

المحاضرة الثانية والعشرون

مفهوم تجربة المستخدم وزيارة الموقع الالكتروني (تابع)

تبرز خصائص المستخدم في سماته الفردية و تشمل كل من: السن، قدرة التذكر، القدرات اللغوية، الإحتياجات و الإنتظارات من وراء استخدام نظام تفاعلي. كما يهدف هذا نموذج إلى وضع إطار لمنهجية تقييم تجربة المستخدم من خلال العوامل المعرفية و العاطفية، حيث تتمثل العوامل المعرفية في مكونات الصفات الآداتية، اما العوامل العاطفية فقد تظهر في مكونات الصفات غير الآداتية.

■ تشمل الصفات الآداتية كل من: سهولة الإستخدام، فعالية النظام و الفائدة و المنفعة التي يقدمها النظام و قدرة التحكم به و سهولة تعلم إستخدامه و مدى قدرته على مساعدة المستخدم في تشغيله، فعلى العموم تشكل هذه العناصر المعايير الأساسية لقابلية الإستخدام، بحيث تظهر تجربة المستخدم من خلال آمال و إيمان الأفراد في تخلصهم من قيود الجهود الفيزيائية أو المعرفية من خلال إستخدامهم لنظام ما (واجهة إلكترونية).

■ أما فيما يخص الصفات غير الآداتية تظهر السمات الجمالية على شكل العناصر الحسية للإنسان من خلال الجودة الملمسية و السمعية و للجماليات المرئية التي تعمل على إشباع الحاجات التي تتعدى المنطق النفعي و الوظيفي. حيث يعتبر الباحثان الجماليات كتجربة حسية لمنتوج مثير و مدى توافق هذه التجربة مع الأهداف الفردية و الروحية، بحيث تظهر جودة السمات الرمزية من خلال بعدين : البعد الاتصالي الرمزي و بعد الإشارات الرمزية:

◆ يتعلق البعد الاتصالي بالرسائل التي يبثها المنتج، يمكن ان تتعلق بالتعبير عن جوانب لشخصية معينة أو لمجموعة ما، كما أنها تتعلق بالصفات الفردية من خلال قيم تعمل على التمييز بين المستهلكين و تتيح للمستخدم تجربة سارة، بحيث تصبح أداة تعبيرية لذاتية المستخدم.

◆ أما الإشراكات الرمزية، فهي تتعلق بالذكريات الفردية للمستخدم و قدرتها على خلق تجربة إيجابية للمستخدم.

يذكر أيضا أن هذه السمات الجمالية قد تصبح عوامل محفزة تظهر من خلال قدرتها على إرضاء حاجيات الأفراد من حيث تميزها بالحدثاء، فقد يمكن أن تزيد من فضول المستخدم و الذي يؤدي إلى الإحساس بالتحدي في الاستخدام.

فحسب نموذج تجربة المستخدم تتأثر عواطف و مشاعر المستخدم بكل من الإدراك الخاص بالصفات الآداتية و غير الآداتية، و يظهر هذا التأثير من خلال ردة فعل عاطفية يمكن أن تترجم إلى أحاسيس ذاتية أو ردود فعل فيزيولوجية أو من خلال تعبيرات حركية أو بتقييمات معرفية أو اتجاهات سلوكية.

على العموم تحدد كل العوامل السابق ذكرها: (الإدراك للصفات الآداتية و غير الآداتية و ردود الفعل العاطفية) نتائج تجربة الإستخدم و التي تترجم في تقبل إستخدم نظام ما أو رفضه و في سلوك الإستخدم و من خلال الأحكام العامة للتجربة كما يمكن أن يتجسد ذلك من خلال الاختيار بين البدائل إن وجدت.

على إثر ما تطرقنا إليه من خلال نموذج تجربة المستخدم، أصبح من غير المعقول حصر تصميم مواقع الويب على جانب واحد أو بعد تصميمي واحد و الجزم بنفعية البعد الإستخدمي على الجمالي.

فكما ما أورده (Tractinsky N. , 2006,P.333)، أوضحت عدة دراسات طبيعة الإدراك البشرية و أهمية الجانب المرئي و للإستجابة العاطفية التي تولدها الجماليات. فعلى غرار البعد الإتصالي و الرمزي الذي تلعبه الجماليات (Schroeder J.,2006)، و بإعتبارها ضمن الحاجات الأساسية للفرد التي تزيد من تحفيزه (Maslow A.,1954)، يرى (Postrel,2002) أن توغل الكمبيوتر بين مختلف شرائح المجتمع قد خلق نوع من الديموقراطية بالتصميم جعل عدداً أكبر من الأفراد حساسون للجودة البيانية و بروز إشراك جماعي للغة التصميم البياني. و عليه، أصبحت الحاجة لتوفير أدوات و فية و شاملة لتقييم المواقع مسألة أساسية، بغية ضمان توافق المواقع الإلكترونية و حاجات المستخدمين المعلوماتية و الحسية من خلال إعتبار زيارة موقع ما تجربة إستخدامية.

فيمايلي، سيتسنى لنا التعرض إلى مختلف خصائص تقييم المواقع و شبكات القراءة المستعملة لهذا الغرض.