

المواقع الإلكترونية - خصائصها ومعايير قياس جودتها -

ملخص:

حاولنا في هذا العمل التعرض في قسمه الأول لأهم خصائص المواقع الإلكترونية من حيث مفهومها، أنواعها، بناؤها وتصميمها، وفي قسمه الثاني لبعض معايير قياس جودتها، مستهلين ذلك بالكلام عن مفهوم جودة المعلومات ثم عن أهمية قياس جودة المواقع الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: المواقع الإلكترونية ; خصائص ; معايير قياس الجودة.

سمية ثيو

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي
البيصري
جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة - 3-
الجزائر

مقدمة:

أولاً: خصائص المواقع الإلكترونية
الموقع الإلكتروني هو مجموعة من
ملفات الشبكات العنكبوتية ذات الصلة
المتشابهة المرتبطة فيما بينها، والتي
قام بتصميمها فرد أو مجموعة من
الأفراد أو إحدى المؤسسات [1]
وتعرف أيضاً المواقع الإلكترونية بأنها:
"عبارة عن مجموعة صفحات
إلكترونية مرتبطة مع بعضها

Abstract:

In this article, we tried to expose in its first section the most important characteristics of the websites in terms of their concept, types, construction and design, and in its second part some quality measurement standards, starting with talking about the concept of quality of information and the importance of measuring the quality of websites.

البعض كما يمكن مشاهدتها والتفاعل معها عبر برامج حاسوبية تدعى المتصفحات web browser ويمكن عرضها بواسطة الهواتف النقالة عبر تقنية نظام التطبيقات اللاسلكية[2]. ويمكن أن يحتوي موقع الويب على موقع فرعي واحد أو أكثر، فإذا اعتبر موقع الويب دليلاً يحتوي على مجموعة من المجلدات فإن الموقع الفرعي عبارة عن مجلد فرعي يحتوي على موقع ويب مستقلاً بذاته[3].

ويعرفه محمد مصطفى حسين بأنه مجموعة من الصفحات الإلكترونية المرتبطة ببعضها والتي تحتوي على نصوص وصور ورسوم متحركة ووصلات وربما موسيقى وأفلام بها معلومات حول موضوع ما قد يكون شركة أو جهة حكومية أو شخصاً أو بحثاً داخل صفحات منسقة، ويحمل الموقع اسماً منفرداً يمكن فتحه من خلال شبكة الأنترنت[4].

أنواع المواقع الإلكترونية:

تتنوع المواقع الإلكترونية وتصنف وفق عدة معايير يمكن ذكر أهمها فيما يلي[5]:

أولاً: من حيث المضمون:

ويهتم هذا التصنيف بتحديد المواقع من حيث المحتوى الذي تقدمه، ويمكن تصنيفها كالتالي:
مواقع تجارية: وهي مواقع تقدم عروضاً عن منتجات معينة تكون تابعة لشركات ومؤسسات غالباً ما تكون هذه المواقع تابعة لها وهذه المواقع إما تقوم على التسويق للسلع والمنتجات وهي بذلك مواقع تجارية تسويقية، أو تقوم بالتعريف بهذه المنتجات دون توفير إمكانية بيعها وهي تسمى بالمواقع التسويقية الإعلامية.

مواقع إخبارية: وتركز اهتمامها على تقديم الخدمات الإخبارية اللحظية وربما تضيف إليها بعض التحليلات الإخبارية والتقارير.

مواقع شاملة: وتضم هذه المواقع نطاقات اهتمام واسعة متنوعة من حيث:

أ-التخصص: فتتعمق بالمجالات السياسية والاقتصادية والعلمية والاجتماعية وغيرها.

ب-القوالب الفنية: فتتشر الأخبار والتحقيقات والمقابلات واستطلاعات الرأي .

ج-المناطق الجغرافية: فتتعمق بمساحات جغرافية متنوعة.

مواقع إعلامية: وتساند هذه المواقع مؤسسات إعلامية أخرى مثل الصحف و الإذاعات والقنوات الفضائية وذلك في محاولة لاستكمال جميع أدوات العرض الإعلامي وإحداث نوع من التكامل بين الوسائل.

وهناك تصنيفات أخرى وفق هذا المعيار - معيار المضمون[6] :

المواقع العلمية: تقدم هذه المواقع معلومات علمية أو بحوث أو دراسات وقد يضعها الباحثون والمتخصصون في المجال والأكاديميون.

المواقع التعليمية: تخص هذه المواقع الجامعات والمعاهد والمدارس والهيئات التعليمية وتطرح بها مواضيع تعليمية أو دراسية.

المواقع العسكرية: وتتضمن صفحات هذه المواقع معلومات مختلف الجهات العسكرية ولا تتاح للعمامة إلا إذا كانت البيانات الموجودة بها مصرح لها بالنشر.

المواقع الترفيهية: وهي المواقع التي تقدم خدمات ترفيهية لزائريها مثل خدمة إرسال الرسائل القصيرة إلى التلغرافات المحمولة أو خدمة تنزيل الملفات الصوتية أو خدمة الدردشة من خلال الموقع.

المواقع الشخصية: وهي المواقع التابعة لأشخاص ينشرون فيها بيانات أو صور أو معلومات خاصة بهم (كالسير الذاتية مثلاً).

ثانياً: من حيث الاحتراف

مواقع هواة: غالباً ما يقوم عليها شخص أو عدة أشخاص من الهواة الذين يرغبون فقط في التعبير عن رؤيتهم أو التعريف بأنفسهم أو عرض إنتاجهم الفكري أو الأدبي أو العلمي.

مواقع محترفة: تقوم هذه المواقع على مؤسسات محترفة ومتخصصة، وتستعين بكفاءات متخصصة ومحترفة للعمل الإعلامي والإلكتروني[7] .

رابعاً: من حيث الهدف:

في عام 1999 قام كل من Jan Alexander و Marsha Ann Tate بجامعة Wider University بإصدار كتاب تحت عنوان "حكمة الإنترنت: كيفية تقويم وإنشاء جودة المعلومات على الويب" والذي صنفا فيه المواقع المتاحة على شبكة الويب إلى خمس فئات أساسية كما يلي [8]:

صفحات طرح ومناقشة الآراء:

هذه الصفحات يتم رعايتها من قبل منظمات تتعامل مع الرأي العام أو تدعو إلى أفكار وتوجهات بعينها، ومن أمثلتها: منظمة حقوق الإنسان، منظمة مكافحة التمييز العنصري، منظمة الأمم المتحدة.

صفحات الأعمال والتسويق:

الجهات التي تقدم هذه الصفحة إما تكون جهات تجارية أو مهتمة بإدارة الأعمال، وتعمل تلك الصفحات على ترويج سلع معينة أو التعامل التجاري مع جهات محددة.

صفحات الأخبار:

تقدم تلك الصفحات من قبل جهات تجارية علمية أو حكومية، ويتمثل الهدف الرئيسي لها في توفير أسرع تغطية إخبارية ممكنة، إلا أنها قد تتأثر كذلك بتوجهات فكرية وسياسية

صفحات تقديم المعلومات:

تقدم هذه الصفحات البيانات المجردة والإحصاءات والحقائق ذات الطابع التعليمي، وتتبع هذه المواقع مؤسسات تعليمية وأكاديمية، أو تتبع مؤسسات حكومية ترتبط بالمصالح الحكومية والمراكز الممولة من قبل الدولة، إلا أن بعض تلك الصفحات يتبع كذلك منظمات دولية لا تنتمي إلى جهة سياسية أو تجارية معينة.

صفحات البيانات الشخصية:

تقدم هذه الصفحات الأفراد بصفة شخصية دون أن يكون لمنظمة أو جهة معينة سلطة عليها وقد تُوجر هذه المواقع من قبل مقدم خدمة تجارية ويخصص لها المختصر com . ويمكن أن يتم استضافة تلك الصفحات من قبل مواقع الجامعات والمدارس حيث تتيح بعض الجهات التربوية لأعضائها مساحة معينة لينشروا أعمالهم الفكرية لكن على مسئوليتهم الشخصية وهذه المواقع تنتهي بـ: edu.

سادساً: من حيث التكوين [9]:

يمكن تقسيمها كالآتي (مع ذكر الخصائص):

المواقع المركبة	المواقع الكثيفة	المواقع البسيطة
كثافة المادة المطلوب بثها.	كثرة المواد المطلوبة بها.	محدودية الأقسام.
كثرة التقسيمات والتصنيفات بصورة كبيرة.	سهولة تقسيم المادة إلى عدد محدود من المحاور والأقسام.	محدودية المواد التي تبث فيها تباعد فترات التحديث
تقارب دورية التحديث	تقارب دورية التحديث	

سابعاً: من حيث الجمهور المستهدف

يتنوع الجمهور المستهدف وفقاً لطبيعة الموقع والمؤسسة أو الشخص القائم عليه، تبعاً للفكرة والهدف الأساسي الذي نشأ من أجله:

أ- **واقع تستهدف جمهوراً متخصصاً محترفاً:** تستهدف هذه المواقع جمهوراً في تخصص معين: علمي، اجتماعي، اقتصادي، ثقافي... (إلخ).

مواقع تستهدف جمهوراً عاماً متنوعاً: تعرض هذه المواقع مادة متنوعة تستهدف عموماً الجمهور الذي يزور شبكة الإنترنت وذلك في محاولة للوصول إلى أكبر قدر ممكن من قطاعات الجمهور المتنوعة [10].

ثامنا: من حيث إمكانية تغيير المحتوى [11]:

وهي تلك المواقع التي يمكن تعديل محتواها من طرف المتصفح عن طريق **نظام إدارة محتوى**، وعن طريق هذا النظام يمكن إضافة صفحات جديدة أو إحداث تعديلات على النص أو الصور أو ملفات الصوت أو الفيديو.

أ- **مواقع سناتيكية** [12]:

وهي المواقع التي لا تتوفر على إمكانية تغيير بياناتها بطريقة ديناميكية أو قاعدة بيانات يمكن تحديث البيانات من خلالها، حيث يتطلب تغيير أي معلومة أو صورة بأي صفحة الرجوع إلى مصمم الموقع ليعيد تغيير هذه المعلومات أو الصور باستخدام أدوات ولغات تطوير المواقع ثم إعادة نشره على الإنترنت مرة أخرى.

1- **بناؤها وتصميمها:**

إن الحديث عن بناء وتصميم المواقع الإلكترونية يستدعي تناول كل عنصر من مكونات الموقع الإلكتروني على حدة كالتالي:

أولاً: **المادة المكتوبة**

1- **النص:**

يختلف النص في المجال الإلكتروني عن النص في المجال المطبوع حيث أنه يتيح مادته وفقاً لاحتياجات القراء

واختياراتهم وذلك من خلال ربطهم بجميع وحدات التخزين المتصلة بشبكة الإنترنت وباستخدام التقنيات المرئية والمسموعة المختلفة وهذه الصفة التي يختص بها النص في المواقع الإلكترونية تدعى: "التشعب".

وينقسم النص المتشعب حسب استخدامه إلى ثلاثة أنواع [13]:

- أ- **النص المتشعب الداخلي:** وهو الذي يحيل المتصفح إلى نص آخر موجود على الصفحة ذاتها.
 - ب- **النص المتشعب الخارجي:** وهو الذي يحيل المتصفح إلى صفحة أخرى موجودة على موقع آخر خارجي خلاف الموقع الأساسي الذي يتصفحه القارئ.
 - ج- **النص المتشعب الوسيط:** الذي يحيل المتصفح إلى موضوعات داخل الموقع ذاته ولكن داخل صفحات أخرى من الموقع.
- **العناصر البنائية المساعدة:**

من العناصر البنائية المساعدة في بناء صفحة الموقع الإلكتروني الحدود والفواصل، وهي تلعب دوراً بارزاً في إبراز المضمون بشكل متناسق ومنظم لما لها من دور في فصل الكلمات عن بعضها البعض وكذا وضع الفراغات والأطر في شكل يريح عين المتصفح [14].

ثانياً: المادة المرئية

- **الصورة:**

تتميز الصورة بدلالاتها السيميائية التي تضيف معنا عميقاً ومتميزاً للنص المكتوب، وهي بذلك تشترك مع أهداف استخدامها في المجال المطبوع، إلا أنها تختلف في المجال الإلكتروني من حيث طبيعتها التقنية والتكوينية (ممسوحة ضوئياً أو مركبة بأحد برامج المونتاج).

وهي تستخدم بأحد الأشكال التالية:

أ- تابعة للنص المكتوب وهي تستخدم هنا من أجل الاستزادة في الشرح والتوضيح وتقديم التفاصيل.

بمفردها لتقديم إعلان أو ملصق إشهاري أو أو إضفاء صبغة جمالية على المحتوى ... (إلخ).

ثالثاً: المادة المسموعة:

- الصوت:

و تتخذ ملفات الصوت إحدى الصيغ التالية: RA, WMA, Wave, UNIX, SND, au, K AI, MP3, MP2, AIF [15].

ثالثاً: المادة المسموعة:

- الصوت:

و تتخذ ملفات الصوت إحدى الصيغ التالية: RA, WMA, Wave, UNIX, SND, au, K AI, MP3, MP2, AIF, AI رابعاً: المادة المرئية و المسموعة:

- الفيديو:

وتتخذ ملفات الفيديو صيغا عديدة منها: "Quick Times – Video for Window - VFW" – MPEG

و من التحديات التي تتميز بها المواد المسموعة و المرئية في المجال الإلكتروني، والتي يجب أخذها بعين الاعتبار من طرف مصممي صفحات المواقع الإلكترونية ضعف سرعة تحميل الملفات وكذا جودة الصورة والصوت و الفيديو.

خامساً: عناصر تقنية مساعدة

- الوصلات والروابط التشعبية [16]:

عبارة عن كلمة أو صورة أو شعار أو رسم أو جرا فيكس يتم تضليلها أو تعيينها بطريقة ما من قبل صاحب الموقع، بوضع خط تحتها أو بنط كبير أو إظهارها بحروف سوداء عريضة أو مرقمة... الخ، وهي تمثل ببساطة اتصالاً يحتوي ملفين مختلفين أو بين جزأين مختلفين في ملف واحد، وبالضغط على النص المحدد أو صور الغرافيكس يتم تنشيط الروابط، وقد تصل الروابط التشعبية المستخدم بصفحة أخرى أو بجزء من نفس الموقع، أو بمواقع ويمكن أن تنقل المستخدم إلى تطبيقات أخرى على شبكة الإنترنت مثل عناوين للبحث عن موضوع معين على شبكة الإنترنت أو إلى أحد عناوين البريد الإلكتروني، لإرسال رسالة إلى شخص أو جهة ما .

ثانياً: بعض معايير قياس جودة المواقع الإلكترونية

1- تعريف الجودة:

عرفها (معجم الوسيط) لغة من كلمة أجاد أي أتى بالجيد من قول أو عمل وإيجاد الشيء صيره جيداً، والجيد نقيض الرديء، وجاد الشيء جوده بمعنى صار جيداً. أما اصطلاحاً فنكتفي في هذا المقام بتعريف المعهد الأمريكي للمعايير بأنها جملة السمات والخصائص للمنتج أو الخدمة التي تجعله قادراً على الوفاء باحتياجات معينة [17]. وقد كان مفهوم ضمان الجودة الشاملة قد نشأ وتطور في أمريكا الشمالية في وقت مبكر من القرن العشرين أخذاً شكل الاعتماد الأكاديمي، وبدأ كنشاط اختياري غير حكومي يهدف إلى الارتقاء بنوعية التعليم في المدارس والكلية والجامعات [18].

1- تعريف جودة المعلومات:

يقصد بها مدى سهولة الخدمة من حيث توفر المعلومات الكاملة عنها بالإضافة لبساطتها وكمالها بحيث تكون متكاملة ومؤدية للغرض المطلوب منها بشكل كامل [19]. وهناك من يرى أن جودة المعلومات تتحدد بثلاثة أشياء هي منفعة المعلومات، درجة الرضا عن المعلومات ودرجة الأخطاء والتحيز فيها.

2- أهمية قياس جودة المواقع الإلكترونية

لقد تنامي دور الموقع الإلكتروني بشكل ملحوظ على الشبكة ازداد الإقبال عليه، ولأن شبكة الإنترنت تعد بيئة مفتوحة فإنه يمكن لكل من يملك جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة أن يستخدم موقعاً مجاناً على الشبكة ينشر من خلاله ما يشاء، ويطلق على نفسه ما يشاء من ألقاب علمية ليجعل زائر الموقع يثق في المعلومات المطروحة فيه.

إن تلك المشكلة لفتت انتباه المهتمين بالنشر الإلكتروني إلى ضرورة دراسة جودة المواقع الإلكترونية، كما أن معضلات معتبرة وجهت الأنظار إلى أهمية تقييم جودة المواقع على شبكة الأنترنت، نكر منها ما يلي [20]:

- إمكانية أي شخص نشر أي مضمون دون وجود ضوابط علمية أو أدبية.
 - صعوبة تحديد المصدر الحقيقي للموقع.
 - صعوبة تحديد الهدف من تواجد موقع معين وصحته.
 - صعوبة تحديد حداثة المحتوى المطروح في الموقع.
 - عدم مراجعة الكثير من المواقع وتحديد محتواها وتقييمها من قبل الجهات العلمية والبحثية أو حتى من قبل مجموعات المستفيدين.
 - غياب الإطار القانوني المنظم لحق الملكية الفكرية للمعلومات المدرجة في هذه المواقع .
- دعا كل ذلك إلى حتمية قيام جهات علمية وبحثية معتمدة بالمراجعة الدورية للمواقع التي تؤثر في فئة عريضة من المستفيدين، وضرورة إيجاد معايير محددة لقياس جودة الموقع الإلكتروني كمجال حتمي و تخصصي .

وقد جاءت الجودة في المواقع الإلكترونية بجملة من المبررات التي دعت إلى ضرورة الاهتمام بها وتبنيها،

وتوضح لنا هذه المبررات مدى الأهمية التي يكتسبها قياس جودة المواقع الإلكترونية ونوجزها فيما يلي [21]:

أ- تحقيق التكامل والترابط بين المواقع الإلكترونية:

إن من أهداف الجودة في المواقع الإلكترونية تحقيق التكامل والترابط بين أصحاب التخصص الواحد في المواقع المتعددة وإزاحة الحواجز، ودواعي الصراعات، ونيز النزاعات بينهم. وأصحاب التخصص الواحد يحتاجون لمعرفة ما يتعلق بمواضيع تخصصاتهم من أجل تطوير معارفهم وتوسيع آفاقهم، ويسمح ذلك في الوقت نفسه في بناء قاعدة معلومات وبيانات في مجال معين تسهم في تطويره.

ب- تدعيم المركز التنافسي للمواقع الإلكترونية:

إن الازدياد المتسارع لحجم وكم المواقع الإلكترونية في العالم يجعل الاهتمام بقضية الجودة أمراً لا بد منه كما في المجالات المعرفية الأخرى، فقد بلغ عدد المواقع الإلكترونية على الشبكة نهاية ديسمبر 2011 " 555 " مليون موقع، وبالنظر إلى هذا العدد الهائل أصبح تحقيق الجودة في المواقع يهدف إلى المضي بالمواقع فُدماً نحو الصدارة بدعم مرتبتها بين المواقع الإلكترونية، فيزداد بذلك حجم المتفاعلين معها بكثرة روادها.

وقد تولى مهمة إحصاء المواقع الإلكترونية وترتيب الصدارة والأولوية بينها عدة مواقع وبرامج، منها على المستوى العربي موقع رتب " ratteb "، أما على الصعيد العالمي فموقع Alexa، والبرنامج العالمي "Page rank".

ج- ضبط الجودة في المواقع الإلكترونية:

يتحقق ضبط الجودة في المواقع الإلكترونية عن طريق استقراء و بناء معاييرها وصياغتها في كافة المجالات الرئيسية: العلمية، الإدارية، الفنية والبرمجية؛ بحيث تغطي جميع المراحل: المدخلات، العمليات والمخرجات مع مراجعتها وتعديلها وتحديثها دورياً؛ حتى تتمكن المواقع الإلكترونية من

الحفاظ على مستوى عالٍ من جودة الأداء، وليس المقصود من ضبط الجودة في المواقع إنكاء روح التتابع والتماثل مع النماذج الموضوعية والمستقرة .

4-معايير جودة المواقع الإلكترونية

نظرا للتطورات المتسارعة في شبكة الإنترنت فقد ظهرت جهود ودراسات عديدة تناولت مسألة الجودة على الإنترنت وتحديدًا في مواقعها واتجهت هذه الجهود عموماً في المسارات التالية [22]:

- جهود خاصة بوضع معايير عامة لجودة المواقع الإلكترونية.
 - جهود خاصة بوضع معايير خاصة لجودة مواقع إلكترونية محددة.
 - جهود خاصة بوضع معايير جودة المعلومات.
- ويمكن الاستفادة من تصنيف معايير جودة المواقع الإلكترونية في اتجاهين رئيسيين هما [23]:
- بالنسبة للموقع ذاته من خلال تحسين صورة وأداء موقع إلكتروني معين و توفير مرجع ودليل لمصممي المواقع عند تصميمهم لمواقع جديدة .
 - بالنسبة للمواقع من نفس النوع من خلال المقارنة بين جودتها.
- وسوف نستعرض هنا أهم معايير جودة المواقع الإلكترونية في ضوء هذه التصنيفات المقدمة سابقاً:
- أولاً: المعايير العامة لجودة المواقع [24]:**

1- جودة الرموز المستخدمة في الموقع: وذلك من خلال توضيح هذه الرموز على مستند الموقع وتنظيم كتابتها، ويفضل أن تكون هذه الرموز أو الأكواد من لغة XHTML ومن لغة HTML .

2- يسر الاستخدام ويشمل هذا العنصر أموراً كثيرة نذكر منها: وضوح الخطوط والألوان والخلفيات، دقة تصنيف المعلومات تصنيفاً دقيقاً و ضرورة الفصل بين الحقول لتكون واضحة للزوار .

3- معيار إدارة الموقع: ويتعلق هذا المعيار ببعض الجوانب الخاصة بإدارة الموقع و منها ظهور رسالة الخطأ 404 إذا فشل المتصفح في فتح أي صفحة وكذا روابط بالموقع تربطه بالمواقع ذات الصلة بالشبكة، إضافة إلى أنه يجب أن يكون هناك إمكانية للوصول إلى صفحات الموقع بدون كتابة WWW قبل اسم هذه الصفحات.

ثانياً: معايير الهيئات الدولية

1- مواصفات الموقع الإلكتروني وفقاً لتعريف الأيزو [25]:

- 1- وقد حددت وفق هذا التعريف المعايير التالية لجودة المواقع الإلكترونية:
- سهولة التعلم: وهي مدى سرعة المستفيد في تصفح الموقع لأول مرة وتفهمه وإدراكه لمحتواه.
- فعالية الاستخدام: وهي مدى سرعة المستفيد الذي تصفح الموقع لعدة مرات في أداء المهام الأساسية.
- إمكانية التذكر: وهي مدى إمكانية تذكر المستفيد الذي تصفح الموقع من قبل.
- تكرار الخطأ: والمقصود بها هل يقع المستفيد في خطأ متكرر دائماً عند استخدامه للموقع .
- مدى موضوعية المستفيد وارتياحه: أو إلى أي مدى يفضل المستفيد استخدام الموقع .

2-معايير جائزة القمة العالمية (WSA)

و هي تشمل:

- جودة وشمولية المحتوى من حيث العمق والأصالة.
- سهولة استخدام العمل والتصفح والإبحار فيه.
- استخدام القيم المضافة مثل التفاعل والوسائط المتعددة.
- جاذبية التصميم واستخدام المؤثرات الصوتية والبصرية والجودة الحرفية (التقنية).
- الأهمية الاستراتيجية للموقع ودوره في تطوير مجتمع المعلومات على مستوى العالم.

وهناك من يحدد معايير جودة المواقع الإلكترونية كالآتي [26]:

- القيمة الاستعمالية: إن الغاية من المعلومات هو الاستعمال، وبالتالي لا قيمة ولا معنى لأية معلومة إلا في حدود استجابتها الجزئية أو الكلية لحاجة المستفيد منها.
- أصالة المادة: لا قيمة لموقع يحتوي على معلومات سبق نشرها في مصادر أخرى باعتبار أن التطور يتوقف على مدى التجديد والإضافة في المعلومات وفي المعارف بشكل تراكمي ومستمر عبر الزمن.
- الدقة: إن المعلومات الدقيقة توفر للقارئ الكثير من الجهد والوقت واستعمالها يفضي إلى نتائج وأحكام لا مجال فيها للتأويل.
- التحديث: إن المعلومات تخضع لظاهرة التعطل أو التقادم عبر الزمن وكلما تقادمت المعلومات وبخاصة العلمية والتقنية كلما قلت قيمتها الاستعمالية وبالتالي ظهرت الحاجة إلى تحديثها أو استبدالها بمعلومات حديثة.
- التغطية: من المهم جدا أن تكون المعلومات ملمة لكل جوانب الموضوع المنشور.
- الصلة بالموضوع: وكلما زادت هذه الصلة زادت قيمة المعلومات.
- المصداقية: إن المعلومات المتداولة عبر شبكة الإنترنت لا تخضع لأي ضابط، وبالتالي يمكن لأي شخص أن ينشر في أي موضوع، وفي أي وقت، وفي أي مكان، ولذلك تولدت أزمة ثقة في مصداقية المعلومات مما يستدعي من صاحب الموقع أن يوضح ويبين جملة من العلامات أو الإشارات الخاصة بالناشر.

وهناك من يرى المعايير التالية [27]:

- المحتوى: درجة تقييمها 33 % ويشمل: مواكبة المضمون للتطور في موضوعاته، التحديث المستمر والدائم، الموضوعية، الدقة ومدى خلو المعلومات من الأخطاء العلمية واللغوية والطباعية.
 - التصميم: درجة التقييم 20 % وتحدد جودة التصميم ب: مدى انجذاب المتصفح للصفحة، طول المدة الزمنية التي يقضيها معها، تكرار زيارته مرات أخرى.
 - التنظيم أو الترتيب: درجة التقييم 20% وهو يهدف أساسا إلى تسهيل مهمة المستفيد وهو يشتمل على: الترتيب الزمني، الترتيب الأبجدي، الترتيب الجغرافي، الهيكل التنظيمي.
 - سهولة التعامل: درجة التقييم 30% والمقصود بذلك توفير إمكانية تعامل المتصفح مع الموقع بالشكل الذي يوفر له المعلومة المطلوبة بأسرع وقت وأسهل السبل بأقل جهد وقت ممكنين.
- 5- نموذج مقترح لمعايير جودة المواقع الصحفية:**
- من خلال استعراضنا لمعايير عدة خاصة بجودة المواقع الإلكترونية يمكن أن نلاحظ بشكل عام:
- تعدد المعايير وتداخلها مع بعضها البعض.
 - تشتتها ووضعها في تصنيفات غير واضحة.
 - افتقار أغلب المعايير إلى خصوصية المواقع وطبيعتها.
- وعليه يمكن وضع تصور لنموذج معايير المواقع الإلكترونية انطلاقا مما توصلت إليه الدراسات السابقة في المجال وتركيزا على وضع مجالات تصنيفية لأهم المعايير المذكورة وذلك بناء على:

أ-معايير الشكل:

الجانب الفني: ويشمل:

سلامة اللغة من الناحية النحوية (القواعد والتراكيب)، والشكلية - علامات التنقيط والوقف، علامات التنصيص والإقتباس...إلخ.

الجانب التقني: ويشمل ما يلي:

- معالجة المادة المكتوبة يجب أن تتسم بالوضوح (حجم الخطوط، ألوانها، المسافات بينها ... إلخ).
- يجب أن تكون الخلفيات غير متعبة للعين - ضبابية مثلا وغير مشتتة لانتباه المتصفح.
- الجانب الخدماتي:** والمقصود به الجانب المتعلق باستخدام المتصفح لمحتوى المواقع، ومن مؤشرات: سرعة التحميل.
- سهولة الوصول إلى المعلومة وخصوصا سهولة الوصول للروابط الداخلية والخارجية للموقع.
- استخدام عدة لغات في الموقع.
- مدى توفر الخدمات التفاعلية من بريد الكتروني وساحات النقاش والتعليقات.

ب - **معايير المحتوى:**

يمثل محتوى المواقع الإلكترونية معيارا هاما في تقييمها لأن علاقة المستفيد بالموقع تبدأ غالبا بناء على محتواه،

ويرتبط معيار المحتوى بعدة معايير منها:

- الهدف من الموقع.
- مدى مناسبة المواد المنشورة فيه للهدف المعلن عنه للموقع.
- جودة المعلومات المنشورة فيه.
- موضوعية المعلومات المنشورة.

الهوامش

- [1] أحمد مجدي شفيق أحمد: استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للفضائيات -دراسة تحليلية لموقعي الفضائية السودانية وقناة الشروق في الفترة من 2013-2015، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2015، ص 14.
- [2] مشيب ناصر محمد آل زبران: المواقع الإلكترونية ودورها في نشر الغلو الديني وطرق مواجهتها من وجهة نظر المختصين، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2011، ص19.
- [3] محمد مصطفى حسين: تقييم جودة المواقع الإلكترونية - دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية والأجنبية- مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 6 ، العدد 18 ، 2010.
- [4] أحمد مجدي شفيق أحمد: استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للفضائيات -دراسة تحليلية لموقعي الفضائية السودانية وقناة الشروق في الفترة من 2013-2015، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2015، ص 14.
- [5] فطوم لطرش: مرجع سابق ، ص 60 .
- [6] أحمد مجدي شفيق أحمد: مرجع سابق ، ص 48-.
- [7] فطوم لطرش: مرجع سابق ، ص 61 .
- [8] محمد محمد الهادي و مصطفى جودت صالح: معايير جودة المحتوى الإلكتروني لصفحة الويب، بوابة تكنولوجيا التعليم، عن موقع: www.mostafa-gawdat.net ، تاريخ التحميل: 2016.
- [9] فطوم لطرش: مرجع سابق، ص- ص 64، 65.
- [10] المرجع نفسه، ص66.

- [11] [المواقع الديناميك والاستاتييك](http://bravoserve.com) عن موقع: <http://bravoserve.com> ، تاريخ الزيارة: 24-02-2017.
- [12] أحمد مجدي شفيق أحمد ، مرجع سابق ، ص 49.
- [13] سمية بورقعة: الصحافة الإلكترونية في الجزائر - دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية (الشروق أون لاين، الخبر أون لاين، النهار أون لاين) نموذجاً- رسالة دكتوراه، جامعة قسنطينة 3، الجزائر ، ص 158.
- [14] المرجع نفسه، ص 160.
- [15] المرجع نفسه، ص- ص 158 ، 159
- [16] زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتوي: القانم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، قسم الصحافة والإعلام، غزة، 2006 ، ص 23 .
- [17] اتحاد الجامعات العربية -الأمانة العامة- مجلس ضمان الجودة والاعتماد للجامعات العربية: دليل المقاييس النوعية والمؤشرات الكمية لضمان الجودة و الاعتماد للجامعات العربية - الدول الأعضاء عمان، 2009.
- [18] إيهاب و فيق الاغا، و فيق حلمي الأغا: "استراتيجيات مقترحة لمعايير ضمان جودة الأداء الجامعي" ، 2010.
- [19] وثيقة معايير جودة الخدمات الإلكترونية الحكومية، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، السلطة الوطنية الفلسطينية، اغسطس 2015.
- [20] محمد مصطفى حسين: تقييم جودة المواقع الالكترونية - دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية والأجنبية- جامعة تكريت - كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية / المجلد 6 / العدد 18، 2010 .
- [21] نورة بنت عبد الرحمن بن علي الزامل: معايير الجودة في المواقع الدعوية دراسة تحليلية تقويمية على عينة من المواقع الدعوية، ماجستير في قسم الدعوة ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 1434-1435 هـ، ص ص72، 77، www.paliasduahmedbey.dz، السبت 16 جانفي 2015، على الساعة 20:30.
- [22] نهى جعفر ستر الختم: أسس ومعايير تقييم جودة الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، 2014، ص 134). [23] فراس محمد العزة: معايير جودة المواقع الالكترونية وتصنيفها، دراسة رقم 5 في: <http://www.zuj.edu.jo/Arabic/pdf/Quality/study5.pdf>
- [24] نهى جعفر ستر الختم مرجع سابق ، ص-ص 134 ، 136 .
- [25] المرجع نفسه، ص ص 136 ، 137 .
- [26] نهى جعفر ستر الختم: مرجع سابق ص 137.
- [27] أحمد شفيق أحمد: مرجع سابق، ص 57.