

الدراسات

نحو معايير موضوعية 

لتقييم مواقع النashرين على الإنترنت

أدلة ومحركات البحث على الإنترنت 

وبروتوكولات استرجاع المعلومات في "الويب"

الدوريات الأكاديمية بجامعة الفيوم وبني سويف : 

دراسة تقويمية

تالسمدا و تالسا



کتابخانه و مرکز اسناد

تالسمدا و تالسا



کتابخانه و مرکز اسناد

تالسمدا و تالسا



کتابخانه و مرکز اسناد

تالسمدا و تالسا

نحو معايير موضوعية لتقييم مواقع النashرين على الإنترنت

د.محمود عبد الكرم الجندى

قسم المكتبات

كلية الآداب - جامعة المنوفية

Elgendy100@hotmail.com

د.هاشم فرحات سيد

قسم المكتبات والمعلومات

كلية الآداب - جامعة القاهرة

hsayed @ksu.edu.sa

أولاً : المقدمة :

منذ نشأة شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" وانطلاقها فى بداية التسعينيات من القرن الماضى ، وهى تزدهم بأعداد لا حصر لها من المواقع التى تتناول كل أمور الحياة؛ سواء الأقصى منها أو الأدنى (حيث نلاحظ وجود مواقع علمية وأخرى دينية ومواقع تعليمية وأخرى ترفيهية ومواقع خدمية وغيرها الكثير) ، كما أن معدل زيادة هذه المواقع على الإنترنت يزداد بشكل سريع جداً ، أما من حيث الاستخدام فلم يعد استخدام الإنترنت مقتصرأ على فئة دون غيرها من أى مجتمع ، بل أصبحت متاحة لكل من يملك إمكانيات الولوج إليها، بصرف النظر عن النوع أو المستوى التعليمى أو الثقافى أو الموقع الجغرافى ... الخ ، وقد أدى هذا الأمر إلى تشجيع كثير من مؤسسات الخدمات إلى استخدام شبكة الإنترنت كأداة سريعة - تربط بين أرجاء العالم - فى تقديم خدمات مستحدثة للمستخدمين بشكل أسرع وربما أشمل عما كان يقدم من قبل فى الخدمات التقليدية .

وأمام هذا الفيض المتنامى من المواقع يجد المستخدم نفسه عاجزاً عن معرفة أى المواقع أفضل له فى تلبية احتياجاته المعلوماتية ؟ ولماذا ؟ ، لذا فإنه يستغرق كثيراً من الوقت والجهد والمحاولة والخطأ إلى أن يصل إلى مبتغاه دون قواعد محددة يسلكها فى كل مرة ، وربما هذا الأمر يكون مقبولا للمستخدم العام الذى تتغير اهتماماته واحتياجاته والمواقع التى ينشدها فى كل مرة ، أما المستخدم المتخصص فإنه فى أشد الحاجة لأداة تضم معايير ومواصفات محددة يمكن من خلال تطبيقها على مواقع الإنترنت المتخصصة فى مجاله العلمى أن يتعرف على المواقع الأكثر إفادة ومصداقية بالنسبة لمجاله العلمى أو المهنى ، بحيث يمكن حفظها والاستفادة الدائمة منها .

وبالنظر لمؤسسات صناعة النشر - وخاصة صناعة ونشر الكتاب - على المستوى العالمى أو على المستوى العربى نجد أنها واكبت المؤسسات الخدمية الأخرى فى إنشاء مواقع على شبكة الإنترنت ، تهدف من خلالها إلى استثمار مقومات الشبكة المختلفة فى تحسين أداء خدماتها التقليدية ، أو فى استحداث خدمات جديدة تدور فى فلك التقنيات الحديثة ، مما يساعد هذه المؤسسات على تحقيق أهدافها المتمثلة فى صناعة الكتاب والترويج له وتوزيعه وبيعه من خلال الإنترنت ، وليس الأمر كذلك فحسب ، بل ظهرت فئة جديدة من المواقع التى تقدم خدمات شبيهة بالخدمات التى يقدمها الناشر ، بل تكفل بجميع تلك الخدمات تقريبا ، وهى مواقع بيع الكتب "ماتاجر الكتب" ، هذه المتاجر تستثمر إمكانيات شبكة الإنترنت فى العرض والتسويق والبيع الإلكتروني لإصدارات العديد من دور النشر بناء على اتفاق مسبق - بين هذه المتاجر ودور النشر - يحدد المعروض من الكتب وكيفية تقسيم عائد البيع .

ثانياً : مشكلة الدراسة :

يلحظ المتابع لشبكة الإنترنت أن هذه الشبكة وما يتاح عليها من مواقع يكاد ينمو نمواً يكاد يكون أساسياً ، كما تتسع مجالات وفئات هذه المواقع لتغطى جميع المجالات تقريباً ، ومن الظواهر اللافتة للنظر أن يتجه الناشر بقوة لاستثمار إمكانيات هذه الشبكة العالمية من خلال إنشاء مواقع لهم عليها من أجل توسعة مجالات استثماراتهم ، يلفت الانتباه كذلك ظهور فئات جديدة من الخدمات التى تتصل بسوق النشر متمثلة فى مواقع متاجر الكتب التى تكاد تلعب دور الوسيط بين الناشر والمستخدم ، من خلال تجميعها لمصادر المعلومات التى ينشرها أكثر من ناشر وعرضها وبيعها ، وقد حرصت بعض الجهات المهتمة بخدمة صناعة النشر على إنشاء مواقع أو أدلة تجمع أكبر قدر من هذه المواقع ^(١) ، كما حرصت جهات أخرى على إنشاء مواقع تجمع كل ما من شأنه خدمة هذه الصناعة من ناحية أخرى ^(٢) . غير أن التعامل مع تلك المواقع ، سواء مواقع الناشرين أو مواقع متاجر الكتب ، يلحظ أن بينها قدراً من التفاوت فى الإمكانيات والخدمات التى تقدمها ، ويمكن إرجاع ذلك إلى عدم وجود معايير محددة مسبقاً اعتمدت عليها تلك المواقع عند إنشائها .

(١) هناك عدة أدلة مواقع للناشرين ، من أهمها :

Publisher's Catalogues. Available At : <http://www.lights.com/publisher/>-

-Association of American Publishers. Available At : <http://www.lights.publishers.org/>

- مكتبات ودور نشر (يحصى ١٤٧ موقع لدور نشر) . متاح على الرابط التالى :

<http://www.heartsactinos.com/lab.htm>

-هامو (موقع يتوفر على حصر مواقع ٦٤ دار نشر) . متاح على الرابط التالى :

<http://www.lights.com/nav.php?ver=ar&cid=619>

(٢) من أهم المواقع التى تستخدم هذا الغرض ، الموقع التالى : www.bootwire.com الذى يتبناه الناشر الشهير بوكير .

وعلى الطرف الآخر ، تعيش أقسام التزويد أو بناء وتنمية المجموعات في المكتبات في الآونة الأخيرة ضغوطاً كثيرة في إنهاء إجراءاتها وخدماتها، وبخاصة ما يتصل بعدم قدرتها على متابعة سوق النشر لزيادة الإنتاج الفكري من ناحية ، وتشتته من ناحية أخرى ، وتنوع هذه المصادر وظهور فئات حديثة لم تكن مألوفة للمكتبيين من قبل ، وبخاصة المصادر الإلكترونية ، يضاف إلى ذلك كله الزيادة المستمرة في أعداد الناشرين ، وقد أدى ذلك إلى تعقد إجراءات الاختيار والشراء ، مما دعى المكتبات بالاتفاق مع الناشرين لطرح بدائل تبسط مثل هذه الإجراءات المطولة والمعقدة ، ويقدر ما قدمت هذه الإجراءات من مزايا ، كان لها بعض الجوانب السلبية - التي يخرج الحديث عنها عن سياق هذه الدراسة ، وفي ظل هذه العقبات والتحديات التي تحيط بالمكتبات ومؤسسات المعلومات ، وجدت في الإنترنت أداة جيدة وفعالة يمكن الاستعانة بها في تبسيط مثل تلك الإجراءات المعقدة وتوفيراً للجهد والتكاليف من ناحية ، وفي دعم عملية بناء وتنمية المجموعات^(٣) ، وبخاصة ما يتصل بعمليات الاختيار والتزويد من خلال مواقع الناشرين ومتاجر الكتب الموجودة على الإنترنت^(٤) .

وبحكم ارتباط موضوع الدراسة بهذين الطرفين : الناشر والمستفيد - مثلاً في المكتبات بشكل خاص ، وبحكم عمل كل منهما بمعزل عن الآخر ، بالرغم مما ينبغي أن تكون عليه العلاقة بينهما من قوة ، فإن مشكلة الدراسة تتخذ بعدين : يتصل أولهما بالطرف الأول (الناشر) ، ويتصل الثاني بالطرف الآخر (المكتبات) . فأما المشكلة التي تتصل بالناشر فتتمثل في عدم وجود معايير محددة مسبقاً يستند إليها الناشر عند رغبته في إنشاء مواقع لهم على الإنترنت بحيث تكون ملبية لاحتياجات المستفيدين المستهدفين وبخاصة المكتبات . أما المشكلة المتصلة بالطرف الثاني (المكتبات) ، فتتمثل في كثرة هذه المواقع وتعددتها ووجود تفاوت بينها فيما تقدم من خدمات ، وحاجة المكتبات الملحة للإفادة منها واستخدامها في عمليات الاختيار والتزويد ، ومع ذلك لا تتوافر معايير محددة يحكم إليها المكتبيون في الحكم على فعالية المواقع ومن ثم اختيارها للتعامل معها في إنهاء كثير من الإجراءات المرتبطة بعمليات الاختيار والتزويد .

ثالثاً : تساؤلات الدراسة :

تسعى الدراسة للإجابة على سؤال أساسي هو : ما المواصفات والإمكانات والخدمات التي ينبغي أن تتوافر في مواقع الناشرين حتى تأتي ملبية لحاجات المستفيد بشكل عام والمكتبات بشكل خاص .

(3) Johnson, Peggy. Fundamentals of collection development and management. Chicago: American Library Association, 2004. p.105-107.

(4) Miccioli, Gloria . Using the Internet as a Selection Tool - Amazon.com and Beyond. Available At : [http : //www. illrx.com/features/selection.htm](http://www.illrx.com/features/selection.htm)

رابعاً : أهداف الدراسة :

فى ضوء العرض السابق لمشكلة الدراسة وتساؤلاتها فإنها تهدف فى المقام الأول إلى وضع معايير (أسس) يمكن الاعتماد عليها من قبل الطرفين الأساسيين المرتبطين بموضوع الدراسة ، كل فيما يخصه ، وذلك على النحو التالى :

- يمكن للناشرين وموزعى الكتب الإعتماد عليها والإفادة منها عند رغبتهم فى إنشاء وتطوير مواقع لهم على الإنترنت .

- ويمكن للمكتبات ممثلة فى أقسام بناء وتنمية المجموعات الإفادة منها والإعتماد عليها عند اختيار المواقع التى يمكن أن تفيد منها فى هذا الصدد .

خامساً : أهمية الدراسة :

ترجع أهمية الدراسة إلى أن هناك توجهاً واضحاً وقوياً من قبل الناشرين لإتاحة مواقع لهم على الإنترنت - بل لظهور فئات جديدة من موزعى الكتب ومن فى حكمهم تعرف بمتاجر الكتب ، هناك على الطرف الآخر حاجة ملحة تدفع المكتبات للإعتماد على هذه المواقع فى إجراءات اختيار مجموعات والحصول عليها ، ومع ذلك لا يزال المجال يفتقر للأداة المعيارية التى يمكن لهذين الطرفين الإعتماد عليها عند توجه أى منهما للتواصل مع الطرف الآخر والإفادة من خدماته والحكم على أدائه وتلبية حاجاته .

سادساً : منهجية الدراسة ومراحلها البحثية :

فرضت طبيعة الدراسة وأهدافها أن تتوصل بالمنهج المسحى^(٥) فى التعرف على ظروف وحاجات الأطراف المرتبطة بالظاهرة محل الدراسة، ثم تحديد هذه الظروف والحاجات ليتم اتخاذها أساساً لاستنباط المعايير المنشودة . وبناء على ذلك مروت الدراسة لإنجاز هذا الهدف بعدة مراحل يمكن إيجازها فى المراحل التالية :

- المرحلة الأولى : استنباط المعايير وتحديددها وفق منهجية معينة .

- المرحلة الثانية : تصنيف المعايير وفق فئاتها الموضوعية .

- المرحلة الثالثة : وضع قائمة مراجعة للمعايير .

- المرحلة الرابعة : تصميم أداة لتقييم المواقع بناء على قائمة المراجعة .

(٥) عبد الباسط محمد حسن (١٩٩٠) . أصول البحث الاجتماعى . ط ١ . القاهرة : مكتبة وهبة .

سابعاً : معايير تقييم المواقع فى جهود البحث العلمى :

قضية معايير تقييم مواقع الناشرين - موضوع هذه الدراسة - قضية متعددة الجوانب مما ينعكس على طبيعة معالجتها ؛ حيث يدخل فى إطارها أربعة جوانب متداخلة ، هى : التقييم ، ومعايير التقييم ، ومواقع الإنترنت ، ومواقع الناشرين . وعملية التقييم تعد من أهم العمليات الإدارية التى تهدف بشكل عام إلى قياس الأداء واستكشاف جوانب القوة ونقاط الضعف فى أى نظام أو نشاط أو عملية أو إجراء ، ولا يكاد يخلو أى مجال من مجالات المعرفة على اختلاف تخصصاتها من الجهود العلمية والنتائج الفكرية الذى يدور حول هذا الموضوع من حيث طبيعته وأهدافه وأدواته ومعايير وأساليبه ، ويمكن تلخيص ذلك فى أدوات الضبط البيولوجى الخاصة بتلك المجالات . أما معايير التقييم فعادة ما ترتبط بالمجال الذى يتم فيه التقييم ، وبطبيعة النشاط الذى يتم تقييمه ، وبالمهدف من التقييم . وبرغم القواسم المشتركة التى لا يمكن تجاهلها بين الجهود العلمية حول التقييم ، إلا أننا فى هذا السياق أمام غمط جديد من التقييم فرضته ظروف الموقف الذى يتم فيه التقييم وطبيعة النشاط أو العمل الذى يتم إخضاعه للتقييم ، وهو فى هذا السياق "مواقع الإنترنت" ، ليس هذا فحسب ، بل نحن أمام نوع محدد من هذه المواقع له خصائصه وأهدافه التى تتصل به وحده لا يغيره من المواقع ، ألا وهو "مواقع الناشرين" . ومن خلال تتبع مصادر بحث الإنتاج الفكرى للتعرف على الجهود التى تمت فى هذا السياق ^(٦) ، لفت انتباه الباحثين ظاهرة غريبة ، وهى كثرة الجهود التى تتناول معايير تقييم مواقع الإنترنت - وما يدخل فى حكمها من صفحات ومصادر الويب - بشكل عام ، دون الاهتمام الواضح بمعايير تقييم المواقع المتخصصة ، كما هو الحال بالنسبة لبعض المواقع الصحية ^(٧) . وقد تزامن ظهور هذه الجهود مع زيادة انتشار المواقع على الإنترنت وتزايد اتجاهات إنشائها ، وقد بدا ذلك واضحاً وبشكل مكثف مع مطلع النصف الثانى من تسعينيات القرن العشرين ، وما لفت الانتباه تجاه هذه الظاهرة ويزيد من غرابتها كذلك ألا تقدم هذه الجهود فى أنماط بحثية مقننة ، ولا تجد طريقها للمستفيد عبر منافذ النشر المألوفة ، وإنما تقدم عادة فى شكل إرشادات وتوجيهات تنشر على صفحات الإنترنت نفسها وعبر منافذها المختلفة وبخاصة عبر مواقع المؤسسات التعليمية ، ومن الملاحظ كذلك أن معظم هذه الجهود عادة ما تأتى فى سياق أنشطة المكتبيين واختصاصى المعلومات فى تقديم الخدمات المرجعية والإرشادية التى تهدف فى مجملها إلى تهيئة جميع

(٦) قام الباحثان بإجراء البحث الراجع للإنتاج الفكرى عن هذه القضية فى كثير من قواعد البيانات المتاحة على الخط المباشر ، وهى قواعد البيانات البيولوجرافية ERIC ، LISA ، وقواعد البيانات النصية : CSA ، EBSCO ، INFOTRAC ، وفى محركات البحث التالية :

AltaVista ، و Infoseek ، و Google ، و Vivismo ومحرك البحث المتخصص
Consumer Health Websites evaluation checklist. Available at : (7)
[http://www.infopeople.org/training/past/2004/consumer/Evaluation Checklist. pdf](http://www.infopeople.org/training/past/2004/consumer/Evaluation%20Checklist.pdf)

السبل للمستفيدين للإفادة المعلومات ومصادرها ، ولعل ما يؤكد ذلك أن هذه الجهود عادة ما تنشر عبر مواقع المكتبات ، وبخاصة المكتبات الجامعية ، ومن أبرز الجهود التي يمكن الإشارة إليها في هذا الصدد :

المعايير التي اقترحتها سوزان ديك^(٨) ، وسارا بيرنز من مكتبة جامعة بيس^(٩) ، جهود مكتبات أولين ويوريس^(١٠) Olin and Uris جامعة كورنيل^(١١) ، ومكتبات جامعة أواكتون^(١٢) ، وجهود جامعة كاليفورنيا^(١٣) ، وقد دفعت كثرة تلك الجهود وتنوعها إلى حصرها والتعريف بها في بعض المواقع الببليوجرافية المتاحة على الإنترنت Webliographies والمخصصة لهذا الغرض^(١٤) (١٣) (١٤) .

ومن خلال تتبع تلك الجهود ، أمكن رصد مجموعة من المعايير العامة التي تكاد تلتقي عندها رؤى الغالبية العظمى من المجتهدين في هذا الصدد ، وإن كانت المعايير الخمسة الأولى هي التي تحظى بالاتفاق الكامل لوجهات نظر هؤلاء . وتمثل هذه المعايير في :

- ١ . المسؤولية authority
- ٢ . مجال التغطية أو المحتوى coverage or content
- ٣ . الموضوعية objectivity or reliability
- ٤ . الدقة accuracy
- ٥ . الحداثة currency
- ٦ . الهدف purpose
- ٧ . التصميم أو البنية الفنية design or architecture

(8) Susan Beck. The Good, The Bad & The Ugly : or, Why It's a Good Idea to Evaluate Web Sources Evaluation Criteria Available at : <http://lib.nmsu.edu/instruction/evalcrit.html>

(9) Web Site Evaluation Worksheet. available at : <http://www.pace.edu/library/instruct/sburns/>

(10) Evaluating Web Sites : Criteria and Tools. available at : <http://www.library.cornell.edu/olinuris/ref/research/webeval.html>

(11) Five Criteria for Evaluation The Web. available at : <http://www.library.cornell.edu/olinuris/ref/research/webcrait.html>

(12) CRITICAL EVALUATION OF RESOURCES. available at : : <http://www.lib.berkeley.edu/comments>

(13) Evaluation of information sources. available at : <http://www.lib.vt.edu/help/instruct/evaluate/evaluating.html>

(14) Bibliography on evaluating web information. available at : <http://www.lib.vt.edu/help/instruct/evaluate/evalbiblio.html>

٨. الأداء performance

٩. إمكانيات الوصول access

وقد انعكست هذه الظاهرة على جهود البحث العربية لتقييم مواقع الإنترنت المتخصصة ؛ حيث يلاحظ أن معظم تلك الجهود -وعلى قلتها- لم تحفل بمحاولة استنباط معايير تتفق وطبيعة المواقع التي تقيمها، وإنما اتجهت عند تقييمها للمواقع إلى تطبيق المعايير العامة التي أسفرت عنها الجهود السابقة والتي أشير إليها في السطور السابقة ، ومن الدراسات العربية التي اتجهت لتقييم المواقع المتخصصة : دراسة سيدة ماجد وحسناء محجوب لتقييم مواقع المكتبات الإسلامية (١٥) ، وسعد الهجرسي لتقييم مواقع الثقافة العربية (١٦) ، ونهى بهاء الدين لتقييم موقع الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات والجمعيات المهنية العربية المتخصصة في مجال المكتبات والمعلومات (١٧) ، وعماد عيسى في تقييمه لموقع مكتبة الإسكندرية (١٨) .

وفضلاً عن قلة جهود البحث العلمي بشكل عام والعربية بشكل خاص حول قضية معايير تقييم مواقع الإنترنت ، فلعله يتضح من العرض السابق أن جبهة البحث حول معايير تقييم مواقع الإنترنت المتخصصة لا تزال في حاجة لما يثريها بالجدل العلمي الذي يهدف للوصول إلى نتائج قد تقضى إلى تعميمات يمكن الخروج منها بمعايير واقعية يمكن الاعتماد عليها بأكثر قدر من الاطمئنان عند تقييم هذه الفئة من المواقع ، من أجل تطويرها وتحسين أداؤها ، وهو ما تطمح إليه الدراسة الحالية .

ثامناً : نتائج الدراسة :

نعرض في الفقرات التالية لأهم ما انتهت إليه الدراسة :

أ- أسس ومنهجية استنباط المعايير :

تبين لنا في الفقرة السابقة أن ثمة ضعفاً واضحاً يكاد يصل لحد الندرة في جهود معايير تقييم المواقع المتخصصة ، هذا في الوقت الذي انصرفت فيه الجهود نحو المعايير العامة للتقييم . وعند محاولة تفسير هذه الظاهرة لم نجد أمامنا سوى سببين أساسيين ، يتمثل أولهما في القناعة بوجود قواسم مشتركة قوية بين المواقع

(١٥) سيدة ماجد ، حسناء محجوب . مواقع المكتبات الإسلامية على الإنترنت : دراسة تقييمية . مجلة المكتبات والمعلومات العربية . ص ٤٩-٦٤ ، ٢١ ع ٤ (أكتوبر ٢٠٠١) .

(١٦) سعد محمد الهجرسي . مواقع الإنترنت والثقافة العربية . دراسات عربية في المكتبات والمعلومات . مج ٧ ، ٢٠٠٢ (مايو ٢٠٠٢) ، ص ٩-٣٦ .

(١٧) نهى محمد بهاء الدين . الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم) والجمعيات المهنية العربية على الإنترنت : دراسة تقييمية . Cybrarians journal . ع ٤ (مارس ٢٠٠٥) . - تاريخ الاثارة ١/٦/٢٠٠٥ - متاح في : www.cybrarians.info/journal/no4/assweb.htm

(١٨) عماد عيسى صالح . موقع مكتبة الإسكندرية على الإنترنت : النشوء والارتقاء . مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات . ع ١٩ (يناير ٢٠٠٣) .

فى كثير من العناصر الأساسية التى ينبغى مراعاتها عند تصميم المواقع ، ويتمثل ثانيهما فى الطبيعة التخصصية المتنوعة بتنوع التخصصات وتعدد مجالات الاهتمام ومن ثم تنوع وتعدد المواقع المتخصصة بحيث يكون من الصعوبة بمكان حصر وتحديد المعايير النوعية المتصلة بكل تخصص أو مجال على حدة ، ومن ثم تترك مسئولية تقييمها لمن سيقوم بالتقييم والذي عادة يكون أحد المتخصصين أو على الأقل أحد المهتمين بالمجال الذى يتخصص فيه الموقع .

ولقد كان لهذه الظاهرة انعكاساتها على الدراسة الحالية، حيث فرضت على الباحثين القيام بمحاولة استنباط المعايير الخاصة بتقييم تلك الفئة من المواقع محل الدراسة ، والتي يمكن تحديد الخطوات التى مرت بها على النحو التالى : [مع ملاحظة أن ذلك لا يعنى عدم الإفادة من تلك الجهود ، بل تم الرجوع إليها جميعاً ، والتعرف على تلك المعايير العامة وتقييم درجة وإمكانية الإفادة منها فى هذا الصدد ، ومحاولة التثبت من مدى مراعاة مواقع الناشرين الأجانب والعرب لتلك المعايير العامة].

المرحلة الأولى : مراجعة الجهود السابقة حول معايير تقييم مواقع الإنترنت ، والتعرف على فحوى المعايير المقترحة والهدف الكامن وراء كل منها .

المرحلة الثانية : تصفح مواقع كثير من الناشرين الأجانب والعرب للتعرف على مدى تطبيقها للمواصفات والقواعد العامة الخاصة بتصميم المواقع . وفى هذه المرحلة أمكن استخلاص كثيراً مما ينبغى على المواقع أن توفره من معايير .

المرحلة الثالثة : دراسة احتياجات الطرفين الأساسيين المرتبطين بموضوع الدراسة (الناشر ، والمستفيد بشكل عام ، والمكتبات بشكل خاص) . وفى هذه المرحلة يمكن القول أن صناعة النشر عبارة عن معادلة تتكون من طرفين أساسيين ، الطرف الأول يمثل الناشر بكل حلقاته المختلفة ^(١٩) حتى يتم إنتاج المنتج النهائى لهذه الصناعة وهو الكتاب أو المجلة أو أى مصدر آخر من مصادر المعلومات ، أما الطرف الآخر للمعادلة فيمثل المستفيد النهائى والذي من أجله وجدت هذه الصناعة ويتمثل فى المستفيدين من الأفراد على اختلاف ميولهم القرائية والمكتبات بكافة أشكالها وأحجامها وتخصصاتها .

وما لاشك فيه أن كل طرف من أطراف المعادلة السابقة له احتياجات محددة ، فالناشر الذى يدير حلقات النشر برمتها حتى يصل إلى المنتج النهائى (مصدر المعلومات) بصرف النظر عن مضمونه أو محتواه أو شكله المادى أو مدى قيمته العلمية وقيمة من توفر على تأليفه ، يحتاج إلى توزيع وبيع هذا المنتج بالشكل الذى

(١٩) شعبان عبد العزيز خليفة . النشر الحديث ومؤسساته . - الإسكندرية : دار الثقافة العلمية ، ١٩٩٨ .

يحقق له هامش ربح مجزى يساعده على الاستمرارية في هذا النشاط إلى جانب كسب قوت يومه، حيث أن صناعة النشر صناعة اقتصادية في المقام الأول إلى جانب تأثيراتها الثقافية والاجتماعية التي تصب في صالح المجتمع، ومن المعروف أن الناشر يسلك طرقاً متعددة حيال ترويج بضاعته بالشكل الذي يكفل إيصالها بسرعة من خلال مجموعة الموزعين داخل الدولة أو خارجها، إلى جانب الاشتراك في المعارض المحلية والإقليمية والدولية التي تعقد لعرض الكتاب وتسويقه، هذا إلى جانب عمل الفهارس والإعلانات والدعاية وتقديم التسهيلات المختلفة لتحفيز المستفيد النهائي على الشراء، كل هذه الأمور تستنفد كثيراً من جهد ووقت وأموال الناشر قد تنعكس سلباً في أحيان كثيرة على المستفيد النهائي، إذا قام الناشر بإضافة كل نفقاته على المنتج النهائي مما يؤدي إلى ارتفاع أسعار مصادر المعلومات.

أما بالنسبة للمستفيد فإن احتياجاته من الناشر تتمثل في رغبته التعرف على ما ينتجه من مصادر المعلومات فور صدورها ومدى مناسبتها له وإمكانية شرائها بسعر يتناسب مع إمكانياته المادية، وعلى أرض الواقع فإن المستفيد كان يتلمس معرفة ما يصدره الناشر من خلال الاطلاع على فهارس الناشرين ومتابعة إعلانات الكتب أو متابعة نقدها وعروضها في الصحف والدوريات أو من خلال الأدوات القياسية (٢٠) ... الخ، كما كان يقصد معارض الكتب ومقار دور النشر للحصول على ما يناسبه من مصادر المعلومات، ويضاف إلى ما سبق أن المكتبات ومراكز المعلومات كانت تستنفد كثيراً من الوقت والجهد في المراسلات، وبما لاشك فيه أن المستفيد كان ينفق كثيراً من الأموال ويتجشم كثيراً من العناء في سبيل مبتغاه.

ولقد فرضت الإنترنت - وما صاحبها من شيوع ظاهرة التجارة الإلكترونية - على كافة مؤسسات المجتمع بما فيها مؤسسات صناعة النشر أن تطور من أدائها وأن تنشئ مواقع لها تصل من خلالها للمستفيد النهائي - أينما وجد بصرف النظر عن موقعه الجغرافي أو مستواه الثقافي - وأن تقدم من خلاله كافة الخدمات التقليدية إلى جانب الخدمات الجديدة التي فرضتها البيئة الإلكترونية، كما أن المستفيد من المكتبات قد وجد ضالته في هذه المواقع حيث تتيح له الإحاطة علماً بما يصدر من مصادر معلومات، وأن يتعرف عليها من حيث الشكل المادى والمحتوى الموضوعى ومدى قيمتها العلمية من خلال المتاح عنها من بيانات بليوجرافية وما يكتب عنها من عروض ومراجعات، كما يمكنه أيضاً الشراء المباشر والدفع الإلكتروني من خلال هذه المواقع.

وفي الآونة الأخيرة ظهرت في فضاء الإنترنت على المستوى العالمى العديد من المواقع التي تتعلق بصناعة النشر وتوزيع الكتاب، أما على المستوى العربى فبدأت تظهر المواقع التي تتعلق بهذه الصناعة على استحياء مع نهاية القرن الماضى ثم ما لبثت أن تزداد بشكل مطرد وتأخذ شكل الظاهرة مما يستلزم أن توضع

(٢٠) شعبان عبد العزيز خليفة . تزويد المكتبات بالمطبوعات . - القاهرة : دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ١٩٨٠ .

بشأنها أداة تضم عناصر مختلفة لتقييم هذه المواقع يحتكم إليها كل من الناشر والمستفيد للحكم على أهمية وأفضلية الموقع من عدمه.

ب - التصنيف الموضوعي للمعايير المقترحة :

١ - الفئات الموضوعية للمعايير المقترحة :

بعد التعرف على الحاجات الأساسية للطرفين - الناشر والمستفيد - وتحديد المعايير التي يمكن أن تغطي هذه الحاجات، وقد تبين أنها وصلت إلى خمسين معياراً، تم تصنيفها في عدة فئات موضوعية عريضة تغطي كل منها جزئية محددة من جزئيات بناء هذه المواقع، وما يمكن أن تشتمل عليه من بيانات، بحيث تحقق الغرض الذي أنشئت من أجله هذه المواقع سواء بالنسبة للناشر أو للمستفيد أو لصناعة النشر بشكل عام. ونُعرف في الفقرات التالية بهذه الفئات التسعة، وما ينبغي أن تتضمن من معايير، والهدف الذي تتطلع لتحقيقه.

الفئة الأولى : البيانات الأساسية لمواقع الناشرين ومتاجر الكتب :

يحدد كثير من المستفيدين المتخصصين عند الولوج للإنترنت أن يعرفوا مبدئياً على السمات الأساسية للمواقع التي يبحثون بها، وتزداد هذه الرغبة في التعرف على سمات المواقع عندما يكون الموقع خاصاً بدار النشر أو بمتجر للكتب، نظراً لما تمثله هذه البيانات من خلفية ضرورية لتقرير مدى إمكانية التعامل مع هذه المواقع من عدمه.. ويقترح الباحثان مجموعة من المعايير تتعلق بالبيانات الأساسية التي يجب أن تتضمنها مواقع الناشرين باعتبارها الفئة الأولى من الناشرين، ومن أهم البيانات التي يجب توافرها في هذا الصدد، البيانات الخاصة باسم دار النشر، وتاريخ إنشائها، ومكان وجودها، وتخصصها، ونوعيتها، ثم تأتي بعد ذلك البيانات الخاصة بالموقع، ومن أهمها : عنوان الموقع ، ومدى وضوحه، وتاريخ إنشائه، ونوعيته والفئة التي يقع فيها من حيث علاقته بعملية البيع الإلكتروني، وأنواع مصادر المعلومات التي يتيحها إما للبيع أو العرض فقط ، ثم تأتي بعد ذلك عناوين الصفحات الفرعية الموجودة على الصفحة الرئيسية .

الفئة الثانية : معايير المعلومات الأساسية عن مصادر المعلومات المتاحة :

لا شك أن توافر المعلومات الكافية التي تكفل للمستفيد التعرف على مصادر المعلومات المتاحة في سوق النشر له أهميته الكبرى في مرحلتى الإحاطة بما يتوافر في سوق النشر ، واختيار ما يتفق منها باهتماماته. وتأخذ المعلومات التي يجب توفيرها لهذا الغرض عدة أبعاد : يتمثل البعد الأول : في المعلومات العامة عن الموقع والخدمات التي يقدمها وسبل التعامل معه ، ويتمثل البعد الثاني : في المعلومات الكافية عن الفئات النوعية لمصادر المعلومات من حيث مدى توافرها ، ويقصد بالفئات النوعية في هذا السياق جميع مصادر المعلومات التي ينشرها الناشر أو التي يقوم بتوزيعها لحساب ناشر آخر أو أكثر ، ثم ما يتفرع عن هذه المجموعة

نحو معايير موضوعية لتقييم مواقع الناشرين على الإنترنت ————— الفهرست من ع ١٤ (أبريل ٢٠٠٦)

الكلية، أى ما هو متاح منها للبيع فى الوقت الحالى، وما نفذ من سوق النشر ولم يعد متاحاً، كذلك ما يرتقب صدوره فى المستقبل القريب، ثم كذلك أكثر الكتب مبيعاً. من هذا المنطلق ينبغى توافر معايير لقياس درجة توافر المعلومات عن هذه المصادر النوعية التى أشرنا إليها.

الفئة الثالثة : معايير العروض والمراجعات العلمية لمصادر المعلومات :

تعد عملية اختيار مصادر المعلومات من أصعب مراحل عملية بناء وتنمية المجموعات، بل تعد فى حقيقة الأمر من أهم هذه المراحل وأخطرها لما تنطوى عليه من جهد فكرى، نظراً لأن اتخاذ قرار الاختيار ينبغى أن يبنى على معلومات دقيقة وكافية عن مصادر المعلومات المتوفرة فى سوق النشر؛ ولا سيكون قراراً عشوائياً ستكون له انعكاساته على مدى تلبية المجموعات للاحتياجات الفعلية للمستفيد. ومن ثم تكتسب المعلومات الكافية والدقيقة التى تتكفل بتعريف مفردات أى من الفئات النوعية السابقة وتحديد هويتها فى هذا السياق، ومن ثم تكفل للقائمين على اختيار هذه المصادر القدرة على اتخاذ قرارات الاختيار ولو بشئ من الإيجابية المستندة لاهمية المعلومات المقدمة وطبيعتها، ولا شك أن ثمة علاقة بين كل من طبيعة المعلومات المقدمة عن تلك المصادر ودقتها من ناحية، وصحة الحكم على هذه المصادر ومن ثم القدرة على اتخاذ قرار اختيارها من ناحية أخرى.

وتأخذ المعلومات التى ينبغى توافرها للقائم بعملية الاختيار عدة مستويات تبدأ بالعرض المختصر لمضمون مصدر المعلومات وتنتهى بالمراجعة العلمية الإضافية، مروراً بالعروض المتوسطة والمطولة وعرض قوائم المحتويات؛ ذلك أن عروض الكتب^(٢١) ومراجعاتها^(٢٢)،^(٢٣)، تلعب دوراً حيوياً فى التعريف بمصادر المعلومات وتقديم ما يكفل للقائمين على أمر اختيار هذه المصادر قدراً من المعلومات التى يمكن الاستناد إليها فى قرار الاختيار. يضاف إلى ذلك أن عروض الكتب ومراجعاتها عندما تأتى مثلة لوجهات نظر المستفيدين ورؤاهم تحمل فى طياتها للمكتبيين من الإيجابية ما يدعو للثقة فيها والإفادة منها، بل تزداد درجات الثقة فيها ومعدلات التعويل عليها عندما تأتى بمبادرات من ناشري هذه الكتب وليس العكس. وعليه يقترح أن تتضمن هذه الفئة المعايير التى تتصل بمدى توافر عروض لجميع فئات مصادر المعلومات، والأسلوب الذى يقدم به

(٢١) حشمت قاسم. مصادر المعلومات وتنمية مقتنيات المكتبات. ط ٣. - القاهرة: مكتبة غريب، ١٩٩٣. ١٠٠-١٠١.

(٢٢) فؤاد حمد فرسونى. مراجعة الكتب: معالجة ببلوجرافية. - مكتبة الإدارة، مج ١٥، ١٤ (أغسطس ١٩٨٧) ٧٧-٩٣.

(٢٣) حشمت قاسم. المراجعات العلمية ودورها فى تحول المعلومات إلى معرفة. - مجلة كلية الآداب جامعة القاهرة. - مج ٥٦، ٢٤ (أبريل ١٩٩٦).

(٢٤) عجلان محمد الجحان. مراجعات الكتب فى أربع دوريات عربية للكتب: دراسة تحليلية مقارنة. - حوالية المكتبات والمعلومات. - (مج ٣، ١٩٩١/١٤١١) ٣٩-٦٦.

العرض ، ومدى الإفصاح عن هوية كاتب العرض ، ونوعية المعلومات المقدمة فى العروض ، ومدى توافر مراجعات علمية لمصادر المعلومات ، ومستوى المراجعات العلمية المقدمة .

الفئة الرابعة : معايير البحث عن مصادر المعلومات المتاحة :

عادة ينظر المكتبيون إلى مواقع الناشرين عند التعامل معها لأغراض التزويد وكأنها محركات بحث تستخدم فى هذا الغرض ، وهذا يعنى أن تلك المواقع ينبغى أن تتوافر فيها - من وجهة نظرهم على الأقل - جميع الإمكانيات التى تكفل لهم البحث عن مصادر المعلومات بجميع البدائل الممكنة للبحث ، والتعرف على ما يتاح لديها بأبسط الأساليب وأدقها وأشملها ، كذلك توفير الإمكانيات التى تساعد على إجراء عمليات البحث بكفاءة ودقة، ومن ثم تحقيق أعلى درجات الكفاءة فى الاسترجاع، والدقة فى التحقيق (٢٥). ومن الإمكانيات الإضافية التى تساعد على تحقيق هذه الكفاءة تقييد نتائج البحث ، وإمكانية ترتيبها وفقا لاحتياجات المستفيد.

الفئة الخامسة : معايير أسعار مصادر المعلومات :

تعد معرفة أسعار مصادر المعلومات ونسبة الخصم التى يمنحها الناشر من العوامل المهمة التى توضع فى الاعتبار عند اتخاذ قرار الشراء ؛ حيث أن معرفة أسعار مصادر المعلومات إلى جانب معرفة الأعداد المطلوبة من كل مصدر فى ضوء الميزانية المخصصة للشراء يمكن على أساسها اتخاذ قرار الشراء الفعلى أو إرجاء عملية الشراء لمرحلة لاحقة فى ضوء الأولويات التى يضعها المستفيد أو قسم التزويد للحصول على مصادر المعلومات المتاحة ، ومدى توفير معلومات عن درجة التفاوت بين أسعار المصدر الواحد ، والعملات المتداولة فى عملية الشراء (التقليدية والمستحدثة) ، ونسبة الخصم المقدمة ، والاعتبارات التى تم بناء عليها الخصم .

الفئة السادسة : معايير البيانات الببليوجرافية المتوفرة لمصادر المعلومات :

فى ظل ضغوط العمل التى يعيشها المكتبيون ، فإنهم يتلمسون ما يمكن الاستفادة منه لتيسير هذه الضغوط وتخفيف حدتها ، وتعد العمليات الفنية وبخاصة الفهرسة والتصنيف من أكثر مصادر الضغوط التى تلقى بأعبائها على المكتبات والمكتبيين، وبخاصة فى ظل الزيادة الهائلة لمصادر المعلومات من ناحية وتنوع أشكال هذه المصادر من ناحية أخرى ، ولقد كانت الأعباء التى تلقىها تلك العمليات على المكتبات دافعا لظهور مبادرات وبرامج تؤمل من وراءها المساعدة فى التخفيف من حدة تلك الأعباء ، ومن أهم ما يمكن الإشارة إليه فى هذا الصدد برامج الفهرسة أثناء النشر (٢٦) أو الفهرسة فى المطبوع ، كذلك كانت هذه

(٢٥) لانكستر ، ف ، و ، أ.ج. وورنر . أساسيات استرجاع المعلومات / ترجمة حشمت قاسم . ط ٣ . الرياض : مكتبة الملك فهد الوطنية ، ١٩٩٧ . ص ٢٢٩ - ٢٦١ .

الضغوط دافعاً للمكتبات فى كثير من الأحيان للاستعانة بجهات خارجية لتتولى بعض العمليات الفنية وبخاصة الفهرسة والتصنيف والتحليل الموضوعى ، خارج حدودها والاستعانة بطرف آخر ، أو فيما يعرف بالفهرسة التعاقدية ^(٢٧) contract cataloging ، و outsourcing ^(٢٨) .

من هنا يتطلع المكتبيون إلى ما يمكن أن تقدمه مواقع الناشرين من معلومات يمكن أن يفيدون منها فى إجراء عمليات الفهرسة ، أو على الأقل يمكن أن تهيج لخدمة هذه العلميات . يضاف إلى ذلك أن توافر مثل تلك البيانات له أهمية كبرى فى مرحلة التحقق الببليوجرافى التى تعد من أهم مراحل إجراءات التزويد تجنبا للتكرار والتثبث من وجود مصدر المعلومات من عدمه ، وعليه يرى أن تتضمن هذه الفئة المعايير التى تم بناء عليها معرفة عناصر البيانات التى يمكن الاعتماد عليها فى عمليات الفهرسة بشقيها الوصفى والموضوعى والتصنيف ، ومدى الالتزام بإيراد هذه البيانات فى صيغ مقننة .

الفئة السابعة : معايير البيع الإكترونى وإجراءاته:

يعد البيع الإكترونى أحد أنماط البيع الحديثة التى فرضتها طبيعة التجارة الإكترونية ، التى يقصد بها - حسب تعريف منظمة التجارة العالمية - "أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإكترونية" ^(٢٩) ، ويقصد عادة بالوسيط الإكترونى فى هذا الصدد بالإنترنت . وفى ضوء هذا التعريف الشامل يمكن القول إن المعاملات التجارية تشمل ثلاثة أنواع : عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه ، وعمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات ، وعمليات تسليم المشتريات ^(٣٠) . وقياساً على ذلك يمكن تحديد ثلاثة مستويات يمكن أن تأخذها حركة البيع الإكترونى للكتب ، هى :

- التجارة الإكترونية التقليدية (خدمة البيع الإكترونى التقليدية) : وهى التى يتم بمقتضاها إنهاء الإجراءات الأولية لعملية البيع إلكترونياً ، ويقصد بالإجراءات الأولية الإجراءات التى تتصل بعرض مصادر المعلومات عبر المواقع والإعلان عنها والبحث عنها فقط .

(٢٦) نبيلة خليفة جمعة . الفهرسة أثناء النشر (فان) [ثلاث حلقات متتالية] . مجلة المكتبات والمعلومات العربية . س ٨ ، ع ٢ (أبريل ١٩٨٨) .

٣١ - ٥١ : س ٨ ، ع ٤ (أكتوبر ١٩٨٨) ، ص ١٣٣ - ١٥٢ : س ٩ ، ع ١ (يناير ١٩٨٩) ، ص ١٠١ - ١١٩ .

(27) El - Sherbini, Magda. (1992) Cataloging Alternatives : an investigation of contract cataloging, cooperative cataloging, and the use of temporary help. Cataloging and Classification Quarterly, 15 (4) : 67 - 88 .

(28) El - Sherbini, magda. (2002) Outsourcing of Slavic Cataloging At the Ohio State . University Libraries Library Management Journal, 23 (617) .

(29) A Global action plan for electronic commerce. Available at : www.iccwbo.org

(٣٠) إبراهيم عيسوى . التجارة الإكترونية . ط ١ . القاهرة : المكتبة الأكاديمية ، ٢٠٠٣ ، ص ١٠ - ١١ .

- التجارة الإلكترونية غير التقليدية أو شبه الكاملة (خدمة البيع الإلكتروني شبه الكاملة) : وهي التي يتم بمقتضاها تقديم طلب الشراء وإنهاء كافة إجراءات الطلب إلكترونياً عبر الموقع ، ثم سداد الثمن بإحدى الطرق التقليدية .

- التجارة الإلكترونية الكاملة (خدمة البيع الإلكتروني الكاملة) : وهي التي تتم بمقتضاها إنهاء كافة الإجراءات والمعاملات بدءاً بعرض مصادر المعلومات حتى تسديد الثمن إلكترونياً عبر الموقع ، ثم تسلم مصادر المعلومات .

وتسعى هذه الفئة من المعايير إلى التعرف على المستوى الذي تسلكه المواقع للبيع الإلكتروني ، وتقييم الإجراءات التي تتخذها في هذا السبيل . مع ملاحظة أن المستوى الثالث هو المستوى الذي تتطلع إليه المكتبات بشكل خاص ؛ حيث سيكون له كبير الأثر في إنهاء الإجراءات المعقدة التي ترتبط بطرق التزويد التقليدية .

الفئة الثامنة : معايير أمن وسرية بيانات العملاء :

تزداد في عالم الإنترنت وقائع انتهاكات سرية البيانات وتقل ضمانات الخصوصية وأمن المعلومات ، وتعد المعاملات المالية من أكثر المجالات التي تكون عرضة لمثل هذه الانتهاكات التي لم تعد تخفى على المتابعين لعملية التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، مما دعا إلى استحداث أساليب وطرق فنية لتأمين تلك المعاملات ، وبدأت جهود الشركات الصالعة في أمن المعلومات المتاحة عبر الإنترنت تتبارى ، وقدمت في هذا الصدد مبادرات وأساليب كثيرة لكل منها مزاياه وعيوبه ومقوماته (٣١) . وتنصرف هذه الفئة من المعايير إلى التعرف على أساليب تأمين المعاملات المالية في حالة توفير الموقع البيع الإلكتروني وتقييم تلك الأساليب ، وإمكانية الاعتماد عليها .

الفئة التاسعة : معايير خاصة بالخدمات الثانوية :

هناك خدمات وإمكانات يجب أن تتاح عبر مواقع الناشرين لما لها من علاقة قوية بعالم النشر أو بسوق بيع الكتب وتوزيعها ، وهذه الخدمات لم يتم تقييمها عبر أى من الفئات السابقة من المعايير ، ولعل من أهم تلك الخدمات ما يتيح الموقع من طرق بديلة لربط المستفيد به وإعلامه بإصدارات الناشرين الآخرين ذات العلاقة بموضوعه ، وإعلامه بالمواقع التي يمكن أن تقدم له خدمات مشابهة ، يضاف إلى ذلك قدرة المواقع على جعل المستفيد على دراية مستمرة بأحداث ومستجدات سوق النشر والأحداث العلمية والثقافية الجارية في المجتمع ، كما هو الحال بالنسبة لتقديم المسابقات والجوائز لزوار الموقع ، وإتاحة سبل الحوارات التفاعلية الحية بين الزوار ومسؤولي الموقع .

(٣١) حسن طاهر داود . أمن شبكات المعلومات . الرياض : معهد الإدارة العامة ، مركز البحوث ، ١٤٢٥هـ / ٢٠٠٤م .

٢ - المعايير المقترحة :

بعد تحديد الفئات الموضوعية التي تعكس طبيعة حاجات الطرفين - الناشر والمستفيد - وتصنيف المعايير وفقاً لمجال الفئة التي تدخل في إطارها ، يمكن أن تأتى المعايير المقترحة على النحو التالى :

١/٢ - المعايير الخاصة بالبيانات الأساسية للمواقع :

يجب أن تتضمن الصفحة الرئيسية للموقع العناصر التالية :

١/١/٢ - اسم دار النشر وتاريخ الإنشاء ومكان وجودها .

٢/١/٢ - عنوان الموقع ، ويجب أن يعبر عن اسم دار النشر بوضوح ، وأن يختار بشكل يسهل تذكره .

٣/١/٢ - التخصص : عامة أو متخصصة ، يجب أن ينص عليه صراحة .

٤/١/٢ - الفئة النوعية : تجارية ، أكاديمية ، حكومية . يجب أن ينص عليه صراحة .

٥/١/٢ - تاريخ إنشاء الموقع . يجب أن يظهر بوضوح .

٦/١/٢ - تاريخ آخر تحديث . يجب أن يظهر بوضوح .

٧/١/٢ - فئة الموقع من حيث خدمات البيع الإلكتروني . يجب أن ينص عليها صراحة .

٨/١/٢ - أنواع مصادر المعلومات المتاحة عبر الموقع . يجب أن تحدد بوضوح .

٩/١/٢ - عناوين الصفحات الفرعية الموجودة على الصفحة الرئيسية . يجب أن تعرض بأسلوب واضح

وسهل .

٢/٢ - معايير المعلومات الأساسية عن مصادر المعلومات المتاحة :

١/٢/٢ - يجب أن تتوافر قائمة كاملة بإصدارات الناشر .

٢/٢/٢ - يجب أن تتوافر معلومات عن المصادر المتاحة للبيع .

٣/٢/٢ - يجب أن تتوافر معلومات عن المصادر التي نفذت طبعتها .

٤/٢/٢ - يجب أن تتوافر معلومات عن المصادر المرتقب صدورها .

٣/٢ - معايير المعلومات والمراجعات العلمية لمصادر المعلومات :

١/٣/٢ - يجب أن تتوافر عروض لجميع فئات مصادر المعلومات المتاحة عبر الموقع .

٢/٣/٢ - يجب ألا تكتب العروض بشكل مختصر لا يفي بالتعرف على محتوى مصدر المعلومات . ويفضل بدلاً من ذلك إتاحة قائمة المحتويات .

٣/٣/٢ - في حالة تقديم عروض ، يفضل أن يصرح عن هوية كاتب العرض .

٤/٣/٢ - في حالة تقديم عروض ، يجب أن يكون العرض حيادياً لا دعائياً .

٥/٣/٢ - يجب أن تتوافر مراجعات علمية لمصادر المعلومات .

٦/٣/٢ - في حالة توفير مراجعات ، يجب أن تكون أمينة وموقعة .

٧/٣/٢ - يجب أن يعلن الموقع رغبته في إتاحة الفرصة للقراء للقيام بعروض أو مراجعات نقدية للمصادر التي يتيحها وفق ضوابط معينة .

٤/٢ - معايير البحث عن مصادر المعلومات المتاحة :

١/٤/٢ - يجب أن يوفر الموقع إمكانيات البحث عن مصادر المعلومات المتاحة بالبدائل المختلفة .

٢/٤/٢ - يجب ألا يستغنى بحال عن توفير إمكانيات البحث بالمؤلف ، والعنوان ، والموضوع .

٣/٤/٢ - يجب أن تتاح إمكانيات البحث المتقدم الذي يسمح باستخدام استراتيجيات بحث مركبة .

٤/٤/٢ - يجب أن تتيح آلية البحث إمكانيات تقييد نتائج البحث ببدائل التقييد المتعددة .

٥/٤/٢ - يجب أن تتيح آلية البحث إمكانيات فرز نتائج البحث بالخيارات المختلفة .

٥/٢ - معايير بيانات أسعار مصادر المعلومات:

١/٥/٢ - يجب أن تذكر أسعار مصادر المعلومات المتاحة بوضوح .

٢/٥/٢ - في حالة وجود تفاوت في السعر بين إصدارات مصدر المعلومات الواحد ، يجب أن يذكر بوضوح .

٣/٥/٢ - يجب أن تحدد أسعار مصادر المعلومات بالعملة المحلية أولاً ، ثم بالعملات الشهيرة المتداولة وبخاصة الدولار الأمريكي .

٤/٥/٢ - إذا كان الموقع يمنح نسبة خصم معينة على المتاح للبيع ، يجب أن تذكر ، وتحدد بوضوح فترات سريانها .

٥/٥/٢ - إذا كانت هناك اعتبارات معينة لنسبة الخصم الممنوحة ، يجب ذكرها بوضوح .

٦/٢ - معايير البيانات الجغرافية المتوفرة لمصادر المعلومات :

١/٦/٢ - يجب أن يتوافر الحد الأدنى من بيانات الوصف الجغرافي لمصادر المعلومات المتاحة عبر الموقع .

٢/٦/٢ - يجب أن تكون بيانات الوصف المقدمة مرتبطة بالنسخ أو الإصدارات المعروضة وليس لغير ذلك من الإصدارات .

٣/٦/٢ - يجب أن يتوافر الحد الأدنى من البيانات التي تعرف بدقة بمحتوى المصدر وموضوعاته .

٤/٦/٢ - يفضل أن ترد عناصر بيانات الوصف لمصادر المعلومات في صيغ مقننة في عالم المكتبات .

٧/٢ - معايير البيع الإلكتروني وإجراءاته :

١/٧/٢ - تمثيلاً مع التقنيات ومراعاة للحاجة ، يجب أن يوفر الموقع إمكانيات البيع الإلكتروني .

٢/٧/٢ - يجب أن يحدد مستوى البيع الإلكتروني الذي يتبعه الموقع ، ويفضل اختيار مستوى البيع الإلكتروني الكامل .

٣/٧/٢ - يجب أن تراعى أقصى درجات المرونة في إجراءات البيع الإلكتروني عند إتاحتها .

٤/٧/٢ - يجب أن تحدد ضوابط البيع الإلكتروني التي يتخذها الموقع .

٥/٧/٢ - يجب أن تحدد طرق الدفع الإلكتروني المعمول بها الموقع .

٦/٧/٢ - يجب أن تحدد إجراءات الدفع الإلكتروني التي يتبعها الموقع .

٧/٧/٢ - يفضل أن يوفر الموقع بدائل أخرى للتعامل المالي في حالة البيع الإلكتروني تيسيراً وتشجيعاً للمستفيدين .

٨/٢ - معايير أمن وسرية بيانات العملاء :

١/٨/٢ - يجب أن يسعى الموقع لتوفير أفضل ضمانات لسرية بيانات العملاء .

٢/٨/٢ - يجب أن يسعى الموقع لتوفير أفضل أساليب لتأمين المعاملات المالية .

٣/٨/٢ - يجب أن تحدد أساليب تأمين المعاملات التي يوفرها الموقع .

٤/٨/٢ - يفضل اعتماد أسلوب واحد لتأمين المعلومات ، ويفضل أسلوب التوقيع الإلكتروني باعتباره أهم أساليب أمن المعلومات .

٩/٢ - معايير الخدمات الثانوية التي تقدمها المواقع :

١/٩/٢ - يجب أن يتيح الموقع طرقاً أخرى بديلة للاتصال به بجانب الاتصال الإلكتروني من خلال الموقع .

٢/٩/٢ - يجب أن يعرض الموقع كتباً لناشرين آخرين ذات علاقة وبخاصة الناشرين المتخصصين .

٣/٩/٢ - يجب أن يوفر الموقع روابط مواقع ذات صلة .

٤/٩/٢ - يجب أن يقدم الموقع خدمات إحاطة جارية .

٥/٩/٢ - يجب أن يقدم الموقع خدمات إعلام بالأنشطة الثقافية في المجتمع الموجود فيه دار النشر .

٦/٩/٢ - يجب أن يقدم الموقع مسابقات وجوائز للمستفيدين وخدمات أخرى مثل نواذير الكتب أو مجموعات الاهتمام .

٧/٩/٢ - يجب أن يوفر الموقع آليات لتقديم خدمات تواصل تفاعلي من خلال الموقع على مدار الساعة أو في فترات تحدّد بوضوح .

٣ - قائمة المراجعة لتطبيق المعايير المقترحة:

بعد تحديد المعايير المقترحة وتوزيعها على الفئات الموضوعية المختلفة ، صيغت في شكل قائمة مراجعة لتساعد كلاً من الناشرين والمكتبات ممثلة في أقسام بناء وتنمية المكتبات فيها على الاستعانة بها عند تقييم المواقع . وفيما يلي قائمة المراجعة المقترحة .

١/٣ - المعايير الخاصة بالبيانات الأساسية للمواقع :

١/١/٣ - اسم دار النشر وتاريخ الإنشاء ومكان وجودها .

٢/١/٣ - عنوان الموقع ، وهل يعبر عن اسم الدار بوضوح ، وهل يسهل تذكره؟

٣/١/٣ - التخصص : عامة أو متخصصة ، هل ينص عليه صراحة ؟

٤/١/٣ - الفئة النوعية : تجارية ، أكاديمية ، حكومية . هل تعرف بوضوح ؟

٥/١/٣ - تاريخ إنشاء الموقع . هل يظهر بوضوح ؟

٦/١/٣ - فئة الموقع من حيث خدمات البيع الإلكتروني . هل ينص عليها صراحة ؟

٧/١/٣ - ما أنواع مصادر المعلومات المتاحة عبر الموقع ؟ وهل تحدّد بوضوح ؟

٨/١/٣ - عناوين الصفحات الفرعية الموجودة على الصفحة الرئيسية . وكيف تعرض ؟

٢/٣ - معايير المعلومات الأساسية عن مصادر المعلومات المتاحة :

- ١/٢/٣ - هل تتوفر قائمة كاملة بإصدارات الناشر ؟
- ٢/٢/٣ - هل تتوفر معلومات عن المصادر المتاحة للبيع ؟
- ٣/٢/٣ - هل تتوفر معلومات عن المصادر التي نفذت طبعتها ؟
- ٤/٢/٣ - هل تتوفر معلومات عن المصادر المرتقب صدورها ؟

٣/٣ - معايير العروض والمراجعات العلمية لمصادر المعلومات :

- ١/٣/٣ - هل تتوفر عروض لجميع فئات مصادر المتاحة عبر الموقع ؟
- ٢/٣/٣ - ما الأسلوب الذي يقدم به العرض ؟
- ٣/٣/٣ - هل يعرف من كتب العرض ؟
- ٤/٣/٣ - ما نوعية المعلومات المقدمة في العروض ؟
- ٥/٣/٣ - هل تتوفر مراجعات علمية لمصادر المعلومات ؟
- ٦/٣/٣ - ما مستوى المراجعات العلمية المتوفرة ؟
- ٧/٣/٣ - هل يتيح الموقع الفرصة للقراء للقيام بعروض أو مراجعات نقدية ؟

٤/٣ - معايير البحث عن مصادر المعلومات المتاحة :

- ١/٤/٣ - هل تتوفر إمكانية البحث عبر الموقع ؟
- ٢/٤/٣ - هل تتوفر إمكانات البحث الرئيسية : (المؤلف ، العنوان ، الموضوع) ؟
- ٣/٤/٣ - ما مستوى البحث المتاح : (بسيط ، متقدم) ؟
- ٤/٤/٣ - هل تتوفر إمكانات تقييد نتائج البحث وبدائل التقييد ؟
- ٥/٤/٣ - هل تتوفر إمكانات فرز نتائج البحث وخيارات الفرز ؟

٥/٣ - معايير بيانات أسعار مصادر المعلومات :

- ١/٥/٣ - هل توضح أسعار مصادر المعلومات المتاحة ؟
- ٢/٥/٣ - هل تتوفر معلومات عن التفاوت بين أسعار المصدر الواحد ؟

٣/٥/٣ - ما العملات المتداولة في عملية الشراء (التقليدية والمستحدثة) ؟

٤/٥/٣ - هل يقدم الموقع نسبة خصم على المتاح للبيع ؟

٥/٥/٣ - هل هناك اعتبارات معينة للخصم المقدم ؟

٦/٣ - معايير البيانات البيلوجرافية المتوفرة لمصادر المعلومات :

١/٦/٣ - ما بيانات الوصف البيلوجرافي المقدمة لمصادر المعلومات ؟

٢/٦/٣ - ما مدى دقة واكتمال بيانات الوصف البيلوجرافي المقدمة ؟

٣/٦/٣ - هل تتوافر معلومات تساعد في الفهرسة الموضوعية لمصادر المعلومات ؟

٤/٦/٣ - هل تقدم عناصر البيانات البيلوجرافية في صيغ مقننة أم بشكل عشوائي ؟

٧/٣ - معايير البيع الإلكتروني وإجراءاته :

١/٧/٣ - هل يوفر الموقع إمكانات البيع الإلكتروني ؟

٢/٧/٣ - ما هو نمط البيع الإلكتروني المتبع ؟

٣/٧/٣ - ما مرونة إجراءات البيع الإلكتروني المتبعة ؟

٤/٧/٣ - ما ضوابط البيع الإلكتروني التي يتخذها الموقع ؟

٥/٧/٣ - ما طرق الدفع الإلكتروني المعمول بها ؟

٦/٧/٣ - ما إجراءات الدفع الإلكتروني التي تتبع ؟

٧/٧/٣ - هل تتوافر بدائل أخرى للتعامل المالي في حالة البيع الإلكتروني ؟

٨/٣ - معايير أمن وسرية بيانات العملاء :

١/٨/٣ - هل يوفر الموقع ضمانات لسرية بيانات العملاء ؟

٢/٨/٣ - هل يوفر الموقع أساليب لتأمين المعاملات المالية ؟

٣/٨/٣ - ما أساليب تأمين المعاملات التي يوفرها الموقع ؟

٤/٨/٣ - هل يعتمد الموقع تقنية التوقيع الإلكتروني باعتباره أهم أساليب أمن المعلومات ؟

٩/٣ - معايير الخدمات الثانوية التي تقدمها المواقع :

١/٩/٣ - هل يتيح الموقع طرقاً مختلفة للاتصال ؟

٢/٩/٣ - هل يعرض الموقع كتب لناشرين آخرين ؟

٣/٩/٣ - هل يوفر روابط لمواقع ذات صلة ؟

٤/٩/٣ - هل يقدم خدمات إحاطة جارية ؟

٥/٩/٣ - هل يقدم خدمات إعلام بالأنشطة الثقافية ؟

٦/٩/٣ - هل يقدم مسابقات وجوائز للمستفيدين ؟

٧/٩/٣ - هل يقدم خدمات تواصل تفاعلية ؟

ج - أداة تقييم مواقع الناشرين وأسلوب تطبيقها :

١ - تصميم الأداة وأسلوب تطبيقها :

بعد الانتهاء من استنباط المعايير وتصنيفها في الفئات المختلفة السابقة ، تم تصميم أداة للتقييم بمثابة قائمة مراجعة تتضمن جميع المعايير المقترحة ، وقد روعي عند تصميمها أن ترد في شكل تساؤلات قابلة للقياس الكمي أو الكيفي ؛ بحيث يستطيع من يقوم بعملية التقييم تطبيق هذه الأداة والخروج بتقديرات كمية محددة أو تقديرات نوعية تعكس في مجملها حقيقة هذه المواقع وما تشتمل عليه من إمكانيات وما تقدمه من خدمات تتفق واحتياجات كل من الناشر والمستفيد .

وتجدر الإشارة إلى أنه للثبوت من شمولية الأداة واكتمال تغطيتها لجميع معايير التقييم ، وصلاحية أسلوب القياس ، تم تجربتها على خمسة مواقع متنوعة ، وسجلت بعض الملاحظات عليها ، ثم تم تعديلها لتظهر في الشكل الأخير المقترح المبين في الفقرة التالية .

٢ - أداة التقييم :

تشتمل أداة التقييم على العناصر التالية :-

أ - معلومات عامة عن دار النشر وتضمن العناصر الفرعية التالية :

١/أ - اسم دار النشر :

٢/أ - تاريخ الإنشاء :

- أ/٣ - التخصص :
- أ - عامة () ب - متخصصة ()
- أ/٤ - النوعية :
- أ - تجارية () ب - أكاديمية () ج - حكومية ()
- أ/٥ - عنوان الموقع على الإنترنت URL
- www.....
- أ/٦ - تاريخ إنشاء الموقع (إن أمكن) .
- أ/٧ - فئة الموقع .
- أ - للعرض فقط () ب - للعرض والبيع ()
- أ/٨ - الموقع مخصص لبيع :
١. الكتب التقليدية ()
 ٢. الكتب الإلكترونية ()
 ٣. الكتب التقليدية والإلكترونية ()
 ٤. مصادر أخرى () ، تذكر :
- أ/٩ - عناصر البيانات المتوفرة في الصفحة الرئيسية :
- أ/٩/١ - بيانات الموقع الأساسية ()
- أ/٩/٢ - بيانات الإصدارات ()
- أ/٩/٣ - بيانات أحدث الإصدارات ()
- أ/٩/٤ - بيانات أكثر الكتب مبيعات ()
- أ/٩/٥ - بيانات كيفية الاتصال بالموقع ()
- أ/٩/٦ - بيانات إمكانيات البحث ()
- أ/٩/٧ - مدى توفر سلة الشراء ()

نحو معايير موضوعية لتقييم مواقع الناشرين على الإنترنت ————— الفهرست س ٤ ع ١٤ (إبريل ٢٠٠٦)

- أ/ ٨/٩ - مدى توفر قائمة مساعدة ()
ب/ ٩/٩ - مدى توفر روابط ذات علاقة ()
أ/ ١٠/٩ - مدى توفير الموقع لأخبار أو تقديم جوائز ()

ب - المعلومات العامة عن إصدارات الدار:

- ب/ ١ - هل تتوافر قائمة كاملة بإصدارات الناشر على مدار تاريخه ؟
أ - نعم () ب - لا ()
ب/ ٢ - هل تتوافر معلومات عن المتاح للبيع حاليا ؟
أ - نعم () ب - لا ()
ب/ ٣ - ماذا عن الكتب غير المتوافرة (التي نفذت طبعتها) ؟
أ - يقدم عنها معلومات () ب - لا يقدم عنها معلومات ()
ب/ ٤ - هل يقدم الموقع قائمة بأكثر الكتب مبيعا ؟
أ - نعم () [أجب س ب/ ٥ ب - لا ()]
ب/ ٥ - كيف تكون القائمة ؟
أ - في شكل قائمة مرتبة () ب - في شكل آخر ()
ب/ ٦ - هل يقدم الموقع معلومات عن المصادر المرتقب صدورها عن الناشر ؟
أ - نعم () [أجب س ب/ ٧ ب - لا ()]
ب/ ٧ - ما هي طبيعة هذه المعلومات ؟
أ - إعلانات () ب - عروض () ج - أخرى () (تحدد) ...
ب/ ٨ - هل يقوم الموقع بأية تصنيفات منطقية لفئات الأوعية وأشكالها ولغاتها ؟
أ - نعم () [أجب س ب/ ٩ ب - لا ()]
ب/ ٩ - كيف يتم التصنيف ؟
أ - رءوس موضوعات () ب - خطة تصنيف () ج - أخرى ()
تذكر

ج - العروض والمراجعات العلمية لمصادر المعلومات :

ج/١ - هل تتوافر عروض الكتب المنشورة بالموقع ؟

أ - نعم () [أجب س ج/٢، ج/٣، ج/٤ ب - لا ()]

ج/٢ - ما أسلوب العرض :

أ - مختصر () ب - مطول ()

ج/٣ - هل العرض موقع أم غير موقع ؟

أ - موقع () ب - غير موقع ()

ج/٤ - ما نوعية المعلومات المقدمة فى العرض ؟

أ - نقدية () ب - تسويقية ()

ج/٥ - هل يتيح الموقع مراجعات علمية حول مصادر المعلومات ؟

أ - نعم () [أجب ج/٦ ب - مطول ()]

ج/٦ - ما مستوى هذه المراجعة :

أ - جيدة () ب - رديئة () ج - حيادية ()

ج/٧ - هل يطلب الناشر كتابة عروض للمصادر الحديثة المنشورة لديه (خلال السنة الأخيرة) ؟

أ - نعم () ب - لا ()

ج/٨ - هل يطلب الناشر كتابة عروض للمصادر القديمة المنشورة لديه (من قبل عام أو أكثر) ؟

أ - نعم () ب - لا ()

ج/٩ - هل يقدم الموقع تقييما ذاتيا من جانبه للمصادر التى ينشرها حسب أهميتها الموضوعية أو

حسب مؤلفها ؟

أ - نعم () [أجب س ب/١٠ ب - لا ()]

ج/١٠ - ما أسلوب التقييم ؟

أ - نجوم () ب - تقديرات كيفية () ج - أخرى () تذكر

د- المعلومات عن أسعار مصادر المعلومات :

- ١/د- هل يوفر الموقع بيانا بأسعار المصادر التي ينشرها ؟ ()
- أ- نعم () [أجب س ٢/د ب- لا ()]
- ٢/د- بأى العملات ؟ ()
- أ- العملة المحلية للدولة ()
- ب- الدولار الأمريكي ()
- ج- بجميع العملات ()
- د- أساليب أخرى ()
- ٣/د- هل يقدم الموقع بيانات عن درجة التفاوت بين أسعار النسخ المختلفة للمصدر الواحد (المجلدة وغير المجلدة ، الورقية وغير الورقية) ؟ ()
- أ- نعم () ب- لا ()
- ٤/د- هل يقدم الموقع نسبة خصم على المصادر المشتراة ؟ ()
- أ- نعم () [أجب س ٥/د ب- لا ()]
- ٥/د- هل هناك معايير محددة لنسبة الخصم ؟ ()
- أ- نعم () [أجب س ٦/د ب- لا ()]
- ٦/د- ما هي معايير نسبة الخصم : ()

هـ- إمكانات البحث عن مصادر المعلومات :

- ١/هـ- هل يوفر الموقع إمكانات البحث عن المصادر التي ينشرها ؟ ()
- أ- نعم () [أجب س ٢/هـ ب- لا ()]
- ٢/هـ- ما هي إمكانات البحث عن المصادر ؟ ()

- أ - البحث بالمؤلف ()
- ب - البحث بالعنوان ()
- ج - البحث بالموضوع ()
- د - أخرى () تذكر
- هـ/٣ - فى حالة البحث الموضوعى ، هل تتح طرق البحث البسيطة (كلمات فردية) أم المتقدمة (الربط بين أكثر من كلمة بحث) ؟
- أ - بحث بسيط () ب - بحث متقدم ()
- هـ/٤ - هل تتح إمكانية تقييد النتائج وفقا لمحددات معينة ؟
- أ - نعم () [أجب س هـ/٥ ب - لا ()
- هـ/٥ - ما هى هذه المحددات ؟
- هـ/٦ - هل تتح إمكانية فرز نتائج البحث ؟
- أ - نعم () [أجب س هـ/٥ ب - لا ()
- هـ/٧ - كيف تتاح هذه الإمكانيات ؟
- هـ/٨ - هل يقدم الموقع إحالات لمؤلفين أو عناوين أو موضوعات ذات علاقة بالمدخل الذى يتم البحث عنه ؟
- أ - نعم () [أجب س هـ/٩ ، هـ/١٠ ب - لا ()
- هـ/٩ - ما هى طبيعة هذه الإحالة :
- هـ/١٠ - كيف تكون الإحالة :
- هـ/١١ - هل يتيح الموقع إمكانية تصفح إصدارات الناشر بطرق مختلفة ، مثلا بالموضوع ، بالسنة ، بالمؤلف ، بالترقيم الدولىالخ ؟
- أ - نعم () ب - لا ()
- و - البيانات البليوجرافية عن مصادر المعلومات :
- و/١ - عند عرض نتائج البحث ، هل تقدم البيانات المتاحة فى شكل تسجيلية بليوجرافية مقننة ؟

أ - نعم () ب - ()

و/٢ - ما هي بيانات الوصف التي يقدمها : ()

(١) العنوان ()

(٢) بيانات المسؤولية ()

(٣) الطبعة ()

(٤) اسم الناشر ()

(٥) تاريخ النشر ()

(٦) الوصف المادي : يحدد ()

(٧) السلسلة ()

(٨) تبصرات محددة ()

(٩) الترقيم الدولي ()

(١٠) كيفية الإثابة ()

(١١) أخرى مثل صورة للغلاف الخ ()

و/٣ - هل تقدم بيانات تخدم في مجال الفهرسة الموضوعية ؟ ()

أ - نعم () ب - لا ()

و/٤ - ما هي هذه البيانات : ()

(١) رؤوس موضوعات غير مقننة ()

(٢) أرقام تصنيف ()

(٣) نبذة أو عرض مختصر للكتاب ()

(٤) الكشافات ()

(٥) قائمة المحتويات ()

(٦) عناوين الفصول ()

(ن) بعض أجزاء من نص الكتاب

و/٥ - فى حالة توافر التسجيلات النبليوجرافية ، هل يتيح الموقع إمكانية استيرادها ؟

أ - نعم () ب - لا ()

و/٦ - هل يتم ذلك مجاناً أم مقابل مادية ؟

أ - مجاناً () ب - بمقابل مادية () ج - أخرى () تحدد

ز - إمكانات الحصول على مصادر المعلومات :

ز/١ - هل يتيح الموقع إمكانية الشراء المباشر للمصادر التى ينشرها عن طريق الإنترنت ؟

أ - نعم () [أجب] ز/٢ - ب - لا ()

ز/٢ - ما هى إجراءات الشراء ؟

ز/٣ - ما هى إجراءات الدفع ؟

ز/٤ - ما هى الضمانات التى يكفلها الموقع لتأكيد جدية للعملاء ؟

ز/٥ - ما هى أساليب تأمين المعاملات المالية ؟

ز/٦ - هل هذه الخطوات تتم بطريقة منطقية ؟

أ - نعم () ب - لا ()

ز/٧ - هل يتيح الموقع سلة الشراء لتجميع المصادر المطلوبة ؟

أ - نعم () [أجب] ز/٨ - ب - لا ()

ز/٨ - كيف يتم ذلك :

ز/٩ - هل يتيح الموقع الطرق البديلة للاتصال بالناشر ؟

أ - نعم () [أجب] ز/١٠ - ب - لا ()

ز/١٠ - ما هى هذه الطرق ؟

ز/١١ - هل يتيح الموقع بيانات وأسعار شحن المصادر المطلوبة ؟

أ - نعم () ب - لا ()

نحو معايير موضوعية لتقييم مواقع الناشرين على الإنترنت ————— الفهرست ص ٤ ع ١٤ (إبريل ٢٠٠٦)

ز/١٢ - ما هي إجراءات تسليم وتسليم مصادر المعلومات بين الناشر والعملاء ؟

ح : خدمات إضافية أخرى :

ح/١ - هل يعرض الناشر لكتب منشورة لدى ناشر آخر؟

أ - نعم () [أجب] ح/٢ ب - لا ()

ح/٢ - أسلوب العرض :

ح/٣ - هل يقدم الموقع الخدمات تفاعلية على مدار الساعة ؟

أ - نعم () ب - ()

ح/٤ - ما هي هذه خدمات (تذكر)

ح/٥ - هل يقدم الموقع خدمات الإحاطة الجارية ؟

أ - نعم () [أجب] ح/٦ ب - لا ()

ح/٦ - كيفية تقديم هذه الخدمة ؟

ح/٧ - هل يقدم الموقع إعلانات عن أنشطة ذات صلة ؟

أ - نعم () ب - لا ()

ح/٨ - هل يقدم الموقع أى مسابقات أو جوائز أو هدايا تدعم التعامل معه ؟

أ - نعم () ب - ()

ح/٩ - هل يحيل الموقع الى ناشرين آخرين ؟ كيف (روابط لمواقع شبيهة) ؟

أ - نعم () [أجب] ح/١٠ ب - لا ()

ح/١٠ - كيفية الإحاطة

ط : أمن المعاملات المالية :

ط/١ - هل يوفر الموقع أية ضمانات لسرية البيانات والمعاملات ؟

أ - نعم () [أجب] ط/٢ ب - لا ()

ط/٢ - ما هي الضمانات التي يتيحها الموقع لسرية البيانات والمعاملات ؟

ط ٣- هل يعتمد الموقع تكنولوجيا التوقيع الإلكتروني ؟

أ- نعم () [أجب] ط/٤ ب- لا ()

ط ٤- ما هي إجراءات التوقيع الإلكتروني ؟

ط ٥- هل يتيح الموقع إمكانية التعامل المالى بطرق مختلفة (تقليدية أو مستحدثة) ؟

أ- نعم () [أجب] س ط/٦ ب- لا ()

ط ٦- ما هي هذه الطرق ؟ (تذكر)

تاسعاً : خاتمة الدراسة :

حاولنا في هذه الدراسة أن نستنبط أهم المعايير التي نرى أنها تغطي كل الجوانب التي يمكن أن تكون محاور تقييم مواقع الناشرين من قبل أى من الطرفين الأساسيين المرتبطين بهذه المواقع؛ بحيث يمكن لكليهما أن يستعين بما يخصه من تلك المعايير لكي يقيس أداءه، أو يقيم فعالية خدماته التي يقدمها للطرف الآخر، وهي مجرد مقترحات، لم يدفعنا للاجتهاد في طرحها سوى صالح هذين الطرفين، دون قصد لتغليب مصلحة طرف على مصلحة الآخر، فإن كنا قد وفقنا فمن الله تعالى التوفيق، وإن كانت الأخرى فلنا أجر الاجتهاد. ومع ذلك يحدونا الأمل أن تغطي هذه المعايير بالتمحيص والتجريب للتثبت من مدى صدقها في تجسيد واقع هذه المواقع التي لا غنى لطرفي المعادلة عنها.