية .

ولكن هناك مجموعة من المعايير التي يجب أن يلتزم بها المصمم عند اختيار الألوان منها :-²

- تجنب الألوان الصارخة ، والدرجات الفاتحة من الألوان .
- تجنب تجاور الألوان المتعارضة مثل: اللون الأخضر والأزرق ، لأن العين البشرية لن تميز درجات تلك الألوان بشكل صحيح .
- تجنب نقص التباين اللوني ، بمعني المحافظة على قدر من التباين بين الشكل والأرضية .
- تجنب الزيغ اللوني مثل : الألوان البراقة جداً كالأزرق الصارخ أو الأحمر الفاقع أو الأخضر الفسفوري ، وذلك حتى لا يؤثر على شبكة العين غير القادرة على التركيز في تفاصيل تلك الألوان .
- تجنب حالات العمى اللوني عند توظيف اللون ، والذي يحدث في حالة النظر إلى شاشة الكمبيوتر في الضوء المنخفض .

¹- Thom ,N and Pong, F , "world wide web publishing , an interview of www newspaper from the united state," Journalism and mass communication quarterly (vol.75, no.2, 1998)

²- ماجد سالم تريان " الصحافة الإلكترونية الفلسطينية:دراسة مسحية ،" رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ٢٠٠٧) ص.ص ١٥٤-١٥٥

المطلب الثالث : العناصر التكنولوجية :

من أهم هذه العناصر هي الوسائط المتعددة التي تستخدم في دعم الوسائط التقليدية المتمثلة في النص والصورة وتستخدم الوسائط المتعددة كذلك في إضفاء الصوت والفيديو على النص .

وتساعد هذه الوسائط على تحقيق أدوار هامة في جذب القارئ وجعله مهتم أكثر بكل ما يدور في الموقع والتركيز في الأخبار بشكل أكبر ، ومن أهم الأدوار التي تحققها هذه العناصر هي :-¹

- التحرر من أسر التنظيم الخطي ، مما يعطي القارئ حرية تامة في اختيار مسار رحلة القراءة .
- إمكانية عرض الموضوع من جميع جوانبه أمام القارئ في شكل Script أو سيناريو كامل يحتوي على النص والصوت والحركة مما يحقق أكبر قدر من الموثوقية للموقع وكذلك إتاحة الفرصة لعمل سبق صحفي باختلاف الصور والفيديوهات المعروضة مع الخبر .
- ربط المتصفح للانترنت بالصحيفة ، من خلال الاستحواذ على مدركاته السمعية والبصرية؟
- خلق عوالم لواقعية عن طريق مجموعة من اللقطات الخيالية التي تحقق للمشاهد نوع من التسلية والمتعة والهروب من الواقع ، وإضافة القيم الجمالية والنفعية ، فالقيم الجمالية تجعل العمل يتلأأ بين ثنائية السمع والإبصار ، أما النفعية فتتمثل في إمداد المخرج بعناصر مساعدة للعناصر التقليدية تساعده في التعبير عن المضمون ببراعة ودقة أكبر من ذي قبل .²

ويعتبر استخدام الصوت والصورة والفيديو في المواقع الإخبارية من أهم الوسائط المتعددة الموجودة بالمواقع الإخبارية ، وأغلب المواقع الآن أضافت الصوت ليس فقط كعنصر تحذيري لخطأ ما أو لجذب الانتباه، ولكن أيضا تم استخدامه في خدمة جديدة متاحة الآن على بعض المواقع الإخبارية المعروفة كموقع جريدة اليوم السابع وموقع جريدة الأهرام وهي **خدمة الراديو الخبري** ، أما خدمة الفيديو فهي مهمة جدا وتؤثر على درجة تصديق الجمهور للحدث الإخباري كذلك فإنها تتيح السبق الصحفي والتعبير الحر والواقعي عن الأخبار

¹ - فوزي عبد الغني 'مرجع سابق' ص ٩٧

² - حلمي محسب "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة جنوب الوادي ، كلية الآداب ، ٢٠٠٤) ص ٩٥

المعروضة ، وتتبع أهميتها من أنها تجعل المشاهد يتعايش مع الحدث وكأنه من مفرداته ، ولكنها للأسف تكون عادة مرهونة بقوة أو بطء الاتصال بشبكة الإنترنت وكذلك كبر حجم ملفات الفيديو وكذلك درجة نقاء الصورة ودرجة نقاء الصوت .

وهناك نوعان حالياً لوجود الفيديو في الموقع الإخباري وهما :-

١ - فيديو يدخل في التركيب الأساسي للصفحة نفسها ومتاح عرضه على الصفحة نفسها دون الحاجة لتحميل أو فتح صفحة خاصة به .

٢ - فيديو موجود كملفات إضافية ملحققة بالصفحة ، فعند الضغط لمشاهدة الفيديو يفتح تلقائياً صفحة جديدة لمتابعة الفيديو بالحجم المناسب.

ويجب أن تتوفر عدة خواص في الموقع الإخباري ليكون يسر الاستخدام الأمر الذي يشجع المستخدم على تصفح الموقع وتكرار زيارته ، ما يمثل نجاحاً للموقع بوجه عام ، فهناك عدة معايير خاصة تميز طبيعة استخدام المواقع الصحفية ومن أهمها الآتي :-^١

يسر استخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية:

تتركز أبرز مشكلات يسر استخدام المواقع في الآتي :-^٢

- عدم وضوح معاني العناوين والكلمات المستخدمة .
- حاجة المستخدم إلى التذكر كثيراً .
- تكديس المواد المصورة واستخدامها بدون داع .
- الفهم غير الصحيح لتصميم المواقع .
- ضعف مقابلة تصميم الموقع لاحتياجات المستخدم .
- مشكلات التجوال داخل الموقع .
- التصميم بدون وضع الجمهور المستهدف في الاعتبار .
- تصميم الموقع لا يعكس أهداف المستخدم .
- عدم كفاية الخصوصية والأمان للمستخدم .

^١ -منار فتحي محمد رزق "تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت"، رسالة دكتوراه غير منشورة(كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩)ص٩٤

^٢ -Smith Micheal j, "usability evaluation and interface design : cognitive engineering , intelligent agents virtual reality(Lawrence Erlbaum Associates, 2001)p.185

ولقد تناولت أدبيات متنوعة معايير يسر استخدام المواقع الإلكترونية ويمكن تلخيصها في النقاط الآتية :-

أولاً: الاهتمام بالمستخدم في المقام الأول :

ويتم ذلك من خلال توفير ما يبحث عنه المستخدم ، فوجود المستخدم على الموقع مرتبط بمدى توفر المعلومات التي يبحث عنها ، لذا ينصح بتوفير مثل تلك المعلومات في الصفحة الرئيسية للمواقع.

وكذلك توفير ما يدل على مضمون الموقع ، فأحياناً يحتوي الموقع على معلومات كثيرة غير مرتبة بشكل متخصص ، مما يصعب على المستخدم معرفة طبيعة مضمون الموقع ككل .¹

ثانياً : فيما يتعلق بالمتصفح يجب مراعاة الآتي :²

- إظهار الموضع الحالي للمستخدم بشكل واضح ، أي أن المستخدم موجود في أي قسم أو في صفحة وفي أي باب .
- وجود رابط للصفحة الرئيسية يمكن تحديده بوضوح.
- الوصول إلى الأجزاء الأساسية والمهمة للموقع من على الصفحة الرئيسية .
- توفير خريطة للموقع ، خاصة إذا كان الموقع كبيراً ومعقداً .
- إتاحة وظيفة البحث ، مع سهولة استخدامها.

ثالثاً : أما فيما يتعلق بالمضمون فيجب مراعاة الآتي :³

- إبراز المعلومات والوظائف المهمة للموقع الإخباري.
- حذف المعلومات غير المهمة أو نادرة الاستخدام .
- تجميع المعلومات أو المهام ذات الصلة في نفس الصفحة أو القائمة .
- استخدام لغة سهلة خالية من المصطلحات المعقدة .
- استخدام فقرات مختصرة .
- الاعتماد على الروابط المختصرة ، المعبرة والواضحة لا المخبأة داخل المتن .

¹ - brown roger "nine effective tips for improving your website's usability," article in webprnews , August 18, 2004 [online at] <http://www.webprnews.com/nine-effective-tips-for-improving-your-websites-usability-2004-08> (28/3/2012)

² - منار فتحي محمد رزق (مرجع سابق)ص ٩٥

³ - Trenton Moss, "Content & usability: Writing for the web"[online at] <http://www.webcredible.co.uk/user-friendly-resources/web-usability/web-content.shtml> (28/3/2012)

- وجود تعريف لمصطلحات المستخدمة.

رابعاً: رجع الصدى للمستخدم :

ويتم ذلك من خلال توفير عوامل التفاعلية داخل الموقع ويتم ذلك من خلال :-

- توفير علامات مرئية للمستخدم عن ماذا يجري داخل الموقع ، بشكل يوضح له ما المدة المستخدمة في التحميل وما الوقت المتبقي لتحميل جميع عناصر الصفحة .
- استقبال المستخدم بريداً إلكترونياً من الموقع إذا لزم الأمر .
- إتاحة إرسال بريداً إلكترونياً من قبل المستخدم للجريدة .
- ظهور شاشة تأكيد عند الانتهاء من إرسال البريد للجريدة .
- إعلام المستخدم بحاجته إلى استخدام برامج مساعدة أو إصدار معين من متصفح ما .
- يجب أن تحتوي كل صفحة على تاريخ آخر تحديث جرى فيها .

خامساً : وضوح بناء وشكل الموقع :

ويتم ذلك من خلال :-¹

- تصميم الموقع وفقاً لمنظور المستخدم .
- سهولة التجوال داخل الموقع .
- تصميم وإخراج الموقع يجب أن يكون قوياً وحازماً .
- توفير قدر مناسب من البياض حتى لا تبدو الصفحات مكدسة .
- تجنب المواد المتحركة غير المهمة لأنها تستطيع تشتيت عين القارئ إلى أشياء غير مهمة .
- سهولة إدراك ألوان الروابط التي تمت زيارتها من تلك التي لم يتم زيارتها بعد .

¹ - منار فتحي محمد رزق (مرجع سابق)ص ٩٦

المبحث الثاني : أنواع المواقع وكيفية تقييمها وصعوبته

المطلب الأول : أنواع مواقع الإنترنت وكيفية تقييمها :

إن المتصفح لشبكة الإنترنت يلاحظ اهتماماً متزايداً في بناء مواقع مختلفة . وهناك تقسيمات وتصنيفات متعددة للمواقع . ويمكن تقسيم المواقع المتاحة على الإنترنت على أساس الجهة المعدة للموقع ، وبهذا يمكن تقسيم المواقع إلى ما يأتي¹ :

١- مواقع حكومية : وتقوم بإعدادها جهات حكومية للتعريف بنفسها ونشاطها والخدمات التي تقدمها .

٢- مواقع تعليمية / أكاديمية : وهي مواقع تقوم ببنائها مؤسسات تعليمية خاصة ، خاصة الجامعات والكليات للتعريف بمناهجها وكيفية الانتساب إليها ، وقسم منها يوفر التعليم عن بعد بواسطة الإنترنت واستخدام تقنيات تعليمية متطورة لبناء بيئة التعليم الافتراضية (Virtual Learning Environment) .

٣- مواقع ثقافية : وهي مواقع تقدم معلومات عامة للزوار كمعلومات عامة عن بلد معين وصفحات أشخاص في مجال ثقافي معين كالشعر والمسرح وغيره .

٤. مواقع إخبارية / إعلامية : وهي المواقع التابعة لمؤسسات إعلامية .

٥. مواقع شخصية : وهي صفحات يقوم ببنائها أشخاص للتعريف بأنفسهم ومجالات اختصاصهم ، وأحياناً تكون تابعة لأشخاص في غاية الأهمية .

٦- مواقع تجارية / تسويقية : هي مواقع تهتم بالتجارة الإلكترونية وتسويق البضائع عن طريق الإنترنت .

٧. مواقع ترفيهية : هي مواقع الغرض منها ترفيه الزائر ، وتحتوي على ألعاب وموسيقى وأفلام.

¹ - هشام جعفر "الصحافة الإلكترونية في مصر .. الواقع والتحديات"، مجلة الدراسات الإعلامية، عدد ١١٤ (مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر، يناير-مارس، ٢٠٠٤) صص ٢٣٨-٢٤٢
- محمد الفلحي "النشر الإلكتروني : الطباعة والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة" ط١ (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥) صص ١١٥-١١٧

المطلب الثاني : عناصر التقييم :

وفيما يلي نستعرض الخطوات التي يتم إتباعها في عملية تقييم مواقع الإنترنت المختلفة :

فوجد روبرت هاريس يستعرض عدة معايير لتطبيقها في تقييم مصادر البحث في الإنترنت حيث يقوم بتجميعها في أربع فئات رئيسية يطلق عليها جودة المعلومات ويعبر عنها باختصار CARS وهي :

١- المصداقية Credibility : - يتحتم على الباحث التأكد من مصداقية التي يوفرها الموقع ومدى صحتها .

٢- الدقة Accuracy : يتضمن هذا المعيار صحة البيانات وحدثتها والشمولية والجمهور المستهدف ، لأن تطور العلوم أسفر عن نتائج ونظريات جديدة أدت إلى إلغاء نظريات سابقة .

٣. المعقولة Reasonableness : تشمل هذه الفئة مدى الالتزام والمعقولة والاعتدال في تقديم المعلومات ، وعدم التعصب في الدفاع عن فكرة أو مبدأ بطريقة منحازة .

٤. الدعم Support : هذا المعيار يتمثل في ذكر المعلومة الأصلي ، وذكر المراجع التي اعتمد عليها في إعداد المادة العلمية ، وتوفير إمكانية الرجوع إليها ، وإن توفر وسائل الاتصال بأصحاب المسؤولية الفكرية يولد نوعاً من الموثوقية والمصداقية للمعلومات المتاحة في الموقع .

ونجد باحث آخر يذكر أنه لا بد في بداية التقييم من تحديد الغاية من البحث ، وبالتالي نوع المعلومات التي تنتظرها ، وهل الهدف علمي أم إخباري ، تجاري ، أم ترفيهي ؟ ، ثم نبحث عن وقائع أم عن آراء وتحليلات . يليه التعرف على نوع الموقع واسم المجال . فاقترح سبع معايير لتقييم المواقع هي :

١. سهولة الوصول إلى الموقع :

وهي مقاييس مرتبطة بالوصول إلى المعلومات وهي من العوامل التي تشجع على استخدام المواقع والعودة إليه كسرعة الاتصال بالجهاز الخادم والتمن أو مجانية الاستخدام ، وأوقات الزوار والحاجة إلى برامج خاصة لقراء الموقع .

¹ - Harris Robert :Evaluating Internet Research Sources Available at:
WWW.Vangaurd.edu/faculty/RHarris/evalu8it.htm. (2/11/2010)

٢. الجمهور :

لمن يتوجه الموقع ؟ (فئات العمر ، والتخصص ، وعدد الزوار ، ونحوها)

٣. الإسناد :

فتبدو مصداقية الموقع من خلال شهرة المؤلف والهيئة المسؤولة عن الموقع عامل جذب وثقة بالموقع .

٤. حدثة المعلومات :

يعد تحديد تاريخ الإنشاء ونمط تحديث المعلومات والإعلان عنه لمستخدمي الموقع عامل جذب وثقة بالموقع .

٥. المحتوى :

هل يتضمن الموقع نصوصاً كاملة أو إحالات ؟ اللغة ، التغطية الموضوعية وعمق المعالجة .

٦. المعالجة وتنظيم المعلومات :

توفر المعلومات الدقيقة وتقديمها إلى المستخدمين بشكل منظم وحسب احتياجاتهم .

٧. شكل تقديم المعلومات :

يرتبط بالتصميم والاعتبارات الفنية للموقع لجذب الزوار .

كما يؤكد على ضرورة التمييز بين الجزء والكل في الموقع ، وهل الموقع جزء من موقع آخر أكثر شمولاً ، ثم تطبيق مقاييس التقييم بعد ذلك ^١ .

^١ - مود هاشم ، "منهجية ومقاييس تقييم المواقع على الشبكة العالمية العنكبوتية : الاستراتيجية العربية الموحدة للمعلومات في عصر الإنترنت" ، أعمال المؤتمر التاسع للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (تونس ، ١٩٩٩) . ص ٤٣٥ . ٤٥١ .

وتوضح الدراسات بشأن كيفية تطبيق مقاييس التقييم بأنها عبارة عن استخدام قائمة اختيار لقياس المعايير المحددة للتقييم والحكم على مستوى كفاءة موقع المعلومات بناء على تحليل نتائج قائمة الاختيار .

وصنفت معايير التقييم إلى مجموعتين هما :

* مجموعة الأعمال التجارية : وهى التي تشتمل على قوائم بالمواقع المتوافرة على الإنترنت مصنفة حسب الموضوع ، ويندرج تحت هذه المجموعة بعض الدوريات والمطبوعات التي تقدم تقييماً لمواقع الإنترنت ومن أهمها الصفحات الصفراء Yellow Pages ، والشبكة The net ، وجواز الإنترنت Internet Passport .

* مجموعة الأعمال الفردية : وتضم هذه المجموعة المحاولات العلمية التي قام بها بعض المتخصصين لإيجاد معايير وقوائم اختبار لتقييم مواقع الإنترنت .

ونجد أنه وضح عناصر التقييم وفسرها بصورة واضحة ونوردها فيما يلي :

أولاً : المسئولية الفكرية :

لابد أن تشير الصفحة الرئيسية من الموقع إلى اسم الكاتب ، ومن ثم يمكن الحكم عليه حسب مكانته العلمية وشهرته في ذلك التخصص .

ويفضل أن يحتوى الموقع ذاته على ترجمه موجزة للمؤلف وكيفية الاتصال به أو أن يكون هناك إحالة إلى موقع آخر يتضمن تلك المعلومات ، وكثيراً ما تكون بعض المواقع ذات صبغة رسمية بانتمائها إلى هيئة أو منظمة معينة ، وهنا يكتسب مصدر المعلومات ثقة أكبر بشرط أن يقدم الموقع معلومات عامة عن تلك المنظمة .

وفي الغالب تدرج تلك المعلومات تحت الإحالة "حول About" ، ومن الأهمية بمكان أن يتم توثيق جميع مصادر المعلومات التي يتم الرجوع إليها عند إعداد المادة العلمية لموقع المعلومات.

ثانياً : المحتوى الموضوعي :

يجب أن يكون المحتوى الموضوعي يتلاءم مع طبيعة الجمهور المستهدف ، فما يمكن تقديمه لجمهور الأطفال يختلف تماماً عما يقدم للبالغين، وما يناسب جمهور المتخصصين لا يناسب بالضرورة العامة ، كما يجب أن لا نغفل الحدود الزمانية و المكانية في التغطية .

ومن الأفضل أن يحتوى الموقع على روابط إضافية تفضي إلى مواقع أخرى ذات علاقة بالموضوع ليتمكن الباحث من الرجوع إليها للاستزادة والتفصيل .

ثالثاً: حداثة المعلومات :

يجب أن ينص الموقع على تاريخ إنشائه وتاريخ آخر عملية تحديث تمت عليه ، وهل تنفذ بشكل دوري ومنتظم أم لا.

رابعاً : تصميم الموقع :

١. يجب مراعاة عدم المبالغة في تبني المؤثرات الجمالية من الوسائط المتعددة بل استخدام القدر المناسب الذي يفيد في توصيل الرسالة حتى لا يكون ذلك أو برامج إضافية قد لا تتوفر لدى المستخدم .

ويمكن إضافة خيار تصفح الموقع بشكله النصي Text وذلك للمستخدم الذي يود تناوله سريعاً للموقع .

٢- يجب مراعاة التوزيع المنطقي والمتسلسل للمعلومات بحيث نبدأ بالعنوان الرئيسي للموقع Header ، ثم قائمة المحتويات التي يمكن النقر عليها للوصول المباشر إلى كل جزء من الموقع وإلى كافة صفحاته الفرعية التي لا بد أن تصدرها عناوين فرعية واضحة .

بعد ذلك يمكن استعراض ما يحتويه الموقع من موضوع حتى ننتهي إلى ذيل الصفحة الرئيسية Footer الذي غالباً ما يحتوى على عنوان صاحب الموقع .

كما يمكن أن يشتمل على إعادة لقائمة المحتويات خاصة في المواقع التي تكون الصفحة الرئيسية لها طويلة ، وينبغي أن نلاحظ أيضاً حسن اختيار الأيقونات والأشكال والصور والألوان التي تتناسب الموضوع وفئات المستخدمين منه .

خامساً الدخول على الموقع :

إن السهولة في إجراءات الدخول على مواقع الإنترنت من أهم الخصائص التي يجب مراعاتها ، حيث إن تلك العملية أولى الخطوات التي يقوم بها المستخدم عندما يريد البحث عن موقع معين ، فقد يكون ذلك عامل جذب أو طرد بناء على الجهد والوقت اللازمين للدخول اللذين يتأثران بجودة وفعالية التصميم . كما أن فترة توقف الموقع عن العمل خلال اليوم والليلة من التساؤلات المهمة لاسيما في اختلاف التوقيت حول العالم .

علاوة على التكلفة المادية التي تتطلبها عملية الدخول والبحث في موقع الإنترنت حيث نجد أن بعضها يفرض رسوماً أو اشتراكاً دورياً أو حسب مرات الدخول ، لذلك يمكن تقدير تناسب هذه التكلفة بالمرود المتوقع الذي يوفره الموقع المقصود . ما إذا كان هذا المرود يمكن الحصول عليه من مصادر أخرى بتكلفة أقل ويحرص كثير من أرباب المواقع الجيدة على ربطها بالعديد من فهارس ومحركات البحث في شبكة الإنترنت بهدف إتاحة الاستفادة القصوى مما تقدمه تلك المواقع من خدمات ومعلومات .

كما يضمنون مواقعهم بالفهارس والكشافات وإمكانيات البحث وغيرها من الوسائل التي تيسر عملية الوصول المباشر إلى المعلومة داخل الموقع.¹

ونتناول فيما يلي أهم المعايير المستخدمة في تقييم مصادر معلومات الإنترنت التي استعرضها بالتفصيل ، "هشام عزمى" ، في دراسته حول تقييم مصادر معلومات المتاحة على الإنترنت :²

1. قابلية الوصول Accessibility :

إن قضية الوصول إلى الموقع site من الأمور الهامة في عالم المعلومات الإلكترونية .

وتظهر عدة تساؤلات هنا لتحديد قيمة هذا الموقع منها :

هل يمكن الوصول للموقع باستخدام الأجهزة والبرمجيات المعيارية، أم أنها تحتاج إلى بيئة خاصة ؟ هل الروابط البيئية معنونة وجيدة ؟

¹ - خالد عبد الرحمن الجبري . مرجع سابق . ص ٩٩ . ١٠٢ .

² -- Hesham Azami , "Internet Information Sources : A proposed Criteria for Evaluation," Arab Journal of Library and Information Science (Vol.18, No.1 , January 1998) P 16-22.

هل هناك محدوديات للوصول إلى الموقع من قبل مختلف المستخدمين مثل كلمات المرور ، ومتطلبات الشبكة ، الخ ؟ بالإضافة إلى ضرورة تحميل المعلومات بسهولة وبدون مشاكل وفي وقت معقول .

٢. الدقة Accuracy :

يجب اختيار دقة المعلومات الموجودة في المصدر ، ويمكن أن يتم ذلك خلال مقارنة المعلومات الموجودة على موقع الإنترنت بالمعلومات الموجودة على مصادر أخرى موثوق بها مثل المصادر المطبوعة أو المعلومات المتوفرة لدى المقيم نفسه .

٣. الجمهور Audience :

يجب تحديد الجمهور المقصود والموجه له الموقع . فالمواقع الموجهة إلى العلماء والمتخصصين يجب أن تختلف عن المواقع الموجهة للجمهور العام من حيث درجة التعقيد والحالة التي تقدم بها المعلومات .

٤. التأليف Authority :

يجب تقييم مؤهلات وكفاءة المؤلف أو مُعد الموقع ، ومن أمثلتها مستوى المؤلف ، ومدى تخصص وخبرة المؤلف في مجال هذه المعلومات ، ويجب أن ينتمي الموقع إلى مصدر موثوق به مثل جامعة ، جمعية ، شركة تجارية بالإضافة إلى ضرورة توافر السمعة الحسنة لهذا المصدر ، كما يجب توافر إمكانية للاتصال بالمؤلف مثل عنوان البريد الإلكتروني له .

٥. قابلية التصفح / الإبحار Browsability\ Navigation :

يجب أن يكون الإبحار عبر الموقع سهلاً ، ويجب أن تكون الأيقونات / الروابط معنونة بوضوح ، كما يجب اختبار ما إذا كانت هناك خريطة أو قائمة محتويات يمكن استخدامها في الإبحار داخل الخبر .

٦. أدوات التصفح Browsers :

هل يسمح الموقع باستخدام أدوات تصفح معيارية مثل : Internet Explorer أو Netscape Navigator .

٧. الشمولية Comprehensiveness :

ما هي مظاهر الموضوع المغطاة ، وهل يركز على مجال ضيق أم مجال واسع ، ويتم قياس عمق أو مستوى تفصيل الموضوع ، ويجب أن تكون تغطية الموضوع كافية لإشباع احتياجات المستفيد .

٨ . التكلفة Cost :

بالرغم من أن الوصول إلى معظم المصادر المتاحة على الإنترنت يكون بغير مقابل فإن بعض المواقع لا يتم الوصول إليها إلا بعد دفع أجر وإذا كان هناك أجر مقابل الخدمة ، يجب تحديد ما إذا كانت المعلومات تستحق هذا الأجر ، خاصة إذا كانت المعلومات موجودة مجاناً في مكان آخر. ويجب أن تكون الاشتراكات أو تكاليف الوصول معقولة وعادلة .

٩. التغطية Coverage :

يجب تقييم تغطية المصدر مقارنة بتغطية المصادر الأخرى لنفس الموضوع فهل يقدم مصدر الإنترنت نفس المعلومات الموجودة في المصادر الأخرى ؟ هل يُحدث مصدر الإنترنت المصادر الأخرى أو يضيف معلومات جديدة ؟ هل التغطية موسعة أم ضيقة بما يتناسب مع الجمهور المقصود ؟ ومن المتوقع تغطية جميع أوجه الموضوع وتغطيتها بعمق .

١٠. الحداثة Currency :

يجب اختبار حداثة مصدر المعلومات ، ومعرفة ما إذا كان يتم تحديثه أم لا .

١١. التصميم Design :

يجب أن يكون تصميم الموقع مناسباً لجمهوره المقصود و يجب أن يكون إيجاد المعلومات الموجودة على الموقع سهلاً ، وأن يكون من السهل استخدام عناصر وملامح تصميم الموقع مثل : الرسوم المتحركة ، والرسوم، والملفات الصوتية . بالإضافة إلى أن المستفيد يجب أن يكون قادراً على التجوال في المصدر بسهولة . ويجب أن تكون المهارات المطلوبة لاستخدام الموقع مناسبة للجمهور المقصود .

١٢ . التوثيق Documentation :

يجب تحديد وذكر المصادر التي استخدمها مؤلف المعلومات . يجب أن يذكر المؤلف المراجع التي اعتمد عليها ليثبت صحة المعلومات.

١٣ . سهولة الاستخدام Easy to Use :

يجب تصميم الموقع بحيث يكون صديقاً للمستخدمين Friendly-Use وهناك مواقع تضيف تسهيلات للمستخدمين المعاقين مثل : المعاقين سمعياً أو بصرياً .

١٤ . التفاعل Interactivity :

يتيح موقع المعلومات التفاعلي للمستخدم إدخال إجابة وتلقى تلقياً مرتد عنها وعندما تتوفر أدوات التفاعل مثل أشكال Cig Scripts فمن الضروري اختبارها لتحديد ما إذا كانت تعمل أم لا ؟ وهل أضافت شيئاً للموقع ؟

١٥ . الربط Linking :

تعتبر الروابط أو النصوص الفائقة إحدى المزايا الرئيسية في مصادر معلومات الإنترنت . ويجب اختبار وضوح وملائمة الروابط لموضوع الموقع .

كما يجب التمييز بين روابط ward-in وروابط ward-out . ويجب أن تكون الروابط واضحة ومفهومة . ويجب إعلام المستخدم بكل أنواع المعلومات التي سيتم إحالته لها سواء أكانت فيديو ، أو صوت ، أو ملفات نصية ، ويجب تحديث أو إلغاء الروابط القديمة .

١٦ . الوسائط المتعددة Multimedia :

يجب أخذ الصور والأصوات المضافة إلى مصدر معلومات الإنترنت في الاعتبار عند تقييم هذا المصدر . ويجب أن تكون الوسائط المتعددة ،"صوت ، صورة ،" ملائمة لمحتوى الموقع وألا تكون موجودة كديكور فقط .

١٧. الموضوعية / الانحياز \ Objectivity \ Bias :

يمكن أن تتأثر المعلومات بوجهة نظر المؤلف ، لذا يجب الحكم على موضوعية المعلومات المقدمة، خاصة إذا كانت متعلقة بمصدر تجارى . بالإضافة إلى ضرورة اختيار المصادر التي تقدم وجهات نظر اجتماعية أو سياسية أو دينية للتأكد من حياد المعلومات المقدمة .

١٨. التنظيم Organization :

يجب أن تكون المعلومات الموجودة على الموقع منظمة بشكل جيد، فيجب أن يكون لكل صفحة عنوان موجز ووصفي . والوثائق المكونة من عدة صفحات يجب أن يذكر عنوان الوثيقة وتاريخها أعلى كل صفحة .

١٩. الناشر / الراعي / الصانع \ Publisher \ Sponsor \ Creator :

يجب تحديد شرعية الناشر / الراعي / الصانع . ويجب اختيار المجال الذي ينتمي إليه الموقع (مثل تعليم ، حكومة ، منظمة ، الخ) ويجب أن يتناسب هذا مع المعلومات المقدمة في الموقع.

٢٠. الغرض Purpose :

يجب أن يصرح بغرض وهدف الموقع صراحة . ويجب أن يتناسب الغرض مع الجمهور المقصود . ويجب أن يكون الهدف من المعلومات المقدمة واضحاً فهل هي للإعلام أم للشرح أو للإقناع .

٢١. الموثوقية Reliability

هل يمكن الوصول لمصدر الإنترنت بثقة ؟ أم أنه عادة ما يكون محملاً فوق طاقته أو خارج الخط المباشر ؟ ويجب أن يكون تركيب المصدر وتكوينه ثابتاً ، وألا تخنفي ملامحه . كما يجب أن تكون جودة المعلومات المقدمة في الوثيقة متوافرة في الوثيقة كلها .

٢٢. العروض Reviews :

يجب استشارة خدمات المراجعة [العروض] للحصول على تقييمها لمصدر المعلومات .

٢٣. القابلية للبحث Searchability :

يجب أن يكون استرجاع المعلومات سهل وفعال ، ويجب اختبار آليات البحث ، وكذلك استخدام العوامل المنطقية لإجراء البحث ، كما يجب النظر إلى الكشافات والأدلة المتوافرة للموقع . بالإضافة إلى أن الروابط البيئية الجيدة تضيف إلى قيمة الموقع .

٢٤. الثبات Stability :

يجب أن يكون الوصول إلى الموقع بشكل ثابت ، وألا يختفي وإذا تم نقل الموقع يجب أن يُذكر صراحة المكان الذي سيكون متاحاً فيه .

٢٥. المعالجة Treatment :

يجب أن يكون النص سهل القراءة ، وألا يُملأ بصور وخلفيات تصرف الانتباه ، ويجب أن يكون مكتوباً باستخدام قواعد وهجاء مقبولين ويجب ذكر العناصر الرئيسية للموضوع في النص .

٢٦. التفرد Uniqueness :

يجب مقارنة محتويات المصدر بمحتويات المعلومات الأخرى لمعرفة ما إذا كانت هذه المعلومات موجودة في مكان آخر . وقد تشمل مصادر المعلومات الأخرى على مواد غير مطبوعة مثل الأقراص المدمجة . ذاكرة قراءة فقط ، الخ .

وقد يكون نفس المصدر متاح على الإنترنت في أماكن مختلفة ، ويعتبر هذا ميزة لبعض المستخدمين الذين لا يستطيعون الاتصال بمواقع ما أو مكان ما لسبب أو لآخر.^١

ونجد أن المعايير المستخدمة في تقييم مصادر معلومات الإنترنت التي استعرضها بالتفصيل ، "هشام عزمي ،" تتفق مع المعايير التي أوردها ، "رائد حلاق ،" في دراسته حول تقييم معلومات الإنترنت بمزيد من التفصيل وهي :-^٢

^١ - Hesham Azami , "Internet Information Sources : A proposed Criteria for Evaluation," Arab Journal of Library and Information Science (Vol.18, No.1 , January 1998) P 16-22.

^٢ - رائد حلاق "تقويم معلومات الإنترنت" مجلة العربية ، مجلد ٣ ، العدد ٢ ٣٠٠٠ (جامعة الدول العربية، نادي الإحياء العربي، دمشق (٢٠٠١) ص ٦٧- ٧٦ [online at] http://www.alarabiclub.org/index.php?p_id=213&id=139.(12/12/2010)

١. اختيار المصدر: Source Selection :

اختيار مصدر المعلومات وتقييمها يتطلب الإجابة عن ثلاثة أسئلة رئيسية:

١. هل مصدر المعلومات يمكن أن يتوافر من خلال شبكة الإنترنت؟

٢. موقع هذه المصادر أو المعلومات على الشبكة؟

٣. هل المصادر أو المعلومات المتوافرة دقيقة وحقيقية؟

لذلك فحاول أن تختار المصادر التي توفر أكبر قدر ممكن من المعلومات التالية : اسم المؤلف ، صفة المؤلف أو موقعه ، مكان عمل المؤلف ، تاريخ المعلومات ، المعلومات الخاصة بالاتصال بالمؤلف ، اختيارات نوعية المعلومات .

٢ . المصادقية:

لأن الناس غالباً يتخذون قرارات هامة بالاعتماد على المعلومات المتوافرة، فإن المصادقية في مصادر المعلومات تعد من أهم خصائص تقييم المعلومات، فمن المهم أن تعرف بأنك ستصدق هذه المعلومة أو لا؟ وهذه بعض الأسئلة التي يمكن أن تسألها لنفسك هي:

. هل هذا المصدر يمكن أن يصدق أو لا؟

. كيف عرف هذا المصدر هذه المعلومات؟

. لماذا يجب أن أصدق هذا المصدر خلافاً عن المصادر الأخرى؟

كما نلاحظ فإن المفتاح إلى المصادقية هو الثقة بالمعلومات المتوافرة.

٣. الدقة:

الهدف من اختيار الدقة هو التأكد من أن المعلومات التي تم الحصول عليها هي صحيحة، حديثة، حقيقية، مطابقة، وشاملة ، وهذه بعض المؤشرات التي تدل على عدم دقة مصدر المعلومات هي:

. عدم توافر تاريخ للخبر .

. العمومية الفائقة .

. تاريخ قديم لمعلومات عُرف أنها تتبدل بسرعة .

٤. التأريخ:

بعض الأعمال لا تتأثر بالزمن وذلك مثل الروايات الكلاسيكية والقصص أو الأعمال الفلسفية والتاريخية، بينما هناك بعض الأعمال التي يؤدي الزمن دوراً كبيراً فيها وذلك بسبب التطور المستمر في هذا المجال (مثل النظريات الفيزيولوجية) وهناك بعض الأعمال التي تصبح قديمة بسرعة (مثل الأخبار التكنولوجية).

ولذلك من المهم جداً الحذر والانتباه إلى تاريخ المعلومة أو المصدر ومن ثم الإقرار فيما إذا كانت لا تزال ذات قيمة أو لا، وربما نحتاج إلى معلومات عن عشر سنوات مضت أو خمس أو حتى أسبوعين، ولكن هذا لا يعني أن الأعمال القديمة سيئة.

فبعض كتب التاريخ الأمريكي الصادرة في القرن التاسع عشر يمكن أن تكون ذات قيمة كبيرة وذلك للدراسات المقارنة مع ما كتب حالياً، بالأحوال كلها أنت تحتاج إلى معلومات دقيقة وحديثة.

وهناك فكرة هامة يمكن أن تترابط مع الزمن وهي الفعالية والتدفق الطبيعي للمعلومات والحقيقة التي تقول إن التغيرات لها علاقة وتتحول مع الزمن، فالحقائق التي نتعلمها اليوم ربما تكون مناسبة زمنياً ولكن غداً ربما لا تكون مناسبة، وخاصة في مجال التكنولوجيا، العلوم، الطب، وإدارة الأعمال وحقول معرفة أخرى، لذلك من وقت لآخر يجب أن نتأكد من أفكارنا باستمرار من صلاحيتها مع الزمن.

٥. الشمولية:

أي مصدر معلومات معتمد يجب أن يكون كاملاً ودقيقاً وبمعنى آخر المعلومات يجب أن تكون شاملة، بعض الكتاب أو المؤلفين يفترضون أنه يجب على الباحثين أن يتأكدوا من أن المعلومات كاملة قبل اتخاذ القرار بأي بحث.

ولكن في عصر المعلومات الآن أصبح هذا مستحيلاً إذا كنا نقصد "بكامله"، هو المعلومات الممكن توافرها.

فلا أحد يستطيع أن يقرأ، "٢٠,٠٠٠"، ورقة علمية في الموضوع نفسه قبل أن يتخذ قراراً بخصوص أي بحث كان، ولا يمكن بالوقت نفسه لورقة علمية واحدة أن توفر المعلومات الحقيقية والكاملة لموضوع معين ولذلك يتم الاعتماد على أكثر من مصدر.

ومن جهة أخرى فإن مصدر المعلومات الذي يتجاهل الحقائق والمواصفات المطلوبة، التتابع والبدائل ربما يقود إلى تفكير خاطئ بشأن البحث المراد الشروع به.

وفي أثناء البحث عن الشمولية يجب الانتباه إلى مستوى الورقة العلمية، ولمن كتبت؟ فعلى سبيل المثال ورقة بعنوان "كيف ينمو النبات"، مكتوبة للأطفال سوف تكون معلوماتها بسيطة جداً للاعتماد عليها في كتابة بحث أو ورقة علمية في مستوى جامعي .

٦. العقلانية:

اختيار العقلانية والإصابة في التفكير يتطلب فحص المعلومات من حيث الاعتدال الموضوعية والاستقامة.

٧. الاعتدال:

يتطلب الاعتدال توفير توازن ومناقشة منطقية وليس مناقشة مختارة. حتى الأفكار أو الانتقادات المشار إليها في المصدر يجب أن تقدم بأسلوب دقيق حتى لو كان الادعاء بأن المصاد لديه أفكار أو مناقشات لا يمكن لأحد أن يتقبلها.

فمصدر المعلومات الجيد يملك أسلوباً جيداً وشيقاً ويقدم مناقشة مقنعة وتفكيراً صحيحاً دون أن يحاول إثارة العاطفة لديك.

ولذلك يجب الحذر من الكتابات التي تجذب العاطفة بغض النظر عن المضمون. أو أساليب التخويف، الكراهية، الانتقاد والحقد والتي تقود غالباً إلى هجوم غير عادل بعيداً عن المناقشة المقنعة والمنطقية.

٨ . الموضوعية:

لا يوجد في الحقيقة موضوعية مطلقة، لكن المؤلف الجيد يحاول أن يضبط ميوله. يجب أخذ الحذر والانتباه بأن بعض المنظمات بطبيعتها ليست حيادية.

وأحد أكبر العوائق للموضوعية هو النزاع من أجل المصلحة. في بعض الأوقات مصدر المعلومات يمكن أن يكون مقيداً بطريقة ما (مالياً، سياسياً، نفسياً مثلاً) ويمكن أن يقودك إلى قبول بعض المعلومات وليس إلى الحقيقة الموضوعية .

٩ . الاستقامة:

اختيار الاستقامة والصحة يتطلب أن تكون المعلومات لا تتناقض مع نفسها ، في بعض الأوقات عندما يلفق الناس أكاذيب أو يضللون الحقيقة، فعدم الاستقامة والتناقض تظهران بشكل واضح، وهذه مؤشر على "اللامعقولية".

١٠ . النظرة إلى العالم:

إن رأي الكاتب في العالم سواء أكان اقتصادياً أم سياسياً أم دينياً أم فلسفياً غالباً ما يؤثر على كتابته تأثيراً عميقاً، سواء من حيث الموضوعات التي يختارها كي يبدي فيها رأيه والقضايا المطروحة والقضايا التي يتم تجاهلها والاستقامة مع المعارضين إلى أنواع الأمثلة التي يوردها وأمور أخرى عديدة.

لذلك فإن رأي الكاتب في العالم يمكن أن يكون اختباراً تقويمياً وذلك لأن بعض الآراء العالمية عند الناس تسبب تشويهاً كبيراً في رأيهم بالحقيقة، أو أن رأيهم العالمي يسمح لهم بأن يقوموا بتفريق الحقائق أو تشويه أوضاع الآخرين.

وبالنسبة لبعض الكتاب فإن جداول الأعمال السياسية تحل محل الحقيقة، لذلك إذا كنت من الباحثين عن الحقائق فإن مثل هذه المصادر هي ليست الأفضل.

ومن المؤشرات الدالة على مثل هؤلاء الكتاب هي:

الافتقار إلى العقلانية إما لأسباب عاطفية أو بسبب المصلحة الشخصية، لهجة أو لغة مفرطة كاستخدام تعبيرات مثل "أشخاص أغبياء، صيحات شديدة يطلقها أولئك الذين يعارضونني"،

ادعاءات مفرطة ، و تعبيرات تبالغ في الأهمية مثل "هذه أهم فكرة تم تصورها على الإطلاق"، ،
صراع المصالح .

١١. الدعم:

تعني منطقة الدعم بالمصدر وبتقوية المعلومات وتأكيدتها ، فإن معظم المعلومات وخاصة
الإحصاءات وادعاءات الحقائق تأتي من مصادر أخرى ، وإن تحديد موقع المصادر يقوي من
مصادقية المعلومات.

١٢. المصدر:

من أين أتت هذه المعلومات؟ وما المصادر التي استخدمها صانع توثيق المعلومات؟ ، هل
المصادر موضوعة في قوائم؟، وهل يوفر مؤلف البليوجرافيا معلومات اتصال في حال أردت أن
تتناقش مسألة أو أن تطلب توضيحاً أكثر؟

ما نوع الدعم المعطى للمعلومات؟، كيف يعرف الكاتب ذلك؟ ، من الضروري جداً أن تكون
الإحصاءات موثقة وإلا سوف يفسح المجال للعابثين كي يضعوا أرقاماً جزافاً .

لاحظ أن بعض المعلومات من مواقع مشتركة تتألف من وصف للمنتجات أو التقنيات أو
العمليات التي تقوم بها الهيئة، وإذا كنت حريصاً على التمييز بين الحقائق عندها فإن صفات
كهذه لا بد من أن تكون صحيحة موثقة ، فقم بالتأكد من أن المؤلف أو المنتج يمكن التعرف على
هويته أو تمييزه ، ومن أن المؤلف أو المنتج لديه خبرة في الموضوع .

ربما تحتاج أن تعود إلى العنوان URL كي تستعرض صفحة في دليل أعلى من خلفية
معلوماتية ، وأن يكون مكان الموقع مناسباً للمادة كما هو ظاهر في العنوان URL مثال ذلك:

+edu من أجل مادة البحث أو المادة التربوية•

+gov من أجل المصادر الحكومية•

+com من أجل المنتجات التجارية أو المواقع التي ترعاها شركات تجارية•

إن الاسم (Name) في العنوان URL يمكن أن يعني صفحة عمل شخصية دون إذن أو موافقة رسمية ، أما التراسل الإلكتروني الخاص بالموقع Mail to Link فهو من أجل طرح الأسئلة أو التعليقات .

١٣. الروابط:

لابد للروابط من أن تكون وثيقة الصلة بالموضوع ومناسبة ، لا تفترض أن المواقع المرتبطة هي أفضل الموجود، تأكد من القيام بفحص مواقع إضافية حول الموضوع ، ومن حيث الأسلوب والفاعلية فلا بد للموضوع من أن يكون مصمماً بشكل واضح ومنطقي وفيه عناوين فرعية منظمة بشكل جيد .

ولابد من أن يكون أسلوب الكتابة مناسباً من أجل الجمهور المعني ، ولابد من أن يكون الموقع سهل الإبحار فيه ولابد من أن تكون أيقونات الربط والحركة ضمن الموقع واضحة مثال: Back, Go to top, Home, لذلك لابد من وجود روابط تكشفه داخلية على الصفحات الطويلة ، كذلك عليك أن تتأكد من الأمور التالية:

- أن الروابط كلها مع المواقع البعيدة تعمل بشكل جيد.
- قابلية البحث متوافرة في حال كون الموقع شاملاً وواسعاً.
- للمصدر قائمة معدلة أو غير معدلة أو موقع غير مسمى لبروتوكول نقل الملفات FTP .
- افحص مصادر الدليل بالبحث المباشر من أجل المعلومات الببليوجرافية ومعلومات الانتساب.
- قارن هذا المصدر مع المصادر الأخرى المشابهة وغير المشابهة.
- افحص الأرشيف والقوائم بالبحث المباشر لأعمال أخرى قام بها هذا المؤلف .
- افحص المراجعات المتعلقة بقوائم البحث المباشر وذلك لتحديد المجال والهدف .

١٤. المصادقية:

لابد هنا من التأكد من عدة أمور وهي: هل للموقع انتساب أكاديمي، حكومي، أو تجاري؟ هل تم تحديث الموقع كي يعكس التغيرات في نوع المعلومات التي أنت تبحث عنها؟ مثلاً لابد من

تحديث المعلومات الطبية بشكل دائم بعكس المعلومات التاريخية التي لا تحتاج إلى تحديث ، هل يبدو الموقع ثابتاً وهل ثمة دليل على استمرارية صيانتته وتعديله؟

١٥. البناء والمحتوى:

هل ثمة تصريح عن هدف وتغطية معلومات الموقع؟ ، هل الموقع هو مجموعة من الروابط إلى مواقع أخرى، أو هل لديه فعلاً ملفات لمعلومات مفيدة؟ هل هو تنظيم منطقي وسهل الاستخدام؟

١٦. التعزيز والتقوية:

لابد من التأكد مما إذا كانت المصادر الأخرى تدعم المصدر الذي أنت بصدده، فإن التعزيز هو اختبار هام للحقيقة .

وحتى في مجالات الحكم أو الرأي فإن النقاش إذا كان موثقاً ومعتمداً فربما سوف يكون ثمة عدد من الناس الذين يؤيدونه أو من هم منفقون مع أجزاء منه سواء أكنت تبحث عن حقيقة ما (تأريخ الثورات التي خاضتها مصر) أم رأي (من يصلح ليكون رئيساً لجمهورية مصر العربية).

فمن المفيد أن تقوم بتثليث ما وجدته: أي أبحث على الأقل عن ثلاثة مصادر تؤيد ما وجدته، إذا كان المصدر لا يؤيد استمر في البحث كي تجد تراوحاً في الرأي أو عدم الاتفاق قبل أن تستخلص استنتاجك .

فإن الذي تفعله بالتعزيز هو استخدام معلومات لاختبار معلومات أخرى. استخدم مصدراً واحداً أو حقيقة واحدة أو رأياً واحداً أو تفسيراً واحداً كي تختبر الآخر ، واحصل على معلومات أخرى كي تدعم وتعزز أو تدحض معلومات قد وجدتها. إن التعزيز هام جداً عندما تجد معلومات مفاجئة أو قاهرة .

* ثمة سؤال يطرح نفسه: وهو عندما يناقش هذا المصدر حقائق أو أفكاراً أنت تعرف عنها شيئاً مسبقاً، هل يوافق المصدر أو ينسجم معها أو أنه يعارضها أو يبالغ فيها أو يشوهها؟

إذا كان المصدر خاطئاً في مناقشة أمراً أنت تعرفه مسبقاً فمن المحتمل أن يكون مخطئاً في مجالات أنت لا تعرفها، لذلك لابد من أن تكون حذراً وشكاكاً وعليك عدم الثقة به .

وعليك أن تكون حذراً عندما تبرز في المصدر مشكلات مثل:

- أرقام لإحصاءات معطاة دون مصدر معروف لها .

- غياب توثيق المصدر عندما يحتاج النقاش بوضوح إلى مثل هذا التوثيق .

- عدم إمكانية العثور على مصادر أخرى تعطي المعلومات ذاتها أو تقر بأن المعلومات نفسها موجودة (الحاجة إلى التعزيز) ¹ .

ويتضح من الاستعراض السابق المعايير المستخدمة في تقييم مواقع الإنترنت ، وحرصت الباحثة على ذكرها جميعاً من أجل الوقوف على درجة الاتفاق والتباين فيما بينهم .

ف نجد تعدد العناصر التي يجب أخذها في الاعتبار عند تقييم مصادر معلومات الإنترنت .

وإن كان جميعها تتفق في عدة عناصر ، ويمكن تقسيم هذه العناصر إلى أربع فئات رئيسية للتقييم ، هي :

- ١ . الغرض من مصدر المعلومات وجمهوره المقصود .
- ٢ . جودة المعلومات المقدمة داخل المصدر .
- ٣ . الملامح الفنية المرتبطة بتصميم المصدر وتنظيمه .
- ٤ . الملامح المرتبطة بإمكانية الوصول والربط .

1 - رائد حلاق "تقويم معلومات الإنترنت" مجلة العربية ، مجلد ٣ ، العدد ٢ ، ٣٠٠٠ (جامعة الدول العربية، نادي الإحياء العربي، دمشق ٢٠٠١) ص٦٧-٧٦ . [online at] http://www.alarabiclub.org/index.php?p_id=213&id=139 (12/12/2010)

المطلب الثالث :الصعوبات التي تواجه عملية التقييم :

تتطوي عملية التقييم لمواقع الإنترنت على العديد من الصعوبات من أبرزها:

١. عدم وجود معايير وصيغ موحدة ومقننة للتقييم ونموذجية لبناء مواقع المعلومات على الشبكة .
٢. مزاحمة كثير من المواقع الترفيهية والتسويقية والإعلانات التجارية للمواقع المعلوماتية .
- ٣ . تداخل الكثير من المواقع بعضها مع بعض عن طريق الروابط Hyperlinks حيث يحدث أن تجد روابط بين مواقع جيدة وريئة أو مواقع ليست بنفس المستوى العلمي أو الفني .
٤. عدم استقرار المواقع ، ففي بعض الحالات يُنقل الموقع إلى عنوان جديد أو يتم إلغاء الموقع دونما إشعار ،مما يجعل عملية الإشارة إلى موقع مصدر المعلومات أمراً متغيراً .
٥. قابلية محتويات موقع المعلومات للتغيير والتبديل أو الإضافة والحذف مما يكون له أثره على مستوى التقييم الذي أعطي لذلك الموقع ، ولهذا يتوجب إعادة تقييم مواقع المعلومات المختارة دورياً .
٦. تتطلب بعض مواقع المعلومات على الإنترنت أجهزة ملحقة أو برامج إضافية للتصفح قد لا تتوفر وقت القيام بعملية التقييم .
٧. غياب الرقابة على ما يتم نشره على صفحات الشبكة .^١

^١ - خالد عبد الرحمن الجبري. مرجع سابق . ص ٩٧.٩٨.

المبحث الثالث : مصداقية التصميم الصحفي وأهميته

المطلب الأول: التصميم والمصداقية :

من المهم أن نلاحظ أن الشكل والمظهر الجيد يفسر غالباً بأن الشيء جيد ككل ، فمنذ أربعينات القرن الماضي أظهرت أبحاث علم النفس الاجتماعي أن (الناس عادة) ينظرون إلى المظهر الجسدي الجيد على أنه في الغالب مصدر موثوق فيه ، كمقولة *looking good is "being good"*، فهذا التحيز أساسي موجود في البشر ، ولكن هذه المقولة قد تجدي نفعاً لدي تقييم المواقع على الإنترنت بالتحديد عندما أخذ التصميم حيز كبيراً من اهتمامات المستخدمين وأصحاب المواقع ¹.

يعرف التصميم بشكل عام بأنه هو طريقة ترتيب الأشياء وعليه فإن التصميم في الصحف الإلكترونية يعرف بأنه طريقة ترتيب وتنظيم العناصر البنائية على الصحف الإلكترونية ².

ويجمع الخبراء على أن هناك علاقة وثيقة بين تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية والصحف المطبوعة ، حيث يمكن الاستعانة بالمبادئ العامة في تصميم المطبوعات عند تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية ، ويرى آخرون أن ٨٠ % من قواعد تصميم المطبوعات يمكن استخدامها في تصميم هذه المواقع ، وخاصة فيما يتعلق باستخدام الألوان والفراغات والهوامش والتباين ، وهو ما يؤدي إلى تشابه جوانب التصميم في الوسيلتين إلى حد ما ³.

ويستخدم مصممو الصحف الإلكترونية العناصر نفسها التي يستخدمها مصممو الإصدارات الورقية المطبوعة تقريباً من عناوين ونصوص وصور وألوان وفواصل وجداول ، إلى جانب عناصر أخرى جديدة خاصة بالإصدارات الإلكترونية مثل : الوصلات وآليات ووسائل التجوال ، حيث يسعون لتحقيق القيم الأساسية نفسها ، المطلوب توافرها في التصميم الناجح مثل : الاتزان ، والتباين ، والتجوال ، والتناسب ، والوحدة ، والتميز ، والإيقاع .

¹ -B.J. Fogg "How Do People Evaluate a Web Site's Credibility?," Results from a Large Study (Report Released: October 29, 2002)p.58

² -ماجدة سالم تريبان ، "مرجع سابق" ص ١١٧

³ -Andrew B, Pohlann, "Writing for new media," (USA: john wiley and sons,1998)p.p118-125

كل هذا يحقق يسر الاستخدام Usability ، الذي يقابله يسر القراءة Readability في الصحيفة الورقية المطبوعة .¹

هناك القليل من الكتابات التي درست تأثير التصميم لصفحة موقع إخباري على الإنترنت ومدى مصداقيته ، وكما قلت سابقاً أنه ليس كل موقع يكسب مصداقية من خلال النظر فالتصميم الإخراجي يجب أن يلائم الغرض الذي يسعى إليه الموقع ، فمعظم الدراسات ركزت على العناصر الفردية للتصميم كسهولة الملاحاة داخل الموقع والتنقل من صفحة إلى أخرى والتفاعلية داخل الموقع وتوفير الروابط ذات الصلة بالمواضيع المختارة .²

ومع ذلك لم تتوصل أي دراسة إلى تحديد ماذا يعنى التصميم الجيد ؟ خصوصاً فيما يتعلق بتصميم صفحة على الإنترنت وتم اعتبار أن سهولة التنقل بين صفحات الموقع والإرضاء البصري هما أكثر عنصرين مهمين في التصميم (Champ,2004 ; Ramon ,2000 ; Gracia ,2004) .

في المقابل فقد قسم Xigen بين الملاحاة أو التنقل بين صفحات الموقع وما بين تقديم الصفحات وطريقة عرضها وقسم طريقة العرض إلى رسوم بيانية ونصوص ، أما Schierhon et al. (1999) فقد قسم التصميم إلى عناوين وصور ورسومات ونصوص ، وأن أهم شيء لجمال التصميم هو التوازن أي الملائمة في العرض بين الصور والرسوم لخلق نظرة متوازنة للصفحة ، مع التركيز على عرض القصص الإخبارية الأهم في مقدمة الصفحة وكذلك الصور الكبيرة لخلق أكبر معدل جذب للمتصفح ، أما الرسوم البيانية فتعرض في وسط صفحة الموقع .³

بالرغم من ذلك فهناك بعض القواعد التي إذا اتبعت ستخلق صفحة ذات تصميم مميز وجذاب ولقد صنفها (2004) Gracia إلى :⁴

¹ - رفعت البديري "تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحافة المطبوعة في مصر" المؤتمر العلمي الحادي عشر بعنوان : مستقبل وسائل الإعلام العربية (القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٠٥) ٨٠٤

2- Cody Swann , "WEB DESIGN'S EFFECT ON PERCEIVED CREDIBILITY OF ONLINE NEWS STORIES," A THESIS PRESENTED TO THE GRADUATE SCHOOL OF THE UNIVERSITY OF FLORIDA IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS IN MASS COMMUNICATION (USA, UNIVERSITY OF FLORIDA, August ,2004)p.5[online at] etd.fcla.edu/UF/UFE0006962/swann_c.pdf (24/4/2010)

3 - Carl Schierhorn, Stanley T. Wearden, Ann B. Schierhorn, Pamela S. Tabar, Scott C. Andrews,,"What Digital Formats Do Consumers Prefer,"Newspaper Research Journal(Vol. 20,no.3, 1999)p.6

⁴ - Cody Swann , "WEB DESIGN'S EFFECT ON PERCEIVED CREDIBILITY OF ONLINE NEWS STORIES(Op ,Cit) p.13

- الشكل - الحجم - الخط - اللون - النمط - القيمة - طريقة الطباعة
 - التسلسل الهرمي - التوازن - التكرار - القرب - التركيز
- ولا يزال التصميم الجيد له تأثير قوي على درجة مصداقية المواد الإخبارية على الإنترنت .

كما حدد Quintana (2006) مجموعة من الأسس التي يجب مراعاتها عند تصميم الصحيفة الإلكترونية وهي :-¹

- ١ - الاهتمام الجيد بالمحتوى ، والذي يتناسب مع احتياجات الجمهور .
- ٢ - الاهتمام بالوسائل المتعددة التفاعلية في طريقة عرض الصحيفة .
- ٣ - تنظيم المعلومات بطريقة جيدة وفعالة .
- ٤ - عرض المعلومات بأسلوب تتابعي حتى لا يمل المستخدم بسرعة .

وفي الإطار نفسه عرضت بسنت العقباوي (٢٠٠٥) مجموعة من الأسس التي يجب مراعاتها عند تصميم الصحيفة الإلكترونية مما يزيد من تفضيل المستخدمين للمواقع الإخبارية وهي كالآتي :-²

- ١ - فهم وتحديد حاجات الجمهور المستهدف .
- ٢ - تزويد المحتوى بالأشكال المتعددة من الوسائل الحديثة ذات الجذب العالي للجمهور .
- ٣ - تزويد الصحيفة بمعلومات افتتاحية عنها .
- ٤ - تزويد الصحيفة بروابط مناسبة ، وموثوق بها من مصادر أخرى للمعلومات .
- ٥ - تزويد الصحيفة بأرشفات قابلة للبحث .
- ٦ - استخدام الوسائل المتعددة التفاعلية في الأماكن المناسبة لذلك ، أو حسب الحاجة إليها .
- ٧ - الانتباه لحجم ملفات الوسائط المتعددة .
- ٨ - تزويد الصحيفة لوسائل متعددة فعالة ، مع إعطاء الحرية الاختيارية في المرور .
- ٩ - تزويد المستخدم بالدخول والاشتراك في الصحيفة .
- ١٠ - استخدام تصنيف ثابت للمعلومات المتاحة على الموقع .
- ١١ - تبني أيقونات مألوفة للمستخدم .
- ١٢ - إعطاء إشارات واضحة لقوائم الموضوعات والاختيارات المتوفرة .

¹ - Yuri Quintana, "design of internet- based news delivery systems and its impact on society," Graduate School of Library and Information Science, University of Western Ontario [online at] <http://www.newmedia.slis.uwo.ca/yuri/> (1/2/2010)

² - بسنت العقباوي "تصميم صحيفة إلكترونية لتلاميذ المرحلة الإعدادية" رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة و قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٥) ص.ص ١٢٧-١٢٨

١٣ - تزويد الصحيفة بنصوص مقروءة واضحة .

وكذلك حددت منار رزق (٢٠٠٩) عدة جوانب تؤثر على مصداقية تصميم المواقع الإلكترونية ، أو بعبارة أخرى وجود مصداقية أولية للموقع يحددها الجمهور ، ويمكن تقسيمها لثلاث جوانب هي: ^١

- تصميم الموقع : يبدأ تصميم الموقع قبل أن يرى المستخدم الصفحة الأولى الرئيسية ، ويجب الأخذ في الاعتبار عند التصميم عدة جوانب مثل : سرعة تحميل الصفحات ، واستخدام الصور المناسبة للويب المعالجة بطريقة تسمح بعدم إبطاء سرعة التحميل ، ومقابلة الموقع لاختيارات الجمهور وأهدافه ، والاهتمام بالتصفح في الموقع وكيفية عمل الويب ، ولماذا يزور المستخدم هذا الموقع بالتحديد، الأمر الذي يحدد ما يجب اتخاذه عند تصميم الموقع .
فيجب ألا تكون عناصر التصميم عائقاً ليسر القراءة ، فمثلاً إن إضافة المعلومات المهمة في أقسام مرئية من الموقع سيكون أكثر فاعلية ويؤكد على أن التصميم وظيفي في الوقت نفسه ويحقق قيمته .

- تصميم الصفحة : ويتناول لكل من العناصر الجرافيكية والمضمون ، ويجب أن يولد الشكل المرئي العام للموقع خبرة جيدة للمستخدم ، فقد يكون الاستخدام الأمثل للصور خبرة غير مريحة للمستخدم ، فإذا كان استخدام تلك العناصر المصورة غير مفيدة أو لمجرد تزيين الصفحة ، قد يربك هذا الأمر المستخدم أو يؤدي إلى إساءة فهم الرسالة التي يحاول الموقع نقلها ، ويقوم المستخدم عادة بمسح عناوين الصفحة إلى أن يجد ما يجذب انتباهه ، لذا يلقي على عاتق العناوين جذب أكبر عدد ممكن من المستخدمين والاحتفاظ بهم مدة أطول داخل الموقع .

- تطوير الموقع : وتعد أهم خطوة بالنسبة للموقع ، فلا أهمية لتصميم موقع جذاب لا يعرف المستخدم طريقة الوصول إليه !!

لذا فإن إدراج الموقع ضمن قائمة البحث في محركات البحث المختلفة ، يعتبر من أهم أهداف المصمم وتتأثر قدرة الموقع على أن يكون مرئياً من قبل المستخدمين بعدة عوامل وهي :-

١ - إلى أي مدى تفهرس أغلب محركات البحث داخل الموقع بطريقة صحيحة .

٢ - أن استخدام الأكواد المعيارية يسمح للموقع بالوصول لأغلب المستخدمين .

ويعد تصميم الموقع والصفحة وتطوير الموقع مكونات أساسية لبناء موقع ناجح وظيفي ، بحيث تتكامل هذه المكونات معاً لتحقيق ذلك ، فلا يمكن التركيز على جانب واحد دون الآخر .

^١ - منار فتحي محمد رزق، "تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت"، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٩) ص ٩٣

المطلب الثاني : أهمية التصميم في إيصال المعنى :

يؤدي التصميم دوراً أساسياً ليس فقط في تمييز الصحيفة بروح خاصة وشخصية مميزة ولكنه أيضاً يؤثر تأثيراً قوياً في إيصال المعنى ، فتصميم الصحيفة بشكل مناسب يمكنه أن يحقق للمستخدم أعلى قدر من الجذب للتأثير في الجمهور ليحقق قدر كبير من التفاعل مع الموقع الإخباري وهذا يعتبر غاية أي مؤسسة إخبارية وهي تعلق الجمهور بها وتحقيق أكبر قدر من المصداقية والثقة في جميع المضامين الإخبارية التي يقدمها الموقع ، ولتحقيق ذلك هناك بعض المبادئ التي تحكم تصميم الصحيفة الإخبارية ، وتختلف هذه المبادئ باختلاف العلماء أنفسهم ، فالبعض يري أنها تتكون من أربعة مبادئ فقط ، والبعض الآخر رأي أنها تتكون من سبعة مبادئ ، وهناك من رأي أنها تتكون من تسع مبادئ ، إضافة إلى ذلك هناك من قدم بعض عناصر التصميم على أنها مبادئ للتصميم والعكس صحيح أيضاً^١.

ورغم هذا الاختلاف إلا أن هناك شبه اتفاق بين العلماء على بعض مبادئ التصميم منها ما يلي

٢-:

- ١- **التباين** : أو التبادل بين عناصر التصميم المختلفة بهدف تنسيق المعلومات في الصفحة ، تبرز أهمية التباين في أنه يساعد عين القارئ على انسيابية الرؤية ، لأن الصفحة المكتظة وغير المنسقة تصيب المستخدم بالهلع والضجر^٢.
- ٢- **الوحدة** : وتعني العلاقة التكاملية بين العناصر المرئية في الصفحة الواحدة ، حيث تعطي الوحدة الإحساس بالانسجام من خلال تنظيم الصور والنصوص المتجاورة بشكل يساعد على تفسير الرسالة وفهمها .
- ٣- **التوازن** : وهو عدم إقبال جزء من الصفحة أكثر بالعناصر البنائية ، في الوقت الذي يخلو فيه جزء أو أكثر من العناصر .
- ٤- **الإيقاع** : وهو تكرار عناصر التصميم مثل الخطوط ، والأشكال ، والألوان ، والفراغات لكي تعطي التصميم الحيوية ، ويستخدم المصمم هذا النوع عندما يريد أن ينقل القارئ من عنصر إلى آخر على الصفحة .

^١ - حلمي محسب ، "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت" ، رسالة دكتوراه غير منشورة (قنا: جامعة جنوب الوادي ، كلية الآداب، ٢٠٠٤) ص ١٧١

^٢ - ماجد سالم تريان ، "مرجع سابق" ص ١٢٣-١٢٤

^٣ - بهاء شاهين "الإنترنت والعولمة" (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٩) ص ٢١٥

المطلب الثالث : فاعلية التصميم ودورها في التأثير على المصادقية :

هناك خمسة مجالات رئيسية تغطي جوانب التصميم ودوره في التأثير على الجمهور المستخدم وهي :-¹

١ - **المحتوي** : ويتضمن الشكل المرئي وتنظيم محتوى الموقع ، ويشتمل الشكل المرئي على طريقة كتابة النص وكيفية تنظيمة وعرضه ونظام استخدام تكنولوجيا بناء النص مثل HTML.

٢ - **المرئيات** : وهذا يرجع إلى مساحة وحجم الشاشة المستخدمة في عرض الموقع ، وعادة ما يستخدم في التصميم برامج إنشاء المواقع أو الفلاش الذي يتضمن عناصر الرسوم والزخرفة أو الملاحه ، والمظهر الخارجي هو أبرز جوانب تصميم الشبكة .

٣ - **التكنولوجيا** : استخدام مختلف أنواع التكنولوجيا الأساسية على شبكة الإنترنت مثل HTML أو CSS ضمن هذه الفئة ، والتكنولوجيا ضمن المحتوى أكثر شيوعاً ويرجع ذلك إلى العناصر التفاعلية المختلفة في الموقع ، وخاصة تلك المبنية باستخدام تقنية البرمجة ومن أمثلة العناصر التفاعلية Client-side scripting التي تختص بالعميل واللغوية مثل Java Script ، فمدى الجذب داخل الموقع يؤثر بالطبع في المستخدم.

٤ - **سرعة التحميل**: فسرعة التحميل للموقع على شبكة الإنترنت أو على الشبكة الداخلية المتصلة بشبكة من الحواسيب بواسطة البرمجيات المستخدمة وشبكة البنية المستعملة تؤثر على مدى احتمال المستخدم لمتابعة باقي الموقع ، فإذا واجه صعوبة في التحميل فإنه ببساطه سيترك الموقع ويتجه لموقع سهل التحميل ويوفر وقته .

٥ - **الهدف من وجود الموقع** : وغالباً ما يكون مرتبطاً بالمسائل الاقتصادية وهذا هو أهم جزء من تصميم الشبكة ، ويجب أن يكون هذا العنصر مدروساً في جميع القرارات التي تتطوي على المجالات الأخرى .

ومع نمو شبكة الإنترنت عالمياً فإن الثقافة هي مسألة حاسمة بالنسبة لتصميم الموقع ، وكثير من المواقع بما في ذلك محركات البحث والتسوق ومواقع الشركات باتت تستهدف الجمهور المحلي والدولي ، وعلي الرغم من أن اللغة الإنجليزية هي اللغة السائدة على شبكة الإنترنت فإن العديد من مصممي الشبكة أدركوا أن التصميم وهيكل المعلومات والمحتوى تحتاج إلى التكيف

¹ - Thomas A. Powell "Web Design: The Complete Reference," 2nd (USA, OH, Osborne McGraw-Hill, 2002)p.5

- معين صالح يحيى الميمني "تفضيلات مستخدمي الإنترنت لتصميم المواقع الإخبارية العربية" رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٩) ص.ص ٧٤/٧٣

مع الثقافة والتفضيلات المحلية والإقليمية ، كتفضيلات التصميم اللازمة للنظر فيها في إطار الاستخدام والفعالية والكفاءة العالية ورضا المستخدمين ، وتحقيق المعايير الدولية والتي تنص على أن الإنسان هو محور التصميم .

وكذلك فقد أثبتت دراسة **Kuiper** ان هناك ٩ مبادئ توجيهية خاصة بزيادة مصداقية التصميم للمواقع الإخبارية وهي^١ :

- ١ - استخدام الألوان المتناسبة مع بعضها البعض : فمن الضروري استخدام ألوان تلائم الموضوع وتكون نابعة من الطبيعة وكذلك عدم استخدام ألوان كثيرة فيكفي أن تكون قليلة وكافية بالنسبة للجمهور .
- ٢ - استخدام إخراج ملائم للجريدة الإلكترونية : فلا بد من إنشاء تخطيط مسبق يحقق التوازن وكذلك البساطة ، ويحقق وحدة متكاملة بين المحتوى والألوان ، وتجنب الخطوط العريضة التي تسلط الضوء عليها نفسها عوضاً عن الموضوع الخبيري .
- ٣ - تجنب الرسوم المتحركة : تجنب الرسوم الملفتة أكثر من الموضوع وكذلك مثل الإعلانات المنبثقة التي تفقد الموقع مصداقيته وتؤثر سلباً على القارئ .
- ٤ - توفير معلومات دقيقة وصحيحة وتحديث المعلومات دورياً : فعامل التحديث مهم جداً إلى جانب الأخبار الصحيحة الدقيقة ، وكذلك تجنب الأخطاء المطبعية .
- ٥ - التأكيد على سهولة التنقل والملاحة داخل الموقع : فالصفحات التي يسهل الوصول إليها هي غاية القارئ فهو يأخذ عدد محدود من النقرات للوصول إلى هدفه ، ولا يريد أكثر من ذلك وإلا ترك الموقع لآخر يسهل التحرك فيه .
- ٦ - وجود قائمة بمصادر المواد الموجودة بالموقع : فعندما يوفر الموقع وثائق ومستندات للأخبار الموجودة فذلك له عامل كبير في التأثير على مصداقية الموقع .
- ٧ - الكتابة بصورة واضحة ومبسطة ومباشرة وبطريقة مفهومة : فيجب على الكاتب الصحفي خلق خبرات مشتركة مع القارئ لتجنب علامات التعجب بالنسبة للقارئ ، فيجب أن تكون الكتابة واضحة وسهلة ومبسطة .
- ٨ - استخدام المعلومات الصحيحة والدقيقة للاتصال بالموقع : فمع ترتيب المعلومات داخل الموقع يجب كذلك إتاحة معلومات للاتصال ، فذلك من شأنه زيادة ثقة الجمهور بالموقع .

¹ -P.M. Kuiper "Credibility of a Knowledge Repository User Interface", p.p 7-8[online at <http://hmi.ewi.utwente.nl/verslagen/capita-selecta/CS-Kuiper-Pieterneel.pdf>

٩- التأكيد على أن الموقع يسهل الوصول إليه : فسهولة الوصول إلى الموقع وسرعتها عامل مهم جداً وكذلك التأكيد على أن تكون المعلومات دائماً متاحة على الموقع فلا يحيلك الموقع إلى روابط مختلفة لقراءة الموضوع كامل ، وكذلك تفادي التوقف ، ومن المهم جدا التأكيد على سرعة وسهولة الوصول إلى الموقع وكذلك يمكن أن يتيح الموقع موضوعاته بأكثر من لغة لجذب أكبر عدد من القراء .

وهناك بعض العناصر الأخرى المتعلقة بطبيعة الجمهور المستخدم للمواقع الإخبارية والعوامل التي تؤثر على درجة مصداقيته وولائه للجريدة وهي :-

- العنصر الأول : طبيعة زوار الموقع

معظم زوار الموقع لديهم معلومات مكتسبة عن شاشة الكمبيوتر وأضرارها البصرية كشدة الإضاءة أو صعوبة قراءة النص ، ولذلك فإنهم لا يحبون أن يبقوا طويلاً أمام الشاشة لمطالعة الصفحة والصفحات المرتبطة بها للبحث عن خبر أو معلومة معينة ، فالمستخدم ليس صبوراً فهو متعجل عند تصفح الموقع وسريع في اتخاذ قراره بالبقاء في الموقع أو الانتقال لموقع آخر ، وعلى ذلك فالمستخدم لا يبدأ القراءة كلمة بكلمة ومن أعلى لأسفل ومن اليمين لليسار ، كما يقرأ قارئ الجريدة أو الكتاب ، ولكن زائر المواقع الإلكترونية يقوم بالنظر إلى الموقع نظرة عامة ولا ينتبه إلا للأشياء التي تلفت انتباهه في هذه الصفحة ، وهذه النظرة تتم في أجزاء من الثانية .¹

وفي دراسة جديدة عن طبيعة زوار الموقع قامت بها الباحثة الكندية Gitte Lindgaard ونشرت في مجلة Behavior and Information Technology ، وأظهرت الدراسة أن زائر الموقع لا يحتاج إلا إلى لمحة بسيطة على الصفحة الأولى من الموقع ، لا تتجاوز مدتها خمسين ملي ثانية (خمسين جزء من ألف جزء من الثانية، أي واحد على عشرين من الثانية) ليقرر فيما إذا كان هذا الموقع جذاباً بما يكف ليستم في قراءة الصفحة الأولى منه ، ثم الاستمرار في تصفحه ، وفيما عدا ذلك فإنه لن يتردد في إقفال الصفحة والذهاب لموقع آخر ، وجاءت نتيجة البحث لتؤكد أن الانطباع الأول عن صفحة الإنترنت يتوافق إلى حد كبير مع التقدير المتأني للموقع عندما يترك المستخدم لفترة أطول من الوقت للحكم على جاذبية الموقع وتصميمه ، وإذا أخذ زائر الموقع انطباعاً جيداً عن صفحة الإنترنت التي يشاهدها فإن هذا الانطباع ينتقل إلى مناطق

¹ -معين صالح يحي الميتمي، "مرجع سابق"، ص.ص ٧١-٧٢

أخرى مثل رأيه في مكونات الصفحة من نصوص ورسومات وصور حتى قبل أن يصل للحكم على جودة هذه المكونات .¹

والخلاصة من ذلك أن نظرة المصمم لصفحة الويب تختلف تماماً عن نظرة المستخدم ، فالمصمم عندما ينظر إلى الصفحة يتأمل في الألوان والتوازن والتناسق والعمق ، وهذه النظرة تستغرق وقتاً كبيراً من دقيقة إلى ساعات لاكتشاف الأخطاء ، ولكن المستخدم متعجل ويفكر بأن هناك أفضل من هذه الصفحة وقد يقفلها قبل أن يكتمل تحميل كل عناصر الصفحة في غمضة عين .

- العنصر الثاني : ترغيب الزوار في الموقع

توجد بشكل عام ثلاثة فرص لترغيب الزوار في الموقع ، وعلى المصمم الناجح والمبدع أن يستغل هذه الفرص بأفضل وجه حتى يستطيع أن يصل بسرعة إلى ما يريد الموقع أن يخبره في أقل لحظة زمنية ممكنة ، لأن أسهل شيء للمستخدم هو أن ينتقل إلى موقع إخباري آخر إذا لم يجد ما يبحث عنه من أخبار ، وهذه الفرص الثلاثة هي :-

- **الفرصة الأولى** هي إظهار مدى براعة التصميم للمستخدم ، وأهم شيء هنا هو سرعة تحميل الصفحة الرئيسية أو الصفحة التي قد يصل إليها أولاً عند استخدامه لأي رابط داخل الموقع ، إذ أن التحميل البطيء لهذه الصفحة قد يجعل المستخدم يصاب بالملل ويتركها فوراً .

- **الفرصة الثانية** هي إظهار مدى سهولة استخدام الموقع من حيث بنية الموقع وعناصر التجول ومدى سهولته والروابط المختلفة ، فيجب أن تتميز بسهولة الاستخدام من حيث إمكانية العثور عليها ومعرفة الغرض منها بسرعة ، لأن المستخدم قد يترك الموقع ويبحث عن المعلومات التي يريدها في موقع آخر إذا لم يتمكن من فهم آلية عمل الموقع.

- **الفرصة الثالثة** هي التي تأتي بعد اجتياز الخطوتان السابقتان ، وهي العمل على تشويق المستخدم وجذب اهتمامه من خلال تقديم محتويات واضحة وقيمة ومترابطة وحديثة .²

1 -Michael Hopkin, "Web users judge sites in the blink of an eye Potential readers can make snap decisions in just 50 milliseconds. "Published online (13 January ,2006) [online at] <http://www.nature.com/news/2006/060109/full/news060109-13.html> (4/10/2011)

2 - معين صالح يحي الميثمي، 'مرجع سابق'، ص ٧٢.

- العنصر الثالث : اكتساب ثقة زوار الموقع

لاكتساب ثقة زوار المواقع الإخبارية على المصممين أن يضعوا بالحسبان خطة تجعل الزوار يعودون إلى الموقع في المستقبل ، وهناك عدة أساليب منها : تحديث الأخبار يومياً في أكثر الأوقات ، وكل ١٢ ساعة في أقل الأوقات ، وإرسال الرسائل الإلكترونية تخبر المستخدمين بمستجدات الأخبار وإصدار محتويات جديدة ، واستخدام خدمات خاصة يمكن استخدامها أكثر من مرة دون أن تحدث ملل ، وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار والمقالات والمواضيع الأخرى بشكل فوري وكذلك إتاحة خدمة الأرشيف الصحفي لتقديم للقارئ مختلف التفاصيل التي تهتمه .

ويمكن أيضاً زيادة معدل الزيارات إلى الموقع من خلال توجيه رسائل إلكترونية للإعلان عن مواعيد البرامج في مواقع القنوات الإخبارية أو عن الأخبار التي تنفرد بها مواقع الصحف وبشكل دوري ، فبعض أصحاب المواقع يرسلون رسائل إلكترونية دورية إلى المستخدمين لإطلاعهم على كل ما هو جديد من أخبار الموقع ، وذلك بعد الحصول على العناوين الإلكترونية للمستخدمين وفي الغالب تكون هذه الخدمة باشتراكات شهرية ، مثله مثل الخدمة الجديدة التي بدأت تنتشر في مواقع الصحف الإلكترونية بعد أن كانت حصراً على مواقع القنوات الفضائية الإخبارية وهي خدمة معرفة الأخبار العاجلة أولاً بأول عن طريق التليفون المحمول ، فالموقع أو الجريدة يعطي رقم للاشتراك في خدمة الرسائل النصية الإخبارية ويقوم المستخدم بالاشتراك برسوم شهرية تخصم من رصيد المستخدم او عن طريق الفيزا كارد الخاص بالمستخدم .

كما يمكن أيضاً زيادة عدد معدلات زيارات المستخدمين من خلال مزايا يمكن استخدامها بشكل متكرر مع نمو محتويات الموقع ، فالمواقع التي تشتمل على العناصر التفاعلية كحرف الحوار والنقاش حول الأخبار والمعلومات المستجدة ، كذلك إمكانية مشاركة الأخبار على مواقع شبكات اجتماعية مثل موقع FaceBook وموقع Twitter الذي يتيح للمستخدم إمكانية نشر الخبر ومشاركته مع أصدقائه على صفحة المستخدم الخاصة في هذه المواقع الاجتماعية وهذا يساعد على نشر الخبر على مستوى أكثر وهو عامل مهم جداً لنشر والترويج للجريدة لأن هذا يزيد من موثوقية الجريدة بالنسبة للمستخدم وكذلك زيادة عدد القراء للأخبار وزيادة وتوسيع مستوى الحوار على الأخبار ، وهنا يأتي نوع جديد من الثقة والمصداقية للخبر ، فالأصدقاء التابعين للمستخدم الذي يشارك بالخبر على صفته يجعل المستخدمين يقرؤون الخبر ليس فقط لثقة المستخدمين بالجريدة ولكن لثقتهم بالمستخدم نفسه فالثقة هنا والمصداقية تسبق المضمون نفسه لان المصداقية هنا تأتي من المستخدم الأول للجريدة الذي قام بمشاركة الخبر في أول الأمر ، وهذا

سيشجع المستخدمين على زيارة الموقع بشكل أكبر وأوسع فعند كل زيارة سيجد المستخدم كل ما هو جديد وحديث وكذلك حرية أكبر في التعبير عن الرأي .

- العنصر الرابع : المستخدم دائما على حق .

فالقارئ والمستخدم للمواقع الإخبارية هو المعني باهتمام كل فرد يعمل في الصحيفة من رئيس المؤسسة الإخبارية إلى أقل مراسل يعمل في الجريدة ، لذلك يجب مراعاة كل اهتماماته وعطشه للأخبار الجديدة في المجالات المختلفة ، وأهم شيء هو عدم تشتيت القارئ عن طريق ربط الموضوع الواحد بعدة موضوعات مرتبطة بنفس المجال الذي يبحث فيه ، وإمكانية الرجوع إلى الصفحة الرئيسية ثانياً، أو إضافة وصلات خاصة يمكنه الرجوع إليها للتأكد من صحة الخبر ووضعها في مكان ملائم يمكنه من الرجوع إليها متى شاء حتى لا يتوه داخل الفضاء المعلوماتي ولا يعرف الخروج منه ، وأيضاً إضافة وصلات لربطها بمواقع أخرى وتكون متاحة في الصفحة الرئيسية .

وكذلك يجب مراعاة كتلة النص (وهي وحدة تقسيم المادة المراد نشرها) فهي التي تخاطب الذاكرة قصيرة المدى ، وحينما تحتوي الكتلة على أكثر من معلومة أو جزئية للحدث يتم تقسيمها في صورة خريطة بحث ، ويمكن أن تكون الكتلة نصاً أو جدولاً أو رسماً بيانياً أو خريطة أو صورة .

فالفرق بين الجريدة المطبوعة والجريدة الإلكترونية ليست من جهة المادة التحريرية ، فالكل واحد ولكن من جهة طريقة التصفح والخدمات الإضافية التي تهم مستخدمي الشبكة ، مثل خدمة البحث داخل الأرشيف باسم الكاتب أو باسم الموضوع ، وكذلك تقديم بعض الخدمات البسيطة مثل (مواقيت الصلاة - حالة الطقس - أسعار العملات - وظائف خالية - بريد إلكتروني مجاني - إمكانية طباعة النسخة الورقية من الجريدة بصيغة PDF ... الخ)

وأيضاً يجب استغلال الإمكانيات الإعلانية للصحيفة الإلكترونية من خلال إتاحة الفرصة للوصول إلى مواقع العديد من الشركات الصناعية والتجارية بحيث يكون موقع الجريدة هو الممر الذي يسلكه الراغب في التعرف على معلومات عن مختلف أنواع المنتجات المتاحة بدءاً من برامج عروض السينما والمسرح ومواعيد وصول الطائرات وسفرها وأحدث المنتجات من سيارات وأسعار البورصة والفنادق وغيرها من الأنشطة التي قد تهم متصفح الإنترنت سواء الموجود داخل مصر أو الراغب في السفر إليها .

كذلك يجب مراعاة أن يختار الصحفي الناشر أنسب الأدوات المعبرة عن الفكرة ونشرها سواء كانت القلم أو المسجل أو الفيديو ، ووضعها لتوضح الخبر وخلق سبق عن باقي الجرائد الأخرى.

كل هذا يتطلب التفكير في كيفية إعداد موضوعات صحفية تلبي احتياجات المتصفح من جانب ، وتحسين استغلال الوسيلة من جانب آخر حتى لا نصبح كمن يملك محطة فضائية ليقدم برامج حوارية لا تناسب سوى الراديو .

ملخص الفصل :

اشتمل هذا الفصل على مقدمة يليها التركيز على مصداقية المظهر ، أو التصميم ، فلا بد من معرفة العناصر البنائية للمواقع الإخبارية وبنيتها الإلكترونية وتأثير التصميم على اكتساب المصداقية لدى الجمهور وأهمية التصميم في إيصال المعنى ، بدون الخوض في مقدمات حول تعريفات الصحف الإلكترونية ونشأتها وتطورها وأنواعها .

ثم شرح بالتفصيل لهذه العوامل التي تؤثر على تصميم المواقع الإخبارية على الإنترنت ثم أنواع المواقع وكيفية تقييمها ، ثم الصعوبات التي تواجه عملية التقييم .

وتطرقت الباحثة بعد ذلك إلى أهمية التصميم في إيصال المعنى وفي زيادة المصداقية لدى المستخدم ، وفاعلية التصميم في التأثير على المصداقية .

ثم قامت الباحثة بشرح بعض العناصر المتعلقة بطبيعة الجمهور المستخدم للمواقع الإخبارية والعوامل التي تؤثر على درجة مصداقيته وولائه للجريدة .