

The Role of Photography in Web Design

Yasmine Abdel Aziz Mahmoud Ali

PhD in Fine Arts , Department: Graphic Design and Communication

Alexandria University

yassmin_abdelaziz@hotmail.com

01092957870

Research Summary:

This research explores the importance of photography in web design and its crucial role in enhancing user experience and increasing engagement. Images are not just visual elements but serve as a powerful tool to capture attention and effectively convey messages. The study discusses how images influence brand identity and user trust, emphasizing the benefits of using custom images over stock photos.

It examines various types of images used in websites, such as product images, background images, and illustrative images, and how each type contributes to user experience and simplifies complex information. The research also highlights key photography principles, like composition and lighting, to ensure high-quality images.

Challenges related to image use, including copyright issues and the impact of large images on website loading speed, are also addressed. Additionally, the research explores modern technologies like artificial intelligence (AI) and augmented reality (AR) and their role in improving image quality and user interaction.

Finally, the study underscores the importance of optimizing images for search engines (SEO) through techniques like alt-text usage and image compression to enhance loading speed, which in turn improves the website's search rankings.

Main Keywords

- Photographs
- Web Design
- Visual Identity
- User Experience (UX)
- Search Engine Optimization (SEO)
- Stock Photos
- Custom Photos
- Artificial Intelligence (AI)
- Augmented Reality (AR)
- Image Interaction
- Image Quality Enhancement
- Photography Techniques

الصورة الفوتوغرافية ودورها في تصميم مواقع الويب

ياسمين عبد العزيز محمود علي

دكتورة في كلية الفنون الجميلة شعبة: تصميم واتصال جرافيكى جامعة الإسكندرية

ملخص البحث:

يتناول هذا البحث أهمية الصور الفوتوغرافية في تصميم مواقع الويب ودورها الأساسي في تحسين تجربة المستخدم وزيادة التفاعل. تُعتبر الصور عنصراً رئيسياً ليس فقط في جذب الانتباه، بل أيضاً في تحسين محتوى الموقع وإيصال الرسائل بفعالية. كما يناقش البحث تأثير الصور على الهوية البصرية للعلامات التجارية وكيفية تعزيز ثقة المستخدمين من خلال استخدام الصور الأصلية بدلاً من الصور الجاهزة.

تم التطرق إلى أنواع مختلفة من الصور المستخدمة في المواقع مثل صور المنتجات، الصور الخلفية، والصور التوضيحية، وأثر كل منها في تحسين تجربة المستخدم وتوضيح المعلومات المعقدة. كما يشير البحث إلى أهمية اتباع قواعد التصوير الفوتوغرافي، مثل التكوين الجيد والإضاءة المناسبة، لتحقيق جودة عالية في الصور.

البحث استعرض أيضاً التحديات المرتبطة باستخدام الصور، مثل مشكلات حقوق النشر وتأثير حجم الصور على سرعة تحميل الموقع. إضافة إلى ذلك، تم تسليط الضوء على التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز، ودورها في تحسين جودة الصور وزيادة التفاعل مع المحتوى.

أخيراً، يبرز البحث أهمية تحسين الصور لمحركات البحث (SEO) من خلال استخدام النص البديل وضغط الصور لتحسين سرعة التحميل، مما يساهم في تحسين ترتيب المواقع في نتائج البحث.

الكلمات الرئيسية في البحث

- الصور الفوتوغرافية
- تصميم مواقع الويب
- الهوية البصرية
- تجربة المستخدم
- تحسين محركات البحث
- الصور الجاهزة
- الصور الأصلية
- الذكاء الاصطناعي
- الواقع المعزز
- التفاعل مع الصور
- تحسين جودة الصور
- تقنيات التصوير

مقدمة :

الصورة هي جوهر الفنون البصرية تنقل لنا الواقع بلغة فائقة الروعة و التعبير، فهي تقدم لنا رؤية ذات تشكيل جمالي، وأفكار ومضامين فلسفية تحاطب الفكر والوجدان، و للتصوير دور هام في إثارة إنتباه المشاهد من خلال ما يمتلكه من إمكانية في الإقناع و التأثير، لذلك لا تتم عملية التقاط الصورة إلا بوجود دافعي الوظيفة و الجمال، و هذا ماجعلها تدخل في العديد من المجالات الحياتية بشكل عام، و التصميمات الدعائية و الفنية بشكل خاص، و كان لصناعة الصورة الفوتوغرافية أكبر الأثر في هذا الشأن حيث أثرت و بشكل ملحوظ في زيادة الإقبال و الإهتمام بمجال مواقع الويب و الدعاية و الإعلان و التصميم الجرافيكى، إلي جانب كونها من أهم المثيرات الفنية لدي

الفنانيين و المصممين القدامي و المعاصرين، حيث استطاعوا الإستفادة من صناعة الصورة الفوتوغرافية في إبداعاتهم الفنية و البصرية علي أوسع نطاق. تختلف استخدامات الموقع الإلكتروني حسب الغرض الذي طُوِّرَ لأجله، فقد يكون واجهة رقمية لمنظمة أو مؤسسة، أو لغرض التجارة الإلكترونية، وقد يكون موقع بسيط شخصي يقدم معلومات حول مجال أو موضوع ما، أو محتوى ترفيهي وتعليمي.

إن معرفة الفرق بين التصوير الجيد والردئي يجعل تصميماتك للويب أكثر جاذبية، إضافة إلى أنك قد تجد نفسك في ذلك الموقف الذي تصمم فيه موقعاً لعميل ثم يعطيك بضعة صور لاختيار إحداها صورةً في صدر الموقع. وإن لم تضع قواعد التصوير العامة في حسابك وأنت تختار تلك الصورة فقد تختار صورة فقيرة الجودة بسبب غياب بعض العناصر الجمالية فيها، وقد يخرج تصميمك النهائي سيئاً ولا يعجب من يراه بسبب الصورة سيئة الجودة التي اخترتها له.

قد وجد من خلال الأبحاث أن المستخدمين وتفاعلهم مع الصور الجاهزة Stocks الموجودة بالموقع أن ردة فعل المستخدمين كانت سلبية، فهذه الصور لا تفيد المستخدم بشيء، أيضاً دراسات تتبع العين أظهرت نفس النتائج، فأظهرت أن الصور التي لا توصل رسالة واضحة والعناصر الرسومية الزخرفية الأخرى نادراً ما تضيف قيمة إلى الموقع وغالباً ما تضر أكثر من أن تفيد في تحسين تجربة المستخدم، فالناس لا يحبون الصور التي تبدو وكأنها مصنعة أو تحتوي على أشخاص يفعلون الأشياء لا تفعل عادة في الحقيقية.

مما لا شك فيه إن " قابلية استخدام الصور " يهدف إلى تغيير القناعة بأن الصور لا قيمة لها بالمواقع، فالصور هي الأبطال المجهولة في واجهات المواقع، لديها تأثير كبير على تحويل الزائر العادي إلى عميل حقيقي، تؤثر جوهرياً علي ثقة المستخدم بالموقع، تفقد عواطفنا وتظهر لنا كيف يمكن أن نستخدم المنتجات والخدمات الرقمية التي نشترها كل يوم، عملية تصميم الموقع فشلت في إعطاء الصور حقها والذي غالباً ما يؤدي إلى سوء إختيار الصور بالمواقع .

مشكلة البحث :

ترتبط مشكلة البحث أن الصور ليست أمراً ثانوياً بل لها تأثير كبير على الكيفية التي يتواصل بها الموقع مع المستخدم لو تمعنا النظر في غالبية القوالب والواجهات التي نصممها يومياً سنجد أن الصور ما وضعت إلا لغرض جمالي بحت، أو على أقصى تقدير لكي تكسر ملل النصوص الطويلة، لكننا في الغالب لا نهتم بالأماكن التي نضع بها الصور، وتوزيعها بحيث تحقق إنقرائية ما للنصوص، ومحتوى هذه الصور وما توصله من رسائل بصرية. لذلك يقدم البحث هذه الدراسة لإبراز دور الصورة الفوتوغرافية في تطوير مواقع الويب والخصائص التي تميزها وإمكانيات توظيفها والاستفادة منها عبر المصمم .

ويسعى البحث إلى الاجابة عن الاسئلة التالية :

- ما الأثر الذي من الممكن أن تتركه الصورة الفوتوغرافية في مواقع الويب علي المشاهد ؟
- ما هو التكوين في التصوير الفوتوغرافي الخاص بمواقع الويب ؟ وفيما تكمن أهميته ؟
- ما هي قواعد التصوير الفوتوغرافي التي يجب أن يعيها مصمم الويب أثناء التصميم ؟
- كيف تساهم الصورة الفوتوغرافية في تطوير مواقع الويب ؟
- هل الصورة الفوتوغرافية في مواقع الويب لها قيمة جمالية وإبداعية يمكن بحثها والكشف عنها ؟

أهمية البحث : تكتسب هذه الدراسة الأهمية من خلال :

- نتيجة للتطور التكنولوجي أصبح الحاجة لمواقع الويب المقترن بالصورة الفوتوغرافية بأعتبرها إحدى أهم مظاهر التصميم الجرافيكي شديدة الأهمية وكيف يفيد في تطوير مواقع الويب .
- الحاجة لإضافة قيمة جمالية وإبداعية من خلال الصورة المستخدمة لمواقع الويب لمساعدة الجمهور بإدراك الرسالة الموجهة له ولفت انتباهه.

أهداف البحث :

- إلقاء الضوء على دور الصورة الفوتوغرافية في تطوير مواقع الويب وتعزيز الرسالة التي يريد الموقع إيصالها، مما يجعل المحتوى أكثر وضوحاً.
- معرفة وشرح مدى إسهام الصورة الفوتوغرافية في تصميم المواقع علي جذب انتباه المشاهدين.
- الصور واستخداماتها في تصميم وتطوير مواقع الإنترنت.
- تحسين تجربة المستخدم فوجود صور عالية الجودة ومنظمة بشكل جيد يعزز تجربة المستخدم ويجعل التنقل في الموقع أكثر متعة وسهولة.
- تعزيز الجوانب البصرية والتواصلية والتفاعلية لمواقع الويب ، مما يجعل الصورة الفوتوغرافية أداة قوية لتحسين الأداء العام للموقع.

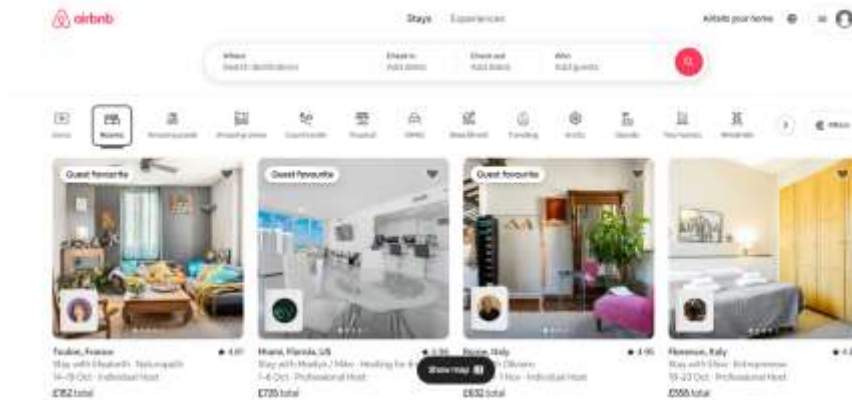
منهج البحث : يعتمد البحث المنهج الوصفي والتحليلي.

أهمية الصور الفوتوغرافية في تصميم مواقع الويب

الصور تُعتبر عنصراً أساسياً في تصميم أي موقع إلكتروني. فهي ليست مجرد عناصر زخرفية، بل تلعب دوراً رئيسياً في جذب الانتباه وإيصال الرسائل. الدراسات أظهرت أن استخدام صور ذات جودة عالية يمكن أن يزيد من معدلات التحويل، حيث يشعر الزوار بالثقة والاهتمام عندما يرون صوراً تعكس الاحترافية. (١)

تأثير الصور على الهوية البصرية

تساعد الصور في تعزيز الهوية البصرية للعلامة التجارية، مما يسهل على المستخدمين التعرف على العلامة والارتباط بها. اختيار الصور المناسبة يعكس قيم العلامة التجارية ويعزز من ثقة المستخدمين مثال موقع Airbnb يستخدم صوراً جذابة للعقارات، مما يسهل على المستخدمين تصور تجربة الإقامة شكل (١). (٢)

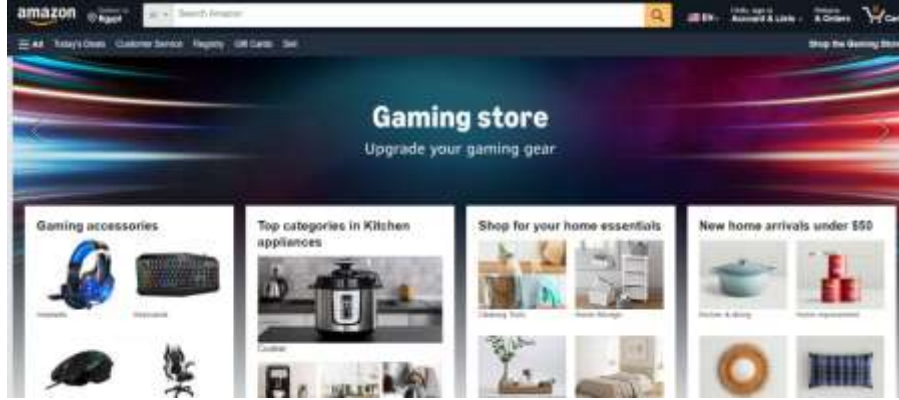


شكل (١) يحتوي علي الصورة الرئيسية لموقع Airbnb

أنواع الصور المستخدمة في مواقع الويب

هناك أنواع مختلفة من الصور المستخدمة في تصميم مواقع الويب، ولكل نوع وظيفة معينة:

- **صور المنتجات:** تُستخدم في المواقع التجارية، حيث تعرض المنتجات بشكل جذاب. تساهم هذه الصور في تحفيز عملية الشراء من خلال توضيح التفاصيل والجوانب المختلفة للمنتجات مثال موقع Amazon يعرض صوراً تفصيلية للمنتجات من زوايا مختلفة شكل (٢).



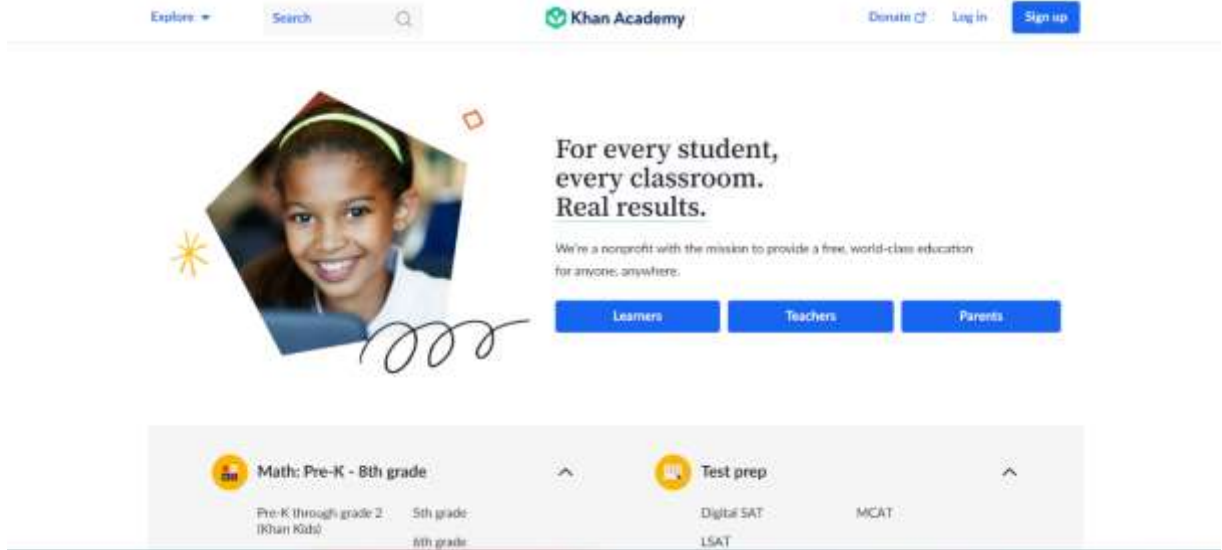
شكل (٢) يحتوي علي الصورة الرئيسية لموقع Amazon

- **الصور الخلفية:** تضيف جواً معيناً على التصميم، حيث يمكن أن تعكس موضوع الموقع أو رسالة معينة. يجب اختيارها بعناية لتجنب تداخلها مع النصوص مثال: موقع Apple يستخدم صور خلفية بسيطة ولكن أنيقة تعزز من تركيز المستخدم على المنتجات شكل (٣).

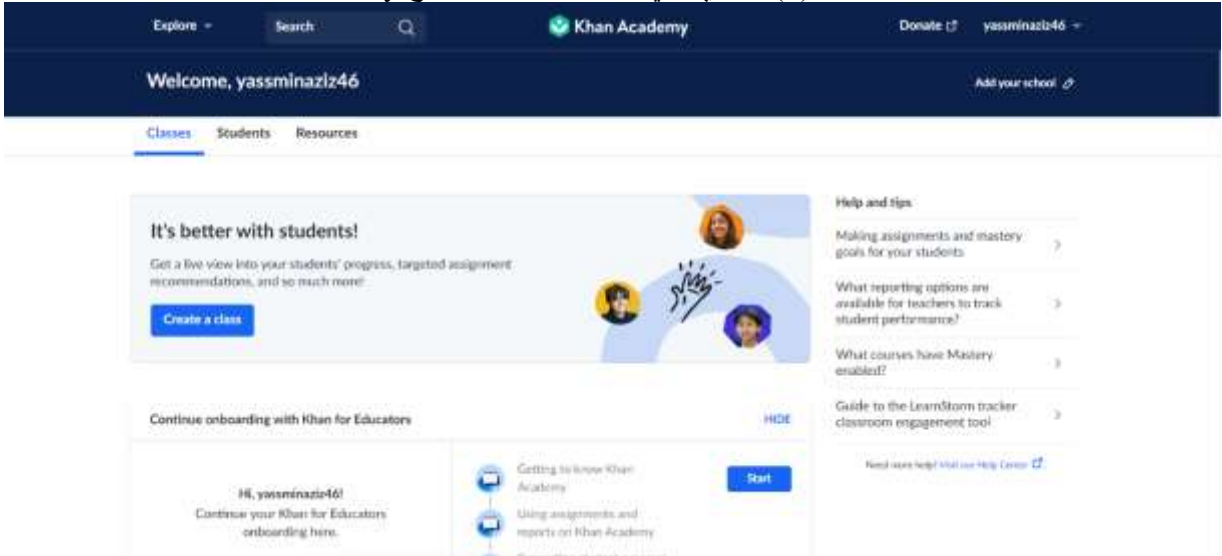


شكل (٣) يحتوي علي الصورة الرئيسية لموقع Apple

- **الصور التوضيحية:** تُستخدم لشرح المعلومات المعقدة أو دعم المحتوى المكتوب. تساعد هذه الصور على تعزيز فهم المستخدم للمحتوى، وتُعد مهمة بشكل خاص في المواقع التعليمية مثال: مواقع تعليمية مثل Khan Academy تستخدم الصور التوضيحية لتبسيط المفاهيم شكل (٤)(٥)(٣).



شكل (٤) يحتوي على الصورة الرئيسية لموقع Khan Academy



شكل (٥) يحتوي على صورته الداخلية لموقع Khan Academy

قواعد التصوير الفوتوغرافي لتصميم الويب

- لكي تكون الصور فعالة، يجب اتباع بعض القواعد الأساسية في التصوير:
- **التكوين:** يشمل كيفية ترتيب العناصر في الصورة. يجب أن تكون الصورة متوازنة وجذابة بصرياً، مما يساعد على توجيه نظر المشاهد إلى النقاط المهمة.
 - **الإضاءة:** تعتبر من العناصر الأساسية في التصوير، حيث تؤثر على جودة الصورة وألوانها. استخدام الإضاءة المناسبة يساعد في إبراز التفاصيل.
 - **اختيار الألوان:** يجب أن تتماشى الألوان المستخدمة في الصور مع هوية العلامة التجارية والمحتوى العام للموقع. الألوان المتناغمة تساهم في تحسين تجربة المستخدم.
 - **اختيار الألوان:** يجب أن تتماشى الألوان المستخدمة في الصور مع هوية العلامة التجارية والمحتوى العام للموقع. الألوان المتناغمة تساهم في تحسين تجربة المستخدم.(4)

أثر الصور على تفاعل المستخدمين

أظهرت الأبحاث أن الصور ذات الجودة العالية تعزز من تفاعل المستخدمين مع المحتوى. تشير الدراسات إلى أن المستخدمين يميلون إلى التفاعل مع المواقع التي تحتوي على صور جيدة، حيث تؤثر هذه الصور على انطباعاتهم حول الموقع على العكس، استخدام الصور الجاهزة والمكررة يمكن أن يؤدي إلى مشاعر سلبية تجاه الموقع، حيث قد تبدو غير صادقة أو غير احترافية. (5)

الصور الجاهزة مقابل الصور الأصلية

الصور الجاهزة: (Stock Photos)

الصور الجاهزة هي تلك الصور المتاحة على الإنترنت والتي يمكن للمصممين شراؤها أو الحصول عليها مجاناً لاستخدامها في مواقع الويب. غالباً ما تكون هذه الصور ذات جودة عالية، ولكن يتم استخدامها في مواقع متعددة ولأغراض متنوعة، مما قد يجعلها تبدو غير مخصصة للموقع أو العلامة التجارية و **سلبياتها:**

- **الشعور بعدم الأصالة:** استخدام الصور الجاهزة بشكل مفرط قد يولد شعوراً بأنها غير صادقة، خاصة إذا كانت الصور لا تعكس الجوهر الفعلي للمنتج أو الخدمة.
- **عدم التميز:** نظراً لتوفر هذه الصور على نطاق واسع، قد يجد الزوار نفس الصور على مواقع مختلفة، مما يقلل من تفرد الموقع ويضعف الهوية البصرية.

الصور الأصلية: (Custom Photos)

- الصور الأصلية هي تلك التي يتم تصويرها أو تصميمها خصيصاً لتلائم احتياجات الموقع أو العلامة التجارية. تعكس هذه الصور القيم والرسالة التي يريد الموقع إيصالها بشكل دقيق وتكون أكثر ارتباطاً بالمحتوى و **مزاياها:**
- **تعزيز الانتماء والثقة:** الصور الأصلية تعكس اهتماماً أكبر بالتفاصيل واحترافية عالية، مما يعزز من ثقة الزائر بالموقع. المستخدمون غالباً ما يشعرون بانجذاب أكبر نحو المواقع التي تعتمد على صور حقيقية تعكس تجربة استخدام المنتج أو الخدمة.
 - **تحسين الهوية البصرية:** الصور المخصصة تعزز من الهوية البصرية للموقع وتساعد في جعله مميزاً وموثوقاً. (6)

توظيف الصور الفوتوغرافية في تحسين تجربة المستخدم

تعتبر الصور الفوتوغرافية أداة فعالة لتحسين تجربة المستخدم في مواقع الويب. من خلال التفاعل البصري مع الصور، يمكن تحسين كيفية استيعاب المستخدمين للمحتوى وسهولة التنقل في الموقع.

• تنظيم المحتوى:

الصور تلعب دوراً كبيراً في كسر رتابة النصوص الطويلة وجعل المحتوى أكثر جاذبية. استخدام الصور في مواقع الويب يساعد على تقسيم المحتوى إلى أجزاء سهلة الفهم والتنقل، مما يساهم في إبقاء الزوار مهتمين ويقلل من معدل الارتداد و **مميزاتها:**

- تحسين تجربة المستخدم من خلال تنظيم المعلومات بشكل مرئي وسهل الفهم.
- زيادة معدل قراءة المحتوى وإطالة فترة بقاء الزوار في الموقع.

• التوضيح البصري:

الصور التوضيحية تستخدم لتقديم شرح بصري سريع وواضح للمفاهيم المعقدة أو الفنية. على سبيل المثال، المواقع التي تقدم خدمات تقنية أو منتجات معقدة قد تعتمد على الصور التوضيحية لتقديم تجربة تعليمية بسيطة وسريعة و **مميزاتها:**

- الصور التوضيحية تجعل المعلومات المعقدة أكثر وضوحاً للمستخدمين.

- تساهم في تحسين الفهم السريع للمحتوى وتقليل الحاجة إلى الشرح النصي المطول.(٧) يمكن أن يؤدي الاستخدام الصحيح للصور إلى تحسين التفاعل العام مع الموقع وزيادة رضا المستخدمين من خلال توفير تجربة أكثر ديناميكية وسهولة في الوصول إلى المعلومات. أحد الأمثلة البارزة على استخدام الصور التوضيحية لتبسيط المفاهيم المعقدة هو موقع Khan Academy هذا الموقع التعليمي يستخدم صورًا ورسومات توضيحية بشكل مكثف في الدروس التعليمية، وخاصة في مواضيع مثل الرياضيات والعلوم. يقدم Khan Academy رسومات توضيحية مبسطة لشرح مفاهيم رياضية معقدة، مثل الجبر أو التفاضل والتكامل. الصور التوضيحية تساعد الطلاب على فهم الخطوات الرياضية بطريقة بصرية وفعالة، مما يجعل العملية التعليمية أسهل وأكثر فعالية.

وهذا يعتبر مثالاً جيداً حيث

- **الوضوح:** الصور التوضيحية تجعل المفاهيم المعقدة أكثر سهولة للفهم، مما يتيح للطلاب الاستيعاب بشكل أسرع.

- **التفاعل:** بعض الرسوم التوضيحية تكون تفاعلية، حيث يمكن للمستخدمين التفاعل مع الرسوم لفهم العملية بشكل أكثر تفصيلاً.

هذا النوع من الصور التوضيحية يعزز من تجربة المستخدم ويجعل المواد التعليمية أكثر جاذبية وسهولة في الفهم، حتى في المواضيع التقنية الصعبة. (٨)

التحديات المتعلقة باستخدام الصور في تصميم المواقع:

من التحديات الشائعة التي تواجه المصممين عند استخدام الصور في المواقع:

١. **مشكلات حقوق النشر:** يجب على المصممين التأكد من أن الصور المستخدمة تخلو من أي انتهاكات لحقوق الطبع والنشر أو يتم الحصول عليها بشكل قانوني.

٢. **سرعة تحميل الموقع:** الصور ذات الجودة العالية قد تؤثر على سرعة تحميل الموقع، لذا يجب تحقيق توازن بين جودة الصورة وسرعة التحميل لضمان تجربة مستخدم جيدة. (٩)

التقنيات الحديثة في التصوير الفوتوغرافي

يشهد عالم التصوير الفوتوغرافي تطورات مستمرة، ومن بين هذه التطورات:

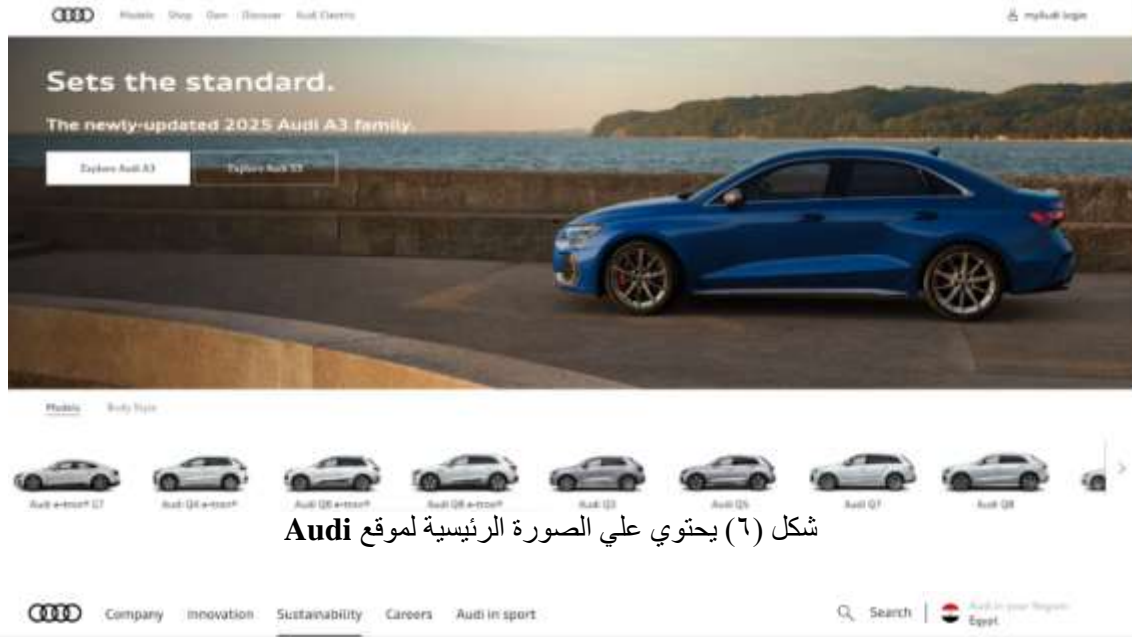
• **الذكاء الاصطناعي:** يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين جودة الصور من خلال إزالة العيوب وتحسين الألوان. كما يمكن استخدامه في اختيار الصور الأكثر جذباً.

• **تحليل الصور:** تُساعد التقنيات الحديثة في تحليل الصور وتقديم اقتراحات لتحسين التفاعل، مما يجعلها أداة قوية للمصممين. (١٠)

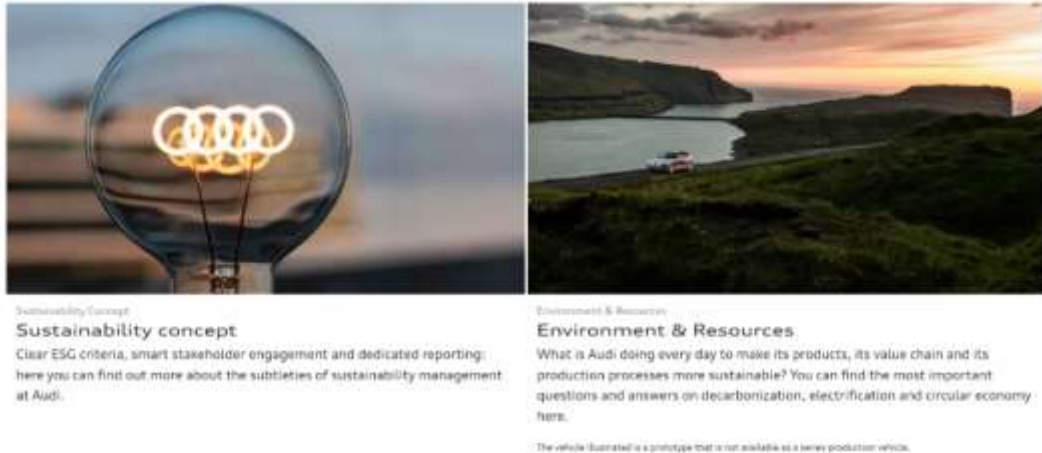
دراسة حالة مواقع ناجحة تستخدم الصور الفوتوغرافية بفعالية

مثال على المواقع

• **موقع أودي (Audi):** يُظهر استخدام الصور الفوتوغرافية بشكل مبتكر لجذب الانتباه إلى السيارات والمواصفات. الصور تُبرز التصميم الفريد والأداء العالي للمنتجات شكل (٦)(٧).



شكل (٦) يحتوي علي الصورة الرئيسية لموقع Audi



شكل (٧) يحتوي علي صورة داخلية لموقع Audi

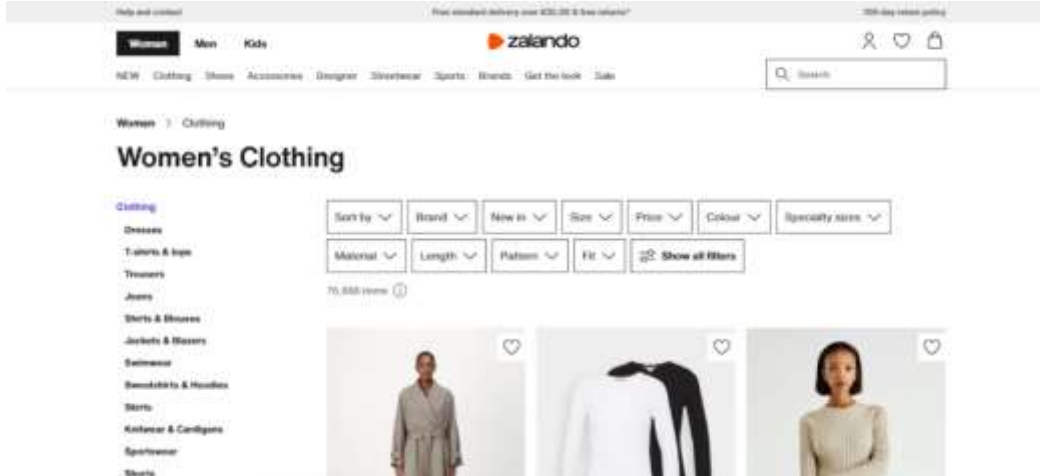
- موقع نايكي (NIKE) يركز على استخدام صور تفاعلية وجذابة تُعزز من هوية العلامة التجارية. استخدام الصور القوية يعكس القيم الرياضية للشركة ويجذب العملاء شكل (٨). (١١)



شكل (8) يحتوي علي صور رئيسية لموقع NIKE

إحصائيات عن تأثير الصور
معدلات التحويل:

- تشير الدراسات إلى أن 67% من المستهلكين يعتبرون الصور جزءًا حاسمًا من قرارات الشراء مثال : موقع Zalando، الذي يبيع الملابس، أجرى دراسة أظهرت أن تحسين جودة الصور أدى إلى زيادة المبيعات بنسبة 30%. استخدمت الشركة تصويرًا احترافيًا لعرض المنتجات بشكل جذاب، مما أثر بشكل مباشر على سلوك الشراء شكل (9)(10).



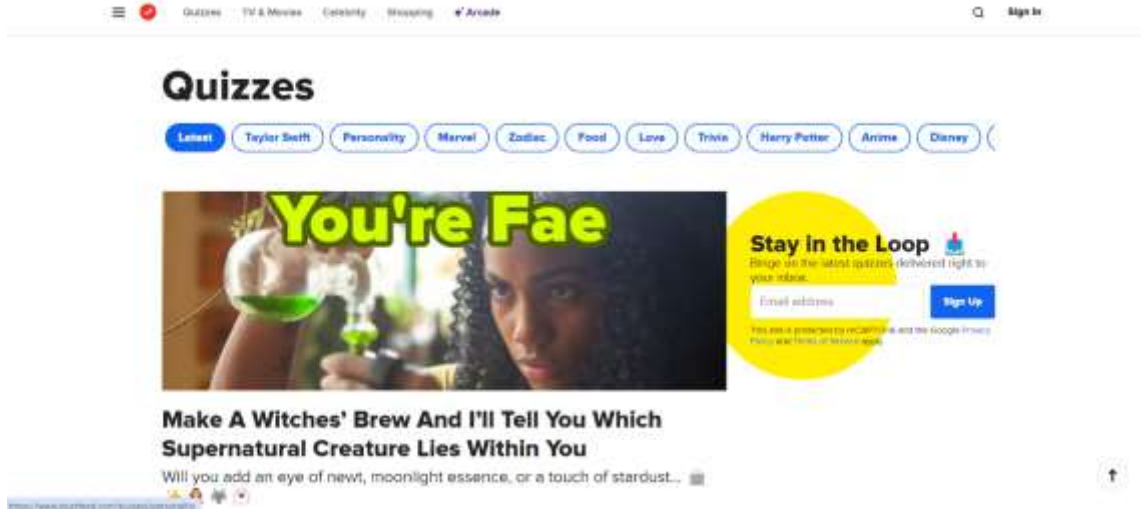
شكل (9) يحتوي علي صورة داخلية لموقع Zalando



شكل (١٠) يحتوي علي صورة رئيسية لموقع Zalando

• تأثير الصور على التفاعل:

- وجدت دراسة من Content Marketing Institute أن المقالات التي تحتوي على صور تجذب ٩٤% من التفاعل أكثر من المقالات التي تحتوي على نص فقط مثال: في موقع Quizzes ، تُستخدم الصور لجذب انتباه القارئ وزيادة مشاركته في المحتوى، مما يجعل النصوص أكثر جاذبية شكل (١١). (١٢)



شكل (١١) يحتوي علي صورة رئيسية لموقع Quizzes

أمثلة على أخطاء شائعة

- صور غير ملائمة:
- استخدام صور لا تعكس مضمون الموقع يمكن أن يؤدي إلى تشتت الانتباه مثال: موقع تقني يستخدم صور طبيعة بدلاً من صور تقنية، قد يتسبب ذلك في ارتباك المستخدمين حول محتوى الموقع.
- جودة الصورة:

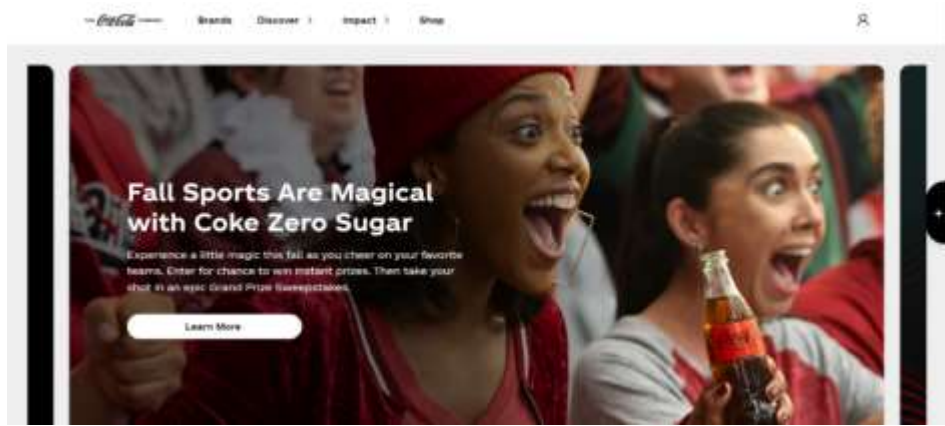
- المواقع التي تستخدم صورًا منخفضة الجودة تؤثر سلبًا على مصداقيتها مثال: المدونات الشخصية التي تستخدم صورًا مشوشة تؤدي إلى مغادرة الزوار، حيث تشير الدراسات إلى أن ٦٠% من المستخدمين يتجنبون المواقع ذات الصور السيئة. (١٣)

تأثير الصور على السيو (Search Engine Optimization (SEO)

- تحسين محركات البحث:
 - النص البديل (alt text) يُساعد محركات البحث في تصنيف الصور. يُعتبر ذلك أحد عناصر SEO المهمة فتحسين النص البديل في موقع للملابس علي سبيل المثال يمكن أن يزيد من ظهوره في نتائج البحث بنسبة ٤٥%. (١٤)
 - سرعة التحميل:
 - تحسين حجم الصور يؤثر بشكل إيجابي على سرعة تحميل الصفحة فهناك دراسة أجراها Google أظهرت أن زيادة وقت تحميل الصفحة بمقدار ثانية واحدة يمكن أن تؤدي إلى زيادة معدل الارتداد بنسبة ٣٢%. (١٥)
 - نصائح لتحسين الصور
 - ضغط الصور:
 - يجب استخدام أدوات مثل Tiny PNG أو Image Optim لضغط الصور، ضغط الصور قبل رفعها إلى موقع تجارة إلكترونية يمكن أن يحسن من وقت التحميل، مما يؤثر على تجربة المستخدم بشكل إيجابي. (١٦)
 - تحسين الإضاءة والألوان:
 - استخدام برامج مثل Adobe Lightroom لتحسين جودة الصور ، إن المصورون المحترفون يقومون بتعديل الصور قبل نشرها لضمان جاذبيتها البصرية. (١٧)
- الفرق بين الصور الجاهزة والأصلية
 - الصور الجاهزة:
 - قد تعطي انطباعاً بعدم الأصالة، مما يؤثر سلباً على تجربة المستخدم فالكثير من المستهلكين يفضلون رؤية صور أصلية للمنتجات بدلاً من الصور الجاهزة، مما يعزز مصداقية العلامة التجارية. (١٨)
 - الأثر النفسي:
 - الصور الأصلية تعزز الثقة لدى المستهلكين 80% من المستهلكين يشعرون بالراحة أكثر عند رؤية صور أصلية، مما يؤثر بشكل إيجابي على قرارات الشراء. (١٩)

أهمية الصور في الحملات التسويقية

- حملات ناجحة:
 - الحملة الشهيرة لـ "Share a Coke" Coca-Cola استخدمت صورًا لأشخاص يحملون زجاجات تحمل أسماء، مما زاد من التفاعل بشكل كبير. فقد شهدت الحملة زيادة في المبيعات واهتمام العملاء، حيث استخدمت الصور لتعزيز المشاعر المرتبطة بالمنتج وتم عرضها في موقع Coca-Cola شكل (١٢). (٢٠)



شكل (12) يحتوي علي صورة رئيسية لموقع Coca-Cola

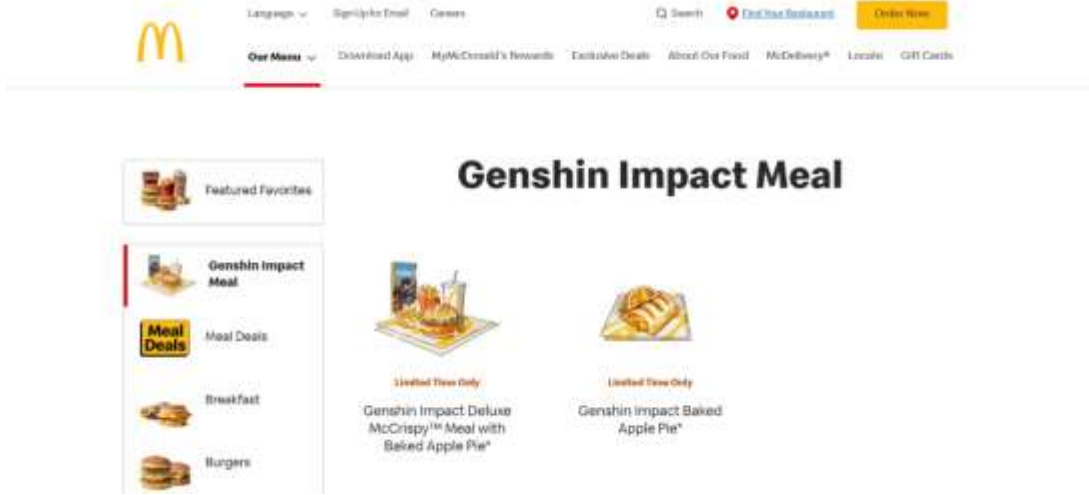
- صور على وسائل التواصل الاجتماعي:
- المنشورات التي تحتوي على صور تحقق 65% من التفاعل أكثر من النصوص فقط الحملات التسويقية على Instagram تركز على الصور الجذابة لتعزيز الوصول إلى الجمهور شكل (13). (21)



شكل (13) يحتوي علي صورة رئيسية لموقع Instagram

تأثيرات ثقافية

- اختلاف التأثيرات:
- بعض الصور مقبولة في ثقافات معينة وغير مقبولة في أخرى، مما يستدعي التكيف مع الأذواق المحلية .
- الحملات الإعلانية التي تستخدم صورًا تتماشى مع القيم الثقافية غالبًا ما تحقق نجاحًا أكبر. (22)
- توجهات محلية:
- الحملات التي تعكس الثقافة المحلية تحقق نتائج أفضل. مثال McDonald's: تستخدم صور أطباق محلية لجذب الزبائن في مناطق مختلفة شكل (14). (23)



شكل (14) يحتوي علي صورة رئيسية لموقع McDonald's

تقنيات جديدة في التصوير

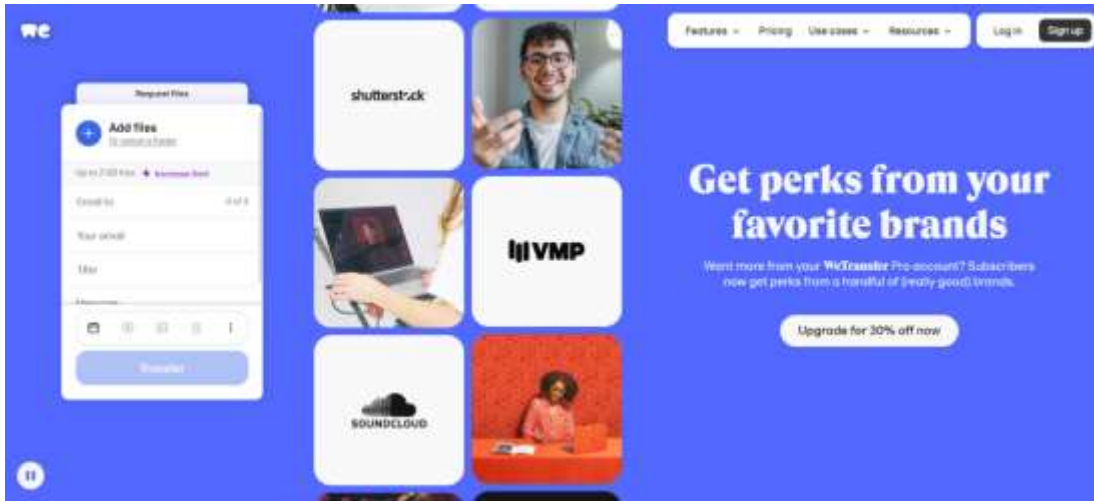
- استخدام الطائرات بدون طيار:
- تُستخدم الطائرات بدون طيار لتقديم زوايا جديدة وجذابة ، كما أن الشركات التي تستخدم الطائرات بدون طيار لتصوير العقارات تحصل على صور فريدة تجذب العملاء.(٢٤)
- التصوير ثلاثي الأبعاد:
- هذه التكنولوجيا تُتيح للمستخدمين تجربة المنتجات بشكل واقعي فمواقع التجارة الإلكترونية تستخدم التصوير ثلاثي الأبعاد للسماح للمستخدمين بتفحص المنتجات من زوايا متعددة.(٢٥)

أدوات وأجهزة

- الكاميرات الاحترافية:
- الكاميرات مثل Canon و Nikon تُساعد في إنتاج صور عالية الجودة .المصورون المحترفون يستخدمون هذه الكاميرات لضمان تقديم محتوى بصري جذاب.(٢٦)
- برامج التحرير:
- برامج مثل Photoshop و Lightroom تُستخدم لتحسين جودة الصور، تحرير الصور في Photoshop يساعد المصممين في تحسين التفاصيل وإضفاء لمسات جمالية.(٢٧)

الصور والتفاعل

- الصور التفاعلية:
- الصور التفاعلية هي تقنية تُستخدم لتمكين المستخدمين من التفاعل مع المحتوى المرئي بشكل أكثر انخراطاً. بدلاً من أن تكون الصور مجرد عناصر ثابتة، تتيح الصور التفاعلية للمستخدمين التفاعل معها بشكل مباشر من خلال النقر أو التمرير أو التفاعل مع العناصر المدمجة فيها. هذه الصور غالباً ما تستخدم في المواقع التي ترغب في تقديم تجربة مستخدم غنية وتفاعلية، مثل مواقع التجارة الإلكترونية أو التطبيقات التعليمية.
- مثال: موقع WeTransfer هو مثال على استخدام الصور التفاعلية لزيادة تفاعل المستخدمين. يقدم الموقع واجهة بسيطة ولكنها تفاعلية، حيث تكون الصور جزءاً من تجربة الاستخدام وسهولة نقل الملفات شكل (١٥).



شكل (15) يحتوي علي صورة رئيسية لموقع WeTransfer

- أهمية الصور التفاعلية:
 - زيادة المشاركة: تساهم الصور التفاعلية في جذب انتباه المستخدمين وتحفيزهم على قضاء وقت أطول في الموقع.
 - التفاعل الحي مع المحتوى: من خلال توفير تجربة تفاعلية، يمكن للمستخدمين استكشاف المنتجات أو الخدمات بشكل أفضل، مما يزيد من احتمالية اتخاذ قرار الشراء أو الاشتراك.
 - تجربة مخصصة: يمكن للصور التفاعلية أن تقدم تجربة فريدة وشخصية لكل مستخدم بناءً على تفاعلاته. (٢٨)
- تحليل البيانات:
 - استخدام أدوات مثل Google Analytics لمراقبة كيفية تفاعل الزوار مع الصور ، المواقع التي تحلل البيانات حول تفاعل المستخدمين مع الصور تستطيع تحسين استراتيجياتها البصرية. (٢٩)
- مستقبل الصور في تصميم الويب
- الذكاء الاصطناعي: (AI)
 - الذكاء الاصطناعي (AI) أصبح أداة قوية في تحسين جودة الصور وإنشاء محتوى بصري جديد. هناك العديد من التطبيقات التي تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي لتعديل الصور تلقائياً، تحسين الألوان، إزالة العيوب، أو حتى إنشاء صور من الصفر بناءً على مدخلات المستخدم أمثلة :
 - تحسين الصور: التطبيقات مثل Adobe Sensei تستخدم الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة الصور عبر تحسين الإضاءة، إزالة الضوضاء (noise) وضبط الألوان تلقائياً.
 - توليد الصور: أدوات مثل Midjourney تستطيع إنشاء صور جديدة تماماً بناءً على الأوصاف النصية التي يقدمها المستخدم، مما يوفر وسيلة فعالة وسريعة لإنشاء محتوى بصري مميز.
- الواقع المعزز Augmented Reality
 - هو تقنية تتيح دمج العناصر الافتراضية (مثل الصور أو الأجسام) في البيئة الحقيقية للمستخدم. من خلال كاميرات الهواتف الذكية أو الأجهزة المخصصة، يتمكن المستخدمون من رؤية وتمييز العناصر الافتراضية وكأنها جزء من الواقع، مما يوفر تجربة غامرة وتفاعلية.
 - مثال : تطبيق IKEA Place هو واحد من أبرز الأمثلة على استخدام الواقع المعزز في تجربة التسوق. من خلال هذا التطبيق، يمكن للمستخدمين وضع صور افتراضية للأثاث في منازلهم لمعرفة كيف ستبدو

المنتجات في البيئة الحقيقية قبل شرائها. هذه التقنية تساعد المستخدمين في اتخاذ قرارات مدروسة حول المنتجات وتقلل من المخاطر المحتملة للاختيار الخاطئ. (٣٠)

النتائج:

١. أظهرت الدراسة أن استخدام الصور بجودة عالية يعزز من تفاعل المستخدمين مع المحتوى ويزيد من احتمالية اتخاذ قرارات الشراء أو الاشتراك.
٢. تبين أن الصور الأصلية تساهم بشكل كبير في تعزيز الهوية البصرية للعلامة التجارية، مما يزيد من ثقة المستخدمين ويعزز من ارتباطهم بالموقع.
٣. تعدد أنواع الصور المستخدمة في المواقع الإلكترونية، مثل صور المنتجات والخلفيات والصور التوضيحية، يساهم في تحسين تجربة المستخدم وزيادة الفهم البصري للمحتوى.
٤. النتائج أوضحت أن الالتزام بقواعد التصوير الأساسية مثل التكوين المتوازن والإضاءة المناسبة يساهم في تقديم صور عالية الجودة وجذابة للمستخدم.
٥. استخدام الصور الأصلية المصممة خصيصاً يعزز من شعور المستخدمين بالثقة والاحترافية، مما يؤثر بشكل إيجابي على تجربتهم مع الموقع.
٦. أبرزت الدراسة تحديات مثل مشكلات حقوق النشر وتأثير حجم الصور على سرعة تحميل الموقع، وهما عاملان يؤثران على تجربة المستخدم.
٧. الذكاء الاصطناعي وتقنيات الواقع المعزز يوفران أدوات مبتكرة لتحسين جودة الصور والتفاعل معها بشكل يثري تجربة المستخدم.

التوصيات:

١. ضرورة استخدام صور أصلية تعكس هوية العلامة التجارية وتعزز من مصداقيتها، بدلاً من الاعتماد المفرط على الصور الجاهزة.
٢. من المهم استخدام برامج تحرير مثل Adobe Photoshop و Lightroom لتحسين جاذبية الصور من خلال تحسين الإضاءة والألوان.
٣. لضمان تجربة مستخدم أفضل، يجب ضغط الصور باستخدام أدوات متخصصة لتقليل حجمها دون التأثير على جودتها، مما يساهم في تحسين سرعة تحميل الموقع.
٤. ينبغي تحسين النصوص البديلة للصور لتعزيز ظهور الموقع في نتائج البحث وزيادة حركة المرور عليه من خلال تحسين محركات البحث (SEO).
٥. ينصح باستخدام تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز لتحسين التفاعل مع الصور وتقديم تجربة مستخدم مبتكرة.
٦. من الضروري تحليل بيانات تفاعل المستخدمين مع الصور بشكل دوري باستخدام أدوات مثل Google Analytics لتحديد الأنماط وتحسين الأداء البصري.
٧. يجب مراعاة الفروقات الثقافية عند اختيار الصور، لضمان التفاعل الإيجابي من الجمهور المستهدف في مختلف المناطق الجغرافية.

المراجع:

1. Smith, J. (2022). The Role of Images in Web Design. Web Design Journal, 45(3), 123-130.
2. Johnson, L. (2021). Brand Identity and Visuals. Marketing Today, 12(5), 210-215.

INTERNATIONAL JOURNAL OF
DESIGN AND FASHION STUDIES

Print ISSN
2735-5357

VOLUME 7, ISSUE 1, 2024, 1 – 18.

Online ISSN
2735-5365

3. Brown, T. (2023). Types of Images Used in Web Design. *Journal of Graphic Design*, 34(2), 50-65.
4. White, R. (2020). Photography Rules for Effective Web Design. *Design Review*, 15(4), 45-50.
5. Davis, M. (2019). User Engagement and Image Quality. *International Journal of Digital Marketing*, 7(1), 67-72.
6. Wilson, K. (2022). Stock Photos vs. Custom Photography. *Visual Communication Journal*, 18(6), 200-205.
7. Garcia, E. (2023). Enhancing User Experience with Photography. *UX Magazine*, 27(3), 100-110.
8. Lee, A. (2020). Visual Learning and User Engagement. *Educational Technology Journal*, 12(2), 80-85.
9. Miller, P. (2021). Challenges in Image Usage for Web Design. *Web Development Trends*, 29(4), 150-155.
10. Nguyen, H. (2022). Modern Photography Techniques. *Photography Today*, 14(3), 75-80.
11. Roberts, S. (2023). Case Studies of Effective Web Photography. *Journal of Case Studies in Marketing*, 9(1), 45-60.
12. Turner, J. (2021). Statistics on Image Impact in Marketing. *Marketing Research Journal*, 10(2), 25-30.
13. Evans, R. (2020). Common Mistakes in Image Usage. *Digital Design Review*, 16(4), 70-75.
14. Stewart, N. (2022). SEO and Images: Best Practices. *Journal of Search Engine Optimization*, 8(2), 35-40.
15. Khan, Z. (2021). Image Optimization for Web Performance. *Web Performance Journal*, 22(3), 55-60.
16. Harris, L. (2020). Enhancing Image Quality with Editing Tools. *Graphic Editing Journal*, 19(5), 90-95.
17. Chavez, M. (2023). Original vs. Stock Images in Branding. *Branding Insights Journal*, 11(1), 60-65.
18. Knight, C. (2022). The Psychological Impact of Original Photography. *Journal of Consumer Behavior*, 17(2), 110-115.
19. Bennett, T. (2021). Visual Marketing Success Stories. *Journal of Marketing Strategy*, 15(4), 45-50.
20. Jackson, R. (2020). Cultural Impacts on Visual Design. *Cultural Studies Journal*, 12(3), 30-35.

INTERNATIONAL JOURNAL OF
DESIGN AND FASHION STUDIES

Print ISSN
2735-5357

VOLUME 7, ISSUE 1, 2024, 1 – 18.

Online ISSN
2735-5365

-
- 21.Thompson, J. (2021). Innovative Photography Techniques. *Journal of Emerging Technologies*, 9(1), 75-80.
 - 22.Green, H. (2022). Interactive Images and User Engagement. *Journal of Interactive Media*, 14(2), 50-55.
 - 23.Liu, Y. (2021). Future Trends in Web Design Photography. *Future of Design Journal*, 10(4), 100-105.
 - 24.Morris, B. (2022). Drones and New Perspectives in Photography. *Aerial Photography Journal*, 8(3), 40-45.
 - 25.Anderson, K. (2023). 3D Photography in E-commerce. *Journal of E-commerce Innovations*, 13(1), 80-85.
 - 26.Reed, P. (2021). Professional Cameras for Web Photography. *Camera Review Journal*, 7(2), 55-60.
 - 27.Baker, E. (2020). Editing Software for Photographers. *Digital Editing Journal*, 19(1), 90-95.
 - 28.Foster, G. (2022). User Interaction with Visual Content. *User Experience Journal*, 10(3), 45-50.
 - 29.Parker, T. (2021). Data Analysis in Visual Design. *Data Analysis Journal*, 14(2), 30-35.
 - 30.Scott, V. (2023). Augmented Reality in Retail. *Journal of Retail Innovations*, 9(1), 60-65.