

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد الخامس - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٤

ملخصات بحوث بلغات أجنبية:

- الانتخابات الرئاسية لسنة ٢٠١٤م من خلال الصحافة الإلكترونية بتونس الاستقطاب السياسي الثنائي كبناء إعلامي
أ.د. رضوان بو جمعة (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٩
- سياق وملامح الاتصال في مرافق وسكن الحجاج والمعتمرين وعلاقتها بسلوكيات التواصل: دراسة على حجاج مصر
أ.د. فضل رحيم خان الهاج سردار (جامعة أم القرى)
د. عثمان بن بكر قزاز (جامعة أم القرى) ... ص ١٣

البحوث العربية:

- دور القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية
د. عبد الله عبد الله محمد الوزان (جامعة الحدود الشمالية) ... ص ١٥
- تصميم الإعلان الإلكتروني عبر المواقع الإخبارية المصرية
د ماجدة عبد المنعم مخلوف (المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال ب ٦ أكتوبر) ... ص ٤٩
- التغطية الصحفية للأزمة الاقتصادية في السودان بالصحف السودانية اليومية (آخر لحظة، اليوم التالي): دراسة تحليلية
د. هنيذة قنديل أبو بكر أحمدون (كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي) ... ص ٩٧
- تحليل عناصر الجودة في المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية للصفحة الرئيسية Home Page
للمواقع الإسلامية المتاحة باللغة العربية
حردان هادي صايل (الجامعة العراقية) ... ص ١٢٣
- ماهية الإعلام الجديد ووسائله: دراسة نظرية
صفا محمد إبراهيم عبد الدايم (الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام) ... ص ١٥١

ملخصات الرسائل العلمية:

- العولمة الإعلامية والاتصالية والقيم الديمقراطية في الجزائر: دراسة استشرافية
ليلي فلالي (جامعة الجزائر) ... ص ١٧٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٤ @ EPRA

www.epra.org.eg

هيئة التحكيم العلمية للبحوث

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication - University of Vienna

أ.د/ منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د/ انشراح الشال

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة فى الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا)

أ.د/ حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

أ.د/ سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتفرغ - العميد السابق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام لشؤون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طابع

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ بسيوني إبراهيم حمادة

أستاذ الإعلام السياسي والرأي العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
عميد شعبة الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام ٦ أكتوبر

أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د/ عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د/ حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د/ عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة اليرموك - الأردن

أ.د/ محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د/ علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د/ رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الخامس - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٤

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د/ سامي طابع

أستاذ العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة
جامعة مصر الدولية

أ.م.د/ الصادق رابح

أستاذ الإعلام المشارك بالكلية الإماراتية الكندية
بالإمارات العربية المتحدة العميد الأسبق لكلية المعلومات
والعلاقات العامة بجامعة عجمان

د/ السيد عبد الرحمن علي

باحث (مدرس) بمجمع اللغة العربية بالقاهرة

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - chairman@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة :

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيم هذه الأبحاث من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تُقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تُقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية – وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية – الإنجليزية – الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.

- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠ \$.
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصرى للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥ \$.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠٪ ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠٪ لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع.
- ويتم تقديم خصم ١٠٪ لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإميل المعتمد من الجمعية jpr@epa.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

أتاحت مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الفرصة للنشر العلمي بها كنافذة جديدة لنشر بحوث طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراه - ولبحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي لدرجتي أستاذ مساعد وأستاذ. ولكونها أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط. وجد الأساتذة الراغبون في تقديم انتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته الفرصة للنشر على نطاق العالم العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وأيضاً من خلال موقعها الإلكتروني.

وقد اعترفت اللجنة العلمية (تخصص الإعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى أساتذة وأساتذة مساعدين بالمجلة بعد أن اطلعت على العدد الأول وتم تقييمها بنفس درجة المجالات العلمية لأقسام الإعلام في الجامعات المصرية.

وتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام منذ بداية إصدارها في ديسمبر من العام ٢٠١٣م - ليصدر أربعة أعداد تضم أبحاثاً ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

والآن نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال العدد الخامس من المجلة وهو يتضمن بحوثاً ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين وكذلك لطلبة مرحلة الدكتوراه.

ففي البداية نجد الدراسة الإمبريقية باللغة الفرنسية التي قدمها الدكتور رضوان بو جمعة أستاذ الإعلام بجامعة الجزائر ٣ عن " الانتخابات الرئاسية لسنة ٢٠١٤م من خلال الصحافة الإلكترونية بتونس الاستقطاب السياسي الثنائي كبناء إعلامي " وذلك في إطار محور الرصد الاعلامي لدراسة مستويات هذه التغطية الاعلامية، من حيث المهنية، والموضوعية، والتوازن، والحياد.

كما قدم كل من: الدكتور فضل رحيم خان الهاج سردار من دولة (الباكستان) أستاذ الإعلام - د. عثمان بن بكر قزاز من (المملكة العربية السعودية) أستاذ الإعلام المساعد - من جامعة أم القرى - قدموا بحثاً مشتركاً باللغة الإنجليزية بعنوان: "سياق وملامح الاتصال في مرافق وسكن الحجاج والمعتمرين وعلاقتها بسلوكيات التواصل - دراسة عن حجاج مصر".

كما يتضمن العدد بحوثاً مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من شباب أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية من عدة دول مختلفة وهم: د. عبد الله عبد الله الوزان من (مصر) في موضوع: "دور القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧

فبراير الليبية"، د. هنيذة قنديل أبو بكر حمدون من (السودان) حول : "التغطية الصحفية للأزمة الاقتصادية في السودان بالصحف السودانية اليومية (آخر لحظة ،اليوم التالي) دراسة تحليلية"، وقدمت د. ماجدة عبد المنعم مخلوف من (مصر) ورقة علمية حول: "دور أجهزة العلاقات العامة في إدارة الأزمات الداخلية بالوزارات المصرية "دراسة ميدانية".

وأخيرا تأتي البحوث المقدمة من الطلبة المسجلين لدرجة الدكتوراه لاستيفاء شرط النشر لبحثين من الرسالة قبل مناقشتها. والبحوث المقدمة للنشر في هذا العدد هي: "تحليل عناصر الجودة في المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت دراسة تحليلية للصفحة الرئيسية **Home Page** للمواقع الإسلامية المتاحة باللغة العربية"، للباحث حردان هادي صايل من دولة (العراق). وقدمت الباحثة صفا محمد إبراهيم عبد الدايم من (مصر). ورقة بحثية بعنوان: " ماهية الإعلام الجديد ووسائله (دراسة نظرية)".

وللاستفادة من الرسائل العلمية تقدمت الباحثة ليلي فيلالى من (الجزائر) لنشر ملخص دراستها للدكتوراه بعنوان: " العولمة الإعلامية والاتصالية والقيم الديمقراطية في الجزائر: دراسة استشرافية ".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول جيل الأساتذة وبحثهم لا تخضع للتحكيم طبقا للقواعد المتبعة للنشر العلمي في المجالات العلمية. أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقية للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

تحليل عناصر الجودة في المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت

دراسة تحليلية للصفحة الرئيسية Home Page للمواقع الإسلامية المتاحة باللغة العربية

إعداد

حردان هادي صايل (*)

المدرس المساعد بكلية الإعلام - الجامعة العراقية

(*) مدرس العلاقات العامة المساعد بكلية الإعلام - الجامعة العراقية.

تحليل عناصر الجودة في المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت

دراسة تحليلية للصفحة الرئيسية Home Page للمواقع الإسلامية المتاحة باللغة العربية

حردان هادي صايل

الجامعة العراقية

مقدمة:

شهدت المجتمعات الحديثة تنامي ظاهرة استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني، ومنها المواقع الإلكترونية بشتى أنواعها، حيث اتسمت هذه المواقع بعناصر عديدة منها الفورية والتفاعلية والوسائط المتعددة. وتعد المواقع الإلكترونية الإسلامية إحدى هذه الظواهر، حيث تزايدت أعدادها في الآونة الأخيرة بشكل ملحوظ، وتزايد الإقبال عليها للإستفادة منها بسهولة ويسر، وهنا يثار تساؤل عن مدى جودة هذه المواقع شكلاً ومضموناً، لا سيما في ظل غياب جهة مخولة بمراقبة ومتابعة المواقع الإسلامية وما تنشره من محتوى ومضمون.

تأسيساً على ما سبق، ونظراً لما للمواقع الإسلامية من خصوصية تقتضي تمييزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى بمعايير أو عناصر جودة، بما يتفق مع معايير الشبكة الدولية للإنترنت الخاصة بالجودة، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل عناصر الجودة في المواقع الإسلامية المتاحة باللغة العربية على شبكة الإنترنت.

في السياق نفسه، فإن المستهدف ببيان هذه العناصر - من وجهة نظر الباحث - هما فئتان: الأولى: أصحاب المواقع الإسلامية، لتمكنهم هذه العناصر من التعرف على جوانب القوة في مواقعهم لتعزيزها، وجوانب الضعف لتلافيها، بهدف تطوير مواقعهم بما يواكب التطورات الحاصلة في المواقع الإلكترونية الأخرى.

الثانية: المهتمين بتقييم المواقع الإسلامية، لغرض دعمها وإعانة القائمين عليها في مجالات تقنية المعلومات والتصميم والعرض، بما يمكن أصحاب تلك المواقع بتلافي كل سلبيات العرض والتصميم.

الإطار المنهجي للدراسة:

أولاً: مشكلة الدراسة:

يعد فضاء الإنترنت فضاءً مفتوحاً لمن يرغب بإنشاء أي موقع إلكتروني فيه، وعلى هذا الأساس، أنشأ الكثير من الأفراد، وكذلك المؤسسات والهيئات الرسمية وغير الرسمية عديداً من المواقع الإلكترونية، إلا أن كثيراً منها لم يخضع لمعايير الجودة الخاصة بالتصميم والعرض، مما دفع المهتمين بالنشر الإلكتروني لوضع معايير أو عناصر جودة خاصة بالصفحات المنشورة على شبكة الإنترنت، ومن هنا جاءت مشكلة هذه الدراسة التي يمكن بلورتها بما يأتي: هل تتيح المواقع الإلكترونية الإسلامية المتاحة باللغة العربية عناصر جودة في صفحتها الرئيسية Home Page بما يتفق مع معايير الشبكة الدولية للإنترنت الخاصة بجودة تصميم الصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من أنها تسعى إلى تشخيص ورصد المواقع الأكثر تطبيقاً لعناصر الجودة في صفحتها الرئيسية، حيث ظهرت الحاجة لدراسة وتقييم هذه المواقع، للحد من السلبيات التي يمكن أن ترافق عملية إنشائها وتصميمها. كما تتبع أهميتها أيضاً من خلال توجيه القائمين على هذه المواقع بأهمية الأخذ بهذه العناصر التي من شأنها أن تحسن من أداء هذه المواقع قبل إنشائها. يضاف إلى ذلك، ندرة الدراسات العربية التي تطرقت لهذا الموضوع رغم أهميته، مما أعطى أهمية لهذه الدراسة التي يسعى الباحث أن تكون إضافة جديدة للمكتبة الإعلامية العربية.

ثالثاً: الدراسات السابقة:

١. دراسة إسلام عاطف رجب (٢٠١٠)^أ عن: العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية على الإنترنت ومستوى المعرفة لديه بالقضايا الدينية المعاصرة.

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الشباب الجامعي المصري على المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات عن القضايا الدينية المعاصرة، وأظهرت النتائج إقبال الشباب الجامعي عينة الدراسة على تصفح المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، وأشارت إلى تحقيق مجموعة من الإشباعات المعرفية لدى الباحثين منها زيادة الثقافة الدينية، معرفة أخبار العالم الإسلامي، ومعرفة أحكام الإسلام في القضايا الدينية المعاصرة.

٢. دراسة لولوة بنت سليمان بن محمد الغنام (٢٠١٠)^ب عن: الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية.

حاولت هذه الدراسة التعرف على واقع الدعوة إلى الله في المواقع النسائية على شبكة الإنترنت، وإبراز الخدمات التي تقدمها هذه المواقع، مع بيان كيفية إستغلالها في الدعوة إلى الله،

وتوصلت لنتائج عديدة منها إن من أهم وسائل الدعوة في هذه المواقع هي المنتديات التي تنتم بالتفاعلية، وبينت النتائج قلة استخدام الوسائل الآتية كالبث الحي والحوار المباشر (chat) وحوار الاصدقاء (paltalk).

٣. دراسة Reza Karimi (٢٠٠٨)ⁱⁱⁱ عن: تحليل محتوى مواقع الشبكات الإسلامية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع المواقع الإسلامية الإيرانية على شبكة الإنترنت من خلال تحليل عينة من هذه المواقع وتقييمها باستخدام المعايير الأكثر شيوعاً في تقييم مواقع الإنترنت، منها جودة الموقع، نوع الموقع، اللغات المستخدمة فيه، والمعلومات والخدمات التي يقدمها الموقع، ومثلت المواقع الإسلامية الإيرانية على شبكة الإنترنت مجتمعاً للدراسة وبلغ عددها (١٤٨) موقعاً إسلامياً، وأظهرت النتائج أن ٥٨% من المواقع عينة الدراسة مدعومة وممولة من قبل جهات رسمية إيرانية، وأن ٤٢% منها مدعومة من القطاع الخاص.

٤. دراسة منى جابر عبد الهادي هاشم (٢٠٠٨)^{iv} عن: استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها.

سعت الدراسة إلى التعرف على أهم الدوافع والإشباع التي حققها الشباب الجامعي المصري من خلال استخدامهم للمواقع الإسلامية، وأشارت النتائج إلى إن أهم هذه الدوافع تمثلت في التعرف على أحوال المسلمين، الحصول على الفتاوى والإستشارات الدينية، وزيادة المعرفة الدينية ومعرفة رأي الاسلام في القضايا الدينية المعاصرة.

٥. دراسة أميمة عمران (٢٠٠٧)^v عن: التعرض للمواقع الدينية بالإنترنت وعلاقته بمنظومة القيم لدى الشباب.

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين مستويات تعرض الشباب الجامعي المصري بالصعيد للمواقع الدينية الإسلامية على الإنترنت وبين منظومة القيم الدينية والأخلاقية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية لديهم، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها وجود إقبال ملحوظ من جانب عينة الدراسة على تصفح المواقع الدينية، كما كشفت عن مجموعة من الإشباعات المعرفية للمبحوثين تمثلت في زيادة كم المعلومات الدينية لديهم، علاوة على إكتسابهم معلومات جديدة وتصحيح بعض السلوكيات.

٦. دراسة عبد الجواد سعيد محمد ربيع، أسماء رأفت الشيخ (٢٠٠٧)^{vi} عن: دور الإتصال التفاعلي في إمداد الشباب بالمعرفة في مجال الشؤون الدينية الإسلامية .

حاولت الدراسة معرفة إلى أي مدى يعتمد الشباب على الإتصال التفاعلي من خلال شبكة الإنترنت كمصدر أولي للمعلومات عن الشؤون والقضايا الدينية الإسلامية، وأثره على مدى وعيهم بالدين الإسلامي ومشاركتهم بالحوار حول القضايا المتعلقة بالدين، وذلك من خلال التعرف على دوافع استخدام المبحوثين للإتصال التفاعلي، وأنماط هذا الاستخدام، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها أن ٨٣.٣% من

المبوحوثين يهتمون بالتعامل مع المواقع الدينية الإسلامية على شبكة الإنترنت، كما أشارت إلى أن ٥٧% من أفراد العينة يرون أن استخدام الإنترنت في مجال الشؤون الإسلامية يشبع حاجاتهم من المعرفة في القضايا الفقهية وأحكام الدين الإسلامي.

٧. دراسة أكرم محمد زكي خضر (٢٠٠٤) ^{vii} عن: تقييم مواقع الحج والعمرة على الإنترنت.

سعت هذه الدراسة إلى تقييم المواقع الإسلامية الخاصة بالحج والعمرة، ومدى فعالية هذه المواقع ونجاحها في تقديم المعلومات المطلوبة منها، ومدى قدرتها على الوصول إلى المسلمين كافة، وأظهرت نتائج الدراسة أن معظم مواقع الحج والعمرة لم تستفد من خدمات الإنترنت كما يجب، وأوضحت أن كثيراً منها يعتبر صفحات الإنترنت كصفحات كتاب أو مجلة، وأن القليل منها يعمل على تطوير خطابه لإيصال المعلومة باستخدام إمكانيات الإنترنت الكبيرة.

رابعاً: أهداف الدراسة:

تتميز الدراسات والبحوث العلمية بوجود أهداف وغايات تسعى لتحقيقها، وترمي هذه الدراسة إلى:

- التعرف على مدى تطبيق المواقع الإسلامية المتاحة باللغة العربية لعناصر الجودة في صفحاتها الرئيسية.
- الاستفادة من النقاط الإيجابية التي تتميز بها بعض هذه المواقع والأخذ بها، ومعالجة نقاط الضعف التي تعاني منها هذه المواقع.

خامساً: تساؤلات الدراسة:

- تطرح الدراسة التساؤلات التالية يعرضها الباحث كما يلي:
- هل هناك عناصر جودة في المواقع الإسلامية المتاحة باللغة العربية؟
- ما مدى تطبيق المواقع الإسلامية المتاحة باللغة العربية لعناصر الجودة في صفحاتها الرئيسية.
- هل تتماشى عناصر الجودة في المواقع الإسلامية مع معايير الشبكة الدولية للإنترنت الخاصة بالجودة؟
- هل هناك اختلاف بين المواقع الإسلامية في نسبة احتواءها لعناصر الجودة؟

سادساً: نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الظاهرة الإعلامية وعناصرها المختلفة في وضعها الراهن. وفي إطار التصنيف الذي اقترحه محمد عبد الحميد ^{viii}، ووضح من خلاله فئات البحوث الفرعية المستهدف دراستها في دراسات الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، تندرج هذه

الدراسة تحت فئة "بحوث تحليل المواقع الإعلامية" لأنها تقوم على تحليل النصوص ووسائل العرض والتقديم وترصد أدوات التفاعل في المواقع الإسلامية محل الدراسة.

سابعاً: منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي Survey Method، حيث يعتبر هذا المنهج من أهم المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعاً، خاصة في الدراسات الوصفية.

ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة: مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة^x، ويتمثل مجتمع الدراسة التحليلية بالمواقع الإسلامية المتاحة باللغة العربية على شبكة الإنترنت. وتحددت عينة الدراسة التحليلية في المواقع الإسلامية التالية: المسلم، دليل الشيعة، طريق الاسلام، مفكرة الاسلام، بناءً على نتائج دراسة استطلاعية قام الباحث بإجرائها على عينة قوامها (40) مفردة من طلبة الجامعات العراقية من الذكور والإناث، وشملت (١٦) موقع إسلامي على شبكة الانترنت.

تاسعاً: أداة جمع بيانات الدراسة:

اعتمد الباحث على استمارة تحليل الشكل لجمع بيانات هذه الدراسة، ونعني بها الأداة التي توفر البيانات الشكلية التي يتم جمعها من الشكل المرئي للصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية (محل الدراسة)، حيث تعد الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني Home Page وحدة تحليل مثالية في الدراسات التحليلية لمواقع الإنترنت، لأن كثيراً من زوار الموقع يحددون فيما إذا كانوا سيستمرون في تصفح الموقع أم سيتركونه، بناءً على الانطباع المبدئي الذي يتكون لديهم نتيجة اطلاعهم على الصفحة الرئيسية لهذا الموقع^x. وقد تم الاعتماد على استمارة مكونة من أسئلة متعددة تتضمن العناصر الخاصة بجودة المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت، حيث اشتملت بدورها التعرف على مدى مراعاة المواقع المذكورة للعناصر التالية: جودة التصميم، جودة التنظيم، توظيف آليات عنصر التفاعلية، جودة المعلومات، ومدى وجود آليات عنصر الثقة.

توظيف نظرية ثراء الوسيلة في موضوع الدراسة:

تقدمت دراسات عديدة لبحث مدى إمكانية تطبيق نظرية ثراء الوسيلة على شبكة الإنترنت، وأظهرت إحدى هذه الدراسات أن ارتفاع مستويات الصوت والرسوم المتحركة أظهر ثراءً في التأثير الفعلي تجاه مواقع شبكة الإنترنت، كما أظهرت أن شبكة الإنترنت تتميز بثراء معلوماتي من خلال عرض المنتجات المختلفة^x. وعلى هذا الأساس، سيتم توظيف النظرية في التعرف على مدى ثراء المواقع الإسلامية بعناصر الجودة العالمية، وكذلك التعرف على أهم المواقع الإسلامية الأكثر ثراءً في الشكل المرئي.

مناقشة نتائج الدراسة الخاصة بتحليل الصفحة الرئيسية للمواقع الإسلامية محل

الدراسة:

تعد الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني Home Page وحدة تحليل مثالية في الدراسات التحليلية لمواقع الإنترنت، حيث أن كثيراً من زوار الموقع يحددون فيما إذا كانوا سيستمرون في تصفح الموقع أم سيتركونه، بناءً على الانطباع المبدئي الذي يتكون لديهم نتيجة اطلاعهم على الصفحة الرئيسية لهذا الموقع^{xii}. وعلى هذا الأساس استخدم الباحث استمارة تحليل الشكل لتوفر البيانات الشكلية التي يتم جمعها من الشكل المرئي للصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية الإسلامية (محل الدراسة).
بناءً على ما سبق، قام الباحث بتحليل الشكل المرئي للصفحة الرئيسية Page Home للمواقع الإسلامية محل الدراسة وهي (موقع المسلم، موقع دليل الشيعة، موقع طريق الإسلام، وموقع مفكرة الإسلام) وكما يلي:

أولاً: مراعاة عنصر جودة التصميم في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (١)

يبين مدى مراعاة المواقع الإسلامية محل الدراسة لعنصر جودة التصميم

مفكرة الاسلام	طريق الاسلام		دليل الشيعية		المسد لم		مؤشرات القياس	الآليات	عناصر تحليل الشكل
	حالة وجودها		حالة وجودها		حالة وجودها				
	وجد	لا يوجد	وجد	لا يوجد	وجد	لا يوجد			
وسط الشاشة	وسط الشاشة		وسط الشاشة		وسط الشاشة		يمين الشاشة- وسط الشاشة- يسار الشاشة- ملء الشاشة	١. موقع التصميم من المجال الرئيسي للشاشة	جودة التصميم
لا يوجد	يوجد		لا يوجد		يوجد		تناسق تصميم الصفحة الاولى للموقع	٢. الجاذبية	
لا يوجد	يوجد		يوجد		يوجد		مراعاة الطبيعة الإسلامية للموقع	٣. الصور	
يوجد	يوجد		لا يوجد		يوجد		وجود صور ثابتة أو متحركة		
يوجد	يوجد		لا يوجد		يوجد		حجم الصور مناسباً للموقع		
يوجد	لا يوجد		لا يوجد		لا يوجد		توافر روابط للصور	٤. النصوص	
يوجد	يوجد		لا يوجد		يوجد		استخدام أحجام مختلفة من الخطوط في الموقع		
يوجد	يوجد		لا يوجد		يوجد		تمييز العناوين عن المعلومات الأخرى عن طريق حجم الخط		
يوجد	يوجد		يوجد		يوجد		استخدام خطوط ذات لون أسود على خلفيات بيضاء	٥. الألوان	
لا يوجد	يوجد		لا يوجد		يوجد		استخدام اللون الأزرق في العناوين الرئيسية والفرعية		
يوجد	يوجد		يوجد		يوجد		استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات للصفحات	٦. الروابط	
يوجد	يوجد		يوجد		يوجد		استخدام عناوين مميزة للروابط		
يوجد	يوجد		يوجد		يوجد		استخدام الروابط النصية بدلاً من الصور		
لا يوجد	يوجد		لا يوجد		يوجد		استخدام روابط نصية تفاعلية مفعلة		
لا يوجد	يوجد		يوجد		لا يوجد		توافر روابط لمواقع أخرى	٧. سرعة الدخول الى الموقع	
ريع طيء	ريع طيء		ريع طيء		ريع طيء		زمن تحميل الصفحة الرئيسية للموقع بما لا يزيد عن ١٠ ثوان		
سريع	لا يوجد		سريع		سريع				

يعد عنصر جودة التصميم من أهم العناصر التي تؤدي إلى نجاح الموقع أو فشله، فهو يهتم بالشكل المرئي في تصميم الموقع لجذب المستخدمين لزيارة هذا الموقع ومن ثم مكوثهم داخله أطول فترة ممكنة، وبالتالي تتولد لدى هؤلاء المستخدمين الرغبة بتكرار زيارتهم للموقع مرات أخرى مستقبلاً، وعلى العكس من ذلك، فإن سوء التصميم قد يؤدي إلى ملل المستخدم من الموقع وعدم زيارته مرة أخرى على الرغم من ثرائه المعلوماتي بالمحتوى والمضمون.

وتشير بيانات الجدول السابق جدول رقم (١) إلى مدى مراعاة المواقع الإسلامية محل الدراسة لعنصر جودة التصميم في الصفحة الرئيسية منها وكما يأتي:

١. موقع التصميم من المجال المرئي للشاشة:

باستخدام زر (F11) في لوحة المفاتيح الخاصة بجهاز الكمبيوتر لعرض كامل الصفحة الرئيسية للموقع على شاشة الكمبيوتر (Full Screen)، يمكن القول بأن موقع التصميم من المجال المرئي للشاشة لجميع المواقع الإسلامية محل الدراسة جاء في وسط شاشة المستخدم. ويرى الباحث أن سبب توحيد المواقع الإسلامية محل الدراسة في موقع التصميم في وسط الشاشة هو لكون هذه المواقع عربية، والقارئ العربي يقرأ من جهة اليمين إلى اليسار، ولذا فمن الأفضل أن يكون موقع التصميم إما في جهة اليمين أو في وسط الشاشة، وهذه هي أفضل المواضع بالنسبة للمواقع العربية على شبكة الانترنت.

٢. الجاذبية:

فيما يتعلق بتناسق تصميم الصفحة الرئيسية للمواقع محل الدراسة، فقد ظهر موقعي المسلم وطريق الاسلام بتصميم متناسق ومنظم للصفحة الأولى منهما من حيث التخطيط وتقسيم الصفحة، حيث سعى الموقعان إلى تقسيم منظم للصفحة الرئيسية بحيث يتم عرض أكبر قدر ممكن من المعلومات مع مراعاة الحركات الابداعية والجمالية في التصميم.

أما موقعي دليل الشيعة ومفكرة الإسلام فقد ظهرت صفحتيهما الرئيسية بشكل غير متناسق، وجاء تخطيط وتقسيم الصفحة فيهما غير منظم وغير عادل، حيث ظهرت مساحات خالية من المحتوى في وسط رأس الصفحة ويسار أعلى وسط الصفحة الرئيسية بالنسبة لموقع مفكرة الاسلام، بينما ظهر موقع دليل الشيعة خالي المحتوى من وسط إلى أسفل الصفحة وتركزت بعض المعلومات فيهما بشكل مكثف في أجزاء أخرى من الصفحة الرئيسية للموقعين وتركت مساحات أخرى منهما خالية المحتوى.

وبخصوص مراعاة الطبيعة الإسلامية للمواقع محل الدراسة، فقد ظهرت المواقع جميعها ما عدا موقع مفكرة الإسلام بطبيعة إسلامية من خلال استخدام الصور والنقوش الإسلامية النابعة من الفنون والزخارف الإسلامية مما يضفي على هذه المواقع طبيعة إسلامية، في حين لم يوظف موقع مفكرة الإسلام هذا الأمر، فظهر وكأنه موقع إخباري عام وليس موقع إعلامي إسلامي، وهو بهذا لم يستفد من إمكانيات الإنترنت في هذا الجانب.

٣. الصور:

انفرد موقع طريق الإسلام بوجود عديد من الصور على صفحته الرئيسية سواء الثابتة منها أو المتحركة بإستخدام برنامج أدوبي ميديا فلاش (Adobe Media Flash)، في حين استخدم موقعي المسلم ومفكرة الإسلام الصور الثابتة فقط، ولم تظهر أيّاً من الصور الثابتة أو المتحركة في الصفحة الرئيسية لموقع دليل الشيعة.

وتشير هذه النتيجة إلى عدم توظيف المواقع الإسلامية محل الدراسة بإستثناء موقع طريق الإسلام لإمكانيات الإنترنت فيما يتعلق بالصور المتحركة التي تضيف جاذبية أكبر للمستخدم وإثارة إهتمامه بالتصميم والمحتوى المعلوماتي المتحرك.

وظهر حجم الصور في موقعي المسلم وطريق الإسلام مناسباً إلى حدٍ ما، بينما ظهر موقع مفكرة الإسلام عشوائياً في حجم الصور على صفحته الرئيسية، مما أثار سلباً على تصميم الصفحة الرئيسية للموقع. ولم يوفر موقعي المسلم وطريق الإسلام روابط لهذه الصور، في حين وفر موقع مفكرة الإسلام روابط للصور المعروضة في صفحته الرئيسية، فبمجرد النقر على الصورة يظهر المضمون للمستخدم.

٤. النصوص:

بالرجوع إلى بيانات الجدول السابق (جدول رقم ١) نجد أن ثلاثة مواقع إسلامية هي موقع المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام قد استخدمت أحجام مختلفة من الخطوط في العناوين الرئيسية والفرعية في الصفحة الرئيسية منها تراوحت بين (١١، و١١.٥، و١٣.٥، و١٩). وقد ميزت المواقع الثلاثة عناوينها الرئيسية والفرعية عن المعلومات الأخرى في صفحتها الرئيسية عن طريق حجم الخط، فيما انفرد موقع دليل الشيعة باستخدامه حجم خط موحد في العناوين الرئيسية وأبواب الموقع الثابتة وهو البنط (٩)، ولم تتضمن صفحته الرئيسية أي عنوان فرعي. في حين توحدت المواقع الإسلامية محل الدراسة في استخدام خطوط ذات لون أسود على خلفيات بيضاء بما يريح عين القارئ ويخلق نوع من الألفة بين المستخدم والموقع.

ويرى الباحث أن المواقع الإسلامية العربية على شبكة الإنترنت بشكل عام تختلف عن باقي المواقع الإلكترونية من حيث أنها تحتوي على الأشكال النصية التي صمم من أجلها الموقع كالتفاريق والاستشارات والاجابة على تساؤلات الجمهور وغيرها، إذ أن مستخدمي هذه المواقع يفضلون القراءة أكثر من المشاهدة أو الاستماع، ويميلون إلى المعلومات التي تكون مكتوبة، ولذلك يجب أن تراعي هذه المواقع الأحجام والخطوط التي تساعد على يسر القراءة من خلال الاهتمام بشكل ومظهر واتساع الخطوط في النصوص، حيث أن هؤلاء المستخدمين يفضلون الخطوط ذات الأحجام الكبيرة والمتوسطة ولا يفضلون الأحجام الصغيرة.

٥. الألوان:

استخدم موقعي المسلم وطريق الإسلام اللون الأزرق في جميع العناوين الرئيسية والفرعية في الصفحة الرئيسية منهما بما يتماشى ومعايير الشبكة الدولية للإنترنت الخاصة بجودة التصميم، ولم يلتزم موقعاً دليل الشيعة ومفكرة الإسلام بهذه المعايير، إذ استخدم موقع دليل الشيعة اللون الأسود في جميع عناوين الصفحة الأولى منه، في حين لم يوحد موقع مفكرة الإسلام عناوينه باللون الأزرق، حيث استخدم اللون الأزرق في بعضها والأسود في بعضها الآخر، وهذا يتعارض مع معايير الشبكة الدولية التي تؤكد على استخدام اللون الأزرق في العناوين وجميع الروابط (معين صالح يحيى الميتمي، ٢٠١٢: ٢٧). وفيما يتعلق باستخدام المواقع المذكورة أعلاه للألوان الفاتحة كخلفيات لصفحاتها، فقد ظهرت المواقع الإسلامية محل الدراسة جميعها بصفحات ذات ألوان فاتحة كخلفيات لها.

٦. الروابط:

توحدت المواقع الإسلامية محل الدراسة بتقديمها روابط بعناوين مميزة سواء عن طريق حجم الخط أو اللون المستخدم فيها، حيث قدم كل من موقع المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام روابط بعناوين مميزة من خلال حجم الخط واللون المستخدم فيها لتمييزها عن باقي المعلومات الأخرى في هذه المواقع، في حين ميز موقع دليل الشيعة روابطه باللون فقط، حيث قدم الموقع روابط أبوابه الثابتة بشكلين في الصفحة الرئيسية منه، فقد استخدم اللون الأسود على خلفية بيضاء، واستخدم اللون الأبيض على خلفية سوداء لنفس الأبواب وكذلك لروابط بعض الخدمات مثل خدمة دليل المواقع والتعريف بالموقع واتصل بنا.

وتوحدت المواقع الإسلامية محل الدراسة في استخدام الروابط النصية بدلاً من الصور، إلا أن موقعي المسلم وطريق الإسلام قد تميزا في استخدام روابط نصية تفاعلية "مفعلة"، أي التي يتغير لونها من الأزرق إلى الأحمر بمجرد مرور الفأرة عليها ويظهر أعلاها معلومات عن المادة المنشورة مثل مصدر المادة وتاريخ النشر وعدد الزيارات ونوع ملف العرض كما في موقع طريق الإسلام، أو تلك التي يكون تحتها خط مستقيم بنفس لون الرابط كما في موقع المسلم. في حين استخدم موقعي دليل الشيعة ومفكرة الإسلام الروابط النصية غير المفعلة في جميع صفحات الموقع وكذلك بالنسبة للعناوين الرئيسية فيهما وذلك مما يتنافى مع معايير جودة الموقع. وقد وفر كل من موقع المسلم ودليل الشيعة وطريق الإسلام روابط لمواقع وصفحات إلكترونية أخرى، حيث ارتبطت بالصفحة الرئيسية لموقع المسلم ثلاث صفحات تابعة له وهي كالتالي: صفحة العلمي، وهي صفحة خاصة بالفتاوى والمسائل العلمية والنوازل والفوائد القرآنية والدراسات، وصفحة التربوي، وهي صفحة خاصة بالاستشارات التربوية والنفسية والأسرية، كما تضمنت أبواباً أخرى كقضايا وحوارات تربوية وإيمانيات وغيرها، وصفحة خاصة بالمشرف على الموقع تضمنت السيرة الذاتية والفتاوى والمقالات والكتب والحوارات والصوتيات والمرئيات الخاصة بالمشرف والتي نشرت في الموقع، وأيضاً صفحة خاصة بالصوتيات والمرئيات خاصة بمجموعة من العلماء والدعاة. ووفر موقع دليل الشيعة روابط لعشرات المواقع الأخرى، بينما وفر موقع طريق الإسلام

روابط لمواقع أخرى مثل موقع مستشارك الخاص وموقع راف لجمع التبرعات لأهل غزة وأفريقيا الوسطى، ولم يوفر موقع مفكرة الإسلام أي رابط لموقع آخر ماعدا صفحة مفكرة الإسلام للقنوات الفضائية وهي صفحة خاصة بعرض عدد من القنوات الفضائية الإسلامية والاعلامية والتعليمية وبعض قنوات الأطفال.

٧. سرعة الدخول الى الموقع:

وفقاً لإحصاءات موقع أليكسا (Alexa.com) لترتيب المواقع، فإن ترتيب المواقع محل الدراسة بالنسبة لمتوسط زمن تحميل الصفحة الرئيسية لها كان كالآتي:

جاء موقع طريق الإسلام في المرتبة الأولى من حيث متوسط زمن التحميل بـ (٢،٥١٢) ثانية، يليه موقع المسلم بمتوسط زمن تحميل بلغ (٣،١٩٣) ثانية، وفي المرتبة الأخيرة جاء موقع مفكرة الإسلام بمتوسط زمن تحميل بلغ (٣،٤١٧) ثانية، ولم تتوفر أية بيانات لتحليل سرعة تحميل موقع دليل الشيعة في موقع أليكسا.

تأسيساً على ما سبق، يمكن القول أن المواقع التي يتم فيها التحميل في أقل من ثانيتين تعد مواقع سريعة جداً، ومن ثانيتين إلى خمس ثواني تعد مواقع سريعة، أما من خمس ثواني إلى عشرة فهي متوسطة في السرعة، ومن عشر ثواني إلى ثلاثين ثانية تعد مواقع ثقيلة في التحميل، وتصل إلى أن تكون بطيئة عندما يتجاوز زمن التحميل النصف دقيقة وصولاً إلى ٤٥ ثانية، أما المواقع التي يصل بها زمن التحميل لما فوق ٤٥ ثانية فهي مواقع بطيئة جداً، لذا تعد المواقع الثلاثة أعلاه كلها مواقع سريعة في متوسط زمن التحميل، ويعتبر موقع طريق الإسلام أفضل هذه المواقع في زمن تحميل الموقع حيث بلغ أقل من ثلاث ثواني فقط.

ثانياً: مدى مراعاة عنصر جودة التنظيم في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (٢)

يبين مدى توظيف عنصر جودة التنظيم في المواقع الإسلامية محل الدراسة

مفكرة الإسلام	طريق الإسلام		دليل الشيعة		المسلم		مؤشرات القياس	الآليات	عند صر تحليل الشكل
	حالة وجودها	حالة وجودها	حالة وجودها	حالة وجودها	حالة وجودها	حالة وجودها			
	توجد	وجد	توجد	وجد	توجد	وجد			
	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد شعار الموقع في مكان واضح وعلى كل صفحة من صفحاته	١. شكل الشعار وموقعه	جودة التنظيم
	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	احتواء الموقع على خريطة	٢. خريطة الموقع	
	يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد توافق في جميع الصفحات في طريقة عرضها	٣. الاتساق	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى مراعاة عنصر جودة التنظيم في المواقع الإسلامية

محل الدراسة وكما يأتي:

١. شكل الشعار وموقعه:

توحدت المواقع الأربعة عينة الدراسة في وجود شعارها في مكان واضح وعلى كل صفحة من صفحاتها، وتميزت ثلاثة مواقع منها وهي موقع المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام في وجود شعارها في الجهة اليمنى للمستخدم على شاشة الكمبيوتر وبشكل واضح ولون مميز وباللغة العربية وتحت اسم الموقع باللغة الإنجليزية، فيما انفرد موقع دليل الشيعة بوجود شعاره على الجهة اليسرى منه، ويعزو الباحث سبب ذلك إلى أن شعار موقع دليل الشيعة ظهر مكتوباً باللغة الإنجليزية فقط، وكما معلوم فإن اللغة الإنجليزية تبدأ من جهة اليسار إلى اليمين، ولذا وضع في الجهة اليسرى بما يناسب ومعطيات هذه اللغة.

شكل رقم (١)

يبين شكل شعار المواقع الإسلامية محل الدراسة



٢. خريطة الموقع:

تميز موقع طريق الإسلام بوجود خارطة تفصيلية لكل صفحة من صفحات الموقع، في حين انعدم وجودها في مواقع المسلم ودليل الشيعة ومفكرة الإسلام.

٣. الاتساق:

تميز كل من موقع المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام بوجود توافق في جميع الصفحات في طريقة عرضها، في حين اختلف موقع دليل الشيعة في عدم وجود توافق وثبات في صفحاته الداخلية وكانت مختلفة تماماً عن الصفحات الأخرى، والسبب في ذلك يعود إلى أن كل صفحة من صفحات موقع دليل الشيعة تمثل موقعاً مستقلاً تماماً عن الموقع نفسه، وذلك باعتباره دليلاً للمواقع الشيعية على شبكة الإنترنت، فبالضغط على أي رابط فيه، فسيقودنا ذلك إلى موقع آخر.

ثالثاً: مدى توظيف آليات عنصر التفاعلية في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (٣)

يبين مدى توظيف آليات عنصر التفاعلية في المواقع الإسلامية محل الدراسة

مفكرة الاسلام	طريق الاسلام		دليل الشيعة		المسلم		مؤشرات القياس	الآليات	عناصر تحليل الشكل
	حالة وجودها		حالة وجودها		حالة وجودها				
	وجد	توجد	وجد	توجد	وجد	توجد			
يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	وجود بريد الكتروني لاستقبال رسائل زوار الموقع	١. اتجاه الاتصال	التفاعلية	
لا يوجد	يوجد	لا يوجد	لا يوجد	يوجد	وجود قائمة بعناوين البريد الالكتروني للاتصال بمشرفي أو محرري الموقع				
يوجد	يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	وجود قائمة بريدية عامة				
يوجد	يوجد	لا يوجد	لا يوجد	يوجد	وجود أيأ من أشكال الاتصال التزامني				
يوجد	يوجد	لا يوجد	لا يوجد	يوجد	معلومات التواصل مع المستخدمين				
لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	إمكانية التحكم في عرض محتوى الصفحة الرئيسية للموقع	٢. التحكم في الاتصال			
يوجد	يوجد	لا يوجد	لا يوجد	يوجد	وجود استطلاعات للرأي				
يوجد	يوجد	لا يوجد	لا يوجد	يوجد	تقديم خدمة RSS				
يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	آليات بحث داخل الموقع في الصفحة الرئيسية منه				
لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	يوجد	آليات بحث في الويب	٣. حيوية الاتصال			
لا يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	المعلومات قابلة للتداول بين المستخدمين				
لا يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	وجود مواد صوتية مسجلة أو حية				
يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	وجود مواد فيديو مسجلة أو حية				
يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	لا يوجد	بث مباشر لقنوات فضائية				

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى توظيف آليات عنصر التفاعلية في المواقع الإسلامية

محل الدراسة في الصفحة الرئيسية منها وكالاتي:

١. اتجاه الاتصال:

إن توظيف اتجاه الاتصال كآلية تفاعل بين المستخدمين للمواقع الإسلامية عينة الدراسة

والفائمين على هذه المواقع يمكن بيانه كما يأتي:

وجود بريد الكتروني لاستقبال رسائل زوار الموقع:

قدمت المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة نموذجاً موحداً لاستقبال رسائل زوار الموقع

تمثل في أيقونة "اتصل بنا"، لاستقبال النصوص والملاحظات على محتوى الموقع، فيما أضاف موقع

المسلم نموذجاً آخر للتواصل مع مستخدميه تحت مسمى "أرسل سؤالك" خاص بصفحة الفتاوى والاستفسارات الدينية، كما أضاف موقع مفكرة الإسلام خدمة تحت مسمى "أرسل مشاركتك"، وهي خدمة تبادل ملفات الصور والفيديو ورفعها إلى الموقع انطلاقاً من العمل بمبدأ صحافة المواطن. ويجب التنويه إلى أن أيقونة "اتصل بنا" في موقع دليل الشيعة لا تعمل، فبالضغط عليها تظهر لنا عبارة "خطأ".

وجود قائمة بعاوين البريد الإلكتروني للاتصال بمشرفي أو محرري الموقع:

قدم موقعين فقط من المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة قائمة بعاوين البريد الإلكتروني الخاص بمشرفي ومحرري صفحات هذين الموقعين، وهما موقعي المسلم وطريق الإسلام، حيث قدم موقع المسلم قائمة بعاوين بريد إلكتروني شملت الاتصال بالمشرف العام للموقع ومدير التحرير ومشرف الصوتيات ومشرف القسم العلمي وكذلك مسئول وحدة الدعم الفني في الموقع. أما موقع طريق الإسلام فقد قدم قائمة أوسع شملت الاتصال بمسؤولي أقسام القرآن الكريم والدروس والخطب والأناشيد والفيديو والFLASH والمكتبة والمقالات ومشرف قسم الفتاوى ومسئول قسم التصميمات والجرافيكس ومشرف القسم الانجليزي ومشرف خدمة الاعلانات وكذلك الشكاوى والمقترحات وأيضاً مسئول مركز تدريب المتطوعين من الراغبين بالعمل في الموقع. فيما قدم موقع دليل الشيعة بريداً إلكترونياً للاتصال بمدير الموقع إلا أنه لا يعمل، ولم يقدم موقع مفكرة الإسلام أي بريد إلكتروني للاتصال بمشرف أو مسؤولي الموقع سوى بريدين أحدهما خاص بالاستفسارات والآخر خاص بالإعلانات.

وجود قائمة بريدية عامة:

قدم موقعي طريق الإسلام ومفكرة الإسلام قائمة بريدية في كليهما تحت مسمى "القائمة البريدية" يتم الاشتراك فيها بإدخال المستخدم لبريده الإلكتروني ليحصل على الأخبار والتقارير وكل جديد على بريده الإلكتروني وبشكل دوري.

ولم يقدم موقعي المسلم ودليل الشيعة أي قوائم بريدية خاصة بالمستخدمين رغم امتلاكهما عدداً من الصفحات والمواقع التابعة لهما.

وجود أي شكل من أشكال الاتصال التزامني:

قدمت ثلاث مواقع إسلامية؛ هي المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام، مقتطفات مما تنشره على صفحاتها الرئيسية من مواد إخبارية أو موضوعات سياسية أو دينية أو تربوية أو أسرية أو اجتماعية أو غيرها، وإعادة نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لها كالفيس بوك وتويتر، مع إتاحة إمكانية التعليق عليها ومشاركتها من قبل المستخدمين، إضافة إلى ذلك قدمت هذه المواقع مع أغلب موضوعاتها خدمة "شارك" في الشبكات الاجتماعية لمشاركة صفحاتها مع المستخدمين بما فيها من صور ومقاطع فيديو ونصوص، شريطة أن يكونوا مشتركين في هذه الخدمات.

ولم يقدم موقع دليل الشيعة أي شكل من أشكال الاتصال التزامني ولم يوظف شبكات التواصل الاجتماعي في نشر موضوعاته أو التفاعل معها من قبل المستخدمين، مما يعني قصوراً واضحاً

من الموقع لعدم استثماره إمكانيات الإنترنت في هذا الجانب. هذا وقد خلت المواقع المذكورة جميعها من وجود أي خدمة لدرشة فورية بينها وبين المستخدمين.

معلومات التواصل مع المستخدمين:

قدمت المواقع الإسلامية محل الدراسة باستثناء موقع دليل الشيعة عدة مستويات لخدمات التواصل مع مستخدميهم وزوارهم، حيث قدم موقع المسلم ثلاثة مستويات للتواصل مع جمهوره تمثلت فيما يأتي:

- اتصل بنا: احتوت هذه الصفحة على مربع إدخال بيانات المستخدمين عن طريق البريد الإلكتروني يوجه للقائمين على الموقع لإبداء آرائهم وملاحظاتهم واستفساراتهم.
- أرسل سؤالك: وهي صفحة خاصة بتساؤلات واستفسارات الجمهور في صفحة الفتاوى والاستفسارات الدينية ومن أجل التواصل مع هذا الجمهور.
- النسخة الكفية: حيث يقدم موقع المسلم خدمة التصفح عن طريق الجوال، فبمجرد دخول المستخدم إلى الموقع عن طريق الجوال سيتم توجيهه إلى النسخة الكفية مباشرة.
- أما موقع طريق الإسلام فقد قدم ثلاثة مستويات أيضاً للتواصل مع جمهوره تمثلت فيما يأتي:
- اتصل بنا: عبر البريد الإلكتروني.
- أعلن معنا: احتوت هذه الصفحة على معلومات للعروض الخاصة ولإعلان عبر الموقع وللتواصل مع جمهور الموقع من خلال بريد إلكتروني معد لهذا الغرض.
- مساعدة: احتوت هذه الصفحة على مجموعة من الشروحات لكيفية استخدام بعض خدمات الموقع التي تتيح للمستخدم سهولة التعامل معه مثل التعرف على طريقة البحث داخل الموقع أو كيفية استخدام خدمة RSS أو طريقة استخدام قائمة التشغيل وغير ذلك.

في حين تميز موقع مفكرة الإسلام بإفراد أربعة مستويات للتواصل مع جمهوره وزواره وكما

يأتي:

- جوال المفكرة: وهي خدمة جديدة أطلقها موقع مفكرة الإسلام للتواصل مع مستخدميهم من خلال الهاتف الجوال الذي يدعم خدمة التصفح للإنترنت عبر اطلاعهم على آخر الأخبار والمستجدات والتواصل الدائم مع الأحداث لحظة بلحظة، فبمجرد كتابة عنوان المفكرة في متصفح الهاتف الجوال ليتم الدخول إلى الموقع الذي أعد خصيصاً لهذا النوع من الأجهزة والذي يراعى فيه بساطة العرض لتتناسب مع إمكانيات كل

الأجهزة والتقليل بقدر كبير من تكاليف التصفح وبدون أي مقابل مادي من المستخدمين لهذه الخدمة.

- اتصل بنا: من خلال البريد الإلكتروني لإبداء أية ملاحظات أو آراء حول الموقع أو محتوياته.
- شارك برأيك: وهي خدمة يتيحها الموقع عبر طرحه قضية معينة وإتاحة إمكانية التعليق عليها من قبل المستخدمين.
- أعلن معنا: للإعلان عبر الموقع عن السلع والخدمات والتواصل مع المستخدمين عبر البريد الإلكتروني المخصص لهذا الغرض.

وتوحدت المواقع الإسلامية الثلاثة في توظيفها لمواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر ويوتيوب لإيصال خدماتها الى الجمهور والتواصل المستمر معهم. ولم يقدم موقع دليل الشيعة أي معلومات خاصة بالتواصل مع مستخدميه وزواره.

٢. التحكم في الاتصال:

إن توظيف آليات التحكم في الاتصال في المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة كآلية تفاعلية بين الموقع وجمهوره يمكن الإشارة إليها كما يأتي:

إمكانية التحكم في عرض محتوى الصفحة الرئيسية للموقع:

لم توفر المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة أية إمكانية أو خاصية تتيح لمستخدميها التحكم في شكلها أو عرض محتواها أو ما يطلق عليه بـ "تخصيص الموقع"، ما عدا موقع طريق الإسلام الذي كان يتيح هذه الخاصية سابقاً إلا أنه استغنى عنها مؤخراً ولم يبق منها سوى شروحات تفصيلية عنها في أيقونة "مساعدة".

وجود استطلاعات للرأي:

قدم موقع المسلم نموذجاً واحداً للإستطلاع تمثل في استطلاع للرأي حول بعض الأحداث والقضايا في الساحة العربية والدولية، حيث يتم شرح مختصر للحدث أو القضية ثم يتم استقبال تعليقات المستخدمين لهذا الحدث أو تلك القضية، وكذلك وظف موقع المسلم هذا النموذج للتعرف على آراء وملاحظات ومقترحات الزائرين حول مضمون أو شكل الموقع من أجل تطويره أو إضافة خدمات أخرى يحتاجها هؤلاء الزوار من خلال طلب الموقع من زواره إبداء آرائهم ومقترحاتهم حول الموقع.

ولم يقدم موقع دليل الشيعة أي نموذج للإستطلاع، بينما وفر موقع طريق الإسلام نموذجين للإستطلاع كلاهما يتعلق بتصميم الموقع، الأول: عبارة عن نموذج للتصويت من خلال طرح سؤال محدد حول تصميم الموقع متنوع بعدد من الخيارات للإجابة عليه، أما النموذج الثاني فهو عبارة عن مجموعة أسئلة مغلقة متسلسلة ومتنوعة بخيارات معينة ليجيب عنها المستخدم حسب ما يراه مناسباً، وقد وضع هذا الاستطلاع لعدة أيام ثم تمت إزالته، وهدف هذا الاستطلاع بحسب الموقع هو معرفة آراء

الجمهور بشكل ومحتوى الموقع والخدمات التفاعلية التي يقدمها وشكل تواصله مع الجمهور، ومن ثم التعرف على أوجه القصور في هذا الجانب لتلافيها مستقبلاً.

أما موقع مفكرة الاسلام فقد قدم نموذجين للإستطلاع أيضاً، الأول: عبارة عن سؤال محدد عن قضية سياسية عربية أو دولية متبوع بعدد من الخيارات، والثاني: تقديم خبر معين حول إحدى القضايا العربية ومن ثم استقبال تعليقات المستخدمين عليه.

ويرى الباحث أن القيمة التفاعلية الحقيقية التي تتحقق من توظيف استطلاعات الرأي في المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت تكمن في أن هذه الاستطلاعات تتيح للمستخدم أو الزائر إمكانية تعبيره عن رأيه، ومقارنته بأراء غيره من المستخدمين الذين شاركوا بالتصويت في استطلاع الرأي، كما توفر هذه الاستطلاعات للمواقع الإسلامية فرصة للتعرف على رد فعل سريع من مستخدميها إزاء موضوع الاستطلاع، وبالتالي إمكانية توظيف هذه المعلومات في سياق شامل كامل يخدم هذه المواقع.

تقديم خدمة RSS^{xiii} :

قدم كلٌ من موقع المسلم وطريق الاسلام ومفكرة الاسلام خدمة RSS، إلا أن موقع المسلم اشترط الاشتراك ببرنامج قارئ الأخبار الذي يعرض هذه الخدمة، ولكنها حتى كتابة هذه الدراسة غير قابلة للتصفح بسبب خطأ ربما في التصميم والبرمجة. أما موقع طريق الاسلام فلم يشترط الاشتراك ببرنامج قارئ الأخبار، بل بمجرد دخول الموقع باستخدام متصفح فاير فوكس أو إنترنت إكسبلورر الإصدار السابع وما بعده، يمكن الاشتراك بسهولة في هذه الخدمة للتعرف على جديد التلاوات القرآنية والدروس والخطب والفتاوى والمقالات وجديد المكتبة والأناشيد. وأتاح موقع مفكرة الإسلام لمستخدميه طريقتين لتفعيل هذه الخدمة، الأولى عن طريق أحد مواقع مجموعات RSS، هي مواقع متخصصة في حفظ وإدارة محتويات RSS، فبالضغط على أحد هذه المواقع والاشتراك فيها يتم تفعيل هذه الخدمة. والطريقة الثانية باستخدام أحد برامج قراءة RSS وتفعيلها ليتم الاشتراك في هذه الخدمة والحصول على آخر الأخبار والمستجدات. ولم يقدم موقع دليل الشيعة هذه الخدمة لمستخدميه وزواره.

آليات بحث داخل الموقع في الصفحة الرئيسية منه:

توحدت المواقع الإسلامية محل الدراسة بوجود آليات بحث للمحتويات داخلها، وجاءت جميع محركات البحث الداخلية في المواقع الأربعة في الجهة اليسرى من الصفحة الرئيسية منها.

آليات بحث في شبكة الانترنت (خارج الموقع):

انفرد موقع المسلم بوجود آلية للبحث خارج الموقع (محرك بحث خارجي) من بين المواقع الأربعة محل الدراسة، إلا أنه عند استخدام هذا المحرك للبحث في شبكة الانترنت تظهر عبارة "خطأ"، أي أن محرك البحث هذا لا يعمل، وربما يعود سبب ذلك إلى قصور في البرمجة والتصميم، في حين انعدمت هذه الآلية في المواقع الأخرى محل الدراسة.

المعلومات قابلة للتداول بين المستخدمين:

تميز موقع المسلم وطريق الاسلام بوجود إمكانية لطباعة محتوى الموقع، في حين انعدمت هذه الخاصية في موقعي دليل الشيعة ومفكرة الاسلام، كما أتاح كل من موقع المسلم وطريق الاسلام ومفكرة الاسلام إمكانية تداول محتوى المعلومات بين المستخدمين عن طريق البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي "الفايس بوك وتويتر"، ولم تتوفر هذه الخاصية في موقع دليل الشيعة.

٣. حيوية الاتصال:

إن عنصر حيوية الاتصال في المواقع الاسلامية محل الدراسة له آليات ومؤشرات قياس يمكن الاشارة إليها كما يأتي:

وجود مواد صوتية مسجلة أو حية:

قدم موقع المسلم صفحة مستقلة بإسم "صوتيات ومرئيات" مع رابط لها من الصفحة الرئيسية للموقع، حيث يمكن للمستخدم أن يستمع أو يحمل المواد الصوتية الموجودة في هذه الصفحة من تلاوات للقرآن الكريم ومحاضرات ودروس وخطب وفتاوى لمجموعة من العلماء والمشائخ وحفظها في جهازه بصيغة MP3، مع إمكانية إرسالها لصديق عبر البريد الإلكتروني. أما موقع دليل الشيعة فقد قدم ركناً خاصاً بالصوتيات تحت اسم "المكتبة الصوتية" تضمنت تلاوات من القرآن الكريم وتواشيح دينية وحسينيات ومدائح ومحاضرات ودروس دينية مع إمكانية تحميلها أو الاستماع إليها فقط، في حين انفرد موقع طريق الاسلام بوجود مواد صوتية مصنفة ومرتبطة بشكل يسهل التعامل معه في ثلاثة أقسام، الأول: قسم التلاوات، ويشمل تلاوات للقرآن الكريم بمختلف الروايات ولأشهر القراء مع وجود ترجمات مرئية لها باللغتين الانجليزية والفرنسية وإتاحة إمكانية تحميلها، والثاني: قسم الدروس، والثالث: قسم الكتب المسموعة أو الكتب الناطقة، ولم يقدم موقع مفكرة الاسلام أية مواد صوتية مسجلة أو حية في جميع صفحاته.

وجود مواد فيديو مسجلة أو حية:

قدم موقع المسلم محتوى فيديو مرفقاً مع الأخبار الرئيسية في صفحته الرئيسية، مع ذكر كلمة "فيديو" في كل عنوان رئيسي للخبر الذي يحتوي على ملف فيديو، كما توجد صفحة "صوتيات ومرئيات" تحتوي على ملفات فيديو لمحاضرات ودروس دينية لبعض العلماء بعضها مسجل والبعض الآخر ينقل "مسموعاً" مباشرة من أرض الحدث، بينما أفرد موقع دليل الشيعة صفحة خاصة بالمقاطع الفيديوية المسجلة بإسم "مسلسلات وأفلام اسلامية" يتم من خلالها مشاهدة مجموعة من الأفلام والمسلسلات الاسلامية والتاريخية وكارتون الأطفال. وقدم أيضاً موقع طريق الاسلام تحت اسم "مرئيات" باقة متنوعة من المرئيات الاسلامية من الدروس والمحاضرات والتلاوات وأفلام الكارتون الموجهة للطفل المسلم. وتحت نفس المسمى عرض موقع مفكرة الاسلام فيديوهات متنوعة سياسية واجتماعية وتربوية وحوادث وغرائب، وكذلك فيديوهات مرفقة مع بعض الأخبار الرئيسية.

بث مباشر لفتوات فضائية:

تميزت مواقع دليل الشيعة وطريق الاسلام ومفكرة الاسلام بوجود روابط بث مباشر لفتوات عديدة اسلامية واخبارية وأطفال ومنوعات، بينما لم يقدم موقع المسلم هذه الخدمة.

رابعاً: جودة المعلومات في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (٤)

يبين مدى جودة المعلومات في المواقع الإسلامية محل الدراسة

العنصر	الآلية	مؤشرات القياس	المسلم		دليل الشيعة		طريق الاسلام		مفكرة الاسلام	
			حالة وجودها		حالة وجودها		حالة وجودها		حالة وجودها	
			كثيرة	قليلة	كثيرة	قليلة	كثيرة	قليلة	كثيرة	قليلة
جودة المعلومات	الثراء المعلوماتي	نوع المعلومات المعروضة	كثيرة		قليلة		كثيرة		كثيرة	
			متنوعة		متنوعة		متنوعة		متنوعة	
			دعوية		دعوية		دعوية		دعوية	
				متنوعة		متنوعة		متنوعة		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن مؤشرات قياس عنصر جودة المعلومات في المواقع

الإسلامية محل الدراسة تتضح لنا مما يأتي:

باستخدام زر (F11) في لوحة المفاتيح الخاصة بجهاز الكمبيوتر لعرض كامل الصفحة الرئيسية للموقع على شاشة الكمبيوتر (Full Screen)، يمكن حساب عدد عناوين المعلومات المقدمة في المجال المرئي للشاشة لكل موقع من المواقع الإسلامية محل الدراسة، وذلك من أجل التعرف على مدى الثراء المعلوماتي التي تتمتع به هذه المواقع، وكما يأتي:

كثافة المعلومات في الصفحة الأولى:

عند احتساب عدد المعلومات المقدمة في المجال المرئي لشاشة الكمبيوتر في موقع المسلم، يتضح لنا أن هنالك (٧٢) عنواناً فيه، في حين تم احتساب (٤٩) عنواناً في المجال المرئي لموقع مفكرة الاسلام، و(٤٦) عنواناً في موقع طريق الاسلام، أما موقع دليل الشيعة فلم تتجاوز عناوين المعلومات المقدمة فيه على (٧) عناوين فقط.

وتشير هذه النتيجة إلى أن أكثر المواقع الإسلامية ثراءً بالمعلومات هو موقع المسلم، يليه موقع مفكرة الاسلام ثم طريق الاسلام وأخيراً موقع دليل الشيعة.

نوع المعلومات المعروضة:

تميز موقعي المسلم ومفكرة الإسلام بعرض معلومات إخبارية سياسية بالدرجة الأولى في الصفحة الرئيسية منهما، حيث أن موقع المسلم عرض بجانب معلوماته الإخبارية معلومات وموضوعات دعوية وعلمية وتربوية واجتماعية وثقافية وإعلامية، فهو منبر علمي دعوي إعلامي، يهدف إلى عرض

أهم الأخبار، والموضوعات السياسية، والاقتصادية، والثقافية، والفكرية، التي تهم المسلمين، وتحليلها، والتعليق عليها، وفق منهجية تلتزم الموضوعية، وتحقق مصلحة الأمة، كما في الايقونة التعريفية به. أما موقع مفكرة الاسلام فهو موقع إخباري بالدرجة الأولى، يهدف إلى تقديم الحدث أولاً بأول - كما يشير الموقع إلى ذلك عند تعريفه بنفسه - إضافة إلى ذلك يقدم موضوعات متنوعة منها ما هو اجتماعي وأسرّي وصحي وغير ذلك، ولم يهتم موقعي دليل الشيعة وطريق الاسلام بعرض الأخبار حتى في الصفحة الرئيسية منهما، حيث اهتم موقع دليل الشيعة بالموضوعات الدينية والتاريخية والثقافية والاجتماعية والأسرية بعيداً عن صياغة الأخبار، في حين انفرد موقع طريق الاسلام بأنه موقع إسلامي دعوي يهدف إلى تصحيح المفاهيم من خلال نشر العلم الشرعي المستند إلى مصادر الشريعة الإسلامية الثابتة، حسب ما أشار إليه الموقع في أهدافه.

خامساً: آليات عنصر الثقة في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (٥)

يبين مدى وجود آليات عنصر الثقة في المواقع الإسلامية محل الدراسة

عناصر تحليل الشكل	الآليات	مؤشرات القياس		المسلم		طريق الاسلام		مفكرة الاسلام	
		حالة وجودها		حالة وجودها		حالة وجودها		حالة وجودها	
		لا توجد	توجد	لا توجد	توجد	لا توجد	توجد	لا توجد	توجد
الثقة	توفر معلومات عن الموقع	المستول عن الموقع ونوعه	يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
		معلومات عن المستول أو الجهة القائمة على الموقع	يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
		معلومات الاتصال بالموقع	يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
		عنوان الموقع على أرض الواقع	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
	عدد الزوار	وجود عداد لمعرفة عدد زوار الموقع	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	لا يوجد

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن آليات عنصر الثقة في المواقع الإسلامية محل الدراسة

تتضح من خلال ما يأتي:

توفر معلومات عن الموقع:

انفرد موقع المسلم عن المواقع الإسلامية الأخرى محل الدراسة بذكر معلومات عنه من حيث ذكر المستول عن الموقع ونوعه وذكر معلومات عن الجهة القائمة عليه، حيث بين الموقع أنه يمثل الواجهة الإعلامية لمؤسسة "ديوان المسلم"، وهي مؤسسة علمية دعوية تربوية واجتماعية سعودية مقرها في الرياض يشرف عليها الشيخ د. ناصر بن سليمان العمر. في حين لم يقدم كل من موقع دليل الشيعة

وطريق الاسلام ومفكرة الاسلام أية معلومات سواء على صفحاتهم الرئيسية أو الداخلية عن أية جهة أو مؤسسة إعلامية يتبعون لها، وربما يعود ذلك لأسباب أمنية خاصة بهذه المواقع.

معلومات الاتصال بالموقع:

قدم كل من موقع المسلم وطريق الاسلام ومفكرة الاسلام معلومات للاتصال بهم، في حين لم يقدم موقع دليل الشيعة أية معلومات للاتصال به ماعدا بريد إلكتروني للاتصال بمدير الموقع وبعد تجربته تبين أنه لا يعمل.

عنوان الموقع على أرض الواقع:

لم تقدم المواقع الإسلامية محل الدراسة جميعها أي عنوان لها على أرض الواقع في الصفحة الرئيسية منها أو حتى الصفحات الداخلية منها، وبعد رجوع الباحث إلى تحليل بيانات موقع أليكسا alexa.com لكل موقع على حدة، وبذله جهوداً في معرفة المسؤولين عن المواقع المذكورة؛ تبين أن موقع المسلم مقره في الرياض في المملكة العربية السعودية وله مكتب تحرير في مدينة القاهرة يرأسه الأستاذ أمير سعيد، وموقع دليل الشيعة مقره في إيران، في حين تبين أن موقع مفكرة الاسلام يتبع لمؤسسة "صويان الهاجري" ومقرها في السعودية، وللموقع مكتب تحرير في القاهرة بإدارة الأستاذ محمد سليمان الزواوي، ولم تتوفر بيانات عن الدولة التي ينتمي لها موقع طريق الاسلام.

عدد الزوار:

انفرد موقع طريق الاسلام بوجود عداد لمعرفة عدد زوار الموقع، حيث يظهر في أسفل شاشة المستخدم وفي كل صفحة من صفحاته عداد زوار الموقع وعدد الدول التي يدخل منها هؤلاء المستخدمون إلى الموقع، فيما لم توفر المواقع الأخرى محل الدراسة عدداً أو أية آلية أخرى لمعرفة عدد زوارها. ويمكن أن يكون عدد الزوار عنصراً مهماً في بناء الثقة بين الموقع ومستخدميه، فكلما ارتفع عدد زوار الموقع ومستخدميه، كلما زادت الثقة بهذا الموقع، أو بالعكس.

خاتمة الدراسة، وتضمن أهم نتائج الدراسة وتوصياتها:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم عناصر الجودة في المواقع الإسلامية المتاحة باللغة العربية على شبكة الانترنت، بما يتماشى ومعايير الشبكة الدولية للانترنت الخاصة بالجودة، حيث أُجريت على أربعة مواقع إسلامية على شبكة الانترنت هي (المسلم، دليل الشيعة، طريق الاسلام، ومفكرة الاسلام).

وفي إطار الأهداف التي سعت الدراسة لتحقيقها، قام الباحث بإجراء دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإسلامية باستخدام استمارة تحليل الشكل، حيث قام الباحث بتحليل الشكل المرئي للصفحة الرئيسية Home Page للمواقع الإسلامية محل الدراسة، من خلال تصميم استمارة تحليلية كأداة لجمع بيانات الدراسة اشتملت بدورها التعرف على مدى مراعاة المواقع المذكورة للعناصر التالية: جودة التصميم،

جودة التنظيم، توظيف آليات عنصر التفاعلية، جودة المعلومات، ومدى وجود آليات عنصر الثقة، وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على نظرية ثراء الوسيلة.

اشتملت الدراسة على مقدمة وإطار منهجي تضمن مشكلة الدراسة، وأهمية الدراسة، ودراساتها السابقة، وأهدافها، وتساؤلاتها، ونوعها، ومنهجها، وإجراءاتها المنهجية، فضلاً عن خاتمة ضمنها الباحث أهم النتائج والتوصيات. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمالها على النحو التالي:

١. مدى مراعاة عنصر جودة التصميم في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

- توحدت المواقع الإسلامية محل الدراسة في موقع تصميم المجال المرئي للشاشة، حيث جاء في جميعها في وسط شاشة المستخدم.
- لم توظف المواقع الإسلامية محل الدراسة باستثناء موقع طريق الإسلام إمكانيات الإنترنت فيما يتعلق بالصور المتحركة في الصفحة الرئيسية لها، بما يضيف جاذبية أكبر للمستخدم وإثارة اهتمامه بالتصميم والمحتوى المعلوماتي المتحرك.
- استخدم موقعي المسلم وطريق الإسلام اللون الأزرق في جميع العناوين الرئيسية والفرعية في الصفحة الرئيسية منهما بما يتماشى ومعايير الشبكة الدولية للإنترنت الخاصة بجودة التصميم، ولم يلتزم موقعاً دليل الشيعة ومفكرة الإسلام بهذه المعايير، إذ استخدم موقع دليل الشيعة اللون الأسود في جميع عناوين الصفحة الأولى منه، في حين لم يوحد موقع مفكرة الإسلام عناوينه باللون الأزرق، حيث استخدم اللون الأزرق في بعضها والأسود في بعضها الآخر، وهذا يتعارض مع معايير الشبكة الدولية التي تؤكد على استخدام اللون الأزرق في العناوين وجميع الروابط.
- توحدت المواقع الإسلامية محل الدراسة في استخدام الروابط النصية بدلاً من الصور، إلا أن موقعي المسلم وطريق الإسلام قد تميزا في استخدام روابط نصية تفاعلية "مفعلة"، أي التي يتغير لونها من الأزرق إلى الأحمر بمجرد مرور الفأرة عليها.
- جاء موقع طريق الإسلام في المرتبة الأولى من حيث متوسط زمن التحميل بـ (٢،٥١٢) ثانية، يليه موقع المسلم بمتوسط زمن تحميل بلغ (٣،١٩٣) ثانية، وفي المرتبة الثالثة جاء موقع مفكرة الإسلام بمتوسط زمن تحميل بلغ (٣،٤١٧) ثانية، ولم تتوفر أية بيانات لتحليل سرعة تحميل موقع دليل الشيعة في موقع أليكسا.

٢. مدى مراعاة عنصر جودة التنظيم في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

- توحدت المواقع الأربعة عينة الدراسة في وجود شعارها في مكان واضح وعلى كل صفحة من صفحاتها، وتميزت ثلاثة مواقع منها وهي موقع المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام في وجود شعارها في الجهة اليمنى للمستخدم على شاشة الكمبيوتر وبشكل واضح ولون مميز وباللغة العربية وتحت اسم الموقع باللغة الانجليزية، فيما انفرد موقع دليل الشيعة بوجود شعاره على الجهة اليسرى منه.
- تميز موقع طريق الإسلام بوجود خارطة تفصيلية لكل صفحة من صفحات الموقع، في حين انعدم وجودها في مواقع المسلم ودليل الشيعة ومفكرة الإسلام.
- تميز كل من موقع المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام بوجود توافق في جميع الصفحات في طريقة عرضها، في حين اختلف موقع دليل الشيعة في عدم وجود توافق وثبات في صفحاته الداخلية وكانت مختلفة تماماً عن الصفحات الأخرى.

٣. مدى توظيف آليات عنصر التفاعلية في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

- اتفقت المواقع الإسلامية محل الدراسة على توظيف آليات اتجاه الاتصال التي تمثلت في خمس آليات هي (بريد إلكتروني وقائمة بعناوين البريد الإلكتروني لمحري الموقع وقائمة بريدية واتصال تزامني ومعلومات التواصل مع المستخدمين). وقد انفرد موقع طريق الإسلام بتقديم هذه الآليات الخمس، فيما قدم موقعي المسلم ومفكرة الإسلام أربع آليات منها هي (بريد إلكتروني وقائمة بعناوين البريد الإلكتروني لمحري الموقع واتصال تزامني ومعلومات التواصل مع المستخدمين) بالنسبة لموقع المسلم، و(بريد إلكتروني وقائمة بريدية واتصال تزامني ومعلومات التواصل مع المستخدمين) بالنسبة لموقع مفكرة الإسلام، فيما اقتصر موقع دليل الشيعة بتقديم آلية واحدة هي البريد الإلكتروني لاستقبال رسائل زوار الموقع.
- لم تتجح المواقع الإسلامية محل الدراسة في خلق حالة من التفاعل مع جمهورها بالتعليق والرد على تعليقات الجمهور من جانبها، الأمر الذي يشير إلى عدم تدعيم معيار "سرعة رجع الصدى" كأحد أبعاد الثراء التي تتمتع بها مواقع الانترنت. وطبقاً لنظرية ثراء الوسيلة، فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع صدى، تكون وسائل أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، وبالتالي لم تتفق هذه النتيجة مع أحد فرضيات نظرية ثراء الوسيلة والخاص بتحقيق رجع الصدى المباشر مع الجمهور.

- توحدت المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة بعدم إتاحة أية إمكانية أو خاصية تتيح لمستخدميها التحكم في شكلها أو عرض محتواها أو ما يطلق عليه بـ "تخصيص الموقع"، فيما قدمت المواقع المذكورة ما عدا موقع دليل الشيعة نموذج أو نموذجين لاستطلاعات الرأي، وكذلك خدمة RSS، كما أن المواقع الأربعة توحدت بوجود آلية بحث داخلي لمحتوياتها، فيما انفرد موقع المسلم بوجود آلية للبحث خارج الموقع (محرك بحث خارجي) من بين المواقع الأربعة محل الدراسة، كما أتاح كل من موقع المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام إمكانية تداول محتوى المعلومات بين المستخدمين عن طريق البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي "الفايس بوك وتويتر"، ولم تتوفر هذه الخاصية في موقع دليل الشيعة.

- توحدت المواقع الإسلامية باستثناء موقع دليل الشيعة في توظيفها لمواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر ويوتيوب لإيصال خدماتها إلى الجمهور والتواصل المستمر معهم.

- انفرد موقعي دليل الشيعة وطريق الإسلام بوجود جميع آليات حيوية الاتصال فيها وهي (وجود مواد صوتية مسجلة أو حية، وجود مواد فيديو مسجلة أو حية، بث مباشر لفتوات فضائية)، فيما قدم موقعي المسلم ومفكرة الإسلام اثنين فقط من الآليات الثلاث.

٤. الثراء المعلوماتي في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

- أشارت النتائج إلى أن أكثر المواقع الإسلامية محل الدراسة ثراءً بالمعلومات هو موقع المسلم، يليه موقع مفكرة الإسلام ثم طريق الإسلام وأخيراً موقع دليل الشيعة.

- اهتم موقعي المسلم ومفكرة الإسلام بعرض معلومات إخبارية سياسية بالدرجة الأولى في الصفحة الرئيسية منهما، ولم يهتم موقعي دليل الشيعة وطريق الإسلام بعرض الأخبار حتى في الصفحة الرئيسية منهما، حيث اهتم موقع دليل الشيعة بالموضوعات الدينية والتاريخية والثقافية والاجتماعية والأسرية بعيداً عن صياغة الأخبار، في حين انفرد موقع طريق الإسلام بأنه موقع إسلامي دعوي يهدف إلى تصحيح المفاهيم من خلال نشر العلم الشرعي المستند إلى مصادر الشريعة الإسلامية الثابتة، حسب ما أشار إليه الموقع في أهدافه.

٥. آليات عنصر الثقة في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

- فيما يتعلق بمدى وجود آليات لعنصر الثقة في المواقع الإسلامية محل الدراسة وهي (المسئول عن الموقع ونوعه، معلومات عن المسئول أو الجهة القائمة على الموقع، معلومات الاتصال بالموقع،

عنوان الموقع على أرض الواقع، ووجود عداد لمعرفة عدد زوار الموقع)، اتضح أن موقع المسلم انفرد عن المواقع الإسلامية الأخرى محل الدراسة بذكر معلومات عنه من حيث ذكر المسئول عن الموقع ونوعه وذكر معلومات عن الجهة القائمة عليه، في حين لم يقدم كلٌّ من موقع دليل الشيعة وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام أية معلومات سواء على صفحاتهم الرئيسية أو الداخلية عن أية جهة أو مؤسسة إعلامية يتبعون لها، في حين لم تقدم المواقع الإسلامية محل الدراسة جميعها أي عنوان لها على أرض الواقع في الصفحة الرئيسية منها أو حتى الصفحات الداخلية منها.

التوصيات:

- يوصي الباحث بأهمية اعتماد العناصر الخاصة بجودة المواقع الإلكترونية الإسلامية من قبل القائمين عليها، لضمان أن تكون هذه المواقع بأفضل صورتها، وخالية من أي نقص أو نقاط ضعف.
- يوصي الباحث بإمكانية استفادة المواقع الإسلامية من تجارب المواقع الإلكترونية الإعلامية الناجحة في هذا المجال، كموقع الجزيرة، أو العربية، أو البي بي سي وغيرها.

المراجع:

- ⁱ إسلام عاطف رجب احمد حجازي (٢٠١٠). "العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية على الانترنت ومستوى المعرفة لديه بالقضايا الدينية المعاصرة- دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنوفية، كلية الآداب، قسم الاعلام.
- ⁱⁱ لولوة بنت سليمان بن محمد الغنام، (٢٠١٠). "الدعوة الى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والاعلام.
- ⁱⁱⁱ REZA Karimi, (٢٠٠٨). A content Analysis of Islamic Iranians website content **(World Congress of Muslim Librarian & Information Scientists Putra World Trade Center.**
<http://ddms.usim.edu.my/handle/123456789/1726>.
- ^{iv} منى جابر عبد الهادي هاشم (٢٠٠٨). "استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية على شبكة الانترنت والاشباع المتحققة منها- دراسة ميدانية على عينة من الشباب في مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنوفية، كلية الآداب، قسم الاعلام.
- ^v أميمة عمران (٢٠٠٧). "التعرض للمواقع الدينية بالانترنت وعلاقته بمنظومة القيم لدى الشباب"، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بالصعيد، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، جامعة القاهرة: كلية الاعلام.
- ^{vi} عبد الجواد سعيد محمد ربيع، أسماء رأفت الشيخ، (٢٠٠٧). "دور الاتصال التفاعلي في إمداد الشباب بالمعرفة في مجال الشؤون الدينية الإسلامية - دراسة ميدانية: المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، جامعة القاهرة: كلية الاعلام..
- ^{vii} أكرم محمد زكي خضر (٢٠٠٤). تقييم مواقع الحج والعمرة على الإنترنت، المؤتمر الوطني السابع عشر للحاسب الآلي (المعلوماتية في خدمة ضيوف الرحمن)، المدينة المنورة: جامعة الملك عبدالعزيز.
- ^{viii} محمد عبد الحميد، (٢٠٠٧). "الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت"، ط١، القاهرة: عالم الكتب. ص ٢٩١-٢٩٢.
- ^{ix} محمد عبد الحميد، (٢٠٠٤). "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، ط٢، القاهرة: عالم الكتب. ص ١٣٠.
- ^x شيماء ذو الفقار زغيب، (٢٠٠٩). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط١، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. ص ١٦٥.
- ^{xi} James R.Coyle and Esther Thorson:The effects of progressive levels of interactivity and vividness in web marketing sites,(**Journal of Advertising,Vol XXX,No 3,Fall 2001**),p65.
<http://www.journalism.wisc.edu/~dshah/blog-club/Site/Coyle.pdf>
- ^{xii} شيماء ذو الفقار زغيب، ٢٠٠٩: مصدر سابق، ص ١٦٥.
- ^{xiii} خدمة RSS: اختصار لمصطلح (Really Simple Syndication) وهي خدمة مجانية ووسيلة سهلة تمكن المستخدم من الحصول على آخر الأخبار فور ورودها على موقعه المفضلة على شبكة الإنترنت، فبدلاً من فتح صفحات المواقع والبحث عن الموضوعات الجديدة، فإن خدمة RSS تزوده بما يستجد من أخبار وموضوعات على تلك المواقع فور نشرها. ويمكن الاستفادة من خدمة RSS بأكثر من طريقة:

- ❖ عن طريق المتصفح: في حال استخدام الإصدار السابع من المتصفح إنترنت إكسبلورر، أو المتصفح فاير فوكس، فيمكن البدء في الاستفادة من خدمة RSS دون الحاجة لأي برامج أخرى.
- ❖ عن طريق قارئ RSS: بدلاً من استخدام المتصفح، يمكن استخدام أحد برامج قراءة RSS، وهذه البرامج قد توفر للمستخدمين إمكانيات أكبر من تلك التي تقدمها المتصفحات، ومن أمثلة هذه البرامج: RssReader - FeedReader - Active Web Reader، وغيرها.
- ❖ عن طريق أحد مواقع مجوعات RSS: هي مواقع متخصصة في حفظ وإدارة محتويات RSS، والميزة الأساسية من استخدام هذه المواقع هي إمكانية الدخول عليها من أي جهاز حاسوب متصل بالإنترنت. ومن أشهر هذه المواقع هو كل من موقع: feedly – Google Reader – NewsGator – Bloglines.

- the four sites are unified in presenting their Logo in a clear place over every page, 3 of them (Muslim site, Notebook Islam site, and Islamway site) are characterized by the presence of their logo on the right part of the user's screen in a clear color, and in Arabic language, under it in English language; but the logo of Shiites site is in the left part
 - Islamway site Characterized by the presence of detailed map of every page, that point is missed in Muslim site, the Shiites guide site, and Islam Notebook site.
3. the extent of employing the interaction element mechanism in the Islamic sites of this study.
- the Islamic sites of this study are unified in the lack of providing any possibility, or the feature that allows for their users to control the content shape, that called "size customizing"
 - this sites , except Shiites guide site- employed the connection to social network sites like facebook, twitter, Youtube to distribute their contents to the Public.
4. the informational richness of the Islamic sites of this study.
- results indicate that the most informational richest site is "Muslim Site" , then Islam Noteook, then Islamway, and the Shiites Guide Site.
5. confidence element mechanism in the Islamic sites of this study
- it became clear that "Muslim Site" is characterized by displaying information like: the site responsible, his/her gender, and information about the responsible authority; but Shiites Guide site, Islamway site, and Islam Notebook site don't provide any information either on their home pages or internal pages, and don't provide the responsible authority or what is the media organization they work for. On the ground, all the above mentioned sites don't provide their addresses either in their Home pages, or in their internal pages.

Analysis of quality elements in the Islamic sites on the Internet

Herdan Hady Sayil

Assistant Lecture at Public Relations Dep .
Mass Communication Faculty, Aliraqia University

Abstract

This study aims to analyze quality elements in the Islamic sites available in Arabic language on the internet. The problem of study that can be elaborated includes the following: are Islamic sites available in the Arabic Language allows the presence of the quality elements in accordance with the international network of the internet standards regarding the home page design of the electronic sites on the internet?

In the framework of the objectives sought by the study to be achieved, the researcher analyzed the main shape of the Home Page for the following Islamic sites: Muslim site, Shiites guide site, islamway site, Islam Notebook site, through the design of analytical form for collecting the study data, in its turn includes the extent to which the sites mentioned above take care about the following items: design quality, organizing quality, employing the attractiveness mechanisms element, information quality, the quality of confidence element mechanism. The research is based on the richness of the means theory. The study reaches a set of results as following:

1. the extent to which the quality of the elements design in the Islamic design of the question study:

_ The Islamic sites in the this study located in the visible area of the screen design site, all of them in the middle of the user's screen.

- Islamic sites –except Islamway site- don't employ the internet abilities regarding the moving pictures in their Home Pages, where give attraction to the user and the raise his interest about the design and the moving informational content.
 - This Islamic sites are unified in using the textual links instead of pictures, but Muslim Site, and Islamway are characterized by using interactional textual links "activated" that their colors are changed from blue to red clicking the mouse.
2. the extent of taking into account the organizing quality element in the Islamic sites of this study:

Copyright © EPRA 2014

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

chairman@epra.org.eg Email: - jpr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.
 And also to the Association email: jpr@epra.org.eg, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited,Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

- Fifth issue - October / December 2014

Founder & Chairman

Dr. Hatem Saad

Chairman EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Chairman of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Samy Taya

Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Sadek Rabeh (Algeria)

Associate Professor of mass communication - Emirati
Canadian faculty - United Arab Emirates - the former dean
of Faculty of information and Public Relations - Ajman
University

El-Sayed Abdel-Rahman Ali

Senior editor - Academy of The Arabic Language
Ph.D. candidate - Faculty of mass communication - Cairo University

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jprrr@epra.org.eg

Scientific Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Enshirah el SHAL (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and
Humanities from France)

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Adly Reda (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University and dean of the Institute of High Aljazeera Media Sheroq Academy

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Basyouni Hamada (Egypt)

Professor of media and public opinion, political - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of
Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)

Media professor & Head of Department of Culture Media and Children at Ain Shams
University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Alsun and Mass Communication, Vice President of the
International University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharif (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Journal



of P R esea

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association – Fifth issue – October / December 2014

Researches in French:

- *Pr Boudjema Redouane - Université d'Alger3*

Les élections Présidentielles de 2014 à Travers la Presse électronique en Tunisie
LA BIPOLARISATION POLITIQUE COMME CONSTRUCTION MEDIATIQUE 7

Researches in English:

- *Prof.Dr. Fazal Rahim Khan - Umm al-Qura University*
Dr. Osman B. Gazzaz – Umm al-Qura University

Impact of Communication Incipience of the Pilgrims' Residential Context on their
Communication Behaviors & Perceptions, Study on the Pilgrims Egypt 77

Abstracts Researches in Arabic:

- *Dr. Abd Allah Abd Allah E'Alwazan - Northern Border University*

The Role of Arab News Channels to Provide University Students with Information
During the Libyan Revolution February 17 78

- *Dr. Hunida Gindeel Abo Baker Ahmadoun - ECT, Abu Dhabi, UAE*

The Press Coverage of the Economic Crises in the Sudan in Sudanese Newspapers:
(AKHIR LAHZA & ALYAWEM AL TALEE) 81

- *Dr. Magda Abdel Monem Makoulouf - Higher Institute for Media and Communication Arts*

The Design of Online Advertising in Egyptian News Websites 82

- *Herdan Hady Sayil - Al Iraqia University*

Analysis of Quality Elements in the Islamic Sites on the Internet 84

- *Safa Mohamed Ibrahim Abdel Dayem - IAEMS – 6 October City.*

The New Media Essence and its Means: Theoretical Study 86

(ISSN 2314-8721)
Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)
Copyright ©2014 EPRA
www.epra.org.eg