

الخطوة
الخامسة

حدد التصميم
العام لموقعك



عندما تدخل مطعمًا أو متجرًا ما، فإنك تشعر **بجو** المكان بمجرد دخولك. وكذا الحال عندما تدخل بيتك أو بيت أحد أصدقائك حيث تلمس من خلال ديكوراته وألوان جدرانها طابع ذلك البيت، الذي **يميزه** عن البيوت الأخرى.

هذا تماماً ما يجب عليك فعله في موقعك الإلكتروني، فعليك أن تبعد ذلك الجو الذي يميز موقعك عن آلاف المواقع الإلكترونية حول العالم، وتُشعر زوارك عندما يزورون موقعك أنهم قد دخلوا **عالمك الخاص بك**، فيعرفون طبيعتك وهدفك، ويلمسون إستراتيجيتك من الوهلة الأولى، دون حاجتهم إلى البحث أو التمهيص.

وهذا ما سنقوم به هنا.

فبعد الهدف والإستراتيجية والجمهور وخريطة الموقع الإلكتروني يأتي أهم عنصر في عالم المواقع الإلكترونية.

التصميم:

الشكل الذي سيظهر عليه موقعك أمام زواره وجمهوره، فيحدد ملامحه الأساسية، التي ستطبع بنيانه على مر السنوات القادمة.

فالتصميم هو الذي يعمل على إيجاد ذلك الجو الخاص، الذي يطبع الصفحات الخاصة بموقعك كافة، فيعطي فكرة عنه وعن صاحبه، ويوفر واجهة أمام العالم يعكس محتوى الموقع الإلكتروني **وقيمته**، مما قد يمثل نقطة **جذب** للزوار أو نقطة **تغيير** لهم.

عليك هنا أن ترسم المذاق والجو العام الذي **ستستضيف** به زوارك. ستبدأ هنا برؤية شيء ملموس لموقعك. لذلك عليك أن توليه جُلَّ اهتمامك، فتختار **فريق التصميم** المحترف القادر على التعبير عنك وعن حاجة جمهورك، وشارك بفاعلية في كل مراحل التصميم، خصوصاً في هذه المرحلة عند وضع التصميم العام، الذي سيطغى على موقعك سنوات طوالاً. فالتهاون في هذه المرحلة سيضيع كل الجهود التي تمت، وستكون فيما بعد هباءً منثوراً.

التصميم العام

التصميم العام هو ببساطة **الشكل العام**، الذي سيكون عليه موقعك من ناحية الألوان، التي ستطغى عليه أو تركيبة الصفحات ونوعية المحتوى وأسلوب العرض ونحو



ذلك، بحيث يمثل في النهاية **التصور** العملي للموقع، كما سيراه زواره عند تدشينه. وهنا نتحدث عن صور ورسومات وألوان ترسم جو الموقع الإلكتروني، الذي سيميزه زواره عن المواقع الأخرى بمجرد زيارته.

ويبدأ وضع تصميم الموقع الإلكتروني عادة بوضع **الفكرة** الأساسية للتصميم، التي يجب بدورها أن تتبع من هدف الموقع الإلكتروني، وتتمحور حول الجمهور المستهدف، وتعكس المخطط الذي تم وضعه مسبقاً.

ويجب أن تنتبه هنا إلى أن التركيبة العامة للموقع الإلكتروني والجو الخاص به، التي يحددها ذلك التصميم العام ستظل **ثابتة** على مدى عمره الزمني. فالمواقع الإلكترونية المحترفة والناجحة لا تغير في التصميم العام لمواقعها على مدى مدد طويلة من الزمن، وتظل **محافظه** عليه دون تغيير جذري. برغم **التعديلات** التي تحدث على التصميم بين الحين والآخر - وربما يظن بعضهم أنها جذرية - إلا أن الشكل العام للموقع لا يتغير ويظل ثابتاً، انظر مثلاً المواقع كـ Amazon.com, Yahoo.com وغيرها، فهي مواقع لم يتغير تركيبها منذ إنشائها قبل أكثر من عشر سنوات برغم التغير المستمر في تصميمها. والسبب في ذلك ببساطة هو أن جمهور هذه المواقع الإلكترونية الناجحة قد اعتادوا على هذه التركيبة، وسيكون من المخاطرة تغييرها ومن ثم إرباك الجمهور، وقد ينفر منها بعد ذلك.

وهذا يعطي أهمية كبرى لهذه الخطوة، لأن لها تأثيراً كبيراً على موقعك، وربما على مدى **عمره** كله، هذا بالطبع إذا أردت أن تؤسس موقعاً إلكترونياً ناجحاً، أما إن كنت تريد أن تؤسس موقعاً عربياً فيمكنك ببساطة تجاوز هذه الخطوة، فهذا هو الحال عادة مع مواقعنا العربية التي تتغير جذرياً ربما كل عام، مما يسبب **إرباكاً** لجمهورها. لذلك عليك أن تعتني بشكل كبير بتحديد تلك الملامح، ولا تهمل هذه الخطوة أبداً.



موقع أمازون الشهير لم تتغير تركيبته العامة منذ إنشائه تقريباً

تصميم فريد للموقع الإلكتروني

يجب أن يتميز كل موقع إلكتروني بتصميم **فريد** ومميز خاص به، لا يتماثل مع تصاميم مواقع إلكترونية أخرى، بحيث يعبر هذا التصميم عن هوية صاحبه من جهة وأهداف الموقع الإلكتروني من جهة أخرى. وتعد عملية التصميم عملية **ابتكارية مبدعة** لا تخضع للكثير من القواعد والقوانين، وتعتمد بشكل أساسي، على إبداع المصمم أو فريق التصميم، الذي يُعدُّ أحد أهم عوامل الجذب والنجاح لأي موقع إلكتروني. ولتصل إلى فكرة لتصميم فريد لموقعك يعكس كل ما خططت له، ويوصل رسالتك بوضوح، فهناك ثلاثة **مصادر** رئيسة لذلك:

الأول: إبداع المصمم أو فريق التصميم. فالمصمم الذي يملك خبرة وريادة في هذا المجال سيستطيع إبداع شيء فريد خاص بك، لذلك عليك اختيار المصمم بدقة. لاحظ أن فريق التصميم سيعتمد بشكل أساسي، إضافة إلى خبرتهم وإبداعهم على مخطط الموقع الإلكتروني وجمهوره المستهدف، الذين تم وضعهم مسبقاً.

الثاني: المواقع الإلكترونية الأخرى حول العالم خصوصاً المشابهة لنشاط موقعك، التي قد تعطي في مجموعها فكرة أو خيطاً لشيء جديد، لكن انتبه وتجنب **التقليد**.

الثالث: القوالب التصميمية الجاهزة التي تنتشر على شبكة الإنترنت، سواء بالمجان



أوبمقابل مادي، حيث يمكن الاعتماد على تلك القوالب الجاهزة بوصفها نقطة **بداية** عند الحاجة فقط، وذلك لتوفير بعض من الوقت والجهد والمال، لكن لا بد من وجود المصمم ولا بد في النهاية من ابتكار تصميم خاص بالموقع. لاحظ أن كثيراً من الشركات وبعض المصممين غير المحترفين يلجؤون إلى تلك النماذج التصميمية الجاهزة، التي تباع عبر شبكة الإنترنت، ويعتمدون عليها في بناء المواقع لعملائهم بشكل أساسي، وذلك لتحقيق الربح من جهة واختصار الوقت من جهة أخرى. وهذا بالطبع لا يؤدي بأي حال من الأحوال إلى التميز، باعتبار أن تلك النماذج متاحة للجميع، ويمكن أن يقوم عدد من أصحاب المواقع بشرائها والاعتماد عليها، فيتكرر التصميم على أكثر من موقع إلكتروني.



نموذج للمواقع المتخصصة ببيع القوالب التصميمية الجاهزة

الرابع: أنماط التصميم المتداولة والمتعارف عليها حول العالم، التي يجب عليك الاعتماد عليها في وضع تصميم لموقعك. وتمثل هذه الأنماط قواعد وقوانين وسلوكيات تصميمية تمارسها أغلب المواقع على شبكة الإنترنت، خصوصاً المعروفة منها، التي يزورها الناس بكثرة، والتي بوصفها نتجت عن دراسات تسويقية ونفسية وعلمية مكثفة، وأصبحت سلوكاً متعارفاً عليه في هذا المجال. فالفناس مثلاً يزورون بشكل مستمر مواقع ياهو وجوجل

والمواقع الإخبارية ونحوها، واعتادوا على التعامل مع تلك المواقع، فأصبحت تمثل عُرْفاً من الصعب الشذوذ عنه. هذه السلوكيات وهذا العرف نتج عنها قواعد تصميمية يفضل الالتزام بها قدر الإمكان من قبل فريق التصميم، وهي متداولة بين المصممين المحترفين والكتب المتخصصة في هذا المجال، إذ تعطي مثل هذه الأنماط أساساً جيداً لوضع التصميم العام لموقعك.

إن الشذوذ عن العرف السائد في مواقع الإنترنت عند وضع التصميم العام للموقع أمر فيه مخاطرة كبيرة، ويجب ألا يتم إلا بعد دراسة وافية، قد تكون مكلفة في كثير من الأحيان. فقد يؤدي الخروج عن العرف إلى نفور الناس من موقعك؛ لأنهم لم يستطيعوا الاعتياد عليه، فمثلاً من العرف وضع شعار للموقع في أعلى الجانب الأيمن أو الأيسر لصفحة الموقع الإلكتروني، فإذا وضعته في أسفل الجانب الأيمن من الصفحة



موقع العربية وضع عُرْفاً جديداً في الإنترنت باستخدامه عناوين للمقال، كما هي الحال مع الصحف بدلاً من العنوان الواحد المتعارف عليه في مواقع الإنترنت.

فسيكون هذا أمراً شاذاً لم يعتد عليه الناس، ومن ثم قد لا يتعرفون على هوية الموقع الإلكتروني؛ لأنهم لم يتتبعوا إلى شعاره.

سهولة الاستخدام والتعلم

يجب أن يهدف التصميم في المقام الأول علاوة على جماليته وقوة جذبه وتفرده، إلى جعل عملية استخدام الموقع الإلكتروني من قبل زواره أمراً **سهلاً وممتعاً وقريباً** منهم، حتى لو كان الموقع الإلكتروني موقعاً جاداً أو علمياً. فلا يحتاج الزائر إلى التفكير أو بذل



نموذج آخر للخروج عن الأعراف في التصميم السائد. لاحظ مكان الشعار، القائمة الرئيسية في الموقع

- مجهود كبير في استخدام الموقع والتجول فيه والبحث عن معلومة معينة، أو في الاستفادة من أي خدمة متاحة في الموقع. ولكي يحدث ذلك لا بد للتصميم أن يلتزم بما يلي:
- أن **تناسق** كافة عناصر التصميم مع بعضها بعضاً، فلا تجد عناصر شاذة عن النسق العام.
- الالتزام **بالأعراف السائدة** في مواقع الإنترنت، فلا يجد الزائر غرابة عندما يتعامل مع موقعك؛ لأنه معتاد على مثله.
- لا بد أن يكون الموقع الإلكتروني **سهل التعلم** من قبل الزوار، فيكون هناك مثلاً ما يرشد الزوار إلى ما يمكن أن يصعب عليهم أو إلى الخطوات التي يجب عليهم القيام بها لتأدية عمل ما.
- أن يتوافق **ترتيب** عناصر الموقع الإلكتروني مع الحاجات الأساسية للجمهور المستهدف، فيبرز ما يحتاجونه فعلاً بالطريقة التي يتوقعونها.
- حاول قدر الإمكان استخدام عبارات واضحة ومؤثرات مفهومة لكل الناس، فلا يحتاج زائر الموقع إلى **التفكير**، في أثناء تنقله بين أقسامه أو في تأدية أي من مهامه أو خدماته، بل يتصرف **بتلقائية**.

عناصر التصميم العام للموقع:

يتكون التصميم بالإجمال من مجموعة من العناصر التي تتكامل فيما بينها، لتكوّن في النهاية تصميم الموقع الإلكتروني، وهي:

الألوان:

هي العنصر الأساسي في تصميم الموقع الإلكتروني، بوصفه أول ما يراه، وينتبه إليه زائر الموقع، فاللون له قوة على جذب انتباه الناس أكثر من أي شيء آخر. فهو أول ما يعبر عن شخصيتك ورسالتك أمام زوار موقعك.

لاحظ أن كامل التصميم الذي سيتم وضعه للموقع يعتمد بشكل كلي على اللون أو الألوان التي سيتم اختيارها، وقد يؤدي تغير اللون فيما بعد إلى تغير أو إعادة بناء تصميم الموقع الإلكتروني من جديد، لذلك يجب الانتباه عند اختيارك اللون، الذي سيطبّع صفحات موقعك، فمن خبرتي السابقة في هذا المجال، فإن عدداً لا بأس به من المواقع تتم إعادة بنائها بعد أن تكون قد وصلت إلى المراحل النهائية وقبل التدشين، وذلك لسبب واحد فقط وهو **اللون**، حيث إن تغييره في مرحلة متأخرة من التنفيذ يعني في كثير من الأحيان هدم التصميم وبناء من جديد.

كما أن اللون سيستمر معك سنوات طويلة فيما بعد، ولا يتم تغييره بسهولة، مما يعطي أهمية إضافية لعملية اختيار اللون الرئيس للموقع الإلكتروني، بحيث يتم ذلك **بعناية**، وبما يتناسب مع هوية الموقع وصاحبه، مبتعداً عن التنفير، أو المبالغة.

وفي اختيار اللون اتجاهاً بشكل عام:

الاتجاه الأول: أن يتم اختيار اللون **الأبيض** لوناً رئيساً للموقع مع إضافة لون أو ألوان

أخرى ثانوية إلى جانبه لبعض أجزاء الصفحة. وهذا غالب في المواقع الرسمية والتجارية والإخبارية، ويُعدُّ هذا الأسلوب الأكثر احتياطية واحترافية.



مثال لموقع تجاري - لاحظ اللون الأبيض الذي يمثل اللون الرئيس للموقع.

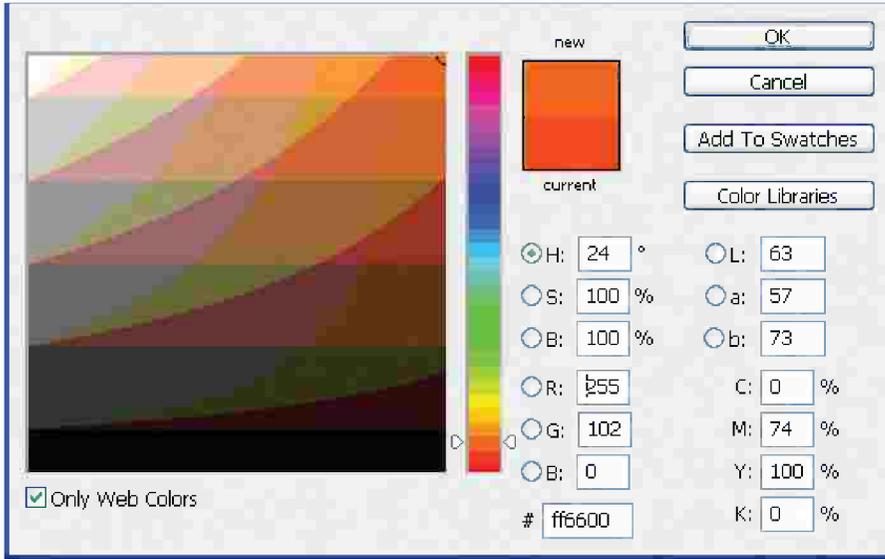


مثال لموقع ترفيهي - لاحظ الألوان المستخدمة وطريقة العرض غير التقليدية

الاتجاه الثاني: أن

يتم اختيار لون رئيس آخر سوى الأبيض، ليغلب على الموقع الإلكتروني ويتطبع به: كاللون الأزرق أو الأخضر أو الرمادي أو البرتقالي ونحوه. وهذا غالب في المواقع الشخصية والترفيهية، وربما في بعض المواقع

التجارية، وينصح دائماً في هذه الحالة بالابتعاد عن الألوان الداكنة قدر الإمكان؛ لأنها ليست مريحة لعين الزائر، كما أن تناسق مجموعة الألوان Color Schema التي تختارها لصفحات موقعك له أهمية كبيرة؛ حتى لا يتضارب لون مع لون آخر، وتناسق الألوان فيما بينها. كما ينصح بعدم المبالغة في عدد الألوان المستخدمة في صفحات الموقع الإلكتروني، بحيث لا تزيد عن أربعة ألوان كحد أقصى؛ حتى لا تؤذي العين.



ويجب الانتباه عند اختيار ألوان التصميم الرئيس للموقع أن تكون ضمن **ألوان الويب الآمنة**، وهي الألوان الرئيسة التي تأتي خليطاً من الألوان الأساسية (الأحمر والأخضر والأزرق) التي يبلغ عددها ٢٦٠ لوناً. حيث إن اختيار الألوان التي تخرج عن هذا النطاق قد يعني اختلافاً جوهرياً بين اللون في صورة التصميم، وما سيكون عليه في الواقع عند نشر الموقع الإلكتروني، لذلك لا تكن **خيالياً** في اختيار الألوان، فهذا موقع إلكتروني، وليس لوحة فنية.

إن اختيار اللون الأبيض لوناً رئيساً للموقع أمر مفضل وشائع في المواقع المحترفة، باعتبار أن التعديل في تصميم هذا النوع من المواقع وارد دون إعادة بناء الموقع الإلكتروني أو تصميمه.





النصوص المكتوبة:

هي أهم عنصر معلوماتي في الموقع الإلكتروني، بل عموده الفقري، الذي لا يقوم الموقع الإلكتروني إلا به، وهي تتمثل في النصوص والمعلومات التي يهدف الموقع الإلكتروني إلى نشرها وإيصالها إلى زواره، فهي رسالتك إلى الآخرين ومن ثم يجب أن تكون واضحة متناسقة مع جو الموقع العام.

ولكي لا نفقد الزائر، ونضمن وصول الرسالة بشكل فاعل إليه، لا بد أن تكون النصوص المكتوبة المستخدمة في الموقع الإلكتروني **بحجم ولون** مناسبين ودون مبالغة في اختيار **الخط** المستخدم أو حجمه أو لونه. ويجب الاعتماد على استخدام الخطوط الشائعة الموجودة لدى أجهزة أغلب الزوار، حتى نضمن أن يظهر الموقع الإلكتروني لدى **جميع الزوار** بذات الهيئة، حيث إن الخط لا بد أن يتوافر على جهاز المستخدم، وإلا ستظهر نصوص الموقع الإلكتروني بشكل غير مناسب. كما يجب أن يتراوح حجم الخط بين ١١ و١٤ بت كحد أقصى فيما عدا العناوين الرئيسية والفرعية، وأن يكون لونه متلائماً مع لون **خلفية** صفحات الموقع الإلكتروني، بحيث لا تتعب عين الزائر عند قراءة النصوص، فلا يتم مثلاً استخدام لون أسود على خلفية زرقاء داكنة، أو لون أصفر على خلفية برتقالية أو بيضاء.

لاحظ أن حجم الخط ونوعه ولونه يجب أن تكون **ثابتة** في جميع صفحات الموقع الإلكتروني، فليس من المنطقي أن يرى زائر الموقع الإلكتروني منظومة مختلفة من الخطوط في كل صفحة أو قسم في الموقع، فهذا ينتقص من هوية الموقع الإلكتروني، ويضيعها.

الصور والرسوم:

لا يتوقف الموقع الإلكتروني عند النصوص والمعلومات فقط، بل هو وسيلة للتعبير **بإبداع** عن تلك المعلومات. ولا يتأتى ذلك إلا من خلال الصور والرسوم التي تعد تمثيلاً **مرئياً** لرسالة الموقع الإلكتروني والفكرة التي يقوم عليها، والتي يتواصل من خلالها الزائر. وتتضمن الصور والرسوم تصاميم الموقع الإلكتروني ذاته، وما يستخدمه من أنماط ونماذج، إضافة إلى ما يحويه من خرائط وصور فوتوغرافية ورسومات تعبيرية ورسوم بيانية ونحوها.

ويعتمد تصميم صفحات الموقع الإلكتروني على مجموعة من الصور **المركبة** مع بعضها بعضاً، لتكوّن في النهاية الصورة النهائية للتصميم. وتكون هذه الصور إبداعاً صرفاً من قبل المصمم أو منقولة عن هويتك كشركة أو فرد، ويجب أن تكون كافة الصور المستخدمة في التصميم **متناسبة** حجماً ونوعاً مع المواقع الإلكترونية ومناسبة لطبيعة جمهور الموقع الإلكتروني.

شعار الموقع الإلكتروني:

هو الشيء الملموس الذي اعتاد الناس من خلاله التعرف على **هويتك الرسمية** وإعطاء ثقة للزائر في الموقع وصاحبه. ويتمثل الشعار في الصورة التي ستستخدم شعاراً لموقعك، مرفقاً بها **رسالة الموقع الإلكتروني لجمهوره**. وقد يكون هذا الشعار خاصاً بموقعك، إذا كان موقعاً شخصياً أو اجتماعياً، أو أن يكون ذات الشعار الخاص بشركتك.

إن اختيار الألوان والخط والخلفية الخاصة بالموقع ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالشعار، فلا تختار مثلاً لوناً أخضر، بينما شعارك لا يتناسب مع هذا اللون. الشعار هو ما يطبع شكل موقعك العام، خصوصاً في المواقع الرسمية.



ويجب أن تأتي صورة الشعار مرفقة **برسالة** الموقع الإلكتروني **الأساسية**، التي تريد إيصالها إلى الزوار، والتي يتم التعبير عنها بكلمات واضحة مفهومة ومختصرة. ويجب أن تحتوي هذه الرسالة على ذكر **للفائدة** أو **القيمة**، التي يحصل عليها الزائر من زيارته لموقعك، مثلاً «نحو خدمة أسرع» أو «عالم جميل» أو «نسعى لخدمتك» أو «الأقل دائماً» أو «منكم وإليكم» وهكذا.

وإياك أن تتجاهل الشعار وأنت تضع التصميم العام لموقعك، حتى لو كان موقعك موقعاً شخصياً، فهو الشيء الوحيد الذي يراه أي زائر لموقعك، حتى لو لم يتجول فيه. ضع شعارك والرسالة المرفقة به في مكان بارز في أعلى الصفحة، واجعله البداية لوضع التصميم العام للموقع.



الخلفية:

يجب أن يكون لكل موقع إلكتروني صورة خلفية تظهر عليها جميع صفحاته، عادة ما تكون هذه الخلفية **مكملة** للون المستخدم في الموقع الإلكتروني، ومتناسقة معه ومع الشعار، وجزءاً من هوية الموقع الإلكتروني. انتبه إلى أنه يجب أن يكون لصفحات الموقع الإلكتروني لون للخلفية، **حتى لو كانت بيضاء**؛ لأننا لا نضمن الخلفية الافتراضية، التي قد تكون عند زائر الموقع الإلكتروني في جهازه، فكل زائر له إعداداته الخاصة في الجهاز الذي يعمل عليه، التي قد لا تتناسب مع الألوان المستخدمة في الموقع الإلكتروني. مما قد يؤدي إلى فشل الزيارة، كما أن الخلفية هي التي تغطي على الأماكن **الخالية** في صفحات الموقع الإلكتروني إن وجدت. لذلك يجب تحديد لون الخلفية بوصفه جزءاً مهماً من التصميم.

عناصر الملتيميديا:

تتمثل في ملفات الصوت والفيديو والصور المتحركة والFLASH، التي قد تكون جزءاً من تركيبة التصميم العام للموقع، إما لوضع إعلان، أو صور متحركة معبرة، أو عرض ملف صوتي أو فيلم معين، أو لعبة إلكترونية، أو نحو ذلك. ويجب الانتباه إلى أن يكون حجم هذه الملفات مناسباً، وأن توضع عند الحاجة فعلاً دون تكلف.

تجمع الأبحاث على أن أكثر من ٦٠٪ من حجم المحتوى على الإنترنت خلال العقد

القادم سيكون ملفات فيديو، مما يعطي أهمية لهذا النوع من

المحتوى. لكن تجنب قدر الإمكان استخدام الفلاش .



النماذج الإلكترونية:

يحتوي أي موقع إلكتروني على **نموذج إلكتروني واحد** أو أكثر حسب الحاجة. وتحتوي النماذج الإلكترونية على **حقول** يتم ملؤها من قبل زائر الموقع الإلكتروني بالمعلومات، التي يحتاج إلى إرسالها إلى الموقع: إما مراسلة أصحاب الموقع أو التواصل مع الآخرين، ويتم ذلك بالضغط على زر الإرسال المرفق بالنموذج، لإظهار نتيجة ما أو إرسال معلومات إلى إدارة الموقع الإلكتروني، أو حفظها في قواعد بيانات. وأبسط أمثلة النماذج الإلكترونية هو **"البحث"**، وهو

نموذج صغير يظهر في أعلى جميع صفحات الموقع الإلكتروني في الجانب الأيمن أو الأيسر، يُمكن زوار الموقع الإلكتروني من إدخال أي كلمة للبحث عنها في صفحات الموقع الإلكتروني، فتظهر له عناوين تلك الصفحات التي تحتوي على الكلمة التي يبحث عنها. يجب أن تحدد مكان "البحث" في هيكلية الصفحة في الموقع الإلكتروني عند وضع التصميم العام.



نموذج بحث

نظام التجوال في الموقع الإلكتروني:

يتمثل نظام التجوال في مجموعة الروابط التي تُوجّه الزائر إلى أقسام الموقع الإلكتروني وأجزائه المختلفة، سواء الرئيسية أو الفرعية، فتُسهّل عليهم التجوال في صفحات الموقع بمرونة، لاحظ أنه يجب أن يتميز نظام التجوال في الموقع الإلكتروني **بسهولة الاستخدام** من قبل أي زائر دون خبرة مسبقة، ودون أن يؤدي في أي وقت إلى ضياع الزائر في أثناء زيارته للموقع.

ويحوي نظام التجوال عادة الأزرار والروابط التي يتم توزيعها على صفحات الموقع الإلكتروني، والتي تظهر عادة في جميع الصفحات ضمن المنطقة غير النشطة، سواء في



نظام التجوال
الفرعي أو الهامشي



نظام التجوال
الرئيسي

نظام التجوال
الأساسي

نموذج لنظام تجوال في موقع إنترنت

الأعلى أو أعلى أحد الجانبين، أو تلك التي تظهر في الصفحات الداخلية، لترشد الزائر إلى أين يتجه في الموقع الإلكتروني، وأين هو الآن. ويتم عرض التجوال في الموقع الإلكتروني من خلال واحد أو أكثر من الأساليب الآتية:

- استخدام شريط علامات التبويب في أعلى الصفحة التي تُقسّم الموقع الإلكتروني إلى أقسام رئيسية وفقاً لطبيعة المحتوى في كل قسم أو نوعية الزوار، وذلك عند الحاجة فقط، كما يحدث في مواقع الجامعات مثلاً، حيث يتم تقسيم الموقع إلى (طلاب، مدرسين، إداريين.....).
- استخدام القوائم في يمين أو يسار الصفحة، التي توجه الزائر إلى بعض الأجزاء الرئيسية أو الفرعية أو شائعة الاستخدام في الموقع الإلكتروني، وهذا ما يطلق عليه القائمة الرئيسية، التي قد تكون ثابتة في جميع صفحات الموقع أو متغيرة حسب كل قسم.

- استخدام **القوائم المنسدلة في أعلى الصفحة أو على أحد جانبي الصفحة**، التي تظهر قوائم فرعية لكل زر رئيس يختاره زائر الموقع الإلكتروني، ويستخدم هذا الأسلوب في المواقع الضخمة ذات المحتوى الكبير، ولكل أنواع القوائم.
- استخدام **القوائم الهامشية في أقصى أعلى الصفحة**، أو أدناها التي توجه الزائر إلى بعض الوظائف الأساسية في الموقع، لكن هي ليست من بنيته: كتوجيه الزائر لصفحة الاتصال، أو تغير اللغة الخاصة بالموقع، ونحو ذلك.

وضع الفكرة المبدئية للتصميم العام للموقع

يتم وضع التصميم العام للموقع الإلكتروني من خلال النقاش بين فريق العمل، حيث يتم وضع مجموعة من الأفكار لشكل الموقع وجوه وصفحاته، متضمنة جميع العناصر السالف ذكرها حسب الحاجة. ويمكن في هذه المرحلة المبكرة الخروج بأكثر من فكرة، يتم اختيار إحداها فيما بعد للمزيد من العمل. واحرص على ألا تتفد بأي حال من الأحوال أكثر من فكرة في ذات الوقت، لأن ذلك سيشتت العمل ويمنع التركيز. ركز على فكرة واحدة فقط واستبعد البقية.

لاحظ أنك في حاجة إلى مصمم أو مجموعة من **مصممي الويب** Web Designers لأداء المهمة. وهؤلاء مختلفون عن مصممي الجرافيك Graphic Designer الذين يعملون على تصميم البروشورات والمواد الدعائية وإعلانات التلفزيون ونحوها. فتصميم الويب في حاجة إلى مهارة وخبرة خاصة بالمواقع الإلكترونية وما تحتاجه من اعتبارات يجب على المصمم أن يأخذ بها عند قيامه بالتصميم، وهي مختلفة عما هو عليه الحال في التصميم التقليدي، كاعتبارات اللون وحجم الصورة وطبيعتها للإنترنت وتقسيم الجداول ونحو ذلك. لذلك عليك الانتباه لأن يعمل في تصميم موقعك **مصمم للويب وليس مصمم جرافيك**.

ويمكن التعبير عن فكرة التصميم الخاصة بالموقع برسم نموذج من صفحاته: إما **بالسكتشات** المرسومة **بخط اليد**، أو تلك التي يتم تركيبها في برامج الكمبيوتر،



كبرنامج MS VISO مثلاً، حيث تعبر تلك الرسومات عن التركيب العام لصفحات الموقع الإلكتروني، وكيفية توزيع مكونات الصفحة من صور ورسوم ونصوص ونماذج وعناصر التجوال. كما يمكن أن تتضمن وصفاً لبعض الروابط أو تعليقات متعلقة ببعض الأجزاء حسب الحاجة. كما يتم تحديد الألوان التي ستستخدم والاتفاق على الشعار ومكان ظهوره.



ويمكنك **أنت** أن تبدأ بوضع فكرة التصميم التي تريدها وتخليها للموقع بنفسك وكما تتوقع، وذلك ببساطة باستخدام الورقة والقلم أو حتى بطباعة صفحة فارغة من مستعرض الإنترنت والرسم عليها ما تريد أن تراه على صفحات موقعك، فتكون بذلك فكرة مبدئية يمكن الانطلاق منها. حيث يقوم مصمم الويب بعد ذلك بتحويل ما قمت به إلى صورة لصفحة إلكترونية تجتمع فيها جميع العناصر التصميمية السالف ذكرها، فتعطي فكرة تصويرية عمماً يجب أن يكون عليه الموقع.

وقد يشمل التصميم العام **صفحة واحدة فقط**، كما هو في الغالب أو أكثر من صفحة وفقاً لحجم الموقع الإلكتروني ونوعه والتفاصيل التي سيحويها. فمثلاً يمكن وضع بعض السكتشات أو التصاميم البسيطة لبعض مكونات الموقع الإلكتروني، نظراً لأهميتها أو للدور الذي تؤديه كعملية الشراء في موقع إلكتروني تجاري، أو عملية التصويت في موقع إلكتروني فني، ونحو ذلك.



ويستخدم المصممون عادة **الجدول** في وضع التصور المبدئي للتصميم وحتى في التصميم نفسه بعد ذلك وهو ذات الأسلوب المستخدم عادة مع الصحف والمجلات، حيث يتم رسم جدول تُرتب عناصر الصفحة على خلاياه، لاحظ أن خلايا هذا الجدول **غير متساوية** عكس الحال في الصحف، فهي هنا تعتمد على التصميم الذي ينوي فريق العمل بناءه.

هيكلية الصفحة

- يستخدم المصممون عادة **الجدول** في توزيع مكونات الصفحة وتقسيمها، ويتم تقسيم الجدول عادة إلى الأجزاء الآتية:
- الجزء الخاص بهوية الموقع الإلكتروني في الصف الأول من الجدول، الذي يحوي شعار الموقع الإلكتروني واسمه ورسالته وبعض الروابط الفرعية. لكنها المتداولة ك «اتصل بنا» أو البحث.
 - الجزء الخاص بعناصر التجوال، وتظهر في الصف الثاني من الجدول و/أو في العمود الأيمن أو الأيسر منه.
 - الجزء الخاص بالمحتوى الذي سيظهر، ويتغير في كل صفحة، ويظهر في المنتصف، ويطلق عليه عادة القسم **النشط** من الصفحة؛ لأنه يتغير باستمرار.
 - الجزء السفلي الذي يعرض لحقوق الملكية الخاصة بالموقع وضمانات الاستخدام وأي روابط غير أساسية للموقع.



- يجب التركيز عند وضع التصميم العام وتوزيع مكونات الصفحة على الأمور الآتية :
- أن يوحي التصميم **بالثقة بالموقع** لمن يزوره، وهذا لا يتأتى إلا إذا كان التصميم معبراً عن هوية الموقع الإلكتروني ورسالته.
- أن يتم وضع العناصر **المهمة** التي تمثل هدف الموقع الإلكتروني في **أعلى** الصفحة؛ لأنها أول ما سيراه زائر الموقع الإلكتروني عند زيارته. وهذا ينطبق على عناصر التجوال ورسالة الموقع الإلكتروني الأساسية التي تود إخبارها للآخرين.
- **البساطة** هي جزء أساسي من الإبداع. فحاول أن يكون التصميم **بسيطاً وإبداعياً** في الوقت ذاته، ويأتي ذلك من اختيار الألوان المناسبة وعدم الإكثار من الصور وملفات الفيديو إلا عند الحاجة.
- أن يتم توزيع مكونات الصفحات في الموقع، بحيث يجد الزائر ما يحتاجه **بسهولة ومن دون** تفكير، فلا يضيع وقته في البحث عما يريد. ومن ثم عليك أن تركز في التصميم على ترتيب العناصر بشكل يناسب الهدف والرسالة، التي يعبر عنها موقعك، فتكون واضحة بالنص والصورة واللون.
- الانتباه إلى **ثنائية اللغة** في الموقع، وأخذ ذلك في الحسبان، بحيث تكون الصفحات متماثلة في كل من اللغتين العربية والأجنبية قدر الإمكان.

لا تنس أن تتم مناقشة تلك الرسومات مع فريق العمل في الموقع من خلال عقد ورشة عمل أو عدد من ورشات العمل حسب حجم المشروع، ولا تترك الأمر يمضي دون أن تكون على اطلاع بكل شيء، وحاول أن تدعو بعض عملائك لبعض ورشات العمل تلك، فرأيهم سيساعد في الخروج بتصميم أقرب لهم.