

العدد 79
ديسمبر 2023

مجلة البحوث والدراسات العربية

رئيس التحرير

أ.د/ محمد مصطفى كمال

مدير التحرير

د/ محمد محمود الطناحي

سكرتير التحرير

أ/ سامح مدبولي سيد

- المجلة حاصلة على عضوية اتحاد الجامعات العربية (معامل التأثير العربي).
- المجلة حاصلة على معايير اعتماد معامل التأثير والاستشهاد العربي (أرسييف - Arcif).
- الأفكار الواردة لا تعبر بالضرورة عن رأي المنظمة والمعهد.
- ترتيب البحوث لا علاقة له بمكانة الباحث.
- يسمح بالنقل عن المجلة بشرط الإشارة.
- قواعد النشر في آخر المجلة.

الحقوق محفوظة:

الترقيم الدولي للطباعة 2356-9379
الترقيم الدولي الإلكتروني 2805-3249
الموقع الإلكتروني للمجلة www.iars.journals.ekb.eg
البريد الإلكتروني للمجلة rsdept@iars.net
Ref. No.: 2020J66
DOI: 10.18576/2020J66

دورية، مُحَكَّمة (نصف سنوية)، تُعَنَى بنشر الدراسات ذات الصلة بعلوم: اللغة العربية، والأدب، والعلوم السياسية، والتاريخ، والجغرافيا، والاقتصاد، والتربية، والإعلام، والقانون، وعلم الاجتماع، والتراث.

الهيئة الاستشارية

أ.د/ أحمد زايد
د/ تامر أنيس
أ.د/ ريم عادل
د/ ريهام باهي
أ.د/ سامي السيد
أ.د/ شريف شاهين
أ.د/ صلاح فوزي
أ.د/ عادل زايد
أ.د/ متولي عبد الصمد
أ.د/ محمد عفيفي
أ.د/ نادية يوسف

تقييم المواقع الإلكترونية للجامعات العربية في ضوء المعايير العالمية لتقييم جودة المواقع الإلكترونية

د. ابتسام فوزي إبراهيم تميم^(*)

مقدمة:

يعد ظهور شبكة الإنترنت بتطوراتها المتلاحقة، بمثابة ثورة في عالم الاتصال والإعلام، نتج عنها الكثير من التغييرات والتطورات على المستويات كافة، فقد أتاحت هذه التقنية مساحة أوسع وأرحب لطرح الآراء والمعلومات، والتأثير في الجمهور، واستطاعت أن تؤثر بشكل فاعل في صناعة الإعلام، وقد أدت التطورات المتسارعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وما تبعها من نمو متزايد لشبكة الإنترنت، إلى نقلة نوعية لبيئة الأعمال، فأصبح الوجود على شبكة الإنترنت ضرورة تحتّمها حاجة المستفيدين؛ وبات حتمًا على المؤسسات مواكبة هذا التطور؛ للاستمرار في أداء رسالتها، وتحقيق أهدافها في أسرع وقت وأقل جهد.

وتأتي المؤسسات التعليمية والبحثية العربية في مقدمة المؤسسات التي سارعت نحو التحول الرقمي، فقامت باستغلال الإمكانيات المتوفرة والمتجددة للعالم الرقمي، وذلك من خلال تدشين مواقع إلكترونية؛ لتمكين من تقديم نفسها والتعريف بأهدافها وأنشطتها والخدمات التي تقدمها لأكبر عدد من المستخدمين، ويعد موقع الجامعة مثله مثل أية خدمة تقدمها الجامعة لها دور في تعزيز أو إضعاف موقفها، ويحظى تقييم المواقع الإلكترونية بشكل عام، ومواقع الجامعات بأهمية استثنائية؛ لأن

(*) دكتوراه الإعلام، قسم بحوث ودراسات الإعلام - معهد البحوث والدراسات العربية.

الجامعات تعد من أهم ركائز اقتصاد ومجتمع المعرفة؛ حيث تسهم الجامعات بدور أساسي في تنمية القدرة المعرفية للمجتمع، بحثًا واستخدمًا، وتطبيقًا، من خلال ممارسة وظائفها من تدريس وبحث علمي وخدمة المجتمع؛ لذا ظهرت تصنيفات متعددة؛ لتقييم الجامعات، وقياس قدرتها التنافسية، وتسعى الجامعات العربية جاهدة إلى استيفاء متطلبات معايير هذه التصنيفات؛ كي تحقق التميز والسمعة الأكاديمية المرموقة، والمكانة التي تليق بها بين الجامعات على مستوى العالم.

ولما كانت الجامعات تعيش عصر المعلوماتية، وتطبق تقنياته، وتأخذ بآلياته في برامجها الأكاديمية ومشروعاتها البحثية المختلفة، فإنه من الطبيعي أن تنشأ التطلع إلى إنجاز مقومات مجتمع المعرفة، ويتطلب ذلك منها أن تستوعب التوجهات الجديدة للاقتصاد العالمي القائم على المعرفة، كل هذه العوامل أدت إلى زيادة الضغوط على الجامعات العربية للتحويل من مجرد مؤسسات تعليمية غير ربحية إلى مؤسسات ذاتية التمويل تحكمها قوى العرض والطلب ومتطلبات الاقتصاد الحر في الإدارة والتعامل مع آليات السوق. ويؤدي الموقع الإلكتروني للجامعة دورًا رئيسًا لدعم ومساندة هذا التوجه من خلال توظيفه كأداة لجذب العملاء المحتملين، على أساس أن النشاطات المختلفة لأية جامعة تظهر على موقعها الإلكتروني، لكن نجاح الجامعات في الاستجابة بفاعلية لمتطلبات الجيل الجديد من الطلبة الذين نشأوا في عصر ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، يتطلب منها الاهتمام بقضية ضمان جودة مواقعها الإلكترونية، والوقوف على ضرورة توافر معايير الجودة فيها؛ لتحقيق رضاهم، وحيث إن الاهتمام بالمواقع الإلكترونية، والعمل على تجويدها يعدان من الأمور المهمة لتحسين الترتيب العالمي للجامعات العربية؛ فإن البحث الحالي يناقش موضوع تقييم جودة بعض المواقع الإلكترونية للجامعات العربية، وذلك في ضوء المعايير العالمية لجودة تصميم وتطوير وتقييم المواقع، ومن خلال التقييم سيتم إجراء مقارنة بين المواقع

الإلكترونية للجامعات المصرية والسعودية والمغربية في ضوء المعايير التي تم اعتمادها في التقييم، وإلى أي مدى تلي احتياجات الطلبة من المعلومات والخدمات التي تهمهم، وتقديم قائمة معايير لتقييم المواقع الإلكترونية للجامعات يمكن القياس عليها مستقبلاً عند إنشاء المواقع الجامعية أو تطويرها، وتقديم مقترحات بما يسهم في تطوير تلك المواقع، وزيادة فاعليتها، وتحقيق رؤية الجامعات العربية، خاصة المرتبطة بتوظيف تكنولوجيا الاتصال في التحول الرقمي، والرفع من درجة ترتيبها بنتائج التصنيفات العالمية.

إشكالية الدراسة:

في ظل ما يطلق عليه فيضان المعلومات، فإن طلاب الجامعات مطالبون بأن يستخدموا مصادر المعلومات بشكل فاعل؛ لإشباع احتياجاتهم المختلفة؛ لذا فهم يختارون مصادر المعلومات الأكثر سهولة في الوصول إليها، والأكثر جودة؛ ليحصلوا منها على المعلومات التي يريدونها بأيسر الطرق، وفي أسرع وقت ممكن.

وإذا كانت هناك إشكالية تتعلق بفيضان المعلومات، فإن هناك إشكالية أخرى تتعلق بجودة المواقع الإلكترونية للجامعات، فعلى الرغم من زيادة عدد المواقع الإلكترونية للجامعات العربية، فقد لحظ ضعف الاهتمام بجودة تلك المواقع، ومدى توافقها مع المعايير العالمية، بالإضافة إلى نقص احتوائها على المتطلبات الأساسية التي تلائم حاجات المستخدمين.

وقد تمت صياغة إشكالية الدراسة الحالية من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيس التالي: «ما تقييم المواقع الإلكترونية لعينة من الجامعات العربية في ضوء مدى التزامها بالمعايير العالمية لجودة المواقع الإلكترونية؟»، وذلك من خلال دراستين، إحداهما تحليلية لعدد من تلك المواقع، والأخرى ميدانية على عينة من الطلبة، وكذا

على عينة من الخبراء المتخصصين في مجال الحاسبات والمعلومات والذكاء الاصطناعي
والمواقع الإلكترونية.

أهمية الدراسة:

1- الأهمية العلمية:

(أ) تعد هذه الدراسة - حسب ما توصلت إليه الباحثة - من الدراسات الأولى
التي تتناول تقييم مواقع الجامعات المغربية، وتوظف نظرية التماس المعلومات في مجال
المواقع الإلكترونية للجامعات.

(ب) إثراء المكتبة العربية بدراسة بحثية في مجال تقييم المواقع الإلكترونية
للجامعات.

2- الأهمية المجتمعية:

(أ) الإسهام في تطوير المواقع الإلكترونية للجامعات العربية، بما يتناسب مع
احتياجات الطلبة الفعلية والحصول على رضاهم، بما يسهم في رفع القدرة التنافسية
لهذه المواقع، وتحسين تصنيفها الدولي.

(ب) تزويد الجامعات بعدد من المعايير لتقييم جودة مواقعها الإلكترونية، والتي
يمكن القياس عليها مستقبلاً، والاستعانة بها كدليل أساسي عند إنشاء وتطوير
تلك المواقع.

أهداف الدراسة:

1- التعرف إلى نوعية المضامين والخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية
للجامعات العربية.

2- رصد الأهداف التي تسعى المواقع الإلكترونية للجامعات العربية إلى تحقيقها.

3- الكشف عن إستراتيجيات التماس المعلومات المتبعة من قبل طلاب الجامعات العربية.

4- الوقوف على معدل وأنماط التماس الطلبة للمعلومات الجامعية من مواقع الجامعات العربية.

5- الكشف عن مدى جودة المواقع الإلكترونية للجامعات العربية من وجهة نظر الطلبة.

6- وضع قائمة معايير يمكن الاستناد إليها مستقبلاً في تقييم المواقع الإلكترونية للجامعات.

الإطار النظري للدراسة: (نظرية التماس المعلومات):

تقوم نظرية التماس المعلومات على دراسة سلوك الأفراد خلال إجراءاتهم لعملية البحث عن المعلومات من مصادرها المختلفة، وكذلك مراحل هذه العملية، وتحليل الأسباب والدوافع التي تؤدي بالأفراد للوصول لتلك المعلومات، ومدى الرضا أو عدم الرضا عنها، وكذا شرح العوامل المؤثرة في اختيارهم وتعاملهم مع المعلومات⁽¹⁾.

ويرجع ظهور هذه النظرية إلى تأثرها بالدراسات التي عمل عليها كل من بارو ووسلي عام 1957، وبيرلو عام 1962، حيث ركزت هذه الدراسات على الجوانب الانتقائية في التعرض لوسائل الإعلام، وتحديدًا التي تشير إلى اختيار الجمهور

(1) مصطفى النمر، عادة البطريق، نظريات الاتصال، ط 1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2019م، ص 84.

لمجموعة من الوسائل الإعلامية دون غيرها، التي تتفق مع اتجاهاته ورغباته واهتماماته⁽¹⁾.

- **توظيف نظرية التماس المعلومات على الدراسة:** تقوم الدراسة الحالية بالتوظيف المنهجي لنظرية التماس المعلومات ودراسة متغيراتها وعناصرها؛ للوقوف على أسباب لجوء الطلبة الجامعيين إلى المواقع الإلكترونية للجامعات العربية كمصدر لمعلوماتهم، من خلال تحديد المصادر التي يلتمسون منها المعلومات، وكذا دراسة دوافع وخطوات إستراتيجيات التماسهم للمعلومات عبر تلك المواقع، بالإضافة إلى اختبار فرضيات النظرية من حيث: اختبار العلاقة بين درجة الاعتماد على هذه المواقع ودرجة الرضا عنها، واختبار العلاقة بين إستراتيجيات التماس المعلومات والمتغيرات الديموغرافية.

فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الأولى:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام عينة الدراسة الميدانية للمواقع الإلكترونية لجامعاتهم والقدرة على التعامل مع المشكلات الدراسية.

- **الفرضية الثانية:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة الميدانية على المواقع الإلكترونية لجامعاتهم كمصدر للمعلومات الجامعية ودرجة رضاهم عن تلك المواقع.

- **الفرضية الثالثة:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحديد عينة الدراسة الميدانية لإستراتيجية للحصول على المعلومات ومتغيراتهم الديموغرافية (النوع والمرحلة الجامعية ونوع الكلية).

(1) صالح خليل أبو أصعب، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2004، 136.

تساؤلات الدراسة:

(أ) تساؤلات الدراسة التحليلية:

- 1- ما طبيعة المضامين التي تتناولها مواقع الجامعات عينة الدراسة التحليلية؟
- 2- ما نوعية الأهداف التي تسعى مواقع الجامعات عينة الدراسة التحليلية إلى تحقيقها؟
- 3- ما فئات الجمهور المستهدف من قبل مواقع الجامعات العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- 4- ما أهم أساليب طرح المضمون في مواقع الجامعات عينة الدراسة التحليلية؟

(ب) تساؤلات الدراسة الميدانية:

- 1- ما أهم المصادر التي يلجأ إليها الطلبة عينة الدراسة الميدانية للحصول على المعلومات الجامعية؟
- 2- ما عادات وأنماط استخدام الطلبة للمواقع الإلكترونية للجامعات؟
- 3- ما أسباب استخدام الطلبة لمصدر معلومات حول غيره من المصادر؟
- 4- ما أثر استخدام الطلبة عينة الدراسة الميدانية للمواقع الإلكترونية للجامعات للحصول على المعلومات الجامعية؟
- 5- ما مدى رضا الطلبة عينة الدراسة الميدانية عن المواقع الإلكترونية لجامعاتهم؟
- 6- ما تقييم الطلبة عينة الدراسة الميدانية للمواقع الإلكترونية لجامعاتهم؟

7- ما أهم المعوقات التي تواجه الطلبة عند استخدامهم للمواقع الإلكترونية لجامعاتهم؟

(ج) محاور المقابلة المتعمقة:

1- مدى التزام مواقع الجامعات العربية بمعايير جودة المحتوى والتصميم وسهولة التعامل.

2- جوانب القصور في المواقع الإلكترونية للجامعات العربية.

3- مقترحات تطوير أداء المواقع الإلكترونية للجامعات العربية.

4- جوانب التميز في مواقع الجامعات الأجنبية.

المنهج المستخدم في الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بشقيه الكمي والتحليلي الذي يهدف إلى التعرف إلى العلاقة الإرتباطية بين متغيرات الدراسة، مما يساعد على التوصل إلى نتائج تفسيرية⁽¹⁾.

أدوات الدراسة:

(أ) استمارة الاستبانة: هي إحدى الأساليب المستخدمة في جمع بيانات أولية من العينة المختارة، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة سلفاً؛ للتعرف إلى حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين أو الدوافع المؤثرة فيه⁽²⁾، وقد تم تطبيق الاستبانة إلكترونياً.

(1) ساي طابع، بحوث الإعلام، ط5، دار النهضة العربية، القاهرة، 2017، ص177-178.

(2) نفسه، ص180.

(ب) استمارة تحليل المضمون: هي إحدى الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفًا موضوعيًا وكميًا⁽¹⁾.
(ج) دليل المقابلة الشخصية المتعمقة: هي مقابلات يتم إجراؤها وفقًا لدليل يتضمن عددًا من الأسئلة المعدة مسبقًا⁽²⁾.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة إلى محورين، مرتبة تنازليًا من الأحدث إلى الأقدم على النحو التالي:

المحور الأول - دراسات تناولت تقييم جودة مواقع الجامعات:

تناولت مجموعة من الدراسات تقييم جودة المواقع الإلكترونية للجامعات، منها:
- دراسة نصر الدين بن مسعود (2022)، التي سعت لمعرفة رأي الطلبة في تقييم وقياس جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف الجامعات الجزائرية، من حيث معايير (توافر المعلومات، السهولة، الأمن والسرية، جمالية التصميم)، وتوصلت الدراسة، إلى أن مستوى جودة الخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية للجامعات الجزائرية كانت متوسطة، وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات أهمها ضرورة تطوير وتحديث المواقع الإلكترونية الجامعية⁽³⁾.

(1) عاطف عدلي العبد، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وتنفيذها، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص46.

(2) سامي طابع، مرجع سابق، ص225.

(3) نصر الدين بن مسعود، تقييم جودة الخدمات الإلكترونية في الجامعات الجزائرية باستخدام مقياس Net Qual الهجين مع المنطق الضبابي - دراسة ميدانية وتطبيقية على عينة من طلبة جامعة عين تموشنت، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة طاهري محمد، بشار - كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، مج8، ع2، الجزائر، 2022، ص412.

- دراسة عيسى عبد الباقي (2022)، وخلصت إلى أن العلاقة بين جودة البوابات الإلكترونية للجامعات العربية في مختلف أبعادها (جودة الخدمات، جودة المعلومات، جودة التصميم، التفاعلية) وإدارة سمعة هذه الجامعات، جاءت في مجملها متوسطة، بما يشير إلى أن الجامعات العربية مازالت ضعيفة الاهتمام في استثمار تقنيات مراقبة المحتوى الرقمي على شبكة الويب في إدارة وتعزيز سمعتها الإلكترونية⁽¹⁾.

- دراسة منير حامد (2022)، وهدفت إلى دراسة مدى توفر المعايير الأساسية في تصميم المواقع الإلكترونية في موقع جامعة طيبة من وجهة نظر زوار الموقع، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي موقع جامعة طيبة الإلكتروني طبقاً للمحاور الرئيسة (سهولة الوصول للموقع والدخول إليه، جودة النص، جودة المحتوى)، حيث نال مستوى رضا أكبر من قبل المستخدمين، وفي المقابل، لا توجد فروق واختلافات ذات دلالة إحصائية في محوري جودة التصميم وجاذبية التصميم بشكل عام⁽²⁾.

- دراسة حنين محمد (2022)، وكشفت عن استخدام المواقع الإلكترونية بصورة غير مثالية في إدارة الترويج بالجامعات الأهلية من وجهة نظر الطلبة، وأوصت الدراسة بضرورة زيادة فرص التفاعل المتبادل بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس،

(1) عيسى عبد الباقي موسي علي، جودة البوابات الإلكترونية للجامعات العربية على شبكة الويب وعلاقتها بإدارة سمعتها لدى مستخدميها من أعضاء هيئة التدريس - دراسة تطبيقية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ع29، السعودية، 2022، ص219.

(2) منير بن أحمد بن محمد عابد حامد، تقييم الموقع الإلكتروني لجامعة طيبة من وجهة نظر زوار الموقع، مجلة التربية، جامعة الأزهر - كلية التربية، ع195، ج1، مصر، 2022، ص302

ودعم مواقع الجامعات بما يتناسب مع الإمكانيات المتاحة، وتطوير الوسائل الترويجية باستخدام المواقع الإلكترونية⁽¹⁾.

- دراسة عبد القادر علي (2022)، وهدفت إلى بيان دور التكنولوجي الهجري في التحليل الموضوعي لخرائط المواقع الإلكترونية، وانتهت الدراسة إلى وجود تفاوت ملحوظ بين الجامعة العراقية والجامعة التقنية الشمالية في توفير المصطلحات التي تعكس بنية المواقع الإلكترونية⁽²⁾.

- دراسة بابانثيمو ودارا (2018) Papanthymou and Darra، وجاءت لتقييم الخدمات الإلكترونية التي يقدمها موقع جامعة بجر إيجه التركية، وقد كشفت نتائج الدراسة عن ضعف الخدمات الإلكترونية المقدمة من خلال هذا الموقع، وأوصت الدراسة بضرورة تطويره⁽³⁾.

- دراسة محمد الأمين (2016)، وأثبتت تباين مواقع الجامعات العربية في توفيرها لمتطلبات التواصل الفاعل، وأن غالبية الجامعات المشمولة في العينة⁽⁴⁾.

(1) حنين محمد شعيب، المواقع الإلكترونية للجامعات الأهلية بين التعليم الهجين والترويج في ظل الأزمات - دراسة تطبيقية، المجلة العربية للإدارة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ج42، ع1، 2022، ص45.

(2) عبد القادر أحمد علي، التكنولوجي الهجري ودوره في التحليل الموضوعي لخرائط المواقع الإلكترونية في الجامعات العراقية - دراسة تحليلية مقارنة، مجلة آداب البصرة، جامعة البصرة - كلية الآداب، ع99، العراق، 2022، ص248.

(3) Papanthymou, A., & Darra, M. (2018). The Implementation of Total Quality Management in Greek Higher Education: The Case of Electronic Administrative Services. *International Education Studies*, 11(7), 26

(4) محمد الأمين محمد موسى، التواصل الفاعل في الجامعات العربية - دراسة نقدية لمواقع بعض الجامعات العربية على الويب، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ع7، 2016، ص87.

المحور الثاني- دراسات تناولت قابلية وسهولة استخدام المواقع الإلكترونية الجامعية والعوامل المؤثرة على رضا المستخدمين:

ركزت عدة دراسات على تقييم معيار قابلية الاستخدام للمواقع الإلكترونية للجامعات، منها:

- دراسة نورهان مرسي (2023)، التي هدفت إلى التعرف إلى تجربة المستخدم من ذوي الاحتياجات الخاصة بالمواقع الإلكترونية للجامعات المصرية من منظور معيار قابلية الاستخدام ومعيار سهولة الوصول، وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها: التزام جامعات (المنصورة، عين شمس، الزقازيق، بنها، أسيوط، طنطا، كفر الشيخ، قناة السويس) بتوفير تكنولوجيا مساعدة بمواقعها الإلكترونية تدعم ذوي الاحتياجات الخاصة⁽¹⁾.

- دراسة عبد الله محمد (2022)، وتوصلت إلى حصول موقع جامعة الملك عبد العزيز على موافقة متوسطة لتحقيق إرشادات تصميم المواقع الجامعية من وجهة نظر طلاب قسم علم المعلومات، تحقق موافقة متوسطة من حيث المعلومات العامة والخدمات، إلا أن سهولة التنقل والإبحار حصلت على درجة موافقة مرتفعة⁽²⁾.

- دراسة مصطفى علي (2019)، وكشفت أن سهولة التصفح جاءت في المرتبة الأولى من حيث أهم الميزات التي يفضل الباحثون توافرها على موقع الجامعة، وأن

(1) نورهان سامي فتح الله مرسي، تجربة المستخدم من ذوي الاحتياجات الخاصة بالمواقع الإلكترونية للجامعات المصرية، المجلة العربية الدولية لدراسات المكتبات والمعلومات، المؤسسة العربية لإدارة المعرفة، مج2، ع2، 2023، ص115.

(2) عبد الله محمد قاضي الحازمي، إرشادات تصميم مواقع الجامعات ومدى تحققها على موقع جامعة الملك عبد العزيز الإلكتروني من وجهة نظر طلاب قسم علم المعلومات، مجلة كلية الدراسات الإنسانية والأدبية، كلية الآداب، جامعة كفر الشيخ، مج27، ع2، مصر، 2022، ص1367.

موقع الجامعة الأمريكية بالقاهرة جاء في المركز الأول بالنسبة للخدمات التي استفاد منها الطلبة بيسر وسهولة من خلال الموقع، تلاه موقع جامعة 6 أكتوبر، ثم الموقع الإلكتروني لجامعة المنيا⁽¹⁾.

- دراسة الهليس وأبو زيد (2018) El-Halees and Abu-Zaid، واقترحت منهجية آلية لتقييم سهولة الاستخدام لمواقع الجامعات الإلكترونية باستخدام تقنية تنقيب البيانات⁽²⁾.

كما ركزت بعض الدراسات على العوامل المؤثرة على رضا مستخدمي المواقع الإلكترونية للجامعات، فنجد:

- دراسة معالي أحمد (2020)، التي ركزت على مدى توافر أبعاد جودة خدمة الموقع، الإلكتروني للجامعة الافتراضية، ودورها في تحقيق رضا الطلبة. وقد خلصت إلى وجود إنطباع إيجابي لدى عينة الدراسة على الأبعاد الآتية: محتوى الموقع، والتنظيم، وسهولة التعامل على الترتيب، في حين وجد انطباع متوسط لبُعد التصميم⁽³⁾.

- دراسة علي (2018) Ali، توصلت إلى أن هناك خمسة من أصل ستة عوامل لجودة الخدمات الإلكترونية وهي: تصميم الموقع، المحتوى، الثقة، الاستجابة،

(1) مصطفى علي سيد عبد النبي، يسر استخدام طلاب الجامعات في مصر للمواقع الإلكترونية لجامعاتهم والإشباع المتحققة لديهم، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس - كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، مصر، 2019.

(2) El-Halees, A. M., & Abu-Zaid, I. M. (2017). Automated Usability Evaluation on University Websites using Data Mining Methods, *Palestinian Journal for Open and E-learning*, 6(11).

(3) معالي أحمد زغبور، مدى توافر أبعاد جودة خدمة الموقع الإلكتروني للجامعة ودورها في تحقيق رضا الطلبة - دراسة حالة الجامعة الافتراضية السورية، مجلة جامعة البعث، سلسلة العلوم الاقتصادية، جامعة البعث، مج42، ع40، سوريا، 2020، ص11.

الخصوصية لها تأثير كبير على رضا الطلبة المستخدمين لموقع الجامعة، في حين أن معيار سهولة الاستخدام ليس له تأثير كبير⁽¹⁾.

- دراسة رقاد وآخرون (2018)، كشفت أن مستوى الرضا لدى طلاب كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة سطيف 1 - الجزائر عن معايير جودة خدمة الموقع الإلكتروني كان متوسطًا، ووجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمعايير جودة خدمة الموقع الإلكتروني إجمالاً على رضا الطلبة⁽²⁾.

- دراسة علام وإسماعيل وحلمي وزين (2017) Alam and Ismail and Helmi and Zain، بينت أن العوامل المهمة التي تؤثر على رضا المستخدمين عن البوابة الجامعية، تتمثل في (جودة النظام، وجودة المعلومات، وجودة الخدمة، والخدمات التعليمية، والوظائف والتصميم، وقدرة المستخدم)، وأن جودة المعلومات جاءت في مقدمة هذه العوامل⁽³⁾.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات العربية والأجنبية السابقة؛ تبين ما يلي:

1- عدم توافر معايير ثابتة ومحددة متفق عليها لتقييم جودة المواقع الإلكترونية

(1) Ali, H. (2019). Measurement of e-services quality: an empirical study of University of Bahrain. *Education and Information Technologies*, 24(3), 1907-1924.

(2) صليحة رقاد، ياسين لعكيكزة، أنور بويعة، مدى توافر معايير جودة خدمة الموقع الإلكتروني للجامعة ودورها في تحقيق رضا الطالب - دراسة حالة للموقع الإلكتروني لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة سطيف 1 - الجزائر. *المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، مج1، ع33، الجزائر، 2018، ص3.*

(3) Alam, S., Ismail Md., Helmi, M. & Zain, Z. (2017). Factors Influencing Students' Usage Satisfaction toward University Web Portal: A Pls-Sem Analysis, *Journal Personalia Pela jar*,2(20).

للجامعات، واحتياج المواقع الإلكترونية للجامعات إلى مزيد من التطوير والتحسين؛ للحصول على ترتيب متقدم في تصنيف الجامعات العالمية.

2- لم توظف أي من الدراسات السابقة نظرية التماس المعلومات.

3- لحظ عدم وجود دراسات تتناول استطلاع رأي الإداريين.

4- أجمعت الدراسات السابقة على استخدام منهج المسح التحليلي، وهو منهج مناسب لتلك الدراسات.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أسهمت في تكوين تصور شامل لموضوع الدراسة الحالية من حيث: بلورة إشكالية الدراسة، وتحديد أهدافها، أهميتها، والمنهج المناسب، واختيار المواقع الجامعية موضوع التحليل، بالإضافة إلى تحديد فئات الدراسة التحليلية ومحاور الدراسة الميدانية، كما أفادت الباحثة في التعقيب وتفسير النتائج التي تم الوصول إليها في هذه الدراسة.

الإطار المعرفي:

أولاً- الجودة الشاملة مدخل لتحسين وتطوير المؤسسات:

تعد إدارة الجودة الشاملة، مدخلاً لتطوير وتحسين المؤسسات بما يحقق توافر الخدمات والمنتجات المتميزة، وبما يضمن الجودة في جميع مخرجات أنشطة المؤسسات، وبخاصة التعليمية، كما تعد إدارة الجودة الشاملة فلسفة إدارية عصرية تركز على عدد من المفاهيم الإدارية الحديثة التي تقوم على المزج بين الوسائل الإدارية، وبين الجهود الإبداعية والمهارات الفنية المتخصصة من أجل الارتقاء بمستوى الأداء، وتحقيق التحسين المستمر.

- مفهوم الجودة: حظي مفهوم الجودة على اهتمام العديد من العلماء والباحثين، ومن ثمَّ فقد تعددت الآراء ووجهات النظر حول هذا المفهوم، حيث يرى الدراكية (2008) أن مفهوم الجودة Quality يرجع إلى الكلمة اللاتينية Qualitas، والتي يقصد بها طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة صلاحيته⁽¹⁾.

- مفهوم إدارة الجودة الشاملة بالجامعات: عرف الطائي وآخرون (2008) مفهوم الجودة الشاملة للجامعات، بأنها: «ترجمة احتياجات وتوقعات مستخدمي وخريجي الجامعة كمخرجات لنظام التعليم في كل كلية إلى خصائص ومعايير محددة في الخريج تكون أساساً لتقييم وتنفيذ برامج التعليم مع التطوير المستمر لها»⁽²⁾.

ويتضح من العرض السابق، أنه مع ظهور الثورة التكنولوجية والمعلوماتية وتغير متطلبات سوق العمل، فقد أصبح لزاماً على الجامعات أن تهتم بالجودة الشاملة، سواء في مدخلات العملية التعليمية أو نشاطاتها أو مخرجاتها، وتضافر الجهود والتعاون ما بين الإدارة العليا للجامعة والهيئة التدريسية والطلبة والمجتمع المحلي؛ من أجل تحقيق التحسين والتطوير المستمر في خدماتها الجامعية.

ثانياً- المواقع الإلكترونية نقلة نوعية في الاتصال بالعالم:

- مفهوم الموقع الإلكتروني: تعددت الآراء ووجهات النظر حول مفهوم الموقع الإلكتروني، حيث عرفه عياد ورضوان (2015) بأنه: «مجموعة من الصفحات تابعة لجهة ما، يتم ربطها معاً من خلال الارتباط التشعبي، ولها هدف واضح، وتعرض

(1) مأمون سليمان الدراكية، إدارة الجودة الشاملة، ط1، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص16.

(2) يوسف حجيم الطائي، محمد فوزي العبادي، فوزي العبادي العبادي، إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص482.

معلومات حول موضوع معين، وتُخزن في خادم، وله عنوان خاص»⁽¹⁾.

وتعرف الدراسة الحالية الموقع الإلكتروني بأنه مجموعة من الصفحات الإلكترونية ذات الصلة المرتبطة، فيما بينها، والتي قام بتصميمها فرداً أو مجموعة من الأفراد أو إحدى المؤسسات، وله هدف محدد.

- مفهوم المواقع الإلكترونية للجامعات: تعددت الآراء ووجهات النظر حول مفهوم المواقع الإلكترونية للجامعات، حيث تعرف بأنها: «عبارة عن تطبيق يحتوي على واجهة واحدة، وتعتمد على الويب للوصول في عرض مجمع وشخصي للمعلومات والموارد والتطبيقات والخيارات التعليمية من مختلف المصادر الداخلية والخارجية عبر اتصال شبكة الإنترنت، من خلال بيئة محمية بكلمة مرور»⁽²⁾.

وتعرف الدراسة الحالية الموقع الإلكتروني للجامعة بأنه أحد أنواع المواقع الإلكترونية، التي تخص الجامعة على شبكة الإنترنت، والذي يعكس صورة الجامعة للمجتمع المحلي والعربي والعالمي، ويوفر لمستخدميه المعلومات والخدمات الإلكترونية التي تقدمها الجامعة، في أي وقت، وفي أي مكان من العالم، وهو كيان رقمي قائم بذاته، ويمكن من خلاله تحقيق العديد من الأهداف المرتبطة برؤية الجامعة ورسالتها.

- نشأة المواقع الإلكترونية للجامعات عالمياً وعربياً وتطورها: تعد مؤسسات التعليم العالي الأجنبية، وخاصة الجامعات من أوائل المؤسسات التي سعت إلى أن يكون لها وجود مواقع على شبكة الإنترنت لتمكين من التعريف بنفسها والخدمات

(1) خيرت عباد، أحمد رضوان، العلاقات العامة والاتصال المؤسسي عبر الإنترنت، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2015، ص18.

(2) Adeyinka T. & Bashorun, M.T., Adu, E.O. (2012). Impact of Web Portals on E-Learning, ARPN Journal of Science and Technology 3(7), 766-773.

التي تقدمها⁽¹⁾، ومن الملحوظ أن أهداف المواقع الإلكترونية للجامعات قد اختلفت مع مرور الوقت بسبب التقدم التكنولوجي والعدد المتزايد من مستخدمي الإنترنت، حيث بدأت في أوائل عام 1990 كمواقع إعلامية تهدف ببساطة إلى الوجود على الويب، وأصبحت اليوم مكونًا مهمًا للمؤسسات الأكاديمية، وواحدة من أكثر جوانبها وضوحًا⁽²⁾، وتعد جامعة واشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية هي أول جامعة في العالم تطلق موقعًا إلكترونيًا، وذلك في 18 أكتوبر 1996، وتأتي الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا والصين واليابان وكندا في مقدمة الدول الأجنبية التي قامت جامعاتها بتدشين مواقع إلكترونية، وذلك عام 1996، وتلى ذلك إطلاق الجامعات الهولندية والسويسرية والسنغافورية لمواقعها الإلكترونية عام 1997⁽³⁾.

أما في وطننا العربي، ففي ظل العولمة والتنافسية والتطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فقد سارعت الجامعات العربية إلى اللحاق بركب الجامعات العالمية، فقامت في تسعينيات القرن الماضي بتمثيل نفسها على شبكة الإنترنت؛ من خلال تدشين مواقع إلكترونية لنشر أهدافها ورسالتها وخدماتها لأكثر عدد من المستخدمين وممارسة وظائفها بشكل أمثل⁽⁴⁾، وتعد جامعة البلقاء التطبيقية في الأردن أول جامعة عربية تطلق موقعًا إلكترونيًا وذلك في 7 مايو 1996، وتصدر

(1) Astani, M., Elhindi, M., & Edu, M. (2008). An empirical study of university websites. *Issues in Information Systems*, 9(2), 460-465.

(2) Peterson, K. (2006). Academic web site design and academic templates: Where does the library fit in? *Information Technology and Libraries*, 25(4), 217-221.

(3) ابتسام فوزي إبراهيم تميم، علاقة الشباب الجامعي المصري بالمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي وسبل تطويرها، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية - قسم دراسات الإعلام، مصر، ص 89.

(4) ليلى حسن، مستوى جودة سهولة استخدام الموقع الإلكتروني لجامعة اليرموك الأردنية من وجهة نظر الخبراء ومستخدمي الموقع، 2016، ص 180.

الإشارة إلى أن الأردن وفلسطين تعدان في مقدمة الدول العربية التي قامت الجامعات لديها بتدشين مواقع إلكترونية، وذلك عام 1996، وتلا ذلك إطلاق الجامعات القطرية لمواقعها الإلكترونية عام 1997، ثم قامت الجامعات اللبنانية والإماراتية والسعودية والمصرية بتدشين مواقعها الإلكترونية عام 1998⁽¹⁾.

ثالثاً- جودة المواقع الإلكترونية للجامعات:

تعددت الآراء ووجهات النظر حول مفهوم جودة المواقع الإلكترونية للجامعات، وفي هذا الصدد، يشير أنوشا (2014) Anusha إلى إمكانية التعرف إلى مفهوم جودة المواقع الإلكترونية من جانبين، الجانب الأول: من وجهة نظر المبرمجين والقائمين على الموقع بحيث تمثل الجودة إمكانية الصيانة والأمان والقيام بالوظائف وكل ما يخص الموقع، والجانب الثاني: من وجهة نظر العملاء والمستفيدين فتتمثل جودة الموقع من خلال سهولة استخدامه وكيفية تصميمه، وما يتوافر عليه من معلومات مفيدة وموثوقة⁽²⁾.

- أهداف الجودة في المواقع الإلكترونية للجامعات:

- 1- تحقيق التكامل والترابط بين أصحاب التخصص الواحد في المواقع المتعددة: مما يساعد على بناء قاعدة معلومات وبيانات في مجال معين تسهم في تطويره⁽³⁾.
- 2- تدعيم المركز التنافسي للمواقع الإلكترونية: إن الازدياد المتسارع لحجم

(1) ابتسام فوزي إبراهيم تميم، مرجع سابق، ص94.

(2) Anusha, R. (2014). A study on website quality models. International journal of scientific and research publications, 4(12), 1-5.

(3) نورة بنت عبد الرحمن علي الزامل، معايير الجودة في المواقع الدعوية - دراسة تحليلية تقويمية على عينة من المواقع الإلكترونية للجامعات العربية الدعوية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - قسم الدعوة، السعودية، 2015.

وكم المواقع الإلكترونية في العالم جعل الاهتمام بقضية الجودة أمر لا بد منه، بما يسهم في المضي بالمواقع قدماً نحو الصدارة⁽¹⁾.

3- ضبط الجودة في المواقع الإلكترونية: يتحقق ضبط الجودة في المواقع الإلكترونية عن طريق استقراء وبناء معاييرها وصياغتها في المجالات كافة؛ بحيث تغطي جميع المراحل والمدخلات والعمليات والمخرجات مع مراجعتها وتعديلها وتحديثها دورياً؛ حتى تتمكن المواقع الإلكترونية من الحفاظ على مستوى عالٍ من جودة الأداء⁽²⁾.

- دور المواقع الإلكترونية للجامعات في معايير تقييم الجامعات وتصنيفها:

على الرغم من اختلاف المؤشرات المستخدمة في قياس جودة الجامعات من مؤسسة إلى أخرى، إلا أن القاسم المشترك بين مختلف التصنيفات العالمية، هو اعتمادها على الحضور العلمي للجامعات على شبكة الإنترنت⁽³⁾، ويشير عبد الحميد إعراب إلى أن المواقع الإلكترونية للجامعات تعد إحدى أهم المؤشرات لقياس جودة الجامعات وتحسين صورتها بين الجامعات العالمية، إذ تعد جودة تصميم المواقع الإلكترونية، وجودة محتواها وسهولة استخدامها إحدى الشروط المهمة والضرورية للدخول في المنافسة العالمية بين الجامعات الفردية التي تعززت في التصنيفات العالمية⁽⁴⁾.

(1) نورة بنت عبد الرحمن علي الزامل، المرجع السابق، ص74.

(2) سميرة شنيو. المواقع الإلكترونية: خصائصها ومعايير قياس جودتها، مجلة العلوم الإنسانية. ع47، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2017، ص34.

(3) إعراب عبد الحميد، إشكالية جودة المعلومات في المواقع الإلكترونية، مجلة العربية 3000، مج5، ع1، النادي العربي للمعلومات، سوريا، 2005، ص10.

(4) أحمد عبد الله الصغير البناء، جودة محتوى المواقع الإلكترونية الأكاديمية مدخل لتحسين لتصنيف العالمي للجامعات المصرية، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، مج27، ع105، ص185.

ومن بين التصنيفات العالمية للجامعات، نجد تصنيف «ويبومتر كس»، المختص بتقييم مواقع الجامعات على الإنترنت، استنادًا إلى مجموعة من المعايير المهمة⁽¹⁾، ويعني تصنيف ويبومتر كس بقياس حضور الجامعات على شبكة الإنترنت من خلال الرفع من حجم وصورة ما تعرضه من تفاصيل عن إنتاجها البحثي، ويمكن للمهتمين في شتى أنحاء العالم من الوصول إليه بسهولة ويسير بغية تقليص الفجوة الرقمية بين مختلف الجامعات، والحضور العلمي من خلال الإنتاج العلمي على الشبكة، ويعتمد قياس أداء الجامعات، حيث شهرتها على الشبكة العنكبوتية ومدى تمثيلها للنشاط الأكاديمي للجامعة⁽²⁾.

وتجدر الإشارة إلى أنه لا يوجد اهتمام بجودة المواقع الإلكترونية للجامعات من حيث توافقها مع المعايير العالمية في بناء المواقع، واحتوائها على العناصر، أو المتطلبات الأساسية، التي تلائم حاجات المستخدمين⁽³⁾.

- الجودة والتصنيفات العالمية للجامعات:

تتضح ملامح العلاقة الوثيقة بين الجودة والتصنيف العالمي للجامعات في الأمور التالية:

1- أن الجودة تعد خيار لا بديل عنه في إمكانية استمرار ونمو الجامعات في ظل التنافسية واستحقاقاتها.

(1) عفاف محمد خليل فرغلي، إستراتيجية مقترحة لرفع القدرة التنافسية للخدمات التعليمية في ضوء التصنيفات العالمية للجامعات المصرية، مستقبل التربية العربية، المركز العربي للتعليم والتنمية، مج 25، ع 115، 2018، ص 262.

(2) بشار حميض، التصنيفات العالمية للجامعات أمر جدي أم مجرد قناعة؟ مجلة آفاق المستقبل، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، مج 2، ع 9، أبو ظبي، 2011، ص 53.

(3) إعراب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 10.

- 2- أن الجودة في ممارساتها وتطبيقاتها تقود إلى تطوير التكوينات التنظيمية الجامعية وممارسات العمل الجامعي وطرح قيم جديدة في العلاقة بين الأطراف.
- 3- أن المستهدف هو الطالب متلقيًا للمعرفة والخدمة والمؤسسات الاقتصادية والخدمية أو غيرها، مستخدمًا لمخرجات الجامعة والمجتمع، مستفيدًا من الخدمة.
- 4- أن الجودة تعد قوة دافعة ومحركة للأداء الاستراتيجي للجامعة.
- 5- أن المقارنة المرجعية تعد منهجًا للتطوير والتحسين والجودة، وبالتالي فإن مناهج تصنيف الجامعات تقع على المحور نفسه بالضرورة⁽¹⁾.
- وتأسيسًا على ما تقدم، يمكن القول إن تدرج الجامعات في قوائم التصنيف، يتم وفقًا لمستوى جودة مدخلاتها وعملياتها ومخرجاتها.

- معايير تقييم المواقع الإلكترونية للجامعات العربية المدروسة:

أولاً- جودة المحتوى: ويمكن قياس جودة المحتوى من خلال:

1- التحديث: يقصد به حداثة المعلومات على الموقع. ومن المؤشرات في هذا العنصر: أن تكون المعلومات على الموقع حديثة، وضوح وقت آخر التحديث للمستخدم.

2- الشمول: من المؤشرات في هذا العنصر احتواء الموقع على معلومات حول نشأة الجامعة وتاريخها، وأن يحتوي الموقع على معلومات حول رؤية الجامعة، واشتمال الموقع على معلومات حول رسالة الجامعة، وأن يحتوي الموقع على معلومات حول قيم الجامعة، تضمين الموقع على معلومات حول مبادئ الجامعة، وأن يحتوي الموقع

(1) بسمان الفيصل، التصنيفات الدولية للجامعات وموقف الجامعات العربية، المجلة السعودية للتعليم العالي، وزارة التعليم العالي، مركز البحوث والدراسات، ع5، 2011، ص20.

معلومات حول الأهداف الإستراتيجية للجامعة، واشتمال الموقع على معلومات حول الخدمات التي تقدمها الجامعة، أن يحتوي الموقع صوراً توضيحية عن الجامعة ومرافقها، احتواء الموقع على معلومات الاتصال بالجامعة كالعناوين وأرقام الهواتف وغيرها من وسائل الاتصال.

3- تعدد اللغات: من المؤشرات المهمة في هذا العنصر أن يحتوي الموقع على أكثر من لغة.

4- تنوع أسلوب العرض: من المؤشرات في هذا العنصر أن يحتوي الموقع على ملفات نصية، وكذلك احتواء الموقع على ملفات فيديو، واشتمال الموقع على صور.

5- الدقة: من المؤشرات في هذا العنصر خلو الموقع من الأخطاء العلمية، وعدم وجود أخطاء لغوية، وخلو الموقع من الأخطاء الإملائية.

6- المسؤولية: من المؤشرات في هذا العنصر أن يوفر الموقع العنوان الفعلي للجامعة، واشتمال الموقع على معلومات حول الإدارة العليا، إتاحة معلومات حول حقوق النشر والتأليف للموقع.

ثانياً- جودة التصميم: يمكن قياس جودة التصميم من خلال:

1- الجاذبية: من المؤشرات في هذا العنصر أن يستخدم الموقع الفيديوهات والصور، وأن يستخدم الموقع الألوان في العناوين والأرضيات.

2- خريطة الموقع: من المؤشرات في هذا العنصر احتواء الموقع على خريطة للموقع.

3- الفهرس: من المؤشرات في هذا العنصر تضمين قوائم بمحتويات الموقع.

4- الاتساق: من المؤشرات في هذا العنصر اتساق وتوافق عرض الصفحات.

5- الشعار: وجوده بشكل واضح على كل صفحات الموقع.

6- الروابط التشعبية (الوصلات الفائقة): من المؤشرات في هذا العنصر إتاحة الروابط الرئيسية لأجزاء الموقع بوضوح في الصفحة الافتتاحية، وصلاحيه الروابط المنشورة؛ بحيث يتم الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح، وتوفير روابط ذات علاقة بالموقع.

ثالثًا- جودة سهولة التعامل مع الموقع: يمكن إجمال مؤشرات جودة سهولة التعامل فيما يأتي:

1- سهولة الاستخدام: من المؤشرات في هذا العنصر سهولة إيجاد الموقع من محركات البحث، وسهولة استخدام الموقع وفهمه والتعامل معه، وسهولة الحصول على المعلومات والتصفح في الموقع.

2- الاعتمادية: من المؤشرات في هذا العنصر تدعيم الموقع التصفح بأكثر من متصفح، عمل الموقع بشكل صحيح باستخدام شاشات مختلفة الإعدادات والحجم، وتقديم خدمات الموقع دون انقطاع.

3- الميزات التفاعلية: من المؤشرات في هذا العنصر إتاحة أداة بحث بمحتويات الموقع، وتوفير برامج مساعدة ورسائل خطأ لمساعدة المستخدمين عند حدوث مشكلة، وإتاحة أسئلة متكررة مع إجاباتها على الموقع، وإتاحة كتابة الاستفسارات والشكاوى والتعليقات من داخل الموقع، وإتاحة استطلاعات الرأي الإلكترونية، وإتاحة أدوات اتصال مع المستخدمين.

تحليل مواقع الجامعات العربية (نتائج الدراسة التحليلية):

1- ما طبيعة المضمون الذي تتناوله مواقع الجامعات (عينة الدراسة التحليلية)؟

يجيب عن هذا التساؤل الجدول التالي:

جدول رقم (1)

المضمون الذي تتناوله الجامعات عينة الدراسة التحليلية

الإجمالي		جامعة القاضي عياض		جامعة الملك سعود		جامعة القاهرة		الموقع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	المضمون	
16.96	368	6.73	146	5.62	122	4.61	100	المشروعات البحثية	أنشطة البحث العلمي في الجامعة
3.41	74	0.23	5	3.18	69	0.00	0	الكراسي البحثية	
0.83	18	0.00	0	0.83	18	0.00	0	البرامج البحثية	
0.60	13	0.00	0	0.60	13	0.00	0	المبادرات البحثية	
0.46	10	0.00	0	0.09	2	0.37	8	الجوائز البحثية	
22.26	483	6.96	151	10.32	224	4.98	108	المجموع	
8.57	186	0.32	7	2.72	59	5.53	120	بحثية	المنشآت التابعة للجامعة
3.50	76	0.78	17	1.11	24	1.61	35	تعليمية	
2.67	58	0.60	13	1.80	39	0.28	6	ترفيهية	
2.26	49	0.09	2	0.74	16	1.43	31	خدمية	
2.12	46	0.00	0	0.05	1	2.07	45	علاجية	
1.66	36	0.00	0	1.29	28	0.37	8	إدارية	
0.51	11	0.09	2	0.14	3	0.28	6	ثقافية	
0.28	6	0.14	3	0.09	2	0.05	1	رياضية	
0.18	4	0.00	0	0.14	3	0.05	1	إعلامية	
21.75	472	2.03	44	8.06	175	11.66	253	المجموع	
16.41	356	1.20	26	9.54	207	5.67	123	الأخبار	
13.04	283	0.09	2	12.95	281	0.00	0	الإعلانات	

الإجمالي		جامعة القاضي عياض		جامعة الملك سعود		جامعة القاهرة		الموقع	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المضمون	
5.85	127	0.28	6	2.95	64	2.63	57	إدارية	معلومات حول الخدمات التي تقدمها الجامعة
1.38	30	0.23	5	0.69	15	0.46	10	اجتماعية	
0.97	21	0.00	0	0.92	20	0.05	1	الدعم الفني	
0.92	20	0.28	6	0.37	8	0.28	6	البوابات	
0.65	14	0.14	3	0.23	5	0.28	6	تعليمية	
0.55	12	0.14	3	0.32	7	0.09	2	إعلامية	
0.28	6	0.00	0	0.09	2	0.18	4	طبية	
0.18	4	0.00	0	0.18	4	0.00	0	تطبيقات الأجهزة الذكية	
10.78	234	1.06	23	5.76	125	3.96	86	المجموع	
7.93	172	0.05	1	6.73	146	1.15	25	الاعتماد الأكاديمي للجامعة	
3.73	81	0.00	0	3.32	72	0.41	9	إنجازات الجامعة	
1.71	37	0.00	0	1.57	34	0.14	3	إصدارات الجامعة	
0.92	20	0.09	2	0.83	18	0.00	0	رسمية	المنظمات التابعة للجامعة
0.23	5	0.23	5	0.00	0	0.00	0	غير رسمية	
1.15	25	0.32	7	0.83	18	0.00	0	المجموع	
0.88	19	0.23	5	0.46	10	0.18	4	أرقام عن الجامعة	
0.37	8	0.00	0	0.00	0	0.37	8	قرارات الجامعة	
100	2170	11.94	259	59.54	1292	28.53	619	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول رقم (1) إلى أن: «أنشطة البحث العلمي» جاءت في المرتبة الأولى من حيث طبيعة المضمون الذي تتناوله المواقع عينة الدراسة التحليلية، وذلك بنسبة بلغت (26.26%)، وتفسر الباحثة ذلك بأن البحث العلمي يعد إحدى أهم وظائف الجامعات الأساسية؛ فبدون بحث علمي تصبح الجامعة مجرد مدرسة تعليمية لعلوم ومعارف ينتجها الآخرون، وليس مركزاً للإبداع العلمي، وإنماء المعرفة، وإثرائها، ونشرها، والسعي لتوظيفها لحل المشكلات المختلفة التي يواجهها المجتمع، وجاءت

«المنشآت التابعة» للجامعات محل الدراسة التحليلية في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة بلغت (21.75%)، وجاءت «الأخبار» في المرتبة الثالثة، وذلك بنسبة بلغت (16.41%)، وجاءت «إعلانات الجامعات»، وذلك بنسبة بلغت (13.04%)، وجاءت «المعلومات حول الخدمات» التي تقدمها الجامعات في المرتبة الخامسة، وذلك بنسبة بلغت (10.78%)، وجاء «الاعتماد الأكاديمي للجامعات» محل الدراسة في المرتبة السادسة، وذلك بنسبة بلغت (7.93%)، وجاءت «إنجازات الجامعات» في المرتبة السابعة، وذلك بنسبة بلغت (3.73%)، وجاءت «إصدارات الجامعة» في المرتبة الثامنة، وذلك بنسبة بلغت (1.71%)، وجاءت «المنظمات التابعة للجامعة» في المرتبة التاسعة، وذلك بنسبة بلغت (1.15%)، وجاءت «الأرقام عن الجامعة» في المرتبة العاشرة، وذلك بنسبة بلغت (0.88%)، وجاءت «قرارات الجامعة» في المرتبة الأخيرة، وذلك بنسبة بلغت (0.37%). وتفسر الباحثة ذلك بضعف اهتمام بعض القائمين على المواقع الإلكترونية للجامعات بعناصر المضمون كافة التي يفترض أن تكون متوافرة بتلك المواقع، باعتبارها مصدرًا أساسيًا من مصادر الحصول على المعلومات حول الجامعات.

2- ما نوعية الأهداف التي تسعى مواقع الجامعات عينة الدراسة التحليلية إلى تحقيقها؟

يجيب عن هذا التساؤل الجدول التالي:

جدول رقم (2)

الأهداف التي تسعى الجامعات محل الدراسة إلى تحقيقها

الموقع	جامعة القاهرة		جامعة الملك سعود		جامعة القاضي عياض		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
معلوماتية	410	18.89	679	31.29	208	9.59	1297	59.77
خدمية	86	3.96	406	18.71	25	1.15	517	23.82
إخبارية	123	5.67	207	9.54	26	1.20	356	16.41
المجموع	619	28.53	1292	59.54	259	11.94	2170	100

تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى أن «الأهداف المعلوماتية» جاءت في المرتبة الأولى من حيث الأهداف التي تسعى مواقع الجامعات المدروسة إلى تحقيقها، وذلك بنسبة بلغت (59.77%)، وجاءت «الأهداف الخدمية» في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة بلغت (23.82%)، وجاءت «الأهداف الإخبارية» في المرتبة الثالثة والأخيرة، وذلك بنسبة بلغت (16.41%).

وتجدر الإشارة إلى حصول جامعة الملك سعود على المراكز الأولى الثلاثة بالنسبة للأهداف الثلاثة (المعلوماتية، الخدمية، الإخبارية) بالنسبة للمواقع الثلاثة محل الدراسة، وبالرغم من ذلك، فإن التقييم على مستوى الموقع نفسه لا يظهر الأولوية التي من المفترض أن يتم التخطيط لتحقيقها من خلال الموقع، والمقصود بها أولوية استخدام الموقع في الحصول على الخدمات كافة التي تقدمها الجامعة للمستفيدين على اختلاف نوعياتهم، وهو ما يعطى الموقع صبغة وصفة وهدفًا معلوماتيًا أكثر من أن يكون خدميًا.

3- ما فئات الجمهور المستهدف من قِبَل مواقع الجامعات عينة الدراسة التحليلية؟

يجيب عن هذا التساؤل الجدول التالي:

جدول رقم (3)

الجمهور المستهدف من قبل مواقع الجامعات عينة الدراسة التحليلية

الموقع		جامعة القاهرة		جامعة الملك سعود		جامعة القاضي عياض		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
269	12.40	304	14.01	155	7.14	728	33.55		
201	9.26	463	21.34	29	1.34	693	31.94		
131	6.04	490	22.58	68	3.13	689	31.75		
13	0.60	29	1.34	4	0.18	46	2.12		
5	0.23	6	0.28	3	0.14	14	0.65		
619	28.53	1292	59.54	259	11.94	2170	100		

تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى أن «أعضاء هيئة التدريس» جاءوا في المرتبة الأولى من حيث فئات الجمهور المستهدف من قِبَل مواقع الجامعات عينة الدراسة التحليلية، وذلك بنسبة بلغت (33.55%)، وجاء «الجمهور العام» في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة بلغت (31.94%)، وجاء «الطلبة» في المرتبة الثالثة، وذلك بنسبة بلغت (31.75%)، وجاء «الإداريون» في المرتبة الرابعة، وذلك بنسبة بلغت (2.12%)، وجاء «الخريجون» في المرتبة الأخيرة، وذلك بنسبة بلغت (0.65%).

ومما سبق يتضح تقارب وانخفاض نسب الخريجين في جميع المواقع عينة الدراسة التحليلية بنسبة كبيرة، وهي نسبة صغيرة لا تظهر مدى وضرورة اهتمام الجامعة بالخريجين الذين يفترض أن اعتمادهم على التواصل مع الجامعة يتم من خلال الوسائل الإلكترونية؛ كالموقع الإلكتروني للجامعة وحساباته على مواقع التواصل الاجتماعي بصورة أكبر حتى من الطلاب المنتظمين في الحضور الذين يوجد لديهم وسيلة تواصل مباشرة مع الجامعة، وذلك من خلال الانتقال إلى المكاتب الإدارية بسهولة وهي التي تقع غالبًا داخل أسوار الجامعة، وكذا تشير النسبة الضئيلة إلى عدم حرص مواقع الجامعات العربية على التسويق الإلكتروني لخريجها؛ للحصول على فرص عمل مناسبة لهم وتحقيق الميزة التنافسية.

4- ما أساليب طرح المضمون في مواقع الجامعات عينة الدراسة التحليلية؟

يجيب عن هذا التساؤل الجدول التالي:

جدول رقم (4)

أساليب طرح مضمون مواقع الجامعات محل الدراسة

الموقع		جامعة القاهرة		جامعة الملك سعود		جامعة القاضي عياض		الإجمالي	
أساليب طرح المضمون		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أكثر من أسلوب		453	20.88	1098	50.60	24	1.11	1575	72.58

الإجمالي		جامعة القاضي عياض		جامعة الملك سعود		جامعة القاهرة		الموقع أساليب طرح المضمون
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
25.58	555	10.74	233	7.33	159	7.51	163	نصوص فقط
1.84	40	0.09	2	1.61	35	0.14	3	صور فقط
100	2170	11.94	259	59.54	1292	28.53	619	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن «استخدام أكثر من أسلوب لطرح المضمون» جاء في المرتبة الأولى من حيث أساليب طرح مضمون مواقع الجامعات المدروسة؛ وذلك بنسبة بلغت (72.58%)، وجاء «استخدام النص وحده» في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة بلغت (25.58%)، وجاء «استخدام الصور وحدها» كأسلوب لطرح المضمون في المرتبة الثالثة والأخيرة، وذلك بنسبة بلغت (1.84%).

تقييم الطلبة والخبراء للمواقع الإلكترونية للجامعات العربية (نتائج الدراسة الميدانية):

أولاً- نتائج استطلاع رأي الطلبة حول تقييم مواقع الجامعات العربية.

1- ما المصادر التي يلجأ إليها الطلبة للحصول على معلومات حول الجامعة والدراسة؟

جدول رقم (5)

توزيع إجابات عينة الدراسة الميدانية حسب مصادر المعلومات الجامعية المفضلة

الوزن النسبي المرجح	%	ك	المصادر المفضلة
25,54	57,56	259	حسابات الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي
21,01	47,33	213	الموقع الإلكتروني للجامعة
17,95	40,44	182	الأصدقاء
10,45	23,56	106	الصحف الإلكترونية
10,36	23,33	105	الموظف الإداري المختص
9,66	21,78	98	مطبوعات الجامعة

المصادر المفضلة	ك	%	الوزن النسبي المرجح
وسائل الإعلام التقليدية	51	11,33	5,03
المجموع=1014*، ن=450			100

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن «حسابات الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي» جاءت في مقدمة المصادر المفضلة لدى عينة الدراسة الميدانية للحصول على المعلومات الجامعية، وذلك بنسبة بلغت (57,56%)، وتفسر الباحثة ذلك بأن انتشار حسابات الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي يجعلها قريبة من جميع الطلبة، وجاء «الموقع الإلكتروني للجامعة» في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة بلغت (47,33%)، وجاء «الأصدقاء» في المرتبة الثالثة، وذلك بنسبة بلغت (40,44%)، وجاءت «الصحف الإلكترونية» في المرتبة الرابعة، وذلك بنسبة بلغت (23,56%)، وجاء «الموظف الإداري المختص» في المرتبة الخامسة وذلك بنسبة بلغت (23,33%)، وجاءت «مطبوعات الجامعة» في المرتبة السادسة بالنسبة للمصادر المفضلة لدى عينة الدراسة الميدانية للحصول على المعلومات الجامعية، وذلك بنسبة بلغت (21,78%)، وجاءت «وسائل الإعلام التقليدية (صحف - إذاعة وتلفزيون)» في المرتبة الأخيرة، وذلك بنسبة بلغت (11,33%).

2- ما الإستراتيجيات المتبعة للحصول على المعلومات؟

جدول رقم (6)

توزيع عينة الدراسة الميدانية حسب الإستراتيجيات المتبعة للحصول على المعلومات

الإستراتيجيات	ك	%
أقر البحث في مصادر متعددة حتى أجد المعلومات	201	44,67
أحدد مصادر معينة أعتقد أنني سوف أجد المعلومة بها	122	27,11
أنصرف دون خطة منظمة	74	16,44

(* يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل.

الإستراتيجيات	ك	%
أسأل أقراني عن المصادر التي تتعلق بنوع المعلومات التي أريدها	53	11,78
المجموع	450	100

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن «أقرر البحث في مصادر متعددة حتى أجد المعلومات» جاءت في مقدمة الإستراتيجيات التي تتبعها عينة الدراسة الميدانية للحصول على المعلومات، وذلك بنسبة بلغت (44,67%)، حيث تكرر ظهورها (201) مرة في استجابات المبحوثين، وربما يعود ذلك إلى رغبة الطلبة في التأكد من المعلومات والأخبار عن طريق البحث عنها في أكثر من مصدر، وجاء «أحدد مصادر معينة أعتقد أنني سوف أجد المعلومة بها» في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة بلغت (27,11%)، وجاء «أتصرف دون خطة منظمة» في المرتبة الثالثة، وذلك بنسبة بلغت (16,44%)، وتفسر الباحثة ذلك بأن تفضيلات الطلبة تختلف من طالب لآخر بحسب التعود، ودرجة السهولة في الاستخدام، ومميزات كل مصدر، وجاء «أسأل أقراني عن المصادر التي تتعلق بنوع المعلومات التي أريدها» في المرتبة الأخيرة بالنسبة للإستراتيجيات التي تتبعها عينة الدراسة الميدانية للحصول على المعلومات، وذلك بنسبة بلغت (11,78%)، وتفسر الباحثة ذلك بأن هناك بعض الطلبة ينتظمون في حضور المحاضرات، وبالتالي فهم يحصلون على المعلومات حتى قبل أن يتم نشرها في المصادر المختلفة، ومن ثمّ فهم لا يحتاجون إلى إستراتيجية محددة للحصول على المعلومات.

3- ما معدل استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني للجامعة؟

جدول رقم (7)

توزيع عينة الدراسة الميدانية حسب معدل استخدام الموقع الإلكتروني للجامعة

معدل الاستخدام	ك	%
أسبوعي	184	40,89

معدل الاستخدام	ك	%
شهري	101	22,44
على فترات متباعدة سنويًا	85	18,89
يومي	80	17,78
المجموع	450	100

تشير بيانات الجدول رقم (7) إلى أن «أسبوعي» جاء في مقدمة معدل استخدام عينة الدراسة الميدانية للمواقع الإلكترونية للجامعات، وذلك بنسبة بلغت (40,89%)، وتفسر الباحثة ذلك بأن المدى الزمني الأسبوعي للمتابعة يجعل الطالب على درجة جيدة من المتابعة، فلا يفوته شيء من المعلومات المهمة، ولا يميل من المتابعة الدورية اليومية، وجاء «شهري» في المرتبة الثانية بالنسبة لمعدل استخدام عينة الدراسة الميدانية للمواقع الإلكترونية للجامعات، وذلك بنسبة بلغت (22,44%)، وجاء «على فترات متباعدة سنويًا» في المرتبة الثالثة، وذلك بنسبة بلغت (18,89%)، وجاء «يوميًا» في المرتبة الأخيرة.

4- ما درجة اعتماد الطلبة على الموقع الإلكتروني للجامعة كمصدر للمعلومات؟

جدول رقم (8)

توزيع عينة الدراسة الميدانية حسب درجة الاعتماد على الموقع الإلكتروني للجامعة كمصدر للمعلومات

درجة الاعتماد	ك	%
أعتمد عليها بدرجة كبيرة	215	47,78
أعتمد عليها بدرجة متوسطة	177	39,33
أعتمد عليها بدرجة ضعيفة	58	12,89
المجموع	450	100

وتشير بيانات الجدول رقم (8) إلى أن «أعتمد عليها بدرجة كبيرة» جاءت في مقدمة درجة اعتماد عينة الدراسة الميدانية على الموقع الإلكتروني للجامعة كمصدر للمعلومات، وذلك بنسبة بلغت (47,78%)، وتفسر الباحثة ذلك بأن الموقع الإلكتروني للجامعة يعد المصدر الرئيس للمعلومات الجامعية، وجاء «أعتمد عليها بدرجة متوسطة» في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة بلغت (39,33%)، وجاء «أعتمد عليها بدرجة ضعيفة» في المرتبة الأخيرة، وذلك بنسبة بلغت (12,89%)، حيث تكرر ظهورها (58) مرة في استجابات المبحوثين.

5- ما مدى رضا الطلبة عن مواقع جامعاتهم؟

جدول رقم (9)

توزيع العينة حسب مدى رضاهم عن مواقع الجامعات

مدى الرضا	ك	%
راضٍ إلى حد ما	279	62
راضٍ جداً	122	27,11
غير راضٍ على الإطلاق	49	10,89
المجموع	450	100

وتشير بيانات الجدول رقم (9) إلى أن عبارة «راضٍ إلى حد ما» جاءت في مقدمة مدى رضا عينة الدراسة الميدانية عن المواقع الإلكترونية لجامعاتهم، وذلك بنسبة بلغت (62%)، وتفسر الباحثة ذلك بأن المواقع الإلكترونية توفر الحد الأدنى من حاجات الطلبة، وجاء «راضٍ جداً» في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة بلغت (27,11%)، وتفسر الباحثة ذلك بأن حاجات بعض الطلبة لا تتعدى ما تقدمه المواقع الإلكترونية لجامعاتهم، بينما جاء «غير راضٍ على الإطلاق» في المرتبة الأخيرة.

6- ما تقييم الطلبة لمواقع الجامعات العربية محل الدراسة من وجهة نظرهم؟

جدول رقم (10)

توزيع عينة الدراسة حسب تقييمهم لمواقع الجامعات العربية

اختبار T	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	ضعيف		متوسط		جيد		التقييم العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
5,34	15,69	0,623	2,43	7,11	32	42,67	192	50,22	226	مضمون الموقع
5,49	16,51	0,655	2,35	8,89	40	47,11	212	44	198	تصميم الموقع
5,08	15,69	0,637	2,43	9,33	42	38,22	172	52,44	236	سهولة التعامل
5,30	15,96	0,638	2,40	المتوسط العام						

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى أن المتوسطات الحسابية لتقييم عينة الدراسة الميدانية للمواقع الإلكترونية للجامعات العربية تراوحت بين (2,43 - 2,35)، وأن «مضمون الموقع» هو الأعلى بين متوسطات الاستجابات، حيث بلغ (2,43)، وبأقل انحراف معياري، والذي بلغ (0,623)، وأقل معامل اختلاف، والذي بلغ (15,69)، في حين أن «تصميم الموقع» كان الأقل بين متوسطات الاستجابات، حيث بلغ (2,35)، وبأعلى انحراف معياري، والذي بلغ (0,655)، وأعلى معامل اختلاف، والذي بلغ (16,51)، ويمكن ترتيب تقييم عينة الدراسة الميدانية للمواقع الإلكترونية العربية وفقاً لدرجات المتوسطات الحسابية على النحو التالي: (مضمون الموقع ثم سهولة التعامل مع الموقع وفهمه ثم تصميم الموقع)، ويلحظ على هذا الترتيب أن مضمون المواقع الإلكترونية للجامعات وسهولة التعامل فيها، والتي حصلت على أعلى درجات من بين المتوسطات الحسابية هي الأكثر أهمية من تصميم الموقع أي أهم من الشكل، وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة مصطفى علي (2019) التي كشفت أن سهولة التصفح جاءت في المرتبة الأولى من حيث أهم الميزات التي يفضل المبحوثين توافرها على موقع الجامعة⁽¹⁾.

(1) مصطفى علي سيد عبد النبي، مرجع سابق، 2019.

ثانياً- نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام عينة الدراسة الميدانية للمواقع الإلكترونية لجامعاتهم والقدرة على التعامل مع المشكلات الدراسية - (تحقق الفرضية وتم قبولها).

جدول رقم (11)

العلاقة بين معدل استخدام المواقع الإلكترونية للجامعات

والقدرة على التعامل مع المشكلات الدراسية

الإجمالي	أسهمت في حل مشكلاتي الدراسي بشكل ضعيف	أسهمت في حل مشكلاتي الدراسي بشكل متوسط	أسهمت في حل مشكلاتي الدراسي بشكل كامل	القدرة على حل المشكلات	
				معدل الاستخدام	
80	12	47	21	ك	يومي
17,78	2,67	10,44	4,67	%	
184	34	120	30	ك	أسبوعي
40,89	7,56	26,67	6,67	%	
101	27	58	16	ك	شهري
22,44	6	12,89	3,56	%	
85	35	41	9	ك	على فترات متباعدة
18,89	7,78	9,11	2	%	
450	108	266	76	ك	الإجمالي
100	24	59,11	16,89	%	
ك ² المحسوبة = 24.964					
ك ² الجدولية = 12.592					
درجة الحرية = 6					
مستوى دلالة (0.05)					

توضح بيانات الجدول رقم (11) إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدام عينة الدراسة الميدانية للمواقع الإلكترونية للجامعات والقدرة على التعامل

مع المشكلات الدراسية، حيث إن قيمة χ^2 المحسوبة هي (24.964)، وبالبحث في جداول χ^2 عند درجة حرية (6)، ومستوى دلالة (0.05) نجد قيمة χ^2 الجدولية هي (12.592)، وهي أقل من قيمة χ^2 المحسوبة مما يعني أنها دالة إحصائياً، وبالتالي قبول الفرضية.

- الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة الميدانية على المواقع الإلكترونية لجامعاتهم كمصدر للمعلومات الجامعية ودرجة رضاهم عن تلك المواقع - (تحقق الفرضية وتم قبولها).

جدول رقم (12)

العلاقة بين درجة الاعتماد على المواقع الإلكترونية الجامعية كمصدر للمعلومات ودرجة الرضا عنها

الإجمالي	غير راضٍ على الإطلاق	راضٍ إلى حد ما	راضٍ جداً	درجة الرضا	
				ك	درجة الاعتماد
215	9	117	89	ك	أعتمد عليها بدرجة كبيرة
47,78	2	26	19,78	%	
177	12	136	29	ك	أعتمد عليها بدرجة متوسطة
39,33	2,67	30,22	6,44	%	
58	28	26	4	ك	أعتمد عليها بدرجة ضعيفة
12,89	6,22	5,78	0,89	%	
450	49	279	122	ك	الإجمالي
100	10,89	62	27,11	%	
χ^2 المحسوبة = 129.540					
χ^2 الجدولية = 9.488					
درجة الحرية = 4					
مستوى دلالة (0.05)					

توضح بيانات الجدول رقم (12) إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة الميدانية على المواقع الإلكترونية لجامعاتهم كمصدر للمعلومات الجامعية

ودرجة رضاهم عن تلك المواقع، حيث إن قيمة χ^2 المحسوبة هي (129.540)، وبالبحث في جداول χ^2 عند درجة حرية (4)، ومستوى دلالة (0.05) نجد قيمة χ^2 الجدولية هي (9.488)، وهي أقل من قيمة χ^2 المحسوبة مما يعني أنها دالة إحصائياً، وبالتالي قبول الفرضية.

- الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحديد عينة الدراسة الميدانية لإستراتيجية للحصول على المعلومات ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع والمرحلة الجامعية ونوع الكلية) - (لم تتحقق الفرضية ولم يتم قبولها).

جدول رقم (13)

العلاقة بين نوع العينة وتحديد إستراتيجية للحصول على المعلومات

الإجمالي	أنثى	ذكر	النوع	
			الإستراتيجية	
201	135	66	ك	أقر البحث في مصادر متعددة حتى أجد المعلومات
44,67	30	14,67	%	
122	94	28	ك	أحدد مصادر معينة أعتقد أنني سوف أجد المعلومة بها
27,11	20,89	6,22	%	
74	47	27	ك	أتصرف دون خطة منظمة
16,44	10,44	6	%	
53	41	12	ك	أسأل أقراني عن المصادر التي تتعلق بنوع المعلومات التي أريدها
11,78	9,11	2,67	%	
450	317	133	ك	الإجمالي
100	70,44	29,56	%	
χ^2 المحسوبة = 6.519				
χ^2 الجدولية = 7.815				
درجة الحرية = 3				
مستوى دلالة (0.05)				

توضح بيانات الجدول رقم (13) إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين تحديد

عينة الدراسة الميدانية لإستراتيجية للحصول على المعلومات ومتغير النوع، حيث إن قيمة χ^2 المحسوبة هي (6.519)، وبالبحث في جداول χ^2 عند درجة حرية (3)، ومستوى دلالة (0.05) نجد قيمة χ^2 الجدولية هي (7.815)، وهي أكبر من قيمة χ^2 المحسوبة، مما يعني أنها غير دالة إحصائياً.

جدول رقم (14)

العلاقة بين المرحلة الجامعية وتحديد إستراتيجية للحصول على المعلومات

الإجمالي	الدراسات العليا	المرحلة الأولى	المرحلة الجامعية	
			ك	الإستراتيجية
201	98	103	ك	أقرر البحث في مصادر متعددة حتى أجد المعلومات
44,67	21,78	22,89	%	
122	52	70	ك	أحدد مصادر معينة أعتقد أنني سوف أجد المعلومة بها
27,11	11,56	15,56	%	
74	29	45	ك	أتصرف دون خطة منظمة
16,44	6,44	10	%	
53	18	35	ك	أسأل أقراني عن المصادر التي تتعلق بنوع المعلومات التي أريدها
11,78	4	7,78	%	
450	197	253	ك	الإجمالي
100	43,78	56,22	%	
χ^2 المحسوبة = 4.798				
χ^2 الجدولية = 7.815				
درجة الحرية = 3				
مستوى دلالة (0.05)				

توضح بيانات الجدول رقم (14) إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين تحديد عينة الدراسة الميدانية لإستراتيجية للحصول على المعلومات ومتغير المرحلة الجامعية، حيث أن قيمة χ^2 المحسوبة هي (4.798)، وبالبحث في جداول χ^2 عند درجة حرية (3)، ومستوى دلالة (0.05) نجد قيمة χ^2 الجدولية هي (7.815)، وهي أكبر من قيمة χ^2 المحسوبة، مما يعني أنها غير دالة إحصائياً.

جدول رقم (15)

العلاقة بين نوع الكلية وتحديد إستراتيجية للحصول على المعلومات

الإجمالي	عملية	نظرية	نوع الكلية	
			ك	الإستراتيجية
201	60	141	ك	أقر البحث في مصادر متعددة
44,67	13,33	31,33	%	
122	35	87	ك	أحدد مصادر معينة أعتقد أنني
27,11	7,78	17,33	%	سوف أجد المعلومة بها
74	16	58	ك	أتصرف دون خطة منظمة
16,44	3,56	12,89	%	
53	15	38	ك	أسأل أقراني عن المصادر التي تتعلق
11,78	3,33	8,44	%	بالمعلومات التي أريدها
450	126	324	ك	الإجمالي
100	28	72	%	
ك ² المحسوبة = 1.866				
ك ² الجدولية = 7.815				
درجة الحرية = 3				
مستوى دلالة (0.05)				

وتوضح بيانات الجدول رقم (15) إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين تحديد عينة الدراسة الميدانية لإستراتيجية للحصول على المعلومات ومتغير نوع الكلية، حيث إن قيمة ك² المحسوبة هي (1.866)، وبالبحث في جداول ك² عند درجة حرية (3)، ومستوى دلالة (0.05) نجد قيمة ك² الجدولية هي (7.815)، وهي أكبر من قيمة ك² المحسوبة، مما يعني أنها غير دالة إحصائية.

وبناء على البيانات السابقة، وبعد التأكد من عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغيرات النوع والمرحلة الجامعية ونوع الكلية لعينة الدراسة الميدانية وبين تحديد إستراتيجية للحصول على المعلومات، وبالتالي عدم قبول الفرضية.

ثالثًا- نتائج المقابلات المتعمقة مع الخبراء:

- اتفقت آراء معظم الخبراء في أن بعض مواقع الجامعات العربية فقط تلتزم بتحديث المحتوى، وتتفق الباحثة مع رأي الغالبية.
- اتفقت آراء معظم الخبراء في أن البعض فقط تهتم بتحقيق الدقة في المحتوى، وتتفق الباحثة مع رأي الأغلبية.
- اتفقت آراء النسبة الأكبر من الخبراء في أن مواقع الجامعات العربية تحتاج إلى مزيد من الجهد لتوفير عنصر سهولة الوصول والتصفح.
- اتفقت آراء النسبة الأكبر من الخبراء في أن مواقع الجامعات العربية تفتقر إلى تحقيق تفاعلية حقيقية.
- اتفقت آراء النسبة الأكبر من الخبراء حول في أن مواقع الجامعات العربية تتناسب مع معايير الجودة العالمية من حيث الشكل، ولكن ما زال المضمون بحاجة إلى التطوير.

مناقشة أهم نتائج الدراسة:

- اتفقت نتائج الدراسة التحليلية مع نتائج الدراسة الميدانية (دراسة الجمهور، دراسة الخبراء) في أن مواقع الجامعات العربية تفتقر إلى تحقيق تفاعلية حقيقية، وأن بعض مواقع الجامعات العربية فقط يهتم بتحقيق دقة المحتوى، وتحديث المحتوى بشكل دوري، وتفسر الباحثة ذلك بتكاسل بعض القائمين على مواقع الجامعات عن عمل التحديثات الفورية للمعلومات، واحتياجهم إلى توعية وإرشاد بأهمية التحديث المستمر للمعلومات.
- اتفقت نتائج الدراسة التحليلية مع نتائج الدراسة الميدانية (دراسة الخبراء) في حرص الجامعات على إشباع الحاجات المعرفية لجمهور الموقع، وأن بعض مواقع الجامعات العربية توفر محتوى شامل يخدم زوارها، وترى الباحثة أن فكرة تقديم

مواقع الجامعات العربية لمحتوى شامل يخدم جميع زوارها هو أمر بعيد عن الواقع؛ حيث إن الفئة الأكثر زيارة لمواقع الجامعات العربية هي الطلبة، وبالنظر إلى حاجات الطلبة ورغباتهم، نجد أنها في أغلبها تتعلق بالمواد العلمية الدراسية، والأبحاث، والمزيد من التفاعل والتواصل بينهم وبين أعضاء هيئة التدريس، وهو ما لا يوفره أي موقع من مواقع الجامعات العربية.

- اختلفت نتائج الدراسة التحليلية مع نتائج الدراسة الميدانية (دراسة الخبراء، دراسة الجمهور) حول مدى سهولة الوصول لمواقع الجامعات العربية وتصفحها؛ ففي حين كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن اهتمام مواقع الجامعات العربية بعينة الدراسة التحليلية بتوفير مؤشرات عنصر سهولة الاستخدام، نجد أن آراء النسبة الأكبر من الخبراء اتفقت في أن مواقع الجامعات العربية تحتاج إلى مزيد من الجهد؛ لتوفير عنصر سهولة الوصول والتصفح، وفي هذا الصدد، فقد كشفت نتائج الدراسة الميدانية (دراسة الجمهور) أن «سهولة الوصول إلى المعلومات» جاءت في المرتبة الثانية من حيث أسباب تفضيل عينة الدراسة الميدانية لمصدر معلومات حول غيره من المصادر، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة محمد الأمين (2016) التي كشفت عن تباين مواقع الجامعات العربية في توفيرها لمتطلبات التواصل الفاعل⁽¹⁾.

توصيات الدراسة:

- اعتماد قائمة معيارية لتقييم المواقع الإلكترونية للجامعات ولتكن القائمة التي أعدها الباحثة.
- وضع تصنيف عربي للجامعات يراعي البيئة المحيطة بها، وطبيعة الدراسة التي تقدمها الجامعات العربية.

*

(1) محمد الأمين محمد موسى (2016)، مرجع سابق، ص 87.

المصادر والمراجع

أولاً- العربية:

1- الكتب:

- خيرت عياد، أحمد رضوان، العلاقات العامة والاتصال المؤسسي عبر الإنترنت، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2015.
- سامي طايح، بحوث الإعلام، ط5، دار النهضة العربية، القاهرة، 2017.
- صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- عاطف عدلي العبد، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وتنفيذها، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
- مأمون سليمان الدراركة، إدارة الجودة الشاملة، ط1، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- مصطفى النمر، غادة البطريق، نظريات الاتصال، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2019.
- يوسف حجيم الطائي، محمد فوزي العبادي، فوزي العبادي، إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2020.

2- الأبحاث والدراسات المنشورة:

- أحمد عبد الله الصغير البناء، جودة محتوى المواقع الإلكترونية الأكاديمية مدخل لتحسين لتصنيف العالمي للجامعات المصرية، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، مج27، ع105، 2016.
- إعراب عبد الحميد، إشكالية جودة المعلومات في المواقع الإلكترونية، مجلة العربية 3000، مج5، ع1، النادي العربي للمعلومات، سوريا، 2005.
- بسمان الفيصل، التصنيفات الدولية للجامعات وموقف الجامعات العربية، المجلة السعودية للتعليم العالي، وزارة التعليم العالي، مركز البحوث والدراسات، ع5، 2011.
- بشار حميض، التصنيفات العالمية للجامعات أمر جدي أم مجرد قناعة؟ مجلة آفاق المستقبل، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، مج2، ع9، أبو ظبي، 2011.

- حنين محمد شعيب، المواقع الإلكترونية للجامعات الأهلية بين التعليم المهجين والترويج في ظل الأزمات - دراسة تطبيقية، المجلة العربية للإدارة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ج42، ع1، 2022.
- سمية شنيو، المواقع الإلكترونية: خصائصها ومعايير قياس جودتها، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، ع47، الجزائر، 2017.
- صليحة رقاد، ياسين لعكيكزة، أنور بويعة، مدى توافر معايير جودة خدمة الموقع الإلكتروني للجامعة ودورها في تحقيق رضا الطالب - دراسة حالة للموقع الإلكتروني لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة سطيف 1 - الجزائر. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، مج1، ع33، الجزائر، 2018.
- عامر محمد الضبياني، البوابة الإلكترونية للجامعة: مفهومها وأهميتها ومعايير جودتها، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي - برلين، ألمانيا، (13)، 2020.
- عبد القادر أحمد علي، التكنولوجي الهجري ودوره في التحليل الموضوعي لخرائط المواقع الإلكترونية في الجامعات العراقية - دراسة تحليلية مقارنة، مجلة آداب البصرة، جامعة البصرة - كلية الآداب، ع99، العراق، 2022.
- عبد الله محمد قاضي الحازمي، إرشادات تصميم مواقع الجامعات ومدى تحققها على موقع جامعة الملك عبد العزيز الإلكتروني من وجهة نظر طلاب قسم علم المعلومات، مجلة كلية الدراسات الإنسانية والأدبية، كلية الآداب، جامعة كفر الشيخ، مج27، ع2، مصر، 2022.
- عفاف محمد خليل فرغلي، إستراتيجية مقترحة لرفع القدرة التنافسية للخدمات التعليمية في ضوء التصنيفات العالمية للجامعات المصرية، مستقبل التربية العربية، المركز العربي للتعليم والتنمية، مج25، ع115، 2018،
- عيسى عبد الباقي موسي علي، جودة البوابات الإلكترونية للجامعات العربية على شبكة الويب وعلاقتها بإدارة سمعتها لدى مستخدميها من أعضاء هيئة التدريس - دراسة تطبيقية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ع29، السعودية، 2022.
- ليلين حسن، مستوى جودة سهولة استخدام الموقع الإلكتروني لجامعة اليرموك الأردنية من وجهة نظر الخبراء ومستخدمي الموقع، المجلة العربية لضمان الجودة في التعليم الجامعي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، مج9، ع24، اليمن، 2016.

- محمد الأمين محمد موسى، التواصل الفاعل في الجامعات العربية - دراسة نقدية لمواقع بعض الجامعات العربية على الويب، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ع7، 2016.
 - معالي أحمد زغبور، مدنى توافر أبعاد جودة خدمة الموقع الإلكتروني للجامعة ودورها في تحقيق رضا الطلبة - دراسة حالة الجامعة الافتراضية السورية، مجلة جامعة البعث، سلسلة العلوم الاقتصادية، جامعة البعث، مج42، ع40، سوريا، 2020.
 - منير بن أحمد بن محمد عابد حامد، تقييم الموقع الإلكتروني لجامعة طيبة من وجهة نظر زوار الموقع، مجلة التربية، جامعة الأزهر - كلية التربية، ع195، ج1، مصر، 2022.
 - نصر الدين بن مسعود، تقييم جودة الخدمات الإلكترونية في الجامعات الجزائرية باستخدام مقياس Net Qual الهجين مع المنطق الضبابي - دراسة ميدانية وتطبيقية على عينة من طلبة جامعة عين تموشنت، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة طاهري محمد، بشار - كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، مج8، ع2، الجزائر، 2022.
 - نورهان سامي فتح الله مرسي، تجربة المستخدم من ذوي الاحتياجات الخاصة بالمواقع الإلكترونية للجامعات المصرية، المجلة العربية الدولية لدراسات المكتبات والمعلومات، المؤسسة العربية لإدارة المعرفة، مج2، ع2، 2023.
- 3- الأبحاث والدراسات غير المنشورة:**
- ابتسام فوزي إبراهيم تميم، علاقة الشباب الجامعي المصري بالمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي وسبل تطويرها، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية - قسم دراسات الإعلام، مصر، 2020.
 - مصطفى علي سيد عبد النبي، يسر استخدام طلاب الجامعات في مصر للمواقع الإلكترونية لجامعاتهم والإشباع المتحققة لديهم، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس - كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، مصر، 2019.
 - نورة بنت عبد الرحمن علي الزامل، معايير الجودة في المواقع الدعوية - دراسة تحليلية تقييمية على عينة من المواقع الإلكترونية للجامعات العربية الدعوية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - قسم الدعوة، السعودية، 2015.

ثانياً- الأجنبية:

- Adeyinka T. & Bashorun, M.T., Adu, E.O. (2012). Impact of Web Portals on E-Learning, ARPN Journal of Science and Technology 3(7).
- Alam, S., Ismail Md., Helmi, M. & Zain, Z. (2017). Factors Influencing Students' Usage Satisfaction toward University Web Portal: A Pls-Sem Analysis, Journal Personalia Pela jar,2(20).
- Ali, H. (2019). Measurement of e-services quality: an empirical study of University of Bahrain. Education and Information Technologies, 24(3), 1907-1924.
- Anusha, R. (2014). A study on website quality models. International journal of scientific and research publications, 4(12).
- Astani, M., Elhindi, M., & Edu, M. (2008). An empirical study of university websites. Issues in Information Systems, 9(2).
- El-Halees, A. M., & Abu-Zaid, I. M. (2017). Automated Usability Evaluation on University Websites using Data Mining Methods, Palestinian Journal for Open and E-learning, 6(11).
- Papanthymou, A., & Darra, M. (2018). The Implementation of Total Quality Management in Greek Higher Education: The Case of Electronic Administrative Services. International Education Studies, 11(7).
- Peterson, K. (2006). Academic web site design and academic templates: Where does the library fit in? Information Technology and Libraries, 25(4).

