

المحاضرة التاسعة عشر

الفن والتصميم في عصر الاتصال الرقمي

إن تصميم و بناء موقع ويب لم يعد بالعمل الشاق، غير أن التكنولوجيات وحدها غير قادرة على إنتاج موقع ويب ناجح. فقد أصبحت الإشارة إلى نجاح موقع ما من أهم المقاييس، و ذلك من خلال إقبال المبحرين عليه وإستفادتهم من الخدمات التي يقترحها الموقع و لحسن التجربة المعاشة من خلال الزيارة فهذا النجاح يتمشى وفق معايير للتصميم من خلال إنشاء صفحات ويب إتصالية تعمل على تحقيق أهداف المنظمة وكذا الإجابة عن حاجات المستخدمين له ،بإعطاء الموقع وتوفره للمعلومات اللازمة تكون وفيه مربحة للوقت و تعكس قيم المنظمة.

فقد عرف تصميم الويب منذ التسعينيات تصاعداً كبيراً من حيث الإستغلال و من ناحية أخرى تطور مفهوم تصميم الويب و بروزه كإختصاص(Engholm I.,2002,P.194)، فقد كان الإنتشار الواسع الذي عرفه الإنترنت أو بالأحرى ما يسميه مختصي الإقتصاد الرقمي بفقاعة الإنترنت (Dot.com.bullet)¹ سبباً واضحاً في تطور إستخدامات تصميم الويب.

فبعدما كان الإنترنت وسيلة إتصالية تعتمد أساساً على النص (Text based medium) ،بات الويب وسيلة إتصالية جد متطورة و ذات إستخدامات عدة و معقدة (صور، فيديو، تفاعل مباشر)، مقدمة بذلك أشكال تصميمية مختلفة. فقد كان الطلب لكل من المنتجين والمستخدمين القلب النابض لكل التطورات التقنية والوظيفية وحتى الرمزية لخلق حالة التمايز عن بعضهم البعض في العالم الافتراضي.

إنصبت أكبر الإهتمامات لتصميم الويب حول بعدين أساسيين للموقع ألا و هما (Engholm I.,2002,P.201):

¹ ظهر مصطلح "فقاعة الانترنت" نتيجة التخمين المتزايد لقيمة التكنولوجيات المتعلقة بالإعلام الآلي و بمجال الاتصالات في البورصة و التي بدأت منذ التسعينيات و عرفت ذروتها في مارس 2000، حيث كانت هاته التخمينات تستند الى امكانية نمو و تطور المؤسسات الحديثة النشأة الخاصة بالعالم الالكتروني و منه امكانية جني ارباح طائلة، غير انه ما حدث كان عكس ذلك، فقد شهد العالم انحدار قيمة التكنولوجيات بالبورصة (Turba V., 2007, P.29).

المحور الرابع

تصميم المواقع الإلكترونية عبر الوسائط الذكية المختلفة لمؤسسات الفضاء العمومي

- بعد قابلية الاستخدام (Usability approach) Fleming1998/Nielsen1998/Sharp2007 .
- البعد البياني أو الجمالي (Graphic approach)

Siegel1996/Veen1997/Black1997/Beaird2007/McIntire2007

عرفت المواقع الإلكترونية في الفترة الممتدة ما بين 1993 و1996 (مرحلة ما قبل الإنطلاق لفقاعة الإنترنت) نوع من التلاحم بين البعد الفني والبعد التشفيري، بمعنى أنه كان الإهتمام لتطوير مواقع الويب يشمل كل من بعد قابلية الاستخدام و البعد البياني.

أما ما بين 1997 و1999 ، عرف البعد البياني (الجمالي) قفزة كبيرة وإهتمام متزايد يرجع إلى التطور الكبير الذي عرفته التجارة الإلكترونية و من تم حاجة المؤسسات في التميز عن الشركات الأخرى من خلال إستغلال العناصر البيانية و الجمالية.

غير أن بعد فترة الانفجار (post_boom) كانت الإهتمامات لتصميم الويب تخص كل من عمليات التشفير والتركيز على قابلية الاستخدام، و يرجع ذلك إلى ضرورة تقليص الميزانيات الخاصة بالبعد البياني و الفني و عموما يمكن تلخيص هذه الفترات من خلال ما يلي:

الفترة	السنوات	الاقتصاد الرقمي
المرحلة 1: تلاحم الفن والتشفير	1996-1993	ما قبل الذروة Pre_boom
المرحلة 2: تشعب الفن	1999-1997	الذروة Boom
المرحلة 3: تزعم التشفير	2000	ما بعد الذروة Post_boom

جدول توضيحي لفترات استخدام البعد البياني و البعد الفني في تصميم المواقع الإلكترونية لـ

(Kotamraju N., 2003, P.102)

يعرف تصميم الويب : " تلك السيولة التقنية لإنجاز مواقع الويب و التي تتضمن على ثلاث ميزات : التشعب النصي (Html) التي تشمل البنية التي سيظهر بها كل من النصوص والصور، الانتاج البياني: هو

المحور الرابع

تصميم المواقع الالكترونية عبر الوسائط الذكية المختلفة لمؤسسات الفضاء العمومي

سيرورة استغلال الصور الرقمية و ميزة تطور الوسيلة الإتصالية والتي تتعلق بالمكونات المرئية والتقنية للموقع حيث تشمل كل من الفيديوهات و المنتديات". و منه نستنتج أن لتصميم الويب نفس الأبعاد التي يتأسس عليها التصميم بشكل عام، بمعنى البعد الوظيفي و البنوي.

ساهم دمج البعد الجمالي للتقنية بغية خلق معنى للأشياء. و كنتيجة لذلك، فقد إتسع نظام القيمة التبادلية إلى كل المنتجات وذلك تحت البعد التصميمي للأشياء، بمعنى أنه أصبح للشيء قيمة جمالية من خلال الربط بين ما هو وظيفي و بين ما هو بنيوي (Baudrillard J., 1972, P. 231).

فكما أولجت الثورة الصناعية (و ما رافقهما من تغيرات في معادلة الانتاج) مصطلح التصميم و نيته الضمنية في إعطائه للأشياء رموزا ثقافية و معاني إجتماعية جديدة، بالمثل أولجت مرحلة فقاعة الإنترنت (internet bullet period) مصطلح تصميم الويب webdesign و ظهوره كإختصاص يدرس بالجامعات منذ 1996 (Engholm I. , 2007, P.219). فبتجاوز تصميم الويب المتطلبات التقنية، بات يركز بصورة متزايدة على أن يكون ذو معنى ثقافي للمستخدم، و كان الواقع المادي الجديد لشبكة الإنترنت أن تعمل لمجموعة كبيرة و متنوعة من المستخدمين، فقد أصبح تصميم الويب يركز بصفة متزايدة على التمييز من الجانب القيمي. ضف الى ذلك، العمل على التجديد بات هدفاً أساسياً (Engholm I. , 2002, P.209).

روجت هذه الخطابات لتصميم الويب من طرف العديد من الكتب الخاصة بتصميم الويب، تضم تحليلات لمواقع ويب و تنص على مبادئ أساسية لتطوير الواجهات، مقدمة بذلك توجيهات لإنشاء نظم القيم تمكن من التمييز بين المواقع الجيدة من السيئة.

كانت الموجة الأولى من المنشورات تظهر إهتماماً بإتباع الإمكانيات التقنية المتزايدة لإدارة المظهر المرئي حيث أشارت (Engholm I. , 2002, P.196) إلى Zender 1995 كأول مؤلف لكتاب يتضمن خطاباً بيانياً لمواقع الويب بغية خلق نوع من التميز للمواقع. و كان أغلب هؤلاء الكتاب مستشارين لتصميم المواقع و أصحاب و كالات للتصميم. غير أنه في النصف الثاني من التسعينات، إنقسم مصممي الويب إلى تيارين يحملان رؤى مختلفة بين ما يجب التركيز على الجوانب التقنية و الوظيفية للموقع أو التركيز على المظاهر

البيانية و الجمالية. لذا يتضح لنا ضرورة توازن كل من البعدين أثناء تصميم موقع ويب و قد نلمس ذلك من خلال حديث(Norman D., 1994,P.25) في شأن التصميم : "إذا كان التصميم اليومي للأشياء مسير بالجماليات قد تكون الحياة أكثر إرضاء للعين ولكنها أقل راحة، و إن كانت الأشياء مسيرة بقابلية الاستخدام قد تكون الحياة أكثر راحة ولكنها أقبح".

1. قابلية الاستخدام

إن مفهوم قابلية الإستخدام تضرب جذوره إلى البحوث المتعلقة بتفاعل الإنسان مع الآلة و ذلك تحت إختصاص بيئة العمل للإعلام الالي التي بدورها تعتبر نتاج للمبادئ الأساسية لإختصاص بيئة العمل¹. تعرف قابلية الإستخدام حسب المنظمة العالمية للتوحيد القياسي(ISO) بمدى قدرة مستخدمين معينين بلوغ أهداف محددة و بفاعلية و إرتياح في بيئة معينة (Karlsson M. , 2007, P 76).

يرى (Nielsen J.,1995) ان قابلية الاستخدام هي جزء من نظام القبول و يعرفها بمدى تمكن المستخدمين من إستخدام وظائف و منافع النظام، و تتمثل قابلية الاستخدام في كل من: بقدرة العلم، الكفاءة، الفعالية، قدرة التذكر، مراقبة الأخطاء و رضى المستخدمين. ويمكن الإضافة أنه لا يمكن تحقيق قابلية الإستخدام إذا لم يتم تحقيق الأهداف التالية من خلال التفاعل مع واجهة ما : فعالية الاستخدام، كفاءة الاستخدام، سلامة الاستخدام، تحقيق المنفعة، سهولة التعلم وسهولة التذكر².

فبصفة عامة يتخلى الأفراد عن موقع ما إذا كان من الصعب عليهم استخدامه كما يتخلون عن زيارته خاصة إذا كانت المحتويات صعبة للقراءة أو للتحصل عليها، بمعنى، أنه قد يتوجب على الفرد القيام بعدة عمليات للحصول على المعلومة كذلك إذا كان من الصعب التعرف على الوظائف الأساسية للواجهة الرئيسية (Karlsson M. , 2007, P 77).

1 يعرف Wisner اختصاص بيئة العمل بمجموعة المعارف العلمية الخاصة بالإنسان أثناء تصميمه لمنتجات ما، آلات و وسائل يمكن استخدامها بأقصى راحة و أمان و فاعلية (Boucher A. , 2009, P.4).

2 نفس المرجع.

حسب (Boucher A. , 2009, P.12) تعمل قابلية الاستخدام بصفة غير مباشرة على تخفيض تكاليف المنظمة و لزيادتها من عائدات الاستثمار. فمن خلال عنصر قابلية الاستخدام لمواقع الويب تم ملاحظة ما يلي:¹

- ارتفاع نسبة المبيعات واسعار التحويل، حيث أثبت أنه عند تسني لمستخدمي الإنترنت الشراء بصفة أسهل فإن المبيعات ترتفع على نطاق أوسع .
- تم ملاحظة زيادة نشاطات الأشخاص عبر النت كإنشاء إشتراكات في المواقع أو التسجيل للحصول على الرسائل الإخبارية(News letters).
- إرتفاع حركة السير عبر النت من خلال إزدياد عدد الزيارات و إزدياد تصفح صفحات الويب.
- تحسن أداء المستخدمين من حيث الفعالية و الكفاءة.
- و نظرا لأهمية مفهوم قابلية الإستخدام أثناء إستعمال الفرد لموقع ويب وضع (Nielsen J.,1993) معايير لمواقع الويب و تتلخص فيما يلي (Charest F. & Bédar F. ,2009,P.82) :

- (1) إتاحة حوار بسيط و طبيعي.
 - (2) إستخدام لغة المستخدم.
 - (3) التوفير من عملية التذكر.
 - (4) توفر الموقع على التجانس.
 - (5) توفر الموقع على التغذية الرجعية.
 - (6) توفر الموقع على وسائل مفهومة لرقابة الحوار.
 - (7) توفر الموقع على مختصرات.
 - (8) توفر الموقع على رسائل مفهومة عند حدوث اخطاء.
 - (9) التحذير من الاخطاء.
- وضعت هذه المعايير سنة 1993، فكما نلاحظ من خلالها كان الإهتمام الأكبر على الجانب الأمني للإستخدام من خلال تجنب الوقوع في الأخطاء أثناء الإستخدام. و يرجع هذا إلى الحافز الأساسي للشركات في

المحور الرابع

تصميم المواقع الالكترونية عبر الوسائط الذكية المختلفة لمؤسسات الفضاء العمومي

إستخدامها للمواقع لترقية عملية البيع الإلكتروني التي ميزت تلك الحقبة، فبالتحكم في عامل الوقاية من حدوث الأخطاء و بتبني المنظمة لموقع آمن، يحفز ذلك في عملية الشراء الإلكتروني، كما قام Nielsen في سنة 2005 باقتراح معايير أخرى تركز أساسا على المستخدمين و تتمثل في نموذج للأخطاء العشرة لتصميم الويب (Charest F. & Bédar F. ,2009,P.83) :

الأخطاء	الإقتراحات
تباطؤ (فقدان الارتباط) أثناء العودة إلى الخلف	إستعمال رابط مباشر
فتح عدة نوافذ	الرجوع مع امكانية وضع زربوض اتجاه الخلف
غير مصمم وفق نموذج موحد	التعامل وفق نموذج موحد
عدم وجود بيلوغرافيا	الإشارة إلى المصادر البيبليوغرافية
عدم وجود سجلات	الرجوع إلى الوثائق الأساسية (أو مصدر الكتاب الأول)
رفض الروابط	قبول الروابط
عارضة مشوشة من غير معنى واضح	الايجاز مع وجود الروابط
الاعتماد على اخر الادوات gadgets	الحفاظ على الكفاءة من خلال البساطة
إستجابة بطيئة	توفير اقصى قدر ممكن في وقت الإستجابة
الإشهار والعدوان المنبثق عنه.	تجنب العارضة الجاذبة للنظر

جدول يوضح الاخطاء العشرة لتصميم الويب لـ (Nielsen N.,2005)

ويرى (Nielsen N.,2005) أنه ينبغي أن يتحقق بمحتوى الموقع الخصائص التالية¹ :

- ✓ تكييف محتوى الموقع مع إحتياجات المستخدمين،
- ✓ إستغلال خصائص الإنترنت بتقديم شيء مميز عن المواقع الأخرى،
- ✓ حث الشركات على خلق ثقافة تركز على إستخدام الإنترنت.

و حسب (Nielsen N.,2005) ترجع أخطاء تصميم المواقع إلى نموذج الأعمال التجارية الذي يقتصر على إستخدام المواقع كوسيلة للبحث و لتسيير المشروعات حسب الحاجيات الداخلية لإدارة المنظمة بدلا من حاجيات العملاء و يلخص هذه الأخطاء على النحو التالي (Charest F. & Bédar F. ,2009,P.84) :

¹ نفس المرجع.

المحور الرابع

تصميم المواقع الالكترونية عبر الوسائط الذكية المختلفة لمؤسسات الفضاء العمومي

- نموذج الأعمال : إعتبار شبكة الإنترنت كوسيلة لنشر كتيبات الدعاية الإلكترونية و ليس كوسيلة جديدة للاتصال مغايرة للوسائل الأخرى في ظل إقتصاد إلكتروني.
- إدارة المشاريع : إدارة مشروع الويب كمشروع للأعمال التجارية التقليدية الذي يؤدي إلى خلق موقع يتوافق و حاجيات المؤسسة، غير أن مشروع موقع ويب ينبغي أن يركز على واجهة تتكيف مع زبائن المؤسسة.
- هندسة المعلومات : إنشاء موقع يعكس هيكل المنظمة، غير أنه في الواقع ينبغي أن يعكس هيكل إحتياجات المستخدمين من خلال طريقتهم لإدراك المعلومات.