دراسة رقم (5) معايير جودة المواقع الالكترونية وتصنيفها اعداد: د. فراس محمد العزة/ مدير مكتب ضمان الجودة

مقدمة:

يعرَّف الموقع الالكتروني (WEB SITE) بأنه مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو الرقمية والمترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل تكون محملة في حاسوب من نوع خادم (SERVER). ويحتوي كل موقع على صفحة رئيسة (MAIN PAGE) تؤدي الى صفحات أخرى. ويكون للموقع عنوان محدد وخاص به (URL) يميزه عن بقية المواقع على الشبكة العنكبوتية (الانترنت). والوصول الى الموقع لا يحدد بزمان ولا مكان. وقد ترتبط بالموقع مواقع فرعية كما هو حال مواقع الجامعات الرئيسة التي ترتبط بها مواقع الكليات والمراكز العلمية والبحثية التابعة لها، والمدونات الخاصة بالمدرسين. وان جودة تصميم المواقع ومنه الواجهة، يعطى الانطباع الأول الجيد عن الموقع ويشد المستفيد للمتابعة.

و تعكس مواقع المؤسسات التعليمية والتربوية صور هذه المؤسسات، ومنها الجامعات ونشاطها العلمي والتعليمي والإداري المستمر، يكون الغرض منها تعريفي وتعليمي وتثقيفي ودعائي، و لاسيما أن التعليم يعد صناعة؛ لذلك نجد حيزاً للمخرجات في مواقع الجامعة لتسويقها، فضلاً عن التعريف بأعضاء كادرها الأكاديمي الذين يشكلون ثقل العملية التعليمية والبحثية في الجامعة، وبسبب حرية الدخول وعدم وجود ضوابط على الشبكة، أوجد الشيء ونقيضه.

و إن انشاء مواقع دون رقيب أفقد الثقة والمصداقية، في كثير من المواقع؛ لذلك ظهرت جهات تقويم هذه المواقع و قياسها وحسب الاختصاص ؛ للتأكد من مصداقيتها، و يشمل المواقع العلمية ومنها مواقع الجامعات التي تقوم بمراجعة هذه المواقع وتقيم جودتها ونشاط الجامعة ، وإعلان ذلك على الشبكة العنكبوتية نفسها، لإعطاء المستفيد من هذه المواقع الثقة، وهناك أكثر من موقع عالمي يتابع ذلك.

خلفية المشكلة:

شهد العقد الأخير من القرن العشرين تطورًا كبيرًا وسريعًا للمواقع الإلكترونية التى تعرض مليارات الصفحات حول موضوعات مختلفة ومتباينة. ويصاحب هذا الكم الهائل من المعلومات غياب ضوابط الجودة ومصداقية المصادر مما يضع المستفيدين من هذه الشبكة أمام إشكالية حقيقية تتعلق بمسألة التمييز بين المعلومات المعروضة في هذا الموقع. في عصر تمثل فيه المعارف السلطة الحقيقية التى تسيطر على مصير شعوب العالم، فإن المخططات والبرامج النتموية مرهونة بمدى التحكم في المعلومات من حيث الإنتاج والاقتناء والانتقاء والمعالجة والتخزين والاستعمال وفق سياسات رشيدة تراعى فيها الوسائل والأهداف والتدرج في التطبيق.

ماهية جودة المعلومات

ينطوى مفهوم الجودة على مجموعة من المعايير التى تحدد مدى توافق المنتج أو الخدمة مع حاجة المستفيد. وعليه فإن المعلومات لا ترقى إلى مستوى الجودة ولا يكون لها قيمة استعمالية إلا إذا كانت مطابقة لحاجة المستفيد منها والذى يوظفها في مجال معين لحل مشكلة أو قضاء حاجة.

جودة المعلومات (المحتوى) من أنظمة المعلومات التقليدية إلى شبكة الإنترنت

لم تكن مسألة جودة المعلومات وليدة الإنترنت بل كانت تشكل في كل أنظمة المعلومات التقليدية في مختلف مراحل تطورها الغاية التي تسعى من أجل تحقيقها خدمة القراء و تمر مراقبة جودة المعلومات عبر عملية التنقية التي يحدد من خلالها المحتوى المناسب لحاجيات القراء، وعليه فإن النتقية إجراء ضروري تقوم به أنظمة المعلومات وفق سياسة واضحة مبنية على معايير تقويم مضبوطة، و إن سياسة الانتقاء مبنية أساساً على ثلاثة اهتمامات:

أولا- المشرفون على عملية الانتقاء أو المنتقون.

ثانيا- مناهج تقدير قيمة المعلومات في حد ذاتها.

ثالثا- مناهج تقدير التوافق بين المعلومات وحاجيات القراء.

المشرفون أو المنتقون

باعتبار أن التنقية عملية جوهرية تتحكم في جودة المعلومات الموضوعة تحت تصرف القراء ؛ فإنه يستوجب على المنتقى أن يرتقي إلى مستوى هذه المسؤولية التي تقتضى أن يجمع صاحبها بين مجموعة من المميزات منها:

- الدراية الكافية والتمكن في مجال الانتقاء.
 - معرفة حاجيات القراء.
 - الكفاءة في ميدان المعلومات.
- الاهتمام بالاعتبارات الاقتصادية والثقافية والسياسية التي لها علاقات مباشرة أو غير مباشرة بموضوع الانتقاء.

وعليه تسند مهمة الانتقاء إلى من هم أهل لها منهم:

- المختصون في الميادين العلمية المعنية بالتتقية.
- المختصون في المعلومات والمكتبيون الذين يمتلكون مؤهلات معرفية في الميادين المعنية.
 - لجان الاختيار المكونة حسب الحالات من أهل الاختصاص والمكتبيين والقراء.

تقدير قيمة المعلومات

تأتى مرحلة اختيار الطريقة أو المنهج المناسب بعد تعيين المنتقين ؛ لتقدير جودة المعلومات و صلاحيتها و صحتها، وتنطوى عليها الوثائق المختارة، ولتفادى الأحكام الذاتية توجد مناهج أكثر موضوعية نذكر منها:

- الدراسات المكتبية (الببليومترية).

- الاستعانة بآراء الخبراء.
- الاعتماد على كشافات الاستشهادات.
 - المنهج المقارن.

الاستجابة إلى حاجيات القراء

إن عملية الانتقاء ليست غاية في حد ذاتها بل هي وسيلة لبلوغ غاية تتمثل في تقديم المعلومات للقراء حسب الحاجة وحسب الاهتمام، وفي هذه الحالة يمكن للمعلومات أن تكون ذات جودة في حد ذاتها لكنها لا تتوافق وحاجيات جمهور معين من القراء، ولهذا عندما تكون المعلومات موجهة إلى فئة معينة من القراء فالتنقية ينبغي أن تكون على أساس الجودة مقرونة بالحاجيات التي تعرف عن طريق دراسات المستفيدين التي تعتمد هي الأخرى على مناهج متعددة ومختلفة. وفي كثير من الحالات يحتاج المنتقى إلى الاستعانة بمختلف الإجراءات كتحليل استعمالات القراء أو تحليل طلباتهم أو اللجوء إلى الاستبانة أو المقابلة.

إن أهمية التنقية في تسبير أنظمة المعلومات أدت بالمختصين في المعلومات إلى التفكير في وضع سياسات للانتقاء. و تهدف سياسة الانتقاء إلى تحديد المعايير التي تؤسس عليها القرارات النهائية للتمييز بين مختلف المعلومات لاختيار أنسبها وأجودها بالنسبة للجمهور المعنى، و إن تحديد أو اختيار هذه المعايير عملية معقدة بحكم أنها غير قابلة للتقنين وبالتالى تختلف نتائجها بين نظام ونظام آخر. لهذا يعمل كل نظام على تحديد هذه المعايير وفق ثلاثة عناصر على الأقل:

- 1 -حاجيات القراء.
- 2 -ميدان التغطية.
- 3 -مصادر المعلومات.

و إن كل هذه الضوابط التى تعتمد عليها أنظمة المعلومات التقليدية قصد التحكم فى جودة المعلومات التي تختارها لقرائها غير معمول بها فى شبكة الإنترنت، مما يؤدى بنا حتما إلى القول بأن المعلومات الموجودة فى المواقع الإلكترونية لا تتوفر على الحد الأدنى من ضمانات الجودة. وهذا لا يعنى أن كل ما ورد فى هذه المواقع من معلومات غير جيد؛ لأن هذا القول غير صحيح. وحيال هذا الوضع فإن الإشكالية القائمة هي كيف يمكن لمستعملي الشبكة أن يميزوا بين المعلومات المعروضة على الشبكة فى ظل غياب ضوابط الجودة.

و إن الوضعية التى توجد عليها المواقع الإلكترونية اليوم تجعل من مستعملها المسؤول الأول والأخير عن نوعية المعلومات التى يستعملها وبالتالى أصبح من الضرورى على مستعمل المعلومات الواردة فى المواقع الإلكترونية أن يكون على قدر من الدراية والتحكم فى معايير جودة المعلومات وفق نظرة تقويمية لما يعرض فى هذه الشبكة.

معايير تقويم جودة المعلومات (المحتوى) في المواقع الإلكترونية من قبل المستفيد

نظراً لحداثة نشأة الإنترنت كمصدر للمعلومات فإن الآليات الكفيلة بالتحكم الأمثل في هذا الفضاء لا تزال غير كافية، ونتج عن هذه الفجوة سلوك التحفظ من مصداقية هذه الشبكة من جهة، ومن جهة أخرى عدم إمكانية الاستغناء عن هذا المصدر الذى لا يضاهيه أي مصدر آخر على الأقل فيما يخص جوانبه الإيجابية. إن هذا التناقض أفضى إلى فرض التقويم كمنهج ووسيلة للتحكم في عملية انتقاء المعلومات الواردة في مختلف المواقع.

إن العملية التقويمية تؤسس على جملة من المعايير التي تحدد الظاهرة المدروسة ، للوصول إلى نموذج لما يجب أن تكون عليه هذه الظاهرة، ومقارنة ذلك بما يتجسد في الواقع، والحكم على قيمة الشئ يكون حسب درجة التوافق بين صورتي الواقع والنموذج.

و الجودة ظاهرة معقدة ، فإن المعايير التى تحددها تختلف حسب الأهداف وحسب المجالات، وعلى هذا الأساس هناك العديد من الدراسات الخاصة بتقويم جودة المعلومات الإلكترونية، لا تتفق أو لا تجتمع فى مجملها على نفس المعايير التى يمكن أن تكون موضوع إجماع يمكن العمل بها كلما دعت الحاجة إلى ذلك.

و فى الواقع لا توجد هناك صيغ نهائية لقياس جودة المعلومات، و لكن إنما يوجد نوع من الإجماع حول بعض خاصيات المعلومات إذ يمكن أن نتكلم عن معلومات صحيحة أو خاطئة، حديثة أو قديمة، دقيقة أو عامة، واضحة أو غامضة ... الخوهذه الخاصيات مجتمعة ومترجمة إلى معايير هى التى تحدد جودة المعلومات.

من هذا المنطلق نحاول أن نتطرق إلى مجموعة من المعايير التي نراها كفيلة بمساعدة مستعملي المواقع الإلكترونية للتمييز بين المعلومات المختلفة للتمكن من انتقاء أفضلها وأنسبها لحاجة المستفيد. وتتمثل هذه المعايير فيما يلي:

- (1) القيمة الاستعمالية: إن الغاية من المعلومات هو الاستعمال، وبالتالى لا قيمة ولا معنى لأية معلومة إلا في حدود استجابتها الجزئية أو الكلية لحاجة المستفيد منها. وعلى هذا الأساس ينبغى عند تصميم المواقع الإلكترونية مهما كان نوعها أن يهتم صاحبها بجمهور المستفيدين من هذا الموقع لضبط محتوى المعلومات الواردة فيه حسب حاجيات الجمهور المعنى.
- (2) أصالة المادة: لا قيمة لموقع يحتوى على معلومات سبق نشرها فى مصادر أخرى باعتبار أن التطور يتوقف على مدى التجديد والإضافة فى المعلومات وفى المعارف بشكل تراكمي ومستمر عبر الزمن، والمستعمل تشده تلك المواقع التى تضيف إلى رصيده من المعلومات والمعارف شيئًا جديدًا وأصلياً بإمكانه أن يؤثر على تطوير مجال اهتمامه.
- (3) الدقة: إن المعلومات الدقيقة توفر للقارئ الكثير من الجهد والوقت واستعمالها يفضى إلى نتائج وأحكام لا مجال فيها للتأويل.
- (4) الصحة: إن التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة عملية انتقائية تعتمد أساساً على عامل التخصص كما يمكن أيضا الاستعانة ببعض المؤشرات الأخرى كالتجربة والمقارنة ونسبة الاستعمال ...الخ.
- (5) 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 وجديدة.
- (6) التغطية: من المهم جدا أن تكون المعلومات ملمة لكل جوانب الموضوع المدروس أما في حالة ما إذا كانت التغطية جزئية ؛ فهذا يستدعى من المستفيد إيجاد أبحاث أخرى للحصول على بقية المعلومات التي يحتاج إليها وهذا على حساب وقت المستفيد.

- (7) **الصلة بالموضوع**: إن العلاقة بين المعلومات وموضوع البحث أو الدراسة تحددها الصلة الوثيقة ومدى تطابق هذه المعلومات مع حاجيات المستفيد منها وكلما زادت هذه الصلة زادت قيمة المعلومات.
- (8) المصداقية: أن المعلومات المتداولة عبر شبكة الإنترنت لا تخضع لأى ضابط، وبالتالى يمكن لأى شخص أن ينشر فى أى موضوع، وفى أى وقت، و في أي مكان، و لذلك تولدت أزمة ثقة فى مصداقية المعلومات مما يستدعى من صاحب الموقع أن يوضح ويبين جملة من العلامات أو الإشارات الخاصة بالناشر.
- (9) الجدارة: يحدد هذا المعيار فيما إذا كانت المعلومات يمكن أن يعول ويعتمد عليها لإيجاد حل لمشكة معينة، علماً أن المعلومات في شبكة الإنترنت كثيرة ومتنوعة فيها ما يتعلق بوقائع، و وجهات نظر، وقصص ، و إحصائيات الخ.. و تختلف الأهداف التي تسعى هذه المعلومات إلى تحقيقها، فهناك ما يستعمل للإعلام أو الإقناع أو الدعاية أو الإشهار أو المعارضة .. الخ، وإلى جانب هذا النتوع تتدرج مستويات الجدارة بين الحد الأعلى والحد الأدني.
- (10) الموضوعية: لأسباب نفعية اقتصادية أو نفسية فإن الكثير من المواقع الإلكترونية تعرض معلومات يطغى عليها الجانب الذاتي، لهذا ينبغى توخى الحذر عند زيارة هذه المواقع تحريا للموضوعية التي تعتبر أساس جودة المعلومات المستعملة، وإذا كانت هذه المعايير كفيلة لتوخى جودة المعلومات الإلكترونية فإن مسألة تطبيقها تبقى إشكالا قائما وخاصة بالنسبة لكثير من زوار المواقع الإلكترونية الذين لا يملكون المعارف الكافية التى تؤهلهم لانتقاء أفضل المعلومات وأجودها، وهنا يأتى دور الوسطاء من مكتبيين ومعلوماتيين الذين تقع على عاتقهم مسؤولية التفكير في إيجاد الحلول المناسبة أو الآليات اللازمة للتحكم في مسألة جودة المعلومات الإلكترونية.

معايير جودة المواقع الالكترونية

اختلفت الاراء في معايير جودة المواقع والخدمات الالكترونية المقدمة بسبب التوجهات العلمية والتخصصية، ولكن يمكن حصر أهم المعابير في تقييم جودة المواقع الالكترونية وهي:

اولا: المحتوى (وتقدر درجة تقييم هذا المعيار 30%): ويشمل: المعاصرة، ومقدار مواكبة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي، والتحديث المستمر والدائم، و معرفة تاريخ ظهور الملف الالكتروني ومواعيد التحديث والتغطية المعرفية، والاشارة اذا كان المحتوى لم تكتمل معلوماته بعد، والموضوعية ، والابتعاد عن اشكال التحريف المقصود بما يؤدي الى فقدان مصداقية الموقع. و لابد ان يرافق الموضوعية الدقة في المعلومات لخلق ثقة لدى المتصفح، والتأكد من خلو المعلومة من القصور والاخطاء العلمية وكذلك الطباعية واللغوية والنحوية ووضوح مصادر المعلومة.

ثانياً: التصميم (وتقدر درجة تقييم هذا المعيار 20%): وهو أحد العناصر الرئيسة في عملية التقويم، ويقصد به: إظهار الموقع بأبهى صورة بحيث يجذب المستفيدين إليه، ومكوثه أطول مدة وتكرار زيارته مرات أخرى.

ثالثاً: التنظيم او الترتيب (وتقدر درجة تقييم هذا المعيار 20%): وهو من أهم عناصر عملية التقويم، ويعني المنهجية الواضحة والميسرة والمنظمة، مثل الترتيب الزمني أو الابجدي أو الجغرافي أو الهيكل التنظيمي، وكل ذلك لغرض تسهيل مهمة المستفيد.

رابعا: سهولة التعامل (وتقدر درجة تقييم هذا المعيار 30%): ، وهي تعني سهولة استعمال الموقع من قبل المستفيد بغض النظر عن خلفيته العلمية، للحصول على المعلومة المطلوبة، وسرعة الانجاز بأقل قدر من الوقت والجهد، مما يحفز على معاودة الاستعمال؛ وهذا يزيد من قيمة الموقع.

جدول معايير تقييم المواقع الالكترونية:

يتكون الجدول من أربعة معايير رئيسة، هي: المحتوى، والتصميم، والتنظيم، وسهولة التعامل، و ينبثق من كل معيار من معايير التقويم مجموعة من المؤشرات المستخدمة في تقويم جودة الموقع الإلكتروني وصولاً إلى موقع إلكتروني مثالي. و يمكن استخدام الجدول للمقارنة بين جودة المواقع الإلكترونية، أو لتحسين صورة وأداع موقع إلكتروني معين، أو لتوفير مرجع ودليل لمصممي المواقع عند تصميمهم مواقع جديدة.

العلامة	العنوان		البند
	جودة المحتوى		1
	التحديث: حداثة المعلومات على الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:	1.1	
	a) المعلومات على الموقع حديثة.		
	b) عدد مرات التحديث خلال فترة زمنية محددة، معقول.		
	c) وضوح وقت آخر تحديث للمستخدم.		
	الصلة: مدى صلة الموقع بالمؤسسة من حيث المحتوى والشمولية والتفصيل في المعلومات. ويمكن	2.1	
	قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:		
	a) يحتوي الموقع معلومات عن أهداف المؤسسة.		
	b) يحتوي الموقع معلومات عن نشأة المؤسسة		
	c) يحتوي الموقع معلومات عن المستفيدين من المؤسسة		
	d) يحتوي الموقع معلومات عن المنتجات أو الخدمات التي تقدمها المؤسسة		
	e) يحتوي الموقع صوراً توضيحية عن المؤسسة ومرافقها.		
	تعدد اللغات والثقافة: توفر التصفح بأكثر من لغة، ومراعاته لاختلاف ثقافة المتصفحين بغض	3.1	
	النظر عن الدولة التي ينتمون إليها. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:		
	a) توفر التصفح بأكثر من لغة.		
	 ل) يراعي الموقع اختلاف ثقافة المستخدمين بغض النظر عن الدولة التي ينتمون لها. 		
	تنوع أسلوب العرض: عرض المعلومات بأشكال مختلفة . ويمكن قياس هذا المؤشرحسب البنود:	4.1	_

(a) يحتوي الموقع على ملقات نصوت. (b) يحتوي الموقع على ملقات نصوت. (c) يحتوي الموقع على ملقات فينيو. (d) يحتوي الموقع على ملقات فينيو. (e) المدقة: دقة المعلومات على الموقع. (d) المعتودات على الموقع. (e) المعتودات على الموقع. (e) المعتودات على الموقع. (e) مصادر المعلومات على الموقع. (f) المعتودات على الموقع موثقة. (e) المعتودات على الموقع موثقة. (e) توافر المعلومات على الموقع دون أي تحيز. (e) توافر المغلومات موضوعي دون أي تحيز. (e) توافر المغلومات من المعلومات الواردة . ويمكن قياس هذا الموشر حسب البنود: (e) توافر المغلومات عن الأوارة العليا مع الصفة الوطيقية للإداريين. (e) يوجد معلومات عن طوق الطبع للموقع. (f) يوجد معلومات عن حيث الإنتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يحجد المستخدم معيداً ومتحساً لزيارة الموقع . ويمكن قياس هذا الموشر حسب البنود الأثية: (e) الموقع يتصف بالجائبية من حيث الإنتكار في التصميم. (g) الموقع يتصف بالجائبية من حيث الإنتكار في التصميم. (g) الموقع يتصف بالجائبية من حيث الإنتكار في التصميم. (e) الموقع يتصف بالجائبية من حيث الإنتكار في التصميم متدماً لزيارة الموقع . ويمكن قياس هذا الموشر حسب البنود الأثية: (e) المحقمة: ملاعمة التصميم والصور المستخدم هتحمناً لزيارة الموقع . ويمكن قياس هذا الموقع . (g) المستخدمة داخل الموقع ملاعمة الطبعة الموقع. (d) المصور المستخدمة التي يقدمها الموقع. (e) عدد الشائب داخل الموقع ملاعمة الطبعة الموقع. (e) عدد الشائب داخل المستخدمة كنافيات أو ألزان التصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا الموشر حسب البنود الأثية: (المؤمد حسب البنود الأثية: (المؤمد حسب البنود الأثية: (المؤمد عدب البنود الأثية الون المستخدمة كنافيات ألون للتصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس الموقع. (d) عدم استخدام الأوان الفاتحة كنافيات ألون للتصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس الموقع. (e) عدم المستخدمة كنافيات ألون لنصوص داخل أي صفحات في الموقع. (d) عدم استخدام أكران الفاتحة كنافيات الموقع. (e) عدم المستخدمة في صفحات المؤمد المؤ			
2. وحتوي الموقع على ملغات فيديو. الدقة: دقة المعلومات. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: المعلومات. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: الدقة: دقة المعلومات على الموقع. 2. الحقة المعلومات على الموقع. 3. المعلومات على الموقع. ووثقة. 3. المعلوفلية: مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة . ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود: 3. المعلوفلية: مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة . ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود: 3. ويود معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين. 3. ويود معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين. 4. ويود معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين. 5. 4. ويود معلومات عن حقوق الطبع للموقع. 5. 4. وجود المتصميم 5. 4. 4. 4. 4. 4. 4. 4.	a) يحتوي الموقع على ملفات نصية.		
1.2 الدقة: دقة المعلومات، ويمكن قياس هذا الموشر حسب البنود الآتية: 1.3 الشقة: دقة المعلومات، ويمكن قياس هذا الموشر حسب البنود الآتية: 2.1 المعموفية: عرض المعلومات على الموقع. ويقة: 3.1 المعموفية: عرض المعلومات على الموقع موثقة: 3.2 المعموفية: عرض المعلومات موضوعي دون أي تحيز. 4.1 المعموفية: عرض المعلومات موضوعي دون أي تحيز. 5.1 المعموفية: عرض المعلومات عن الموقع. ويمكن قياس هذا الموقع. ويمكن ألم الموقع. المؤلون ذاخل الموقع. الموقع. الموقع. الموقع. الموقع. الموقع. المؤلون المتخدمة ألم ألمول المتخدمة ألم ألمول المتخدمة ألم ألم ألمول المتخدمة ألم	b) يحتوي الموقع على ملفات صوت.		
1.2 الدقة: دقة المعلومات، ويمكن قياس هذا المؤشر حسب النود الآتية: 2. الدقة: دقة المعلومات على الموقع. 3. دقة المعلومات على الموقع. 4. المعلومات على الموقع موققة. 5. المعسوولية: مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة . ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود: 5. المعسوولية: مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة . ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود: 5. المعلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين. 5. يوجد معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين. 6. يوجد معلومات عن حقوق الطبع الموقع للاتصال بهم. 7. جودة المصميم 8. الجاذبية: جاذبية الموقع من حيث الإبتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث 8. الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الإبتكار في التصميم. 9. الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الإبتكار في التصميم. 10. الموقع يتصف بالجادبية من حيث الإبتكار في التصميم. 10. الموقع يتصف بالجمال في الصوروالحركات. 10. الموقع مدائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس 2. الملاءمة: ملاءمة التصميم والصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس 8. النصميم ملاثم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. الموقع. ويمكن قياس 9. عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. 10. عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. 10. عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. 11. المؤسر حسب البنود الآتية: 12. هذا الموشر حسب البنود الآتية: 13. هذا الموشر حسب البنود الآتية: 14. المغديو والصورة الماستخدم كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس 13. المتخدام الأطوان الفاتحة كخلفيات . 14. المغديو والصورة والصورة: خصائص ماقات الفيديو والصورة المستخدم في الموقع. 14. المؤسر المستخدم أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. 14. المؤسر المستخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحت	c) يحتوي الموقع على ملفات فيديو.		
(a) دقة المعلومات على الموقع. (b) لا يوجد أخطاء قواعيباًو لغوية ظاهرة على الموقع. (c) مصادر المعلومات على الموقع موققة. (d) المعوضوعية: عرض المعلومات على الموقع موققة. (e) المعوضوعية: عرض المعلومات على الموقع موققة. (a) المعوضوعية: مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة . ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود: (a) توافر العنوان الفعلي الشركة على الموقع. (b) يوجد معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين. (c) يوجد معلومات عن حقوق الطبع للموقع. (d) يوجد بريد الكثروني القاتمين على الموقع للاتصال بهم. (e) يوجد المستخدم سعيداً ومتحصناً لإزبارة الموقع . ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (d) الموقع يتصف بالجانبية من حيث الإبتكار في التصميم. (e) الموقع لم يتصف بالجانبية من حيث الإبتكار في التصميم. (e) الموقع يتصف بالجانبية من حيث يجعل المستخدم متحصناً لزيارته. (e) الموقع بديث يوجل المستخدمة متحصناً لزيارته. (e) الموقع لم المؤمد التصميم والصور المستخدمة للي الموقع. (e) الموقع لم الموقع الموقع الموقع. (f) الموقع لم الموقع المناسات داخل الموقع ملاتمة لطبيعة الموقع. (d) الموقع لم المناسات داخل الموقع مقول. (e) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معول. (e) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معول. (f) عدد الشاشات داخل الموقع مكاتم للواحدة معول. (g) عدم استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس الموقع. (d) عدم استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (e) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص ذاخل أي صفحة في الموقع. (d) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (d) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (d) الموتور والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصورة والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصورة والمسوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصورة والمصوت والصورة المستخدم في صفحات	d) يحتوي الموقع علىملفات صور .		
(b) لا يوجد أخطاء قواعدياً و لغوية ظاهرة على الموقع. (c) مصادر المعلومات على الموقع موثقة. (d) المعرفوعية: عرض المعلومات موضوعي دون أي تحيز. (e) المعرفولية: مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة . ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود: (a) المعرفوات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين. (c) يوجد معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين. (d) يوجد معلومات عن حقوق الطبع الموقع. (d) يوجد بريد الكتروني القائمين على الموقع للاتصال بهم. (e) يوجد المتروني القائمين على الموقع للاتصال بهم. (a) يوجد المتروني القائمين على الوقع . ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (d) الموقع بتصف بالجدال في الصور والحركات. (e) الملاخمة: ملاممة التصميم والصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (d) الصور المستخدمة الخل الموقع ملاتمة لطبيعة الموقع. (e) الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (d) الموت والموسود والأمون المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (عمد المؤسر حسب البنود الآتية: (عمد المؤلفر المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس المؤلفر عسار النون الفائحة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس المؤلفر عسار المؤلفرة المؤسر حسب البنود الآتية:	الدقة: دقة المعلومات. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:	5.1	
	a) دقة المعلومات على الموقع.		
1.0 الموضوعية: عرض المعلومات موضوعي دون أي تحيز. 1.0 المسؤولية: مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة . ويمكن قياس هذا الموشر حسب البنود: 2 المسؤولية مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة المطلع مع الصفة الوظيفية للإداريين. 2 يوجد معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين. 2 يوجد معلومات عن حقوق الطبع للموقع. 2 حجدة التصميم التكثروني للقائمين على الموقع للاتصال بهم. 2 الجذبية: جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يجعل المستخدم سعيداً ومتحمماً لزيارة الموقع بويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: 3 الموقع يتصف بالجمال في الصور والحركات. 3 الموقع يتأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم متحمماً لزيارته. 2 الملاعمة: ملاءمة التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس 3 الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. 3 الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. 3 عوان توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة معقول. 3 المؤشر حسب البنود الآتية: 4 المؤشر حسب البنود الآتية: 3 المؤشر حسب البنود الآتية: 4 المؤسوت والصورة والمستخدمة في صفحات 4 4 المؤسوت والصورة والمستخدمة في صفحات	b) لا يوجد أخطاء قواعديةأو لغوية ظاهرة على الموقع.		
7.1 المسؤولية: مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة . ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود: (a) توفر العنوان الفعلي للشركة على الموقع . (b) يوجد معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين . (c) يوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتتصال بهم . (d) يوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتتصال بهم . (d) يوجد بريد الكتروني القائمين على الموقع للاتتصال بهم . (e) الجاذبية الموقع من حيث الإبتكار في التصميم ، والجمال في الصور والحركات ، بحيث يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع .ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية : (e) الموقع يتصف بالجائل في الصوروالحركات . (d) الموقع يتصف بالجمال في الصور والمستخدم متحمساً لزيارته . (e) الموقع لم تأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم متحمساً لزيارته . (e) الموقع المنتفد التي يقدمها الموقع . ويمكن قياس . (d) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع . (e) توزن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة . (e) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول . (d) عدد الشاشات داخل المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم . ويمكن قياس . (e) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع . (d) الفيديو والصورة والصورة : خصائص مأربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع . (d) الفيديو والصورة والصورة المستخدمة في صفحات .	c) مصادر المعلومات على الموقع موثقة.		
(a) توافر العنوان الفعلي للشركة على الموقع. (b) يوجد معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين. (c) يوجد معلومات عن حقوق الطبع للموقع. (d) يوجد معلومات عن حقوق الطبع للموقع. (d) يوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتتصال بهم. (e) يوجد التصعيم الجاذبية: جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع ،ويمكن قياس هذا الموشر حسب البنود الآتية: (d) الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم. (e) الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم. (d) الموقع له تأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم الذي يقدمها الموقع. ويمكن قياس المالمؤشر حسب البنود الآتية: (e) المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (d) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (e) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الشائمات المؤلوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس مدا المؤسر حسب البنود الآتية: (d) عدم استخدام الألوان الفائحة كخلفيات. (e) المؤسر حسب البنود الآتية:	الموضوعية: عرض المعلومات موضوعي دون أي تحيز.	6.1	
(b) يوجد معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين. (c) يوجد معلومات عن حقوق الطبع للموقع. (d) يوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتصال بهم. (e) يوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتصال بهم. (e) يوجد التصميم [1.2] الجاذبية: جاذبية الموقع من حيث الإبتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع .ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (c) الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الإبتكار في التصميم. (d) الموقع يتصف بالجمال في الصوروالحركات. (e) الملاقمة: ملاءمة التصميم والصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (d) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الشائمات المؤلوان الفائحة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (d) عدم استخدام الألوان الفائحة كخلفيات. (d) عدم استخدام الكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (d) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع.	المسؤولية: مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة . ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود:	7.1	
(c) يوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتصال بهم. (d) يوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتصال بهم. (e) بوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتصال بهم. (e) الجاذبية: جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع .ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (c) الموقع يتصف بالجمال في الصوروالحركات. (d) الموقع له بحيث يجعل المستخدم متحمساً لزيارته. (e) الموقع له تأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) الصور المستخدمة التي يقدمها الموقع. (b) الصور المستخدمة الخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (c) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الشاشات لخل المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (d) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع.	a) توافر العنوان الفعلي للشركة على الموقع.		
2 جودة التصميم 4 جودة التصميم 5 الجانبية: جانبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع .ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم. (b) الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم. (c) الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم ازيارته. (d) الموقع لم تأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم متحمساً لزيارته. (a) التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. (b) التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. (c) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (d) الصور النصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدم استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (b) الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصورة المستخدمة في صفحات	b) يوجد معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين.		
1.2 الجاذبية: جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع .ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم. (b) الموقع يتصف بالجمال في الصوروالحركات. (c) المعرقع له تأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم متحمساً لزيارته. (d) المعرقمة: ملاءمة التصميم والصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع، ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (b) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (c) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (d) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع.	c) يوجد معلومات عن حقوق الطبع للموقع.		
1.2 الجاذبية: جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع .ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم. (b) الموقع يتصف بالجمال في الصوروالحركات. (c) الملاعمة: ملاءمة التصميم والصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) التصميم ملاثم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. (b) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (c) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (d) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع.	d) يوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتصال بهم.		
يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع .ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم. (b) الموقع يتصف بالجمال في الصوروالحركات. (c) الملاقمة: ملاءمة التصميم والصور المستخدم فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس هذاالمؤشر حسب البنود الآتية: (a) التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. (b) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (c) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الشاشات داخل المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (d) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع.	جودة التصميم		2
(a) الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم. (b) الموقع يتصف بالجمال في الصوروالحركات. (c) الموقع له تأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم متحمساً لزيارته. (d) الموقع له تأثير عاطفي بحيث يبعل المستخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس هذاالمؤشر حسب البنود الآتية: (a) التصميم ملاثم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. (b) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (c) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الشائدام الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (d) الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات	الجاذبية: جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث	1.2	
(b) الموقع يتصف بالجمال في الصوروالحركات. (c) الموقع له تأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم متحمساً لزيارته. الملاءمة: ملاءمة التصميم والصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس هذاالمؤشر حسب البنود الآتية: (a) التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. (b) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (c) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. 3.2 اللون: خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (d) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع.	يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع .ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:		
(c) الموقع له تأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم متحمساً لزيارته. الملاعَمة: ملاءمة التصميم والصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس هذاالمؤشر حسب البنود الآتية: (a) التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. (b) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (c) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (a) المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (d) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان الفاتحة كالفيديو والصورة المستخدمة في صفحات	a) الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم.		
الملاءمة: ملاءمة التصميم والصور المستخدمه فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس هذاالمؤشر حسب البنود الآتية: ما التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. توازن توزيع الصفحة الواحدة معقول. معد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. مهذا المؤشر حسب البنود الآتية: مهذا المؤشر حسب البنود الآتية: مهذا المؤشر عدم استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. معد الشيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات.	b) الموقع يتصف بالجمال في الصوروالحركات.		
هذاالمؤشر حسب البنود الآتية: (a) التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. (b) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (c) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الشاشات داخل المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (d) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان النصوص داخل أي صفحة في الموقع.	c) الموقع له تأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم متحمساً لزيارته.		
(a) التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. (b) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (c) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الشاشات داخل المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (d) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات	الملاءَمة: ملاءمة التصميم والصور المستخدمه فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس	2.2	
(b) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (c) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. (d) عدد الشاشات داخل المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (b) الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات	هذاالمؤشر حسب البنود الآتية:		
c) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. 3.2 اللون: خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. 4.2 الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات	a) التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع.		
(d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول. 3.2 اللون: خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. 4.2 الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات	b) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع.		
3.2 اللون: خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. 4.2 الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات	c) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة.		
هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. 4.2 الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات	d) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول.		
(a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. (4.2) الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات	اللون: خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس	3.2	
b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع. 4.2 الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات	هذا المؤشر حسب البنود الآتية:		
4.2 الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات	a) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات.		
	b) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع.		
الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:	الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات	4.2	
		1	1

a) يستخدم أقل عدد ممكن من ملفات الفيديو والصوت والصورة داخل الموقع.		
b) حجم ملفات الفيديو والصوت والصورة صغير بحيث لا تؤثر على سرعة تحميل الصفحة.		
c) يستخدم النصوص المصاحبة لجميع ملفات الفيديو والصوت والصورة لمعرفة موضوعها في		
حالة صعوبة تحميلها.		
النص: خواص النصوص المستخدمة في صفحات الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشرحسب البنود:	5.2	
a) يستخدم خط واحد وبحجم واحد وبنفس السمة في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين .		
b) الخطوط المستخدمة يسهل قراءتها وحجمها مناسب.		
c) لا تستخدم الحروف الكبيرة لجميع النصوص إلا في العناوين.		
d) يستخدم فراغات واضحة بين الفقرات لتسهيل القراءة.		
e) تستخدم عناوين رئيسة أو فرعية تختلف عن النصوص العادية لتمييزها.		
f) أعمدة التصفح المستخدمة داخل الصفحة لا تخفي جزءاً كبيراً من الصفحة.		
g) ظهور النصوص قبل الصور، بحيث يقوم المستخدم بالقراءة خلال تحميل الصور.		
جودة التنظيم		3
الفهرس: يحتويالموقع على فهرس أو وصلات تساعد المستخدم على الانتقال من جميع صفحات	1.3	
الموقع من الصفحة الرئيسة.		
خريطة الموقع: خريطة مناسبة للموقع، ووصلات في كل صفحة لسهولة التصفح. ويمكن قياس هذا	2.3	
المؤشر حسب البنود الآتية:		
a) يوجد خريطة مناسبة للموقع أو وصلات في كل صفحة بحيث يستطيع المستخدم الانتقال		
إلى أي صفحة أخرى داخل الموقع.		
b) يستطيع المستخدم معرفة الصفحة الحالية التي يتصفحها من خلال إظهار عنوانها بالكامل.		
الاتساق: اتساق وتوافق جميع الصفحات في طريقة عرضها	3.3	
الروابط: عمل الروابط والوصلات بشكل صحيح ووجود روابط المساعدة في كل صفحة، بحيث يتم	4.3	
الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:		
a) تعمل الروابط بشكل صحيح بحيث يتم الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح.		
b) يوجد روابط مساعده في كل صفحة بحيث تسهل للمستخدم الانتقال إلى الصفحة الرئيسة		
من خلال أي صفحة أخرى في الموقع.		
c عند تصفح صفحات طويلة يوجد روابط مساعده في الصفحة بحيث تسهل للمستخدم		
الانتقال إلى أعلى الصفحة.		
d) عند استخدام رابط من الموقع الأصلي إلى موقع خارجي يستطيع المستخدم الرجوع إلى		
الموقع الأصلي.		
e يوجد روابط لمواقع مفيدة ذات علاقة بالموقع الحالي.		
، يتغير لون الروابط التي تم استخدامها.		
1 #	1	

الشعار: وجود شعار الشركة أو المؤسسة في مكان واضح على كل صفحة من صفحات الموقع.	5.3	
جودة سهولة التعامل		4
السهولة: سهولة استخدام الموقع، وإيجاد المعلومات، والتصفح فيه .ويمكن قياس هذا المؤشر حسب	1.4	
البنود الآتية:		
a) سهولة استخدام الموقع وفهمه والتعامل معه.		
b) سهولة إيجاد المعلومات والتصفح في الموقع.		
c) سهولة إيجاد الموقع من محركات البحث.		
d) سهولة معرفة المستخدم بإضافة معلومات جديدة للموقع عند استخدامه.		
الاعتمادية: مناسبة عنوان وخصائص الموقع لطبيعته. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود:	2.4	
a) مناسبة عنوان الموقع للموقع وطبيعته وسهولة تذكره.		
b) قصر وقت تحميل الموقع.		
c) يدعم الموقع التصفح بأكثر من متصفح.		
d) يعمل الموقع بشكل صحيح باستخدام أوضاع شاشات مختلفة.		
e) يحتوي الموقع على أقل عدد ممكن من الإعلانات لتفادي طول مدة التحميل.		
f) يوجد عداد لمعرفة عدد المستخدمين للموقع في فترة معينة.		
g) يوفر الموقع جميع الخدمات باستمرار دون انقطاع في أي وقت من نهار أو ليل.		
الميزات التفاعلية: وجود تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع، وبرنامج مساعدة لمساعدة	3.4	
المستخدمين، وأدوات اتصال وتغذية راجعة بين المستخدمين والموقع من خلال وسائل اتصال		
مختلفة. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:		
a) يوجد تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع.		
b) يوجد برامج مساعدة ورسائل خطأ لمساعدة المستخدمين عند حدوث مشكلة.		
c) يوجد أسئلة متكررة مع إجاباتها على الموقع.		
d) يوجد أداة بحث داخل محتوى الموقع.		
e) يوجد أدوات اتصال وتغذية راجعة بين المستخدمين والموقع من خلال البريد الالكتروني أو		
الدردشة أو نماذج التقويم ونحوه.		
f) المقدرة على متابعة الطلبيات ومعرفة أين وصلت.		
الأمان والخصوصية: للحصول على ثقة المستخدمين من خلال أمان العمليات والخدمات المقدمة،	4.4	
إضافة إلى الحفاظ على خصوصية المعلومات الشخصية. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود:		
a) يحافظ الموقع على أمان العمليات والخدمات التي يقدمها.		
b) يحافظ الموقع على خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم.		
التكيف وفق الحاجة :عملية تكبيف محتوى الموقع حسب رغبة وحاجة مستخدم معين.	5.4	
(72) مجموع المؤشرات	22	(4)

المراجع:

- 1 جودة المواقع الالكترونية، أ.د. جواد مطر الموسوي، جامعة بغداد
- 2 -تقييم جودة المواقع الالكترونية، محمد مصطفى حسين مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية العدد (2010/18)
- 3 ⊢إشكالية جودة المعلومات في المواقع الإلكترونية، د. أعراب عبد الحميد رئيس قسم المكتبات والوثائق/ كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة الجزائر.
- 4 نموذج تقييم المواقع الالكترونية، د. عماد أبو الرب، كلية العلوم وتكنولوجيا المعلومات جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن و ليلى رشيد حسن قسم إدارة الأعمال ونظم المعلومات الإدارية جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن، 2006