



الجمهورية العربية السورية
جامعة دمشق
كلية الآداب والعلوم الإنسانية
قسم المكتبات والمعلومات
نظم تخزين واسترجاع المعلومات

مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت:

دراسة لآلية تنظيم وتسويق محتواها

Syrian publishers' websites on the Internet: a study of the
mechanism of organizing and marketing their content

دراسة مقدمة في قسم المكتبات والمعلومات لنيل درجة الدكتوراه
بإختصاص نظم تخزين واسترجاع المعلومات

إعداد الطالبة

ميس عبد الكريم اسماعيل

المشرف

الأستاذ الدكتور عبد المجيد مهنا

المشرف المشارك

الدكتورة لى قدورة

دمشق 2020

كلمة شكر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين، وأفضل الصلاة وأتم التسليم على سيد الخلق محمد وأصحابه أجمعين .
أما بعد

ليت الكلمات تستطیع التعبير عما في القلب من احترام وتقدير لمن نذرو أنفسهم في سبيل العلم وجعلوا من نش العلم والمعرفة شعارهم، وبذلوا فكانوا أسخياء والذين لم ينوانوا في سبيل أغوار العلم والمعرفة وأتوجه بالشكر والإمthan الخالص للأساتذة في كلية الآداب، قسم المكتبات والمعلومات، وأخص بالشكر الأستاذ الدكتور عبد المجيد مهنا، والدكتورة لمى قدورة اللذان أنارا لي طريق البحث في هذه الرسالة وكان لهم فضل الإشراف عليها فرأت النور بفضل توجيهاتهم السديدة وملاحظاتهم العميقة إذ لم يدخلوا عليّ يوماً بنصح وتوجيه مفيد .

كما أقدم لأساتذتي الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة بنشر فهم مناقشة هذا العمل، وتحمل عنا قراءته، (أ. د. عدنان غانم، أ. م. د. أحمد علي، د. نيل الحداد، د. قيس صالح) فلكرم مني خالص الشكر والتقدير .

كما أهدي ثمرة جهدي إلى رفيق دربي زوجي (د. إياد غدير) وأطفالي (مريم، عيسى) الذين تحملوا معي مشقة البحث من وقت وجد .

مستخلص الدراسة:

أصبحت شبكة الإنترنت في عالمنا المعاصر هي المصدر الرئيسي للحصول على المعلومات، وهذا ما دفع العديد من المؤسسات ومنها دور النشر سواء كانت حكومية أو خاصة إلى توظيف الإنترنت في بناء مواقع لها على الشبكة تسهم في تحقيق وصول إصداراتها إلى أكبر عدد من المستفيدين والمكتبات، لكن يجب أن تتماشى هذه المواقع مع معايير بناء المواقع الالكترونية وأن تكون مصادر المعلومات منظمة بطريقة تساعد المستفيد سواء كان (أفراد، مكتبات) للوصول إلى المصادر التي يحتاجها، ولأهمية ذلك كان لابد من الوقوف على تفاصيل المواقع الالكترونية الخاصة بالناشرين السوريين وآلية تنظيم وتسويق محتواها بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تمّ تسليط الضوء على النشر الالكتروني والمواقع الالكترونية عموماً وعلى مواقع الناشرين خصوصاً، حيث تناولت الدراسة مفهوم تنظيم محتوى مواقع الناشرين وكيفية تطوره من البيئة التقليدية إلى البيئة الالكترونية، كما ناقشت الدراسة بشيء من التفصيل كيفية تسويق محتوى مواقع الناشرين، إلى جانب ذلك تمّ تسليط الضوء على عملية الدفع الالكتروني وطرقها وخاصة في سوريا ولتحقيق أهداف الدراسة تمّ الاطلاع على جميع المعايير الدولية المختصة بالمواقع الالكترونية وتنظيم وتسويق محتواها ودراساتها واختيار أهم المعايير التي تتناسب مع البيئة السورية بحيث تشمل عملية التقويم جميع المعلومات عن المواقع وإدارتها وآلية تنظيم وتسويق محتواها حيث تمّ تقويم (١٢) موقع من مواقع دور النشر السورية، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج كان من أهمها أنّ نظام الفهرسة (الميتاداتا) الخاصة بالمواقع يختلف من موقع لآخر فحيث نجد أنّ موقع دار الفكر، موقع دار ابن كثير، وموقع دار النوادر، وموقع دار الوثائقي قد حصلوا على أعلى نسبة وهي (٨٦,٦%)، بالمقابل فالمواقع الأخرى (عينة الدراسة) كانت تعاني من ضعف في نظام الفهرسة المتبع مثل الهيئة العامة للكتاب فقد حصلت على نسبة (٣٣,٣%) فقط، أما بالنسبة لنظام التصنيف نلاحظ بأنّ مواقع الناشرين السوريين (عينة الدراسة) قد حصلوا على نتائج متقاربة بنسبة (٤٨%) لأغلب المواقع حيث أنّ معظم مواقع الناشرين (عين الدراسة) لا يعتمدون على خطط التصنيف العالمية ويتم الاعتماد على خطط محلية لا تتمتع بالكفاءة المطلوبة، ومن الجدير بالذكر بأنّ موقع دار الفكر ودار النوادر يعتمدون على خطة تصنيف ديوي العشري، وأتت الدراسة بجملة من التوصيات كان من أهمها ضرورة الاهتمام بتقديم واجهات تخاطب سهلة وواضحة بحيث تكون قريبة إلى ذهن المستفيد، وتشجيع مواقع الناشرين (عينة الدراسة) على استخدام نموذج الناشر العالمي (YBP) المقترح من قبل الباحثة، وقد انتهت بعرض ستة ملاحق تُسهم في إثراء هذه الدراسة.

الكلمات المفتاحية: إدارة المواقع الالكترونية، النشر الالكتروني، المحتوى الرقمي، تنظيم المعلومات، تسويق المعلومات، مواقع الناشرين، سوريا.

قائمة المصطلحات:

المصطلح بالإنجليزية	المصطلح بالعربية	التعريف
Websites	المواقع الالكترونية	مكان على شبكة الإنترنت أو الويب يتكون من صفحات للمعلومات ترتبط عادةً بموضوع معين، ولكل موقع عنوانه المستقل على الشبكة وعادة ما يتكون عنوان الموقع على الشبكة من الأجزاء التالية: (شبكة الويب ويرمز لها WWW، اسم الموقع، طبيعة عمل هذا الموقع حكومي، تجاري، أكاديمي..... الخ، ورمز الدولة التي يوجد فيها الموقع). (بوكات، ٢٠١٥، ص ١٣)
Publisher	الناشر	هو المخطط والمنظم والمجمع الذي يأخذ بزمام المبادرة والمغامرة في مشروع إنتاج الكتاب حيث يتسلم المخطوط من المؤلف ويراجعه ويدفعه إلى المطبعة ويتولى تصحيحه وإخراجه وتمويله حتى يصل إلى القارئ وموقع الناشر في مركز الرؤية الشاملة للمشهد الثقافي يحمله المسؤولية الكبرى في عملية النشر. (سالم، ٢٠١٥، ص ٣٢)
Publishers' sites	مواقع الناشرين	هي تلك المواقع التي تتكون من مجموعة من الصفحات الالكترونية المرتبطة ببعضها البعض والمصممة وفق معايير محددة والتي تظهر فيها مصادر المعلومات التي تنتجها الدار سواء المصادر الحديثة أو المصادر التي ماتزال تحت الطبع والمصادر الأكثر طلباً أو مبيعاً (إذا كان الموقع يهدف للربح المادي) وتكون تابعة لشخص أو هيئة (الناشر) ويكون مسؤولاً عنها وعن تحديثها بشكل منتظم وعن إدارتها وذلك حسب ما توصلت له الباحثة في الدراسة.
Online Store	المتجر الالكتروني	عبارة عن منصة إلكترونية (موقع ويب) من خلاله يتم بيع منتجات ملموسة أو غير ملموسة عن طريق الإنترنت، أيضاً المتجر الإلكتروني من الممكن أن يتخصص في بيع الخدمات.
Organizing the content	تنظيم المحتوى	يشير مصطلح تنظيم المحتوى إلى التنسيق والترتيب لوضع الأشياء في أماكن محددة حتى يسهل الوصول إليها واسترجاعها عند الحاجة لها فنجاح المكتبة أو مركز المعلومات في تحقيق الواجبات والوظائف المحددة له يتوقف وبدرجة كبيرة على نجاح عمليات التنظيم فيها الفهرسة والتصنيف والتكشيف والاستخلاص). (المهينع، ٢٠١٥)

Marketing	التسويق	نشاط إنساني يهدف إلى إشباع الحاجات والرغبات الإنسانية من خلال عملية المبادلة. (قاسم، ٢٠١٣، ص ٢٧)
Electronic Marketing	التسويق الإلكتروني	فهو إدارة التفاعل بين المنظمة والمستهلك في فضاء البيئة الافتراضية من أجل تحقيق المنافع المشتركة، وهنا البيئة الافتراضية للتسويق الإلكتروني تعتمد بشكل أساسي على تكنولوجيا الانترنت، أما سلسلة الإجراءات الأخرى للتسويق الإلكتروني كالباع وتسليم المنتج وغيرها، فمن الممكن أن تكون بشكل تقليدي أو الكتروني. (كريمة، ٢٠١٤، ص ٥-١٠)
Floksonomy	الفوكسونومي	هو نظام مفتوح للفهرسة يسمح فيه للمستخدمين باختيار الكلمات الدلالية وتطبيقها بدون قيود ومن خلال ذلك فالتصنيف الحر يتكون من ثلاثة مكونات أساسية هي : (الواصفات أو الكلمات الدلالية أو الرموز و المستفيدين اللذين يقومون باختيار الواصفات ومصادر المعلومات التي يتم تحليلها وقد تكون مقال أو صورة.....الخ. (Peters, 2010)
Taxonomie	التاكسونومي	هو (إحدى أشكال التنظيم الهرمي المقيد والذي يعتمد على تقسيم الأشياء إلى أقسام والأقسام تقسم بدورها إلى أقسام فرعية ثم إلى تفرعات من الأقسام الفرعية وهكذا). (حامد، ٢٠١٤، ص ٨٩)
Ontology	الأنطولوجيا	تشبه قوائم رؤوس الموضوعات والمكانز في أنها تنظم الكلمات في مجموعات من المترادفات ومن ثم تستخدم العلاقات مثل علاقات المصطلحات الأعرض والأضيق والمتصلة لتنظيم مجموعات الترادف ولكنها لا تحدد بالضرورة المصطلحات المفضلة في مجموعات الترادف. (عبد الهادي، ٢٠٠٩، ص ٦٨٧)
Web class	خطة تصنيف مكتبة الكونجرس الإلكترونية	هي النسخة الإلكترونية من خطة تصنيف مكتبة الكونجرس المتاحة عبر موقعها الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت.
Web dewy	خطة تصنيف ديوي الإلكترونية	هو الاسم الذي يطلق على النسخة الإلكترونية المتاحة على الشبكة العنكبوتية من تصنيف ديوي العشري الذي يتيحه مركز المكتبات الحوسبة على الخط المباشر في الولايات المتحدة . (الشوابكة ، و زعاير ، ٢٠١٦، ص ٦٢٧)

UDC online	نظام تصنيف العشري العالمي المتاح عبر الويب	هو الإصدار القياسي المحدث الكامل لنظام التصنيف العشري العالمي، يقدم البحث والتصفح المتقدم ويدعم إدارة أرقام خطة التصنيف وتتيح الخدمة الوصول إلى UDC بلغات متعددة، و يتم توفير بيانات اللغة من قبل ناشري UDC عبر العديد من البلدان.
Evaluation Criteria	معايير التقييم	هي أداة تقيس مدى تحقق أمر ما من عدمه بشكل مفهوم وقابل للقياس للوصول إلى نموذج مقبول وعالي الجودة.
Website evaluation criteria	معايير تقييم المواقع	فيقصد بها الواصفات الكمية والكيفية التي يمكن من خلالها تقييم هذه المواقع على الإنترنت والوقوف على نقاط قوتها لتدعيمها ونقاط ضعفها لمعالجتها. (بركات، ٢٠١٥، ص ١٣)
Evaluation Calendar	التقييم التقويم	التقييم: عملية تقدير أداء الفرد أو خدمة أو نظام، أي تحديد قيمة الشيء وتقرير مدى فعالية ونجاح ذلك الأداء في تحقيق الأهداف المقررة دون تصحيح الخطأ. (مرزقلال، ٢٠١٠، ص ١٥) التقويم: الأصح لغوياً، و تعني بالإضافة إلى بيان قيمة الشيء، تعديل أو تصحيح ما كان به خطأ. (خضر، ٢٠١٣) ومن هنا نجد أن كلمة "التقويم" أعم وأشمل من كلمة "التقييم"، حيث لا يقف "التقويم" عند حد بيان قيمة شيء ما، بل لا بد كذلك من محاولة إصلاحه وتعديله بعد الحكم عليه، ويرى بعض الباحثين أنّ كلمة "التقييم" خطأ، ويوجبون استعمال "تقويم" بدلاً منها، والواقع هو أن "التقييم" منشق من القيمة، و"التقويم" من القوام، ومعنى الأول التقدير، ومعنى الثاني التعديل، وهنا في رسالتنا هذه تم استخدام كلمة تقويم.

مختصرات الدراسة

معيار محتوى ماوراء البيانات الفضائية	Content Standard for Digital Geospatial Metadata	CSDGM
معيار نظام المعلومات المشترك	Common Information System	CIS
خطة تصنيف ديوي المتاحة عبر الويب	Dewey Decimal Classification	DDS
معيار الوسائط المتعددة الصوت الرقمي	Digital Audio standards	DAS
معيار الوسائط المتعددة الصوت الرقمي	Digital Audio standards	DAS
معيار توثيق البيانات	Data Documentation Initiative	DDI
معيار وصف أرشيفي مشفر	Encoded Archival Description	EAD
معيار تبادل البيانات الرقمية	Electronic Data Interchange	EDI
المتطلبات الوظيفية للبيانات الاستنادية	Functional Requirements for Authority Data	FRAD
المتطلبات الوظيفية للتسجيل الببليوغرافية	Functional Requirements for Bibliographic Records	FRBR
معيار جيلز	Government Information Locator Service	GILS
معيار نظام الادارة التعليمي	Instructional Management System	IMS
خطة تصنيف مكتبة الكونجرس	Library of Congress Classification	LCC
معيار بيانات تعريف كائن التعلم	Learning Object Metadata Standard	LOMS
معيار واجهة وصف محتوى الوسائط المتعددة	Multimedia Content Description Interface	MPEG-7
معيار اطار وصف محتوى الوسائط المتعددة	Muimedia Content Description Framework	MPEG-21
معيار البيانات الوصفية للفن	Metadata For Art	MFA
معيار البيانات الوصفية لتدوين الموسيقى	Metadata For Music Notation	Mmn
معيار البيانات الوصفية ومعيار التشفير والنقل	Metadata Encoding and Transmission Standard	METS
معيار ماوراء بيانات وصف الكيان	Metadata Object Description Schema	MODS

تسجيلية فهرسة مقروءة آلياً	MA chine-Readable Cataloging	MARC21
معيار فتح نظام معلومات المحفوظات	Open Archival Information System	OAIS
فتح اللغة الرقمية الصحيحة	Open Digital Right Language	ODRL
معيار الأرشيف المفتوح	Open Archives Initiative	OAI
معيار إطار وصف الموارد	Resource Description Framework	RDF
معيار تنسيق تبادل الملخص	Summary Object Interchange Format	SOIF
معيار نموذج مرجع محتوى المحتوى القابل للمشاركة.	Sharable Content Object Reference Model.	SCORM
معيار تنسيق تبادل الوسائط القياسي	Standard Media Exchange Format	SMEF
خطة تصنيف العشري العالمي	Universal Decimal Classification	UDC
معيار الوسائط المتعددة المواد المرئية	Visual Resources Asociacion	VRA
معيار لغة التوصيف الموسعة	Extensible Markup Language	XML
معيار لغة تمييز الحقوق القابلة للامتداد	Extensible Rights Markup Language	XRML

قائمة المحتويات

العنوان	رقم الصفحة
صفحة العنوان	١
الشكر	٢
مستخلص الدراسة	٣
قائمة المصطلحات	٤
مختصرات الدراسة	٧
قائمة المحتويات	٩
قائمة الجداول	١٦
قائمة الأشكال والصور	١٧
مقدمة الدراسة	٢٠
منهجية الدراسة	
أهمية الدراسة	٢٢
أهداف الدراسة	٢٢
مشكلة الدراسة	٢٣
فروض الدراسة	٢٣
منهج الدراسة	٢٤
أدوات الدراسة	٢٤
حدود الدراسة	٢٤
مجتمع الدراسة	٢٤
عينة الدراسة	٢٥
اجراءات الدراسة	٢٦
الدراسات السابقة	٢٧

	الفصل الأول النشر الالكتروني ومواقع الناشرين على شبكة الإنترنت
٣٢	مقدمة
	المبحث الأول- النشر الالكتروني (مفهومه، مزاياه، عيوبه)
٣٢	تمهيد
٣٢	١- مفهوم النشر الالكتروني
٣٣	٢- مزايا وعيوب النشر الالكتروني
٣٣	١/٢- مزايا النشر الالكتروني
٣٣	١/١/٢- مزايا النشر الالكتروني بالنسبة للناشرين
٣٤	٢/١/٢- مزايا النشر الالكتروني بالنسبة للمستفيد
٣٥	٢/٢- عيوب النشر الالكتروني
٣٥	٣- أشكال النشر الالكتروني
	المبحث الثاني- مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت (مفهومها، دوافع ظهورها، تقسيماتها)
٣٦	تمهيد
٣٦	١- مفهوم مواقع الناشرين (دور النشر) على الإنترنت ومزاياها
٣٦	١/١- مفهوم مواقع الناشرين
٣٧	٢/١- مزايا مواقع الناشرين
٣٨	٢- دوافع ظهور مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت
٤٠	٣- أنواع مواقع الناشرين وتقسيماتها
٤١	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت ومعايير تقويمها

٤٥	مقدمة
	المبحث الأول - تنظيم محتوى مواقع الناشرين من البيئة التقليدية الى البيئة الالكترونية
٤٦	تمهيد
٤٦	١ - تنظيم محتوى مواقع الناشرين (مفهومه وأهميته ،عملياته ،أدواته)
٤٦	١/١ - مفهوم وأهمية تنظيم المحتوى
٤٧	١/٢ - عمليات تنظيم المحتوى
٤٧	١/٢/١ - التصنيف
٤٩	١/٢/٢ - التكشيف
٥٤	١/٢/٣ - الاستخلاص
٥٨	١/٢/٤ - الفهرسة - المبتدات
٧١	١/٣ - أدوات تنظيم المحتوى (التقليدية ، الآلية)
٧١	١/٣/١ - قوائم رؤوس الموضوعات
٧٢	١/٣/٢ - المكانز
٧٤	١/٣/٣ - الفوكسونومي
٧٨	١/٣/٤ - التاكسونومي
٨٢	١/٣/٥ - الانطولوجيا
٨٥	١/٣/٦ - خطط التصنيف الآلية
٨٥	١/٦/٣/١ - لمحة تعريفية عن خطط التصنيف الآلية
٨٦	١/٦/٣/٢ - أشهر خطط التصنيف
٩٦	١/٦/٣/٣ - مقارنة بين خطط التصنيف الآلية
٩٨	١/٦/٣/٤ - أمثلة لمكتبات عربية تعتمد على خطط التصنيف الآلية
	المبحث الثاني - تسويق محتوى مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت
١٠٠	تمهيد
١٠٠	١ - مدخل إلى التسويق الالكتروني

١٠٠	١/١- مفهوم التسويق الالكتروني
١٠٣	٢/١- أهمية التسويق الالكتروني
١٠٤	٣/١- مزايا وعيوب التسويق الالكتروني
١٠٥	٢- التسويق الالكتروني (مراحلته، مجالاته)
١٠٥	١/٢- مراحل التسويق الالكتروني
١٠٦	٢/٢- مجالات التسويق الالكتروني
١٠٩	٣- التسويق الالكتروني للكتاب
١٠٩	١/٣- مفهوم التسويق الالكتروني للكتاب
١١٠	٢/٣- عناصر المزيج التسويقي للكتاب
١١٢	٤- فئات سوق محتوى مواقع الناشرين
١١٢	١/٤- الأفراد: فئاتهم
١١٢	٢/٤- مؤسسات المعلومات بأنواعها
١١٢	١/٢/٤- مفهوم مؤسسات المعلومات وأنواعها
١١٣	٢/٢/٤- التزويد الالكتروني في مؤسسات المعلومات
١١٥	٣/٤- أدوات التزويد الالكتروني وإجراءاته
	٥- الدفع الالكتروني: (مفهومه، طرقه، الدفع الالكتروني في سوريا):
١٢٠	١/٥- مفهوم الدفع الالكتروني
١٢١	٢/٥- طرق الدفع الالكتروني (البطاقات الذكية، بطاقات الدفع، بطاقات ائتمان، بطاقات الصرف البنكي)
١٢٢	٣/٥- الدفع الالكتروني في سوريا
١٢٤	٦- تجارب عربية وأجنبية لمواقع تسويق الكتب (متاجر الكتب) وإجراءات الشراء منها:
١٢٤	١/٦- المواقع الأجنبية
١٢٤	١/١/٦- موقع أمازون
١٢٨	٢/١/٦- موقع BIBLIO

١٣٠	Barnes and noble -٣/١/٦ موقع
١٣٣	٢/٦ - المواقع العربية :
١٣٣	١/٢/٦ - موقع جملون
١٣٥	٢/٢/٦ - موقع نيل والفرات
١٣٧	٣/٢/٦ - موقع متجر الكتب العربية
	المبحث الثالث - معايير تقويم الية تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين
١٤٠	تمهيد
١٤٠	١ - مفهوم عملية تقويم المواقع الالكترونية
١٤٠	٢ - نماذج عربية وأجنبية لتقويم آلية تنظيم وتسويق المواقع الالكترونية بشكل عام ومواقع الناشرين بشكل خاص
١٤٤	٣ - المعايير المقترحة لتقويم الية تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين
١٤٨	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث :
	تقويم مواقع الناشرين السوريين على الإنترنت
١٤٩	مقدمة
١٤٩	المبحث الأول - دور النشر في سوريا
١٤٩	تمهيد
١٤٩	١ - تأثير الأزمات (الأزمة السورية ، أزمة كورونا) على دور النشر السورية ومواقعها
١٥١	٢ - أهم دور النشر السوريّة ومواقعها
	المبحث الثاني - تقويم مواقع الناشرين السوريين على الإنترنت
١٦٥	١ - المحور الأول : معلومات عامة لمواقع الناشرين على الإنترنت
١٧٥	٢ - المحور الثاني: المعايير الفنية الخاصة بمواقع الناشرين على الإنترنت
١٧٨	٣ - المحور الثالث: معايير آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين

١٨٥	٤ - المحور الرابع: معايير التسويق الالكتروني في مواقع الناشرين
١٩٥	5-المحور الخامس: سهولة البحث و التصفح في مواقع الناشرين على الإنترنت.
٢٠٠	6-التقويم العام لمواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت.
	المبحث الثالث- الفئات المستفيدة من مواقع الناشرين السوريين
٢٠١	تمهيد
٢٠١	1-الأفراد:(عرض لموقع رفوف)
٢٠٣	٢ - مؤسسات المعلومات (عرض مدى إفادة مكاتب وزارة الثقافة السورية في عملية التزويد من مواقع الناشرين السوريين)
٢٠٦	خلاصة الفصل
	الفصل الرابع : مقترحات لتطوير مواقع الناشرين السوريين
٢٠٩	مقدمة
٢٠٩	المبحث الأول- مقترحات لتطوير عمليات تنظيم المحتوى في مواقع الناشرين السوريين
٢٠٩	١-عمليات تنظيم المحتوى في مواقع الناشرين السوريين
٢١٢	٢- أدوات تنظيم المحتوى في مواقع الناشرين السوريين
	المبحث الثاني-مقترحات لتطوير عمليات تسويق المحتوى في مواقع الناشرين السوريين
٢١٣	١-متطلبات تتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والشبكات
٢١٤	٢-متطلبات تتعلق بالموارد البشرية المستخدمة لهذه التكنولوجيا
٢١٤	٣-متطلبات تتعلق بالأمور التشريعية والقانونية
	المبحث الثالث-مقترحات لبعض النظم الآلية للناشرين السوريين
٢١٦	تمهيد
٢١٦	١- مقترحات لبعض النظم الآلية التي تتيح إمكانية التزويد الالكتروني
٢٢٢	٢- نظم إدارة الناشرين (نموذج الناشر العالمي YBP).

٢٢٢	خلاصة الفصل
٢٢٣	النتائج والمقترحات
٢٢٨	قائمة المصادر والمراجع
٢٥١	قائمة الملاحق
٢٥٢	ملحق رقم (١) أسئلة المقابلة التي تم توجيهها للمسؤولين عن تصميم وإدارة مواقع الناشرين السوريين من جهة والمسؤولين عن عمليات التنظيم والتسويق لحتوى هذه المواقع من جهة ثانية.
٢٥٦	ملحق رقم (٢) اسئلة المقابلة التي تم توجيهها للمسؤولين عن التزويد في مكاتب وزارة الثقافة السورية.
٢٥٨	ملحق رقم (٣) قائمة بالمعايير المقترحة الخاصة بتقويم مواقع الناشرين السوريين على الإنترنت.
٢٧٠	ملحق رقم (٤) قائمة بأسماء دور النشر السورية التي لها مواقع على شبكة الإنترنت.
٢٧١	ملحق رقم (٥) قائمة بأهم دور النشر السورية
٢٧٣	ملحق رقم (٦) اسئلة المقابلة التي تم توجيهها للقائمين بالعمل على خطط التصنيف المتاحة عبر الويب
٢٧٤	Abstract

قائمة الجداول:

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٥٢	أبرز أنظمة التكشيف	١
٦١	الفرق بين AACR2 و RDA	٢
٦٥	عناصر خطة دبلن كور	٣
٨٤	مقارنة بين أدوات تنظيم المعلومات (الفوكسونومي، التاكسونومي، الانطولوجيا والمكانز الآلية)	٤
٩٦	مقارنة بين خطط التصنيف المتاحة عبر الويب	٥
١٠١	الفرق بين التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني	٦
١٠٢	الفرق بين التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية	٧
١٦٥	تقويم المعلومات العامة لمواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت	٨
١٧٥	المعايير الفنية الخاصة بمواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت	٩
١٧٨	معايير آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت.	١٠
١٨٥	معايير التسويق الإلكتروني في مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت	١١
١٩٥	معايير سهولة البحث و التصفح في مواقع الناشرين على الإنترنت	١٢
٢٠٠	النسب المئوية العامة لتقويم مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت.	١٣

قائمة الأشكال والصور:

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
٤٠	أنواع مواقع الناشرين	١
٦٤	معايير المبتاداة وأقسامها	٢
٧٥	الفوكسونومي الضيق	٣
٧٦	الفوكسونومي الواسع	٤
٨٠	دور التاكسونومي في الوصول إلى المعلومات على الويب	٥
٨٩	الواجهة الرئيسية لموقع ويب ديوي	٦
٩١	تطبيق ويب ديوي على الهاتف المحمول	٧
٩٣	الواجهة الرئيسية لموقع تصنيف مكتبة الكونجرس	٨
٩٤	خيارات البحث ضمن القائمة الرئيسية للتصنيف	٩
١٠٧	مجالات التسويق الإلكتروني	١٠
١١٥	أدوات التزويد الإلكتروني	١١
١١٨	إجراءات التزويد الإلكتروني باستخدام النظم الآلية	١٢
١٢٦	الواجهة الرئيسية لموقع أمازون	١٣
١٢٦	قائمة ببليوغرافية بالكتب حسب المعلومات التي تم ادخالها في مربع البحث	١٤
١٢٧	الخيارات التي تظهر لنا عند الضغط على كتاب الذي تم اختياره	١٥
١٢٨	خيارات القيام بإجراءات الشراء من موقع أمازون	١٦
١٢٨	قائمة تطالب معلومات عن المكتبة التي تريد الشراء.	١٧
١٢٩	الواجهة الرئيسية لموقع Biblio	١٨
١٣٠	حقول إدخال بيانات الكتب في موقع Biblio	١٩
١٣٠	قائمة ببليوغرافية بالكتب حسب معلومات البحث من موقع Biblo	٢٠
١٣١	متابعة إجراءات الشراء وتحديد المنطقة ونوعية الشحن من موقع Biblo	٢١
١٣٢	الواجهة الرئيسية لموقع bornes and noble	٢٢

٢٣	قائمة ببليوغرافية بالكتب المعروضة من موقع bornes and noble	١٣٢
٢٤	القيام بإجراءات الشراء في موقع barnes and noble	١٣٢
٢٥	متابعة إجراءات الشراء في موقع barnes and noble	١٣٣
٢٦	الواجهة الرئيسية لموقع جملون	١٣٤
٢٧	قائمة ببليوغرافية بالكتب حسب المعلومات المطلوبة في شريط البحث من موقع جملون	١٣٤
٢٨	إجراءات الشراء في موقع جملون	١٣٥
٢٩	متابعة إجراءات الشراء في موقع جملون	١٣٥
٣٠	قائمة ببليوغرافية بالكتب التي تم طلبها من موقع نيل والفرات	١٣٧
٣١	إجراءات الشراء في موقع نيل والفرات	١٣٧
٣٢	قائمة ببليوغرافية بالكتب المتوفرة حسب معلومات البحث على موقع متجر الكتب العربية	١٣٨
٣٣	القيام بإجراءات الشراء في موقع متجر الكتب العربية	١٣٨
٣٤	معايير تقويم الموقع الإلكتروني	١٤٤
٣٥	الواجهة الرئيسية لنظام الأفق	١٥٦
٣٦	وظائف وحدة التوريد في نظام الأفق (ضبط الموردين وإعداد الفاتورة)	١٥٨
٣٧	اتمام عملية الشراء من موقع دار الخير	١٥٨
٣٨	استمارة الويب الخاصة بالشراء من موقع دار الوثائقي	١٦٢
٣٩	نسب تقويم المعلومات العامة في مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت.	١٧٤
٤٠	نسب تقويم المعايير الفنية الخاصة بمواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت	١٧٧
٤١	نسب تقويم آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت	١٨٤
٤٢	نسب تقويم معايير التسويق الإلكتروني بمواقع الناشرين السوريين على	١٩٤

	شبكة الإنترنت	
١٩٩	نسب تقويم معايير سهولة البحث و التصفح في مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت	٤٣
٢٠٠	التقويم العام لمواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت.	٤٤
٢٠٣	شراء الكتب من موقع رفوف	٤٥
٢١٨	ادارة الاقتراحات في الصفحة الرئيسية لنظام كوها	٤٦
٢١٨	اختيار البائع للحصول على جميع قوائمه	٤٧
٢١٩	يوضح سلة المشتريات، طلب رقم ، تاريخ الاقتراح ، تاريخ الاستلام في نظام كوها	٤٨
٢٢٠	أجزاء أوامر التوريد في نظام سيمفوني	٤٩
٢٢١	واجهة تحديد أمر شراء جديد في نظام Voyager	٥٠
٢٢٢	الواجهة الرئيسية لنظام YBP	٥١

مقدمة الدراسة:

تعتبر المعرفة المحرك الأساسي لتقدم وتطور الإنسان ، وكذلك في بناء ورصد واقع الحياة وأحداثها وتفاعلاتها والاستفادة منها في توجيهه بمختلف أنماط نشاطاته، فالإنسان يمتاز عن غيره من الكائنات الأخرى بالعقل وبالتالي فهو يحتاج الى العلم والمعرفة لتطوير قدراته العقلية والفكرية والإبداعية في مجالات الحياة المختلفة من منطلق أن الانتاج الفكري والمعرفي يمثل بالنسبة للإنسان وسيلة للتعامل مع الآخرين فيؤثر بهم ويتأثر بهم وذلك من خلال التبادل المعرفي ، الأمر الذي يحقق زيادة في الكم العلمي والمعرفي ، وبناء على ماسبق من انتشار للتطورات التكنولوجية والتقنية وظهور شبكة الانترنت (تلك الشبكة التي فرضت نفسها بسرعة هائلة في مختلف مجالات الحياة) ، فقد استغلت دور النشر هذه الشبكة والإمكانيات الهائلة التي تتيحها وذلك من أجل تسويق محتواها فقد أصبحت وسيلة من وسائل التجارة الالكترونية ، وذلك من خلال إنشاء مواقع لهم على شبكة الانترنت وإتاحة الوصول الى هذه المواقع بهدف إعلام مجتمع المستفيدين بما ينشرون أو يوزعون على الرغم من أن هذه المواقع تدعم مصالح الناشرين وتروج منتجاتهم وتصب في مصالحهم بالمقام الاول ، إلا أن مجتمع المكتبات او بالأحرى المكتبيين يجب أن ينظروا الى هذه المواقع على أنها من الأدوات أو المصادر التي تربطهم بواقع سوق النشر ، ومن ثم تكفل لهم إمكانية الإحاطة بمصادر المعلومات التي تنشر عبر منافذ النشر المختلفة ومن ثم تساعد على انتقاء أو اختيار ما يناسبهم من تلك المصادر على أن تعتمد هذه المواقع على آلية تنظيم وتسويق معينة تساعد المكتبيين على الوصول الى المصادر المناسبة لهم لذا فقد جاءت هذه لدراسة لمواقع الناشرين السوريين لتحليلها وتقويمها وتحديد كيفية تنظيم وتسويق محتواها ، وتأتي دراستنا في أربعة فصول ويتفرع عن كل فصل مجموعة من المباحث:

فانبنى **الفصل الأول** الذي يحمل عنوان (مدخل إلى مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت) على مبحثين رئيسيين الأول تحدثنا فيه عن النشر الالكتروني من حيث مفهومة ومزاياه وعيوبه وأشكاله ، أما المبحث الثاني فتم تخصيصه لمواقع الناشرين بشكل عام من حيث مفهوماها والدوافع التي أدت لظهورها وتقسيماتها .

أما بالنسبة **للفصل الثاني** المعنون ب(تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت ومعايير تقويمها) فقد تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث رئيسية حيث تناولنا في المبحث الأول التنظيم في مواقع الناشرين وكيف تم تطور التنظيم من البيئة التقليدية الى البيئة الالكترونية من حيث العمليات (كالفهرسة والميتاداتا والتصنيف والتكشيف) والأدوات (قوائم رؤوس الموضوعات والمكانز وخطط التصنيف) ، أما بالنسبة للمبحث الثاني فقد تم تخصيصه للتسويق في مواقع الناشرين بدءا بالمفهوم وفتات سوق محتوى مواقع الناشرين مروراً بالتزويد الإلكتروني وانتهاءً بعرض تجارب عربية وأجنبية لمواقع تسويق الكتب ، وفي

المبحث الثالث ركزت الدراسة على معايير تقييم آلية تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت .

أما **الفصل الثالث** فقد تم تخصيصه لمواقع الناشرين السوريين وتم تقسيمه الى ثلاثة مباحث رئيسية :المبحث الأول تحدثنا فيه عن أهم دور النشر السورية ومواقعها على شبكة الانترنت وكيف أثرت الأزمة التي مرت بها بلدنا على دور النشر وعملها ،أما المبحث الثاني فقد تمّ تخصيصه لتقييم مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت (عينة الدراسة)،أما المبحث الثالث فقد تم تناول الحديث عن الفئات المستفيدة سواء كانوا أفراد أم مؤسسات .

وأخيراً فقد تم تخصيص **الفصل الرابع** لعرض بعض المقترحات التي اقترحتها الباحثة لمواقع الناشرين السوريين وذلك لتطوير عمليات التنظيم والتسويق فيا ومن ثمّ تم اقتراح بعض النظم الآلية التي يمكن لدور النشر ومكتبات وزارة الثقافة الاعتماد عليها ،وأخيراً تم اقتراح نموذج الناشر العالمي للناشرين السوريين (YBp) على شبكة الإنترنت ،وقد اشتمل البحث على مجموعة من النتائج والمقترحات التي توصلت اليها الدراسة ، وأخيراً فقد انتهت الدراسة ب(٦)ملاحق يمكن أن يستفيد منها قارئ هذه الدراسة.

منهجية الدراسة:

١ - أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من الحاجة الملحة لتقوم الظاهرة التي سندرسها والمتمثلة بمواقع الناشرين السوريين والتي تعتبر الوسيلة الأهم للوصول لمصادر المعلومات، وباعتبارها المؤسسة الأولى المسؤولة عن تسويق أوعية المعلومات، وبوجود التطورات التكنولوجية الحديثة وشبكة الانترنت فأصبح بالإمكان إنشاء موقع خاص بكل دار نشر وتحمل ما يوجد لديها من كتب على هذه المواقع لكن باتباع أساليب معينة لتنظيمها وتسويقها، ومن هنا تتجسد الأهمية في هذه الدراسة: حيث أنها من أولى الدراسات التي ستتناول مواقع الناشرين السوريين واستكشاف أبرز ملامحها ومدى تلبيتها للأهداف التي أنشئت من أجلها، وستكون هذه الدراسة بمثابة اختبار حقيقي لمدى قيام المسؤولين عن هذه المواقع بإتباع أساليب وأسس علمية سواءً في فهرسة وتكشيف وتصنيف المصادر الخاصة بهم على هذه المواقع من جهة وإجراءات التسويق الالكتروني ومجالاته المختلفة من جهة ثانية، واقتراح مجموعة من المعايير المساعدة على اتباع المنهجية في التعامل مع المواقع ذات الصلة ووضع اللبنة الأولى في بناء معرفي يمكن أن يسدّ فراغاً في الجهد العربي ضمن قائمة الإنتاج الفكري الخاص بعمليات تقويم آلية تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين.

٢-أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية الى تحقيق الأهداف التالية:

- ١-التعريف بمواقع الناشرين عموماً من حيث تنظيم محتواها من جهة وتسويقها من جهة ثانية.
- ٢-التعريف بمواقع الناشرين السوريين على الأنترنت وتحديد أنواع وأشكال مصادر المعلومات التي تنتجها.
- ٣-التعرف على فئات سوق محتوى مواقع الناشرين عموماً والمكتبات على وجه الخصوص وتحديد طرق التسويق والبيع المتبعة في مواقع الناشرين السوريين.
- ٤- تحديد الطرق والوسائل المستخدمة من قبل المسؤولين عن التزويد في المراكز الثقافية ومدى إفادتهم من مواقع دور النشر السورية.
- ٥-الكشف عن أهم التحديات التي يواجهها الناشرين السوريين في تسويق كتبهم.
- ٦-تقويم مواقع الناشرين السوريين وذلك من خلال قائمة من المعايير المعدة من قبل الباحثة وذلك بالاعتماد على المعايير الدولية لتحديد نقاط القوة والضعف في مواقع الناشرين السوريين.
- ٧-تقديم مقترحات يمكن أن تساهم في تطوير مواقع الناشرين السوريين، وتلافي أوجه القصور فيها.

٣- مشكلة الدراسة:

تنبع مشكلة الدراسة من ملاحظة أن هناك العديد من مواقع الناشرين المتاحة على شبكة الأنترنت ، لكن في المقابل فإن هذا التواجد لهذه المواقع يحيط به شيء من الغموض وعدم الوضوح في ماهية الخدمات التي تقدمها للمستفيدين عموماً والمكتبات على وجه الخصوص ، وعدم الوضوح كان دافعاً رئيسياً للقيام بهذه الدراسة لمعرفة ما يحيط بهذه المواقع وأوضاعها و ما تقدمه من خدمات وتسهيلات خاصة فيما يتعلق بعمليات التنظيم لمصادر المعلومات المتاحة في هذه المواقع من فهرسة وتصنيف وتكشيف من جهة واجراءات التسويق الالكتروني من بيع وتوزيع وإيصال هذه المصادر للمكتبات من جهة ثانية وانطلاقاً من هنا يمكن تحديد مشكلة الدراسة في اتجاهين أساسيين هما تحديد كفاءة تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين السوريين على شبكة الأنترنت؟

وبناء على ما سبق تطرح الباحثة التساؤلات التالية:

- ١- هل يتم تنظيم محتوى مواقع الناشرين السوريين وفقاً للأسس والأساليب العلمية؟
- ٢- هل دور النشر السورية تتيح كافة إصداراتها من خلال مواقعها؟
- ٣- هل تستخدم مواقع الناشرين السوريين أدوات تنظيم محلية أم عالمية في تنظيم إصداراتها؟
- ٤- تحديد درجة التزام الناشرين السوريين بنشر مستخلصات عن الكتب الصادرة عن دور النشر الخاصة بهم على مواقعهم؟
- ٥- هل مواقع الناشرين السوريين تتيح كافة اجراءات التسويق الالكتروني لمحتواها من تنظيم ،ترويج ، توزيع ، وبيع؟
- ٦- ما هي المكتبات السورية التي تتعامل مع مواقع الناشرين السوريين؟
- ٧- ماهي إجراءات وطرق البيع المتاحة من خلال مواقع الناشرين السوريين؟
- ٨- مدى إفادة المكتبات السورية (مكتبات وزارة الثقافة السورية) من مواقع الناشرين السوريين، و ماهي المعوقات التي تعترض المكتبات السورية (مكتبات وزارة الثقافة السورية) عند التعامل مع مواقع الناشرين السوريين؟
- ٩- مدى سهولة الوصول الى مواقع الناشرين السوريين عبر محركات البحث؟

٤- فروض الدراسة:

- ١- صعوبة استرجاع مصادر المعلومات المتاحة من خلال مواقع الناشرين يعود لضعف عمليات تنظيم محتويات هذه المواقع.

٢- عدم اعتماد المكتبات على مواقع الناشرين كأداة للاختيار يعود لعدم إتاحة كافة إصدارات دور النشر عبر مواقعها.

٣- عدم اعتماد المكتبات السورية (مكتبات وزارة الثقافة السورية) على مواقع الناشرين كأداة لاختيار مصادر المعلومات يعود لضعف تنظيم محتوى وإصدارات دور النشر عبر مواقعها.

٤- عدم اعتماد المكتبات السورية (مكتبات وزارة الثقافة السورية) على مواقع الناشرين يعود لضعف إجراءات ومجالات التسويق الإلكتروني المتبعة.

٥- صعوبة استرجاع المصادر المتاحة من خلال مواقع الناشرين السوريين يعود لعدم استغلال إمكانيات الويب في توفير خدمات البحث والتصفح.

٦- صعوبة الوصول الى مواقع الناشرين من خلال محركات البحث يعود لعدم اعتماد هذه المواقع على المعايير العالمية للميتاداتا.

٥- منهج الدراسة و أدواتها:

لتحقيق أهداف الدراسة تمّ الاعتماد على (المنهج الوصفي التحليلي) كونه يعد من أكثر المناهج البحثية الملائمة لدراسة مواقع الناشرين السوريين وتحليلها وتحديد مدى إفادة المكتبات السورية (مكتبات وزارة الثقافة السورية) منها وسيتم ذلك من خلال الملاحظة المباشرة للمواقع وتحليلها وتقويمها وإجراء مقابلة شخصية مع المسؤولين عن المواقع والقائمين عليها ،ومع المسؤولين عن التزويد في مكتبات وزارة الثقافة السورية (المراكز الثقافية)^(١).

٦- حدود الدراسة:

١- الحدود الموضوعية: مواقع الناشرين السوريين على الإنترنت وآلية تنظيم وتسويق محتواها ، كما تناولت الدراسة مدى اعتماد مكتبات وزارة الثقافة السورية على مواقع الناشرين في عملية التزويد.

٢- الحدود الزمانية: بداية العام ٢٠١٨ .

٣- الحدود المكانية: الجمهورية العربية السورية.

٦- مجتمع الدراسة: أسفر البحث الذي قامت به الباحثة عبر شبكة الأنترنت والاطلاع على العديد من المصادر التي تتناول موضوع النشر والنشر الإلكتروني ودور النشر عن التوصل الى تقسيم مواقع الناشرين السوريين الى عدة فئات وهي:

(١) -تم اختيار مكتبات وزارة الثقافة السورية دوناً عن المكتبات الأخرى لأنها تتعامل مع المواقع الإلكترونية للناشرين السوريين ،وبالتالي لم يتم اختيار المكتبات الأخرى كالمكتبات الجامعية مثلاً التي تبين أنها لا تتعامل مع المواقع الإلكترونية السوريين.

١- مؤسسات حكومية تقوم بعملية النشر للإصدارات الخاصة بها و لا تحمل اسم دار نشر مثل الوزارات أو المؤسسات الحكومية كالجامعات بالإضافة للجمعيات ولها موقع الكتروني خاص بها على الإنترنت.

٢- دور نشر لها وجود على أرض الواقع و تحمل اسم دار نشر قائم بذاته ولها موقع على شبكة الإنترنت.

٣- دور نشر ليس لها وجود فعلي على أرض الواقع، وإنما يقتصر وجودها على شبكة الإنترنت فقط وتحاول استثمار إمكانات هذه الشبكة في خدمة بيع وتوزيع الكتب وتسمى (متاجر الكتب).

٤- دور نشر لها مكان على أرض الواقع وتحمل اسم دار نشر قائم بذاته ولكن ليس لها موقع الكتروني على شبكة الإنترنت وبالتالي هنا في هذا البحث سيتم استبعاد الفئة الثالثة والرابعة، واقتصر العمل على الفئتين الأولى والثانية وقد تبين للباحثة وبعد زيارة وزارة الإعلام السورية والتواصل مع مديرية المطبوعات والنشر ومديرية التراخيص فقد أفادنا مدير^(٢) مديرية المطبوعات والنشر أنّ عدد دور النشر في سوريا (٢٩١) دار نشر مرخصة من وزارة الإعلام وأنّ مواقع الناشرين السوريين المفعلّة على شبكة الإنترنت عددها (١٤) موقع.

سوريا	العدد الإجمالي لدور النشر	دور النشر التي لها موقع على شبكة الإنترنت	النسبة المئوية
المجموع	٢٩١	١٤	٤.٨٪ تقريباً

وقد اعتمدت الباحثة في الحصول على هذه الإحصائيات من عدة أدلة بحثية ومن أهمها:

www.moc.gov.sy	وزارة الثقافة السورية
www.aleppochamber.com	دليل الناشرين في سوريا
www.moi.gov.sy	وزارة الإعلام السورية
www.haydarya.com	دليل الناشرين
www.ar.wikipedia.org	الويكيبيديا
www.rufuf.com	موقع رفوف
www.egybtianpublishers.org	دليل الناشرين في مصر
www.publishersunionlb.com	دليل الناشرين في لبنان
المحتوى الرقمي السوري على الإنترنت: دراسة ويبومترية	اطروحة دكتوراه للدكتور قصي عجيب في جامعة دمشق قسم المكتبات والمعلومات

(٢) - الأستاذ نبيل عمران.

عينة الدراسة:

وهي عينة قصدية هادفة وتم اختيار هذه العينة وفق الشروط التالية: (أن تكون دور النشر موجودة على أرض الواقع ولها موقع الكتروني على شبكة الأنترنت وأن يطلق عليها تعريف الموقع الافتراضي وليس مجرد صفحة للنشر أي أن يتيح الموقع الخدمات بشكل تفاعلي عبر الأنترنت بينة وبين المستفيد وبالتالي تكون عينة الدراسة هي (١٤) موقع الكتروني.

مواقع الناشرين السوريين

اسم الدار	الموقع الالكتروني
دار القدس للعلوم الطبية والترجمة	http://www.dar-alquds.com
دار الغوثاني للدراسات القرآنية	www.gwthani.com
إبن كثير للطباعة والنشر	http://ibn-katheer.com/
دار الفكر	www.fikr.com
دار غار حراء للطباعة والنشر	http://www.gharhira.com/contact.html
دار الحافظ	https://daralhafez.net/
دار مركز المنار للكتاب	http://www.mbc-sy.com
مؤسسة الرسالة ناشرون بلا حدود	https://www.resalah.com/
الهيئة العامة السورية للكتاب	http://syrbook.gov.sy/
دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع	https://www.ninawa.org/
دار الخير	http://daralkhair-sy.blogspot.com/
دار الثقافة والتراث	https://www.thakafawaturath.com/
دار النوادر	http://www.daralnawader.com/
دار الرواد	https://www.rowadpub.com/index.php

إجراءات الدراسة:

مرت الدراسة عبر الاجراءات التالية :

١- تم البحث عن مواقع الناشرين السوريين وحصرها خلال فترة زمنية معينة والتي تمثل مجتمع الدراسة وفقا لمجال وحدود البحث.

- ٢- إجراء مقابلة مع المسؤولين القائمين على مواقع دور النشر السورية .
- ٣- إجراء مقابلة شخصية مع المسؤولين عن التزويد في مكاتب وزارة الثقافة السورية.
- ٤- إعداد قائمة بالمعايير الخاصة بتنظيم المحتوى والتسويق لتقويم مواقع الناشرين من حيث آلية تنظيم محتواها من جهة وتسويقه من جهة ثانية.
- ٥- تحليل المواقع عينة الدراسة باستخدام قائمة المعايير التي تم اعدادها مسبقا.
- ٦- تسجيل نتائج التحليل ومن ثم الخروج بالمؤشرات وتحليلها وتفسيرها وتصميم الجداول التوضيحية لنتائج الدراسة.
- ٧- رسم صورة متكاملة عن تنظيم المحتوى والتسويق في مواقع الناشرين السوريين.
- ٨- مقترحات لتطوير آلية تنظيم المحتوى والتسويق في مواقع الناشرين السوريين تكون بمثابة دليل إرشادي لهذه المواقع.

الدراسات السابقة:

أولاً- الدراسات العربية

- ١- قصي عجيب. عام ٢٠١٨. (المحتوى الرقمي السوري على الإنترنت: دراسة ويومية). -دمشق جامعة دمشق (اطروحة دكتوراه).
- تناولت الدراسة بالرصد والتحليل المحتوى الرقمي السوري من خلال التحقق من سماته وخصائصه المميزة له والتأكد من حضوره على شبكة الإنترنت ، واعتمدت الدراسة على المنهج الويومي لتحويل روابطه الفائقة ورصد ما بينها من علاقات بالإضافة الى المنهج المسحي البيومي لتحويل التوزيعات الكمية والجغرافية وأثبتت الدراسة ضعف حضور المحتوى الرقمي السوري على شبكة الإنترنت وبلغ حجم المحتوى الرقمي السوري ٢٤٧١٠٥ صفحة موزعة على ١٣٥٥ موقعاً.
- ٢- نور زياد القاضي. عام ٢٠١٦. (حقوق النشر الالكتروني بين الإشكالية والحلول). -دمشق: جامعة دمشق (اطروحة ماجستير).
- هدفت الباحثة لدراسة واقع حقوق النشر الالكتروني لمجموعة من دور النشر في سورية فقامت بتوجيه استبانة إلى بعض دور النشر الحكومية والخاصة وتضمنت واقع النشر الالكتروني في سوريا وتحديات أصحاب الحقوق في ظل النشر الالكتروني .
- ٣- لمى محمد قدورة. عام ٢٠١٥. (تنظيم المحتوى الرقمي للمواقع التعليمية والاعلامية الحكومية السورية على الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية لألية التكشيف في معايير المبتاداتا). -دمشق :جامعة دمشق (اطروحة دكتوراه).

هدفت الباحثة الى تقديم بحث تحليلي نظري لعمليات التنظيم والتحليل الموضوعي وبخاصة الكشف من جهة والمبتدات ومعاييرها من جهة أخرى اضافة الى القاء الضوء على الية بناء المواقع الالكترونية ومعايير تقويمها والتعرف على الوضع الراهن لآلية الكشف وتنظيم المحتوى الرقمي لهذه المواقع .

٤- غالية محمد نبيل سعد الدين. عام ٢٠١٤. (أدوات تنظيم المعرفة: دراسة تطبيقية في انطولوجيا المكتبات والمعلومات باللغة العربية).-دمشق :جامعة دمشق(اطروحة ماجستير).

تناولت هذه الدراسة أدوات تنظيم المعرفة وانطولوجيا علم المكتبات والمعلومات وتحدثت عن مشكلة قصور أدوات تنظيم المعرفة في نظم المعلومات الرقمية قبل الأنطولوجيا وتوصلت الى عدة نتائج كان من أهمها عدم وجود نموذج انطولوجيا جاهزة بعلم المكتبات والمعلومات يمكن الاعتماد عليها كأساس للبناء أو الإفادة منها في طريقة البناء، وكان من أهم المقترحات إقامة ورشة عمل مهمتها العمل على تنظيم المعرفة العربية .

٥- بن زايد عبد الرحمان. عام ٢٠١٢. (تنظيم واسترجاع المعلومات على الشبكة العنكبوتية بين هيمنة محركات البحث وفعالية تقنية الفلوكسونومي :دراسة تحليلية).جامعة قسطنطينيه (اطروحة ماجستير).

تناولت الدراسة عملية تنظيم المعلومات على شبكة الأنترنت من حيث الاساليب والتقنيات المعتمدة في ذلك وكيفية توظيف الفلوكسونومي كأداة بحث كفيلة بالاسترجاع الدقيق والسريع للمعلومات المتاحة على الشبكة وتوصلت الدراسة الى أن محركات البحث تعتمد إلى تقديم أكبر قدر من النتائج بغض النظر عن خاصيتي التغطية والدقة وذلك لعدم قدرتها على التمييز بين العلاقات الدلالية للمفاهيم والمصطلحات المستخدمة من قبل المستفيد الذي منحتة نظم التوسيم دور مهم في بناء وتوظيف العلاقات الدلالية للمصطلحات وأيضا توصلت الى أن تنظيم المعلومات من خلال أسلوب التوسيم يعتمد على قدرة المستخدم في تحليل أفكاره وتحديد احتياجاته البحثية بقصد بناء قاعدة مجتمعية من مصادر المعلومات والأصول الرقمية .

٦- ابراهيم مرزقال. عام ٢٠١٠. (استراتيجية التسويق الالكتروني للكتاب في الجزائر :دراسة تقويمية للمواقع الالكترونية للناشرين).-الجزائر :جامعة منتوري- قسطنطينية (اطروحة ماجستير).

تعالج هذه الدراسة موضوع التسويق الالكتروني للكتاب في الجزائر وذلك من خلال تسليط الضوء على المواقع الالكترونية للناشرين الجزائريين ومحاولة التعرف على أهم استراتيجيات المتبعة من خلال الناشر لتسويق إنتاجه الفكري مع ابراز مواطن القوى والضعف في هذه المواقع عينة الدراسة وذلك من خلال عملية التقويم.

٧-عبير هلال عبد العال .عام ٢٠٠٧.(مدى فاعلية نظم التصنيف البيبليوغرافية بالمقارنة مع محركات البحث في بيئة الانترنت :دراسة تطبيقية).-مصر :جامعة بني سويف (اطروحة دكتوراه).

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على أهمية التصنيف في البيئة الالكترونية وأدوات البحث فيه ،بالإضافة الى تحديد وتحليل المحاولات العلمية لتطبيق نظم التصنيف البيبليوغرافية العالمية وقياس قدرات البحث والاسترجاع للمواقع المستخدمة لنظم التصنيف البيبليوغرافية العالمية والتعرف على اليات عمل محركات البحث وقياس مدى كفاءتها في استرجاع المعلومات عبر الويب والبوابات الموضوعية ،والأدلة الموضوعية وتناولت المواقع والمحركات والبوابات التي تستخدم نظم التصنيف البيبليوغرافية العالمية وقياس قدرات البحث والاسترجاع لها .

وقد توصلت الدراسة الى أنه لا يوجد أية مواقع عربية تطبق النظم العالمية للتصنيف في تنظيم مصادرها فيما عدا تأثر الفئات الموضوعية لدليل إسلام أون لاين بتصنيف الكونجرس وأن أغلب الأدلة تستخدم نظم تصنيف خاصة بها او محلية الصنع ، وهذه الدراسة تتناول نظم التصنيف البيبليوغرافية العالمية المستخدمة على الانترنت كتصنيف ديوي العشري او تصنيف الكونجرس.....الخ وهي نظم التصنيف التقليدية المقننة المعروفة بأدوات العمل الفنية للمكتبات ،أما هذه الدراسة فتناولت اسلوب حر لتنظيم المعلومات واسترجاعها في البيئة الالكترونية.

٨- فهاد بن سعد بن فهاد السهلي. عام ٢٠٠٦.(مواقع دور النشر العرب التجاريين على الانترنت :واقعها ودورها في عملية التزويد في بعض مكتبات مدينة الرياض).-السعودية :جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية(اطروحة ماجستير).

تناولت هذه الدراسة مواقع دور النشر التجاريين على الأنترنت ،واقعها ودورها في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض وكانت مشكلة الدراسة وجود عديد من مواقع دور النشر العربية التجارية على الأنترنت وهذا الوجود يتسم بعدم الوضوح من حيث دور هذه المواقع وماهية خدماتها المقدمة بالنسبة لتعاملها مع أقسام التزويد في المكتبات السعودية على وجه التخصيص.

ثانياً -الدراسات الأجنبية:

1- ZHOU,Z(2009).-Evaluating websites :using a practical quality model.-Demontfortuniversity,SoftwareTechnology Research laboratory .- PHDThesie

قام الباحث من خلال هذه الدراسة والتي هي بعنوان(تقويم المواقع الالكترونية :استخدام نموذج عملي للجودة) باقتراح أداة لتقويم مواقع الويب وتضم هذه الاداة عدة معايير لقياس جودة المواقع الالكترونية وقد قسمها الى ثلاثة مستويات :المستوى الاول يتضمن العنصر الجمالي وسهولة الاستخدام والوسائط المتعددة

،أما المستوى الثاني فيشتمل على العناصر المتفرعة من هذه الخصائص، المستوى الثالث فيشمل البرمجيات المستخدمة في تحليل المواقع للوصول الى موقع مثالي يلي متطلبات المستفيدين.

2-Naqvi ,Rubys(1990).An examination of certain legal issues relating to the British publisihing industry Authors , RubyS . Nagvi .http://dspase.lboro.ac.uk/(Master Thesis)

تبحث هذه الدراسة والتي بعنوان (دراسة لبعض القضايا القانونية المتعلقة بصناعة النشر البريطانية مع التركيز على اتفاقيات المؤلف ، الناشر ، النشر الالكتروني ، حقوق النشر والتأثيرات القانونية المعنية في نشر الأدب الثقافي ، وأيضا قضايا التشهير وخرق الثقة ، حيث تعتبر قضايا قانونية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

باستقراء الدراسات السابقة تبين أنّ الدراسة إجمالاً تشترك مع الدراسات العربية والأجنبية في بعض الأفكار العامة مثل :تقويم المواقع الالكترونية ،تنظيم المحتوى سواءً باستخدام الفوكسونومي أو غيرها ،النشر الالكتروني ،التزويد الالكتروني .

إلا أنّها تفرّدت عن الدراسات الأخرى في عدّة نقاط وهي:

١-شمولية الدراسة حيث أنّها جمعت بين عمليات التنظيم والتسويق معاً ،وليس فقط مجرد تقويم عام للمواقع.

اقتراح معايير لتقويم آلية تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين حيث تبين أنّه:

١/٢-لايوجد معايير محددة لتقويم مواقع الناشرين من حيث(التنظيم والتسويق)

٢/٢-جميع الدراسات التي ركزت على معايير التسويق الالكتروني في مواقع الناشرين (كانت عامة وعرضية) حيث تناولت مدى توافر سلّة الشراء أم لا فقط ،إلا أنّ الدراسة الحالية قدمت سلسلة مترابطة من معايير التسويق الالكتروني بمختلف إجراءاته بدءاً من التنظيم مروراً بالترويج والتوزيع والبيع ومابعد البيع.

٣/٢-عرضت الدراسة العديد من المقترحات لتطوير مواقع دور النشر السورية.

٣-الأهم و الأبرز في الدراسة هو الوقوف على تفاصيل عينة محددة من مواقع دور النشر السورية وتقويمها من حيث آلية التنظيم والتسويق معاً.

٤-تحديد المكتبات السورية التي تتعامل مع مواقع دور النشر السورية والتي تمثلت بمكتبات وزارة الثقافة السورية.

الفصل الأول

النشر الالكتروني ومواقع الناشرين على شبكة الإنترنت

مقدمة

المبحث الأول- النشر الالكتروني (مفهومة ،مزاياه، عيوبه)

تمهيد

١- مفهوم النشر الالكتروني

٢- مزايا وعيوب النشر الالكتروني

١/٢- مزايا النشر الالكتروني

١/١/٢- مزايا النشر الالكتروني بالنسبة للناشرين

٢/١/٢- مزايا النشر الالكتروني بالنسبة للمستخدم

٢/٢- عيوب النشر الالكتروني

٣- أشكال النشر الالكتروني

المبحث الثاني-مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت (مفهومها، دوافع ظهورها،

تقسيماتها)

تمهيد

١- مفهوم مواقع الناشرين (دور النشر) على الإنترنت ومزاياها

١/١- مفهوم مواقع الناشرين

٢/١- مزايا مواقع الناشرين

٢- دوافع ظهور مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت

٣- أنواع مواقع الناشرين وتقسيماتها

خلاصة الفصل

الفصل الأول

النشر الإلكتروني ومواقع الناشرين على شبكة الإنترنت

مقدمة:

تعرف عملية النشر بأنها عملية إنتاج وبث المعلومات بأشكال مختلفة فهو العمل على إصدار نسخ الكتاب أو مطبوع أو ما يشبهها لتباع للجمهور و تطلق هذه الصفة بشكل خاص على من يتخذ هذا العمل مهنة وهو الناشر.

ومن الجدير بالذكر بأنّ النشر يقسم إلى النشر التقليدي والنشر الإلكتروني، ولكن نحن في دراستنا هذه سيتم التركيز على النشر الإلكتروني باعتبار دراستنا عن مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت وعلى سنتناول في هذا الفصل النشر الإلكتروني ومواقع الناشرين بالتفصيل وذلك من خلال مبحثين أساسين وهما النشر الإلكتروني من حيث مفهومة، مزاياه وعيوبه، ومواقع الناشرين على شبكة الإنترنت (مفهومها، دوافع ظهورها، تقسيماتها) على النحو الآتي:

المبحث الأول- النشر الإلكتروني (مفهومه ، مزاياه ، عيوبه)

تمهيد:

يعتبر هذا العصر عصر تكنولوجيا المعلومات إذ إنه يتناول المعلومات في كافة مراحلها لأغراض الاستفادة منها في اتخاذ القرارات المختلفة وبعدّ النشر الإلكتروني من بين أهم مظاهر تكنولوجيا المعلومات فهو يسهم في عملية بث المعلومات إلكترونياً معتمداً في ذلك على وسائل التكنولوجيا الحديثة وعلى الرغم من مميزات النشر الإلكتروني إلا أنّ هذه الطريقة من النشر تعاني من مجموعة من العيوب وهنا في هذا المبحث تناولت الباحثة النشر الإلكتروني كما يلي :

١- مفهوم النشر الإلكتروني:

وردت عدة تعاريف ووجهات نظر مصطلح النشر الإلكتروني في المعجم الموسوعي لمصطلحات علم المكتبات والمعلومات : بأنه مرحلة يستطيع بها كاتب المقال أن يسجل مقاله على إحدى وسائل تجهيز الكلمات (Word processing) ثم يقوم ببثه إلى محرر المجلة الإلكترونية الذي يقوم بدوره بجعله متاحاً في الصورة الإلكترونية للمشاركين ، وأما شريف كامل شاهين فقد عرفه بأنه عملية الإصدار عمل أو نشر عمل مكتوب بالوسائل الإلكترونية سواء بشكل مباشر أو بشبكات الاتصال . (راضي، ٢٠١٥)

أما سبرينغ فقد عرفه (Spring) : بأنه الاختزان الرقمي بالحاسب للمعلومات مع تطويعها وبنائها وتقديمها وقد تكون المعلومات في شكل نصي لأي صور ورسوم يتم توليدها بالحاسب الآلي .

(تيتاوي، ٢٠١٦، ص ص ١٤-١٥)

وباستعراض تلك التعاريف يتبين وبحسب رأي الباحثة بأنّ النشر الإلكتروني ببساطة هو الذراع الجديدة لعالم النشر حيث تتم عملية التجهيز والتخزين والتوزيع للمعلومات باستخدام الحاسبات الإلكترونية والاتصالات عن بعد والمنافذ الطرفية .

٢- مزايا وعيوب النشر الإلكتروني:

٢-١ - مزايا النشر الإلكتروني:

يتميز النشر الإلكتروني بمزايا عديدة تميّزه عن النشر التقليدي وهنا سيتم عرض هذه المزايا لكل من الناشرين والمستفيد النهائي.

٢-١-١ - مزايا النشر الإلكتروني بالنسبة للناشرين:

أ- التكلفة :

ففي النشر الإلكتروني يلاحظ انخفاض تكلفة النشر وذلك بسبب انعدام تكلفة الطباعة على الورق والتجليد والتغليف الناشر مع تكلفة زهيدة جدا لطباعة أقراص الليزر وتكلفتها لا تقارن بتكلفة طباعة الكتب وخاصة المجلدات الكبيرة والموسوعات ، وكذلك تكلفة التخزين والشحن حيث أن تكلفة التخزين والشحن ونقل الكتب الورقية ضخمة مقارنة بالنسخ الإلكترونية سواء على أقراص الليزر أو التي يتم تحميلها من المواقع والبوابات الإلكترونية .

(الحاج، ٢٠١٣، ص ١٧٥)

ب- التسويق:

* هنا في النشر الإلكتروني تكون العلاقة بين الناشر والمستفيد النهائي علاقة مباشرة وبالتالي عدم الحاجة لموزعين حيث يقوم الناشر بتوزيع المحتوى الإلكتروني والتسويق له من خلال البوابات والمواقع الإلكترونية ، حيث يتم شراء وتحميل المحتوى مباشرة من الإنترنت .

* طرق تسويق مبتكرة حيث يتم الاستفادة من محركات البحث وطرق التسويق الإلكتروني في الترويج للمحتوى الإلكتروني والاشارة إلى مواقع تواجدته على الإنترنت والناشر الذي يقدمه.

(خليفة، ٢٠١٢، ص. ص ٥٤ - ٥٥)

ت- الانتشار:

إتاحة المحتوى الإلكتروني من خلال الإنترنت يعني السرعة الفائقة في النشر وإمكانية الحصول عليه في أي مكان في العالم وذلك بمجرد نشره على الموقع أو البوابة وبدون أي حواجز .

ث- الاستمرارية:

* الكتاب الإلكتروني لا تنفذ طبعاته من السوق وهذه ميزة لا تتوفر في الكتاب التقليدي .

* متابعة الزبائن بعد شراء الكتاب الإلكتروني من قبل الناشر حيث يستطيع الناشر متابعة الزبائن عن طريق إرسال الرسائل إليهم عبر البريد الإلكتروني. سرعة الإصدارات الجديدة وذلك نتيجة سهولة الإضافة والحذف والتعديل للمحتوى الإلكتروني حيث يمكن إصدار أكثر من طبعة في فترات متقاربة.

(عبد العال، ٢٠١١)

٢-١-٢- مزايا النشر الإلكتروني بالنسبة للمستفيد:

أ - سهولة البحث داخل المحتوى ومعالجته الكترونياً بالقص واللصق والتعديل والإضافة.

ب- جودة إمكانية الطباعة للأجزاء التي يرغب فيها المستخدم حتى يتمتع بقراءتها كنسخة ورقية .

ج - استخدام الوسائط المتعددة : حيث تتوفر إمكانية تقديم المحتوى في صورة برنامج تفاعلي بالصوت والصورة والرسوم المتحركة والفيديو .

د - إمكانية التعرف على معاني الكلمات والمصطلحات وذلك من خلال الروابط المتصلة بالقواميس والمعاجم.

هـ - سهولة استخدام المحتوى الإلكتروني في التعليم والتدريب في المدارس والجامعات .

و - توفير الحيز المكاني حيث أن الكتاب الإلكتروني لا يحتاج لمساحات كبيرة للتخزين فقرص الليزر يمكن أن يتسع لعدد (٥٠٠) ألف صفحة من النصوص .

ز - النشر الذاتي : حيث يستطيع مؤلف المحتوى الإلكتروني أن ينشر هذا المحتوى على الموقع الخاص الناشر .

(الملاح، ٢٠١٥)

وأيضاً يمكن إضافة مجموعة من المزايا للنشر الإلكتروني بشكل عام وهي:

* اللامجاهيرية : حيث يمكن توجيه النشر الإلكتروني إلى فرد أو مجموعة معينة من الأفراد.

* الحركية: والتي تعني إمكانية نقل المعلومات عن طريق النشر الإلكتروني من مكان لآخر وبكل يسر وسهولة .

* القابلية للتحويل: أي القدرة على نقل المعلومات عن طريق النشر الإلكتروني من وسيط لآخر .

(عبد العال، ٢٠١١)

٢-٢-٢- عيوب النشر الإلكتروني:

١-٢-٢- جودة الحروف المقروءة على الشاشة: لا تعادل جودة الحروف المطبوعة حيث لا يمكن مقارنة جودة حروف الكتاب الذي يقرأ على الشاشة بجودة حروف الكتاب المطبوع حيث أنه لا يمكن مقارنة جودة عرض الشاشة التي تصل إلى ٧٢ أو ١٠٠ Dpi بجودة النسخة المطبوعة التي تصل إلى ٦٠٠ Dpi على طابعات الليزر و ٢٥٤٠ أو أكثر على طابعات Image setters المستخدمة في المطبوع.

٢ - ٢ - ٢ - التسويق الإلكتروني للمحتوى: وذلك لابد من توفير بوابات ومواقع تسويق وبيع المحتوى من خلال الإنترنت وما يصادفها من مشاكل تتعلق بحماية المحتوى وأنظمة الدفع. (المطيري، ٢٠١٦)

٣ - ٢ - ٢ - التشريعات والقوانين: قوانين وحواجز النشر الإلكتروني مازالت غير واضحة المعالم حيث أن هذه الجوانب غير مكتملة وإلى الآن لم توجد قوانين تحفظ حق المؤلف والمصمم والناشر وبالتالي سيتعرضون بلا شك للضرر وذلك لأن القوانين والتشريعات غير مكتملة في هذا الجانب.

(العامري، ٢٠١٧)

٤ - ٢ - ٢ - البنى التحتية: من عيوب النشر الإلكتروني الحاجة الضرورية لوجود بنية تحتية في مجال تكنولوجيا الاتصالات و الأجهزة والبرمجيات أي بمعنى عدم توفر أجهزة الحاسب الآلي وشبكات الاتصال بالإنترنت بالكم والكيف المناسبين ، والحاجة إلى تعلم استخدام بعض البرامج للحصول على الكتب الإلكترونية ولقراءة هذه الكتب . (الدباس، ٢٠١١، ص ٨٦)

٥ - ٢ - ٢ - اصطياد الفيروسات و الهاكر: التي قد تسرق بعض المواقع التي قد تكون تركت دون رقابة أو حماية وحزمة أمان. (حمزة، ٢٠١٨)

٣- أشكال النشر الإلكتروني:

يوجد عدة أشكال وصور يظهر فيها النشر الإلكتروني ويمكن تقسيمها إلى مايلي:

٣-١ - الصيغ الالكترونية التقليدية: كالقرص المضغوط والكتاب الالكتروني والصحيفة الالكترونية.

٣-٢ - الصيغ الالكترونية الحديثة: مشاركة الملفات ، البودكاست ، المدونات والبرمجيات التعاونية
بالإضافة إلى نظام إدارة المحتوى .
(العريشي ، و المحضار، ٢٠١٦، ص ١٥)

٣-٣ - الإعلانات الالكترونية.

٣-٤ - البث عبر الهاتف المحمول (رسائل، أخبار، إعلانات ، صور الخ).

٣-٥ - البث عبر وسائل الكترونية أخرى (وسائل..... الخ).
(خليل، ٢٠١٥، ص ١٠٥)

المبحث الثاني - مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت (مفهومها، دوافع ظهورها، تقسيماتها).

تمهيد:

يعتبر الناشرين أحد أهم مكونات مجتمع المعرفة حيث أنهم يعتبروا أحد أهم المنتجين الأساسيين لأوعية المعلومات فلذلك تعتبر مواقع الويب الخاصة بهم الواجهة الأساسية التي يمكن للمستخدمين الوصول لما ينتجه هؤلاء الناشرين ،ولذلك هذا المبحث سيتم تخصيصه لمواقع الناشرين من حيث مفهومها ومزاياها ودوافع ظهورها على شبكة الإنترنت وأنواعها وتقسيماتها.

١- مفهوم مواقع الناشرين (دور النشر) على الإنترنت ومزاياها

١/١- مفهوم مواقع الناشرين :

حتى نستطيع أن نتوصل لمفهوم مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت لابد أن نتعرف على المصطلحات التي ترتبط بهذا المصطلح والتي هي :

المواقع الالكترونية : فقد عرفها مُجَّد مصطفى حسين بأنها: مجموعة من الصفحات الالكترونية المرتبطة ببعضها البعض والتي تحتوي على نصوص وصور ورسوم متحركة ووصلات وربما موسيقى وأفلام بما معلومات حول موضوع ما قد يكون شركة أو جهة حكومية أو شخصا أو بحثا داخل صفحات منسقة ويحمل الموقع اسما منفردا يمكن فتحه من خلال شبكة الإنترنت .
(أحمد، ٢٠١٥، ص ١٤)

وأيضاً **عرفتها سمية ثينو:** بأنها مجموعة صفحات الكترونية مرتبطة ببعضها البعض يمكن مشاهدتها والتفاعل معها عبر برامج حاسوبية تدعى المتصفحات ويمكن عرضها بواسطة الهواتف النقالة عبر تقنية نظام التطبيقات اللاسلكية.
(ثينو، ٢٠١٧، ص ٣٠)

وكذلك من المصطلحات المرتبطة بمفهوم مواقع الناشرين هو الناشر (دار النشر) : فيعرف الناشر بأنه مؤسسة أو شخص يقوم بإصدار وطبع وتوزيع الكتب والمجلات والصحف ويتحمل مسؤولية التمويل المالي إلى جانب مخاطر النشر فهو الذي يدير عملية النشر بين المؤلف والطابع والموزع بماله وجهده ووقته حتى يصل إلى القارئ وبذلك يعد الناشر الشخص الحقيقي أو المعنوي الذي يستثمر أمواله في إنتاج الكتب فهو حلقة الوصل بين من ينتج المعرفة ومن يستهلكها. (اتحاد الناشرين العرب، ٢٠١٧، ص ٢)

ويعرف الناشر أيضاً بأنه الشخص أو الشركة المسؤولة عن طرح الكتب في السوق ويختلف الناشر عن الدار التي تطبع الكتاب (المطبعة) وقد يكون الناشر والطابع جهة واحدة ولكن في صناعة الكتب الحديثة لا يكون الأمر كذلك أما الجهة التي تتولى النشر فيشار إليها عادة (دار النشر) أو (مؤسسة النشر) وتشير الدراسات الحديثة أن الناشر معناه الأخير يقتصر دوره على إدارة عملية النشر وتحمل أعبائها المالية . (مرزقلال، ٢٠١٠، ص ص ٧٥-٧٦)

وهنا بعد التعرف على مفهوم المواقع الالكترونية بشكل عام و مفهوم الناشر توصلت الباحثة إلى صياغة التعريف الآتي لمواقع الناشرين :

هي تلك المواقع التي تتكون من مجموعة من الصفحات الالكترونية المرتبطة ببعضها البعض والمصممة وفق معايير محددة والتي تظهر فيها مصادر المعلومات التي تنتجها الدار سواء المصادر الحديثة أو المصادر التي ماتزال تحت الطبع والمصادر الأكثر طلباً أو مبيعاً (إذا كان الموقع يهدف للربح المادي) وتكون تابعة لشخص أو هيئة (الناشر) ويكون مسؤولاً عنها وعن تحديثها بشكل منتظم وعن إدارتها .

١/٢-مزايا مواقع الناشرين:

يهدف الناشرين من إنشاء مواقع لهم على شبكة الإنترنت إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تتفق مع سياسات العمل عندهم والتي هي:

٢-١- الوصول إلى السوق العالمية على الإنترنت فلا توجد حدود جغرافية تقيد حركة المعلومات وبالتالي الوصول إلى مستخدمين أو مستفيدين في أماكن متفرقة وفي دول مختلفة وفي نفس الوقت و بطرق غير تقليدية.

٢-٢- توسيع قاعدة العملاء نتيجة توافر إمكانية الدخول اللحظي والدائم إلى الموقع والتوسع في خدمات النشر على الموقع وفتح أسواق جديدة لدار النشر والتوزيع لإصداراتها وأنشطتها من مؤتمرات وندوات ومعارض والقيام بخدمة المستهلك (٢٤) ساعة يومياً (٧) أيام أسبوعياً .

٣-٢- تقليل الأعمال الورقية والاهتمام بحاجات العميل مما يساهم في تقليل إتمام المعاملات من خلال اختصار خطوات عملية التسويق للمنتج وربيعه عبر الإنترنت وتقديم صورة أو واجهة مشرفة للجمهور المستفيدين كوسيلة من وسائل تحقيق التواصل المستمر معه أينما وجد.

٤-٢- تنشيط حركة بيع المنتجات عبر شبكة الإنترنت من خلال ما تقدمه دور النشر من عروض وخصومات كبيرة وهدايا .

٥ - ٢ - انخفاض التكاليف وتحقيق الانسيابية المرنة في العلاقات بين دار النشر والمتعاملين معها سواء مستفيدين أو مكاتب.

٦-٢- سرعة التحميل والمرونة والتحديث المستمر وسهولة التعامل مع الأدوات والتطبيقات المتاحة على الموقع وإتاحة المعلومات الحديثة و السريعة التغير بصورة فورية للمستخدم.

٧-٢- مساعدة المستفيدين الوصول إلى احتياجاتهم من مصادر المعلومات سواء المتاحة على موقع دار نشر أو على المواقع الفرعية ذات الصلة وإمكانية التنقل بين صفحات الموقع بسهولة.

(ساعاتي، ٢٠١٠، ص٢٢٦)

٢-دوافع ظهور مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت:

يوجد العديد من العوامل التي دفعت الناشرين لإنشاء مواقع لهم على شبكة الإنترنت ويمكن تحديد أهمها كما يلي:

١/٢- دوافع تكنولوجية: إن التطورات السريعة والمتلاحقة التي شهدتها تكنولوجيا المعلومات والتي ولدت نتيجة اتحاد ثلاثة تكنولوجيات مع بعضها البعض وهي تكنولوجيا الاتصالات والحاسبات والبرمجيات:

أ- تكنولوجيا الحاسبات : تقديم الحاسبات الآلية للقدرات والإمكانات الكبيرة التي توفرها.

ب- تكنولوجيا البرمجيات: برامج تساعد على تصميم وتنفيذ وإدارة قواعد البيانات في نظم استخدام الحاسبات في التطبيقات المختلفة ..

ج- تكنولوجيا الاتصالات : وذلك من خلال ما تقدمه من ربط الحاسبات ونظم المعلومات مع بعضها البعض في أنظمة متكاملة.

د - إمكانية حصول الناشرين على تقويم فوري للخدمات المقدمة من جانب المستفيدين أو ما يطلق عليه بالتغذية المرتدة Feed back بطريقة التفاعل بين المنتج والمستهلك لتطوير هذه المواقع.

هـ - توفير الكتالوجات والصور والأصوات والنصوص والفيديو على المواقع بدون تكاليف إضافية مثل التكاليف عند إرسال الكتالوجات الخاصة بالناشرين إلى المستفيدين أو المكتبات من خلال خدمات البريد العادي.

٢-٢- الدوافع الاقتصادية والمالية: التحولات التي شهدتها الاقتصاد العالمي وظهور ما يعرف باقتصاد المعلومات الذي يتميز بتطوير استخدام المعلومات فبتوفير فرص عمل وفتح آفاق جديدة لإشباع احتياجات المستفيدين في المعرفة والمعلومات واتساع قاعدة الأسواق .

وظهور مصطلح اقتصاديات الإنترنت حيث تم استغلال الأعمال المالية والمصرفية والتجارية والخدمية بشكل الكتروني عن طريق شبكة الإنترنت مما ساهم في تطوير صناعة النشر على الإنترنت وزيادة حجم مبيعاته على مستوى العالم.

٢ - ٣- العوامل الثقافية والمعرفية :

* التزاوج بين المعلوماتية والعلوم الأخرى وما ترتب على ذلك من خلق وتوليد الكم الهائل من المعلومات الصريحة والضمنية التي تحتاج إلى رسائل تتعامل معها والاستفادة منها.

* التضخم الهائل بحجم الإنتاج الفكري حيث تعد موضوعات المعرفة البشرية في تضخم كبير وأصبح من الصعب جمعها وتخزينها بالطرق التقليدية لذلك كان لابد من إيجاد وسائل جديدة أكثر لتخزين البيانات والمعلومات وتعدد وتنوع طرق الاسترجاع لهذه البيانات .

٢ - ٤ - العوامل المتعلقة بصناعة النشر:

أ- تطور صناعة النشر في مجالات التحرير والمراجعة والتوزيع الإلكتروني للمطبوعات واستخدام الناشرين للحاسوب في عمليات النشر المختلفة.

ب- تزايد المشكلات المرتبطة بصناعة النشر الورقي مثل:

* ارتفاع تكاليف إنتاج صناعة الورق .

* ارتفاع تكلفة اليد العاملة المطلوبة في جميع مراحل النشر الورقي المطبوع.

* التأثيرات السلبية للنشر الورقي المطبوع على البيئة والتي تتمثل في قطع الأشجار لصناعة الورق والطبيعة المادية للأصول الورقية من حيث قدرتها على التحمل وقابليتها للتلف.

* المشكلات التخزينية للمواد الورقية المطبوعة ومشكلات نقل وشحن وإيصال هذه المواد المطبوعة.

(ساعاتي، ٢٠١٠، ص، ص ٢٣٣-٢٣٤)

٣- أنواع مواقع الناشرين وتقسيماتها: قبل البدء بالحديث عن فئات مواقع الناشرين وتقسيماتها لابد لنا من أن نتعرف على أنواع المواقع الالكترونية بشكل عام ، فالمواقع الالكترونية تقسم إلى : (مواقع شخصية بمواقع المنظمات ، مواقع إخبارية ، مواقع تعليمية، مواقع حكومية مواقع تجارية، مواقع الترفيه). (ملحم، ٢٠١١، ص٢٧٠)

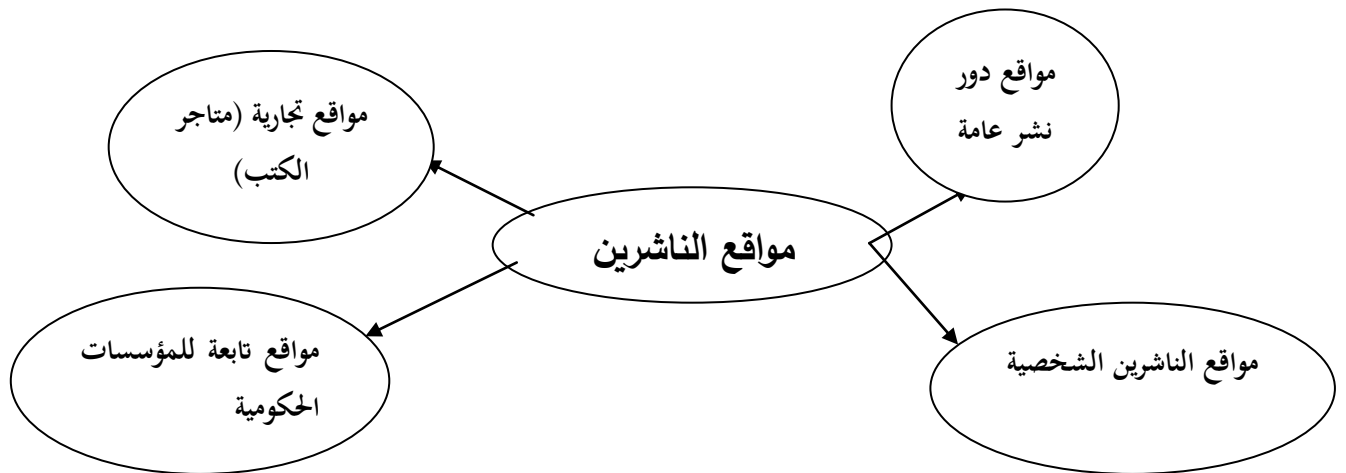
أما بالنسبة لمواقع الناشرين فقد تم تقسيمها من عدة وجهات نظر في عدة دراسات كان من أهمها الدراسة التي قام بها كل من (الجندي وسيد) حيث تم تقسيم وتصنيف مواقع الناشرين وفقا لثلاثة متغيرات وهي:

أ- الفئة الوظيفية (موقع ناشر، متجر لبيع كتب).

ب- الاهتمامات الموضوعية: (عام ، متخصص).

ج- الفئة التوعوية : (تجاري ، حكومي، أكاديمي). أما في الدراسة التي أعدها الباحثة (Gloria Miccioli) فقد صنفت مواقع الناشرين إلى : (مواقع متاجر الكتب، مواقع عروض الكتب، مواقع الناشرين، مواقع أدلة الناشرين). (الجندي، سيد، ٢٠٠٦، ص ص ٩٦-٩٧)

أما من وجهة نظر الباحثة فيمكن تصنيف مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت إلى أربعة فئات أساسية كما هو موضح في الشكل التالي :



الشكل رقم (١) أنواع مواقع الناشرين (من تصميم الباحثة)

أ- مواقع دور نشر عامة ومواقع متخصصة.

ب- مواقع تجارية (متاجر الكتب) هدفها الربح المادي .

ت- مواقع الناشرين الشخصية .

ث- مواقع تابعة للمؤسسات الحكومية تقوم بعملية النشر للإصدارات الخاصة بها و لا تحمل اسم دار نشر مثل الوزارات والهيئات أو المؤسسات الحكومية كالجامعات بالإضافة للجمعيات.

خلاصة الفصل:

وهكذا تناول الفصل مبحثين الأول يوضح مفهوم النشر الالكتروني ومزاياه بالنسبة للناشرين والمستفيدين وأشكاله التي تعددت سواء الصيغ الالكترونية التقليدية والحديثة ، أما المبحث الثاني يركز على مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت من حيث مفهومها وتقسيماتها مروراً بأهداف الناشرين من إنشاء مواقع خاصة بهم على الشبكة وصولاً إلى الدوافع التي دفعت الناشرين لإنشاء هذه المواقع.

الفصل الثاني

تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت ومعايير تقويمها

مقدمة

المبحث الأول - تنظيم محتوى مواقع الناشرين من البيئة التقليدية الى البيئة الالكترونية
تمهيد:

١- تنظيم محتوى مواقع الناشرين (مفهومه وأهميته ،عملياته ،أدواته)

١/١- مفهوم وأهمية تنظيم المحتوى

١/٢- عمليات تنظيم المحتوى

١/٢/١- التصنيف

١/٢/٢- التكشيف

١/٢/٣- الاستخلاص

١/٢/٤- الفهرسة-الميتاداتا

١/٣- أدوات تنظيم المحتوى (التقليدية ،الآلية)

١/٣/١- قوائم رؤوس الموضوعات

١/٣/٢- المكانز

١/٣/٣- الفوكسونومي

١/٣/٤- التاكسونومي

١/٣/٥- الانطولوجيا

١/٣/٦- خطط التصنيف الآلية (ويب ديوي، تصنيف مكتبة الكونجرس، التصنيف العشري العالمي)

١/٣/٦/١- لمحة تعريفية عن خطط التصنيف الآلية

١/٣/٦/٢- مقارنة بين خطط التصنيف الآلية

١/٣/٦/٣- أمثلة لمكتبات عربية تعتمد على خطط التصنيف الآلية

المبحث الثاني- تسويق محتوى مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت

تمهيد

١- مدخل إلى التسويق الالكتروني

١/١-التسويق الالكتروني (مفهومه ، أهميته ،مزاياه وعيوبه)

٢/١-التسويق الالكتروني(مراحله-مجالاته)

٣/١-التسويق الالكتروني للكتاب

٢- فئات سوق محتوى مواقع الناشرين

١/٢-الأفراد :فئاتهم

٢/٢-مؤسسات المعلومات بأنواعها

١/٢/٢-مفهوم مؤسسات المعلومات وأنواعها

٢/٢/٢-التزويد الالكتروني في مؤسسات المعلومات

٣/٢- أدوات التزويد الالكتروني وإجراءاته

٣- الدفع الالكتروني : (مفهومه ، طرقه، الدفع الالكتروني في سوريا):

١/٣ - مفهوم الدفع الالكتروني

٢/٣ - طرق الدفع الالكتروني (البطاقات الذكية ،بطاقات الدفع ،بطاقات ائتمان ،بطاقات الصرف البنكي)

3/3- الدفع الالكتروني في سوريا

٤-تجارب عربية وأجنبية لمواقع تسويق الكتب(متاجر الكتب) واجراءات الشراء منها:

١/4 - المواقع الأجنبية

1/1/4- موقع أمازون

٢/١/٤-موقع BIBLIO

٣/١/٤-موقع Barnes and noble

٢/٤ - المواقع العربية :

١/٢/٤-موقع جملون

٢/٢/٤ - موقع نيل والفرات

٣/٢/٤ - موقع متجر الكتب العربية

المبحث الثالث - معايير تقويم الية تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين

تمهيد

١- مفهوم عملية تقويم المواقع الالكترونية

٢- نماذج عربية وأجنبية لتقويم آلية تنظيم وتسويق المواقع الالكترونية بشكل عام ومواقع الناشرين بشكل خاص

٣- المعايير المقترحة لتقويم آلية تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين

خلاصة الفصل

الفصل الثاني

تنظيم وتسويق محتوى مواقع النashرين على شبكة الإنترنت ومعايير تقويمها

مقدمة:

يعد مجال تنظيم المعلومات واسترجاعها من أكثر المجالات تأثراً بانعكاسات التطورات التقنية الحديثة التي تحيط بعلوم المكتبات والمعلومات، وبخاصة ما يتصل بقضايا تنظيم واسترجاع المعلومات في البيئة الرقمية، إلا أن القواعد أو القيود المستخدمة في الطرق التقليدية لا يمكن استخدامها مع الكم الهائل من المعلومات والوسائط في البيئة الرقمية، وهنا في هذا الفصل سنتحدث عن عمليات المعالجة الفنية في المكتبات ومراكز المعلومات الفهرسة، التصنيف والتكشيف، والاستخلاص) وهذه مجملها تشكل الوظيفة الثانية للمكتبات ومراكز المعلومات والتي تعرف بعملية التنظيم لمصادر المعلومات، **فالتنظيم لمصادر المعلومات يعرف بأنه:** مصطلح يشير إلى مختلف العمليات الفنية التي تجري على مصادر المعلومات كالفهرسة والتصنيف والتكشيف وغيرها، لذلك يرى «محمد فتحي عبد الهادي» أن التنظيم أو ما كان يعرف سابقاً بالمعالجة الفنية إنه عصب العمل بمؤسسات المعلومات ومحور النشاط بها، لذلك فإن أوعية المعلومات التي يتم اختيارها واقتناؤها لا قيمة لها، ولا فائدة منها، ما لم تستخدم ويتم الاستفادة منها على نحو فاعل ولا يمكن أن يتم الاستخدام أو تتم الاستفادة إلا إذا تم الوصول إلى هذه الأوعية ومحتوياتها عبر أدوات ووسائل تتيح الاسترجاع بسهولة وبسرعة، هذه الوسائل أو الأدوات، والمتمثلة في الفهارس والكشافات والمستخلصات وغيرها، هي النتاج الملموس للمعالجة الفنية. (حمدي، ٢٠٠٧، ص ٤٨)

وهناك من يعبر عن التنظيم بتحليل المحتوى الموضوعي للمعلومات باعتباره الجزء المهم في تنظيم المعلومات، والذي يراعى عند القيام به الطبيعة الخاصة بهذه المعلومات وكذلك نوعية الخدمات التي ستقدم بالاعتماد عليها وقد اختلف أخصائيو المعلومات ومصممو مواقع الويب في الطرق التي يمكن من خلالها تنظيم المعلومات على الشبكة بعد الانتشار المتزايد للمعلومات المتاحة على الشبكة كماً ونوعاً الشيء الذي عجل من ظهور تطورات مهمة في أساليب تنظيم المعلومات وطرق هيكلتها من أجل الوصول إلى المعلومات الأكثر نفعاً وإفادة، من هنا تبدأ الحاجة إلى معرفة الأساليب والطرق الحديثة المستخدمة في عملية تنظيم المعلومات . (عبد الرحمان، ٢٠١٢، ص ٣١)

وعليه سنتناول في هذا الفصل عمليات التنظيم والتسويق في البيئة التقليدية وكيف تطورت لتلائم البيئة الالكترونية ومواقع الويب:

المبحث الأول - تنظيم محتوى مواقع الناشرين من البيئة التقليدية الى البيئة الالكترونية

تمهيد:

شهدت أنشطة تنظيم المعلومات تحولات وتطورات كبيرة ولعل أهم هذه التطورات هي طريقة التعامل مع المعلومات في البيئة الرقمية والتي تتطلب العديد من المهارات والقواعد والتقنيات ، مما دفع إلى تطوير آليات ومعايير وقواعد تتناسب مع الشكل الجديد للمعلومة سواء في شكلها أو إنتاجها أو طريقة تخزينها وبثها وهذا ما دفع المتخصصين بعلم المكتبات والمعلومات إلى تطبيق معايير وتقنيات من شأنها أن تساهم في التحكم وتنظيم المصادر الإلكترونية في البيئة الرقمية، وهنا في هذا المبحث سنتحدث عن تنظيم مصادر المعلومات في البيئة التقليدية والبيئة الالكترونية كما يلي:

١- تنظيم محتوى مواقع الناشرين (مفهومه وأهميته ،عملياته ،أدواته):

١/١- مفهوم وأهمية تنظيم المحتوى:

يشير مصطلح تنظيم المحتوى إلى التنسيق والترتيب لوضع الأشياء في أماكن محددة حتى يسهل الوصول إليها واسترجاعها عند الحاجة لها فنجاح المكتبة أو مركز المعلومات في تحقيق الواجبات والوظائف المحددة له يتوقف وبدرجة كبيرة على نجاح عمليات التنظيم فيها الفهرسة والتصنيف والتكشيف والاستخلاص).

(المهيزع، ٢٠١٥)

ومن وجهة نظر أخرى يعرف تنظيم المحتوى : بأنه التنظيم الذي ينصب على تعيين ما وراء البيانات (metadata) لكل وثيقة تضاف إلى المجموعة.

(علي، ٢٠١١، ص٦٦٦)

أما بالنسبة لأهمية التنظيم في البيئة الرقمية فلا تختلف أهمية التنظيم في البيئة التقليدية عنها في البيئة الرقمية بل ونحن بحاجة للتنظيم في البيئة الرقمية أكثر وذلك بسبب التضخم والكم الهائل من المعلومات المتوفرة على شبكة الإنترنت ، فالتصنيف وغيره من عمليات التنظيم يقومون بالدور نفسه في البيئة الرقمية باعتباره نقطة استرجاع موضوعية بالإضافة إلى كونه أداة أساسية في إنشاء أدلة التصفح الموضوعي.

(رجب، ٢٠١٨، ص٣٩)

وهناك عدة طرق يمكن من خلالها تنظيم مصادر المعلومات الإلكترونية منها (تنظيمها وفق إحدى خطط التصنيف المتعارف عليها، أو وفق خطة تصنيف مصممة لذلك، تنظيمها وفق قطاعات موضوعية

عريضة، ثم قطاعات موضوعية فرعية، وتنظيمها هجائيا وفق عناوين المواقع الإلكترونية الخاصة بكل منها بالنسبة للمصادر المتاحة عبر شبكة الإنترنت).

(جبال، ٢٠١٠)

وهنا نرى بأن تنظيم المحتوى يرتبط بالإجراءات والعمليات الفنية سواء كانت بشكلها التقليدي أو الإلكتروني، وهذه الإجراءات هي التصنيف والفهرسة والتكشيف والاستخلاص وفيما يأتي سنتحدث بالتفصيل عن هذه الإجراءات والعمليات.

٢/١-عمليات تنظيم المحتوى:

حتى نستطيع القيام بتنظيم المحتوى سواء في البيئة التقليدية او الإلكترونية فهناك مجموعة من العمليات التي يجب علينا القيام بها والتي تتحدد بما يلي:

١-٢-١ - التصنيف:

لقد صنف الإنسان منذ القدم ولا يزال يصنف الأشياء الملموسة والتي تتكون منها بيئته، فالتصنيف سمة أساسية في حياة الإنسان فهو يستخدم في أغلب شؤون حياته وهذا المبدأ ينطبق على المكتبات وغيرها من المؤسسات الأخرى ومن بينها المواقع الإلكترونية ، ومن هنا سنبدأ بمفهوم التصنيف:

١/٢/١-مفهوم التصنيف:

التصنيف لغة: يعرف التصنيف لغة بأنه التمييز بين الأمور وترتيبها وتجميعها على حسب درجة التشابه بينها، أو فصلها عن بعضها البعض بالنظر لدرجات التشابه والاختلاف بينها.

التصنيف اصطلاحاً: ترتيب مصادر المعلومات المتشابهة موضوعياً في مكان محدد ورمز خاص.

(إسماعيل، الورغي، ١٩٨٩، ص ٢٨٩)

وللتصنيف في المكتبات ومراكز المعلومات بالصورة التقليدية فوائد كثيرة من أهمها إنه يساعد في تنظيم محتويات المكتبة ووصول المستفيد إلى المصدر والمعلومة بكل سهولة ويسر ويوفر الجهد والوقت وذلك عن طريق استخدام الرموز الدلالية الخاصة بخطة التصنيف المعتمدة في المكتبة و يساعد على كشف الضعف والنقص في مقتنيات المكتبة فإن ظهرت أرقام لبعض التصنيفات دون استخدام أو استخدمت بشكل قليل دل ذلك على أن الموضوعات التي تمثل تلك الأرقام ضعيفة.

(وزارة الثقافة ، ٢٠١١ ، ص ٩)

أما بالنسبة للتصنيف في البيئة الرقمية: فإنه يركز بشكل أساسي على ما توفره مواقع الإتاحة من خيارات ضمنية وتقسيمات موضوعية محددة تمكن ناشر المحتوى الرقمي من وضع تصنيف يتلاءم مع نوع وخصائص المحتوى الرقمي الذي يريد نشره وإتاحته من خلال الإنترنت، ومع الإقرار إن مهارة وقدرة ناشري

المحتوى الرقمي على وضع محتوهم في التصنيف الملائم له، قد تختلف جذرياً عن تلك التي كانت تستخدم في البيئة التقليدية والتي نقصد بها تصنيف الكتب في المكتبات، فالمقاربة بين عملية تصنيف الكتب في المكتبات مع عملية التصنيف المحتوى في البيئة الرقمية يمكن إيجازها بالقول إن خطة التصنيف مثل نظام ديوي أو نظام مكتبة الكونجرس تقابل التصنيفات الثابتة التي تقدمها مواقع نشر المحتوى الرقمي، ومسؤولية اختيار التصنيف الملائم للكتب في البيئة التقليدية من مسؤولية متخصص المكتبات في الوقت الذي تقع مسؤولية اختيار التصنيف الملائم للمحتوى الرقمي على عاتق ناشر المحتوى نفسه وبالتالي يمكن التحقق من موضوعية وجودة الاختيار الذي قام به ناشر المحتوى الرقمي، وذلك لتباين الخبرات والمهارات بين العدد الهائل من مستخدمي مواقع النشر الرقمي مثل المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، وتتوقف كفاءة عملية التصنيف في البيئة الرقمية على قدرة مطوري المواقع من تقديم تصنيفات موضوعية شاملة وبنسق هرمي، فضلاً عن مهارة ناشري المحتوى على اختيار الملائم منها. (الزهيري، ٢٠١٦، ص ص ٧١-٧٢)

١/٢/١/ب-أنواع نظم التصنيف:

-حسب المستوى: يقسم التصنيف هنا إلى تصنيف واسع وتصنيف ضيق.

التصنيف الواسع: هو التصنيف الذي يقتصر على الموضوعات الرئيسية وما يتبعها دون الاهتمام بالتقسيمات الدقيقة.

التصنيف الضيق، فهو عادة يوفر عدة تقسيمات دقيقة لفروع المعرفة.

-حسب التغطية الموضوعية هنا يقسم إلى :

نظم التغطية الموضوعية العامة: وهي النظم التي تغطي فروع المعرفة البشرية على اختلافها.

نظم التغطية الموضوعية المتخصصة: وهي النظم التي تقتصر في معالجتها على مجال موضوعي واحد.

نظم التغطية الموضوعية الخاصة: وهي النظم التي تلبي احتياجات مراكز المعلومات في تنظيم أنواع معينة من المصادر.

-حسب المنهج فينقسم إلى :

نظم التصنيف الحصرية: هي الأنظمة التي تحاول أن تحصر كل موضوعات المعرفة البشرية في قائمة واحدة تظهر العلاقة بين الموضوعات وتندرج من العام إلى الخاص.

نظم التصنيف شبه الحصرية: هي نظم تصنيف جاهزة لكنها أدخلت درجة بسيطة من التحليل والتركيب لتحديد موضوعات الوثائق.

نظم التصنيف التحليلية التركيبية : هي الأنظمة التي لا تحصر موضوعات المعرفة البشرية في قائمة واحدة ولا تعطي أرقام تصنيف جاهزة للموضوعات المركبة بل تقوم بتسجيل العناصر التي تتألف منها الموضوعات المركبة. (سعد الدين، ٢٠١٤، ص ٣٣-٣٥)

١-٢-٢- التشفيف :

تعتبر عملية التشفيف من العمليات الفنية المهمة التي تمكن الباحثين من الوصول إلى المعلومات بسهولة ويسر ، وهنا في هذا الجزء سنتناول عملية التشفيف على النحو الآتي :

١/٢/٢- مفهوم التشفيف وأهميته:

من الناحية اللغوية: فكلمة Index هي كلمة إنكليزية مشتقة من الكلمة اللاتينية Indi care والتي تعني لفت النظر أو الإشارة إلى شيء ما أو دلالة عليه ، أي أنه عبارة عن إشارة أو علامة توضح أو تفسر شيء ما، فقد دخلت هذه الكلمة اللغة الإنجليزية من العصور الوسطى وهي مكونة من مقطعين هما (In) ومعناها في الداخل ، والمقطع الثاني (dex) ومعناها يدل على أو يشير إلى وينتج منها (Index) ومنها dexter - مكشف ومنها Indexing تشفيف أما في اللغة العربية فهي مشتقة من الفعل الثلاثي كشف وكشف الشيء تعني أظهره ورفع عنه ما يغطيه ، أما في علوم المكتبات فيقصد به أحد أشكال التحليل الموضوعي للوثائق. (جير ، ٢٠١٢، ص ٢١٨)

من الناحية الاصطلاحية: هو عملية إعداد الكشافات أو إعداد مداخل الكشاف التي تؤدي للوصول إلى المعلومات في مصدرها . (فرحان، ٢٠١٤، ص ٣)

ومن وجهة نظر ثانية فيمكن تعريف التشفيف بأنها عملية دراسة وتحليل الوثائق لتحديد رؤوس الموضوعات أو الواصفات التي تستخدم في بناء الكشاف وهو الأداة التي يستخدمها الباحث أو المستفيد في الوصول إلى الوثائق التي يحتاج إليها واسترجاعها وتتوافر العديد من تلك الكشافات للباحثين اليوم بصورها المطبوعة والآلية. (موسى، ٢٠١٢)

لكن بعد استخدام الحاسب الآلي في معالجة البيانات الإلكترونية أدى ذلك إلى حدوث تغيرات جوهرية في أسس وقضايا صياغة البيانات الوصفية ، حيث إنه لم يعد هناك مسوغ لما يسمى المدخل الرئيسي، ولم يعد هناك مبرر لقلب أسماء المؤلفين لكي تبدأ بأسماء الشهرة أو أسماء العائلة كما أن ترتيب عناصر البيانات فيما بينها لم يعد يمثل أدنى مشكلة لأن جميع حقول التسجيلية البليوغرافية يمكن أن تعامل على قدم المساواة في الفرز والترتيب والاسترجاع وهنا يمكن تعريف التشفيف: بأنه اختيار الكلمات الدالة من الوثيقة بالطرق الآلية لتكوين مداخل الكشاف وتحديد المصطلحات الكشفية باستخدام الحاسب الآلي

بدلاً من الإنسان، والطرق الفنية التي تتبع تتضمن: اكتشاف العبارات والرجوع إلى المكانز، والتحليل اللغوي، والتحليل الإحصائي واحتمالات تردد المصطلحات.

(بدر ، و عبد الهادي، ومتولي، ٢٠٠١، ص ١٢٣)

أما بالنسبة لمفهوم الكشف فقد قدمت الموصفة البريطانية لأعداد الكشافات التعريف التالي للكشاف: وهو دليل منهجي لموضع أو مكان الكلمات ، أو المفاهيم ، أو الوحدات الأخرى في الكتب أو الدوريات أو غير ذلك من المطبوعات. (عبد الهادي، و زايد، و مُحمَّد، ٢٠٠٠، ص ٢٠)

أما أهمية التكشيف فتتمثل في الآتي:

١. قابلية تسجيل عدد غير محدود من المواد المكشوفة.
٢. إمكانية مشاركة أكثر من مستخدم في الوصول إلى البيانات والتعامل معها.
٣. تقليل وقت و جهد الباحثين و سهولة التعامل و الحذف والإضافة والتعديل بكل سهولة وبساطة
٤. السرعة والاقتصاد في وقت عمليات البحث والاسترجاع و سهولة الاستنساخ الكشافات وسرعة إنتاج المطلوب .
٥. انخفاض التكلفة المالية المترتبة على ذلك مقارنة بالأشكال الأخرى للكشافات.

(العيسى، ٢٠١٤، ص ص ١٠-١٦٤)

١/٢/٢- لغات التكشيف:

تعرف لغة التكشيف (Indexing Language) : بأنه مصطلح حديث نسبياً يستعمل للدلالة على مجموعة الرموز أو المصطلحات التي يستعملها المكشف في التعبير عن نتائج تحليله للمحتوى الموضوعي للوثائق. (صالح، ٢٠١٣، ص ٣)

وكما تستعمل لغة التكشيف في تسجيل نتائج التحليل في مرحلة المدخلات فأنها تستعمل هي نفسها أيضاً في تحليل الاستفسارات التي ترد من المستخدمين في مرحلة الاسترجاع ولهذا فأنها تعتبر لغة وسيطة بين الوثائق المخزنة في نظام استرجاع المعلومات وبين المستخدمين من هذه الوثائق. (أحمد، ٢٠١٣)

وتقسم لغات التكشيف إلى ما يلي:

- اللغة الطبيعية (الحرة): وهي اللغة غير المقيدة أي لا يتم فيها التقييد بأي شكل من أشكال ضبط المصطلحات كما يحدث في المكانز أو قوائم رؤوس الموضوعات وبهذا تكون الحرية التامة في اختبار

الكلمات المفتاحية أو المصطلحات المعبرة عن المحتوى الموضوعي للعنوان، إلا إن لها بعض العيوب من أبرزها احتمال وجود عناوين مختلفة لموضوع واحد وذلك لثراء اللغة العربية من المرادفات اللغوية , وأيضاً تعدد الكشفين الذي يرى كل منهم كلمة مفتاحية مغايرة عن الآخر مما يؤدي إلى تشتت الموضوع بعناوين ثانوية وصيغ تعبيرية مختلفة وبالتالي ضياع المعلومة.

- اللغة الاصطناعية (المقيدة) : وهي اللغة التي يقيد فيها الكشف بمنهجية محددة باعتماده على واحدة من أدوات الضبط العلمية المتاحة مثل قوائم رؤوس الموضوعات أو المكانز أو خطط التصنيف الحصرية , وهذه اللغة سهولة تنظيم المواضيع واسترجاعها وذلك باستخدام مرادف معين واحد لعناوين مختلفة تحدث عن موضوع واحد وكذلك تعمل على ترابط الكلمات الدلالية ببعضها وهذا يسهل من عملية الاسترجاع بصورة سريعة. (عمران، ٢٠١٩، ص ٥٢٢-٥٢٣)

- اللغة المهجنة: وهو ما يطلق عليه باللغة المختلطة أو المهجنة وذلك لأنها تجمع بين اللغة المقيدة واللغة الطبيعية في مرحلة الإدخال والاسترجاع ويتم ذلك من خلال تكشيف الوثائق بكلمات أو مصطلحات مشتقة من إحدى اللغات المقيدة إضافة إلى بعض المصطلحات بالاعتماد على اللغة الطبيعية من خلال عناوين الوثائق أو مستخلصاتها أو نصها الكامل وهذا يضمن إمكانيات استرجاع عالية وذلك لجمعها مزايا لغتين مجتمعين . (جواد، ٢٠١١، ص ٦٥٤)

١/٢/٢- خطوات التكشيف :

تنقسم عملية التكشيف إلى مرحلتين أساسيتين:

- مرحلة التخطيط :

تتعلق بالتعرف على احتياجات المستفيدين من الكشافات بحيث يكون كشافا نافعا ومفيدا، حيث يتم في هذه المرحلة تحديد حدود التغطية ، والقواعد والأدوات التي سيعتمد عليها في التكشيف .

- مرحلة التنفيذ:

- الفحص الدقيق للمجموعة أي القراءة الواعية والفاحصة للمواد المراد تكشيفها ، للتعرف على ما تشتمل عليه من معلومات وأفكار .
- تحليل محتوى المجموعة وهذا التحليل للمحتوى يعتمد على معايير سبق إقرارها من أجل استخدام هذه المجموعة وهذا الكشف.

● عنوان الوحدات المميزة في المجموعة بواسطة رؤوس الموضوعات المناسبة ، أو وضع أنسب مداخل الوصول إلى المعلومات، ومن ثمّ إضافة المكان الدقيق لكل رأس موضوع للوحدة داخل المجموعة حتى يمكن استرجاعها.

● تجميع المداخل الناتجة ومن ثم اختيار الشكل المادة الذي سيعرض فيه الكشف النهائي.

(راشد، ٢٠١٧، ص ١٩٤)

١/٢/٢/ث- نظم التكشيف:

نظم التكشيف: هي تلك النظم التي تنطوي على التعرف على موضوعات الوثائق والاختيار بين هذه الموضوعات ثم التعبير عن هذا الناتج وينطوي ذلك على ترجمة هذه المفاهيم أو الموضوعات إلى مصطلحات مقيدة أو التعبير عنها بشكل حر.

نظام التكشيف: هو مجموعة من الإجراءات المحددة (اليدوية) لتنظيم محتويات سجلات المعرفة الأغراض الاسترجاع والبحث وهنا ستذكر الباحثة أبرز أنظمة التكشيف . (راشد ٢٠١٧، ص ١٨٨)

الجدول رقم (١) أبرز أنظمة التكشيف

نظم التكشيف الحر (التكشيف باللغة الطبيعية)	نظم التكشيف المقيدة
تكشيف الكلمات: يعتمد هذا النظام على استخدام كلمات الوثيقة كمداخل للكشاف حيث يتم تسجيل أبرز الكلمات الواردة في نص الوثيقة ولذلك فهي انتقائية، وهنا يتكون الكشف من ثلاثة عناصر رئيسية الكلمة الدالة (هي الراس أو المدخل في تسلسلها الهجائي) ، السياق يتمثل هنا في الكلمات المحيطة بالكلمة الدالة) ، الكود (وهو الإشارة المرجعية التي تربط المداخل بالبيانات البيبليوغرافية).	تكشيف سابق الربط: يعمل هذا النظام على استعمال أكثر من مصطلح واحد أو أكثر من رمز واحد للتعبير عن العلاقة بين المصطلحات أو الرموز ومن أبرز ما يتميز به أنه يحافظ على الوحدة والاطراد في المفردات المستخدمة .
تكشيف النصوص: هنا يتم الاعتماد على النص الكامل للوثيقة أو على متن الوثيقة وهنا يكون الكشف أضخم من العمل المكشوف وذلك لان المداخل تكون مرتبة الفبائية حسب ورود الكلمات الرئيسية والهامة في النص، مثل كشافات القرآن الكريم: المعجم المفهرس ألفاظ القرآن الكريم. (عبد الهادي، وزايد، و محمد، ٢٠٠٠، ص ٨١- ٨٢)	تكشيف لاحق الربط: تكشيف لاحق الربط: تستعمل مصطلحات مفردة تدل على مفاهيم بسيطة في مرحلة التحليل الموضوعي ثم يتم بعد ذلك الربط بينها صراحة بالروابط منها الروابط البوليانية) في مرحلة البحث ومن أهم ما يتميز به هو أنه يكفل درجة من التخصيص أعلى مما تكفله نظم الربط المسبق. (قدورة، ٢٠١٥، ص ٧٢)

١/٢/٢-ج- أشكال الكشافات: تظهر الكشافات وفق إحدى الأشكال التالية :

• الكشافات التقليدية : وتنقسم هنا الى :

✓ الكشافات البطاقية :وهي كشافات تشبه الفهرس البطاقي وقد ظهرت هذه الكشافات مع البدايات الأولى لظهور حركة التكشيف .

✓ الكشافات المطبوعة: تكون على شكل كتاب قد يكون منسوخا بالآلة الكاتبة في أعداد قليلة من النسخ وقد يكون مطبوعا باستخدام أحدث الات الطباعة .

• الكشافات شبة التقليدية: أي أن يتم تصوير الكشاف بعد الانتهاء من إعدادة يدويا على شكل مصغر فيلمي ومن ثم يستنسخ ويوزع على الهيئات المتعاونة مع الجهة القائمة على إنتاجه والمشكلة الرئيسية التي تواجه مثل هذا الكشاف إنه لا يمكن قراءته بالعين المجردة فهو يحتاج لأجهزة خاصة به. (فرحان، ٢٠١٤، ص٨)

✓ الكشافات الآلية: وهي الكشافات التي يتم فيها اختيار الكلمات الدالة للوثيقة بالطرق الآلية لتكوين رؤوس مداخل الكشاف وتحديد المصطلحات الكشفية باستخدام الحاسب الالى :

✓ التكشيف الاقتباسي الالى: يقوم الحاسب بالتكشيف معتمدا على درجة تكرار الكلمات وكيفية وضعها في النص ودلالاتها في المتن فهناك بعض البرامج البسيطة التي يمكن كتابتها لعد درجة ورود الكلمات في النص لاسيما عند وضع ما يسمى بقائمة الاستبعاد من هذا النص لاستبعاد الكلمات غير ذات دلالة (ادوات الربط) ثم يتم وضع الكلمات في ترتيب معين طبقا لدرجة تكرار هذه الكلمات حيث يتم اختيار الكلمات في قمة القائمة لاختيارها كمصطلحات تكشيفية للوثيقة.

✓ التكشيف الالى بالتعيين: أي إيجاد مجموعة من الكلمات أو الفقرات التي تمثل سمات لكل مصطلح يتم تعيينه أو وضعة والكلمات والفقرات التي توجد ضمن ما يسمى بالسّمات هي الكلمات أو الفقرات التي تميل للحدوث بكثرة في الوثائق التي سيقوم المكشف الانساني بتعيين هذا المصطلح فيها . (صالح، ٢٠١٣، ص٥)

أما بالنسبة لأشكال الكشافات الآلية فتصدر بعدة أشكال ومنها: (قواعد بيانات متاحة على شبكة الإنترنت، قواعد بيانات متاحة على الشبكة المحلية ، الأقراص المدمجة ، الأقراص الممغنطة، كل الأشكال السابقة أو بعضها). (فرحان، ٢٠١٤، ص٨)

ومن الجدير بالذكر أن هناك العديد من برمجيات التكشيف الالي ومنها: برامج التكشيف القائمة بذاتها مثل: (Macrex ، Cindex ، Sky indexicon)

وهكذا نجد بأن التكشيف : هي عملية إعداد الكشافات أو إعداد مداخل الكشاف التي تؤدي لمساعدة المستفيد للوصول إلى المعلومات في مصادرها وتتضمن هذه العملية فحص الوثيقة أو مصدر المعلومات ، من ثم تحليل محتوى هذه الوثيقة ، تحديد مؤشرات المحتوى و إضافة مؤشرات المكان ، وتجميع المداخل والنتائج هنا هو كشاف وفق ترتيب معين .

١/٢/٣- الاستخلاص (مفهومه ، مكوناته ، خطوات إعداده):

يعدّ الاستخلاص من العمليات الفنيّة المهمة التي ينبغي للمكتبات أن توفرها فإذا كان التكشيف يمثل المستوى الأول للتحليل فإنّ الاستخلاص يمثل المستوى الثاني وهنا يمكن تحديد الاستخلاص بأنه: عملية تلخيص علمي للخصائص والعناصر الجوهرية لموضوع أكبر مصحوباً بوصف ببليوغرافي يسهل عملية التعرف على الوثيقة، فهو أول ما يقرأه المستفيد و هو الوسيلة الرئيسية التي يقرر من خلالها الباحثين ما إذا كان الرجوع إلى النص الكامل مفيد أم لا ويشتمل المستخلص على أهداف الدراسة ونتائجها والمنهج المتبع فيها، وسنتناول عملية الاستخلاص على النحو الآتي:

١/٢/٣أ- مفهومه:

المعنى الاصطلاحي: ورد في معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات بأنه شكل من أشكال الببليوجرافيا يصاحبه وصف ببليوغرافي مناسب وقد تكون مستخلصات دلالية أو إعلامية أو تقويمية.

(عبد الفتاح قاري، ٢٠٠٠، ص ١٣)

أما المؤتمر الدولي لليونسكو فقد عرفه : بأنه ملخص للمطبوع أو للمقالة مصحوباً بوصف ببليوغرافي، يمكن للقارئ بواسطته تتبع المطبوعات أو المقالات، وذلك عبر عملية التوثيق من قبل عاملين متخصصين في هذا المجال.

ومن وجهة نظر ثانية فقد عرف المستخلص حسب معايير المعهد القومي الأمريكي للمواصفات القياسية ANSI الخاصة بصياغة المستخلصات على أن المستخلص : عرض موجز ودقيق لا يحتوي على أية إشارة إلى كاتبه. (قاسم، ٢٠٠٠، ص ص ٢٧٩-٢٨٠)

١/٢/٣ ب- مكونات المستخلص:

- **البيانات الببليوغرافية:** ينبغي أن يخصص جزء من المستخلص لكتابة البيانات الببليوغرافية للمادة المستخلصة، حتى إذا ما أراد الرجوع الى الوثيقة الأصلية وجد بياناتها كاملة وينبغي أن تكون الإشارة الببليوغرافية كاملة ودقيقة والبيانات التي يمكن أن يضمها هذا القسم بصفة عامة هي :

- رقم هوية الوثيقة في حال وجوده.

- المؤلف (المؤلفون).

- العنوان.

- وظيفة وعضوية المؤلفين.

- الهيئة المشرفة في حال وجودها.

- المصدر وتاريخ النشر.

- اللغة الأصلية: (وهنا يجب ان نذكر في حال كانت الوثيقة بلغة أخرى غير لغة المستخلص فإنه يجب ذكر الوصف الببليوغرافي باللغتين).

- التبصرات وهنا يجب ذكر اذا كانت الوثيقة تحتوي على رسومات أو ارقام او بيلوجرافيا.

- المصادر الاخرى للحصول على الوثيقة.

- السعر

- وصف الوثيقة سواء كانت مقالا ام تقرير او خارطة.

وهنا يجب التنويه بأن هذه العناصر تختلف حسب نوعية الوثيقة (كتاب ، مقال ، بحث في مؤتمر، اطروحة).

- **جسم المستخلص:** وهو الجزء الثاني من مكونات المستخلص وهو ينقسم بدورة إلى :

✓ **الواصفات:** وهي الكلمات المفتاحية التي تعبر عن المحتوى الموضوعي للوثيقة

✓ **المستخلص ذاته:** حيث يشتمل على المعلومات الهامة فقط أي معلومات معينة واردة في

الوثيقة الاصلية، أما بالنسبة للمقدمات والتواريخ والنشأة فلا داعي لها، لكن هناك اجماع

على خمسة عناصر أساسية لا بد من توفرها في جسم المستخلص وهي :

✓ **الهدف والغرض :** يجب ان يتضمن المستخلص بيانات عن الغرض من مضمون الوثيقة وأسباب تأليفها والهدف منها.

✓ **المنهج المتبع:** حيث يجب تحديد المنهج المتبع في الدراسة وذكر معلومات توضح إذا كان المنهج المتبع مناسب للدراسة ام لا.

✓ **نتائج البحث :** يجب أن يحتوي المستخلص على معلومات عن النتائج التي تم التوصل إليها في البحث.

✓ **الاستنتاجات المستخرجة من تفسيرات البحث:** أي يجب أن يحتوي المستخلص على معلومات تكون بمثابة تفسيرات لنتائج البحث وهنا تظهر هذه المعلومات كدليل لفهم المؤلف لموضوع الوثيقة .

✓ **إضافة معلومات مكملة:** إذا رغب كاتب المستخلص فإنه يستطيع إضافة معلومات يعتقد بأنها ذات قيمة وأهمية قد لا تكون ضمن تخصص الوثيقة ومن المفروض أن يكتب كفقرة واحدة.

• **التوقيع:** وهو القسم الذي يتبع الجسم والتوقيع يحدد المستخلص لمنحه السمعة أو لتحميله المسؤولية، ومن الممكن أن تكون التوقيعات كاملة بالحروف الأولى فقط ،ويفضل كتابة الأسماء كاملة لتحديد كاتب المستخلص لإثباته.

١/٢/٣/ب- أهمية المستخلصات:

يعتبر الاستخلاص وسيلة هامة من وسائل استرجاع المعلومات ووسيلة من وسائل الاتصال بين مصادر المعلومات الأولية والمستفيدين لأهميته في توفير وقت المستفيد وإطلاعهم على كل ما هو جديد في حقل تخصصه من معلومات سواء كانت على شكل كتب او بحوث او وثائق او دوريات، وبالتالي تكمن أهمية الاستخلاص في أنه يقوم على تحليل المحتوى المعلوماتي للوثائق من جهة ويجعل العلاقة مباشرة بين المستخلص والمستفيد.

(البرغوثي، ٢٠١١، ص٨٨)

وفي ظل التطورات الحديثة ظهر ما يعرف بالاستخلاص الآلي والذي يمكن ان نعرفه بأنه: فن الاستخلاص بواسطة الحاسب وفيه يتم استخراج الكلمات المفردة وإحصاء ترددها في النص الذي وردت فيه بعد استبعاد الكلمات ذات الدلالة العامة كأدوات التعريف والتنكير وحروف الجر وضمائر الوصل وغيرها.

أما المستخلص الالي فهو: الناتج الذي تعده الآلة عندما تستخرج أو تقتبس جملاً كاملة من الوثيقة المراد استخلاصها. (عبد الهادي، و زايد، ومُحمَّد، ٢٠٠٠، ص ١٩١)

والهدف النهائي للبحث في الاستخلاص الآلي أو الاقتباس الآلي هو تمكين الحاسوب من قراءة الوثيقة وصياغة مستخلص لها بالأسلوب الثري المؤلف . (لمحخط، ٢٠١٧، ص ٣٠)

ومن بين المحاولات لإنتاج المستخلصات الآلية كان التفكير في إنشاء مكّنز يمكن تخزينه في الحاسوب للمساعدة في تحديد الكلمات المهمة على أن يكون هذا المكّنز متخصصاً وبمساعدة هذا المكّنز يمكن تحديد الكلمات والجمل المهمة لاقتباسها وقد ظهرت حديثاً بعض البرامج الخاصة بإعدادد المكناز اليا.

ومن بين المحاولات على الصعيد العربي فإن شركة صخر قامت بتطوير برنامج سراج الذي يعدّ من أهم البرامج العربية التي تسعى صخر لتطويرها ،حيث يقوم سراج بعمليات تحليل للنصوص مثل تصحيح النص واستخلاص كلماته الأساسية وتصنيفه وتلخيصه ،ويتكون سراج من أربعة محركات مختلفة وهي:

مصصح صخر ،مستخلص الكلمات المفتاحية، المصنف ،ملخص صخر .

✓ **محرك مستخلص الكلمات المفتاحية:** حيث يعمل هذا المحرك على تأدية ثلاثة وظائف وهي: (التقسيم الالي للجمل، استخلاص الجمل والكلمات المفتاحية ،استخلاص أسماء الأعلام).

ويساعد هذا المحرك على تحديد المعلومات الهامة الموجودة في البيانات الضخمة وتسهيل استعراض المعلومات والوصول اليها ، وكذلك فإنه يساعد على ربط المستندات بعضها ببعض لتقليل الوقت المطلوب للبحث في محتواها. (الهوش، ٢٠١٢، ص ٥٥-٥٦)

✓ **محرك ملخص صخر:** يعمل هذا المحرك على: (التعرف على أكثر الجمل ذات الصلة بالنص ويعرضهم على شكل ملخص للنص، يقوم باستخلاص الجمل المفتاحية الهامة من الوثيقة بناء على قواعد إحصائية ولغوية، يوفر القدرة على تحديد مستوى معين لعملية التلخيص بحيث يمكن للمستخدم أن يحدد مستوى التلخيص الذي يريده وفقاً لعدد ثابت من الجمل أو حجم النص). (آلوسي، وأبو شنب، ٢٠١٥، ص ٢٢٣)

يوفر محرك ملخص صخر مايلي:

- تقليل الوقت الذي نحتاجه لقراءة المعلومات ومعالجتها يدوياً
- توفير ملخصات قصيرة للنص لكل بند باستخدام قائمة تضم الجمل المفتاحية مرتبة حسب أهميتها في النص ويوفر إمكانية اختيار مستوى معين من التلخيص

- يوظف محرك التلخيص مصحح صخر ليصحح النص العربي المدخل تلقائياً من الأخطاء العربية الشائعة ، كما يوظف مستخلص الكلمات المفتاحية ليتعرف على قائمة بالكلمات المفتاحية الهامة وهذا للتعرف بدقة على الجمل الهامة .
(المختسب، ٢٠٠٦)

١-٢-٤ - الفهرسة - المبتدات:

سنتناول هنا الفهرسة بشكل عام والفهرسة في البيئة الرقمية (المبتدات) بشكل خاص وذلك على النحو الآتي:

١-٢-٤-أ - الفهرسة في البيئة التقليدية:

• مفهوم الفهرسة :

تعد الفهرسة من أساسيات علم المكتبات والمعلومات ونظراً لأهميتها فستتناول الباحثة هنا مفهوم الفهرسة في سياقها التقليدي والتي تعرف بأنها : عملية الوصف الفني لمصادر المعلومات بهدف أن تكون تلك المصادر في متناول المستفيد بأيسر الطرق وفي أقل وقت ممكن، وتعتبر هذه العملية من أهم العمليات ومن أكثرها تعقداً في الوقت نفسه ، إذ يتمثل إنتاجها في وسائل أو أدوات السيطرة على دنيا المعرفة المسجلة وتقديمها موصوفة ومنظمة للباحثين .
(إسماعيل، الورغي، ١٩٨٩، ص ١٠٩)

لكن بعد التطورات التي لامست عملية الفهرسة ظهر هنا مصطلح جديد يشمل جميع جهود تنظيم و وصف فهرسة مصادر المعلومات الالكترونية بشكل عام سواء المتاح على وسائط الكترونية حديثة أو المصادر الرقمية المتاحة عن بعد وهي (المبتدات) .
(كوكة، وغانم، وعنكوش، ٢٠١٢، ص ٢)

• أنواع الفهرسة:

١. **الفهرسة الوصفية:** وهي التي تختص بوصف الكيان المادي أو الملامح المادية لمواد المعلومات بواسطة مجموعة من البيانات مثل اسم المؤلف وعنوان مادة المعلومات وغير ذلك من الصفات التي تجعل من السهل التعرف على مادة المعلومات وتحديد ذاتيتها وتمييزها عن غيرها من المواد أو تمييز طبعة معينة منها عن غيرها من الطبقات .

٢. **الفهرسة الموضوعية:** وهي التي تختص بوصف المحتوى الموضوعي لمواد المعلومات بواسطة رموز التصنيف بحيث يمكن تجميع المواد عن نفس الموضوع في مكان واحد. (الحسن، ٢٠٠٤، ص ٨٤)

• معايير الفهرسة :

تنقسم معايير الفهرسة والفهارس إلى اربع فئات هي :

١. **معايير صياغة المحتوى:** وهي التي تهتم بكيفية الوصول إلى بيانات الوصف من مؤلفين وعناوين وناشرين... إلخ مع الاهتمام ببيان طرق التعامل مع تلك البيانات، ومن أمثلتها قواعد الفهرسة الأنجلو أمريكية .

٢. **معايير ضبط المحتوى:** وهي التي تهتم بتوحيد قيم البيانات الأساسية المتكررة مثل المداخل، ومن أمثلتها ملفات الاستناد وقوائم رؤوس الموضوعات.

٣. **معايير تسمية المحتوى:** وهي التي تُعرف بالبيانات في التسجيلية، ومن أمثلتها شكل الفهرسة المقروءة آليا (Machine Readable Cataloging (MARC ومعياري دبلن كور للبيانات الخلفية Dublin Core Meta Data.

٤. **معايير التعامل الآلي للأنظمة:** وهي تهتم ببنية التسجيلية وموافقة الأنظمة الآلية لبعضها البعض، ومن أمثلتها معايير نقل البيانات . (مكي، ٢٠٠٩)

وهنا قد تطورت هذه المعايير مع تطور الميتاداتا بحيث ظهرت معايير متطورة بشكل أكبر وستتناولها الباحثة لاحقا.

١-٢-٤-ب-الفهرسة في البيئة الرقمية(الميتاداتا):

هنا سنبدأ بالحديث عن الميتاداتا وأهميتها ونشأتها ، لكن قبل ذلك يتوجب علينا الاجابة على ثلاثة اسئلة أساسية وهي من ينشئ الميتاداتا؟ (غير المهنيين في مجال المكتبات) ولماذا تنشئ الميتاداتا؟ (لاكتشاف المصدر وليس لمجرد الوصف) وماهي المواد المغطاة؟ (المواد الالكترونية).

(عبد الهادي ، ٢٠٠٤ ، ص ٥)

١/٢/٤/ب/١/- **تعريب المصطلح:** ليس هناك ترجمة أو تعريب واحد متفق عليه لهذا المصطلح فيوجد عدة مصطلحات تطلق عليه (الميتاداتا، مابعد البيانات ، ما وراء البيانات، البيانات الخلفية، واصفات البيانات بيانات البيانات) وهنا يمكن تقسيم هذه المصطلحات إلى مايلي:

- الفئة الأولى: (الميتاداتا ، الميتاديتا) تعتمد على مجرد نقل الحروف من اللغة الانجليزية إلى اللغة العربية
- الفئة الثانية: (ماوراء البيانات ، مابعد البيانات) تعتمد على الترجمة الحرفية لمصطلح الميتاداتا.
- الفئة الثالثة: (واصفات البيانات والبيانات الوصفية) تعتمد على الجانب الوصفي للبيانات.

• الفئة الرابعة: (بيانات البيانات تعتمد على المعنى العام للمصطلح). (عبد الهادي، ٢٠٠٤، ص ٣)

وقد اختلف الباحثين حول استخدام المصطلح المناسب ولكن كان أغلبيتهم يستخدمون مصطلح ماوراء البيانات فقد استخدمها الدكتور حشمت قاسم والدكتور هاشم فرحات.

(كوكة، وغانم، وعنكوش، ٢٠١٢، ص ٣)

وهنا وبحسب رأي الباحثة أن أفضل تعريب لمصطلح (Metadata) هو الميتاداتا أو البيانات الوصفية أو واصفات البيانات وذلك باعتبارها في المقام الأول تهدف إلى وصف مصادر المعلومات الالكترونية وتحديد ذاتية المصدر، فالميتاداتا بيانات تصف خصائص مصدر ما حيث تساعدنا في إدارة وحفظ هذه المصادر وتحديد كيفية عمل وظائف النظام الذي يستخدم المصدر.

١/٢/٤/ب/٢- تعريف الميتاداتا:

عرفت الميتاداتا: بأنها عملية تنظيم المصادر المعلومات حتى يسهل استرجاعها والإفادة منها وهي ما يطلق عليه المكتيبين عمليات الفهرسة والتكشيف.

(بامفلح، ٢٠٠٨، ص ١٧٨)

أما Steven J . miller : هي حقول رقمية يتم تنظيمها لتكشيف وتجميع ووصف وتنظيم المعلومات على الخط المباشر ومصادر المعرفة .

(miller ,s.j,2011)

وبناء على ما سبق يمكن أن نستنتج التعريف التالي للميتاداتا : (الميتاداتا هي معلومات مهيكلت تصف خصائص مصادر المعلومات الأغراض تحديد هوية والاكتشاف والإدارة وبالتالي هنا تساعدنا على تحديد ووصف بيان مكان أو موقع مصدر المعلومات).

١/٢/٤/ب/٣- معايير الميتاداتا في البيئة الرقمية:

• معيار وصف المصادر وإتاحتها (RDA) : يعرف هذا المعيار بأنه مجموعة من الإرشادات والتعليمات المعدة لصياغة البيانات الببليوغرافية التي تدعم اكتشاف المصادر، وتغطي تلك التعليمات جميع أنواع المحتوى والوسائط للمصدر المفهرس، وتستخدم لفهرسة وإتاحة كل المصادر الرقمية وما يناظرها، ومن خلال هذه القواعد تتضح وظيفة التسجيلات الببليوغرافية للتجاوب مع احتياجات المستخدمين، بحيث تمكن المستفيد من إيجاد المصادر التي تحسد عمل ما بمظاهر مختلفة وتكون متلائمة مع متطلبات المستفيد فيما يخص المحتوى والصياغة ومن أهم الأهداف التي تسعى لتحقيقها: (الاستجابة لاحتياجات المستفيد أي تمكين المستفيد من اكتشاف مصادر المعلومات والوصول إليها والحصول عليها عبر أداء خمس مهام وهي الإيجاد، التحديد، الاختيار، الحصول والفهم، وفعالية

التكلفة أي أن يكون تحقيق البيانات لتلبية هذه الاحتياجات الوظيفية فعالاً واقتصادياً ومرناً أي أن تعمل البيانات التي تدعم اكتشاف المصادر باستقلالية عن الشكل أو الوسيط أو النظام المستخدم لحزن أو تبادل البيانات بحيث تكون قابلة للاستخدام في بيئات مختلفة (التقليدية أو الرقمية).

(إسماعيل، ورمضان، ٢٠١٩، ص ص ٦٣٦، ٦٦٤)

وقد حلّ هذا المعيار محلّ قواعد الفهرسة الأنجلو أمريكية، وهي القواعد التي يتبناها مجتمع المكتبات والمعلومات في الوطن العربي معياراً للفهرسة، وتتخذ أساساً للتدريس والتدريب علي فهرسة مصادر المعلومات، الأمر الذي يقتضي إعادة النظر في مقررات الفهرسة وبرامج التدريب عليها.

(مصطفى، ٢٠١١)

وهنا ستذكر الباحثة الفرق بين AACR2 و RDA:

جدول رقم (٢) الفرق بين AACR2 و RDA

عنصر المقارنة	RDA	AACR2
الاستخدام	فهو موجه لأنه يستخدم ليس من قبل المكتبات فقط بل من قبل المتاحف والناشرين وموردي نظم المكتبات.. الخ	يستخدم من قبل أغلب المكتبات
عناصر البيانات	عناصر البيانات في هذا التقنين تزيد من عناصر البيانات المحددة في (AACR انظر البناء والتكوين)	عناصر البيانات الأساسية لتحديد هوية المصدر الموصوف، ممثلة في نقاط إتاحة بالشخص أو الهيئة أو العنوان إلى جانب ثمانية حقول للوصف.
هيئة الاصدار	صمم ليكون أكثر دولياً، الجمعية الأمريكية للمكتبات، المكتبة البريطانية، اللجنة الأسترالية للفهرسة، مكتبة الكونجرس، المعهد المرخص الأخصائي المكتبات والمعلومات (إنجلترا، اللجنة الكندية للفهرسة	هو ذو نزعة انجلو أمريكية يصدر عن الجمعية الأمريكية للمكتبات المكتبة البريطانية اللجنة الأسترالية للفهرسة مكتبة الكونجرس المعهد المرخص الإخصائي المكتبات والمعلومات إنجلترا اللجنة الكندية للفهرسة. (معوض، ٢٠١٣، ص ٩٢)
تغطية مصادر	صمم لتغطية كل أنواع المصادر	الكتب / المواد الخرائطية / المخطوطات / الموسيقى

المعلومات		المطبوعة / التسجيلات الصوتية/ التسجيلات المرئية / المصادر الالكترونية / المواد المرسومة / المواد ثلاثية الأبعاد المصغرات / المصادر المتتابة.
البناء والتكوين	يتكون من ١٠ أقسام رئيسة تضم ٣٧ فصلاً، تم إعداد ٢٧ منها فقط . الأقسام من ١-٤ خاصة بـ تسجيل الخواص الأقسام من ٥-١٠ خاصة بـ تسجيل العالقات الملاحق يذيل التقنيين بـ ١٢ ملحقاً.	يتكون من قسمين أساسيين يضمنان (١٩) فصلاً القسم الأول :الوصف ويضم (١٣) فصلاً : (الفصل الأول قواعد عامة، والفصل (١٣) يخصص للفهرسة التحليلية، والفصول من (٢-١٢) يخصص كل منها لوصف مصدر معلومات (منفردات، مواد خرائطية، مخطوطات، موسيقى مطبوعة.. إلخ) القسم الثاني: الرؤوس والعناوين المقننة والإحالات ويضم (٦) فصول لمداخل الأشخاص والهيئات والأماكن، والعناوين المقننة، والإحالات و الملاحق: يذيل التقنين بخمسة ملاحق. (عبودي،علي،وخليفة،٢٠١٩، صص ٥٤٢-٥٤٣)

- المتطلبات الوظيفية للتسجيلية الببليوغرافية **FRBR**: نشر الاتحاد الدولي لجمعيات المكتبات ومؤسستها IELA في عام ١٩٩٨ المتطلبات الوظيفية للتسجيلات الببليوغرافية ، والتي غالبا ما يشار إليها بالاختصار FR BR ، ويعد محاولة لتطبيق فكرة النموذج المترابط أو المتناسك لمختلف العالم الببليوغرافي ، ويعتبر هذا المجهود عمل فكري وليس تصميميا برمجيا أو بنية تسجيل أو معيار محتوى ، فهو يحدد الخصائص والسمات المرتبطة بكل كيان داخل كل مجموعة، بالإضافة إلى تحديد المهام التي يقوم بها المستخدم عند استخدامه أدوات استرجاع المعلومات والبيانات الببليوغرافية و يقدم النموذج خريطة لخصائص كل كيان ولعلاقته بمهام المستخدم، ويضع توصيات إجبارية يجب تضمينها في التسجيلية الببليوغرافية ، وبالتالي فإن FRBR يقدم نموذج لأداء مهام المستخدم ولمساعدته في الإبحار من خلال التسجيلات الببليوغرافية، وهذا يساهم في الربط بين المصطلحات والرموز فيها بهدف تقديم معلومات أفضل للمستخدمين أثناء إبحارهم في الفهارس.

(إسماعيل، ٢٠١٩، ص١٢)

• **المتطلبات الوظيفية للبيانات الإستنادية FRAD** : نشأ النموذج المفاهيمي ل FRAD نتيجة لجهود توحيد الفهرسة والضبط الاستنادي على المستوى الدولي، وصدر هذا النموذج عام ٢٠٠٩ من خلال الإفلا ، وهذا النموذج يقضي بوضع أساس نظري منطقي لعملية الضبط الاستنادي التي تتم في المكتبات ودور الأرشفة والمتاحف لإنشاء وصياغة الأشكال المعيارية المفتتة لنقاط الوصول للأسماء الأشخاص، الهيئات، العائلات والأماكن الجغرافية) ، والعناوين المتعلقة مصادر المعلومات أو لهدف الرئيسي للنموذج المفاهيمي هو توفير إطار عام لتحليل المتطلبات الوظيفية للبيانات الإستنادية المطلوبة لدعم عملية الضبط الإستنادي، والمشاركة الدولية للبيانات الإستنادية، ويركز النموذج على البيانات بغض النظر عن كيفية تجميعها.

• **المتطلبات الوظيفية للبيانات الموضوعية الإستنادية (FRSAD)**: هي نموذج علاقة كيان مفاهيمي تم تطويره بواسطة الاتحاد الدولي لجمعيات ومؤسسات المكتبات (IFLA) ونشر في عام ٢٠١٠ وهو استمرار للعمل المنجز على نموذج FRBR ، حيث يعرض بالتفصيل كيف يمكن ربط الكيانات التي تعمل كمواضيع للمسعى الفكري أو الفني والتحكم فيها ويهدف هذا النموذج إلى دعم المشاركة العالمية وإعادة استخدام البيانات الاستنادية الموضوعية.

(المعوض، ٢٠١٦، ص٢٧)

٤/٢/٤/ب/٤ - معايير المبتاداتا العامة :

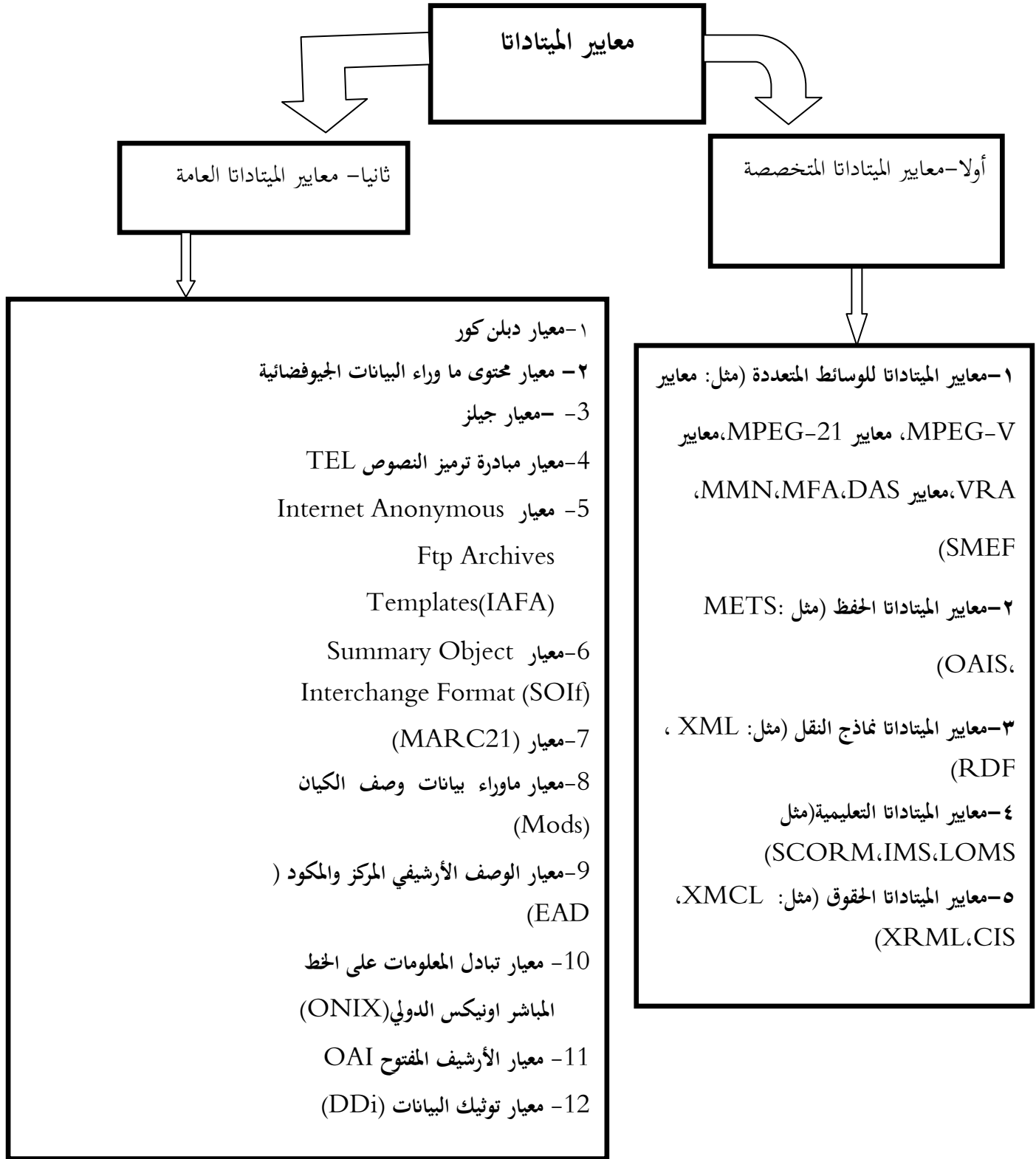
تتنوع معايير المبتاداتا فمنها ما يمكن تطبيقه بشكل عام ومنها لا يمكن تطبيقه إلا في مجال معين ومن هنا فقد استنتجنا إن معايير المبتاداتا تنقسم إلى قسمين أساسيين ومن ثم تتفرع منهما الأقسام الفرعية:

أولاً: المعايير المتخصصة التي تنطبق مع المعلومات بحسب المجال المهنة وشكل المصدر... الخ .

ثانياً: المعايير العامة المصممة لاستيعاب المعلومات من المصادر الرقمية بكافة أشكالها ومجالاتها.

يمكن توضيح معايير المبتاداتا وأقسامها من خلال الشكل التالي :

الشكل رقم (٢) معايير المبتاداتا وأقسامها



أولاً-المعايير المبتدأاتا المتخصصة:

١/١-معايير المبتدأاتا للوسائط المتعددة

٢/١-معايير المبتدأاتا التعليمية

٣/١- معايير المبتدأاتا نماذج النقل

٤/١-معايير المبتدأاتا الحفظ

٥/١-معايير المبتدأاتا الحقوق

ثانياً- معايير المبتدأاتا العامة :

١/٢- معيار ديلن كور: ظهرت الطبعة الأولى لمعيار ديلن كور في عام ١٩٩٤م وكانت تتضمن (١٣) عنصر لما وراء البيانات ومن ثم تم إضافة عنصرين آخرين وبالتالي تكون خطة ديلن كور مؤلفة من (١٥) عنصراً والتي سميت مجموعة عناصر كور لما وراء بيانات ديلن أو ديلن كور، وتتميز الخطة بالبساطة وهذه نقطة القوة والضعف في الوقت ذاته فحيث أن القواعد التقليدية للفهرسة تتميز بالإسهاب والتعقيد وحاجة من يقوم بتطبيقها على برامج تدريبية حتى يتمكنوا من فهمها نجد أن خطة ديلن كور تتصف بالبساطة وتناقض هذه البساطة مع الدقة التي تتصف فيها أيضاً . (قدرة، ٢٠١٥، ص ٦٩)

وتتكون خطة ديلن كور من (١٥) عنصراً وجميع هذه العناصر اختيارية ويمكن تكرارها كلها :

جدول رقم (٣): عناصر خطة ديلن كور

اسم العنصر باللغة العربية	اسم العنصر باللغة الإنكليزية	تعريفه
العنوان	Title	هو الاسم الذي يعطيه المنشئ أو الناشر للمصدر
المؤلف	Creator	الشخص أو الجهة المسؤولة عن المحتوى الفكري للمصدر (المؤلف في حالة المصادر المكتوبة)، (الفنان والمصور، الرسام في حالة المصادر البصرية)
الموضوع	Subject	هو موضوع المصدر ويتم تمثيلة بكلمة مفتاحية واحدة أو عبارة تصف المحتوى.
الوصف	Description	هو وصف يرد في شكل نهي لمحتوى المصدر بما في ذلك

المستخلصات وأوصاف المحتوى		
الجهة المسؤولة عن إتاحة المصدر في صورته الحالية مثل دار النشر .	Publisher	الناشر
هو شخص أو هيئة لم يرد ذكره في عنصر المنشئ مع انه قدم مساهمة فكرية جوهرية في المصدر لكنها تعتبر ثانوية مثال المحرر المترجم الرسام.	Contributor	المشارك
هو تاريخ إنشاء المصدر وإتاحته ويحذف استخدام صيغة من ٨ أرقام مثل yyyy-mm-dd	Date	التاريخ
هو نوع المصدر مثل صفحة انترنت ، قصيدة ، معجم...الخ	Type	النوع
هي صيغة بيانات المصدر أو شكلها تستخدم للدلالة على البرنامج أو الجهاز الذي يستخدم للعرض	Format	الشكل أو الصيغة
هي عبارة أو سلسلة من الحروف أو رقم يستخدم لتحديد هوية المصدر تحديدا فريدا .	Identifier	المعرف
إشارة إلى المصدر الذي تم الحصول على المعلومات منه.	Source	المصدر
هي لغة المحتوى الفكري للمصدر الحالي.	Language	اللغة
هي معرف بمصدر آخر تم تحديد علاقته بالمصدر الحالي ويسمح هذا العنصر بالربط بين المصادر القريبة أو المتصلة بعضها ببعض مثال طبقات عمل معين.	Relation	العلاقة
هي وصف خصائص التغطية الزمانية والمكانية للمصدر	Coverage	التغطية
بيان بإدارة الحقوق.	Rights	الحقوق

(Dublin Core meta data Element Set Version1.1, 2012)

٢/٢- معيار محتوى ما وراء البيانات الجيوفضائية (CSDGM):

اعتمدت الطبعة الأولى لمعيار (CSDGM) في عام (١٩٩٤م) ويتكون من (٣٣٤) عنصرا ، منها (١١٩) مخصصة فقط لتهميش عناصر أخرى وهو عبارة عن نظام مفتوح ومرن لما له من إمكانيات الإضافة والحذف لعدة عناصر وتتمثل استعمالاته في :

- المساعدة على تنظيم وحفظ البيانات الجيوفضائية .
 - توفير معلومات لتفسير ومعالجة البيانات المستقبلية من خلال تحويل مصادر خارجية .
- (كوكة،وغانم،وعنكوش، ٢٠١٢ ، ص١٨)
- وهناك معايير مشتقة من هذا المعيار وهي:(معيار دنفر كور Denver Core ،معيار مجلس استراليا نيوزيلندا).
- (دليل معايير ماوراء البيانات الجيوفضائية، ٢٠٠٣)

٣/٢- معيار جيلز (GILS) :

صمم هذا المعيار لدعم سياسة الحكومة الأمريكية وفي عام ١٩٩٥م أصبح هذا المعيار إجباريا في الولايات المتحدة الأمريكية بموجب المادة ٣٥١١، أما بالنسبة لتسجيلات جيلز فيمكن أن تستخدم على أنواع عديدة لمصادر المعلومات غير أن الأولوية تعطى دائما لنوعية مصادر المعلومات التالية:

* منتجات بث المعلومات .

* نظم المعلومات الآلية.

(CHAND. C, 1998 , p . p15)

* المصادر على الإنترنت

- أما بالنسبة للعناصر الأساسية للمعيار فهي جميع العناصر اختيارية إلا أن بعضها قابل للتكرار

وبعضها الآخر لا يقبل التكرار . (E. Christian,1996, p.p32,33)

٤/٢- معيار مبادرة ترميز النصوص TEL:

يسمح هذا المعيار بتبادل البيانات النصية وبيانات أخرى مثل الصور والملفات الصوتية كما تسمح بتوفير الكيفية التي تمكن من جعل بعض خصائص النصوص مفهومة وواضحة بطريقة يسهل معالجتها بتطبيقات وبرامج الإعلام الآلي في مختلف أوضاع التشغيل هذه المهمة تسمى الترميز أو التأشير وتعتمد المبادرة على لغة الترميز المعيارية (SGML) لتحديد قواعد الترميز جميع أدوات لغة الترميز المعيارية SGML بإمكانها معالجة النصوص وفقا لمعيار مبادرة TEL وتم نشر توصيات المادة في عام ١٩٩٤م

جميع النصوص المطابقة لمعيار TEL تتضمن رأس TE (معرفة كعنصر Teitleader) و نسخة عن النص في حد ذاته (معرف مُعنصر Text) ويحتوي الرأس (Tel header) على معلومات مماثلة لتلك التي نجدها على صفحة العنوان النص مطبوع ويتضمن أربعة أجزاء : (وصف بيبليوغرافي للنص الالكتروني ، وصف لطريقة ترميز النص، تاريخ المراجعات).

ومنه فأن Telheader يمكن تشبيهها لما وراء البيانات فوظيفتها هي التأكد أن المعلومات الضرورية لإنشاء بطاقة الفهرسة تكون سهلة الاستكشاف.

(TEI : Text Encoding Initiative,2015)

Internet Anonymous Ftp Archives Templates معيار ٥/٢ (IAFAT):

أنشئ هذا المعيار لوصف وفهرسة محتويات وخدمات أرشيفات نقل الملفات FTP وبالتالي تسهيل عملية الإتاحة فقوالب IAFA هي معيار لما وراء البيانات يمتلك عناصر وصف سهلة جدا وتوجد عدة نماذج أو بني حددت في إرشادات وتعليمات IETF الوصف مختلف المصادر المتاحة عبر الشبكات ، مثل الوثائق ، حزم البيانات ،أرشيف قوائم البث ، أرشيف مجموعات النقاش ، حزم البرمجيات ،Package، الصور وقد صممت نماذج أخرى في سياق أرشيف ال FTP لتوفير معلومات حول مواقع هذه الأخيرة خاصة :

- معلومات حول الموقع : معلومات حول إعدادات الأرشيف .
- خدمات (فهرس على الخط، معلومات حول الخوادم)، المرأة.
- تفصيل مواقع المرأة المتضمنة معلومات حول وتيرة تحقيق الموقع المصدر .

(كوكة ،وغانم، وعنكوش، ٢٠١٢ ، ص ٢٣)

٦/٢-معيار ماوراء بيانات وصف الكيان (Metadata Object Description Schema) (MODS):

تعد هذه الخطة مشتقة من معيار (MARC) بطريقة تجعلها متناسبة مع البيئة التكنولوجية الحديثة وتهدف إلى خلق تسجيلات وصف للمصدر الأصلي أو أن تحمل مباشرة بيانات مختارة نت تسجيلات مارك الموجودة مسبقا وهي تتضمن مجموعة من حقول مارك وتستخدم تيجان تعتمد على لغة الترميز الموسعة XML بدلا من التيجان الرقمية لمعيار مارك وقد ظهرت لخطة في عام (٢٠٠٣) بمبادرة

من مكتبة الكونجرس الأمريكية وهذا ما يفسر اعتمادها على تسجيلات مارك ، وتتميز عناصر الخطة بالبساطة والوضوح مقارنة بتسجيلات مارك وهي أقرب لخطة دبلن كور لكنها أغنى منها.

(MODS : Metadata Object Description Schema, 2018))

٧/٢- معيار الوصف الأرشيبي المركز والمكود (EAD):

تم إعداد هذا المعيار من قبل الجماعات المهتمة بالأرشفيات وقد تم تطوير هذا المعيار في التسعينات من القرن العشرين لترميز المصادر في صيغة مقروءة ألبا بالاعتماد على لغات SGML و XML ويتكون المعيار من ثلاثة أقسام رئيسية كل قسم بدوره ينقسم إلى عدة أقسام.

(The Society of American Archivists, 2002.p.p1-10)

٨/٢- معيار (MARC21):

هو عبارة عن شكل أو صيغة لتكويد وترميز حقول الوصف في التسجيلية البيبليوغرافية بلغة يفهمها الحاسب ، ففي البداية كان معيار مارك الأمريكي فقط ثم أصدرت عدة دول صيغ تتناسب مع احتياجات إنتاجها الفكري مثل مارك الكندي CANMARC ومارك البريطاني UKMARC إلا أن المكتبات العربية لم تنجح في تطوير صيغة عربية (ARAMARC)، وتكون تسجيله مارك من الفاتح، الدليل ، والحقول.

٩/٢- معيار توثيق البيانات (DDI):

هذا المعيار يتم استخدامه من قبل علماء الاجتماع وجماعات الأرشفة المهتمين بتوثيق الأبحاث العلمية وبالتالي هذا المعيار متخصص بالعلوم الاجتماعية وقد تمت الموافقة على كميته مبادرات في عام ٢٠٠٢م ويتميز هذا المعيار بإمكانية التبادل مع الصيغ الأخرى ، ويتكون المعيار من عدة عناصر غير اجبارية ويمكن تقسيمها إلى ما يلي : (وصف الوثيقة ، وصف المصدر الأساسي ، وصف ملفات البيانات: وصف المتغيرات).

(Rysseyik.j,2001,p.p2-5)

١٠/٢- معيار الأرشفة المفتوح (OAI) :

هو معيار يستخدم في عملية إنشاء ومعالجة المبادرات والحفظ الرقمي للمعلومات ويستخدم هذا المعيار في العديد من المكتبات كما يستخدم على نطاق واسع من قبل مزودي محتوى الويب بغية جمع المبادرات أو حصدها ، وقد تم إصدار هذا المعيار في عام (٢٠٠١م) والهدف منه تيسير تبادل مصادر

المعلومات العلمية والرقمية لكن هذا المعيار يعاني من مشكلات أهمها عدم قدرته على دمج صيغ ومعايير أكثر تعقيدا وأكثر تنوعا. (shreev & others ,2005,p.٥٧٦-٥٧٨)

١١/٢- معيار تبادل المعلومات على الخط المباشر أونيكس الدولي (ONIX):

هو معيار دولي لتقديم معلومات عن منتج صناعة الكتب في شكل إلكتروني، ويستخدم معيار ONIX للكتب لتوصيل قدر كبير من المعلومات أكثر مما يختار معظم الناشرين تقديمه حاليًا حيث يوفر تنسيقًا مجانيًا لتمرير البيانات الوصفية حول الكتب بين الناشرين ومجمعي البيانات وتجار التجزئة للكتب والأطراف المعنية الأخرى في صناعة النشر. يمكن تخزين البيانات الوصفية المتعلقة بعنوان كتاب أو أكثر في ملف XML منسق بشكل مناسب يُعرف باسم رسالة ONIX جاهزة للنشر، وقد تم تصميم المعيار للاستخدام مع العديد من أنواع الكتب المختلفة وينص هذا المعيار على تضمين معلومات المبيع والتسعير التي قد لا يرغب الناشر في توزيعها مجانًا خارج مؤسسته. وبينما كان معيار ONIX for Books موجودًا منذ عام ٢٠٠٠ ، ولا يزال العديد من الناشرين يحاولون إنتاج رسائل ONIX تصبح المهمة أسهل إذا تم الاحتفاظ بكمية المعلومات المقدمة لكل عنوان إلى الحد الأدنى .

(Bisg book industry study group,2020)

ويمكن تحديد الفوائد التجارية بالنسبة للناشرين بأن (Onix) يقدم ميزتين تجاريتين مهمتين كنسق اتصال فإنه يجعل من الممكن تقديم معلومات المنتج الغنية في سلسلة التوريد في شكل قياسي لتجار الجملة والموزعين و لتجار التجزئة الأكبر حجمًا و لتجميع البيانات والشركات التابعة، هذا يقلل بشكل كبير من تكاليف الدعم ، حيث لم يعد الناشر بحاجة إلى توفير البيانات في العديد من التنسيقات الفريدة.

(editeur,2009)

ويتكون هذا المعيار من عدد كبير من عناصر البيانات وعددها حوالي (٢٤٠) عنصرا وعناصره البيبليوغرافية مشابهة لعناصر الفهرسة التقليدية لكن أهم عيوب هذا المعيار إنه لم يتطور بشكل كبير كما تطورت معايير المبتدات الأخرى . (Onix,٢٠١٥)

١٢/٢- معيار (SOIF) Summary Object Interchange Format:

هو معيار مشتق من معيار IAFA والشكل القياسي البيبليوغرافي في BIBTEX العناصر الوصفية الأساسية لنموذج SOIF فهي: الملخص، المؤلف، الوصف، الكلمات المفتاحية والعنوان .

(كوكة، ونذير، وعنكوش، ٢٠١٢، ص ٢٣)

١-٣- أدوات تنظيم المحتوى (التقليدية و الآلية):

١ - ٣ - ١ - قوائم رؤوس الموضوعات:

١-٣-١-أ- مفهومها : هي قوائم مقننة تحصر المصطلحات أو رؤوس الموضوعات وتستخدم كأدوات لاختيار رأس أو رؤوس الموضوعات التي تعبر عن محتوى أوعية ومصادر المعلومات ، وتكون العلاقات في قوائم رؤوس الموضوعات على نوعين هما: العلاقات الترابطية: وهي عبارة عن مجموعة من العلاقات الفرعية التي تندرج ضمنها : علاقة التضاد، السبب والآخر، الاستخدام المتلازم لمفهومين، علاقة الوسيلة والأداة والعلاقات الترادفية وتعني أن تكون المصطلحات متعددة وتمثل مفهوما معينا لها نفس المعنى ومعنى آخر . (سعد الدين، ٢٠١٤، ص ١٧)

وتكون قوائم رؤوس الموضوعات شاملة تغطي جميع فروع المعرفة مثل قائمة الكونجرس ، وقد تكون متخصصة أي تقتصر في تغطيتها على مجال محدد أو موضوع معين مثل قائمة رؤوس الموضوعات الطبية . (عبد الهادي ، (د.ت)، ص ٦١)

١-٣-١-ب- مبادئ اختيار رؤوس الموضوعات:

* **التخصيص** : يدخل العمل تحت رأس الموضوع الذي يعبر عن محتواه الفكري بدقة وبطريقة مباشرة.

* **الوحدة والثبات** : أي استخدام اسم واحد للموضوع بصرف النظر عن الأسماء التي قد تعبر عن هذا الموضوع من جانب مؤلفين متعددين.

* **وضوح الدلالة** : يستخدم رأس الموضوع الواضح في الدلالة على المعنى أو الذي لا يلتبس مع غيره.

* **الاستعمال الشائع**: يستخدم المصطلح الشائع الاستخدام بين المستفيدين سواء كان المصطلح العام أو المصطلح العلمي .

* **اللغة الواحدة**: نستخدم رؤوس الموضوعات باللغة العربية لتجتمع تحتها كل المواد سواء باللغة العربية أم بغيرها من اللغات . (حسن، ٢٠١٣، ص ٢٤)

ومن أشهر قوائم رؤوس الموضوعات الأجنبية والعربية :

* قائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس.

* قائمة رؤوس موضوعات سيرز.

* قائمة رؤوس الموضوعات العربية الكبرى.

* قائمة رؤوس الموضوعات العربية. (خليفة، ٢٠٠٢، ص ص ٦١-٦٧)

١-٣-٢-المكانز :

يرى البعض بأن عصر المكانز قد انتهى إلا أنها لازالت حتى يومنا هذا من أهم الأدوات المستخدمة لإدارة واسترجاع المعلومات على شبكة الإنترنت ويرجع ذلك إلى قدرتها على ضمان تحليل الوثائق أثناء الإدخال وضمان دقة الاسترجاع، وعلى الجانب الآخر يحتاج المستخدمون إلى الأدوات المفاهيمية والدلالية لمحاولة تنظيم الكميات الهائلة من المعلومات المتاحة على الإنترنت، مع توفير قدر من الإرشاد اللغوي المتخصص حيث توفر المكانز البنية المنطقية التي تساعد المستخدمين على استرجاع المعلومات من الويب، فلم تعد المكانز بمنى عن المحتوى (استقلالية تامة) بل باتت متوفرة في مضمون محركات البحث يسترشد بها القارئ في ثواني معدودة مثل القوائم المعدة مسبقا (Drop Menu) للواصفات الأداة التي يتوقعها المستخدم عند استخدامه لأنظمة المعلومات.

١-٣-٢-أ- مفهوم المكانز:

عند تحليل كلمة مكنز فنرى بأن كلمة Thesaurus الانجليزية وجمعها Thesauri ترجمت إلى العربية بعدة أشكال لكن أفضل ترجمة كانت لها هي كلمة مكنز . (عبد الهادي، ١٩٨٩، ص ١٧)

وهنا يمكن تعريف المكنز بأنه تجميع للمصطلحات التي وقع عليها الاختبار مع التعبير عن هذه العلاقات بين المصطلحات بطريقة تكفل أعلى درجات الاطراد والاتساق في التعبير عن الأفكار والموضوعات لأغراض التكشيف والاسترجاع وهناك ثلاث علاقات بين المصطلحات في المكانز هي : (علاقة التساوي أو التكافؤ العلاقة الهرمية، علاقة الترابط والافتراق).

ويشتمل المكنز على ثلاثة أقسام رئيسية هي (المقدمة، القسم الرئيسي الذي يضم مصطلحات التكشيف والاسترجاع، والأقسام الإضافية أو الملاحق) . (عبد الهادي، ١٩٨٩، ص ٦٩)

أما بالنسبة للمكانز الآلية فيتم ذلك من خلال إتباع الخطوات التالية: تحديد الحقل الموضوعي ومجالات التركيز فيه والمجالات الهامشية، ومن ثم تحديد طبيعة الإنتاج الفكري هل كتب ام دوريات .. الخ وتحديد ماذا كان الاهتمام ب الإنتاج الجاري أو الراجع ومن ثم تحديد مجتمع المستخدمين من هذا المكنز ، بعد ذلك يتم تحديد كيفية بناء الملف هل سابق الربط أم لاحق الربط ويتم استشارة المراجع والقواميس وغيرها من

الأدوات المنشورة في المجال للتعرف على المصطلحات الخام وبعدها يتم تجميع المصطلحات ووضع العلاقات بينها مصطلح أضيق أو مصطلح أوسع مصطلح أقرب بالإضافة إلى مفهوم (USE) الذي يشير إلى الواصفات المستخدمة ، أما مصطلح (USE For) فيتناول المترادفات .

(عبد الهادي، بدر ، ومتولي، ٢٠٠١، ص ٨٢)

وقد قامت عدة تجارب لبناء مكانز آلية عربية متاحة عبر شبكة الإنترنت وذلك باستخدام إحدى البرامج التالية : (نظام المستشار)، برنامج (FDMAK) لكن بناءها يعاني من عدة معوقات وهي: طبيعة اللغة العربية (مشتقاتها تقبل التصريف، حروفها تكتب بأشكال مختلفة تبعا للموقع الحرف والحروف المجاورة له، اختلاف الكلمة وموقعها الإعرابي بناء على حركة التشكيل الموجودة عليه، غزارة مفرداتها ودقة قواعدها)، ومشكلات تعامل الحاسب الآلي مع اللغة: (كثرة الاشتقاق والمفاهيم المركبة ، كثرة المترادفات، النقحرة طريقة النشر ، مشكلات خاصة بالبرامج.

١-٣-٢-ب- أهم تجارب بناء مكانز آلي باللغة العربية:

* **المكانز الموسع:** الذي يعتبر أكبر مكانز عربي شامل لميادين المعرفة تفتقر إليه المكتبات ومراكز التوثيق والمعلومات في البلدان العربية حيث أصبح ركيزة أساسية للتحليل الموضوعي والأوعية المعلومات في عصر يحكمه التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات.

(أبو عيد، ٢٠٠٢ ، ص ٣٥)

* **مكانز التراث الشعبي العربي:** حيث أطلق معهد الشارقة للتراث (مكانز التراث الثقافي غير المادي للدكتور مصطفى جاد وذلك بعد أكثر من ٢٠ عاماً من البحث الميداني والعمل الشاق ليشمل المكانز على نحو ٢٢ ألف مصطلح تراثي عربي مقسم إلى ستة مجلدات رئيسية تصنف التراث الشعبي العربي إلى سبعة أقسام رئيسية ارتبطت معظمها بالتصنيف الدولي للتراث الثقافي غير المادي باليونسكو وهي موضوعات : (التراث العامة، المعارف والممارسات المتعلقة بالطبيعة والكون المعتقدات والمعارف الشعبية، الممارسات الاجتماعية والطقوس والاحتفالات العادات والتقاليد الشعبية، أشكال التعبير الشفهي الأدب الشعبي، وفنون وتقاليد أداء العروض فنون الأداء الشعبي، فنون التشكيل الشعبي، المهارات المرتبطة بالفتون الحرفية التقليدية الحرف والمهن والأدوات ، وقد تم تصنيف جميع الموضوعات في المكانز تصنيفاً جغرافياً لتشمل جميع الدول العربية من المحيط إلى الخليج وتقوم وظيفة المكانز على توثيق التراث الثقافي غير المادي في العالم العربي حيث يتخذ كل عنصر ثقافي رقماً خاصاً به يتم اعتماده عربياً، كما المكانز سيكون أهم مرجع للباحثين في مجال الفلكلور والتراث الشعبي والموروث الثقافي .

(أحمد، ٢٠١٩)

*المكنز العربي، وأرشيف المجلات العربية **Arabic Corpus**: لدى صخر مكنز للمفردات العربية يزيد عن (٤) تريليون مفردة لمادة منشورة منذ سنة ١٩٥٠ بالإضافة لمفردات القرآن الكريم والحديث الشريف لأنها ما زالت متداولة بين ناطقي العربية وأرشيف المجلات الثقافية والأدبية، الذي يضم كافة المجلات الثقافية والأدبية في كل البلاد العربية منذ أواخر القرن التاسع عشر وتصل صفحاته إلى حوالي مليوني صفحة. ومن المكنز يمكن بطريقة إحصائية وآلية استخراج الكلمات الأكثر استعمالاً ونسبة الاستعمال لكل منها. ثم استخراج المعاني التي جاءت في السياق لهذه المفردة. (الشارخ، ٢٠٢٠)

وفي هذا المجال لا بد أن نشير إلى أشهر المكناز ومنها:

أ- مكنز اليونيسكو الذي صدر عن اليونسكو ١٩٧٧.

ب- مكنز النهار للأبحاث والمعلومات.

ت- مكنز الجامعة (جامعة الدول العربية) وهو مكنز يضم الموضوعات التي يغطيها نشاط جامعة الدول العربية ويعكس برامجها .

ث- مكنز مكتب التربية الدولي IBE. (سعد الدين، ٢٠١٤، ص ٧٠)

١-٣-٣ الفوكسونومي:

١/٣/٣ أ- مفهوم الفوكسونومي: يعرف الفوكسونومي بأنه ناتج ممارسة الأفراد لشبكة الإنترنت من حيث الاستخدام لمصادر المعلومات الموجودة على شبكة الإنترنت تحت واصفات تم وضعها من قبل المستخدمين للشبكة وتتسم بعدم المعيارية في استخدام المصطلحات . (قدورة، ٢٠١٥، ص ٥٢)

ومن وجهة نظر ثانية يعرف الفوكسونومي بأنه: نظام مفتوح للفهرسة يسمح فيه للمستخدمين باختيار الكلمات الدلالية وتطبيقها بدون قيود ومن خلال ذلك فالتصنيف الحر يتكون من ثلاثة مكونات أساسية هي : (الواصفات أو الكلمات الدلالية أو الرموز و المستخدمين الذين يقومون باختيار الواصفات ومصادر المعلومات التي يتم تحليلها وقد تكون مقال أو صورة.....الخ. (Peters, 2010)

١/٣/٣ ب- مزايا وعيوب الفوكسونومي:

ويتميز الفوكسونومي بأنه طريقة منخفضة التكاليف التنظيم مصادر المعلومات، ويتميز بمعدلات استدعاء عالية في استرجاع المعلومات، كما أن هذا الأسلوب قابل للاستجابة للتغيرات المستمرة في تنظيم المحتوى، ويمكن من خلاله أن تتشكل التجمعات ذات الاهتمام المشترك من خلال موضوع المحتوى من

التعليقات والحوارات التي تدور حول هذا الموضوع ، ويمكن أن يساهم هذا الأسلوب في تفعيل عملية الاتصال الفعال بين المستخدمين والمكتبة و تعزيز دور المكتبة في الإعلان عن مصادرها.

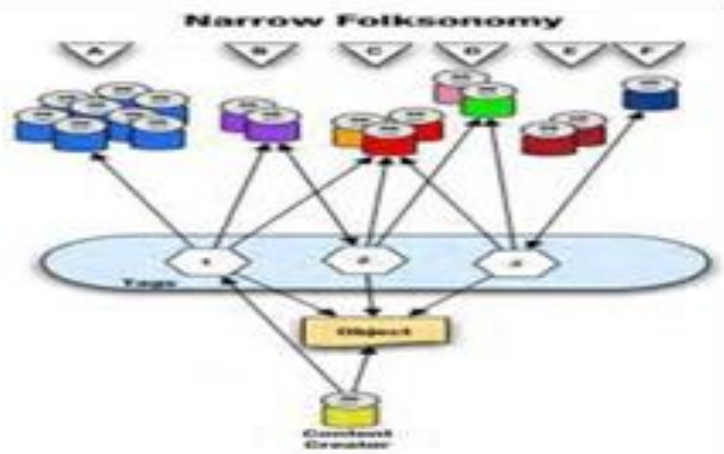
(حامد، ٢٠١٤، ص١٧١)

غير أنّ الفوكسونومي يمكن أن يمثل عائقا في بعض الأحيان لأنه يعتمد وبشكل أساسي على المستخدم، وهو يضيف الطابع الشخصي على المصطلحات المستخدمة ، كما أنه يكون هناك فرصة أكبر لاستخدام المصطلحات العامة عند وضع وصف للمحتوى التي يمكن أن تكون غير مرتبطة بنص المحتوى، ومن الممكن أن تكون مصطلحات غير صحيحة بالإضافة إلى الأخطاء الإملائية واستخدام الجمع والمفرد .

(Buerkett, R ,2008)

١/٣/٣- أنواع الفوكسونومي: تتحدد أنواع الفوكسونومي بنوعين أساسيين وهما :

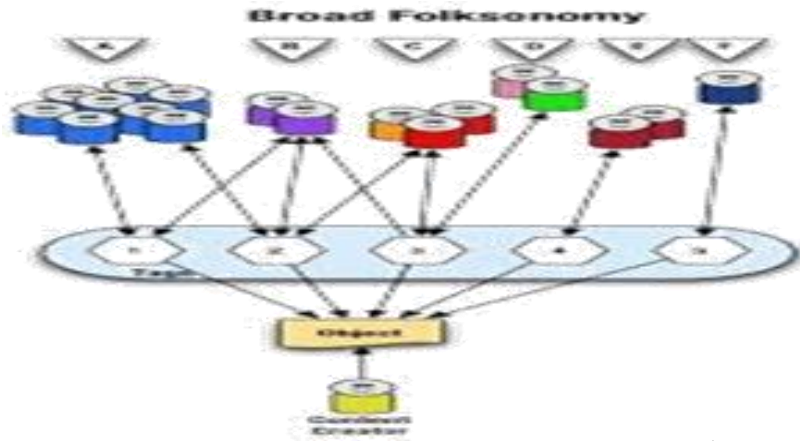
- الفوكسونومي الضيق: هو التوسيم الذي يتم فيه رفع المحتوى دون غيره ويكون محدود ومختصر على الذي رفع المحتوى.



الشكل رقم (٣) الفوكسونومي الضيق (رياح، ٢٠٠٩، ص ١٧)

- الفوكسونومي الواسع: هو التوسيم العام المتاح لجميع المستخدمين حيث يتمكن عدد من المستخدمين من وضع الرمز أو الكلمة الدلالية المناسبة من وجهة نظرهم وهو كأداة لكشف اتجاهات مجموعة من المستخدمين أثناء وضعهم لعنصر أو وثيقة واحدة وتستخدم القائمة لاختيار أفضل المصطلحات والتي تعبر عن المحتوى .

(صالح، ٢٠١٣، ص ٦٥)



الشكل رقم (٤) الفوكسونومي الواسع (رباح، ٢٠٠٩، ص ١٨)

ومن خلال ما سبق يمكن للباحثة أن تحدد الفرق بين الفوكسونومي الضيق والواسع هو أن الفوكسونومي الضيق يقتصر على وضع الواسمات (الكلمات الدلالية أو المصطلحات) على المستخدم الذي رفع المحتوى إلى الموقع فقط ، أما الفوكسونومي الواسع يسمح لجميع المستخدمين بوضع واسمات المحتوى.

١/٣/٣- تطبيقات الفوكسونومي: يظهر الفوكسونومي في عديد من التطبيقات التي هي:

- المفضلات الاجتماعية (Social bookmarking):

يعد موقع (Delicious) من أشهر مواقع المفضلات الاجتماعية وهو أول موقع يقدم تطبيقات لوصف المحتوى ، ومن خلاله يمكن للمستخدمين في الموقع حفظ أي موقع أو صفحة على الإنترنت مع وضع كلمات دلالية لوصف هذا المحتوى أو الموقع ، وبذلك يصبح للعضو قائمة من الروابط لمواقع ومحتويات مفضله له محفوظة ومفهرسة باستخدام التاج ، وموقع (flickr) وهو موقع لمشاركة الصور والفيديوهات، وحفظها و تنظيمها ، ويسمح الموقع لمستخدميه بتنظيم الصور باستخدام التاج أو الوصفات التي يريدونها كما يسمح لهم بتنظيم الصور كمجموعات عامة أو شخصية ، وموقع (Technorati) ويتيح هذا الموقع للمستخدمين البحث عن المدونات والقيام بإضافتها وتنظيمها وقد تم اختيار المدونات لأنها تعد سجلات يومية يمكن من خلالها الحصول على أكثر الوصفات أو التاج ويعرض الموقع الوصفات مرتبة هجائية من خلال رابط (Tags) الذي يوجد على الصفحة الرئيسية للموقع .

(Spiteri , ٢٠٠٥)

– أداة التكشيف الاجتماعي (Social index):

ويقصد بها مشاركة الأفراد والمؤسسات من مختلف دول العالم في التعريف بمجموعاتهم من مصادر المعلومات المختلفة من خلال موقع متاح على الويب، ويسمح الموقع للمستخدمين في المشاركة في عملية الوصف، وتحديد هوية مصدر المعلومات بالإضافة إلى تسجيل التعليقات ووجهات النظر والتقييم.

ويعد موقع (Library Thing) من أشهر مواقع الفهرسة الاجتماعية ويتعامل هذا الموقع مع أكثر من ١٢ لغة ومنها اللغة العربية ويتيح لأعضائه إضافة بيانات الوصف لما يمتلكه من مصادر المعلومات مع إمكانية مشاركتها مع الآخرين وتكون مجموعات ذات اهتمامات مشتركة. (شاهين، ٢٠١٣، ص ٥)

– الخدمات العلمية (Scientific Services) :

وهي مواقع تقدم من خلالها روابط لخدمة الأكاديميين وتيسير سبل الوصول إلى المصادر العلمية بسهولة، ويعد من أشهرها موقع (CiteULike) ، ويطلق عليه أيضاً اسم الفهرسة المجتمعية وهو خدمة مجانية لإدارة واكتشاف المراجع العلمية على الإنترنت وهي متاحة للباحثين من أجل مشاركة الأوراق العلمية وتنظيمها وتخزينها، ويمكن من خلاله بحث وتخزين الملفات الخاصة بالمستخدمين ، ويقوم النظام أوتوماتيكياً باستخراج تفاصيل الاستشهاد المرجعي لهذا المقال أو الورقة العلمية، ويمكن للباحثين استخدام هذه الطريقة أو غيرها لتبسيط عملية نشر بليوجرافيات أو الأوراق العلمية بين الباحثين وبعضهم أو بينهم وبين الطلاب ويحوي هذا الموقع ما يعادل (٦.٨٢٩.١٢٣) مقالة ويضيف يوميا (٤٦٣) مقال، وموقع (Connotea) صمم أيضاً للمجتمع العلمي ويقوم باستخلاص المعلومات الببليوغرافية من المقالات العلمية والمجلات ويتمكن المستخدم بعدها من البحث داخل مكتبة الموقع من خلال هذه المعلومات الببليوغرافية، ولكن للأسف توقف هذا الموقع عن تقديم الخدمة في ١٢ مارس ٢٠١٣ .

(حامد، ٢٠١٤، ص ١١٤)

١/٣/٣-ج- استخدامات الفوكسوتومي في مواقع المكتبات، فيستخدم كمايلي:

– دعم مفهوم إدارة المعلومات الشخصية في الأنظمة المفتوحة والبيانات الافتراضية ودعم وتعزيز التعاون بين أخصائي المكتبة والمستفيد من جهة أخرى.

– تنظيم محتوى الموقع من وجهة نظر المستفيدين وبالمصطلحات التي يرونها مناسبة وتوفير المبتدات ضخمة ومتعددة لمواقع المكتبة مما يسهل عملية الاسترجاع..

- استخدام تلك التقنية على فهرس المكتبة وتحويله لفهرس اجتماعي مع إتاحة امكانيات اخرى مثل تقدير المحتوى والتعليق على مراجعته. (بن سايح ، و زرقين، ٢٠١٨، ص ٥٥)

و من هنا نتوصل إلى أن الفوكسونومي هو تنظيم محتويات الويب عن طريق المستخدمين الغير متخصصين والغير مهنيين على أن يكون هذا التنظيم من خلال رؤيتهم وثقافتهم ولغتهم ، وإنه يتكون من ثلاثة عناصر رئيسية: (المستفيد المصادر، الوصفات).

١-٣-٤ - التاكسونومي:

١/٣/٤- تعريف التاكسونومي: هو (إحدى أشكال التنظيم الهرمي المقيد والذي يعتمد على تقسيم الأشياء إلى أقسام والأقسام تقسم بدورها إلى أقسام فرعية ثم إلى تفرعات من الأقسام الفرعية وهكذا) . (حامد، ٢٠١٤، ص ٨٩)

ومن وجهة نظر أخرى فقد عرفه عاطف عبيد إلى إنه: مجموعة من المفاهيم مرتبة على هيئة شجرة مقلوبة جذعها للأعلى وأوراقها للأسفل أي أنها مجموعة المفاهيم المرتبطة مع بعضها البعض بطريقة هرمية.

(عبيد، ٢٠٠٦)

أما الزهيري فقد عرفه بأنه تصنيف هرمي للأشياء بناء على ما بينها من علاقات وصفات مشتركة .

(الزهيري، وعبد الواحد، ٢٠١٦)

ومما سبق نستنتج أنَّ التاكسونومي قديم جديد في نفس الوقت، شأنه في ذلك شأن الأنطولوجيا، فالتاكسونومي له بعد قديم في مجال علم الأحياء وتحديدًا موضوع تصنيف الكائنات الحية، وفي نفس الوقت فإن التاكسونومي تقنية جديدة ترتبط بمجال تنظيم المعلومات على الإنترنت وترتكز على نفس الفلسفة الهرمية القديمة.

١/٣/٤-ب- مزايا التاكسونومي وعيوبه:

من أهم المزايا التي تميز التاكسونومي عن غيرها من الأدوات مايلي:

تحسين عملية إدارة الوثائق حيث أن التاكسونومي يستخدم خوارزميات التجميع المخصصة لتحليل الوثائق المتشابهة معاً وتساعد على إنشاء تصنيف المحتوى في مجموعات وفئات لإنشاء قاعدة معرفية، وترشيد عملية البحث وتحقيق مستوى أكبر من الدقة والتوافقية في مصطلحات الوصف والاسترجاع و تستخدم هذه الأداة في دعم الكشف الآلي (Bahat , Shafi , 2014 , pp106 – 107)

- أمّا بالنسبة لعيوب هذه الأداة:

تعاني التاكسونومي البطء في تحديث المصطلحات فالمصطلحات لا تبقى جامدة بسبب تطور اللغة ودلالاتها من جهة والتطور العلمي والتقني من جهة أخرى فتظهر أحيانا مصطلحات جديدة أو مدلولات جديدة لمصطلحات قديمة، الأمر الذي يحتم سرعة تحديث المصطلحات وبذل جهد أكبر في عملية التنظيم. (قدورة، ٢٠١٥، ص ٥٠)

١/٣/٤/ت- أسباب الاهتمام في التاكسونومي:

هناك ثلاثة أسباب رئيسية تفسر سبب الاهتمام بالتاكسونومي واستخدامها:

- الأمية المعلوماتية التي يعاني منها غالبية المستفيدين وهي مشكلات معرفة كيفية البحث عن المعلومات مما يؤدي بدوره إلى إضاعة وقت المستفيد وفقد معلومات نافعه . - مصطلحات المنظمات أذ إن نظم التصنيف والمكانز المنشورة لا تعكس اللغات الخاصة بالمنظمات حيث أن نسبة ٨٠% من المعلومات الخاصة بها تنشأ داخلياً.

- زخم المعلومات :حيث أن الويب ينمو بمعدل هائل بشكل مستمر.

كما أن التاكسونومي تخدم وظيفة أو أكثر من الوظائف التالية وهي: تدعيم الفهرسة و دعم عملية تخزين المعلومات واسترجاعها، و دعم عملية الإيجار والتصفيح وتنظيمها. (عبد الهادي، ٢٠٠٩، ص ٦٨٦)

١/٣/٤/ث- دور التاكسونومي في الوصول إلى المعلومات على الويب:

للوصول إلى المعلومات التي توفرها شبكة الإنترنت يتم ذلك من خلال طريقتين وهما:

* الوصول إلى الموقع مباشرة من خلال عنوان (URL) وهنا يتطلب من المستفيد أو الباحث عن المعلومات أن يكون على معرفة بعنوان الموقع وما يبحث عنه من معلومات .

*الوصول عن طريق نظم الربط وهنا نظم الربط تنقسم إلى نظم الربط السابق واللاحق: - نظم الربط السابق (التصفح): هنا المستفيد لا علاقة له بهذا النوع من الربط حيث يقوم به منتج المعلومات أو الفنيون في التنظيم الأولي للمعلومات قبل نشرها.

- نظم الربط اللاحق (البحث): هنا في هذا المستوى يقوم المستفيد أو من يفوضه للبحث عن عن المعلومات التي يحتاجها ويقصد به أن تكون المعلومات ساجحة في عالم واسع لا تتوفر أدوات الربط بينها إلاّ عند عملية الاسترجاع فقط وبعد عملية الاسترجاع يتم فك هذا الارتباط. (خليل، ٢٠١٩)

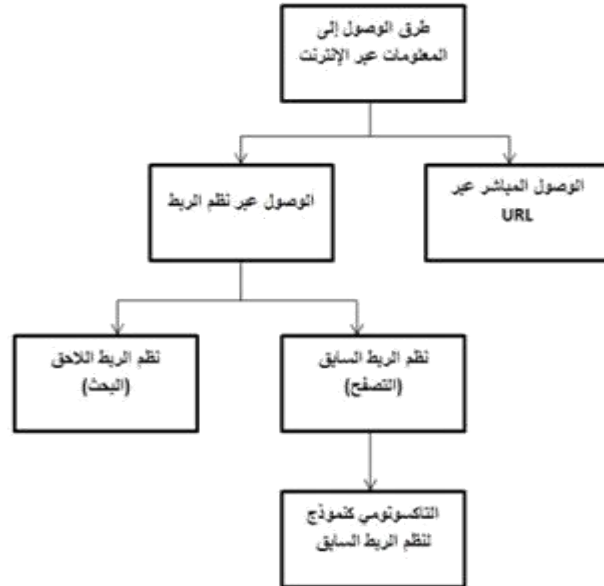
والتاكسونومي يمثل بدوره نظم الربط السابق وذلك على أن يقوم بتنظيم المعلومات في أشكال مفاهيمية مسبقة التجهيز ، وهنا الربط السابق للمعلومات في التاكسونومي يكون على مستويين:

- **على مستوى الموقع الواحد:** حيث نجد أن توزيع المعلومات هنا على شكل عدد من الأيقونات مثلا لنأخذ موقع الجامعة ما: نشأة الجامعة ،أهداف الجامعة ، كليات الجامعة وغيرها من الأيقونات التي تساعدنا في الوصول إلى معلومات الموقع ، فالقائمون على الموقع افترضوا أن هذه الأيقونات هي أقرب طريقة لتوصيل المعلومات للمستخدمين من الموقع بالإضافة إلى أغلب المواقع تحتوي على أيقونة خريطة الموقع التي تتيح للمستخدم من الموقع معرفة آلية تدفق وانتقال المعلومات في هذا الموقع .

- **على مستوى مجموعة مواقع:** حيث يتم تجميع عدة مواقع مع بعضها على شكل قائمة وفق منهج معين وبثها على الشبكة ، وهنا تظهر القائمة بشكل مرتب هجائياً أو فئات موضوعية عريضة ، وهي بدورها تنقسم إلى فئات فرعية وهكذا تشكل قائمة تتصف بالهرمية الموضوعية تتدرج فيها من العام إلى الخاص ، إلى أكثر خصوصية مثل (دليل جوجل) ، وهنا ينقسم إلى تاكسونومي أحادي (سطحي)، وتاكسونومي متعدد مركب ، والذي يستخدم فيه أكثر من نوع من الترتيب ، هرمي ، شبكي .. إلخ .

(الهيف ، ٢٠١٨ ، ص١٤)

والشكل التالي يوضح دور التاكسونومي في الوصول إلى المعلومات على شبكة الإنترنت.



شكل (٤) دور التاكسونومي في الوصول إلى المعلومات على الويب . (السلامي، ٢٠١٨)

١/٣/٤ ج- مكونات التاكسونومي وطريقة بناءه:

يتكون التاكسونومي من مكونين أساسيين وهما البنية التصنيفية (الفئات أو المصطلحات والعلاقات التي تربط فيما بينها) ، والتطبيق (أي أدوات الملاحظة التي تساعد المستفيد في الوصول إلى المعلومات التي يحتاجها. (Bruno Richmond,2003)

أما مُجدّ فتحي عبد الهادي فيرى بان التاكسونومي يتكون من ثلاثة مكونات أساسية وهي المرادفات، العلاقات الهرمية و التعريفات والتبصرات التوضيحية .

ومن هنا وحسب رأي الباحثة نرى بأنّ التاكسونومي يتكون من البنية التصنيفية والعلاقات الهرمية فيها ، ونظام الملاحظة الذي يساعدنا في الوصول إلى المعلومات بالإضافة إلى خريطة الموقع التي تعتبر جزءا من التاكسونومي وتعكس البنية التصنيفية للموقع بشكل كلي . وهنا يمكن تحديد خطوات بناء التاكسونومي كما يلي:

- حصر الموضوعات والمعلومات المتعلقة بالموقع وبكل موضوع منها والتي تريد توصيلها للمستفيد وهذا قبل تصميم الموقع.

- تقسيم ماتمّ حصره من موضوعات إلى فئات موضوعية عريضة ومن ثم تقسيمها إلى فئات موضوعية أضيق وهكذا حتى نصل إلى أدق مستوى من التقسيم الفئوي مع إعطاء كل فئة مسمى يعبر عن المحتوى الموضوعي بشكل دقيق.

- إتاحة البنية التصنيفية الخاصة بالموقع للمستفيدين منة وهذا يتم بإحدى الأسلوبين :

* **خريطة الموقع:** حيث يتم تخصيص صفحة مستقلة من صفحات الموقع هذه الخريطة مع وضع رابط لها على الصفحة الرئيسية ولها أيقونة واضحة للمستخدم على الصفحة الرئيسية فالخريطة توضح البنية التصنيفية لمحتويات الموقع بشكل كلي ومتكامل. (الهيّف، ٢٠١٨، ص ص ١٤-١٥)

* **أنظمة الملاحظة:** تعرف الملاحظة بأنها آلية التنقل داخل الموقع وذلك من خلال تجميع الخيارات المتشابهة معا وتقديمها كوحدة متماسكة ، و تستخدم الأشرطة وعلامات التبويب بشكل شائع للتنقل الرئيسي ، والآليات الرأسية على اليسار للتنقل المحلي ولكن يختلف التنقل الرئيسي عن التنقل المحلي في الموقع وذلك تبعا لعدة جوانب : (نوع المحتوى ، سلوك الروابط الملاحية والانتقال إلى الصفحة التالية، المهام وطرق البحث ، العلاج البصري للخيارات الملاحية، موضع التنقل على الصفحة بالإضافة إلى ذلك ، فإن نوع الصفحة التي تظهر فيها قائمة التنقل يحدد بشكل كبير الغرض من التنقل حيث أن التنقل في الصفحات الرئيسية يختلف عن التنقل على صفحات المنتج.

أما بالنسبة لأنواع الملاحاة فتقسم إلى ثلاثة أنواع:

- **الملاحاة الهيكلية البنائية**: يقوم هذا النوع من الملاحاة على أساس ربط صفحة واحدة إلى أخرى على أساس التسلسل الهرمي .

- **الملاحاة الترابطية**: يقوم هذا النوع على أساس ربط الصفحات ذات الموضوعات والمحتويات المتشابهة بغض النظر عن موقعها في الموقع (الملاحاة التذيلية والملاحاة السياقية وملاحاة الروابط السريعة).

- **الملاحاة الخدمية أو كما سميتها الدكتورة عالية الهيف في بحثها (النفعية)**: هي خدمة تربط الصفحات والميزات التي تساعد الناس على استخدام الموقع نفسه، تقع خارج التسلسل الهرمي الرئيسي للموقع ، وعلاقتها الوحيدة مع بعضها البعض فقط . (James Kalbach,2008)

أما بالنسبة لأشكال الملاحاة فتقسم إلى : (ملاحاة نصية أفقية ، ملاحاة نصية رأسية، ملاحاة وصفية، ملاحاة اختبارية، قوائم منسدلة قوائم فرعية، قوائم رسومية ورمزية، هذه الأشكال المذكورة هي فقط ما هو شائع على الويب هناك بالطبع عدد لا يحصى من الخيارات التصميم التنقل في الموقع).

(Eric Miller,2018)

١-٣-٥- الأنطولوجيا:

١/٣/٥- **تعريف الأنطولوجيا**: قبل البدء في التعريف بالأنطولوجيا لابد أن نستدرك المقاربة بين مصطلح التاكسونومي الذي تم تشبيهه بتصنيف الشجرة وبين مصطلح الأنطولوجيا الذي يشبه بتصنيف الغابة التي قد تحتوي على عدد كبير من الأشجار وبالتالي الأنطولوجيا هي مجموعة من التاكسونومي أو هو بالأصل يتفرع منه التاكسونومي . (الزهيري، ٢٠١٧، ص١٠٥)

- عرفها عبد الهادي بأنها تشبه قوائم رؤوس الموضوعات والمكانز في أنها تنظم الكلمات في مجموعات من المترادفات ومن ثم تستخدم العلاقات مثل علاقات المصطلحات الأعرض والأضيق- والمتصلة لتنظيم مجموعات الترادف ولكنها لا تحدد بالضرورة المصطلحات المفضلة في مجموعات الترادف.

(عبد الهادي، ٢٠٠٩، ص ٦٨٧)

أما هاشم فرحات فقد عرفها بأنها تعمل على تعريف المصطلحات المستخدمة في وصف وتمثيل أحد مجالات المعرفة وعادة ما تستخدم المكانز المعجمية أو الأنطولوجيات الأفراد وقواعد البيانات والتطبيقات التي تحتاج إلى تقاسم ومشاركة المعلومات فيما بينها وتشمل الأنطولوجيات التعريفات الحاسوبية للمفاهيم

الأساسية في المجال المعني مع تحديد طبيعة العلاقة بينهما ، كما أنها تقوم بترميز المعرفة في مجال ما وكذلك المعرفة المشتركة بين المجالات وهي بهذه الطريقة تجعل المعرفة قابلة للاستخدام. (حامد، ٢٠١٤، ص ٨٣)

ومما سبق يمكن أن نقول بأن الانطولوجيا هي محاولة لتعريف الإطار المفاهيمي المجال معين من أجل نمذجة العلاقات الموجودة بينها ويمكن أن تكون بمثابة مكنز مع تعريفات لمصطلحاته أو تصنيف هرمي معقد للمفاهيم والفئات .

١/٣/٥/ب - أنواع الأنطولوجيا: هناك أربع أنواع الأنطولوجيا وهي :

-انطولوجيا المجال المحدد : وهو يمثل معاني للمصطلحات والتي تطبق في ذلك المجال.

-الانطولوجيا العامة: وهي التي تمثل المعرفة الممتدة عبر الميادين وهي نموذج الأشياء العامة.

(حسن، ٢٠١٣، ص ٦٠)

- أنطولوجيا التطبيق: وهي الانطولوجيا التي تحتوي على المعرفة اللازمة لتصميم نموذج تطبيقي معين.

- انطولوجيا التوضيحية أو التمثيلية : وهي التي من خلالها يتم تقديم بنية توضيحية لنموذج العمل.

(عبد الهادي، ٢٠٠٩، ص ٦٨٨)

١/٣/٥/ت- عناصر الأنطولوجيا:

• الصفوف والمفاهيم: وهي مجموعة المفاهيم والعبارات المتعلقة بالمجال والموضوع أو المشكلة المدروسة.

• العلاقات: وهي نمط يظهر التفاعل بين مفاهيم وصفوف الانطولوجيا,

• الواصفات : وهي العناصر التي توصف بها الأغراض الموجودة في المجال وهناك اسم وقيمة على الأقل لكل واصفة تستخدم التخزين معلومات محددة عن الغرض الذي ترتبط به .

(قدورة، ٢٠١٥، ص ١٠٦)

ونستنتج مما سبق بأن الانطولوجيا هي نظام لتصنيف المعرفة البشرية وفقا لخصائصها وعلاقتها الهرمية من خلال بناء تجمعات تحمل صفات مشتركة ويعد الهدف الأساسي للأنطولوجيا هو الحد من الغموض المفاهيمي والدلالي وجعله في أدنى حدوده في سياق بيئة المعلومات والبيئة التقنية فهي تمثل رأس المعرفة لأنها ترتبط ارتباطا وثيقا بعلم الدلالات فهي تعمل على تنظيم المعرفة وتكون أشبه بقائمة من

المفردات التي تصف الموجودات أو الأشياء وتضع البيانات في فئات وتربط بين هذه الفئات بعلاقات متعددة وبالتالي الأنطولوجيا تركز على المفاهيم والتمثيل اللغوي للمفاهيم.

١/٣/٥-ث مقارنة بين أدوات تنظيم المعلومات على الويب (الفوكسونومي والتاكسونومي والانطولوجياو المكانز الآلية):

جدول رقم (٤) مقارنة بين أدوات تنظيم المعلومات (الفوكسونومي، التاكسونومي، الانطولوجيا والمكانز الآلية)

عنصر المقارنة	الفوكسونومي (التصنيف الحر)	التاكسونومي	الأنطولوجيا	المكانز الآلية
اللغة	هنا الاعتماد على اللغة الطبيعية الحرة فالمستفيد له الحرية في اختيار الوصفات المناسبة من وجهة نظره لوصف المحتوى	الاعتماد هنا على اللغة المقيدة وخاصة المكانز، ويعد شكلاً من أشكال التقسيم الفئوي لمواقع الإنترنت	تعتمد على اللغة المقيدة ويطلق عليها المكانز المعجمية.	هنا يتم الإعتماد على اللغة المقيدة
الطريقة التي يتم فيها تنظيم المحتوى	هنا المواقع لا تتبع طريقة تنظيم معينة، لكنها توصف بأنها تنظم من الأسفل إلى الأعلى حيث تبدأ من المستخدم	طريقة رسمية تعتمد على المتخصصين لعمل الفئات وتصنيفها، وتوصف بأنها تنظم من الأعلى إلى الأسفل وتعتمد على المفردات المستخدمة في أدوات التنظيم الرسمية مثل المكانز وقوائم ورؤوس الموضوعات.	طريق تنظيم رسمية تعتمد على المتخصصين ومبرمجين حتى يمكن إنشاءها، وتعتمد على المكانز، ولها لغاتها التي يتم العمل من خلالها.	طريقة تنظيم رسمية تعتمد على المتخصصين والخبراء في المجال لإنشائها
البنية	بنية مسطحة والتي تكون قائمة على أنه لا علاقة بين المصطلحات	بنية هرمية توفر التسلسل الهرمي للمصطلحات التي تصف العناصر	هرمية فهي تقدم المصطلحات ومفرداتها وتعريف لتلك المفردات أو المصطلحات كما أنها تبرز العلاقات بين هذه المصطلحات	بنية هرمية للمفردات والمصطلحات حيث تكون منضبطة ودينامكية ومتصلة مع

		وعلاقتها الهرمية أي علاقة المصطلحات ببعضها وكل مصطلح رئيسي يوصل إلى المصطلح الفرعي وهكذا.		بعضها البعض دلالية وهرميا وتغطي أحد حقول المعرفة
على من يتم لاعتماد لتنظيم المعلومات؟	المستفيدين أنفسهم	يعتمد على القائمين على الموقع ، أو المتخصصين في تنظيم المعلومات.	يعتمد على القائمين على النظام ، أو الموقع أو متخصصين في علوم المعلومات ، وكذلك المبرمجين وأخصائي الحاسبات الإلكترونية.	يعتمد على القائمين على الموقع ومتخصصين في نظم المعلومات .
أمثلة لمواقع تعتمد عليها	مواقع المفضلات الاجتماعية والفيس بوك واليوتيوب.	أدلة البحث والبوابات الموضوعية (الزهريري، ٢٠١٦، ص ص ٦١-٧١)	تعد مكون اساسي من مكونات الويب الدلالي وتطبيقاته ، (الزهريري، ٢٠١٧، ص ص ١٠١-١٠٤)	هناك مكانز لها مواقع خاصة بها مثل مكانز الطفولة وهناك مكانز تستخدم في قواعد البيانات مثل قاعدة بيانات جريس حيث تستخدم مكانز أجروفوك ^(٣) . (الكدر، ٢٠١٦)

١-٣-٦- خطط التصنيف الآلية (Web dewy, Web class , UDC online):

١/٦/٣/١- ملحة تعريفية عن خطط التصنيف الآلية:

شهدت مصادر المعلومات عدة محاولات لإيجاد خطة تصنيف لتنظيمها عن طريق الويب فكانت البداية من خلال عدة مقترحات لخطط تصنيف مع العلم أن هذه الخطط كانت بمثابة مركز لتبادل المعلومات بين المواقع التي تتبنى خطط تصنيف معيارية أو معاجم مفردات مقننة لتنظيم وتيسير الوصول

^(٣)مكانز أجروفوك: هو عبارة عن مفردات متعددة اللغات منظمة ومُحكمة مقيدة صممت لتشمل مصطلحات جميع المجالات الموضوعية في الزراعة والغابات ومصايد الأسماك والأغذية وما يتصل بها من مجالات ، ويتكون مكانز أجروفوك من أكثر من 36000 مفهوم متوفرة في 33 لغة.

إليها ففي عام ١٩٨٦ جاء عرض mark بأول تطبيق لخطة تصنيف عن البحث والتصفح الموضوعي من قبل المستفيد ضمن مشروع (DDS Dewey Demical) ومن ثم صدرت الطبعة (٢٠) من تصنيف ديوي العشري كأول إصدار يعتمد على نظام تحرير (Dewey Ess) وبدأت مكتبة الكونجرس في تحويل خطة تصنيفها للشكل المقروء اليا من عام (١٩٩٠)، واستخدم أيضاً التصنيف الوجيهي لرانجاناثان في تصنيف مواقع الإنترنت وبناء المكانز وذلك بسبب مرونته وقدرته التحليلية والتركيبية استطاع أن يستوعب التداخل الموضوعي الذي يعيد السمة الأساسية لتلك المواقع وقد أثر هذا الانتشار تطوير معيار Xfml Xchangeble faceted metadata language وهو نسخة مطورة من لغة التكوين الممتدة Xml التي تستخدم في تبادل الميئات الوجيهية بين مواقع الشبكة العنكبوتية ، في عام (١٩٩٣) أصدرت OCLC خطة تصنيف ديوي العشري بشكلها الإلكتروني على قرص ليزر مدمج وهي بذلك تتفوق على الخطة بشكلها الورقي لما توفره من إمكانيات للاستخدام والوصول المباشر إلى البيانات.

(رجب، ٢٠١٨، ص ٣٧-٣٩)

ويمكننا تعريف خطط التصنيف بأنها الخطط التي يتم وضعها لضبط أوعية المعرفة بطريقة تسهل استخدامها والرجوع إليها وهذه الخطط يجب أن تظهر بطريقة تبين لنا فروع المعرفة البشرية وجزئياتها ويتدرج هذا الترتيب من الفروع الأعم إلى الفروع العامة إلى الموضوعات الخاصة إلى الجزئيات الأخص والأكثر خصوصية وهكذا نجد أنفسنا أمام شجرة للمعرفة تسمى هذه الشجرة بخطة التصنيف. (خليفة، ٢٠٠٢، ص ٣٣)

وتنقسم خطط التصنيف إلى :

أ- الخطط الحصرية : وهي التي تحدد مسبقاً الفئات التي تصنف فيها أوعية المعلومات مثل : التصنيف العشري العالمي ومكتبة الكونجرس، ديوي العشري الذي يعتبر الأكثر انتشاراً لبساطته وسهولة التعامل معه وتعد من أقدم خطط التصنيف وقد قسم فيه ميلفل ديوي المعرفة البشرية إلى عشرة أقسام رئيسية.

ب- الخطط التحليلية التركيبية: وهي التي تقوم على تقسيم وتصنيف المجال الموضوعي إلى جوانبه المختلفة وتجميعها في قوائم الأوجه حيث يقوم المصنف بتركيب الرمز بنفسه اعتماداً على هذه القوائم مثل تصنيف الشارحة لرانجاناثان .

(جلال، ٢٠١٤)

١/٣/٢- أشهر خطط التصنيف:

تختلف خطط التصنيف فيما بينها في نظرتها إلى المعرفة البشرية وترتيب جزئياتها وخلق العلاقات المنطقية بين هذه الجزئيات وربطها ببعضها في شكل متجانس لذلك نجد خطط تصنيف متعددة لكل منها

فلسفتها واسلوبها في معالجة المعرفة البشرية ونسيجها فنجد تصنيف ديوي العشري يقسم المعرفة البشرية إلى عشرة أقسام وكل قسم إلى عشرة فروع وكل فرع إلى عشر شعب ... وهكذا، أما تصنيف مكتبة الكونجرس يوزع المعرفة البشرية على واحد وعشرين قسما رئيسيا وكل قسم يتفرع إلى عدد غير محدد من الفروع، تصنيف رانجاناثان فقد جزا المعرفة البشرية إلى خمسة وثلاثين قسما رئيسيا، أما تصنيف براون وزع المعرفة البشرية الأحد عشر قسما .

(اسماعيل، الورغي، ١٩٨٩، ص ص ٣٠٠-٣١٨)

أولا- ويب ديوي (web Dewy):

١/١-المفهوم والنشأة: هو الاسم الذي يطلق على النسخة الإلكترونية المتاحة على الشبكة العنكبوتية من تصنيف ديوي العشري الذي يتيح مركز المكتبات المحوسبة على الخط المباشر في الولايات المتحدة .

(الشوابكة ، و زعارير ، ٢٠١٦، ص١٦٢٧)

وقد أدى تحول تصنيف ديوي العشري من الطباعات الورقية إلى نسخة ويب ديوي الالكترونية إلى جعله أكثر استخداما في مختلف أنحاء العالم نتيجة إمكانية الوصول إليه وإتاحته عبر الشبكة العنكبوتية ، وفي مطلع القرن الحادي والعشرين بدأت المكتبات في مختلف أنحاء العالم في التحول من النسخة الورقية إلى النسخة الالكترونية الشبكية المتاحة على الشبكة العنكبوتية بعنوان (Web Dewy) عبر موقع مركز OCLC على الرابط (http : //connexion . oclc . org)، ونشرت الطبعة (٢٢) في منتصف عام (٢٠٠٣) وتعد أول طبعة من تصنيف ديوي أعدت لبيئة الويب وأصبح تحديث DDC من خلال الويب متاحا بشكل منتظم ، وفي عام (٢٠١١) نشرت الطبعة (٢٣) والتي أعدت لبيئة الويب أيضا.

(Majumnder, Sarma,2007,pp149)

٢/١-خصائص ومزايا ويب ديوي:

١/٢/١-سهولة الاستخدام وإمكانية البحث الواسع من خلال المصطلحات ذات العلاقة وذات الصلة وإمكانية الربط بين Lcsh والتسجيلات الإستنادية لقائمة مكتبة الكونجرس لرؤوس الموضوعات وإمكانية ربط الفهارس الآلية للمستخدمين بجدول التصنيف Web Dewy بحيث يتمكن المستخدم من ارسال أرقام التصنيف التي يختاروها إلى التسجيلات البيبليوغرافية في فهارسهم الآلية .

(Joan S ,Diane, 2007)

١/٢/٢- ربط المستخدمين بقاعدة الفهرسة الدولية World cat وقوائم الاستناد التابعة لها في OCLC.

(Markey,2006)

٣/٢/١- التحديث المستمر لقاعدة البيانات مع دمج أحدث التغيرات والمراجعات الدورية على تصنيف ديوي العشري والتي تصدر كل ثلاثة أشهر و إضافة الآلاف من الكلمات والأرقام المنية في الكشف النسبي والتي لا تتوافر في النسخة الورقية و إتاحة الجداول الرئيسية والجداول المساعدة لخطّة تصنيف ديوي مع سهولة تصفحها صفحة بصفحة. (Hider, 2004, pp16)

٤/٢/١- إمكانية التصفح في ويب ديوي والتي تتيح للمستخدم استعراض محتويات الكشف الستة- MESH (Captions - RELATIVE INDEX - RELATIVE - LCSH - BISAC INDEX) في قاعدة بيانات تصنيف ديوي ، وكذلك إمكانية البحث البسيط والمتقدم في واحد أو أكثر من كشافات ديوي باستخدام روابط البحث البوليانية (AND-OR-NOT) ،والبحث في قائمة رؤوس الموضوعات مكتبة الكونجرس المتاحة على الخط المباشر، وايضا البحث في قائمة رؤوس الموضوعات الطبية ورؤوس موضوعات سيزر ،وكذلك البحث باستخدام خاصية البتر وخاصية إخفاء الحرف أو الحرف الناقص. (D.Gulati,2013,pp165-167)

٥/٢/١-تمكين جميع المكتبات والأفراد في مختلف أنحاء العالم من الاشتراك بالموقع برسوم سنوية مع إتاحة المجال أمام المشتركين لإضافة مواصفاتهم الخاصة التي تزيد من إمكانية استفادتهم من الموقع ،وعرض رقم التصنيف المطلوب في تسلسل هرمي يظهر الأرقام والموضوعات الأعلى منه والأرقام والموضوعات المتدرجة تحته، و تمكن المستخدمين من إنشاء الملاحظات المحلية التي توفر وقت وجهد المفسرين وتمكنهم من إضافة سياساتهم المحلية إلى بيانات التصنيف مع إمكانية البحث في تلك الملاحظات.

(Golub ,Koch,2009)

٣/١-موقع ويب ديوي: يتميز موقع ويب ديوي ببساطته وكيفية عرضة للبيانات وذلك يساعده وبشكل كبير على سهولة الاستخدام من قبل المستخدمين وكذلك تحقيق أكبر فائدة منة وفيما يلي توضيح بسيط للموقع و إمكانياته وأهم خدماته التي يقدمها للمستخدمين منة ويتم الدخول إلى الموقع من خلال العنوان.(٤)

فعند الدخول إلى العنوان تظهر لنا الواجهة الرئيسية له، (أكثر ما يلفت انتباه المستخدم للموقع الالكتروني هو الصفحة الرئيسية التي يطل بها هذا الموقع وما تتضمن من نوافذ وروابط تسهل الوصول إلى المعلومات التي يريدها) كما هو موضح في الشكل التالي :

(٤) رابط موقع ويب ديوي: (http : //dewey . org - webdewey - login - login . html)

Web access to the Dewey Decimal Classification (DDC) System

WebDewey

Name:

Password:

LOGIN

الجزء الأول

الجزء الثاني

HOW TO SUBSCRIBE

CATALOGER'S DESKTOP

Dewey Services

[Home](#) [Introduction](#) [Glossary](#) [Relocations & Discontinuities](#) [New Abridged Numbers](#) [Dewey Blog](#) [Help Revise the DDC](#) [Privacy Policy](#)

© 2020 OCLC

Domestic and international trademarks and/or service marks of OCLC, Inc. and its affiliates

الجزء الثالث

Activate Windows
Go to PC settings to activate

الشكل رقم (٦) الواجهة الرئيسية الموقع ويب ديوي

نلاحظ من الشكل السابق أن الواجهة الرئيسية تتكون من ثلاثة أجزاء يمثل الجزء الأول منها الحقل الخاص وكلمة المرور لإمكانية استخدام الموقع .

أما الجزء الثاني فيشتمل على خيارين الأول الدخول لفهارس مكتبة الكونجرس و الثاني كيفية الاشتراك المرسم بالموقع، (الخيار الأول خاص بالدخول لفهارس مكتبة الكونجرس ، أما الخيار الثاني خاص بالاشتراك المرسم ، أما الجزء الثالث فيه عدة خيارات خاصة بالموقع وهي كالتالي:

- الخيار الأول (Home): وهذا الخيار يعطينا نظرة عامة عن خدمات موقع ويب ديوي المتاحة من خلال موقع oclc .

- الخيار الثاني Introduction : لتحميل ملف pdf يتكون من (٣٨) صفحة بعنوان مقدمة لتصنيف ديوي العشري ويحتوي هذا الملف على نظرة تاريخية لتصنيف ديوي العشري ثم يعرض بالتفصيل الطبعة (٢٣) من تصنيف ديوي وأهم التعديلات التي وردت بالطبعة وكيفية استخدام الجداول الرئيسية والمساعدة في عملية التصنيف.

- يحيل الخيار الثالث (Glossary) لقاموس المصطلحات الخاص بالموقع وهو يحتوي على تعريفات لجميع الكلمات التي وردت بالموقع مع تفعيل العنوان الشبكي للوصول إليها.

- أما الخيار الرابع (Relocations & Discontinuations): فيحيلنا إلى ملف اكسيل يتم تحميله بعنوان الترحيل والملغاة وهو يشرح كيفية التعرف على الموضوعات التي تم ترحيلها أو إلغائها ما بين الطبعين (٢٢ و ٢٣).

- وعند الضغط على الخيار الخامس (New Abridged Numbers) فيظهر لنا ملف Pdf مكون من صفحة واحدة يعرض الأرقام المختصرة الجديدة التي تمت إضافتها تصنيف ديوي العشري (DDC) منذ ذلك الحين نشر الطبعة المختصرة ١٥ ويجب أن يعامل على أنه صالح للتصنيف المختصر

- أما الخيار السادس (Dewey Blog) فهو عبارة عن مدونة الديوي يمكننا معرفة كل ما تريد معرفته دائما عن نظام تصنيف ديوي العشري.

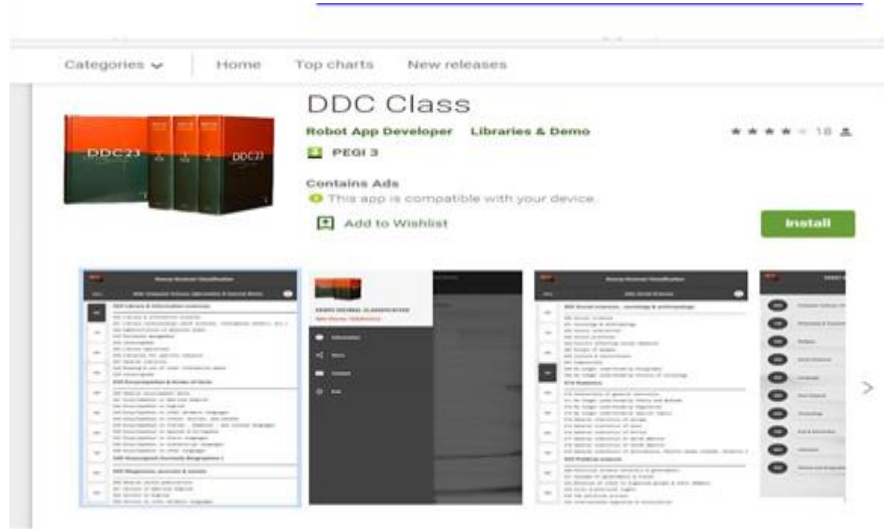
- أما الخيار السابع فهو سياسة الخصوصية (Privacy Policy) و ينطبق هذا الجزء من البيان على OCLC ومنتجاته وخدماته المستندة إلى الويب ومعلومات متعلقة بممارسات الخصوصية المرتبطة بالخدمات المستضافة التي يتم تقديمها من خلال عملاء مؤسسة OCLC.

-وهنا حتى نستطيع الدخول إلى الموقع فنتحتاج اشتراك مرسوم به لذلك لم تستطع الباحثة الدخول إلى الموقع والقيام بعرض خدماته وكيفية عملة على الرغم من إمكانية الاشتراك به بشكل مجاني لمدة (٣٠) يوما وذلك من خلال الرابط - request - dewey - en - org - oclc . www : // https (information . html)

فعند الضغط على الرابط تظهر لنا قائمة تطالب بمعلومات معينة فيتم تعبئة المعلومات وإرسال النموذج لكن الرد يأخذ فترة طويلة جدا لذلك لم نتمكن من الدخول إلى الموقع للقيام بعملية تحليل له وخدماته.

ومن الجدير بالذكر إنه بالإمكان تحميل تطبيق ويب ديوي على الهاتف المحمول: هو تطبيق يتيح لنا التعرف على أرقام تصنيف ديوي العشرية الأساسية والفرعية، اعتمادا على الطبعة (٢٣) من خطة التصنيف باللغة الإنجليزية ويتوفر مربع بحث داخل التطبيق وبذلك يسهل عملية الاختيار المناسبة، لكنه لا يتيح التفرعات لأكثر من (٣) أرقام أي الخلاصة الثالثة فقط ويمكننا تحميل هذا التطبيق لنظام أندرويد للهواتف المحمولة عبر الرابط(°).

° رابط تحميل تطبيق ويب ديوي على الهواتف المحمولة: (<https://play.google.com-store-apps-details>)



الشكل رقم (٧) تطبيق ويب ديوي على الهاتف المحمول

ثانياً- (تصنيف مكتبة الكونجرس) Web Classifications:

١/٢-نشأته وتطوره : صمم تصنيف مكتبة الكونجرس أساساً لتستخدمه مكتبة الكونجرس في تصنيف كتابها مع وضع التوسعات التي تحدث على المجموعات في الاعتبار ولقد بني التصنيف وتطويرة على ما يلي : (نظام الكونجرس هو نتيجة مقارنة بين نظم تصنيف مختلفة مع إعطاء اعتبارات خاصة لوضع المكتبة وخصائص مجموعاتها الحالية والمحتملة وكذلك فإن أقسام التاريخ والسياسة والعلوم الاجتماعية وغيرها من الموضوعات سوف تكون كبيرة وكذلك لا يتبع التصنيف التسلسل العلمي للموضوعات ولكن يتبع التسلسل المنطقي للمجموعات باعتبارها مجموعة من الكتب وليست مجموعة من الموضوعات).

(مدونة الفهرس العربي الموحد ، ٢٠١٥)

في عام ٢٠٠٧ أعلنت مكتبة الكونجرس أنها قد انتهت من إعداد الطبعة الإلكترونية التجريبية للنظام وأن باستطاعة الفهرسين استخدام النسخة التجريبية المتاحة على الموقع^(٦) لأغراض التقويم.

(الشوابكة ، ٢٠١٤، ص٥٥٩)

ومن ثم قامت مكتبة الكونجرس بإتاحة خطة تصنيفها على الموقع الإلكتروني^(٧) باشتراك سنوي ، ويتميز هذا الموقع بالتحديث المستمر وسهولة البحث وإمكانية بوسائل متعددة كما أن استخدام هذا

^(٦) النسخة التجريبية لتصنيف مكتبة الكونجرس الإلكتروني: (<http://classificationweb.net>)

^(٧) الموقع الإلكتروني الخاص بتصنيف مكتبة الكونجرس: (<http://classificationweb.net>)

الموقع في عملية التصنيف قضي بشكل أساسي على أكبر مشكلات خطة تصنيف الكونجرس وهي عدم وجود كشف تجميعي لكافة أقسام الخطة بالإضافة إلى إمكانية الاعتماد عليه في كافة العمليات الفنية سواء الببليوغرافية أو الاستنادية وهذا الموقع يمثل انعكاسا للقائمة الورقية كما يضيف عليها الإمكانيات التكنولوجية في البحث للوصول إلى الرقم المطلوب وكذلك الربط بين مختلف أدوات العمل الفني المكتبة الكونجرس الأمريكي.

(مدونة الفهرس العربي الموحد، ٢٠١٥)

٢/٢ - مميزات:

١/٢/٢ - الارتباطات الموضوعية بين: أرقام تصنيف مكتبة الكونجرس ورؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس ارقام تصنيف ديوي العشري ورؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس - أرقام تصنيف مكتبة الكونجرس وأرقام تصنيف ديوي العشري. - التصفح والبحث عن بيانات التصنيف ورؤوس الموضوعات في شاشة واحدة.

٢/٢/٢ - توفير مجموعة الحروف اللاتينية الكبيرة المفعلة المحصورة بين الأقواس المعقوفة في نهاية كل مدخل والتي تؤدي وظائف محددة عند النقر عليها.

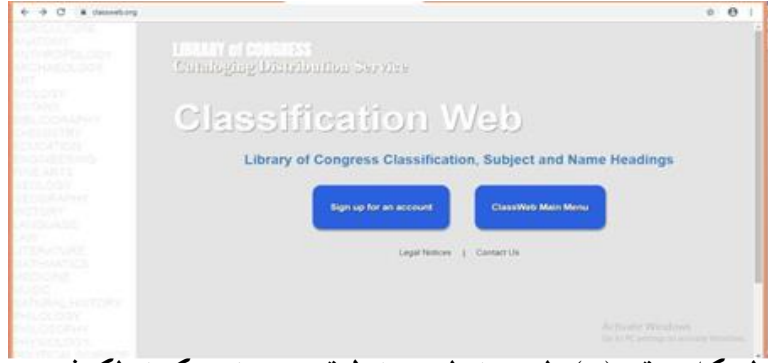
٣/٢/٢ - تشغيل المتصفح المحسن (Enhanced Browser) الذي يقوم بالعمليات الحسابية ويساعد في إظهار جميع أرقام التصنيف المبنية أو المركبة ، وكذلك تشغيل المتصفح الهرمي Hierarchical Browser الذي يتيح للمستخدمين التنقل بين المستويات المختلفة : للتسلسل الهرمي للموضوعات وأرقام التصنيف.

٤/٢/٢ - استخدام تقنية اليونيكود Unicode التي تساعد في إظهار المصطلحات باللغات الأصلية كاللغة العربية واستخدام هذه المصطلحات في عمليات التصفح والبحث. (الشوابكة، ٢٠١٤، ص ٥٧٣)

٣/٢ - الية البحث في موقع تصنيف مكتبة الكونجرس (Web Classificationj) :

يمكن الوصول إلى الموقع من خلال الرابط^(٨) ، وعند الضغط على الرابط تظهر الشاشة الرئيسية الخاصة بالموقع ، كما هو موضح في الشكل التالي:

^(٨)موقع خطة تصنيف مكتبة الكونجرس: (<http://classificationweb.net>)



الشكل رقم (٨) الواجهة الرئيسية لموقع تصنيف مكتبة الكونجرس

نلاحظ في الواجهة الرئيسية للموقع وجود معلومات كثيرة عليها وهي كالتالي:

- مكتبة الكونجرس (library of Congress): هذا الخيار يحوّلنا إلى موقع مكتبة الكونجرس مباشرة وعند الضغط عليه تظهر لنا هذه النافذة الخاصة بمكتبة الكونجرس.

- خدمات التوزيع الفهرسة (Cataloging Distribution Service): وهذا الخيار يعطينا معلومات مفصلة حول كيفية استخدام تصنيف الكونجرس بالإضافة لمعلومات حول المشاكل الفنية التي يمكن أن يصادفها المستخدمين وإمكانية المراسلة عبر البريد الإلكتروني للاستفسار عن سؤال معين بالإضافة إلى إمكانية إرسال اقتراحات لتطوير النظام .

- التسجيل المرسوم للحصول على حساب (Sign up for an account): هذا الخيار يحوّلنا إلى قائمة تعرض لنا معلومات حول الاشتراك المرسوم في تصنيف مكتبة الكونجرس وكيفية الاشتراك به فالاشتراك من ٢ إلى ٤ المستخدمين بوقت واحد ٥٢٥ دولار ومن ٥ إلى ٩ مستخدمين ٦٤٠ دولار وهكذا كلما أصبح عدد المستخدمين أكثر زادت التكلفة، لكن يمكن من خلال الرابط الاشتراك المجاني لمدة ٣٠ يوماً ، لكن الرد في الموافقة يأخذ وقت طويل.

- القائمة الرئيسية لتصنيف الكونجرس (Class Web Main Menu): عند الضغط على هذا الخيار فيظهر لنا نافذة تحتوي مجموعة خيارات للبحث ضمن القائمة الرئيسية للتصنيف وهذه الخيارات كالتالي : (تصفح ، بحث ، متصفح قياسي ، متصفح محسن ، متصفح التسلسل الهرمي ، مخطط ، مجموعات فرعية ، إشارات مرجعية ، عناوين الموضوعات ، شروط LC النوع - النموذج ، شروط المجموعة السكانية ، عناوين الموضوعات للأطفال ، متوسط الأداء المرادفات والعلاقات الببليوغرافية) كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (٩) خيارات البحث ضمن القائمة الرئيسية للتصنيف

-الاشعارات القانونية (Legal Notices): وهو خيار خاص معلومات عن الموقع وما الخدمات التي يقدمها ومن وكيفية الكونجرس خلال هذا الخيار يمكننا تحميل ملف PDF يتكون من سبع صفحات يقدم فيه معلومات عن تصنيف الاشتراك وماهي الحقوق فيه، بالإضافة لإمكانية تحميل تطبيق مكتبة الكونجرس على الهاتف المحمول .

ثالثاً- التصنيف العشري العالمي على الخط المباشر (UDC online):

١/٣- لمحة تعريفية عن التصنيف العشري العالمي على الخط المباشر:

نظام تصنيف العشري العالمي (UDC) صمم هذا النظام لتصنيف المعرفة العالمية جميعها وهو من النظم الواسعة الانتشار والتي تحدث باستمرار وهو نظام عالمي ولكن حالية قام اتحاد التصنيف العشري العالمي : UDC Universal Decimal classification consortium بإنشاء قاعدة بيانات عالمية متعددة اللغات، أما البناء للأقسام الرئيسية فهو يشبه نظام تصنيف ديوي ولكن يستخدم رقم تصنيف بمرتبة واحدة بدل ثلاث مراتب من ٠ - ٩ والميزة الأساسية التي يتميز بها نظام UDC هو خاصية ربط الموضوعات مع بعضها باستخدام العلامات للربط بالإضافة للجداول المساعدة للأوجه المكانية والشكلية والزمانية.... وغيرها، التصنيف العشري العالي على الخط المباشر UDC online وهو متاح على الويب منذ عام ٢٠٠١ . (حسين، وناصر، ٢٠١٩، ص ٥٦٣)

ويمكن تعريفه بأنه: أداة تصنيف احترافية مخصصة لمختصين المكتبات وغيرها من خدمات الببليوغرافية والمعلومات وهي أداة مرجعية و مستقلة عن أي سياسات ومبادئ فهرسة محلية و هو متاح من خلال الرابط^(٩).

^(٩) موقع خطة تصنيف العشري العالمي: (http:// www . udc - hub . com - en - overview . php)

٢/٣- مميزات التصنيف العشري العالمي على الخط المباشر UDC online:

١/٢/٣- يعتبر قاعدة بيانات علمية.

٢/٢/٣- تطور عملية ربط الموضوعات مع بعضها من الجداول الرئيسية والجداول المساعدة للأوجه المشتركة والجداول المساعدة الخاصة.

٣/٢/٣- يوفر عملية بحث وتصفح سريعة وقوية ويمكن توسيع وتضييق البحث، وبالإمكان أيضا إدخال الموضوعات الحديثة بسهولة ويوفر طريقتين للبحث (بواسطة المصطلحات وبواسطة رقم التصنيف).

٤/٢/٣- يوفر بحث خلال قاموس نظام التصنيف العشري العالمي UDC Dictionary .

٥/٢/٣- يوفر سيطرة جيدة على المصطلحات خلال خاصية البتر Trincation.

٦/٢/٣- هناك تعليمات حول بناء ارقام التصنيف لبناء توليفه من الأرقام المعقدة والمساعدات الخاصة لا تظهر بشكل منفصل بل تظهر بلون مختلف عند ظهور نتائج البحث.

(LIBRARYCLASSIFICATION SCHEMES: AN OVERVIEW,pp165)

٣/٣- آلية البحث في موقع التصنيف العشري العالمي:

يمكن الوصول لموقع التصنيف العشري العالمي من خلال الرابط^(١٠)، وعند الضغط عليه تظهر الواجهة الرئيسية للموقع، نلاحظ أنه من خلال الواجهة يمكن تحديد اللغة التي نريد أن تكون خدمة الوصول بها (هنا الباحثة قامت باختيار اللغة الانجليزية) بعد تحديد اللغة تظهر واجهة تطالب باسم المستخدم وكلمة المرور وكيفية الاشتراك المجاني أو المرسم ويتم وضع معلومات حول آخر تحديث النظام والتي كانت في (٣) فبراير ٢٠١٩) وتحديد ماهي التغييرات التي طرأت على النظام، عند الضغط على زر الاشتراك المرسم فتظهر نافذة لتحديد إذا كان المشترك فرد أو مؤسسة، ثم تظهر نافذة تطالب بمعلومات خاصة بالاشتراك المرسم سواء للفرد أو المؤسسة، أما عند الضغط على الاشتراك المجاني فتظهر نافذة بشكل مباشر لتحديد معلومات عن المستفيد الذي يريد الاشتراك بشكل مجاني ويكون الاشتراك المجاني لمدة أسبوع واحد فقط .

^(١٠)الموقع الالكتروني للتصنيف العشري العالمي: (<http://www.udc-hub.com-index.php>)

١/٣/٦-٣ مقارنة بين خطط التصنيف الآلية :

جدول رقم (٥) مقارنة بين خطط التصنيف المتاحة عبر الويب^(١)

عنصر المقارنة	web dewy	LCC (Class web)	UCD
إشكال الإصدارات	يتاح ويب ديوي بالشكل المطبوع وعلى الويب وعلى CD - ROM لكنه لا يتاح عبر الشبكة المحلية	يتاح LCC بالشكل المطبوع وعلى الويب وعلى CD - ROM لكنه لا يتاح عبر الشبكة المحلية	يتاح UCD بالشكل المطبوع وعلى الويب وعلى CD - ROM وكذلك أيضاً يتاح عبر الشبكة المحلية
سهولة الوصول للموقع	يمكن الوصول للموقع بكل سهولة من خلال محركات البحث	يمكن الوصول للموقع بكل سهولة من خلال محركات البحث	يمكن الوصول للموقع بكل سهولة من خلال محركات البحث
إمكانية الاشتراك المجاني	يمكن الاشتراك المجاني لمدة ٣٠ يوماً	يمكن الاشتراك المجاني لمدة ٣٠ يوماً	يمكن الاشتراك المجاني لمدة ٧ أيام فقط
الاشتراك المرسوم	إمكانية الاشتراك من قبل أي فرد أو مؤسسة من أي مكان في العام	إمكانية الاشتراك من قبل أي فرد أو مؤسسة من أي مكان في العالم	إمكانية الاشتراك من قبل أي فرد أو مؤسسة من أي مكان في العالم
توفر الإرشادات والتعليمات التوضيحية والتعريفية الخاصة بالنظام	يمكن تنزيل ملفات تقدم معلومات وإرشادات وتعليمات خاصة بالنظام	يمكن تنزيل ملفات تقدم معلومات وإرشادات وتعليمات خاصة بالنظام	لا يوجد سوى نبذة تعريفية بسيطة متوفرة على الموقع فقط
سهولة استخدام الواجهة الرئيسية للنظام	الواجهة الرئيسية سهلة الاستخدام ووجود ملفات تعليمية للاستخدام	مقارنة مع ويب ديوي تعتبر الواجهة معقدة	الواجهة أكثر تعقيداً
الكفاءة النوعية لجدول التصنيف المتاحة على الويب	توفر كشافات تسمح بالبحث المتعدد والتصفح سواء كانت بشكلها الورق أو على الويب ويوفر إتاحة لرؤوس موضوعات	توفر كشافات تسمح بالبحث المتعدد والتصفح سواء كانت بشكلها الورقي أو على الويب لكنه يعطي	توفر كشافات تسمح بالبحث المتعدد والتصفح سواء كانت بشكلها الورقي أو على الويب لكنه يشجع ببناء الأرقام ، وهذا

^{١١} - المقارنة تمت الاستعانة بدراسة (ناصر ، وحسين ، ٢٠١٩ ، ص ص ٥٦٧-٥٦٩) بالإضافة لملاحظة الباحثة للمواقع المتاحة عبر شبكة الإنترنت بشكل مباشر .

	مكتبة الكونجرس	أرقام تصنيف جاهزة	يتفرد به بشكل متميز هذا النظام لما يتمتع به من قدرة على ربط الموضوعات واستخدام علامات الربط مثل /: + وغيرها من العلامات لربط الأصول مع الجداول المساعدة
خصائص قواعد البيانات لنظم التصنيف المتاحة على الويب	توفر مرونة في البحث باستخدام البتر، و البحث باستخدام المنطق البولياني و التنقيط و العرض للهرميات استخدام الهايبرلنك - الابحار والبحث بالأعلى والاسفل و سهولة الاستخدام ويتم إظهار التسجيلات وإظهار قوائم بأرقام التصنيف الخاصة بتقديم المساعدة ، وإظهار الأقسام الرئيسية وزر الرجوع. - يوفر فرصة لخلق أو البحث عن ملاحظات المستخدم في قاعدة البيانات - وأيضاً توفر برامج تدريبية وروابط مع قائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس ويوفر خاصية البتر من اليسار إلى اليمين . المستخدم لا يستطيع الدخول مباشرة إلى الفهارس العالمية.	توفر مرونة في البحث باستخدام البتر، البحث باستخدام المنطق البولياني والتنقيط، العرض للهرميات استخدام الهايبرلنك - الابحار والبحث بالأعلى والاسفل و سهولة الاستخدام وإظهار التسجيلات وإظهار قوائم بأرقام التصنيف الخاصة بتقديم المساعدة ، وإظهار الأقسام الرئيسية وزر الرجوع - يوفر فرصة لخلق أو البحث عن ملاحظات المستخدم في قاعدة البيانات وأيضاً توفر برامج تدريبية وروابط مع قائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس ويوفر فرصة للمستخدم أن يرى روابط للفهارس الآلية OPAC لعشرين مكتبة في الولايات المتحدة الأمريكية . - لا يوفر قائمة	توفر مرونة في البحث باستخدام البتر، البحث باستخدام المنطق البولياني ، التنقيط، العرض للهرميات استخدام الهايبرلنك الابحار والبحث بالأعلى والأسفل و إظهار التسجيلات وإظهار قوائم سهولة الاستخدام بأرقام التصنيف خاصة بتقديم المساعدة إظهار الأقسام الرئيسية وزر الرجوع وأرقام نظام UDC. يمكن أن تبتر من اليمين وليس من اليسار نظام الكونجرس يستخدم البتر الأتوماتيكي.

	وقف Stop Lists أو زر للوضوح أو الحذف.		
الكشافات التي بالإمكان البحث بها على الخط المباشر	ويب ديوي لديه كل أنواع البحث بواسطة رقم التصنيف والكلمات المفتاحية ورؤوس الموضوعات وملاحظات المستخدم والكشاف العلائقي.	نظام تصنيف مكتبة الكونجرس يوفر أربعة طرق للبحث في الكشافات المتاحة على الخط المباشر حيث أن الكشاف الموجود في النظام غير علائقي وإنما كشاف هجائي اعتيادي	نظام التصنيف العشري العالمي يوفر فقط البحث بواسطة رقم التصنيف والكلمات المفتاحية.
التحديث	لدى نظام ويب ديوي أعلى عدد من الطبقات ويعمل النظم على الطبعة ٢٢ و ٢٣ ويحدّث كل ثلاثة أشهر.	نشرت الطبعة عام ٢٠٠٢ ووصل إلى الطبعة السابقة ، ويحدّث أسبوعياً	الطبعة القياسية من نظام UDC تم إعدادها ونشرها بشكل قاعدة بيانات ويتم تحديثه سنوياً.

نستنتج مما سبق بأن (LCC , UDC Class web) : يمتلكون مواقع يمكن الوصول إليها بكل سهولة بالإضافة لوجود ملفات تعريفية وتوضيحية وإرشادات خاصة بموقعي (, Class web LCC) باستثناء موقع (UDC) حيث يوجد عنة معلومات تعريفية بسيطة كما وضعنا في الشكل السابق رقم (٣٠) ، وبالإضافة إلى إمكانية اشتراك أي مؤسسة أو شخص من مختلف أنحاء العالم في الأنظمة الثلاثة وكذلك إمكانية الاشتراك المجاني بموقع (LCC , Class web) لمدة ٣٠ يوماً ، أما موقع (UTC) لمدة أسبوع واحد فقط ، لكن الرد قد يأخذ فترة طويلة وباعتبار لم تستطع الباحثة الوصول للمواقع والقيام بعملية تحليل والتعرف على نقاط القوة والضعف فيهما إلا من خلال الدراسات التي عرضت ذلك ولذلك تم العمل على الواجهة الأساسية للمواقع فقط.

١/٣/٤- أمثلة لمكتبات عربية تعتمد على خطط التصنيف الآلية :

لقد قامت الباحثة بتوجيه مجموعة من الاستفسارات لأساتذة قائمين بالعمل على خطط التصنيف (Class web , Web dewy) في الإمارات ومصر وماهي إيجابيات وسلبيات تطبيقهما في المكتبات العربية^(١٢)(^{١٣})، فكانت الردود كالتالي:

^{١٢}-مقابلة مع ثروت العليمي.

^{١٣}- مقابلة مع إيمان خيرى.

تختلف خطة التصنيف التي يمكن اتباعها في المكتبات العربية حسب نوع وحجم المكتبة وطبيعتها ومدة التوازن فيها وأيضاً على حسب الميزانية السنوية للاشتراك وكفاءة المصنفين ، فتصنيف الكونجرس يتوافق أكثر مع المكتبات الأكاديمية والبحثية نظراً لشموله وإلمامه بتفاصيل الموضوعات الدقيقة وتطبيقه على أرض الواقع أما تصنيف ديوي فيفضل للموضوعات الواسعة وهو أسهل وأقل تكلفة وأوفر اقتصادياً وسهل التدريب عليه ويعتمد على أساس نظري مهم ولكنه مفيد في العموميات، إلا أنه غير معرب وبالتالي يوجد بعض إشكاليات الأرقام اللغة العربية والتاريخ الإسلامي ، وهناك مكتبات تعتمد للمجموعات العربية تصنيف ديوي المعرب والمجموعات باللغات الأخرى تعتمد تصنيف الكونجرس الاستخدام الرمز منقول من مكتبة الكونجرس مباشرة دون الحاجة للاشتراك .

ومن المكتبات العربية التي تستخدم ويب ديوي هي : الأردن (مكتبة الجامعة الأردني - مكتبة جامعة الشرق الأوسط - مكتبة جامعة الحسين بن طلال - مكتبة جامعة الزيتونة - مكتبة الجامعة الأميركية - مكتبة جامعة مؤتة - مكتبة الجامعة الهاشمية - مكتبة جامعة البلقاء التطبيقية والجامعة الألمانية الأردنية)، فلسطين: (مكتبة جامعة النجاح وجامعة الخضوري)، قطر: (مكتبة قطر الوطنية)، مصر: (مكتبة الإسكندرية)، السودان: (جامعة نيالا في دارفور)

المكتبات العربية التي تستخدم (UDC): مصر (مكتبة الهيئة العامة للأبنية التعليمية بالقاهرة)

^{١٤}مقابلة مع رانيا عثمان.

المبحث الثاني: تسويق محتوى مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت

تمهيد:

يلعب التسويق دوراً هاماً في رفع مستوى معرفة المستفيدين وثقافتهم وذلك من خلال تصميم وإنتاج المعلومات بالجودة والمواصفات المطلوبة و الشكل المناسب وتسهيل عملية تدفقها وانسيابها إليهم بقصد إشباع حاجاتهم في الزمان والمكان المناسبين ، وهذا ما جعل قضية التسويق الالكتروني تبدو مهمة جداً، وهنا تناولت الباحثة في هذا المبحث ما يلي:

١-مدخل الى التسويق الالكتروني:

١ - ١ - مفهوم التسويق الالكتروني:

قبل البدء بالحديث عن مفهوم التسويق يتوجب علينا أن نفرق بين التسويق والبيع فالتسويق هو حلقة متكاملة ومتصلة من النشاطات والعمليات والإجراءات ويركز على احتياجات المستفيدين ، بينما البيع فهو وظيفة فرعية من وظائف التسويق وهو يركز على السلعة. (قاسم، ٢٠١٣، ص ٢٩)

ومن هنا يمكننا تعريف التسويق لغة : إن كلمة تسويق (marketing) هي كلمة مشتقة من المصطلح اللاتيني (marcatus) والذي يعني السوق وكذلك تشتق من الكلمة اللاتينية (mercari) والتي تعني متجر. (نورية، ٢٠١٢، ص ٤٩)

اصطلاحاً: مر التسويق المعاصر بتطورات كثيرة ومتعاقبة ويمكن ملاحظة ذلك من تطور مفهوم التسويق فنلاحظ بأن التسويق في الماضي كانت نقطة البداية له هي المؤسسة ويكون تركيزه على السلعة والأرباح وتكون أرباحه من إنتاج كميات كبيرة والتخطيط يكون قصير المدى على عكس التسويق الحديث الذي تكون نقطة بدايته السوق أو المستفيد ويكون تركيزه على إشباع رغبات وحاجات المستفيدين وأرباحه تتحقق من إشباع حاجات المستفيدين والتخطيط له يكون طويل المدى . (أبو عطايا، ٢٠١٠، ص ١٢)

ويعرف فيليب كوتلر التسويق : بأنه نشاط إنساني يهدف إلى إشباع الحاجات والرغبات الإنسانية من خلال عملية المبادلة . (قاسم، ٢٠١٣، ص ٢٧)

أما التسويق الالكتروني: لا يختلف عن مفهوم التسويق التقليدي إلا فيما يتعلق بوسيلة الاتصال

بالعملاء حيث يتم الاعتماد على الأساليب الالكترونية كوسيلة اتصال سريعة وسهلة وأقل تكلفة.

(عبد الرحيم، ٢٠١١، ص ١٦)

ومن وجهة نظر ثانية هو استخدام إمكانيات شبكة الإنترنت و شبكات الاتصال المختلفة والوسائط المتعددة في تحقيق الأهداف التسويقية مع ما يترتب على ذلك من مزايا جديدة وإمكانيات عديدة ، حيث يتم التفاعل الكترونيا بين طرفي التسويق بدلا من الاتصال المادي المباشر . (حذامي، ٢٠١٧، ص ١١)

ويعرف أيضاً بأنه نوع من التسويق لسلعة أو خدمة معينة عبر شبكة الإنترنت، أو هو عملية الاستخدام والتطوير الفعال لكل الأدوات المتاحة على الإنترنت من أجل تحقيق ميزة تنافسية عالية وتحقيق الأهداف المرجوة. (محمود ، ٢٠١١، ص ٢٧٤)

ومما سبق يمكن أن نقول بأن التسويق بشكل عام يمكن تعريفه من ثلاثة نواحي مختلفة: اقتصادية (أي عملية التبادل بين البائع والشاري)، و إدارية (أي أنه يقوم على أسس زمنية تصمم لحاجات ورغبات السوق المستهدف وتتضمن عمليات التسعير والترويج والتوزيع وخدمات البيع)، قانونية (أي نقل ملكية المنتج إلى المستفيد النهائي). أما بالنسبة للتسويق الإلكتروني فهو الاستفادة من المزايا التي تقدمها شبكة الإنترنت في تطوير استراتيجية التسويق وتحقيق الأهداف المرجوة منه وإشباع حاجات ورغبات المستفيدين والوصول لهم بوقت أقل وبشكل أسرع ، ويمكن أن تعرض فيما يلي أوجه الفرق بين التسويق التقليدي والالكتروني كما هو موضح في الجدول رقم (٦):

الجدول رقم (٦) الفرق بين التسويق التقليدي والتسويق الالكتروني

عنصر المقارنة	التسويق الإلكتروني	التسويق التقليدي
التكلفة	منخفضة (مالية ، أتمته)	عالية (مالية، عنصر بشري)
السرعة	غير محددة	محددة
نسبة الزبائن	يخدم شريحة كبيرة من الزبائن	يخدم شريحة معينة من الزبائن
أهم أطراف عملية التبادل	الزبون (المستفيد)	المسوق
طريقة التواصل مع الزبائن	سهلة وذلك باعتمادها على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.	مصعبة نوعا ما باعتبارها محددة المكان والزمان. (عبد الرحيم، ٢٠١١، ص ١٧)

وهنا بعد تحديد الفرق بين التسويق الالكتروني والتسويق التقليدي علينا كذلك تحديد الفرق بين التسويق الالكتروني والتجارة الالكترونية التي يمكن تحديدها بما يلي:

بداية التجارة تعبر عن نشاط تجاري من خلال تداول السلع والخدمات وفقا لأسس وقواعد متفق عليها، أما الالكترونية فهي القيام بأداء هذا النشاط باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل شبكة الإنترنت وبالتالي التجارة الالكترونية هي عملية الاعلان والتعريف للبضائع والخدمات ومن ثم تنفيذ عمليات ابرام العقود والصفقات ثم شراء وبيع تلك البضائع والخدمات وسداد القيمة الشرائية عبر شبكة الإنترنت .

(بالساكر، ٢٠١٥، ص٩)

ومن وجهة نظر ثانية فالتجارة الالكترونية: أنشطة إنتاج السلع والخدمات وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية وبالتالي المعاملات التجارية تشمل ثلاثة أنواع من العمليات وجميعها تتم بشكل الكتروني:

- عمليات الاعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه .
- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات .
- عمليات تسليم المشتريات.

أما التسويق الالكتروني: فهو إدارة التفاعل بين المنظمة والمستهلك في فضاء البيئة الافتراضية من أجل تحقيق المنافع المشتركة، وهنا البيئة الافتراضية للتسويق الالكتروني تعتمد بشكل أساسي على تكنولوجيا الانترنت، أما سلسلة الإجراءات الأخرى للتسويق الالكتروني كالبيع وتسليم المنتج وغيرها، فمن الممكن أن تكون بشكل تقليدي أو الكتروني .

(كريمة، ٢٠١٤، ص ٥-١٠)

ويمكن أن نعرض فيما يلي أوجه الفرق بين التسويق الالكتروني والتجارة الالكترونية كما هو موضح في الجدول رقم (٧):

الجدول رقم (٧) الفرق بين التسويق الالكتروني والتجارة الالكترونية

عنصر المقارنة	التسويق الالكتروني	التجارة الالكترونية
دلالة المصطلح	مصطلح التسويق الالكتروني هو الحل الأمثل لتبادل المنفعة وإتمام الكثير من عمليات الشراء والبيع بكل سهولة.	مصطلح التجارة الإلكترونية هو التعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة الإنترنت بضغط زر واحدة.

المفهوم	هو تسويق لهذه الأسواق ويشمل تحديد الاحتياجات والرغبات للسوق المستهدفة والحصول على الرضا المرغوب بفعالية وكفاءة أكثر من المنافسين وكل ذلك في فضاء شبكة الإنترنت.	هي أسواق الكترونية وآليات تتم فيها عمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت .
الأهمية	تبرز أهميته بأنه يعتبر طريقة لإشهار السلعة أو الخدمة التي يريدها المستفيد والتي يرغب في الاستخدام أو الشراء	تبرز أهميتها بأنها عملية بيع وشراء المنتجات

١-٢- أهمية التسويق الالكتروني:

يمثل التسويق أحد الأنشطة الأساسية التي تقوم بها المكتبة أو المؤسسة فنجاحها في أداء هذا النشاط يحدد إلى درجة كبيرة بمدى النجاح الذي يمكن أن تسفر عنه عملياتها وتظهر أهمية التسويق من خلال ما يقدمه من منافع لمزود الخدمة والمستفيدين والمجتمع معا فمن ناحية المنتج أو مزود الخدمة يساعده على تحقيق ربح أكبر واستمرارية أطول في السوق .

(أبو عطايا، ٢٠١٠، ص ٢٨)

أما من ناحية المستفيد فتساعده على إشباع حاجاته وتحقيق التوازن بين القيمة المادية المدفوعة وبين هذا الإشباع وذلك من خلال تصميم وإنتاج المعلومات بالجودة المطلوبة، وبالنسبة للمجتمع فيساعده باعتباره أداة هامة لزيادة الدخل القومي والمساهمة في التطور التكنولوجي وتقديم فرص عمل أكثر .

(جبارة، ٢٠١٨، ص ٦٣)

وتظهر أهمية التسويق الالكتروني في النقاط التالية :

١/٢/١- إن اعتماد المؤسسات على الإنترنت في التسويق يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أنحاء العالم ودون انقطاع مما يوفر فرصة أكبر لجني الأرباح ، إضافة إلى الوصول المزيد من الزبائن.

١/٢/٢- تخفيض مصاريف المؤسسات إذ تعد عملية إعداد وصيانة موقع التسويق الالكتروني على الويب أكثر اقتصادية من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب ولا تحتاج الشركات إلى الإنفاق الكبير على الأمور الترويجية، أو تركيب تجهيزات باهظة الثمن تستخدم في خدمة الزبائن، ولا تبدو هناك حاجة في الشركة لاستخدام عدد كبير من الموظفين.

٣/٢/١- تواصل فعال مع المستخدمين في ظل العولمة حيث يطوي التسويق الإلكتروني الملفات ويعبر الحدود مما يوفر طريقة فعالة للتبادل المعلومات مع الشركاء ويوفر أيضاً فرصة جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من الشركات الأخرى. .

٤/٢/١- يمنح للمؤسسة فرصة دعم وتفعيل إدارة العلاقات مع الزبائن حيث يستند التسويق الإلكتروني على مفاهيم جديدة وقناعات ترتقي إلى اعتبار المستخدم شريكاً في منشآت الأعمال لذلك لابد من بناء ودعم العلاقات مع المستخدمين من خلال تفعيل ديناميكية واستمرارية الاتصال المباشر معهم.

(فراز، ٢٠١٤، ص ٧)

٥/٢/١- البحث وتحديد المستخدمين ومعرفة احتياجاتهم والعمل على تلبية تلك الاحتياجات باعتباره النشاط الذي يعمل على تلبية الاحتياجات والرغبات من خلال عملية تبادل المنافع.

(جبارة، ٢٠١٨، ص ٦٣)

٣-١- مزايا و عيوب التسويق الإلكتروني:

٣-١-أ- مزايا التسويق الإلكتروني:

- الخدمة الواسعة : أي توسيع قاعدة المستخدمين نتيجة الدخول اللحظي والدائم ، فالموقع مفتوح دائماً ويمكن الدخول آلية في أي وقت ومن قبل أي شخص .
- الانسيابية في العلاقات بين المستخدمين والمسوقين من خلال قنوات الاتصال المختلفة فهناك العديد من المؤسسات تستخدم وسائل اتصال مختلفة للتواصل مع المستخدمين منها القائمين (الفعليين والمحتملين) (المتوقعين).
- غياب الأعمال الورقية والاهتمام أكثر بحاجات المستخدم مما يساهم في غياب المستندات الورقية وبالتالي تنفيذ الصفقات إلكترونياً.
- زيادة القدرة على جمع معلومات تفصيلية عن المستخدمين وعلى الاستقصاء والتقويم الإلكتروني مما يساعد في تحسين وتطوير تحليل السوق فهناك عدد كبير من مستخدمي الإنترنت يمكن الحصول على بيانات منهم واستخدامها في توجيه المنتجات والأسعار وطرق التسليم التي تتناسب مع جمهورها المحتمل . (مرزقلال، ٢٠١٠، ص ٣٤)
- يتيح تكافؤ الفرص حيث تستطيع الشركات الصغيرة أن تنافس الشركات الكبيرة والوصول إلى الأسواق الدولية كما يتيح للعملاء الوصول لشركات عالمية بغض النظر عن مواقعها الجغرافية

، وكذلك يساعدها في التعامل مع جميع فئات المجتمع وكذلك السماح بالتغذية العكسية مع المستفيدين. (عبد الرحيم، ٢٠١١، ص ١٦)

١-٣-ب-عيوب التسويق الالكتروني:

يمكن تلخيص عيوب التسويق الالكتروني في النقاط التالية:

- أصبحت شبكة الإنترنت مزدحمة للغاية : فالطريق السريع للمعلومات كأي طريق حر يميل إلى أن يصبح شديد الزحام كلما تكدس الناس عليه.
- الجهود المبذولة في شبكة الإنترنت يمكن أن تكون كبيرة: فالجهود التسويقية الصحيحة المبذولة على مواقع الويب المختلفة والخاصة بالتصميم والتتبع مجموعات الأخبار والردود يمكن أن تكون مكلفة جداً.
- عوائق اللغة والدخول إلى الإنترنت يمكن أن يكون أمراً صعباً بالنسبة للأشخاص الذين لا يتحكمون في طريقة استعمال الحاسوب.
- قد تكون إدارة موقع الشبكة مكلف بسبب التحديثات المتكررة .
- هناك عدة حالات التي تم فيها سرقة الأفكار الأصلية لفرد أو منظمة من الإنترنت من قبل المنافسين واستخدامها لصالحهم. (فزاز، ٢٠١٤، ص ص ٢٤-٢٥)
- عدم الثقة في وسائل الدفع الالكترونية : حيث تعتبر عملية تحويل النقود في صلب أي معاملات تجارية عبر الإنترنت وهذا يعتبر أكبر التحديات التي تواجه التسويق الالكتروني.
- تحديات خاصة بالدول النامية : (غياب البنية التحتية الضرورية لهذا النوع من التسويق ، ارتفاع التكلفة المادية للتحويل للتسويق الالكتروني ، وعدم تقبل العملاء لفكرة الشراء عن طريق الإنترنت، عدم انتشار الإنترنت بصورة كبيرة في بعض البلدان النامية، بطء شبكة الإنترنت). (عبد الرحيم، ٢٠١١، ص ١٩)

٢- التسويق الالكتروني (مراحله-مجالاته):

١/٢- مراحل التسويق الالكتروني:

تمر عملية التسويق عبر الإنترنت كما حددها (Arthur Letel) بعدة مراحل والتي تتحدد فيما يلي:

١/٢-أ-مرحلة الإعداد:

يقوم البائع في هذه المرحلة بدراسة السوق من حيث تحديد احتياجات ورغبات المستفيدين وذلك ليتم عرض سلعته حسب طلب المستفيدين ، وهنا التحديد الدقيق لرغبات وحاجات المستفيدين المحليين أو المرتقبين أو الفعليين وحجم الأسواق والمنافسة تساعد المؤسسة في إنتاج سلع تتماشى مع حاجاتهم ورغباتهم وطرحها في الأسواق الالكترونية.

١/٢ ب- مرحلة الاتصال : في هذه المرحلة تستخدم المؤسسات العديد من وسائل وطرق الاتصال للتواصل مع المستفيدين وفي الوقت نفسه للترويج عن منتجات المؤسسة من خلال وسائل الإعلان المختلفة وذلك بطريقة سهلة وواضحة ومفهومة للمستفيدين ومحاولة إقناعهم في الشراء وذلك من خلال صفحة الإنترنت وذلك يمر بعدة مراحل وهي:

- مرحلة جذب الانتباه.
- مرحلة توفير المعلومات اللازمة.
- مرحلة إثارة الرغبة.
- مرحلة الفعل والتعرف السلوكي.

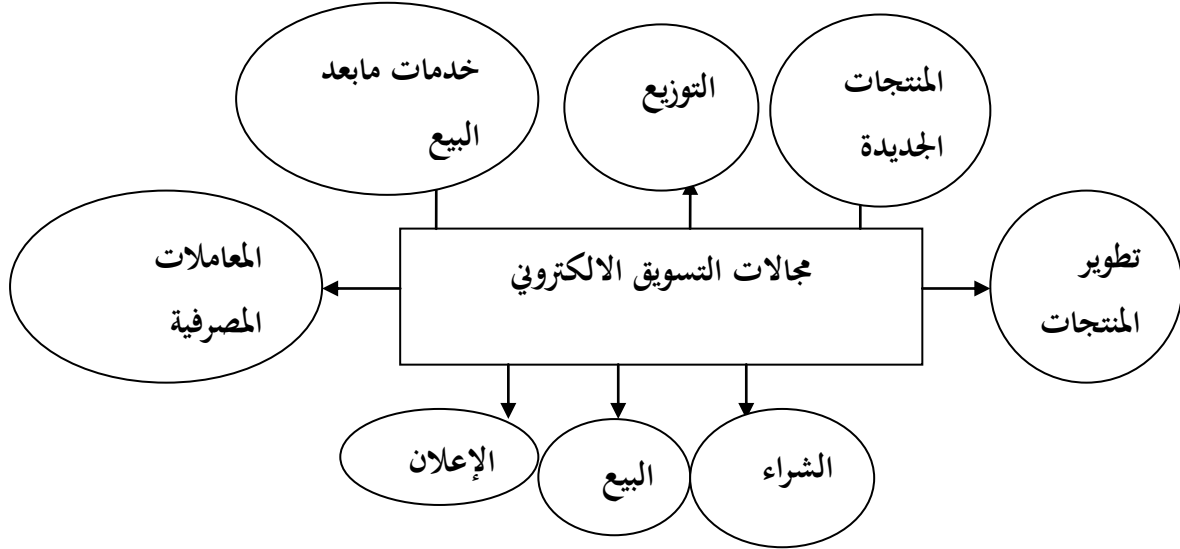
١/٢ ت- مرحلة التبادل : وفي هذه المرحلة يتم القبول والاتفاق بين المؤسسة والمشتري ويكون المشتري في هذه المرحلة قد اتخذ قرار الشراء ويتم الدفع الكترونيا عبر بطاقات الائتمان.

١/٢ ث- مرحلة ما بعد البيع : بعد عملية التنفيذ من وجود خدمات إسناد ودعم إضافية فالعملية التسويقية لا تتوقف عند استقطاب زبائن جدد، بل أيضاً المحافظة على هؤلاء الزبائن في ظل المنافسة الموجودة من خلال:

- إيجاد غرف محادثة أو مجتمعات افتراضية والمتابعة والتواصل عن طريق الرسائل الالكترونية وتزويد المشتري بما هو جديد و الإجابة وتوفير على قائمة الأسئلة المتكررة .
- خدمات إسناد ودعم وتحديث إضافية . (عزام، حسونة، والشيخ، ٢٠٠٨، ص ص ٤٤٠-٤٤١)

٢/٢-مجالات التسويق الالكتروني :

يبرز التسويق الالكتروني في أداء العمليات المعقدة بشكل أكثر سهولة بالنسبة للمنظمات والأفراد أو أي جهة ترغب في تخصيص موقع على شبكة الإنترنت بحيث يشكل أحد أوجه الكفاءة التسويقية لاستكمال الاستراتيجية في السوق التفاعلية ، وفيما يلي سنتحدث عن أهم مجالات التسويق الالكتروني والتي تتجلى في الشكل رقم (١٠):



الشكل رقم (١٠) مجالات التسويق الالكتروني

٢/٢ أ- التسويق الالكتروني عن طريق الإعلان الالكتروني:

يعتبر الإعلان الالكتروني من أهم وأفضل طرق التسويق الالكتروني وأسرعها على الإطلاق حيث أنها تستغل خدمات الإنترنت بشكل خاص بها مثال على ذلك كاتب ما يريد الإعلان عن كتابة الجديد فيقوم باستئجار مساحة إعلانية على موقع مشهور في هذا التخصص ، من أشهر وأنجح وسائل الإعلان الالكتروني هي عن طريق استخدام برامج إعلانات جوجل، والفيس بوك ، لكن وعلى الرغم من روعة النتائج وسرعتها في الإعلان الالكتروني فلا شك أنه يحتاج إلى خبراء لإدارة الحملة الإعلانية فإدارة الحملة الإعلانية من قبل الخبراء توفر ٤٠% من النفقات المدفوعة بالإضافة إلى وصول الإعلان للعملاء الأكثر استهدافاً.

٢/٢ ب- التسويق الالكتروني عن طريق البيع: يمكن البيع عن طريق الإنترنت من خلال الطرق التالية:

- إعداد كشوف بأسماء العملاء المحليين وتوزيعاتهم الجغرافية.
- إعداد كشوف بأسماء العملاء المرتقيين وتوزيعاتهم .
- إرسال أسعار البيع للعملاء والعروض الترويجية.
- استقبال طلبات الشراء من العملاء.
- اطلاع العملاء بكل ما هو جديد أولاً بأول.

- متابعة ما تم تنفيذه من طلبات الشراء التي تم استقبالها من العملاء.

٢/٢/ت- التسويق الالكتروني عن طريق خدمات ما بعد البيع:

- استقبال طلبات وشكاوى العملاء ومتابعة إدارة خدمة ما بعد البيع .
- الإعلان عن مراكز ما بعد البيع ووسائل الاتصال بها مع شبكة الإنترنت .
- توجيه العملاء على الطريقة المثلى لاستخدام المنتج .
- تسجيل الشكاوى الخاصة بالعملاء وأسبابها وماذا تم فيها.

٢/٢/ث- التسويق الالكتروني عن طريق التوزيع:

- التوزيع في المؤسسات المختصة بعملية البيع .
- التوزيع المباشر إلى المستهلك الأخير.
- التوزيع المباشر إلى تاجر التجزئة و تاجر الجملة.

٢/٢/ج- التسويق الالكتروني في المنتجات الجديدة:

- عقد المؤتمرات والندوات للتعريف بالمنتجات الجديدة .
- اختيار أفضل طرق التسويق المقترحة قبل تعميمها.
- تلقي أفكار بالمنتجات الجديدة من: (العملاء - المخترعين والموردين - مراكز الأبحاث المتخصصة).
- الحصول على الإحصائيات والبيانات السابق نشرها والتي تساعد إدارة التسويق في إجراء الدراسات.
- الاقتصادية للمنتجات الجديدة .

٢/٢/ح- التسويق الالكتروني عن طريق تطوير منتج: الحصول على المعلومات الأزمة لإجراء التعديلات على المنتج من حيث:

- الاسم التجاري أو العلامة التجارية .
- خدمة ما بعد البيع وإن كانت مناسبة أم تحتاج إلى تطوير .
- الضمان: مراجعة عدد سنوات ضمان المنتج عن طريق المعلومات الواردة من المستهلك النهائي.

٢/٢/خ- التسويق الالكتروني عبر الشراء: يمكن استخدام الإنترنت في الشراء كما يلي :

- الحصول على عروض أسعار الموردين والاتصال مع اللذين تمت الموافقة على التعامل معهم لتحديد الأصناف المطلوبة والكميات ومواعيد توريدها.
- إرسال أوامر التوريد إلى الموردين ومتابعة تنفيذها.
- سداد قيمة المشتريات من الموردين.

٢/٢-د- المعاملات المصرفية:

- استخدام شبكة الانترنت في إرسال واستقبال طلبات العملاء فيما يخص السداد للموردين من حساباتهم الجارية من طرف البنك أو العكس.
- عمليات التحويل بين البنوك و بعضها البعض وتسوية هذه التحويلات .
- معرفة التغيرات السريعة و اليومية في أسعار البورصات المالية لاتخاذ القرارات اللازمة و معرفة تطور أسعار صرف العملات الأجنبية.
- الإعلان عن الخدمات المصرفية على شبكة الإنترنت على نطاق جغرافي واسع قد يمتد إلى جميع أنحاء العالم.

ومن هنا نتوصل إلى أن التسويق الإلكتروني بعد أن أصبح الإنترنت يغطي أغلب مجالات تعاملاتنا الحياتية وأصبح العالم أشبه بالقرية الصغيرة فان الاستخدام الجيد للتسويق الإلكتروني يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها وبقاء استمرارها وتميزها في ما بين الشركات المنافسة.

٣-التسويق الإلكتروني للكتاب:

إن مهمة النشاط التسويقي للكتاب هي تقديم الكتاب المناسب في المكان المناسب وفي الوقت المناسب مع إعلام المستهلك بوجود الكتاب وتقديم المعلومات التي تؤدي إلى التأثير فيه لقبوله، وهنا في هذا الجزء من الدراسة سنتحدث عن التسويق الإلكتروني للكتاب و العملية التسويقية الخاصة به وعناصرها.

٣/١- مفهوم التسويق الإلكتروني للكتاب:

بداية لابد أن نشير الى **تسويق الكتاب** حيث يمكن تعريفه بمفهومه العلمي الحديث بأنه: جميع الأنشطة التجارية الفنية والتقنية والإدارية المتعلقة بتوصيل الكتاب من الناشر إلى القارئ. (العقلا، ٢٠٠٤، ص٥)

أما التسويق الإلكتروني للكتاب فيمكن تعريفه بأنه: مجموعة الأنشطة المتكاملة والمتزايدة والتي تعتمد على بعضها البعض بغرض أداء الوظيفة التسويقية على النحو المخطط لها ، وتحدد عناصر التسويق

بالمنتج الالكتروني Product، التوزيع الالكتروني Place الترويج الالكتروني Promotion ، والسعر الالكتروني Price، حيث كل عنصر من هذه العناصر يبدأ بحرف P ولذلك سميت هذه المجموعة P s of Marketing . (عليان، والسامرائي، ٢٠١٥، ص ١٩٥)

بناء على ماسبق توصلت الباحثة إلى أنّ التسويق الالكتروني للكتاب يمرّ بمجموعة من الأنشطة التسويقية المتكاملة والمتراصة للمعلومات والتي يتم من خلالها دراسة المنتج المعلوماتي بما يتناسب مع حاجات المستفيد ورغباته وطلباته مع تحديد السعر أو المقابل المادي المناسب لتقديمه أو بيعه ثم الترويج له ثم توزيعه وإيصاله إلى المكان المطلوب في الوقت المناسب وكل ذلك يتم بشكل الكتروني أو جزء منه.

حيث أنّ الكتاب كغيره من المنتجات الأخرى يخضع لهذه العمليات والإجراءات لذا يقوم الناشر بتجزئة السوق حيث أنّ كل فئة أو جزء تستهدفه المؤسسة يختلف مزيجها التسويقي عن الجزء الآخر من حيث المنتجات والتسعير والترويج والتوزيع فالمكتبات ليست كالأفراد وحتى المكتبات تختلف فيما بينها، عامة ، متخصصة ، مدرسية... ولكل جمهورها وطبيعتها ، إذ أنّ عناصر المزيج التسويقي للكتاب هي أربعة كغيرها من المنتجات الأخرى والتي هي التسعير ، الترويج ، المنتج ، التوزيع وستحدث عنهم بالتفصيل فيما يأتي.

٢/٣-عناصر المزيج التسويقي للكتاب:

***المنتج** : وهذا المنتج هو الكتاب طبعاً ، لذا يجب على المؤلف باعتباره المسؤول الأول والأخير عن المحتوى الفكري أن يتعرف على احتياجات السوق بنفسه وذلك لأن المستهلك هو محور النشاط التسويقي فضلاً عن معرفة احتياجات القراء والمستفيدين وذلك كونهم لا يمثلون مجموعة متجانسة أو منسجمة وقد يقوم المؤلف أيضاً بجولات ميدانية لمراكز التوزيع للاستفسار عن التخصص الأكثر طلباً والأقل توزيعاً وأي شكل للمطبوع يطلب بكثرة ذو الجلد الفاخر أم العادي وهذا أيضاً يؤثر في تسويق الكتاب إذ يفضل التجليد الفاخر للمطبوعات الورقية وعادة ما يعرض المشروع على لجنة تؤسس خصيصاً لذلك وبعد أن تتم عملية وضع الأفكار من قبل المصمم أو الفنان وبعد إدخال التعديلات عليه في بعض الأحيان يتم الاتفاق على طرحه في السوق.

***التسعير** : أي التكاليف التي تتحملها مؤسسات النشر الإنتاج كتاب، وعادة ما يتم تحديد تكاليف أو سعر الكتاب من خلال حساب الميزانية الكلية وتنقسم تكاليف إنتاج الكتاب إلى قسمين: (تكاليف العمليات : وهي عمليات إنتاج المتن (المحتوى) ، الجمع ، التوضيب الطبع وعمليات إنتاج الغلاف من تصميم وطباعة، وتكاليف المواد : أي تكاليف ورق المحتوى من جهة، وورق الغلاف من جهة أخرى،

بالإضافة إلى تكاليف التسويق والترويج لهذا الكتاب وكل تكاليف إنتاج الكتاب من المؤلف حتى يصل إلى المستفيد).

(نورية، ٢٠١٢، ص ٣٩-٤٠)

***الترويج :** ويقصد به هنا كيف تتواصل وتتصل مؤسسة النشر مع المستفيدين ؟ وكيف يتم التعرف على احتياجات السوق ؟ و ما هي إجراءات وردود أفعال المؤسسة لتحقيق هذه الاحتياجات؟ بداية فأن ترويج الكتاب يعرف بأنه الاتصال بالآخرين وتعريفهم بأنواع الكتب المتوفرة في دار النشر وإثارة اهتمامهم وتشجيعهم للحصول عليها أو شرائها ، وقد ازدادت تأثيرات الحملات الترويجية خاصة في ظل التكنولوجيات الحديثة من وسائل الإعلام المختلفة والإنترنت...وعناصر عملية تسويق الكتاب هي نفسها في المنتجات الأخرى وهي أربعة : البيع الشخصي ، الإعلان بمختلف مجالاته خاصة الإعلانات الإلكترونية لما لها من ميزة سرعة التوجه ، سهولة إجراء التعديلات ، انخفاض التكلفة ، عدم وجود حد أقصى أو أدنى للفترة الزمنية المتاحة بالإضافة إلى ترويج المبيعات والدعاية ويمكن أن نقسم استراتيجيات الترويج إلى: (إستراتيجية الدفع: حيث يقوم الموقع بالتركيز على استخدام الوسائل الترويجية (البيع الشخصي والإعلان...الخ) وتوجيه تلك الجهود إلى العاملين وذلك من خلال الحوافز لهم وبالتالي دفع هذه السلع من خلال قنوات التوزيع بقوة حتى تصل العميل، وإستراتيجية الجذب: تسعى هذه الاستراتيجية إلى إيجاد الطلب المباشر من العميل عن طريق الأنشطة الترويجية هذه وبالتالي الضغط على المنافذ التوزيعية لتوفير السلع عن طريق الطلب المباشر من العميل، وإستراتيجية الضغط : تعتمد هذه الاستراتيجية على تبني الأسلوب الدعائي القوي في الإقناع، وهو الأسلوب الأمثل لإقناع الأفراد بالمنتجات والسلع المقدمة من المنظمة، وإستراتيجية الإيحاء: تعتمد هذه الاستراتيجية على أسلوب الإقناع المبسط القائم على الحقائق).

(عبد الحميد، ٢٠١٨، ص ٢٧-٢٨)

***التوزيع:** هو مجموع العمليات المادية المتخذة من قبل الموزع لإيصال الكتاب المنشور من أماكن إنتاجه إلى المستفيدين وقد يكون الناشر موزعاً وناشراً في آن واحد وتتمثل هذه العمليات بالتخزين وهو حفظ مؤقت للكتب إلى حين إيصالها إلى الزبائن وتتطلب هذه العملية وجود أماكن ملائمة للحفظ وتنظيم وترتيب المعلومات الجغرافية وذلك لغرض حصر وتحديد العناوين المختلفة وذلك لتقديم الإرشاد والتوجيه لمن يريد أن يختار من العناوين التي يصدرها الناشر ، والحصول على الطلبات وتجميعها وإرسالها في دفعات لمن يريدونها وهنا الإرسال يتطلب النقل والنقل هنا يتطلب وجود وسائل نقل كافية قادرة على إيصال الكتب إلى كل أنحاء البلاد وبأسعار ملائمة ، والتوزيع الحقيقي يعتمد على إيصال الكتاب للقارئ في الوقت والمكان المناسبين.

(عبد الله، ٢٠١٦، ص ٣٢-٣٣)

وقد أصبحت دور النشر كغيرها من منظمات الأعمال تخصص قسماً خاصاً يتناول تنسيق وتنظيم الأعمال عبر الإنترنت يسمى قسم الويب أو تخصص شخصاً متخصصاً في إدارة الأعمال الالكترونية هو مسؤول الويب لذلك يعتبر تصميم موقع المتجر الالكتروني أو تصميم موقع خاص لدار النشر هو أحد عناصر العملية التسويقية الالكترونية للكتاب ، ويعدّ موقع دار النشر عنصراً مهماً وحيوياً وتسعى من خلاله دار النشر إلى تحقيق زيادة عدد الزبائن وبالتالي زيادة عمليات الشراء وهذا ما يحقق الربح السريع لها ومن هنا نبرز أهمية تصميم الموقع إذ كلما كان الموقع جذاباً كانت القدرة على استقطاب الزبائن والمحافظة عليهم موقع الويب .

(مشعل، ٢٠١٨)

٤- فئات سوق محتوى مواقع الناشرين:

يتوجب على أي ناشر وأي موزع التعرف على خصائص أسواق محتوى مواقع الناشرين والتي تتحدد (بالأفراد، و مؤسسات المعلومات) ومدى مساهمة كل منهما ولأن معرفة خصائص السوق وآلياته تمكن حتماً من التوفيق بين ما ينشر من جهة واحتياجات تلك السوق من جهة ثانية ، كما تمكن من تنشيطها وتوسيعها وابتكار الأساليب اللازمة لافتتاحها من جهة ثالثة.

٤-١- الأفراد (فئاتهم وفق نوع الكتب) : ينقسم الأفراد من حيث سوق محتوى الناشرين إلى ثلاثة فئات يقابل كل فئة منهم نوع معين من المحتوى ، وهذه الفئات هي :

أ- **مشترو كتب الثقافة العامة** : هؤلاء الأشخاص الذين يقومون بشراء الكتب غير الوظيفية ، وهم يشتروا لأغراض الاطلاع العام وتحصيل الثقافة العامة أو حتى الترفيه.

ب- **تلاميذ المدارس** : يعتبر تلاميذ المدارس في مراحل التعليم المختلفة قبل الجامعة سوقاً رائجة للغاية لنوع معين من الكتب هو الكتب المدرسية ، وهناك صنفان من الكتب المدرسية الموجهة لتلك السوق: (الكتب المقررة من قبل الهيئة التعليمية، الكتب المساعدة أو ما تسمى بالكتب الخارجية أو المساعدة).

ت- **طلبة الجامعات** : وهي سوق رائجة أيضاً وذلك نتيجة زيادة الجامعات في دول العالم المختلفة وخاصة في الدول النامية، والزيادة في عدد الطلبة الجامعيين، و زيادة عدد الكتب الجامعية المقررة للطلبة، دعم الكتاب الجامعي خاصة في الدول النامية. (مرزقلال، ٢٠١٠، ص ١٠٥)

٢/٤-مؤسسات المعلومات بأنواعها :

١/٢/٤-مفهوم مؤسسات المعلومات وأنواعها:

تعرف مؤسسات المعلومات : بأنها المؤسسات أو الهيئات التي تقوم بحصر مصادر المعلومات المختلفة بهدف تنظيمها و إتاحتها لخدمة المستفيدين. (عبيد، ٢٠١٦)

ويمكن تعريفها أيضاً بأنها المؤسسات التي تهتم بتهيئة المعلومات وتقديمها إلى المجتمع بطرائق ووسائل متنوعة، وهي تعمل على تحويل البيانات إلى معلومات وبالتالي يتم تحويل تلك المعلومات إلى المعرفة.

(لازم، ٢٠١٩، ص ٤٠٠)

وتنقسم مؤسسات المعلومات إلى الأقسام التالية :

أ- المكتبات، بكافة أنواعها وهي : (المكتبة الوطنية ،المكتبة العامة ،المكتبة المدرسية ،المكتبة الجامعية، المكتبة المتخصصة ،المكتبة المتنقلة ،مكتبات الأطفال ،المكتبات الرقمية ،المكتبات الافتراضية).

ب-مراكز المعلومات.

ت-مراكز تحليل وصنع القرارات

ث- بنوك المعلومات

٤-٢-٢-التزويد الالكتروني في مؤسسات المعلومات :

تلعب المتغيرات الراهنة و خصوصاً تلك المتعلقة بالنواحي الاقتصادية والتقنية دوراً كبيراً في تغيير بيئة العمل التقليدية والخدمات التي تقدمها المكتبات ومراكز المعلومات فعلى سبيل المثال شهدت بعض الأنشطة الفنية في المكتبات مثل الفهرسة والتصنيف وغير ذلك من الأعمال الأخرى تطورات كبيرة سواء من حيث طريقة القيام بهذه الأنشطة والخدمات أو في الأدوات المستخدمة للقيام بها في المكتبات، وتنمية المجموعات ليست منأى عن هذا التأثير حيث مر هذا النشاط بتطورات مختلفة إلا أن هذه التطورات التقنية والرقمية والتنامي الكبير لمصادر المعلومات الالكترونية بمختلف أشكالها أصبحت تشكل مؤثراً بارزاً في طرق ووسائل بناء وتنمية المجموعات في المكتبات وبشكل خاص التزويد والاقتناء لهذه المصادر، ومن هنا سنتناول الباحثة عملية التزويد الالكتروني بشيء من التفصيل على النحو الآتي :

٤/٢/٢-التزويد الإلكتروني (مفهومه ، مميزاتة ، معوقاتة):

تقوم عملية التزويد على تحديد الاحتياجات الفعلية لمركز المعلومات سواء من قبل القارئ أو المتخصصين في المؤسسة ومن ثم يتم تحديد هذه الاحتياجات من قبل الناشرين أو الموردين وذلك باتباع خطوات فنية محددة وأخيرا الحصول على المواد وادخالها في سجلات المكتبة عن طريق خطوات فنية محددة.

وهنا يرتبط مفهوم التزويد الإلكتروني بالتقنيات الالكترونية والتكنولوجيا الحديثة وبأنه يتم عن طريق الحواسيب وشبكة الإنترنت حيث يمكن الدخول إلى مواقع الناشرين وطلب ما يحتاجه مركز المعلومات من مصادر معلومات فهو العملية الفنية المتصلة بطلب واستلام ودفع ثمن المادة وذلك بعد الاختيار بالطريقة الالكترونية . (الخفاف، ٢٠٠٩، ص ١٤٠)

وعموما لا بد أن نذكر أن عملية التزويد تتضمن سلسلة من العمليات والتي تبدأ بالاختيار طبقا لاحتياجات المستفيدين وميزانية المكتبة وتنتهي بعملية الحصول على المصدر ومن الجدير بالذكر بأن هناك عدة طرق للتزويد ومنها الشراء والإهداء والتبادل... وغيرها وسنركز في دراستنا على عملية الشراء باعتبار دراستنا عن مواقع الناشرين على الإنترنت.

ويتميز التزويد الإلكتروني بعدد من المميزات نذكر منها:

- السرعة الفائقة في إجراءات التزويد وعلى عكس الإجراءات التقليدية في أوامر التوريد أو الشراء.
- الاقتصاد في تكاليف التزويد والاستغلال الأمثل لميزانية المكتبة فالدفع سيكون مقابل الخدمة فقط.
- الارتفاع مستوى إدارة الموارد المالية لأن العائد سيفوق التكلفة.
- تحقيق الانسجام بين المكتبة والمكتبات المناظرة لها وذلك في سياق تقاسم مصادر المعلومات.
- المواكبة والإفادة من مستحدثات التكنولوجيا المتطورة.
- سهولة البحث في فهارس المكتبات المختلفة في مناطق مختلفة من العالم مثل فهارس مكتبة الكونغرس ونيويورك العامة.

- الاطلاع على إصدارات دور النشر العالمية وبلغات مختلفة أولاً بأول وحسب الحاجة وسهولة التحقق من البيانات الببليوغرافية واستكمالها.

أما معوقات التزويد الإلكتروني فيمكننا تحديد بعض الصعوبات التي قد تعيق عمليات التزويد الإلكتروني وهي:

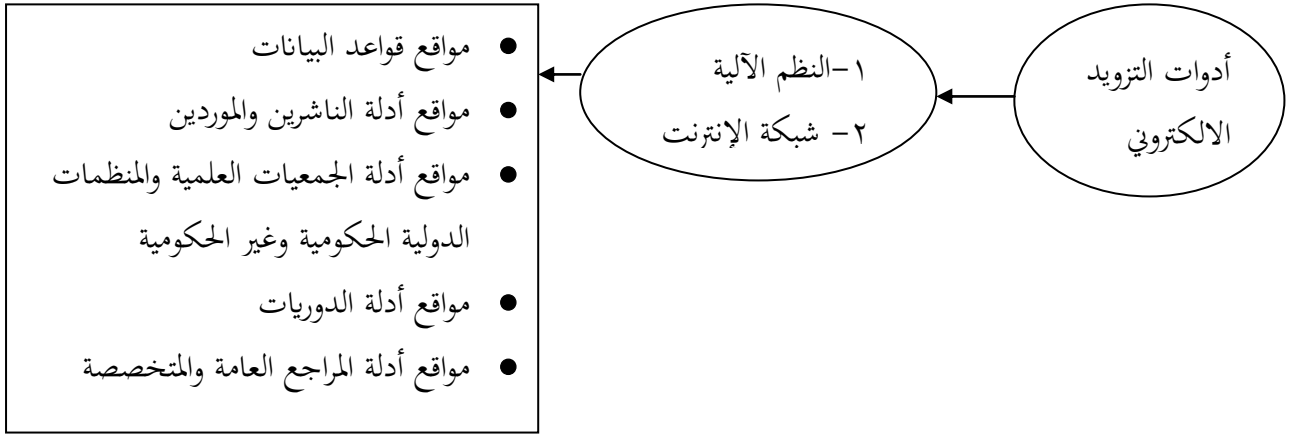
- ضرورة وجود بطاقات ائتمان.

- إلغاء أمر الشراء وإيقاف الدفع.

- تأمين استخدام بطاقات الائتمان عبر شبكة الإنترنت. (الشافي، ٢٠١٤)

٤/٢/٣-أدوات التزويد الالكتروني وإجراءاته:

تقوم أدوات التزويد الالكتروني على استغلال شبكة الإنترنت في عمليات الاقتناء إذ تتيح إمكانية القيام بعمليات الانتقاء والاختيار والمشاركة في مصادر المعلومات على المستوى الدولي بطريقة سهلة ودقيقة وسريعة مع الاقتصاد في النفقات والاختيار الدقيق و الجيد لأوعية المعلومات الحديثة في الموضوعات المختلفة، ومن هنا يمكن تحديد الأدوات التي تساعدنا في التزويد الالكتروني مايلي:



الشكل رقم (١١) أدوات التزويد الالكتروني

من خلال الشكل السابق نجد أن أدوات التزويد الإلكتروني وإجراءات الشراء تعتمد على أداتين أساسيتين لإتمام عملية التزويد بالشكل الإلكتروني وهما: (النظم الآلية، وشبكة الإنترنت).

٢/٣/أ- النظم الآلية: اتجهت المكتبات إلى إدخال النظم الآلية في جميع أقسامها وذلك لتطوير وظائفها والارتقاء بخدماتها وفقاً للسرعة والدقة التي يكفلها الحاسب الآلي ، فبداية تم استخدام النظم الآلية في المكتبات في ميكنة إجراءات عمليات الفهرسة والإعارة وذلك بهدف توحيد إجراءات عمليات الفهرسة والإعارة في كافة أنواع المكتبات ، بعد ذلك تم ميكنة إجراءات التزويد ويراعى عند تقويم النظام الآلي في النظام الفرعي للتزويد مايلي:

-يجب أن يتضمن الوظائف التالية وهي: (اقتراحات الشراء ،إصدار أوامر أو طلبات الشراء ومتابعة الطلبات وإلغاء أوامر الشراء وإجراءات تسلم المواد وإجراءات الدفع ومحاسبة الموردين والتعامل بالعملات وضبطها وتجميع الإحصاءات والتقارير) .

-يتيح التمييز بين مصادر الاقتناء عن طريق الشراء أو الإهداء أو التبادل أو الإيداع، و يتعامل مع مصادر المعلومات المختلفة(كتب ،دوريات ،رسائل جامعيةالخ).

-يتيح إمكانية إعداد قوائم المواد المطلوب اقتنائها وإمكانية ترتيبها حسب أسماء المؤلفين وأسماء الناشرين وعناوين المواد وفقاً لأهميتها ،ويدعم إمكانية مراجعة بيانات جميع الطلبيات والإشارة إلى الموظف المسؤول عن تنفيذ كل منها.

-يتيح إمكانية إعداد اشعارات للموردين بشأن المواد المطلوبة واستعجالها، ويصدر ويطلع قوائم بالمصادر التي وردت ويتيح تغيير وضعية حالة المصدر من تحت الطلب الى تحت الإعداد الفني .

-يتيح اصدار التقارير الخاصة بأنشطة التوريد ،ويصدر اشعارات أوامر الشراء للمواد التي طلبها المستفيدون.

-أن يكون النظام مجهّز بإمكانية الاحتفاظ بالتسجيلات الخاصة بالمواد في حالات: نفاذ الطبعة، إلغاء أمر الشراء ،إلغاء النشر ،التراجع عن أمر الشراء وغيرها.

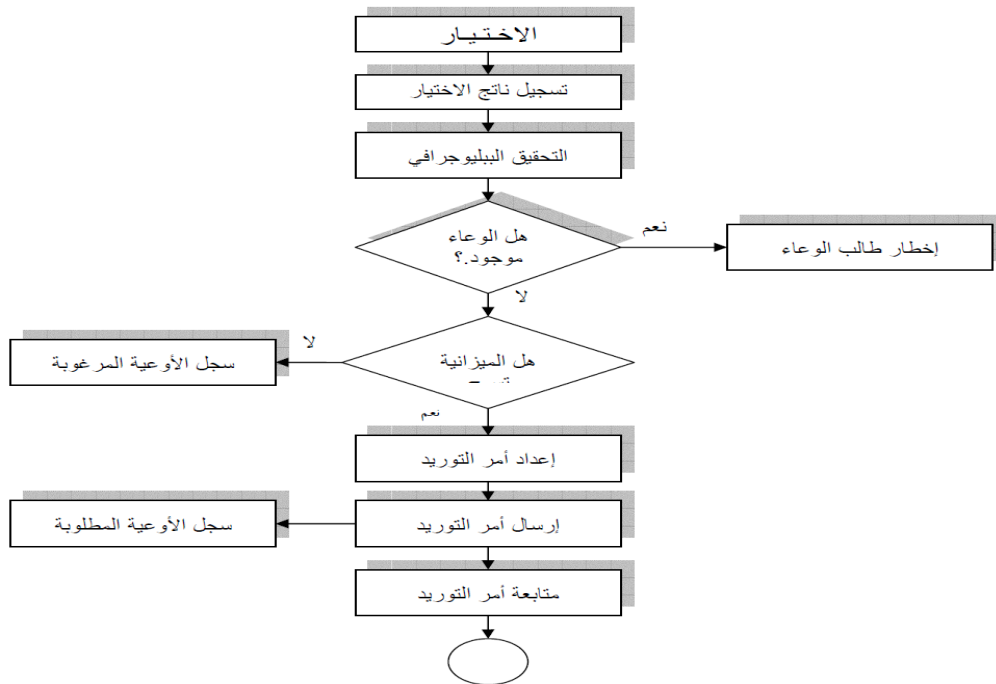
-إمكانية تجميد الصرف من بعض بنود الميزانية في أي وقت من قبل الأفراد المرخص لهم بذلك والتعامل مع العمليات المالية مثل الدفع بالتقسيط أو الدفع الجزئي أو إعادة الأموال .

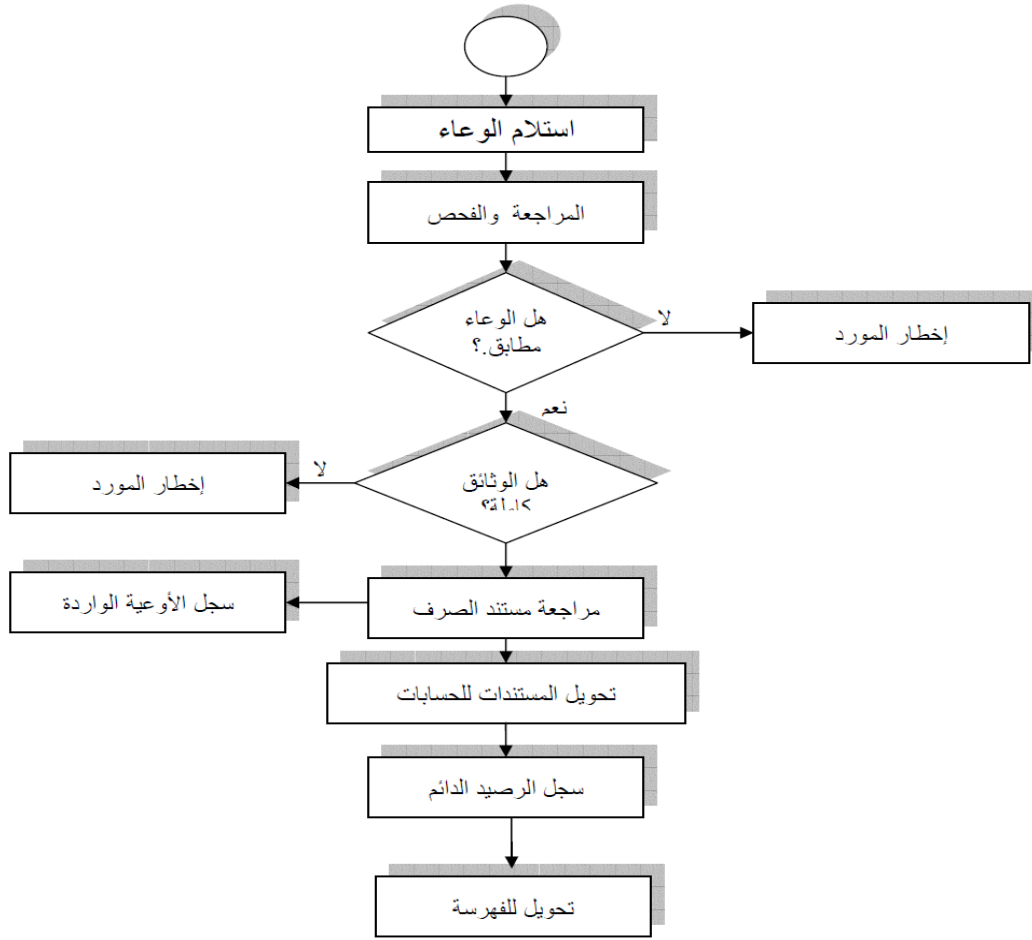
(المنظمة العربية للتنمية الزراعية، ٢٠٠٧، ص ٣٣-٣٥)

حيث يطرح كثير من الناشرين قوائمهم على شبكة الإنترنت كما يوجد عشرات الآلاف من قواعد البيانات الببليوغرافية أيضاً المطروحة على شبكة الإنترنت وتستطيع المكتبة أن تدخل على تلك المواقع المتاحة على شبكة الإنترنت واختيار ما يتناسب معها من عناوين وخاصة أن من السهل الحصول على أوعية المعلومات بأي من حقول التسجيلة الببليوغرافية (المؤلف، العنوان، الناشر، تاريخ النشر الموضوع، وما إلى ذلك ويمكن للمكتبة أن تقوم بإعداد قوائم بما تحتاجه من أوعية المعلومات وتضع تلك القوائم على قاعدة بيانات المورد أو الناشر آلياً وذلك من خلال اختيار ما تراه المكتبة من أوعية معلومات وتضعها في سلة الاختيار.

(كردية، ٢٠١٣، ص ٦٢)

أما بالنسبة لإجراءات الشراء الإلكتروني باستخدام النظم الآلية فقد سهّلت التطورات الإلكترونية والتقنية على الأخصائيين المعنيين بعملية التوريد كثيرة من المهام المنوطة بهم حيث تم تطوير إجراءات الطلب والشراء التقليدية لأوعية المعلومات بشكل أيسر كثيراً عما كان عليه كما أصبح التعرف على الإنتاج الفكري في ظل هذه التكنولوجيا الجديدة أسهل فأصبح بإمكان المكتبة من خلال النظام الفرعي للتوريد بالنظام الآلي المستخدم فيها تحديد دار النشر التي تريد التعامل معها وإتمام عمليات البيع والشراء بكل سهولة وعلى هذا فإنّ إجراءات التوريد الإلكتروني باستخدام النظم الآلية تتحدد بما يلي كما هو موضح في الشكل التالي:





الشكل رقم (١٢) إجراءات التزويد الإلكتروني باستخدام النظم الآلية

- توفير أدوات الاختيار ومراجع التزويد المناسبة لاحتياجات المكتبة.
 - إعداد وحفظ الملفات الخاصة بالمواد المطلوبة بالشكل الذي يكفل سهولة استخدامها.
 - إجراء عمليات التحقيق الببليوغرافي التي تسبق إصدار أوامر التوريد، والتي تهدف لتجنب التكرار والحصول على المعلومات الكافية لإعداد أوامر التوريد.
 - اختيار الموردين وغيرهم من مصادر الشراء وطباعة أوامر التوريد وإرسالها.
 - تلقي المواد واستلامها بعد التأكد من مطابقتها للمواد المطلوبة.
 - مراجعة الفواتير واعتمادها للصرف ثم تحويلها لإدارة الحسابات ومن ثم تحويل المواد الواردة بعد إثباتها لقسم الفهرسة والتصنيف.
- (المنظمة العربية للتنمية الزراعية، ٢٠٠٧، ص ٣٠)

ومن الجدير بالذكر الحديث عن معايير التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) التي أشرف على إعدادها المعهد القومي الأمريكي للتوحيد القياسي (ANSI) عبارة عن تقنين مجموعة من الإجراءات التي تستخدم في التبادل أو النقل الإلكتروني للبيانات وبخاصة البيانات المرتبطة بالجوانب المالية والإدارية لعمليات التوريد والاقتناء لأي سلعة تجارية كأوامر الشراء والتوريد وإصدار الفواتير إلكترونياً واعتمادها لأساليب الدفع المختلفة، وكما تتضمن مجموعة من الصيغ التي تحدد مجموعة البيانات الواجب توافرها بكل تركيبة مثل معيار ANSI X12 الخاص بأوامر التوريد والشراء والفواتير وأساليب الدفع والذي يشتهر بصفة عامة باسم معيار EDI X12 وتهدف هذه المعايير للحد من الإجراءات الروتينية التي تستغرقها الإجراءات الحكومية اليدوية والتي ترتبط بالجوانب الإدارية والمالية كأوامر الشراء والتوريد. (إبراهيم، ٢٠٠٩، ص ٣٨)

٤/٣/ب- شبكة الإنترنت: تعد شبكة الإنترنت مصدراً مهماً للتزويد الإلكتروني وذلك لما تتيحه لأخصائي بناء وتنمية المجموعات من إمكانيات القيام بعمليات الانتقاء والاختيار والشراء والمشاركة في مصادر المعلومات على المستوى العالمي بأيسر الطرق وأدقها مع الاقتصاد في النفقات والاختيار الجيد لأوعية المعلومات الحديثة في مختلف الموضوعات وهنا حتى تستطيع المكتبة التي لا تمتلك نظام آلي تنفيذ إجراءات التوريد الإلكتروني من خلال شبكة الإنترنت لابد من اتخاذ التدابير الآتية:

- الاشتراك بشبكة الإنترنت وتوفير أجهزة حاسبات ذات ساعات عالية تتناسب مع العمل المطلوب منها.

- العمل على توفير عدد من أخصائي بناء وتنمية المجموعات القادرين على التعامل مع شبكة الإنترنت للوصول إلى قواعد البيانات لدى الناشرين والموردين المتاحة على شبكة الإنترنت واستخدام البريد الإلكتروني لاختبار وطلب أوعية المعلومات وتعديلها وإلغائها إلى جانب نقل الملفات وتحويلها على الخط المباشر إلكترونياً ومن ثم توفير ورصد ميزانيات مخصصة لتحديث الاشتراك في شبكة الإنترنت والاشتراك في مصادر المعلومات المتاحة عن طريقها. (كردية، ٢٠١٣، ص ٦٢)

وبخصوص إجراءات الشراء في شبكة الإنترنت مباشرةً من مواقع الناشرين فتحدد كمايلي:

٤/٣/ب/١- إرسال أمر الشراء أو التوريد : يتم إرسال أمر الشراء بشكل مباشر في اللحظة نفسها إلى الناشر أو المورد بعد اختيار الأوعية المناسبة لمركز المعلومات وضمها في سلة المشتريات بشكل آلي، أو باستيفاء استمارات الويب، وهي استمارات إلكترونية معدة مسبقاً، باستخلاص بيانات الوعاء من قاعدة بيانات الناشر أو المورد، ويمكن أن يتضمن أمر الشراء وعاء واحد أو أكثر من وعاء على حسب ما يتم اختياره. وعند إتمام القائمة المطلوبة، يتم إدخال البيانات الخاصة بالمشتري من الاسم والبريد الإلكتروني

وكلمة المرور الخاصة به للدخول والاقتناء من الموقع الإلكتروني والعنوان الذي سوف يتم الشحن عليه) وبعد الاختبار يتم تحديد طريقة الدفع، وبالنسبة للشحن يتم تحديد الموعد الاحتمالي الذي سوف تصل فيه الطلبية المطلوبة من قبل المشتري، ويمر الشحن بمستويات شحن عادي وشحن سريع على حسب رغبة المشتري ويتم حساب سعر الشحن تبعا لهذا الاختيار (العادي أو السريع)، ثم يتم حساب السعر الإجمالي للطلبية متضمنة سعر الشحن، ونلاحظ أن هذه الخدمات المقدمة تختلف من كل بلد ومدى فاعلية أدائها، ويأتي تحديد أسلوب الدفع إما عن طريق (شيك أو بطاقة ائتمان أو حوالة مصرفية) ويرسل الشيك بالبريد إما العادي أو السريع) ، لكن إذا لم يتوافر الوعاء لدى الناشر أو المورد فيبين ذلك، ويعطي مدة متوقعة لتوفيره وإرساله. وأحيانا تواجه المشتري بعض المعوقات مثل إلغاء أمر الشراء وبالتالي فإن هذه العملية لا تنفذ إلا من خلال الموقع الخاص للناشر أو المورد وتغيير الحالة من شراء إلى إلغاء من داخل نظام التجارة الإلكترونية للبائع إذ دون ذلك لا يتم حتى إذا قام المشتري بإرسال خطاب موثق وموقع من المؤسسة أو المكتبة أو عليه بياناته الكاملة فهو لا يعترف إلا بالإلغاء من خلال نظامه الإلكتروني أي يرفض أي معاملة غير إلكترونية كما تحتفظ هذه النظم بالحساب الخاص بكل عميل لديها فيما له عندها .

٤/٣/ب/٢-متابعة أوامر الشراء : تتم عمليات متابعة أوامر الشراء بأحد الأساليب التالية :

الأسلوب الأول: عن طريق البريد الإلكتروني E - Mail وفيه ترسل مؤسسة المعلومات أو المستفيد الاستفسارات حول أمر الشراء كرسالة بريد إلكتروني إلى الناشر أو العنوان الخاص بمتابعة أوامر الشراء لديه، بحيث تتضمن الاستفسار نفسه والمعلومات التي تساعد المورد أو الناشر على التعرف إلى أمر الشراء كتاريخه أو رقمه لدى الناشر، وفي هذه الحالة يقوم الموظف المسؤول بالرد على هذا الاستفسار أو المتابعة .

- الأسلوب الثاني: عن طريق استخدام الويب وفي هذه الحالة يقوم أمين المكتبة بملء الاستمارة المتاحة في صفحة معلومات الناشر على الإنترنت والتي ترسل محتوياتها إلى الشخص المسؤول أو يتم استخدام قاعدة بيانات تتضمن معلومات أوامر الشراء كافة لدى المورد أو الناشر ويتم الرد في هذه الحالة فورية عن طريق ، صفحة الويب ولا يضطر أمين المكتبة إلى انتظار الرد من الشخص المسؤول.

(الدوي، ٢٠١٠، ص ص ١١٢-١١٣)

ولغرض التعرف على أقل الأسعار بالنسبة للكتب المختارة ينبغي على المستخدم اتباع الخطوات التالية:

- البحث عن الكتاب الذي يحتاجه المستفيد عن طريق اسم المؤلف والعنوان أو عن طريق الكلمات المفتاحية أو الرقم المعياري الدولي كذلك بالإمكان التعرف على الكتب من خلال موضوعاتها.

- عند إيجاد الكتاب المطلوب، يقوم المستخدم بالضغط على عبارة قارن الأسعار عند ذلك يقوم الموقع بعمل مقارنة الأسعار في مجمل متاجر الكتب التي تمتلك الكتاب (أو الكتب) بغرض تأشير السعر الأقل، وعرض النتيجة للمستخدم وهنا يستطيع المستخدم اختيار متجر الكتب (الأقل سعر) الذي يرغب في شراء الكتاب منه، وذلك بالضغط على مفتاح أشتريه.

- بعد ذلك يستطيع المستخدم الانتقال مباشرة إلى المتجر المعني، حيث يستطيع إتمام إجراءات الشراء والاقتناء المناسبة. (الشافى، ٢٠١٤)

ويلاحظ مما سبق أن تطبيق التزويد الإلكتروني في مؤسسات المعلومات قد عمل على تسهيل عملية الاقتناء و تنفيذ المعاملات المالية بشكل سريع وسهل أساليب السداد الإلكتروني المتعدد (والتي سيتم الحديث عنها لاحقاً بشكل تفصيلي) وكذلك هناك العديد من النظم الآلية التي يمكن للمكتبات الاستفادة منها في عملية التزويد وستقوم الباحثة بذكرها لاحقاً.

٥-الدفع الإلكتروني : (مفهومه ، طرقه، الدفع الإلكتروني في سوريا):

١/٥- مفهوم الدفع الإلكتروني : هو عبارة عن نظام متكامل من البرامج و التقنيات التي توفرها المؤسسات المصرفية والمالية من أجل تسهيل عمليات الدفع و القبض بشكل آمن، فهو عبارة عن طرق جديدة من طرق الدفع التي تستخدم تكنولوجيا الإنترنت والاتصالات من ناحية، والأنظمة الذكية المرتبطة معه للبنوك وشركات الأموال المتخصصة من ناحية أخرى، فمن خلاله يمكن لأي شخص القيام بتحويل أموال أو إجراء عملية شراء من أي مكان في العالم بأقل جهد وفي وقت قياسي. (عبيات، ٢٠١٦)

٢/٥- طرق الدفع الإلكتروني (البطاقات الذكية، بطاقات الدفع، بطاقات الائتمان، بطاقات الصرف البنكي):

٥/٢-أ- البطاقات البنكية: وتقسم إلى البطاقات الائتمانية و بطاقات غير الائتمانية:

- البطاقات الائتمانية : يستطيع المستهلك استعماله لشراء مستلزماته ثم التسديد لاحقاً فإذا كان غير راغب في تسديد جميع ما قام باقتراضه (شرائه) في أي شهر فإنه يسمح له بتدوير جزء من المبلغ المقترض إلى الشهر التالي ويترتب عليه في هذه الحالة دفع الفائدة على الرصيد المدين، وتنقسم إلى قسمين:

- بطاقات ائتمان متجددة : هي نوع من بطاقات الدفع تستخدم كأداة وفاء وائتمان في نفس الوقت، فهي تتيح لحاملها الحصول على السلع والخدمات للبنك المصدر لتلك البطاقة الائتمان المتولد عن

استخدام هذه البطاقة يعد ديناً متجدداً على صاحبها، أي أن صاحب البطاقة غير ملزم بدفع قيمة الفاتورة المرسلة إلى البنك كل شهر.

- بطاقات ائتمان غير متجددة: تسمى كذلك بطاقة الخصم الشهري أو بطاقة الوفاء المؤجل أو بطاقة الحساب والفرق الرئيسي بين هذه البطاقة وسابقتها أنه لا يمكن أن يكون لدى حاملها حساب لدى البنك المصدر ومن ثم فعندما يقوم الفرد باستخدامها فإنه يحصل آلياً على قرض ائتمان مسار لقيمة السلعة أو الخدمة ولكل عميل حل أعلى للقرض يحدده العقد ويسمي خط الائتمان.

- البطاقات غير الائتمانية: هذا النوع من البطاقات يعتبر أوسع البطاقات انتشاراً في العالم لأنه يقلل من مخاطر الديون المدومة لدى البنوك المصدرة للبطاقات ويتميز هذا النوع بأنه لا يعطي العميل أي ائتمان، ويمكن تقسيم هذه البطاقات الى: (البطاقة المدينة، بطاقة الخصم الفوري، بطاقة الشيكات، بطاقة السحب الآلي، البطاقة المدفوعة مسبقاً).

(زواش، ٢٠١١، ص ٢٦-٢٧)

٥/٢ ب- البطاقات الذكية: عبارة عن كارت بلاستيكي يتشابه من حيث الحجم والشكل ببطاقات الائتمان، ولكنه مزود بكمبيوتر صغير به ذاكرة تسمح بتخزين بيانات يمكن استدعاؤها بطريقة منظمة وتحتوي هذه البطاقات على معلومات صاحبها و يمكنها التخزين بسعة كبيرة تفوق البطاقات البنكية، حيث تحمل كل المعلومات و التفاصيل و البيانات ، و يختارها العميل للتعامل بها لما لديها من ميزات ، كميزة الدفع الفوري و إمكانية تحويلها لحافظة نقود إلكترونية تملأ و تفرغ أو تحويلها إلى بطاقة تعريف أو بطاقة صحية أو تذكرة تنقل وهناك نوعين من البطاقات الذكية :

- النوع الأول: عند استخدامها يجب إيصالها مع قارئ للبطاقات الذكية حتى تتم عملية تحديث المعلومات وقراءتها من قبل شريحة الكمبيوتر الموجودة على البطاقة الذكية.

- النوع الثاني: من البطاقات الغير متصلة حيث تتم عملية تعديل البيانات وقراءتها عبر بثها محلياً من قبل الأنتين الفحامي الموجود عليها.

(شعبور، ومرابطي، ٢٠١٦، ص ٢٦)

٥/٢ ت- الشيكات الإلكترونية : هو محور ثلاثي الأطراف، معالج الكترونيا بشكل كلي، أو جزئي يتضمن أمراً من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بان يدفع مبلغاً من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد.

٥/٢ ث- التحويلات المالية الإلكترونية: تعد التحويلات المالية واحدة من أهم العمليات المصرفية التي تقوم بها البنوك البنك وبعد نظام التحويلات المالية الإلكترونية جزءاً بالغ الأهمية من البنية التحتية لأعمال البنوك الإلكترونية التي تعمل عبر الإنترنت، يتيح هذا النظام نقل التحويلات المالية أو الدفعات المالية من

حساب بنكي لآخر و تكون المعلومات المتعلقة بها بطريقة الكترونية آمنة و سهلة وتعرف التحويلات المالية الالكترونية بأنها عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة من حساب بنكي لآخر). (فاطمة، ٢٠١٨، ص ٣٧)

وتعد بطاقة الائتمان أفضل الطرق للدفع إذ تساعد على:

- اختصار كثير من الوقت لوصول الشحنة فيما يقرب من أسبوع لعشرة أيام وهو موعد وصول الشيك إلى الناشر.

- سرعة الإجراءات إذ لا بد للشيك من التوقيع عليه وعمليات استخراجه الداخلية التي تأخذ الكثير من الوقت.

- بمجرد إدخال بيانات البطاقة الائتمانية لدى نظام التجارة الإلكترونية للناشر أو المورد يقوم بحفظه ولا تدعو الضرورة لإعادة إدخاله لتكرار عملية شراء بالبطاقة الائتمانية.

- يقوم نظام التجارة الإلكترونية للناشر أو المورد بإشعار المشتري بنجاح العملية في نفس اللحظة.

(الدوي، ٢٠١٠، ص ١١١)

٣/٥- طرق الدفع الالكتروني في سوريا:

٣/٥ أ- يعرف نظام الدفع الالكتروني في سوريا: بأنه أول نظام الكتروني مستهدف يمكن من خلاله الدفع الالكتروني بأحسن التقنيات، وتعد هذه الخدمة من الخدمات الرائدة مما سيمكن الزبائن من عمليات الشراء ودفع الفواتير وتسديد الرسوم الكترونياً باستخدام البطاقة الذكية التي تتمتع بنظام أمان عال، وإمكانية شحن البطاقة.

لكن ما زالت سورية في البدايات فيما يتعلق باستخدام النقود الالكترونية، وأول هذه الاستخدامات كان إدخال بطاقة الفيزا كارد عبر بعض المصارف المتخصصة مثل المصرف العقاري والمصرف التجاري، ومن ثم فقد اقتصر استخدام هذه البطاقات على سحب مبالغ من النقود فقط، وهذه الخدمة بسيطة جداً إذا ما قارناها بحجم الخدمات الهائل الذي يمكن أن تقدمه خدمة النقود الالكترونية.

سورية تجد نفسها اليوم ملزمة بمجاراة هذه التطورات، ولكنها ما زالت في مرحلة مبكرة في محاولتها لفهم واستدراك التطورات الهائلة التي تحدث في العالم الرقمي، وعلى ذلك يتوجب على المسؤولين حتى نستطيع القيام بعمليات الدفع الالكتروني مايلي:

* تحديث البنية التحتية الالكترونية والتكنولوجية لفروع ومكاتب المصارف العاملة في السوق السورية.

* الاستمرار في تأهيل الأطر الفنية لمواكبة عمليات التطور.

* توفير أحدث تقانات التجهيزات.

* توفير نظام دفع الكتروني موحد يعمل بكفاءة عالية مزود بأدوات حماية لا يمكن اختراقها وتوفير السرية المصرفية المطلوبة.

* ضرورة وجود تشريع خاص بالمعاملات والتجارة الإلكترونية في سورية.

* تنظيم حملات دعائية وترويجية لتعميم ثقافة الدفع الالكتروني بدلا من التعامل بالكاش.

(غندور، ٢٠١٢، ص ٥٨٥ - ٥٨٧)

٥/٣ ب- نظام المدفوعات الالكترونية في سوريا:

✓ الشركة السورية للمدفوعات الالكترونية: هي شركة تابعة للخزينة العامة للدولة ، دورها هو الوسيط ما بين الجهات المطالبة المالية والمصارف المتعاقدة معها فهي النقطة المركزية وهي المسؤولة عن تسويق الخدمة لكافة الأطراف (المواطنين، المؤسسات ،المصارف) وأيضا هي التي تضمن حقوق جميع الاطراف. (موقع عنب بلدي، ٢٠٢٠)

✓ انطلاق العمل وفق الشركة السورية للمدفوعات الالكترونية وجاهزية البنية التقنية:

تمّ بدء العمل بمنظومة الدفع الإلكتروني في تسديد فواتير المياه والكهرباء والاتصالات ومخالفات السير والرسوم المالية إلكترونياً في الربع الأول من عام ٢٠٢٠ ، وأن المؤسسة باشرت في بناء المنظومة الإلكترونية العام الماضي، وأصبحت جاهزة لربط الأطراف المعنية في الفترة التجريبية، ويعتبر العمل وفق الآلية الجديدة بأنه سيمكن المواطنين ممن لديهم حسابات مصرفية من تسديد مدفوعاتهم والتزاماتهم المالية في الماء والكهرباء والنقل والاتصالات وغيرها عبر الإنترنت، تجنباً لانقطاع الخدمات عنهم جراء التأخر في السداد، ويجري العمل حالياً على قناتين أساسيتين:

١- القناة الأولى :من خلال الهاتف النقال عبر تطبيقات موجودة تمكن المواطنين من الدفع عبر حساباتهم المصرفية.

٢- القناة الثانية: ستكون متوفرة عبر الإنترنت بنك.

وقد تمّ بدء العمل بالشركة السورية للمدفوعات الإلكترونية بالتنسيق مع الوزارات المعنية ومصرف سوريا المركزي للتداول الإلكتروني في مؤسسات معينة وحدد المجلس بدء العمل الإلكتروني لدفع فواتير كل من الاتصالات وخدمات مديريات النقل ومياه دمشق وريفها والمؤسسة العامة لتوزيع الكهرباء والشركة السورية للاتصالات بشكل أولي تجريبي، ليتم دخول بقية الخدمات عبر منظومة الدفع الإلكتروني خلال العام المقبل، وأوصى المجلس باستكمال الربط الشبكي بين مصرف سوريا المركزي وشركة المدفوعات الإلكترونية وكذلك الربط بين المصرفين التجاري والعقاري، إضافة إلى الربط بين مصرفي بيمو والبركة بالشبكة المحلية.

وحول جهوية البنية التقنية لمنظومة الدفع الإلكتروني فإنه من المتوقع إنجاز البنية الإلكترونية مع نهاية عام ٢٠٢٠، فالمصرف المركزي والقطاع المصرفي جاهز للمساهمة لإتمام الخدمة، وسيتم العمل على مناقشة التفاصيل المهنية للعمل مع القطاع المصرفي لمباشرة المؤسسة.

(موقع الوكالة العربية السورية للأنباء، ٢٠٢٠)

ومن خلال ماتمّ عرضة مسبقا يمكن إسقاط ذلك على مواقع الناشرين والتعاقد مع الشركة السورية للمدفوعات الإلكترونية حيث توفر على المستفيدين والناشر في نفس الوقت الأمان والثقة والسهولة في دفع ما يترتب على المستفيدين من مستحقات مالية بكل سلاسة.

٦- تجارب عربية وأجنبية لمواقع تسويق الكتب (متاجر الكتب) واجراءات الشراء منها:

١/٦ - المواقع الأجنبية:

١/١/٦ - موقع أمازون^(١) :

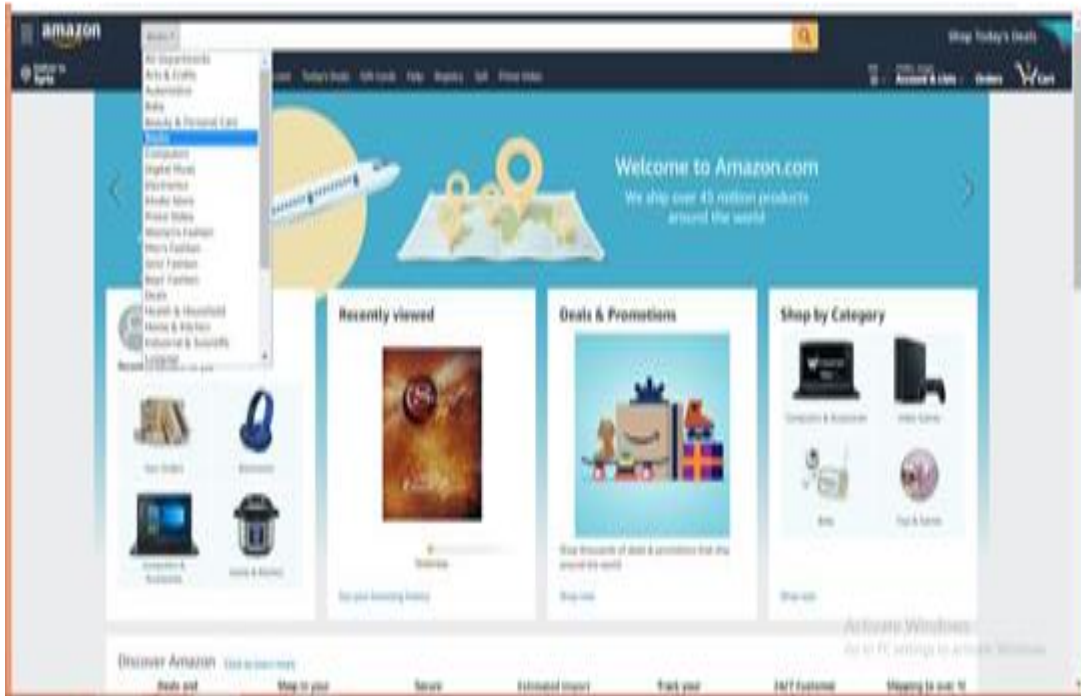
- أمازون شركة أميركية للتجارة الإلكترونية، وقد تم اختيار اسم «أمازون» إشارة إلى نهر الأمازون الذي يعدّ الأكبر في العالم، مما يتوافق مع الهدف المنشود وهو أن يكون الموقع أكبر متجر في العالم، وهو متخصص لبيع الكتب عبر الإنترنت عرف باسم متجر أمازون"، وفتح الموقع رسميا في عام ١٩٩٥، في عام ٢٠٠٠ ظهر شعار أمازون سهما يشبه الابتسامة يمتد من حرف (A) إلى آخر حرف في الأبجدية اللاتينية (Z)، ويشير إلى أنّ الشركة توفر كل المنتجات أي من الألف إلى الياء، وتهدف إلى رضا الزبون عنها حيث تقدم آلاف السلع في صناعات متعددة كالملابس والإلكترونيات والسلع الرياضية والكتب ومواد التجميل وغيرها، وليس لها مكان على أرض الواقع لكن لها مخازن تحفظ فيها السلع حتى إرسالها إلى أصحابها على عناوين منازلهم أو عناوين مكاتب شركات الشحن وعلى الرغم من وجود أقسام في أمازون متخصصة لبيع الكتب العربية، إلّا أن موقع أمازون لا يحتوي على واجهة عربية للموقع، لكنه قام مؤخرا بالاستحواذ على

^(١) - رابط موقع أمازون: (www. Amazon. Com)

موقع (سوق) الموجه للمنطقة العربية والذي يحتوي على واجهة عربية متخصصة، كما أن هناك بعض الخدمات والمواقع التي تقدم ترجمة غير رسمية لموقع أمازون، مثل موقع أمازون عربي الذي يستخدم واجهة برمجة التطبيقات المقدمة من أمازون لتوفير امكانية تصفح منتجات وخدمات أمازون باللغة العربي، وفيما يلي سنقوم بعرض كيفية طلب شراء كتاب من موقع أمازون.

(الجزيرة، ٢٠٢٠)

أ - الواجهة الرئيسية لموقع أمازون: هنا نلاحظ تقسيمات متعددة لمختلف الفئات ومن بينها الكتب، هنا يقوم أخصائي بناء وتنمية المجموعات في المكتبة بتحديد فئة الكتب ووضع العنوان الذي يبحث عنه في مربع البحث، ومن ثم يقوم بالبحث كما هو موضح في الشكل التالي:.



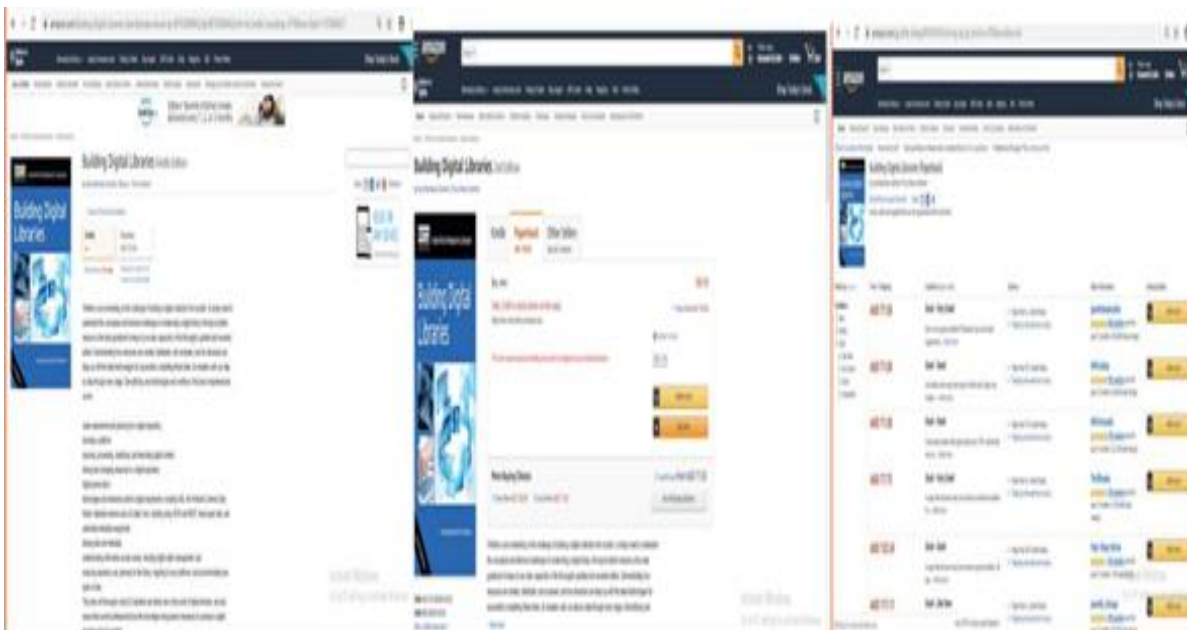
الشكل رقم (١٣) الواجهة الرئيسية لموقع أمازون

عند البحث يظهر لديه قائمة بالكتب المتوفرة مع عرض البيانات البيبليوغرافية الخاصة بكل كتاب على حدا مع سعره وهذه البيانات هي (العنوان اسم المؤلف، تاريخ الكتاب، تحديد نوعية الغلاف) بالإضافة لتقويم الكتاب من قبل مستفيدين قاموا بقراءة الكتاب فيما سبق كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (١٤) قائمة ببليوغرافية بالكتب حسب المعلومات التي تم ادخالها في مربع البحث

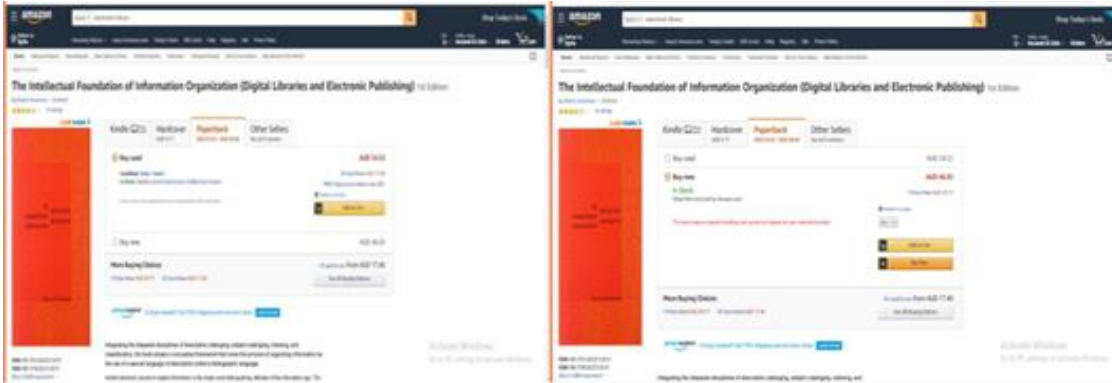
بعد ذلك يقوم بالضغط على الكتاب فتظهر نافذة فيها معلومات أكثر تفصيل عن الكتاب المطلوب بالإضافة إلى مستخلص عن هذا الكتاب ويظهر لدينا ثلاثة خيارات (إضاءة عن الكتاب، نوعية الكتاب (ورقي، الكتروني)، الباعة الآخرين ورؤية جميع الإصدارات) كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (١٥) الخيارات التي تظهر لنا عند الضغط على كتاب الذي تم اختياره

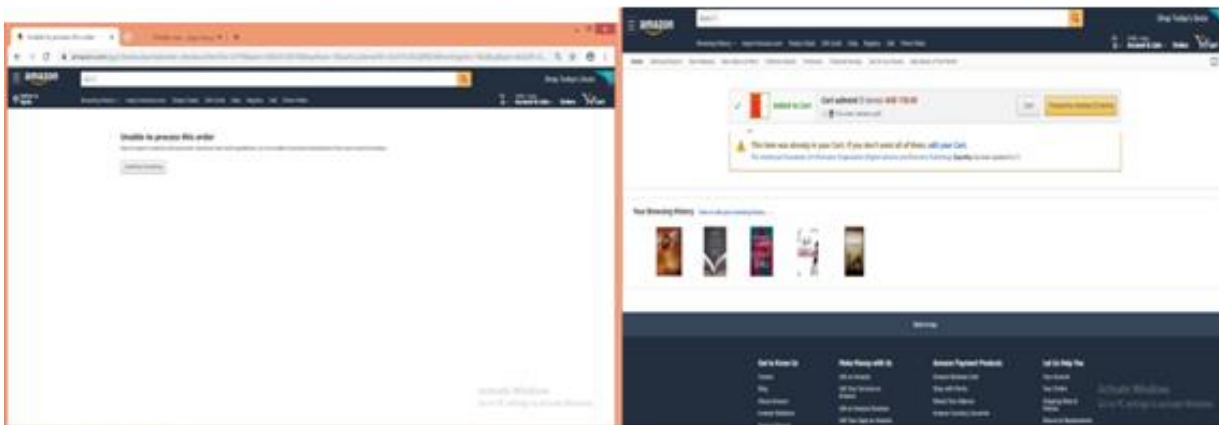
بعد ذلك يقوم الأخصائي بالضغط على الخيار الثاني للقيام بإجراءات الشراء فيظهر له خيارين Buy used , new أي هل يريد شراء الكتاب جديد أم مستعمل وهنا نلاحظ أن السعر مختلف بين الكتاب الجديد والكتاب المستعمل.

بعد اختيار أخصائي بناء وتنمية المجموعات في المكتبة الكتاب (مستعمل، أو جديد) يقوم بحفظه في عربة التسوق حتى يقوم لاحقاً بإرسال أمر الشراء كما هو موضح بالشكل التالي:



الشكل رقم (١٦) خيارات القيام بإجراءات الشراء من موقع أمازون

وهنا عند قيامه بالضغط على شراء جديد ستظهر نافذة تطالب بمعلومات عن العميل والبطاقة الذكية لكن نحن في سوريا لا يمكننا القيام بهذه الخيارات وسيظهر لدينا رسالة تقول غير قادر على معالجة هذا الطلب نظرا لضوابط التصدير وقوانين وأنظمة العقوبات الاقتصادية، لا يمكننا معالجة المعاملات من موقعك الحالي (سوريا) أما عند الضغط على شراء مستعمل فتظهر له إضافة إلى العربية ويمكنه تعديل الكتب التي قام بإضافتها للعربة كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (١٧) قائمة تطالب بمعلومات عن المكتبة التي تريد الشراء

٦/١-٢ موقع BIBLIO^(١٦):

هو سوق على الإنترنت متخصص في الكتب النادرة من المكتبات المستقلة في جميع أنحاء العالم، تأسس في عام ٢٠٠٠ من قبل (بريندان ج. شرار) و(مايكل سي تراسي) وكان في البداية يقوم بمقارنة الأسعار فقط ثم تغير في ٢٠٠٣ ليصبح سوقاً إلكترونياً تميز هذا السوق عن غيره من المنافسين عن طريق الحد من الكتب المطبوعة، في عام ٢٠٠٩ أصبح موقع للتجارة الإلكترونية مخصص للكتب المستعملة والكتب الأثرية في المملكة المتحدة وأجزاء أخرى من أوروبا ويوفر موقع Biblio برنامج لإدارة المخزون وهو برنامج يوفر التحميل بنقرة واحدة ويوفر أيضا خيارات للتحميل إلى مواقع ويب أخرى لسوق الكتب. (Ritchey, ٢٠١٣)

* الواجهة الرئيسية لموقع Biblio:

هنا نلاحظ وجود عدة خيارات لتحديد ماذا يريد أخصائي بناء وتنمية المجموعات من البحث هل البحث المتقدم عن الكتب أو تصفح حسب الموضوع أو كتب الخصم أو البحث عن الكتب النادرة، هنا علي اختيار البحث المتقدم عن الكتب، كما يظهر في الشكل رقم (١٨):



الشكل رقم (١٨) الواجهة الرئيسية الموقع Biblio

بعد اختيار البحث المتقدم ستظهر له حقول لإدخال بيانات الكتب التي يريد البحث عنها وشرائها كما هو موضح في الشكل رقم (١٩):

^(١٦) رابط موقع biblio : (https://www.biblio.com)



الشكل رقم (١٩) حقول إدخال بيانات الكتب في موقع Biblio

نلاحظ هنا بعد ادخال المعلومات المطلوبة في الحقول ستظهر له قائمة ببليوغرافية بالكتب وهنا يختار الكتاب الذي يريده أخصائي بناء وتنمية المجموعات من هذه القائمة ويضعه في عربة التسوق ليقوم بعملية الشراء، كما هو موضح في الشكل رقم (٢٠):



الشكل رقم (٢٠) قائمة ببليوغرافية بالكتب حسب معلومات البحث من موقع Biblio

ومن ثم يقوم بتحديد المنطقة التي يريد إليها الشحن وهل يريد شحن عادي أو الشحن المعجل ومن ثم يضغط على أمر الشراء، كما هو مبين في الشكل رقم (٢١):



الشكل رقم (٢١) متابعة إجراءات الشراء وتحديد المنطقة ونوعية الشحن من موقع Biblo

وأخيراً تظهر لديه قائمة تطالب بمعلومات عن المكتبة وعن المدينة التي نريد الشحن إليها والبطاقة الذكية التي نستخدمها.

٣/١/٦- موقع Barnes and noble^(١٧):

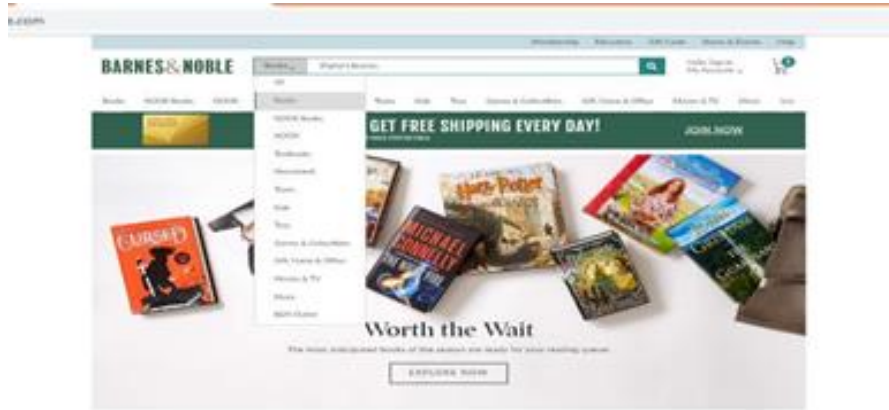
ارنر أند نوبل، هي شركة كتب أمريكية لديها أكبر عدد من منافذ البيع بالتجزئة في الولايات المتحدة، تدير الشركة ٦٢٧ متجر بيع بالتجزئة في جميع الولايات المتحدة، تعمل Noble & Barnes بشكل رئيسي من خلال سلسلة متاجر بيع الكتب، بعد سلسلة من عمليات الدمج والإفلاس في صناعة المكتبات الأمريكية منذ التسعينيات، نقف بارنر أند نوبل بمفردها كأكبر سلسلة متاجر وطنية في الولايات المتحدة و تشتهر الشركة بزبائنها بمنافذ البيع بالتجزئة الكبيرة، والتي يحتوي العديد منها على مقهى يقدم قهوة ستاربكس وغيرها من المواد الاستهلاكية. تبيع معظم المتاجر الكتب والمجلات والصحف، وأقراص الفيديو الرقمية والروايات المصورة والهدايا والألعاب والموسيقى و والأجهزة اللوحية.

(Alter and Hsu ,2019)

* الواجهة الرئيسية لموقع bornes and noble:

نلاحظ وجود عدة تقسيمات في الواجهة الرئيسية للموقع، هنا يختار أخصائي بناء وتنمية المجموعات الكتب ومن ثم يضع معلومات الكتاب الذي يبحث عنه في شريط البحث المخصص لذلك ومن ثم يقوم بأمر البحث كما هو موضح في الشكل رقم (٢٢):

^(١٧) رابط موقع barnesandnoble : (https://www.barnesandnoble.com)



الشكل رقم (٢٢) الواجهة الرئيسية لموقع bornes and noble

عند البحث تظهر له قائمة ببليوغرافية لتحديد ما لكتاب الذي يريده من بين الكتب المعروضة، كما هو موضح في الشكل التالي:



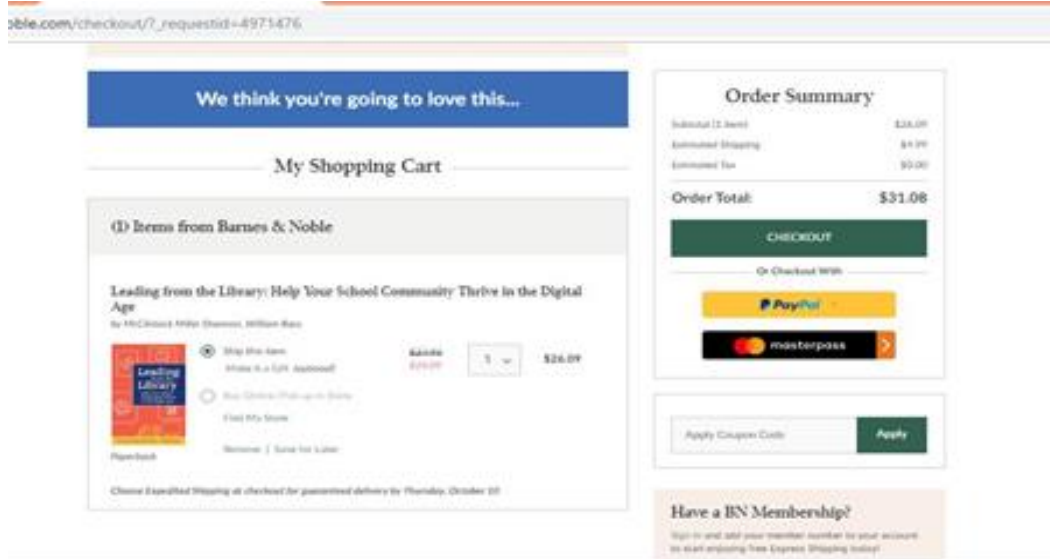
الشكل رقم (٢٣) قائمة ببليوغرافية بالكتب المعروضة من موقع bornes and noble

هنا بعد تحديد الكتاب الذي يريد شرائه يقوم بالضغط على للقيام بأمر الشراء ووضعه في عربة التسوق أو إضافته إلى قائمة التمنيات (أي الرجوع إليه في وقت لاحق) كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (٢٤) القيام بإجراءات الشراء في موقع bornes and noble

ومن ثم يحدد طريقة الشحن ويحدد الكمية التي يريدتها ومن ثم تظهر نافذة تطالب بإدخال رمز البطاقة الذكية وإكمال معلومات الشحن كما هو موضح في الشكل (٢٥):



الشكل رقم (٢٥) متابعة إجراءات الشراء في موقع barnes and noble

٦-٢-المواقع العربية :

٦-٢-١- موقع جملون^(١٨):

يعد موقع جملون من أكبر المتاجر الإلكترونية المتخصصة في بيع الكتب العربية تأسس عام ٢٠١٠ في الأردن يحوي المتجر أكثر من ٩.٥ ملايين كتاب تتناول مجالات عدة: (أبرزها القانون، الإدارة، علم النفس الأنثروبولوجيا وغيرها، كذلك يهتم بنشر القصص، والروايات، والكتب المتخصصة بالتنمية البشرية، وغيرها من العلوم).

يحتوي الموقع على كثير من الإصدارات الجديدة، وبأسعار تنافسية، كذلك يقدم المتجر حسومات على العديد من الكتب تصل إلى أكثر من ٥٠ في المائة. بحسب البيانات الموجودة على الموقع الإلكتروني، يوفر إمكانية الشحن إلى أماكن مختلفة في العالم.

لا تقف حدود المتجر عند هذا الحد، بل يقدم صفقات يومية لإصدارات متنوعة، و بأسعار بسيطة إضافة إلى بيعه الكتب باللغة العربية، فإن الموقع يتيح أيضاً بيع الكتب باللغة الإنكليزية، أما بالنسبة إلى طريقة الدفع، فتتم عن طريق الدفع المسبق باستخدام البطاقات المصرفية. (عاصي، ٢٠١٨)

^(١٨) رابط موقع جملون : (https://jamalon.com/en)

* الواجهة الرئيسية لموقع جملون: نلاحظ في واجهة موقع جملون يمكن تحديد لغة الواجهة الرئيسية (العربية أو الانجليزية) ومن ثم يمكن لأخصائي بناء وتنمية المجموعات تحديد عن ماذا نبحث عن كتب باللغة العربية أو الانجليزية ومن ثم يضع معلومات البحث في شريط البحث ويقوم بأمر البحث كما هو موضح في الشكل رقم (٢٦):



الشكل رقم (٢٦) الواجهة الرئيسية لموقع جملون

عند القيام بأمر البحث تظهر لأخصائي بناء وتنمية المجموعات في المكتبة قائمة ببليوغرافية بالكتب حسب المعلومات المطلوبة كما هو موضح في الشكل رقم (٢٧):



الشكل رقم (٢٧) قائمة ببليوغرافية بالكتب حسب المعلومات المطلوبة في شريط البحث من موقع جملون

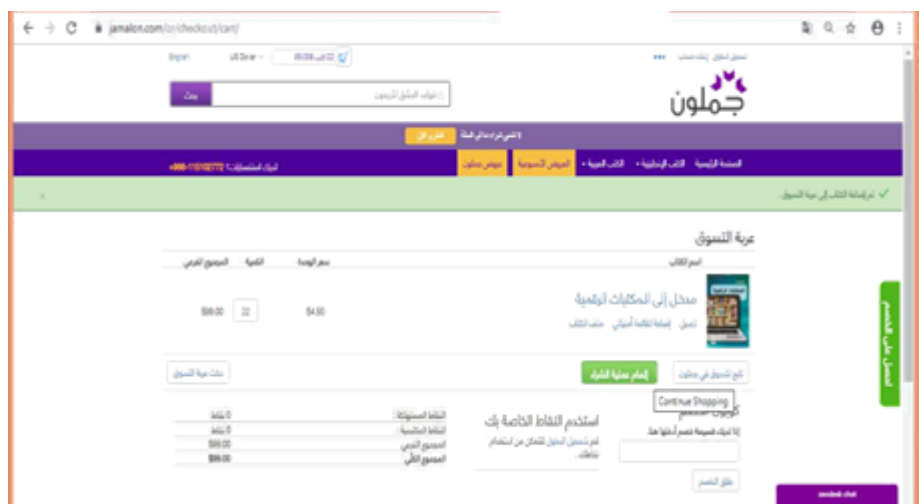
بعد ذلك يحدد الأخصائي الكتاب الذي يريده وذلك بالضغط عليه فتظهر له معلومات ببليوغرافية كاملة عن الكتاب وسعره (هنا نلاحظ عدم وجود مستخلص عن الكتاب تعطي إضاءة عن الكتاب)، وهنا

يحدد الكمية التي يريدھا ويضع الكتاب في عربة التسوق أو في قائمة الأمنيات كما هو مبين في الشكل رقم (٢٨):



الشكل رقم (٢٨) إجراءات الشراء في موقع جملون

ثم يقوم بالدخول إلى عربة التسوق لإتمام عملية الشراء كما هو موضح بالشكل رقم (٢٩):



الشكل رقم (٢٩) متابعة إجراءات الشراء في موقع جملون

وأخيراً تظهر للأخصائي قائمة تطالب بمعلومات عن المكتبة وعن طريقة الشحن وعن الدولة التي سيتم الشحن إليها ومعلومات عن طريقة الدفع، لكن هنا نلاحظ عدم وجود سوريا على قائمة الدولة التي يمكن الشحن إليها.

٦-٢-٢- موقع نيل والفرات^(١٩): من المواقع الإلكترونية المختصة لبيع الكتب باللغة العربية، تأسس في بيروت عام ١٩٩٨ ضمن مكاتب الدار العربية للعلوم، بحسب بيانات الموقع فإن الهدف من إقامته نشر العلم والمعرفة والرقي بالإنسان العربي تضم مكتبة نيل والفرات أكثر من ٤٠٠ ألف كتاب من دور نشر عربية مختلفة. كذلك يحتوي الموقع أيضاً على مجموعة متنوعة من الكتب النادرة، والكتب المسموعة، وكأي موقع متخصص في بيع الكتب الإلكترونية، يقدم إمكانية شحن الكتب إلى جميع الدول، في لبنان عادة ما يكون الشحن مجانية أما إلى بقية دول العالم فيتم تحديد الرسوم وفق وزن الكتاب والبلد المراد إيصال إليه.

(بكري، ٢٠١١)

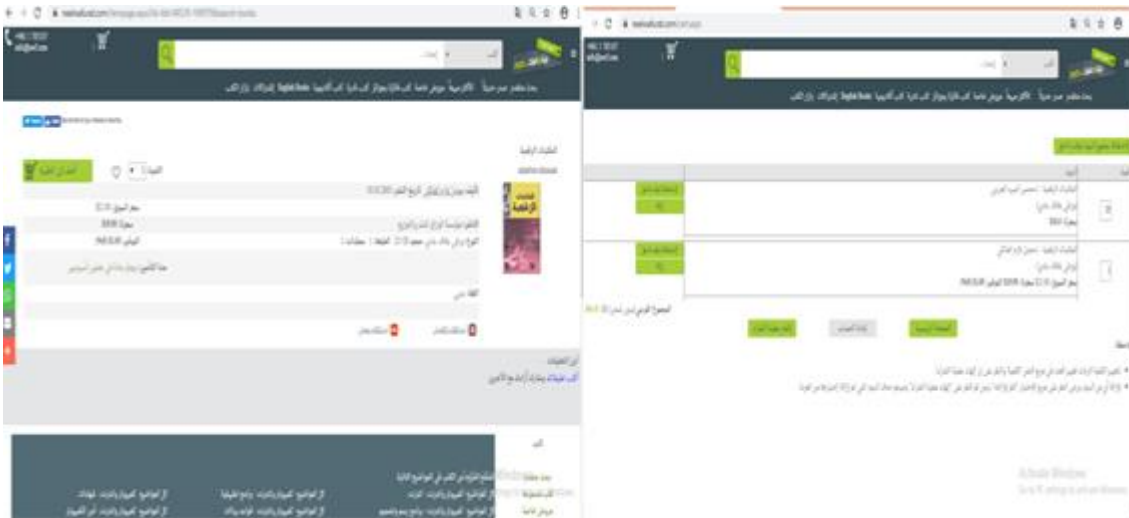
***الواجهة الرئيسية للموقع:** نلاحظ عند الدخول إلى الموقع والانتقال إلى الواجهة الرئيسية له يوجد عدة تقسيمات (كتب و مجلات ودوريات) يختار أخصائي بناء وتنمية المجموعات الكتب ويضع في شريط البحث معلومات الكتاب الذي يريد البحث عنه ،بعد ذلك يقوم الاخصائي بالنقر على أمر البحث فتظهر له قائمة ببليوغرافية بالكتب المتوفرة في المتجر على حسب ما تمّ طلبه من معلومات، كما هو موضح بالشكل رقم (٣٠):



الشكل رقم (٣٠) قائمة ببليوغرافية بالكتب التي تم طلبها من موقع نيل والفرات

عند الضغط على الكتاب الذي تم اختياره يظهر معلومات كاملة عن الكتاب (لكن لا يظهر لنا مستخلص عن الكتاب) وهنا يمكن وضع الكتاب في عربة التسوق أو في قائمة الأمنيات ونلاحظ وجود خيارين اريد الكتاب الكترونيا، أريد الكتاب صوتيا لكن حاليا غير متوفرة هذه الخدمة ومن ثم تظهر قائمة المتابعة امر الشراء كما هو موضح بالشكل رقم (٣١):

^(١٩) رابط موقع نيل والفرات: (<https://www.neelwafurat.com/>)



الشكل رقم (٣١) إجراءات الشراء في موقع نيل والفراة

بعد ذلك تظهر قائمة تحتوي على حقول فرعية تطالب بمعلومات عن المكتبة وطريقة الشحن والدولة التي سيتم الشحن إليها بالإضافة إلى طريقة الدفع التي سيتم الاعتماد عليها .

٦-٢-٣- موقع متجر الكتب العربية^(٢٠):

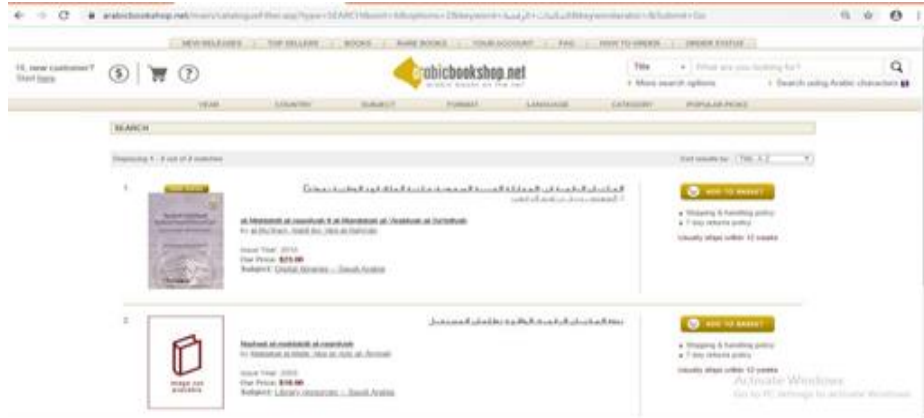
متجر إلكتروني تأسس عام ٢٠٠١ في بيروت وهو موقع متخصص في بيع الكتب العربية والروايات يهتم المتجر بمتابعة كل جديد يصدر عن دور النشر إذ يقوم بتصنيف الكتب الجديدة المنشورة في جميع أنحاء العالم العربي بشكل يومي وسرد العناوين في الصفحة الرئيسية تحت قسم «إصدارات اليوم»، و يحتوي المتجر على قاعدة بيانات رقمية تصل إلى أكثر من ٩٠,٠٠٠ عنوان وحسب مؤسسي الموقع فهم يعملون على جعل موقع ArabBookshop. net من أهم المواقع عربية كذلك يتميز الموقع بالدقة في التصنيفات والتبويب إذ يمكن البحث عن الكتب إما عن طريق الاسم أو اسم الكاتب أو سنة الإصدار أو حتى البلد يرحب الموقع بأي تعليقات مفيدة، تساعد في تطوير المحتوى وإغناء القارئ العربي.

(عاصي، ٢٠١٨)

*الواجهة الرئيسية الموقع متجر الكتب العربية: نلاحظ أن في الواجهة الرئيسية يمكننا تحديد بدقة عن ماذا نبحث فيمكننا تحديد العام أو البلد أو الموضوع أو الصيغة التي نريدها كتاب، CD، صوفي، DVD، أو اللغة وهنا يقوم أخصائي بناء وتنمية المجموعات بالبحث عن الكتاب الذي يريده سواء

^(٢٠) رابط متجر الكتب العربية: (https://www.arabicbookshop.Net)

البحث بالمؤلف أو العنوان أو اللغة أو البلد أو التقييم الدولي المعياري للكتاب ، بعد القيام بالبحث تظهر قائمة ببليوغرافية بالكتب المتوفرة في المتجر وبيانات عن كل كتاب على حدا وسعر كل كتاب، كما هو موضح في الشكل رقم (٣٢):



الشكل (٣٢) قائمة ببليوغرافية بالكتب المتوفرة حسب معلومات البحث على موقع متجر الكتب العربية

ثم يختار الكتاب الذي يريده ويضعه في عربة التسوق، يقوم هنا الأخصائي بتحديد الكمية التي يريدها ومن ثم الضغط على متابعة الشراء كما هو موضح في الشكل رقم (٣٣):



الشكل رقم (٣٣) القيام بإجراءات الشراء في موقع متجر الكتب العربية

عند متابعة إجراءات الشراء تظهر قائمة تحتوي على عدة حقول حتى يقوم بملئها بالمعلومات المطلوبة لمتابعة امر الشراء، وهنا نلاحظ وجود سوريا على قائمة الدول التي يمكن الشحن.

نستنتج مما سبق مايلي:

١- يوجد محرك بحث داخل قاعدة بيانات الناشر المتجر) يتضمن بيانات التسجيلة الببليوغرافية العادية وبيانات أخرى مثل: (طبيعة الكتاب سواء كان جديد أو مستعمل أو كلاهما، شكل الوعاء سواء كان تقليدية أو إلكترونية، لغة الوعاء، تاريخ الوعاء....الخ) في كلا المتاجر العربية والأجنبية.

٢- بعد إدخال بيانات البحث يقدم الناشر قائمة ببليوغرافية بأوعية المعلومات للاطلاع عليها واختيار ما يتناسب مع سياسة بناء وتنمية مجموعات المكتبة وهنا أيضاً في كلا المتاجر العربية والأجنبية لكن نلاحظ وجود مستخلص عن الكتاب في المتاجر الأجنبية لا نراه في المتاجر العربية.

- بعد القيام بعملية الاختيار لأحد الأوعية التي ترغب فيها المكتبة، تظهر نافذة تتيح عدة خيارات الحالة الوعاء جديد، مستعمل والشراء المباشر وتحديد عدد النسخ المطلوبة ومتابعة إجراءات الشراء والدفع عن طريق شبكة الإنترنت (بطاقة الائتمان أو بالطرق التقليدية (الشيك، الحوالة).

٤- أما في حالة عدم الشراء فيمكن لأخصائي بناء وتنمية المجموعات حفظ الوعاء في قائمة مشتريات أو وضعها على لائحة التمنيات، أما في حالة القيام بإتخاذ إجراءات الشراء يقوم النظام بتقديم استمارة لإيفاء البيانات التي سوف يتم عليها الشحن ومن ثم يحدد سرعة الشحن ويعطي ثلاث خيارات للسرعة وهي: (الموعد العادي للشحن، الموعد المعجل، الموعد الأولي السريع) ثم تحدد طريقة الدفع هل عن طريق بطاقات الائتمان، الحوالات البنكية، الشيكات أو النقد، ثم يقوم الناشر أو المورد بشحن المواد المختارة من قبل المكتبة إليها عن طريق البريد العادي بشكل طبيعي غير آلي وذلك في حالة الكتب التقليدية، أما في حالة الكتب الإلكترونية فإنه يقوم بإرسالها عن طريق البريد الإلكتروني للمكتبة هنا بالنسبة للمتاجر الأجنبية.

٥- بالنسبة للمتاجر العربية فإن الأمور تختلف هنا فعند اختيار الكتاب الذي يتناسب مع المكتبة سيتم وضعه في سلة التسوق ومن ثم إتمام عملية الشراء كثيراً وبالضغط على الزر الخاص بالإضافة إلى سلة المشتريات لا يقوم النظام بتحويل المستفيد إلى الخطوات التالية لاستكمال إجراءات الشراء على الخط المباشر في موقع (جملون وموقع نيل والفرات) وهنا يتضح القصور الحادث في مواقع المتاجر الإلكترونية العربية في تطبيق التجارة الإلكترونية ومن ثم تظهر شاشة تطلب من المستفيد إدخال بريده الإلكتروني وكلمة السر الخاصة به، وإذا كان مستفيدة جديدة يطلب النظام منه التسجيل، أما إذا كان مستفيد سبق له التسجيل ونسي كلمة المرور فتوجد إمكانية لمعالجة هذا الأمر وعند الضغط على زر الحساب الجديد، وباستكمال البيانات يتم عمل ملف للمستفيد لدى دار النشر وعند الرغبة في إتمام الشراء الإلكتروني نلاحظ في موقع جملون عدم إدراج كافة الدول العربية على قائمة الدول التي يمكن الشحن إليها (سوريا).

المبحث الثالث

معايير تقويم آلية تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين

تمهيد:

اهتمت دور النشر بإنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت وذلك لإنشاء صلة مع المستفيدين ومؤسسات المعلومات من أجل ترويج مطبوعاتها ومنتجاتها حيث خصصت كل دار نشر قسما خاصا داخلها يختص بتنسيق وتنظيم الأعمال (قسم الويب)، وقد تم تخصيص هذا المبحث للحديث عن مفهوم عملية تقويم المواقع الالكترونية وعرض أهم وأبرز الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت معايير تقويم المواقع الالكترونية بشكل عام ومواقع الناشرين بشكل خاص ومن ثم الخروج بمعايير لتقويم محتوى مواقع الناشرين وذلك كمايلي:

١- مفهوم عملية تقويم المواقع الالكترونية:

تعرف معايير التقويم: بأنها أداة تقيس مدى تحقق أمر ما من عدمه بشكل مفهوم وقابل للقياس للوصول إلى نموذج مقبول وعالي الجودة ، أما بالنسبة لمعايير تقويم المواقع: فيقصد بها الواصفات الكمية والكيفية التي يمكن من خلالها تقويم هذه المواقع على الإنترنت والوقوف على نقاط قوتها لتدعيمها ونقاط ضعفها لمعالجتها. (بركات، ٢٠١٥، ص١٣)

٢- نماذج عربية وأجنبية لتقويم آلية تنظيم وتسويق المواقع الالكترونية بشكل عام ومواقع الناشرين بشكل خاص:

سنتطرق في دراستنا هذه على بعض المقالات واطروحات الماجستير والدكتوراه وكذلك بعض التقارير والأدلة الصادرة عن الهيئات الدولية العربية التي أهتمت بتقويم المواقع الالكترونية بشكل عام ومواقع الناشرين بشكل خاص ، أي أنه سيتم التركيز على عرض بعض وجهات النظر في المعايير الخاصة بتقويم المواقع الالكترونية بشكل عام ومن ثم وجهات النظر الخاصة بتقويم مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت بشكل خاص ، ومن هذه الدراسات والأبحاث مايلي:

قدم الباحثان العمري وعبادات دراسة عام (٢٠١٥) فقد قسموا معايير تقويم المواقع الالكترونية الى ستة مجالات رئيسية وهي: معايير تشغيل الموقع الإلكتروني، ومعايير مظهر الشاشة، ومعايير اللغة، ومعايير التصفح، ومعايير التصميم، ومعايير الدقة والحداثة. (العمري ،و عبادات، ٢٠١٥)

كما قدمت الدكتورة لمى قدورة عام (٢٠١٥) قائمة من المعايير لتقويم المواقع الالكترونية والتي قسمت الى سبعة محاور رئيسية تحت كل محور مجموعة من العناصر الفرعية التابعة له وهي: (المعايير العامة للمواقع الإلكترونية، المعايير المعلوماتية (المحتوى الرقمي) في المواقع الإلكترونية، معايير تنظيم المحتوى الرقمي للمواقع الإلكترونية، معايير قابلية الاستخدام للمواقع الإلكترونية، المعايير الفنية للمواقع الإلكترونية، معايير خدمات المواقع الإلكترونية، معايير مدى دعم المواقع لتطبيقات وأدوات الويب الاجتماعي). (قدورة، ٢٠١٥)

أما دراسة الدكتور أحمد يوسف حافظ أحمد عام (٢٠١٣) لتقويم جودة المواقع الالكترونية فقد قدم قائمة من المعايير مقسمة الى أربعة محاور رئيسية وكل محور يندرج تحته مجموعة من العناصر الفرعية وهي: جودة المحتوى، التصميم، التنظيم والترتيب، سهولة الاستخدام. (أحمد، ٢٠١٣)

أما دراسة الباحث أشرف عوض عام (٢٠١٣) فقد هدفت الدراسة بشكل أساسي لتقويم نجاح المواقع الالكترونية وجودتها وذلك بالاعتماد على مجموعة من الأدوات التي يتم تطويرها باستخدام مجموعة من المحددات والتطبيقات التي تصمم خصيصاً لتحديد مدى نجاح الموقع وهي خمسة معايير أساسية تتفرع عنها مجموعة من البنود الفرعية وهي (تصميم الموقع، سهولة التصفح، السرية وإجراءات الأمان، الاستجابة السريعة، جودة المحتويات). (عوض، ٢٠١٣، ص ٣٦٦)

أما الهيئة الوطنية لخدمات الشبكة في عام (٢٠١٢) قدمت دليلاً لتصميم واستضافة المواقع الحكومية بشكل آمن، ويضم هذا الدليل نقاط متعددة تفيد في عملية إجراء تقويم للمواقع الإلكترونية، وعرض الشروط الواجب توفرها في المواقع الحكومية الإلكترونية ويمكن الاستفادة منها في مجال هذه الدراسة، ومن أهم النقاط التي يتناولها الدليل (بناء الموقع الإلكتروني: من حيث التصميم، المتطلبات العامة في المواقع الإلكترونية، إدارة المحتوى في المواقع الإلكترونية، الإرشادات الخاصة بصياغة المحتوى، بنية المواقع الإلكترونية من حيث سهولة التصفح...، التوصيات الخاصة بأمن المعلومات للموقع).

(قدورة، ٢٠١٥)

قدمت الجمعية الأمريكية لمدارس المكتبيين و هي تابعة لجمعية المكتبات الأمريكية (ALA) قائمة لتقويم مواقع الإنترنت مقسمة الى سبعة محاور أساسية تدرج تحت كل معيار مجموعة من التساؤلات الخاصة

بالمعيار وهي: معلومات عامة حول الموقع، المسؤولية الفكرية، الإبحار، الشكل والتصميم، المحتوى، الأداء، الارتباط بموضوع البحث. (مرزقلال، ٢٠١٠، ص ١١٠)

كما قدمت حكومة دبي الإلكترونية في عام (٢٠١٠) مجموعة من المعايير والإرشادات الخاصة بالمواقع الإلكترونية وقد تم تقسيم هذه المعايير إلى ٣ فئات رئيسية وهي: (الشكل والانطباع العام، محتوى الموقع الإلكتروني، تصميم الموقع الإلكتروني، ويندرج تحت هذه المعايير مجموعة من العناصر الفرعية. (قدورة، ٢٠١٥)

أما دراسة مصطفى والزعي عام (2008) فقد هدفت الى تقويم المواقع الإلكترونية لتسع جامعات أردنية حيث اقترح الباحثان معايير تتكون من خمسة عناصر رئيسية و(٢٣) مؤشراً وهذه المعايير تصلح لتقويم أي موقع الكتروني وهي: المحتوى والتنظيم وسهولة القراءة، والإبحار والروابط، وتصميم واجهة التطبيق، والأداء والفاعلية. (العمرى، وعيادات، ٢٠١٥، ص ٤٠١)

وهكذا تم عرض بعض الدراسات التي تناولت موضوع تقويم المواقع الإلكترونية بشكل عام، أما الآن فسيتم عرض بعض الدراسات التي تناولت تقويم مواقع الناشرين بشكل خاص كما يلي:

أما دراسة الدكتور فهد ساعاتي عام (٢٠١٠) حيث قسم معايير تقويم مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت الى عشرة مجموعات أساسية تضم معايير فرعية بداخلها وهي: (التعريف بالدار والموقع: (يتضمن رسالة الدار وأهداف الدار وسياساتها وهل شعار الدار موجود ام لا، المسؤولية: تحديد المسؤولين عن إدارة الدار واسم المسؤول عن ادار موقع الدار والمسؤول عن تصميم الموقع ووسائل الاتصال بالمسؤولين، بناء وتصميم الموقع: (بساطة التصميم والتنظيم والترتيب المنطقي لمحتويات الموقع، ملائمة خريطة الموقع وبساطة بنائها وتنوع أساليب العرض واتساق الخلفية مع محتوى الموقع وملائمة انواع الخطوط والالوان والاشكال والرسوم، إمكانية الوصول والاستخدام والتصفح: (سهولة اجراءات الدخول الى الموقع وتوافق الموقع مع معظم برامج التصفح وادراج الموقع لأحد محركات البحث المشهورة وسهولة البحث والتنقل بين صفحات الموقع وإمكانية التصفح بأكثر من لغة)، المعلومات المتاحة عن أوعية المعلومات: (هل يقدم الموقع قائمة شاملة بأوعية المعلومات المتاحة، النظام الخاص بترتيب قائمة أوعية المعلومات، قائمة بأحدث اصدارات الدار، الاصدارات المرتقبة والاصدارات التي نفذت طبعاتها)، المحتوى: (مقدرة المحتوى على تحقيق هدف الموقع والترابط والتكامل والصيانة والتحديث لمحتويات الموقع وملائمة محتويات الموقع مع احتياجات

الجمهور المستهدف وخلق الموقع من الأخطاء اللغوية والاملائية)، البحث: إمكانية البحث عن أوعية المعلومات بحث بسيط، أو متقدم، سياسات التسعير لأوعية المعلومات وضوح أساليب دفع قيمة المشتريات وإمكانية الدفع بالبطاقات الائتمانية ..الخ، سياسات الترويج والتسويق، الخدمات الإضافية وأمن المعلومات. (ساعاتي، ٢٠١٠)

أما الباحث ابراهيم مرزقلال عام (٢٠١٠) فقد قسم معايير تقويم مواقع الناشرين الى أربعة معايير أساسية وتندرج تحت كل معيار رئيسي مجموعة من المؤشرات الفرعية وهي: (البيانات الأساسية للمواقع وطريقة التنظيم، المعلومات الأساسية حول مصادر المعلومات وعملية البحث عنها داخل الموقع، خدمات البيع الالكتروني وإجراءات حماية العمل، الخدمات الثانوية التي تقدمها المواقع).

(مرزقلال، ٢٠١٠، ص ١١١-١١٣)

ومن وجهة نظر ثانية فقد قام الدكتور هاشم فرحات سيد و محمود الجندي عام (٢٠٠٦) بتقسيم معايير تقويم مواقع الناشرين الى (٩) معايير أساسية: (معايير خاصة بالموقع، المعلومات الأساسية عن مصادر المعلومات التي تصدرها الدار: هل يقدم قائمة بالمطبوعات الأكثر مبيعا الاحدث اصدارا او يقدم كافة انواع الاصدارات، عروض المصادر: أي هل يقدم الموقع الفرق بين المصادر التي ينشرها هذا الناشر وغيرها من المصادر اي الزاوية التي تناولها المؤلف اي نقاط التميز والتشابه مع الناشرين الاخرين، إمكانيات البحث في الموقع: (بحث بسيط، متقدم، إمكانية البحث في فهارس دور نشر أخرى وتقديم نتائج البحث في قائمة ببليوغرافية، إمكانية استيراد البيانات الببليوغرافية من المواقع الأخرى، مجموعات البيانات أسعار الناشر لمصادر المعلومات، البيانات الببليوغرافية الخاصة بكل مصدر وهل يوجد مستخلص عن هذه المصادر ام لا، المعايير الخاصة بالبيع الالكتروني الخاص بالموقع وسياسة الترويج والتسعير، سرية البيانات: أي البرمجيات التي تضمن أمن وسرية بيانات المستخدمين من بطاقات وعناوين وارقام هواتف، معايير الخدمات السنوية: (ماهي طرق الاتصال بالموقع، هل يوجد تفاعل بين زوار الموقع والمسؤولين، هل يوجد مسابقات وجوائز ومؤتمرات).

(الجندي، وسيد، ٢٠٠٦)

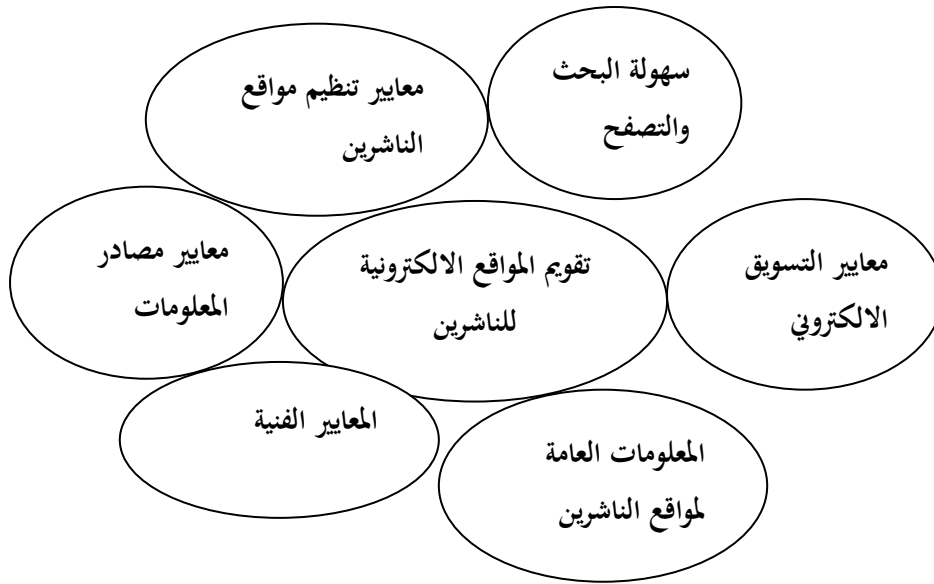
دراسة قامت بها الدكتورة سناء محجوب (١٩٩٩) حيث قسمت معايير تقويم مواقع الناشرين الى ثلاثة معايير أساسية وهي: (بناء الموقع وتصميمه العام: حيث يتم التركيز على مدى توافر اخبار الناشر، وسائل

الجذب بالموقع، مدى سهولة الرموز المستخدمة وحجم الاعلانات الموجودة بالموقع، محتوى الموقع ومجاليه: اي عناصر العرض ومدى توافر الروابط وكيفية الوصول الى الموقع وحق النشر وحدائة الموقع ومدى التميز، قدرة الموقع على العمل : أي سهولة الاستخدام والقدرة على استرجاع المعلومات والتنظيم.

(محبوب، ١٩٩٩)

٣-المعايير المقترحة لتقويم آلية تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين:

بعد استعراض وجهات النظر والدراسات التي تناولت تقويم المواقع الالكترونية بشكل عام ومواقع الناشرين بشكل خاص والمقارنة فيما بينها والاستفادة منها أخيراً تمّ الخروج بمعيار مناسب لدراسة مواقع الناشرين السوريين يتضمن ستة محاور أساسية تم استخلاصها من العديد من الدراسات ذات الصلة وتم تقسيم كل معيار إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية التي ترتبط بكل محور على حدا و التي من خلالها سيتم تقويم مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت وهي:



الشكل رقم (٣٤) معايير تقويم المواقع الالكترونية (من تصميم الباحثة)

٣/١-المحور الأول: معلومات عامة لمواقع الناشرين على الإنترنت: ويتضمن هذا المحور خمسة معايير رئيسية وكل معيار رئيسي ينقسم بدوره إلى عدة معايير فرعية وهي (سهولة الوصول للموقع وتحديثاته ،

تخصص الموقع وفتته، والروابط المتاحة في الموقع، واللغات التي يدعمها الموقع، وأخيراً الخدمات التفاعلية التي يتم تقديمها من خلال الموقع).

٢/٣- المحور الثاني: المعايير الفنية الخاصة بمواقع الناشرين على الإنترنت: ويشمل المعايير التي تتناول جميع المعلومات التي تخص الموقع من ناحية الجاذبية والابتكار في التصميم وأن تكون الصور المستخدمة ملائمة لطبيعة الموقع وضرورة التوازن في توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة، وأن يتم استخدام نظام ألوان متناسق.

٣/٣- المحور الثالث: معايير آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين: وهو من أهم معايير التقييم وقد تم تقسيم هذا المحور الى اربعة معايير رئيسية وكل معيار ينقسم بدوره الى عدة معايير فرعية وهي (معايير خاصة بنظام الفهرسة (الميتاداتا) الخاصة بالموقع ، معايير خاصة بنظام التصنيف المتبع، ومعايير خاصة بنظام تكشيف يتلاءم مع طبيعة الموقع حيث يتوفر فيه ، معايير خاصة بنظام الاستخلاص المعتمد في الموقع).

٤/٣- المحور الرابع: معايير التسويق الالكتروني في مواقع الناشرين: تناولت الباحثة في هذا المحور أربعة معايير أساسية وهي (معايير خاصة بتسويق المحتوى الرقمي المتاح عبر الموقع ،و معايير خاصة بالمستفيدين اللذين يتم التعامل معهم في الموقع، معايير خاصة بالبيع والشراء الالكتروني في الموقع، ومعايير التطوير التقني وعمليات الحماية والقياس في الموقع).

٥/٣- المحور الخامس: سهولة البحث و التصفح في مواقع الناشرين على الإنترنت: ويشمل معيارين أساسيين وهما (إمكانات البحث المتاحة في مواقع الناشرين، و سهولة التصفح في مواقع الناشرين: وهي بدورها تنقسم الى مجموعة من المعايير الفرعية حتى نستطيع تكوين صورة كاملة وشاملة عن المواقع عينة الدراسة، وللوقوف على تفاصيل نموذج الاختبار لتقييم مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت انظر الى الملحق رقم (٣).

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل تم الحديث عن تنظيم المحتوى في البيئة التقليدية وكيفية التطور إلى البيئة الالكترونية وذلك من خلال عرض العمليات والأدوات التي تستخدم في البيئتين التقليدية والالكترونية، وتوصلنا إلى أن العمليات التي تستخدم في البيئة التقليدية هي نفس العمليات التي تستخدم في البيئة الالكترونية لكن بشكل متطور ومحدث ويتلاءم مع البيئة الالكترونية وتطوراتها وتطورات الويب وبشكل يتلاءم للسيطرة على الكم والفيض الهائل من المعلومات الموجود على شبكة الإنترنت.

أما بالنسبة للمبحث الثاني فقد تم تخصيصه الثاني للتسويق الالكتروني حيث وجدنا إنه تمت الاستفادة من المزايا التي تقدمها شبكة الإنترنت في تطوير استراتيجية التسويق وتحقيق الأهداف المرجوة منه وإشباع حاجات ورغبات المستفيدين والوصول لهم بوقت أقل وبشكل أسرع، وأن أدوات التزويد الإلكتروني تعتمد بالضرورة على أداتين أساسيتين لإتمام عملية التزويد بالشكل الإلكتروني وهم (النظم الآلية، وشبكة الإنترنت)، أما فيما يتعلق باستخدام النقود الالكترونية في سوريا فلا زالت سوريا في البدايات، وأول هذه الاستخدامات كان إدخال بطاقة الفيزا كارد عبر بعض المصارف المتخصصة مثل المصرف العقاري والمصرف التجاري وحاليا قد قامت الشركة السورية للمدفوعات الالكترونية بإطلاق خدمات الدفع الالكتروني لفواتير الهاتف الثابت والكهرباء بدمشق وريفها وجميع رسوم خدمات مديريات النقل بالمحافظات وذلك من خلال ربط مصدري الفواتير ومتقاضي الرسوم من جهة والمصارف العاملة من جهة أخرى ، أما بالنسبة للمتاجر العربية للكتب فقد نجحت بعض المواقع في تطبيق نظام التجارة الإلكترونية كما مواقع المتاجر الأجنبية ولكن بطريقة تلائم البيئة العربية، وأخيرا خصصنا المبحث الثالث لمعايير التقويم التي سيتم الاعتماد عليها لتقويم مواقع الناشرين السوريين عينة الدراسة والتي توصلنا إليها بعد عرض مجموعة من الدراسات التي تناولت معايير تقويم المواقع الالكترونية بشكل عام ومواقع الناشرين بشكل خاص .

الفصل الثالث

تقويم مواقع الناشرين السوريين على الإنترنت

مقدمة

المبحث الأول- دور النشر في سوريا

تمهيد

١ - تأثير الأزمات (الأزمة السورية ،أزمة كورونا) على دور النشر السورية ومواقعها

٢-أهم دور النشر السوريّة ومواقعها

المبحث الثاني -تقويم مواقع الناشرين السوريين على الإنترنت

تمهيد

١-المحور الأول : معلومات عامة لمواقع الناشرين على الإنترنت

٢ - المحور الثاني: المعايير الفنية الخاصة بمواقع الناشرين على الإنترنت

٣-المحور الثالث: معايير آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين

٤ - المحور الرابع: معايير التسويق الالكتروني في مواقع الناشرين

٥ - المحور الخامس: سهولة البحث و التصفح في مواقع الناشرين على الإنترنت

٦ - التقويم العام لمواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت.

المبحث الثالث - الفئات المستفيدة من مواقع الناشرين السوريين

تمهيد

١ - الأفراد: (عرض لموقع رفوف)

٢ - مؤسسات المعلومات (عرض مدى إفادة مكتبات وزارة الثقافة السورية في عملية التزويد من مواقع الناشرين السوريين)

خلاصة الفصل.

الفصل الثالث

تقويم مواقع الناشرين السوريين على الإنترنت

مقدمة:

تعرف مواقع الناشرين على الإنترنت بأنها مجموعة الصفحات الالكترونية المرتبطة مع بعضها البعض والمصممة وفق معايير محددة والتي تظهر فيها مصادر المعلومات التي تنتجها الدار سواء المصادر الحديثة أو المصادر التي ماتزال تحت الطبع والمصادر الأكثر طلباً أو مبيعاً (إذا كان الموقع يهدف الى الربح المادي) وتكون تابعة لشخص أو هيئة (الناشر) ويكون مسؤولاً عنها وعن تحديثها بشكل منتظم وعن إدارتها وهنا في هذا الفصل سيتم التركيز على دور النشر السورية ووضعها خلال الأزمة التي مرت وماتزال تمر بها البلاد وأهم هذه الدور والأساليب التي يتم الاعتماد عليها في التنظيم والتسويق لمواقعها على النحو الآتي:

المبحث الأول: دور النشر في سوريا

تمهيد:

مما لا شك فيه أن الأزمة التي تمر بها البلاد أرخت بكاهلها على العديد من الأنشطة الثقافية كغيرها من الفعاليات الاقتصادية والاجتماعية والفكرية، ولكن هناك أموراً ومواضيع لا بدّ من تقديم كامل الدعم المادي والمعنوي لها، ففي زمن بتنا نرى فيه كيف تحولت الثقافة السورية الجامعة لكل السوريين إلى حالات ثقافية انتقائية لا تعكس بشكل أو بآخر إلا الشيء اليسير من تطلعات القارئ السوري الذي صار اهتمامه موجهاً نحو معرفة أسباب وجذور الأزمة التي يعيش تحت وطأتها. (فوزي، ٢٠١٥)

وهنا في هذا المبحث سنتحدث بالتفصيل عن تأثير الأزمة السورية على دور النشر وأهم دور النشر الموجودة في سوريا وذلك كما يلي:

١- تأثير الأزمات (الأزمة السورية، أزمة كورونا) على دور النشر السورية ومواقعها:

تجتمع العديد من المصادر المهمة بالشأن الثقافي السوري بأنّ حركة نشر الكتاب التي كانت نشطة قبل الأزمة السورية أصابها نوع من الجمود، حيث كان يوجد أكثر من ألف دار نشر في سوريا منها (٢٠٠) دار نشر منتسبة لاتحاد الناشرين السوريين والباقي ما بين مرخص بشكل رسمي أو يعمل دون ترخيص، ومع بداية الأزمة السورية أغلقت المئات من هذه الدور أبوابها وانكفأت عن النشر، خاصة وأنّ معظم مطابع هذه الدور توجد في مناطق الريف الدمشقي الذي كان يشهد معارك يومية، وقد أبرز الأستاذ هيثم حافظ

(٢١)، بأن مهنة دور النشر كانت من أكثر المهن تأثراً بالأزمة التي تعرضت لها البلاد على صعيد العمل داخل سوريا، لكن على صعيد الكتاب السوري ما زال الكتاب السوري موجوداً وبشكل فاعل في المعارض والأسواق العربية بشكل جيّد، فهو يعتبر من أهم الكتب العربية من حيث جودة المحتوى، وقد احتضنت الدول المجاورة الناشرين السوريين بشكل كبير مثل لبنان ومصر والإمارات العربية المتحدة والجزائر، وهي أمكنة للطباعة وليست ناشرة أي تطبع فقط كتب الناشر السوري وأغلب دور النشر أٌبقت على مكاتبها بدمشق تستقبل الكتاب وتحرر الكتاب وتنظمه وتدقّقه وتحقّقه وتجهّزه للطباعة الذي يكون خارج سوريا .

وقد تسببت الأزمة السورية بزيادة أسعار الكتب عشرات المرات فالكتاب الذي كان يكلف ٢٠٠ ليرة سورية قبل الأزمة وصل سعره في ظل الأزمة إلى ٢٠٠٠ ليرة، أما أسعار المجلدات فجنحت نحو الأقصى ولهذا لا يجازف صاحب المكتبة بشراء أكثر من (٥) نسخ لكل عنوان وينتظر بيعها ليشتري أخرى.

أما بالنسبة للمشاركة في معارض الكتب العربية أصبحت بمثابة القشة التي تنقذ دور النشر من الغرق وتساعدتها للتعويض عن الخسارة المالية التي لحقت بهم، وقد كانت إحدى نتائج الأزمة المستمرة تدمير عدد كبير من المراكز الثقافية التي كانت تحتوي آلاف من الكتب، ومن المكتبات الخاصة ومن مستودعات الكتب واللوازم الطباعية، هذا غير سرقة وتحويل آلاف المخطوطات التراثية النادرة والقديمة، كما حدث في مدينة حلب، وبالتالي يكون الفكر والثقافة والتعليم، قد دفعوا أثمناً باهظة في هذه الحرب المستمرة منذ سنوات.

(عدرة، ٢٠١٩)

أما بالنسبة لآلية ضبط حقوق الملكية فإنه إلى الوقت الحالي لا يوجد في وزارة الثقافة آلية لضبط حقوق الملكية سواء بالنسبة إلى دار النشر وهنا نقصد الهيئة، أو بالنسبة إلى الكاتب أو المترجم، وفي العموم لا تزال الآلية المتبعة تسير وفقاً للعرف الذي وُضع مع تأسيس الهيئة أي في العام ٢٠٠٧، إذ يقوم المترجم أو المؤلف بتقديم كتابه المؤلف أو المترجم في ديوان الهيئة بنسختين ورقيتين من الكتاب ونسخة إلكترونية. ويقوم بملء استمارة يُسأل فيها عن وضع الكتاب، أي إن كان مترجماً سابقاً أو مؤلفاً ومنشوراً في دار نشر أخرى. وغالباً ما تتم الإجابة بالتّفي، ثم يحوّل هذا المخطوط (الكتاب) إلى قارئ يقوم بعملية التقويم إيجاباً أو سلباً، ليُرسل الكتاب من ثم إلى المطبعة ويتم التنازل الكامل عن المخطوط من المؤلف أو المترجم إلى الهيئة لمدة خمسة أعوام عبر إقرار التنازل، هنا الهيئة السورية للكتاب تتعامل مع هذا التنازل على أنّ المترجم هو صاحب الكتاب أو صاحب الحق في ترجمته، وبالتالي فإنها بذلك تحمي نفسها من أية محاكمة يمكن أن ترفعها عليها دار نشر ترجمت كتاباً ما وحصلت على حقوق نشره، فبالنسبة إلى الهيئة، المترجم هو الذي يملك الكتاب وبالتالي فهي تشتريه منه.

(اسماعيل، ٢٠١٩)

(٢١)- الأستاذ هيثم حافظ، رئيس اتحاد الناشرين السوريين وصاحب دار الحافظ للنشر.

وفي عام ٢٠١٩ قامت ندوة صناعة الكتاب في سورية حيث أكدت على أهمية الكتاب وضرورة تطوير صناعته ودور الهيئة العامة السورية للكتاب ودور النشر الخاصة في صناعة الكتاب الورقي والالكتروني.

(حمود، ٢٠١٩)

أما بالنسبة لأزمة كورونا فلا بد من الإشارة إلى الندوة التي عقدت في ٢ أيار/ مايو ٢٠٢٠ عن التحديات الخاصة التي يواجهها الناشرون العرب ومن بينهم الناشرون السوريون وخصوصاً في ظل أزمة كورونا، حيث أشار الناشرون المشاركون في الندوة إلى أنّ إلغاء معارض الكتب الإقليمية والدولية منذ أوائل آذار عام ٢٠٢٠ شكل تحدياً رئيسياً حيث تمّ إلغاء معرض لندن للكتاب الضخم وكذلك إلغاء معرض البحرين الدولي للكتاب وكذلك معرضي الرياض وأبو ظبي كما تم إلغاء أو تأجيل معارض الكتب المتخصصة والإقليمية، لكن أزمة دور النشر موجودة قبل الوباء، لكنها تفاقمّت في ظلّ الوباء، حيث توقفت المبيعات تماماً، وتوقفت الطباعة والنشر، وألغيت جميع معارض الكتب، وهنا ازداد الاهتمام بالمواقع الالكترونية التابعة لهذه الدور .

(كويلي، ٢٠٢٠)

٢-أهم دور النشر السورية ومواقعها:

كما تحدثنا في الفقرة السابقة إنه كان في سوريا دور نشر متميزة في عملها لكن وبسبب الأزمة التي مرّت بها سوريا هاجر قسم منها ، والقسم الآخر أوقف عمله ، والبعض الآخر ما يزال يعمل الى الوقت الحالي .

(اتحاد الناشرين السوريين، ٢٠٢٠)

ونحن هنا سنذكر دور النشر(عينة الدراسة) التي مازال قائمة على رأس عملها في سوريا والتي تعنى بالكتاب ونشره والتي قمنا بإجراء مقابلات مع القائمين على إدارة مواقعها الالكترونية ملحق رقم (١) وهي (١٢)دار نشر وقد أستبعد دار مؤسسة الرسالة ناشرون بلا حدود ودار منار للكتاب لاعتذارهم عن الإجابة على استفسارات المقابلة الخاصة بالقائمين على المواقع في الدار .

٢-١- دار الفكر: تأسست عام ١٩٥٧ ميلادي ، تفرعت منها عدة شركات، وتهتم بثقافة الكبار وأطفالهم، وتعمل على منح الجائزة السنوية للقصة والرواية ، وتكريم الكتاب والمبدعين والقراء سنوياً، وتوفر الوصول إلى الكتاب من خلال خدمات التسليم السريع وبيع الكتب على الإنترنت ،يوجد لدى دار الفكر فروع في (سوريا ،لبنان الإمارات العربية المتحدة) ، ويملك دار الفكر موقع قديم تم إنشاؤه في عام ٢٠٠٠ لكنه توقف عن العمل وتم إنشاء موقع الكتروني حديث يتماشى مع التطورات الحديثة في عام ٢٠١٤ وتم

إدارته من دمشق، وتتم استضافة الموقع الالكتروني من قبل (شركة جودادي) وتتم برمجة الموقع وصيانته من قبل شركة جيوبوكس الحرة ويتم تحديث الموقع كل فترة .

أما بالنسبة لمجال التغطية فيعمل الموقع على تغطية الموضوعات المختلفة ولكافة اصدارات الدار ، ويتم تحديث القوائم التي تنشر عبر الموقع من قسم المبيعات ومن ثم ارسالها الى المدير الفني للموقع ويتم الاعتماد على أدوات التنظيم التقليدية وخطة تصنيف ديوي العشري الطبعة (١١) المعدلة بالإضافة الى أنه يتم إعطاء كل مصدر كتاب رقم اصطلاحي خاص بدار الفكر وكذلك التقييم الدولي الموحد لكل كتاب ويتم ذكر بيانات المؤلف والعنوان وملخص صغير لا يتعدى ثلاثة أسطر (أي لا يمكن أن نقول بأنه مستخلص وذلك لعدم توفر شروط المستخلص عليه) وكلمة الغلاف وتاريخ النشر والطبعة والوزن لكل كتاب ، أما بالنسبة للبيع الالكتروني فقد أصبح غير فعال بسبب الحظر والعقوبات على سوريا فأصبح البيع الالكتروني داخل سوريا عبارة عن تواصل المستفيد عبر الموقع أو صفحات وسائل التواصل الاجتماعي وشحن الكتاب المطلوب الى المحافظة المعنية عبر شركات الشحن بالإضافة الى أنهم كانوا يتعاملون مع شركة أطلب وهذه الشركة هي المسؤولة عن توصيل الكتاب الى المستفيد المطلوب وهي المسؤولة عن توصيل ثمن الكتاب الى الدار بالتعاون مع قسم المبيعات وهنا تختلف أسعار مصادر المعلومات للمكتبات عن الأفراد وكذلك بين المكتبات نفسها فالمكتبات الأكثر شراءً لها خصومات وهدايا وهذا في الوقت الحالي قد توقف ، أما خارج سوريا فيوجد وكلاء للدار (مكتبات في مختلف البلدان العربية ومتاجر الكترونية أهمها النيل والفرات، جملون، المنهل ، أمازون) وهم المسؤولون عن ذلك ، و يستطيع المستفيدين التواصل مع القائمين على الموقع من خلال البريد الالكتروني والهاتف وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع ويتم إدارة ومراجعة وصيانة صفحات الموقع من قبل فريق متكامل حسب كل مهمته فالتحديثات يقوم فيها المدير الفني للموقع وهو الأستاذ (عبد الرؤوف خلف) أما المسؤول عن تنظيم المحتوى فهو قسم البرمجة وأخيرا المسؤول عن الحماية للموقع هو جهة الاستضافة الخاصة بالموقع، ويتم تقديم آخر أخبار الدار والقوائم الحديثة من خلال الموقع الالكتروني ، وأخيرا أفادنا الدكتور نزار أباطة بأن لدار الفكر كان يوجد تطبيق يمكن تحميله عبر الهواتف المحمولة بإسم تطبيق الفكر يمكن تحميله من خلال جوجل بلاي وآبل ستوري في عام ٢٠١٤ وانتهى العمل فيه في عام ٢٠١٦ لكن بسبب الحصار على سوريا تم توقف هذا التطبيق ولم يسمح بتحميله من خلال المتجرين المذكورين سابقاً. (٢٢)

٢-٢-٢- دار الحافظ: تأسست دار الحافظ للنشر عام (١٩٩٣) واتخذت من دمشق مقراً لها ، ومنذ بداية نشوئها وضعت نصب عينيها خدمة المجتمع العربي في شتى مجالات العلم والمعرفة ، واستمر ذلك المشروع

(٢٢) - مقابلة مع نزار أباطة ، محسن رمضان ، بسام المطعم ، عبد الرؤوف خلف.

بالنمو والتطور إلى أن اتخذت تلك السفينة المبحرة في عالم الثقافة وميادين العلم اتجاهها متخصصاً حيث أصبحت متخصصة في مجال النشر الورقي والالكتروني في كل ما يخص الطفل، ويملك دار الحافظ موقع الكتروني خاص بالدار أنشئ في عام (٢٠١٧) وتتم إدارة الموقع من داخل سوريا على الرغم من وجود فروع أخرى للدار في كل من (الإمارات، الكويت، مصر، الجزائر)، وتتم الاستضافة من قبل سيريانوبلز وهو سيرفير خاص ويتم تحديث الموقع كل فترة .

أما بالنسبة لمجال التغطية فيعمل الموقع على تغطية متخصصة في كل ما يخصّ الطفل ولكافة إصدارات الدار، ويتم تحديث القوائم التي تنشر عبر الموقع من قبل المدير الفني للموقع ويتم الاعتماد على نظم تصنيف محلية لتنظيم محتوى الموقع ويتم ذكر بيانات المؤلف والعنوان وملخص صغير لا يتعدى ثلاثة أسطر (أي لا يمكن أن نقول بأنه مستخلص وذلك لعدم توفر شروط المستخلص عليه)، وصورة الغلاف، أما بالنسبة للبيع الالكتروني فأصبح داخل سوريا عبارة عن تواصل المستفيد عبر الموقع أو صفحات وسائل التواصل الاجتماعي وشحن الكتاب المطلوب الى المحافظة المعنية عبر شركات الشحن كشركة القدموس مثلاً بالإضافة الى أنهم كانوا يتعاملون مع عميل هو من يقوم بهذه المسؤولية وهذا العميل هو المسؤول عن توصيل الكتاب الى المستفيد المطلوب وهو المسؤول بالتعاون مع شركات الشحن عن توصيل ثمن الكتاب إلى الدار بالتعاون مع قسم المبيعات الخاص بالدار، أما خارج سوريا فيتم التعامل مع متجر النيل والفرات لعرض وبيع إصدارات الدار، و يستطيع المستفيدين التواصل مع القائمين على الموقع من خلال الهاتف والبريد العادي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع وهنا لابدّ للتنويه أنّ الصفحات الاجتماعية للموقع الالكتروني لا يوجد لها ارتباط على الموقع، ويتم إدارة ومراجعة وصيانة صفحات الموقع من قبل المدير الفني للموقع، أما المسؤول عن تنظيم المحتوى فهو قسم البرمجة وأخيراً المسؤول عن الحماية للموقع هو جهة الاستضافة الخاصة بالموقع، ويتم تقديم آخر أخبار الدار والقوائم الحديثة من خلال الموقع الالكتروني، وأخيراً أفادنا الأستاذ هيثم حافظ بأنه سيتم افتتاح مكتب للتسويق الرقمي خلال الشهرين القادمين مهمته فقط شحن مصادر المعلومات داخل سوريا وخارجها. (٢٣)

٢-٣- دار الرّواد : بدأت الدار نشاطها عام ١٩٨٦ م، وقد كانت بدايةً مكتبة مُستقلّة تضع نصب عينيها أبعاد هذا العمل ذي الرسالة السامية، لذا قرّرت في عام ٢٠٠٥ م التطوير إلى مجال النشر فحصلت على ترخيص دار نشر عام ٢٠٠٦ م، يقدم موقع الدار على شبكة الإنترنت العديد من الخدمات ويُسهّل على القراءة والباحثين المؤلفين التواصل مع الدار، وتملك الدار فرع خاص يُصنّع ويوزع قواعد للمصحف الشريف بأحجام وقياسات مختلفة، تشارك الدار في جميع المعارض المحلية والعربية وبعض المعارض

(٢٣) - مقابلة مع هيثم حافظ.

الدوليات، تملك الدار موقع الكتروني خاص بها تمّ إنشاؤه في عام ٢٠٠٩ وتمّ إدارته من داخل سوريا وتم استضافته من قبل شركة برمجة خاصة وهي المسؤولة عن برمجته وتحديثه وصيانته (سيريا نوبلز). أما بالنسبة لمجال التغطية فيعمل الموقع على تغطية الموضوعات المختلفة ، ويتم تحديث القوائم التي تنشر عبر الموقع من قبل إدارة الدار ويتم الاعتماد على أدوات التنظيم التقليدية وخطة تصنيف ديوي العشري ، ويتم ذكر بيانات المؤلف والعنوان وصورة الغلاف وعدد الصفحات والناشر والمستخلص والطبعة والسعر ومعلومات أخرى (يوجد CD مرفق مع الكتاب مثلاً) لكل كتاب ، أما بالنسبة للبيع الالكتروني فهو غير فعال سواء داخل سوريا أو خارجها ويتم البيع فقط عن طريق الموزعون والوكلاء والمندوبين على الرغم من توفر سلة الشراء ونماذج الشراء على الموقع وكذلك التعاون مع المتجر الالكتروني النيل والفرات لعرض وبيع مصادر المعلومات ، ويستطيع المستفيدين التواصل مع القائمين على الموقع من خلال البريد الالكتروني والهاتف والجوال وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع ويتم إدارة ومراجعة وصيانة صفحات الموقع من قبل إدارة الدار (٢٤).

٢-٤- دار ابن كثير للطباعة والنشر: هي دار نشر عربية تأسست بمدينة دمشق في سوريا عام ١٩٨٣م، وحصلت على رخصة دار نشر من وزارة الإعلام بالجمهورية العربية السورية عام ١٩٨٦م، وهي عضو في اتحاد الناشرين السوريين افتتحت الدار فرعاً رئيسياً في لبنان بيروت عام ١٩٩٤م، وأصبحت عضو في نقابة الناشرين اللبنانيين ، وكذلك الدار عضو في اتحاد الناشرين العرب منذ تأسيسها، تعاملت الدار مع كبار المؤلفين والباحثين والمحققين والإعلاميين، و يوجد لدى دار ابن كثير للطباعة والنشر موقع الكتروني تمّ إنشاؤه في عام ٢٠٠٨ لكنه لم يتم الحصول على ترخيص من مديرية التراخيص في وزارة الإعلام على الرغم من أنّ إدارته تتم من داخل سوريا ، وتمّ تصميم الموقع الالكتروني وبرمجته وتحديثه وصيانته واستضافته من قبل شركة (Ten-net).

أما بالنسبة لمجال التغطية فيعمل الموقع على تغطية متخصصة بالقران الكريم وعلومه والتاريخ الاسلامي وكتب تفسير القرآن والحديث النبوي الشريف وعلوم اللغة العربية، والكتب الثقافية، وبعض قصص الأطفال، ويتم تحديث القوائم التي تنشر عبر الموقع من قبل إدارة الموقع ويتم الاعتماد على أدوات التنظيم التقليدية وخطة تصنيف محلية تتلاءم مع احتياجات الموقع وكذلك يتمّ ذكر بيانات المؤلف والعنوان ورقم الطبعة وتاريخ النشر والقياس والورق وألوان الطباعة والتجليد وعدد الصفحات والوزن والسعر ونبذة عن الكتاب لكل مصدر معلومات ، أما بالنسبة للبيع الالكتروني فهو غير فعال عن طريق الموقع بل يتم عرض الإصدارات من خلال متجر نيل والفرات وبالإمكان المستفيدين (أفراد ، مكتبات) الشراء من المتجر ، و

(٢٤) - مقابلة مع قاسم التراس.

يستطيع المستفيدين التواصل مع القائمين على الموقع من خلال البريد الالكتروني والهاتف وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع وتتم إدارة ومراجعة وصيانة صفحات الموقع من قبل إدارة الموقع أما بالنسبة لحماية الموقع فتتم من قبل شركة (Ten-net).^(٢٥)

٢-٥-دار النوادر : تأسست دار النوادر في سوريا عام ٢٠٠٦، وبدأ عملها الفعلي في تلك السنة كمؤسسة فردية أولاً، ثم كشركة ذات مسؤولية محدودة في لبنان عام ٢٠٠٨، ثم في الكويت عام ٢٠٠٨، ثم في تونس 2012 م، تتواجد إصداراتها في أكثر من (٢٥) دولة في العالم، وشاركت في أكثر من (١٠٠) معرض دولي متخصص في الكتاب وبلغ عدد كتبها أكثر من (٢٠٠) كتاب، تملك دار النوادر موقع الكتروني تم إنشاؤه في عام (٢٠٠٨)، وتتم استضافة الموقع الالكتروني وإدارته من قبل شركة خارج سوريا وتتم إدارته وبرمجته وتحديثه وصيانته من قبل موظفين متخصصين في إدارة الدار نفسها في لبنان.

أما بالنسبة لمجال التغطية فيعمل الموقع على تغطية الموضوعات المختلفة ولكافة إصدارات الدار، ويتم تحديث القوائم التي تنشر عبر الموقع من قبل المدير الفني للموقع ويتم الاعتماد على أدوات التنظيم التقليدية وخطة تصنيف ديوي العشري، ويتم ذكر بيانات المؤلف والعنوان والناشر وعنوان الناشر وسنة النشر ورقم الطبعة ونوع الورق وقياس الورق التقييم الدولي الموحد للكتاب وصورة الغلاف لكن لا يوجد مستخلص عن الكتاب، أما بالنسبة للبيع الالكتروني فهو غير فعال عبر الموقع الالكتروني داخل سوريا وخارجها مع العلم إن أسعار مصادر المعلومات متوفرة عبر الموقع لكن لا يتوفر الشراء عبره، ويستطيع المستفيدين التواصل مع القائمين على الموقع من خلال البريد الالكتروني والهاتف والفاكس وصندوق البريد وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع ويتم إدارة ومراجعة وصيانة صفحات الموقع من قبل إدارة النشر.^(٢٦)

٢-٦-دار الخير : تأسست دار الخير عام (١٩٨٥) على يد الأستاذ علي عبد الحميد أبو الخير عنايتها الأولى كتاب الله القرآن الكريم ثم الدراسات والعلوم المتعلقة بهذا الكتاب الكريم مع التراث الإسلامي والإنساني والأدبي والعلمي والأخلاقي، والقرآن الكريم بكل قياساته وألوانه محل عناية الدار ثم مصحف معلم التجويد، المصحف الذي يوضح بالتعليم المباشر من خلال كل صفحة تعليم حكم تجويد للقارئ المبتدئ مع إعطاء قاعدة الحكم التجويدي ثم تم تقديم معجماً للباحثين في ذيل هذا العمل ومعجماً للمواضيع القرآنية بشكل عام ومواضيع السور بشكل خاص وملك دار الخير موقع الكتروني خاص بالدار أنشئ في عام (٢٠١٥) وتتم إدارة الموقع من داخل سوريا ويوجد فرع آخر للدار يوجد في لبنان بيروت، وتتم الاستضافة من قبل شركة سمو بدمشق ويتم تحديث الموقع كل فترة .

(٢٥) - مقابلة مع مالك مستو.

(٢٦) - مقابلة مع نور الدين طالب.

أما بالنسبة لمجال التغطية فيعمل الموقع على تغطية متخصصة في كل ما يخص القرآن الكريم وعلومه ولكافة إصدارات الدار ، ويتم تحديث القوائم التي تنشر عبر الموقع من قبل المدير الفني للموقع ويتم تنظيم الكتب حسب الموضوع وحسب حروف المعجم ، إضافة إلى اسم المؤلف ، والمحق وذلك بالاعتماد على نظم تصنيف محلية لتنظيم محتوى الموقع ويتم ذكر بيانات المؤلف والعنوان ، القياس ، ونوعية الورق ، وعدد الألوان المطبوعة والسعر والوزن وكلمة خاصة للتعريف بالكتاب لا تقل عن سطرين وتاريخ النشر وصورة الغلاف ، أما بالنسبة للبيع الإلكتروني فأصبح داخل سوريا عبارة عن تواصل المستفيد عبر الموقع أو صفحات وسائل التواصل الاجتماعي وشحن الكتاب المطلوب إلى المحافظة المعنية عبر شركات الشحن ، أما خارج سوريا فتتم أعمال الشحن لأية جهة في العالم براً وبحراً وجواً حسب رغبة المستفيد وذلك بالتعاون مع بنك العربي في بيروت وذلك بالاعتماد على النظام الآلي المتكامل (الأفق) ومن الجدير بالذكر أنّ نظام الأفق يعتبر من نظم المكتبات الآلية المتكاملة المفتوحة والتي تغطي جميع العمليات الفنية الإدارية الداخلة ضمن أعمال المكتبة ، فيجمع بين الخصائص الوظيفية المتطورة والمرونة والسهولة بأن واحد و متوافق بدرجة عالية مع احتياجات المكتبات الجامعية ، وكذلك العامة والخاصة ، ويدعم تكتلات المكتبات التي أصبحت حاجة ملحة ، ضمن الظروف الحالية التي تعيشها المكتبات وهو مصمم بشكل مجموعة من الأنظمة الفرعية المترابطة ، والمتكاملة فيما بينها ، كما هو مبين في الشكل التالي:



الشكل رقم (٣٥) الواجهة الرئيسية لنظام الأفق

تتبادل هذه الأنظمة الفرعية المعلومات فيما بينها بحرية تامة ، لذلك المكتبة التي تعتمد نظام الأفق ليست بحاجة لتوفير قواعد بيانات مخصصة للوظائف المتنوعة للنظام ، أو تكرار المهام أما بالنسبة لبيئة التشغيل فهي تمتاز بالسهولة والكفاءة إذ تحمل تطبيقات النظام ، ووظائفه تظهر في نافذة على سطح المكتب ، وتلغي الحاجة لفتح أو إغلاق التطبيقات في أماكن مختلفة من جهاز المستخدم ، وكذلك فإن النظام مزود ببرنامج يساعد على استيراد بيانات المستعيرين من أي قاعدة بيانات إلى قاعدة بيانات نظام الأفق وهذا يفيد

المكتبات الجامعية التي تخزن المعلومات في قاعدة بيانات إدارية ويمكنها من استيراد معلومات الطلاب أو الإضافة أو الحذف والقدرة على حصر مقتنيات المكتبات و إعادة ترتيب المواد في أماكنها الصحيحة داخل المكتبة من خلال حصر الأوعية المفقودة والمبعثرة و يمكن تخزين التسجيلات باللغة العربية واسترجاعها، فضلا عن توفر مجموعة من البرامج المساعدة الإضافية للتعامل مع بعض خصائص اللغة العربية مثل :الألف واللام (ال) وبعض البادئات، بالإضافة لتوفير قاعدة بيانات واحدة مشتركة (ثنائية اللغة).

(جبارة، ٢٠١٤، ص٤)

أما بالنسبة للنظام الفرعي للتزويد : يغطي النظام جميع إجراءات الوظائف الإدارية والمالية والبيبليوغرافية المرتبطة بتزويد المواد، إضافة للإجراءات التعامل مع الموردين وأساليب الشراء والشحن والاستلام والدفع المتفق عليها بين المكتبة والمورد وغيرها من الوظائف، مع إتاحة النظام الإجراءات المرتبطة بالاعتمادات المالية وربط الفهرس المتاح على الخط المباشر بالنظام للتعرف إلى المواد المطلوبة، كما يتيح من خلال النظام استخدام أدلة الناشرين والكشافات المتاحة على الخط المباشر ، بالإضافة إلى أنه يمتلك بروتوكولات للقيام بالتجارة الالكترونية يتيح إمكانية البحث في عدة حقول المؤلف والعنوان / كلمات مفتاحية الموضوع من خلال قوائم ثنائية اللغة، إمكانية البحث والطلب من مخازن موردي الكتب باستخدام معيار التكامل بين الموردين ،هذا بالنسبة لخدمات نظام الأفق في التزويد أما بالنسبة لية عمل النظام في التزويد فهي كما يأتي فبعد إرسال الطلبات من قبل المكتبات يقوم نظام الأفق بإعداد الفاتورة كما هو واضح في الشكل التالي:

أ.الطلب: لابد أن يكون هناك ملف لكل موجودات المكتبة والمعلومات البيبليوغرافية من الكتب والمواد بكافة أنواعها ويجب الإشارة إلى تاريخ وصول الكتب إلى المكتبة.

ب-متابعة الطلبات: يتم إرسال الطلب عن طريق الفاكس أو البريد إلى مزودي الكتب وفي حال تأخر وصول استلام الطلبات يوجد حقل ضمن النظام يحدد تاريخ إعادة المراسلات.

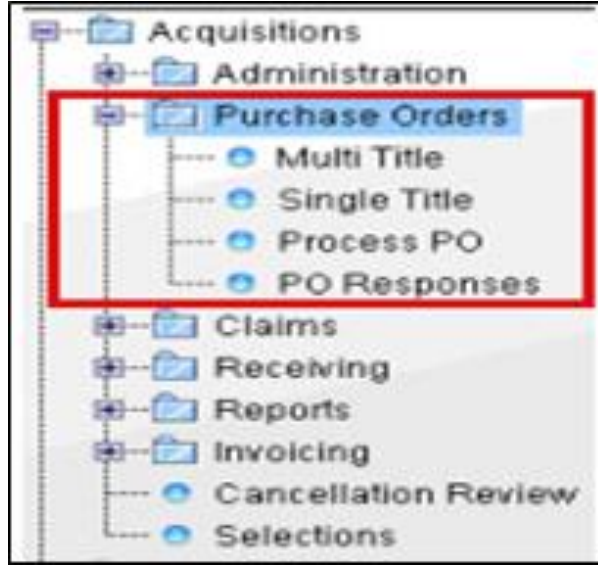
ت-استلام الطلبات هناك مجموعة من الحقول تبين وصول المادة واستلامها والفواتير والأسعار .

ث-إلغاء الطلبات يتم إلغاء الطلبات في حال عدم وجود الكتب المطلوبة في مخازن الموردين .

ج-إرجاع الطلبات في حال وصلت كتب غير مطلوبة أو تالفة أو عناوينها غير مدرجة في الفاتورة يتم ارجاعها.

ح-إصدار الإحصائيات والتقارير : خلال فترات معينة حول المادة المستلمة أو الملغاة أو المرجعة ،كما هو واضح في الشكل التالي:

(إبراهيم، ٢٠١٢، ص ص٢١٨-٢١٩)



الشكل رقم (٣٦) وظائف وحدة التوريد في نظام الأفق (ضبط الموردين وإعداد الفاتورة)

ويتم الشراء بموقع دار الخير بواسطة الضغط على سلة المشتريات ومن ثم تحديد الكمية المطلوبة وتعبئة الفاتورة بالبيانات المطلوبة ويتم التعامل مع طلبات الجملة ودور النشر والمؤسسات تخضع لحسومات خاصة، يُتفق مع الإدارة على نسبة الحسم والكمية أما الطلبات الإفرادية يضاف إلى ثمنها نفقات الإرسال بالبريد الجوي المضمون إلى البلاد العربية و بقية البلدان و تقوم الدار بأعمال الطباعة لحساب من يريد إذا طلب منها ذلك على حساب العميل أو بالطباعة المشتركة حسب الاتفاق وأخيراً ترسل الحوالات الى (البنك العربي - بيروت - فردان) كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (٣٧) اتمام عملية الشراء من موقع دار الخير

تُرسل القائمة بالمنشورات الحديثة لمن يطلبها مجاناً، ويستطيع المستفيدين التواصل مع القائمين على الموقع من خلال الهاتف والفاكس وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع ويتم إدارة ومراجعة وصيانة

صفحات الموقع وتنظيم المحتوى من قبل المدير الفني للموقع عن الحماية للموقع هو جهة الاستضافة الخاصة بالموقع، ويتم تقديم آخر أخبار الدار والقوائم الحديثة من خلال الموقع الإلكتروني. (٢٧)

٢-٧- دار الثقافة والتراث: تأسست دار الثقافة والتراث في دمشق عام (٢٠٠٠)م تؤمن الدار بالنهضة وأن الثقافة والعلم هما أساس هذه النهضة، لذلك عازمت الدار على ربط الماضي بالحاضر، وحرصت على الوسطية لتكون هي الميزان للفكر والقلم والأساس الحق الذي ينهض عليه الإنسان والمجتمع، والعماد الذي يرتكز عليه، ويملك دار الثقافة والتراث موقع الكتروني خاص بها وتتم إدارتها من دمشق وبشكل مباشر من قبل المدير العام للدار، تم إنشاء الموقع في عام (٢٠٠٥) لكنه توقف عن العمل بسبب توقف الدار عن العمل لقرابة ثماني سنوات ومن ثم تم إجراء التحديثات للموقع وعودة الدار الى العمل منذ حوالي السنتين فقط، وتتم استضافة الموقع الإلكتروني من قبل شركة (Magellan) وتتم برمجة الموقع وصيانته وتحديثه من قبل إدارة الموقع.

أما بالنسبة لمجال التغطية فيعمل الموقع على تغطية الموضوعات المختلفة، ويتم تحديث القوائم التي تنشر عبر الموقع من قبل إدارة الدار ويتم الاعتماد على أدوات التنظيم التقليدية وخطة تنظيم تتلاءم مع احتياجات الموقع، ويتم ذكر بيانات المؤلف والعنوان وصورة الغلاف وعدد الصفحات والناشر لكل كتاب، أما بالنسبة للبيع الإلكتروني فهو غير فعال سواء داخل سوريا أو خارجها ويتم البيع فقط عن طريق الموزعون والوكلاء والمندوبين، و يستطيع المستفيدين التواصل مع القائمين على الموقع من خلال البريد الإلكتروني والهاتف والفاكس وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة على الرغم أنه لا يوجد ارتباط بين صفحات وسائل التواصل الاجتماعي والموقع، وتتم إدارة ومراجعة وصيانة صفحات الموقع من قبل إدارة الموقع. (٢٨)

٢-٨- دار القدس للعلوم الطبية والترجمة: هي دار متخصصة في ترجمة ونشر وتوزيع المراجع والكتب الطبية من كافة الاختصاصات، ولقد ساهمت دار القدس للعلوم في إحداث نقلة نوعية من حيث إغناء المكتبة الطبية العربية بأهم وأشهر المراجع الطبية حيث بلغت إصداراتها أكثر من مائتي كتاب طبي باللغة العربية، وتعمل مع:

- منظمة الصحة العالمية (WHO)، و صندوق الأمم المتحدة للسكان (UNFPA)، و تشارك الدار في أهم معارض الكتاب في الدول العربية بشكل دوري، تملك دار القدس موقع الكتروني خاص بها تم إنشاؤه عام ٢٠١٧م وتتم إدارته من دمشق وتتم استضافته من قبل شركة خاصة وهي التي قامت بتصميم وبرمجة والمسؤولة عن تحديث الموقع .

(٢٧) - مقابلة مع علي أبو الخير .

(٢٨) - مقابلة مع حسام الدين فرفور .

أما بالنسبة لمجال التغطية فيعمل الموقع على تغطية الموضوعات التالية وهي (الطب البشري، الصيدلة، طب الأسنان، التمريض، التثقيف الصحي، تنمية المهارات) ، ويتم تحديث القوائم التي تنشر عبر الموقع من قبل المدير العلمي للدار والدار ويتم الاعتماد على أدوات التنظيم التقليدية وخطة تنظيم تتلاءم مع احتياجات الموقع، ويتم ذكر بيانات المؤلف والمترجم والمحقق والعنوان وصورة الغلاف وعدد الصفحات والناشر والترقيم الدولي الموحد والمستخلص لكل كتاب ، أما بالنسبة للبيع الإلكتروني فهو غير فعال سواء داخل سوريا أو خارجها عن طريق الموقع الخاص بالدار لكنه متاح عن طريق المتجر الإلكتروني كتاب^(٢٩) وأيضاً عن طريق الموزعون والوكلاء والمندوبين ، ويستطيع المستفيدين التواصل مع القائمين على الموقع من خلال البريد الإلكتروني والهاتف والجوال وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع ويتم إدارة ومراجعة وصيانة صفحات الموقع من قبل المدير العلمي للدار^(٣٠).

٢-٩- دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع: تأسست في دمشق عام ١٩٩٩ ، صاحبها ومديرها الكاتب والصحفي السوري أيمن الغزالي، تهتم بإصدار الكتب الإبداعية والمترجمة، ذات المحتوى الفكري التاريخي، أو المعاصر سواء كان معرفياً أو دينياً أو عقائدياً، مما يعالج قضايا أساسية في حياة الإنسان العربي، إلى جانب الأدب بشكل عام) الرواية، الشعر و القصة، المسرح لدى الدار فرع خاص لإنتاج الكتب الفنية، التي تتعلق بالهندسة والعمارة والتصميم والفن بكل أشكاله، كما يوجد قسم من منشوراتها للكتب التراثية المتعلقة بالتصوف،، وتملك الدار موقع الكتروني خاص بها تمّ إنشاؤه في عام ٢٠١٧ وتتم إدارته من داخل سوريا وتتم استضافته من قبل شركة برمجة خاصة وهي المسؤولة عن برمجته وتحديثه وصيانته(سيريا نوبلز).

أما بالنسبة لمجال التغطية فيعمل الموقع على تغطية الموضوعات المختلفة ، ويتم تحديث القوائم التي تنشر عبر الموقع من قبل إدارة الدار ويتم الاعتماد على أدوات التنظيم التقليدية وخطة تنظيم محلية تتلاءم مع احتياجات الموقع ويتم ذكر بيانات المؤلف والمحقق والمترجم والعنوان وصورة الغلاف وعدد الصفحات والناشر والمستخلص (الذي يقوم بوضعة مؤلف العمل ومن ثم القائم على الموقع يقوم بنشرة عبر الموقع) و سنة النشر والسعر ،أما بالنسبة للبيع الإلكتروني فهو غير فعال سواء داخل سوريا أو خارجها ويتم البيع فقط عن طريق الموزعون والوكلاء والمندوبين وكذلك التعاون مع المتجر الإلكتروني النيل والفرات وجملون وكتاب لعرض وبيع إصدارات الدار، ويستطيع المستفيدين التواصل مع القائمين على الموقع من خلال البريد

(٢٩)- رابط المتجر الإلكتروني كتاب: <http://www.ektab.com/publishing-house/63178/>

(٣٠) - مقابلة مع أحمد شقير .

الالكتروني والهاتف والفاكس وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع ويتم إدارة ومراجعة وصيانة صفحات الموقع من قبل إدارة الدار (٣١).

٢-١٠- دار غار حراء: تأسست دار غار حراء عام (١٩٩٨)، وهي دار متخصصة بخدمة القرآن الكريم ونشر علومه، وإلى جانب ذلك قامت بطباعة الكتب بكافة مجالاتها الثقافية والاجتماعية والإسلامية كما أولت الاهتمام الكامل لشؤون الطفل وتنمية ثقافته فانتقت القصص التربوية والتعليمية والتنمية بأسلوب شيق وبناء وحملت أفكاراً وقيماً عالية لتبليغ رسالته.

يملك دار غار حراء موقع الكتروني خاص بالدار أنشئ في عام (٢٠٠٨) وتتم إدارة الموقع من داخل سوريا ويوجد فرع آخر للدار يوجد في مصر القاهرة ، وتتم الاستضافة من قبل شركة خارج سوريا والموقع و لم يتم عمل تحديث له منذ حوالي (٧) سنوات.

أما بالنسبة لمجال التغطية فيعمل الموقع على تغطية متخصصة في كل ما يخص المصحف الشريف وعلومه، ويتم تنظيم الكتب حسب الموضوع وذلك بالاعتماد على نظم تصنيف محلية لتنظيم محتوى الموقع ويتم ذكر بيانات المؤلف والعنوان، المستخلص، القياس، أسلوب التجليد، عدد الصفحات، وصورة الغلاف، أما بالنسبة للبيع الالكتروني فلا يوجد لا داخل سوريا ولا خارجها، يستطيع المستفيدين التواصل مع القائمين على الموقع من خلال الهاتف والبريد الالكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع وبكل فرع على حدا ويتم إدارة ومراجعة وصيانة هذه الصفحات من قبل مدير الدار السيد بهاء الدين رشيد (٣٢).

٢-١١- دار الغوثاني للدراسات القرآنية: تأسست الدار عام (١٩٩٩) حيث تقوم بخدمة وتلبية معاهد ومراكز تعليم وتحفيظ القرآن الكريم في العالم وتقدم ما يحتاجونه من مناهج ووسائل تعليمية وتوضيحية ، وتسعى لتطوير مناهج التفكير في المؤسسات القرآنية ، ورفع مستوى الأداء فيها، وتشتهر الدار بمصحفها الخاص والمتميز والتي توزعه في جميع أنحاء العالم، وهي متخصصة بنشر وطباعة كل ما يتعلق بالدراسات القرآنية بما في ذلك الأبحاث و الرسائل الجامعية المتميزة، وتملك الدار موقع الكتروني خاص بها تمّ إنشاؤه في عام (٢٠١٨) الذي تتم إدارته خارج سوريا وتتم استضافته من قبل شركة (Namecheap) وتتم برجة الموقع وصيانتته وتحديثه كل فترة من قبل إدارة الدار .

(٣١) - مقابلة مع هيثم الغزالي.

(٣٢) - مقابلة مع بهاء الدين رشيد.

أما بالنسبة لمجال التغطية فيعمل الموقع على تغطية متخصصة بالدراسات القرآنية ولكافة إصدارات الدار، ويتم تحديث القوائم التي تنشر عبر الموقع من قبل إدارة الدار ويتم الاعتماد على أدوات التنظيم التقليدية وخطة تنظيم محلية تتلاءم مع احتياجات الموقع، ويتم ذكر بيانات المؤلف والعنوان وتاريخ النشر والطبعة والوزن والناشر وعدد الصفحات ونوع الغلاف والترقيم الدولي الموحد ومستخلص لكل كتاب، أما بالنسبة للبيع الإلكتروني فهو غير فعال داخل سوريا أما خارجها فهو فعال ويتم عن طريق شبكة الإنترنت باستخدام استمارة الويب الموجودة على الموقع، كما هو موضح في الشكل التالي:

The screenshot shows the 'Dar al-Furqan' website's online order form. The header includes the website's name and navigation links. The main content area is divided into two columns. The left column displays a book titled 'كتاب الفتاوى في الشريعة الإسلامية' (Book of Fatwas in Islamic Law) with its cover image and price (70,000). Below the book, there are options for 'الدولة' (Country) and 'المنطقة' (Region). The right column contains a form for customer details, including 'الاسم الأول' (First Name), 'الاسم الأخير' (Last Name), 'الدولة' (Country), 'عنوان الشارع' (Street Address), 'رقم المنزل واسم الشارع' (House Number and Street Name), 'المدينة' (City), 'الرمز البريدي / ZIP' (Postal Code), 'ال هاتف' (Phone Number), and 'البريد الإلكتروني' (Email Address). A 'تأكيد الطلب' (Confirm Order) button is at the bottom left. A sidebar on the right shows social media links for Facebook, Twitter, YouTube, and Instagram. At the bottom, there is a Windows activation notice: 'Activate Windows Go to PC settings to activate Windows'.

الشكل رقم (٣٨) استمارة الويب الخاصة بالشراء من موقع دار الفوثناني

ويوجد موزعون في مختلف البلدان العربية حيث وصل عدد الموزعون الى (٢٢) موزع حول العالم، و يستطيع المستفيدين التواصل مع القائمين على الموقع من خلال البريد الإلكتروني والهاتف وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع ويتم إدارة ومراجعة وصيانة صفحات الموقع من قبل إدارة الدار. (٣٣)

٢-١٢-٢- الهيئة العامة السورية للكتاب: مؤسسة عامة ذات طابع ثقافي، مقرها الرئيسي مدينة دمشق، أُحدثت وفق القانون رقم ٨ / بتاريخ (٢٠٠٦) بإدارة الدكتور نائر زين الدين (٣٤)، وتعمل الهيئة على تعريف المجتمع العربي السوري بالحركات والاتجاهات الفكرية والثقافية والأدبية المحلية والعربية والعالمية، وتنمية المداير الفكرية والوطنية والقومية والإنسانية، والعقلانية في التفكير، وتملك الهيئة موقع الكتروني خاص بها

(٣٣) - مقابلة مع عبد الله الغوثاني.

(٣٤) - مقابلة مع نائر زين الدين.

أنشئ في عام (٢٠١٤) وتتم إدارة الموقع من داخل سوريا وتتم الاستضافة من قبل الجمعية العلمية السورية ويتم تحديث الموقع كل فترة .

أما بالنسبة لمجال التغطية فيعمل الموقع على نشر الكتب المترجمة والمؤلفة والمحققة في مختلف مجالات المعرفة والثقافة والعلوم، وتطوير الحركة الفكرية والثقافية والنشاطات المتعلقة بالقراءة وصناعة الكتاب عموماً، ويتم تحديث القوائم التي تنشر عبر الموقع من مديرية المعارض والتسويق ومن ثم إرسالها الى المدير الفني للموقع حيث يتم نشرها على الموقع وربطها بصفحات التواصل الاجتماعي الفيس بوك، ويتم الترويج عن الإصدارات الجديدة بالإضافة للموقع وصفحات التواصل الاجتماعي التواصل مع الإعلان والإعلام والصحف لنشر مقالات عن الإصدارات الجديدة، ويتم الاعتماد على خطة تنظيم محلية تم ابتكارها لتتلاءم مع المحتوى الموقع وذلك بالاعتماد على أدوات التنظيم التقليدية ويتم ذكر بيانات المؤلف والعنوان ونبرة مختصرة عن الكتاب وصورة الغلاف وتاريخ النشر، أما بالنسبة للبيع الإلكتروني فإصدارات الهيئة مجانية للمكتبات التي تتعامل معها كمكتبات وزارة الثقافة لكن يوجد نقاط بيع للمكتبات والأفراد اللذين يريدون الحصول على إصداراتها في مختلف المحافظات السورية وتتيح الهيئة بعض من إصداراتها بشكل (PDF) ومجاني للمكتبات والأفراد اللذين يريدون الحصول على نسخة، وهنا المسؤول عن أسعار مصادر المعلومات هي مديرية التسويق والمعارض، و يستطيع المستفيدين التواصل مع القائمين على الموقع من خلال البريد الإلكتروني والهاتف وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع ويتم إدارة ومراجعة وصيانة صفحات الموقع وتنظيم المحتوى والرد على استفسارات المستفيدين والمكتبات المدير الفني للموقع، وأخيراً المسؤول عن الحماية للموقع هو جهة الاستضافة الخاصة بالموقع، ويتم تقديم آخر أخبار الدار من خلال الموقع الإلكتروني.(٣٥)

(٣٥) - مقابلة مع سلام فاضل.

المبحث الثاني: تقويم آلية تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين السوريين على شبكة

الإنترنت

تمهيد:

بلغ عدد دور النشر السورية في عام ٢٠١٠ التي لها مواقع مفعلة على شبكة الإنترنت (٦) مواقع. (الساعاتي، ٢٠١٠، ص ٢٤٤)

وبلغ في عام (٢٠١٣) كما جاء في دراسة حسام الدين مُجّد رفعت أيضا (٦) مواقع. (رفعت، ٢٠١٣، ص ٣٥)

أما في دراستنا الحالية فقد بلغ عدد مواقع الناشرين السوريين الذين لديهم مواقع الكترونية مفعلة على شبكة الإنترنت (١٤) موقع لكن تم استبعاد موقعين لعدم إجابة المسؤولين عن المواقع للمقابلة مع الباحثة وبالتالي تمّ تقويم (١٢) موقع من مواقع الناشرين السوريين المتاحة على شبكة الإنترنت (عينة الدراسة) وهي: (موقع دار الفكر، موقع دار الحافظ، موقع دار الروّاد، موقع دار ابن كثير، موقع دار الخير، موقع الهيئة العامة للكتاب، موقع دار النوادر، موقع دار القدس، موقع دار غار حراء، موقع دار نينوى، دار الغوثاني، موقع دار الثقافة والتراث) وذلك بالاعتماد على المعايير التي اقترحتها لتقويم المواقع الإلكترونية الخاصة بالناشرين السوريين على شبكة الإنترنت ملحق رقم (٣)، بهدف جمع البيانات تمهيداً لتحليلها وقد قسمت قائمة المعايير إلى (٥) محاور أساسية ويندرج تحت كل محور من هذه المحاور عدد من العناصر التقويمية الفرعية صيغت في شكل أسئلة^(٣٦)، وقد تم تحليل القائمة وفقاً لما يلي :

(0) : لا غير متوفر ضعيف (٠ درجة). (١) : نعم متوفر بدرجة مقبولة (٤٠ درجة). (٢) : نعم متوفر بدرجة جيدة (٦٠ درجة). (٣) : نعم متوفر بدرجة جيدة جداً (٨٠ درجة). (٤) : نعم متوفر بدرجة ممتازة (١٠٠ درجة).

^{٣٦} (ملاحظة: نظراً لعدم وجود معايير مكتملة عن المواقع الإلكترونية عموماً ومواقع الناشرين على وجه الخصوص تم الاطلاع على جميع المعايير التي تتناول المواقع الإلكترونية بشكل عام وتنظيم وتسويق المحتوى بشكل خاص والخروج بأهم المعايير التي تتناسب مع البيئة السورية.

علماً أنّ هذه الأرقام مجرد ترميز للإجابات والدرجات (تم وفق مقياس ليكرت الخماسي) لتسهيل تحليلها إحصائياً بواسطة برنامج التحليل الإحصائي SPSS ، حيث تم تحويل الإجابات والأسئلة في كل محور إلى البرنامج لإجراء عدد من العمليات الحسابية ومنها: حساب التكرارات و النسب المئوية لكل موقع من مواقع الناشرين السوريين ، بالإضافة إلى عرض الرسوم البيانية المناسبة وملاحظات الباحثة، ولتقدير كفاءة كل موقع من المواقع (عينة الدراسة) قامت الباحثة بتحديد فئات للدرجات وذلك على النحو الآتي:

- أقل من ٣٩ درجة (ضعيف) .
- من ٤٠ إلى ٤٩ درجة (مقبول) .
- من ٥٠ إلى ٥٩ درجة (جيد) .
- من ٦٠ إلى ٧٩ درجة (جيد جداً) .
- من ٨٠ إلى ١٠٠ درجة (ممتاز) .

١-المحور الأول: تقويم المعلومات العامة لمواقع الناشرين السوريين على الإنترنت:

تناولت الباحثة من خلال هذا المحور (٥) معايير أساسية ، ويندرج تحت كل معيار عدداً من المعايير الفرعية التي تعطي صورة شاملة متكاملة عن المعلومات و الاعتبارات العامة لمواقع الناشرين السوريين (عينة الدراسة) ، و يوضح الجدول الآتي مدى التزام مواقع الناشرين السوريين بتطبيق معايير هذا المحور من جهة والنسب المئوية التي حصل عليها كل موقع من جهة ثانية وذلك على النحو الآتي :

جدول رقم (٨)تقويم المعلومات العامة لمواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت

المحور الأول: معلومات عامة لمواقع الناشرين على الإنترنت												
1-سهولة الوصول للموقع وتحديثاته:												
الرقم	عناصر المعيار	الفكر	الحافظ	الرواد	دار ابن كثير	البنادر	الخير	الثقافة والتراث	القدس	نينوى	غار حراء	الهيئة العامة للكتاب
١/١	هل الدخول للموقع سهل أي بمجرد وضع اسم الدار يظهر الموقع الالكتروني؟	٠										
		١										
		٢					✓	✓				
		٣										
		٤	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2/1	هل يدل عنوان الموقع	٠										

												1	على الشبكة على اسم	
												2	دار النشر بوضوح، وهل	
												3	يسهل تذكره؟	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4		
		✓							✓			0	هل يتوفر تطبيق للهوية	3/1
												1	البصرية أو العلامة	
												2	المؤسسية للموقع	
												3	الإلكتروني؟	
✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	4		
				✓								0	هل تاريخ انشاء الدار	4/1
												1	واضح على الموقع	
												2	الالكتروني؟	
												3		
✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4		
✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	0	هل يظهر آخر تحديث	5/1
												1	للموقع الالكتروني؟	
												2		
												3		
					✓							4		
						✓						0	هل رسالة الدار وأهدافها	6/1
												١	واضحة على الموقع	
												٢	الالكتروني؟	
												٣		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	٤		
	✓	✓		✓						✓	✓	0	هل يوفر الموقع معلومات	7/1
												١	عن آخر أخبار الدار؟	

												٢		
												٣		
✓			✓			✓	✓	✓	✓			٤		
					✓									
												0	8/1	هل يتم تقديم واجهات
		✓			✓						✓	١		تخاطب سهله وواضحة
			✓	✓					✓	✓		٢		بحيث تكون قريبة الى
✓	✓													ذهن المستفيد؟
✓						✓		✓				٣		
												٤		
	✓						✓					0	9/1	هل تتم إدارة الموقع
												1		الالكتروني من الفرع
												2		الموجود داخل سوريا؟
												3		
✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	4		
86, % 6	62,2 %	60 %	84, 4 %	62, 2 %	88, 8 %	82, 2 %	55,5 %	86,6 %	73,3 %	73,3 %	71,1 %			النسبة المئوية أو التقدير العام لمعيار سهولة الوصول للموقع وتحديثاته

المحور الأول: معلومات عامة لمواقع الناشرين على الإنترنت

2- تخصص الموقع وفتته

الرقم	عناصر المعيار	الفكر	الحافظ	الرؤاد	دار ابن كثير	دار النوادر	دار الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نينوى	دار حراء	دار الغوثا ني	الهيئة العامة للكتاب
١/٢	هل الفئة النوعية لدار النشر محددة بوضوح												
											✓		

												٣	(تجارية، أكاديمية،	
✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	٤	حكومية، خاصة)؟	
												٠	هل يدلّ الموقع بصراحة	٢/٢
												١	على تخصص الناشر	
												٢	(عامة، متخصصة بفئة	
												٣	معينة)؟	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٤		
100 %	100 %	80 %	100 %	100 %	80 %	100 %	100 %	١٠٠ %	100 %	100 %	100 %		النسبة المئوية أو التقدير العام لمعيار سهولة الوصول للموقع وتحديثاته	

المحور الأول: معلومات عامة لمواقع الناشرين على الإنترنت

٣- الروابط المتاحة في الموقع:

الرقم	عناصر المعيار	دار الفكر	دار الحافظ	دار الرواد	دار ابن كثير	دار النوادر	دار الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نينوى	دار غار حراء	دار الغوثاني	الهئية العامة للكتتاب
١/٣	هل الروابط فعالة في الموقع الالكتروني الخاص بدار النشر؟	٠	١	٢	٣	٤	٠	١	٢	٣	٤	٠	١
٢/٣	هل يوفر الموقع روابط مواقع ناشرين ومواقع أخرى ذات صلة؟	٠	١	٢	٣	٤	٠	١	٢	٣	٤	٠	١
٣/٣	هل الانتقال إلى الصفحة	٠	١	٢	٣	٤	٠	١	٢	٣	٤	٠	١

✓	✓	✓									٢	الرئيسية واضح وسهل من	
											٣	أي صفحة من الموقع ؟	
							✓			✓	✓	٤	
✓		✓	✓		✓	✓			✓		٠	هل يحمل الشعار الموجود	٤/٣
											١	في عنوان الموقع الإلكتروني	
											٢	رابطاً إلى الصفحة الرئيسية	
											٣	للموقع بصفة دائمة؟	
✓	✓			✓			✓	✓		✓	✓	٤	
											٠	هل الموقع كامل أم يوجد	٥/٣
						✓					١	أجزاء وصفحات قيد	
							✓				٢	الإنشاء؟	
		✓	✓								٣		
✓	✓			✓	✓			✓	✓	✓	✓	٤	
92	72	44	40	60	56	24	72	88	40	80	100	النسبة المئوية أو التقدير العام لمعيار الروابط المتاحة في الموقع	
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%		

المحور الأول: معلومات عامة لمواقع الناشرين على الإنترنت

٤- اللغات التي يدعمها الموقع:

الرقم	عناصر المعيار	دار الفكر	دار الحافظ	دار الرواد	دار ابن كثير	دار النوادر	دار الخير	دار القدس	دار الثقافة والتراث	دار نينوى	دار غار حراء	دار الغوثاني	الهيئة العامة للكتاب
١/٤	هل يدعم الموقع لغات أخرى غير اللغة العربية؟	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
											✓		
٢/٤	هل مستوى دعم الموقع للغات الأخرى جيد (أي)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
											✓		

												٢	لكافة صفحات الموقع وليس فقط للصفحة الرئيسية؟	
												٣		
												٤		
✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٠	هل صفحات الموقع باللغات الأخرى هي نفس صفحات الموقع باللغة العربية؟	3/٤
		✓										١		
												٢		
												٣		
												٤		
												٠	هل اللغة العربية هي اللغة الرئيسية للصفحة الرئيسية للموقع؟	٤/٤
												١		
												٢		
												٣		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٤		
✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٠	هل هناك إمكانية تغيير لغة الموقع بسهولة من قبل المستخدمين؟	٥/٤
		✓										١		
												٢		
												٣		
												٤		
✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٠	هل يحصل المستخدم على الصفحة نفسها أو النتيجة نفسها ، ولكن بلغة مختلفة؟	٦/٤
		✓										١		
												٢		
												٣		
												٤		
16,6 %	16,6 %	60 %	16,6 %	16,6 %	16,6 %	16,6 %	16,6 %	16,6 %	16,6 %	16,6 %	16,6 %	النسبة المئوية أو التقدير لمعيار اللغات التي يدعمها الموقع		

المحور الأول: معلومات عامة لمواقع الناشرين على الإنترنت

5-الخدمات التفاعلية التي يتم تقديمها من خلال الموقع:

الرقم	عناصر المعيار		دار الفكر	دار الحافظ	دار الرواد	دار ابن كثير	دار النوادر	دار الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نينوى	دار غار حراء	دار الغوثاني	الهيئة العامة للكتاب
١/٥	هل يوفر الموقع وسائل تمكن المستخدمين من التواصل مع القائمين على الموقع ؟	٠												
		١												
		٢												
		٣												
٢/٥	هل تتوفر وسائل يتم الاعتماد عليها لتواصل المستخدمين مع القائمين على الموقع (بريد الكتروني، هاتف، فاكس)؟	٠												
		١		✓	✓			✓						
		٢												
		٣												
٣/٥	هل يوفر الموقع معلومات عن نشاطات الدار مثل المعارض والندوات التي تقيمها الدار؟	٠		✓								✓		
		١												
		٢												
		٣												
٤/٥	هل يتم التفاعل مع الأسئلة الموجهة من زوار الموقع؟	٠			✓									
		١				✓							✓	
		٢												
		٣							✓			✓		
٥/٥	هل يوجد للموقع حسابات على الشبكات الاجتماعية فيسبوك، يوتيوب انستغرام ؟	٠		✓										
		١			✓			✓						
		٢											✓	
		٣												
٦/٥	هل يتيح الموقع للمستخدمين إمكانية مشاركة الموقع في	٠											✓	
		١												

												٢	الشبكات الاجتماعية	
												٣	المشهورة؟	
✓							✓				✓	٤		
		✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓		٥	هل يتيح الموقع فرصة للقراء	٧/٥
												١	بتقديم نقد ومراجعات	
												٢	لمصادر المعلومات؟	
												٣		
✓	✓					✓	✓				✓	٤		
		✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓		٥	هل يتيح الموقع للقراء تقديم	٨/٥
												١	اقتراحاتهم حول المصادر؟	
												٢		
												٣		
✓	✓					✓	✓				✓	٤		
		✓	✓	✓			✓	✓		✓	✓	٥	هل يتيح الموقع خدمات	٩/٥
												١	الاحاطة الجارية بكل ماهو	
												٢	جديد للدار؟	
												٣		
✓	✓				✓	✓			✓			٤		
93,3 %	82,2 %	42,2 %	48,8 %	37,7 %	53,3 %	68,8 %	77,7 %	48,8 %	42,2 %	20 %	82,2 %	النسبة المئوية أو التقدير العام لمعيار الخدمات التفاعلية التي يتم تقديمها من خلال الموقع		
77,5 %	66,5 %	69,2 %	57,9 %	55,3 %	58,9 %	58,3 %	64,3 %	68 %	54,4 %	58 %	74 %	التقدير العام لمعايير المحور الأول في كل موقع =		

يتضح من الجدول السابق مايلي:

- تختلف درجة سهولة الوصول للموقع وتحديثاته من موقع ناشر إلى آخر ،وقد تبين أنّ موقع دار الثقافة والتراث قد احتل المرتبة الأولى بنسبة (٨٨,٨%) ومن ثم يأتي موقع الهيئة العامة للكتاب وموقع دار ابن كثير بنسبة (٨٦,٦%) وعموماً فإنّ المواقع عينة الدراسة حرصت جميعها على أن يكون هناك لمحة عن دار النشر الخاصة بالموقع الالكتروني وذلك ضمن (من نحن)أو (لمحة عن الدار).

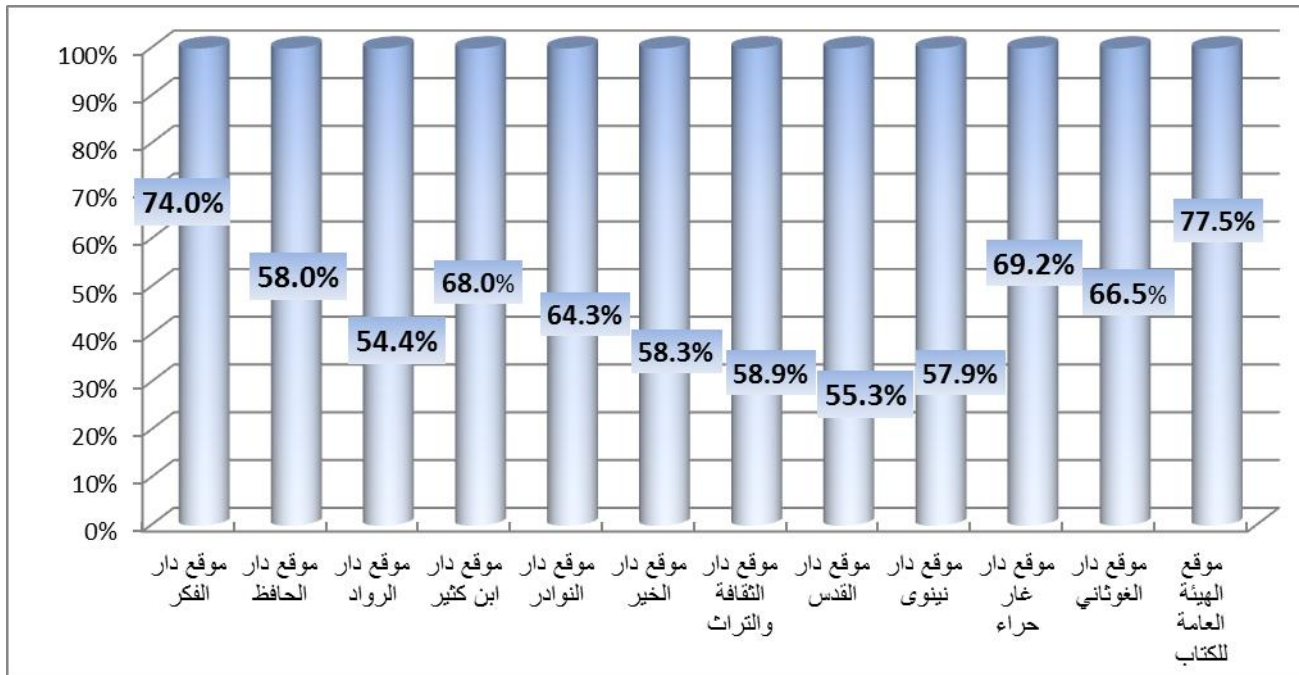
-أما بالنسبة لتخصص الموقع وفئته: ففي هذا المؤشر نجد أن النسب المئوية متقاربة من بعضها حيص أنّ جميع مواقع الناشرين (عينة الدراسة) حرصت على الإشارة لمؤسس الدار وتبعيتها والموضوع أو الموضوعات التي تغطيها اصدارات الدار وكذلك أيضاً ضمن (من نحن)أو (لمحة عن الدار).

-من حيث الروابط: تعدّ الروابط غاية في الأهمية كونها تسهم في التنقل بين صفحات الموقع ويشكل تعطّلها عائقاً أمام المستفيد مما يدفع به للخروج من الموقع وعدم الاستفادة من معلومات الموقع، وقد تبين عند تحليل مواقع الناشرين (عينة الدراسة) مايلي:

بأنّ موقع دار الفكر يأخذ المرتبة الأولى بنسبة (١٠٠%)، ويأتي في المرتبة الثانية موقع الهيئة العامة للكتاب بنسبة (٩٢%)، ومن ثمّ موقع دار ابن كثير بنسبة (٨٨%)، ثم موقع دار الحافظ بنسبة (٨٠%)، ولكن نلاحظ بأنّ موقع دار نينوى قد حصل على نسبة (٤٠%) على الرغم من أنّ المسؤولين عن الموقع قد أفادوا الباحثة بأنه يتم كل فترة تحديث للموقع، واهير دار غار حراء فقد حصل على نسبة (٤٤%) حيث أنّ الموقع لم يتم عمل تحديث له منذ حوالي (٧)سنوات.

-أما بالنسبة للغات التي يدعمها الموقع: ترى الباحثة بضرورة دعم مواقع الناشرين للغات أخرى وذلك يسهم في زيادة إقبال المستفيدين إليه، وقد توصلت نتائج تحليل البيانات إلى أنّ موقع دار غار حراء حصل على المرتبة الأولى بنسبة (٦٠%)، فيما تساوت المواقع الأخرى بنفس النتيجة وهي (١٦,٦%) .

-وأخيراً الخدمات التفاعلية التي يتم تقديمها من خلال الموقع فهي تختلف من موقع لآخر ويتصدر موقع الهيئة العامة للكتاب بالمرتبة الأولى بنسبة (٩٣,٣%) فيما يأتي بعدها موقع دار الفكر بنسبة (٨٢,٢%)، والشكل رقم (٣٩) يوضح مدى دعم مواقع الناشرين السوريين (عينة الدراسة) لمعايير المحور الأول: المعلومات العامة لمواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت، وذلك على النحو الآتي:



شكل رقم (٣٩) نسب تقويم المعلومات العامة في مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت.

وهكذا نجد أنّ أعلى نسبة هي (٧٧,٥%) وكانت لصالح موقع الهيئة العامة للكتاب ومن ثمّ موقع دار الفكر بنسبة (٧٤%)، أما أقل نسبة فكانت لصالح موقع دار الرواد (٥٤,٤%).

٢- المحور الثاني: المعايير الفنية الخاصة بمواقع الناشرين على الإنترنت:

تناولت الباحثة من خلال هذا المحور (٧) معايير متفرعة من المحور الرئيسي حتى نستطيع أن نكون صورة شاملة ومتكاملة عن المعايير الفنية الخاصة بكل موقع على حدا من مواقع (عينة الدراسة)، والجدول الآتي يوضح مدى التزام مواقع الناشرين السوريين بتطبيق معايير هذا المحور من جهة والنسب المئوية التي حصل عليها كل موقع من جهة ثانية وذلك كما يلي:

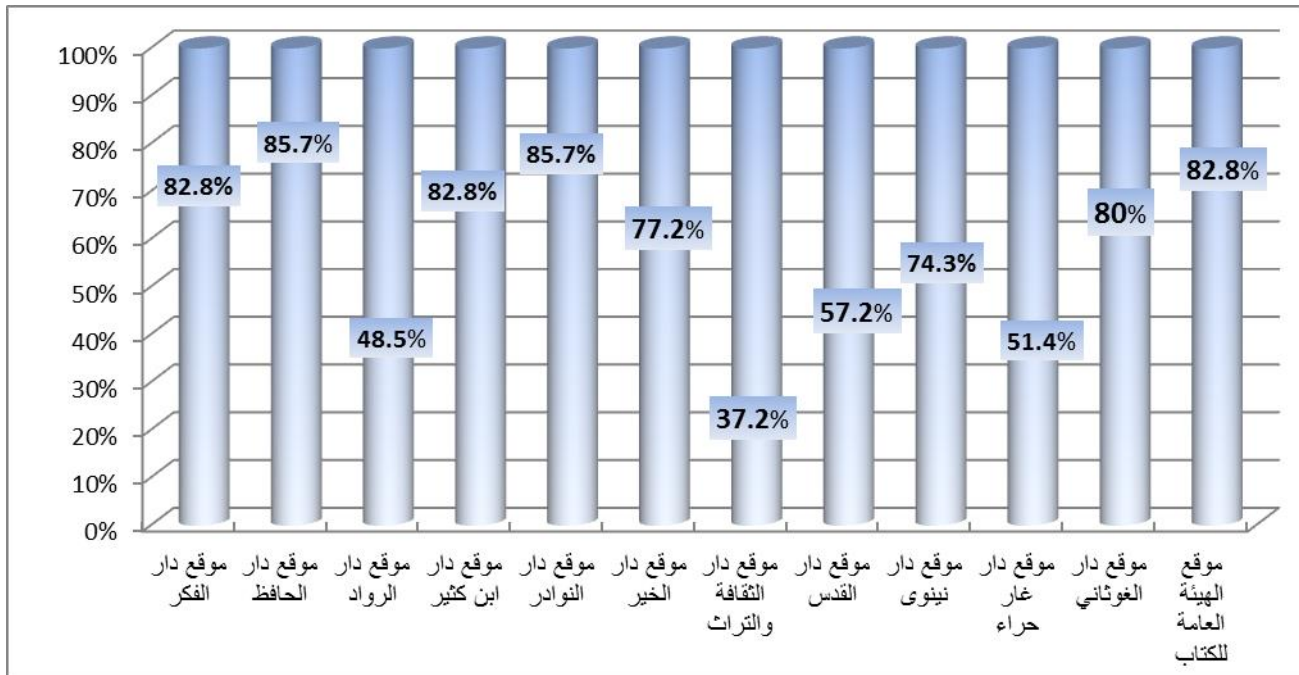
جدول رقم (٩) لمحور الثاني المعايير الفنية الخاصة بمواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت.

المحور الثاني: المعايير الفنية الخاصة بمواقع الناشرين السوريين على الإنترنت													الرقم	عناصر المعيار
المهيئة العامة للكتاب	دار الغوثاني	دار غار حراء	دار نينو ي	دار القدس	دار الثقافة والتراث	دار الخير	دار النوادر	دار ابن كثير	دار الرواد	دار الحافظ	دار الفكر			
												٠	١	هل يتصف الموقع بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم ؟
												١		
		✓		✓	✓	✓			✓			٢		
	✓											٣		
✓			✓				✓	✓		✓	✓	٤		
												٠	٢	هل الموقع مصمم بطريقة بسيطة وليست معقدة؟
				✓	✓							١		
		✓							✓			٢		
✓			✓			✓		✓			✓	٣		
							✓			✓		٤		
												٠	٣	هل محتويات الموقع مرتبة بشكل منطقي ؟
									✓			١		
		✓		✓	✓							٢		
	✓											٣		
✓			✓			✓	✓	✓		✓	✓	٤		
												٠	٤	هل الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع ؟
					✓							١		
									✓			٢		
			✓									٣		

✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓		✓	✓	٤		
✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٥	هل يعرض الموقع صور المؤلفين الأكثر تعاملًا مع الدار؟	٥
												١		
												٢		
												٣		
	✓											٤		
												٥	هل هناك توازن في توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة؟	٦
												١		
		✓		✓	✓				✓			٢		
			✓			✓						٣		
✓	✓						✓	✓		✓	✓	٤		
												٥	هل يتم استخدام نظام ألوان متناسق؟	٧
					✓				✓			١		
												٢		
		✓	✓									٣		
✓	✓			✓		✓	✓	✓		✓	✓	٤		
82,8 %	80 %	51,4 %	74,3 %	57,2 %	37,2 %	77,2 %	85,7 %	82,8 %	48,5 %	85,7 %	82,8 %	النسبة المئوية أو التقدير العام لمعايير المحور الثاني		

هنا لا بد من التأكيد على أهمية التصميم الجيد للمواقع الالكترونية فالتصميم الجيد له وقعاً هاماً في نفس المستفيد من الموقع ،وعلى المصممين أن يراعوا متطلبات الموقع والفئات المستفيدة منه وعلى ذلك فإنه عند تحليل معطيات الجدول السابق نلاحظ مايلي:

بأن موقع دار النوادر احتل المرتبة الأولى بنسبة (٨٥,٧%)، أما المرتبة الثانية فهي لموقع دار الفكر وموقع الهيئة العامة للكتاب بنسبة (٨٢,٨%) أما أقل نسبة فكانت من نصيب موقع دار الثقافة والتراث بنسبة (٣٧,٢%)، والشكل رقم (٤٠) يوضح مدى دعم كل موقع من مواقع الناشرين (عينة الدراسة) لمعايير المحور الثاني :المعايير الفنية الخاصة بمواقع الناشرين السوريين على شبكة الانترنت وذلك على النحو الآتي:



شكل رقم (٤٠) نسب تقويم المعايير الفنية الخاصة بمواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت .

وهكذا نجد أنّ مستوى دعم مواقع الناشرين لمعايير هذا المحور متفاوتة، حيث حصل موقع دار النوادر ودار الحافظ على نفس النسبة وهي (٨٥,٧%)، أما المرتبة الأخيرة كانت من نصيب دار الثقافة والتراث بنسبة (٣٧,٢%).

٣- المحور الثالث: معايير آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين:

تناولت الباحثة في هذا المحور (٤) معايير رئيسية ويندرج تحت كل معيار عدداً من المعايير الفرعية التي تعطي صورة كاملة عن مدى التزام مواقع الناشرين السوريين بمعايير التنظيم في المواقع (عينة الدراسة) والجدول الآتي سيوضح لنا مدى التزام مواقع الناشرين السوريين بالمعايير المقترحة من جهة والنسب المئوية الخاصة بكل موقع من جهة أخرى وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (١٠): معايير آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت

المحور الثالث: معايير آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين															
١ - نظام الفهرسة (الميتاداتا) الخاصة بالموقع :															
الرقم	عناصر المعيار		دار الفكر	دار الحافظ	دار الرواد	دار ابن كثير	دار النوادر	دار الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نينو	دار غار حراء	دار العوثاني	الهيئة العامة للكتاب	
١/١	هل يتم تقديم صيغ البيانات الببليوغرافية (الميتاداتا) بصيغ مقننة وليست عشوائية؟	٠		✓				✓	✓						
		١													
		٢										✓	✓		✓
		٣													
		٤	✓		✓	✓	✓				✓			✓	
٢/١	هل تتوفر البيانات الببليوغرافية الكاملة عن مصادر المعلومات في مواقع الناشرين السوريين ؟	٠													
		١		✓				✓	✓	✓	✓	✓		✓	
		٢													
		٣			✓	✓									
		٤	✓				✓						✓		
٣/١	هل يتم إتباع قواعد الفهرسة الانجلو أمريكية وتقنيات الفهرسة العالمية مثل (قواعد الأنجلو أمريكية، تدوب...؟	٠		✓	✓				✓	✓	✓	✓		✓	
		١													
		٢	✓				✓	✓					✓		
		٣													
		٤													
النسبة المئوية أو التقدير العام لمعيار نظام الفهرسة			86,	13,	60	86,	86,	13,	13,3	33,	2	20	86,	33,3	

(المبتدات) الخاصة بمواقع الناشرين.		6%	3%	6%	3%	6%	6%	3%	6%	3%	0%	6%	%
------------------------------------	--	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---

المحور الثالث: معايير آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين

٢- نظام التصنيف المتبع :

الرقم	عناصر المعيار		دار الفكر	دار الحافظ	دار الرواد	دار ابن كثير	دار النوادر	دار الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نينوى	دار غار حراء	دار الغوثا	الهيئة العامة للكتاب
١/٢	هل يتم استخدام نظم التصنيف العالمية أو يتم الاعتماد على نظم محلية ؟	٠												
		١		✓					✓	✓	✓	✓		✓
		٢				✓		✓						
		٣											✓	
		٤		✓	✓		✓							
٢/٢	هل يتم استخدام وتوفير أرقام التصنيف؟	٠	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		١												
		٢												
		٣												
		٤				✓								
٣/٢	هل يتم تصنيف كافة مصادر المعلومات المتاحة في الموقع؟	٠												
		١												
		٢												
		٣												
		٤	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٤/٢	هل القائمين على تصنيف مصادر المعلومات المتاحة بالموقع من المتخصصين في المجال؟	٠	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		١												
		٢												
		٣												
		٤												
النسبة المئوية أو التقدير العام لمعيار نظام التصنيف المتبع في مواقع الناشرين.			50%	35%	50%	40%	40%	75%	40%	35%	35%	35%	45%	35%

المحور الثالث: معايير آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين

٣- نظام الكشف المعتمد في الموقع:

الرقم	عناصر المعيار	دار الفكر	دار الحافظ	دار الرواد	دار ابن كثير	دار النوادر	دار الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نبوي	دار غار حراء	دار الغوثي	الهيئة العامة للكتاب
١/٣	هل يتم كشف كافة	٠											
	أنواع المحتوى الرقمي المتاح	١	✓				✓	✓			✓		
	من خلال الموقع؟	٢											
		٣	✓	✓	✓	✓			✓	✓		✓	✓
		٤											
٢/٣	هل يوجد حقول خاصة	٠	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	بعملية الكشف مثل	١											
	حقول الكلمات المفتاحية؟	٢											
		٣											
		٤	✓			✓							
٣/٣	هل يتم كشف المحتوى	٠											
	الرقمي بصورة فورية ؟	١		✓							✓		
		٢		✓									
		٣	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
		٤											
٤/٣	هل المساحة النصية	٠		✓									
	لاختيار الكلمات	١	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	المفتاحية أو الواصفات من	٢					✓						
	قبل محرر الموقع (المكشف)	٣											
	لا تقتصر على العنوان فقط؟	٤											
٥/٣	هل حقول وعناصر	٠											
	الوصف الجغرافي	١	✓	✓	✓	✓			✓		✓		

											٢	مكتملة لكافة مصادر	
✓	✓		✓				✓	✓	✓		✓	المعلومات ومكتملة في	
												تسجيله المخرجات؟	
										✓		٠ هل تتوفر سياسة محددة	٦/٣
		✓	✓	✓	✓	✓						١ وواضحة لعملية التكشيف	
✓	✓						✓	✓	✓		✓	٢	
												٣	
												٤	
		✓			✓					✓		٠ هل يوفر الموقع كشافات	٧/٣
				✓		✓	✓	✓	✓			١ لجميع مصادر المعلومات	
✓	✓										✓	٢ المتاحة في مواقع الناشرين؟	
			✓									٣	
												٤	
		✓				✓				✓		٠ هل يتم استخدام أدوات	٨/٣
				✓	✓		✓	✓				١ التحليل الموضوعي	
												٢ (التقليدية) ؟	
✓	✓		✓						✓		✓	٣	
												٤	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٠ هل يتم استخدام أدوات	٩/٣
												١ التحليل الموضوعي الآلية ؟	
												٢	
												٣	
												٤	
53,3 %	53, 3 %	22, 2 %	53, 3 %	40 %	31,1 %	31,1 %	55,5 %	46, 6 %	51, 1 %	13, 3 %	60 %		النسبة المئوية أو التقدير العام لمعيار نظام التكشيف المعتمد في الموقع.

المحور الثالث: معايير آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين

٤- نظام الاستخلاص المعتمد في الموقع:

الرقم	عناصر المعيار		دار الفكر	دار الحافظ	دار الرواد	دار ابن كثير	دار النوادر	دار الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نبوي	دار غار حراء	دار الغوثا في	الهئية العامة للكتاب
١/٤	هل يوفر الموقع مستخلصات	٠					✓		✓				✓	✓
	لكافة مصادر المعلومات	١	✓	✓		✓		✓						
	المتاحة عبر موقع دار النشر؟	٢												
		٣			✓					✓		✓		
		٤									✓			
٢/٤	هل القائمين على إعداد	٠	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
	المستخلصات من	١												
	المتخصصين في المجال؟	٢												
		٣												
		٤									✓			
٣/٤	هل يتم استخدام أدوات	٠	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	الاستخلاص الآلية في حالة	١												
	صعوبة إعداد المستخلصات	٢												
	بالشكل التقليدي؟	٣												
		٤												
النسبة المئوية أو التقدير العام لنظام الاستخلاص المعتمد في مواقع الناشرين السوريين.		13,3 %	13,3 %	26,6 %	13,3 %	0 %	13,3 %	0 %	0 %	26,6 %	66,6 %	26,6 %	0 %	0 %
النسبة المئوية أو التقدير العام لمعايير المحور الثالث في كل موقع =		52,5 %	18,7 %	46,9 %	46,6 %	54,3 %	24,4 %	19,8 %	33,7 %	43,7 %	25,9 %	46,2 %	30,4 %	

نستنتج من الجدول السابق مايلي:

أنّ نظام الفهرسة (الميتاداتا) الخاصة بالمواقع يختلف من موقع لآخر فحيث نجد أنّ موقع دار الفكر موقع دار ابن كثير وموقع دار النوادر وموقع دار الغوثاني قد حصلوا على أعلى نسبة وهي (٨٦,٦%)، بالمقابل

فالمواقع الأخرى (عينة الدراسة) كانت تعاني من ضعف في نظام الفهرسة المتبع مثل الهيئة العامة للكتاب فقد حصلت على نسبة (٣٣,٣%) فقط.

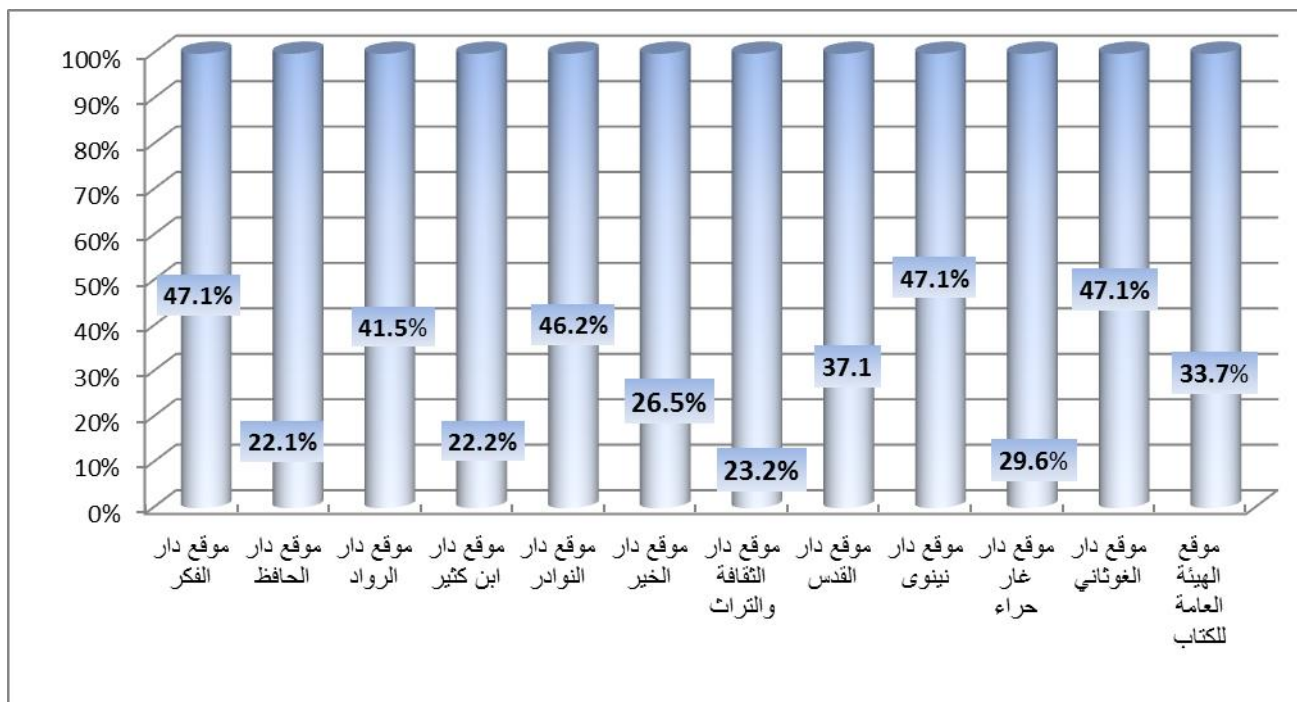
- أما بالنسبة لنظام التصنيف حيث أنه لا يمكن الاستفادة من مصادر المعلومات التي تتاح عبر مواقع الناشرين من دون وجود خطة تصنيف تساعد المستفيد بالوصول الى ما يحتاجه من مصادر معلومات ،وهنا من خلال اطلعنا على الجدول السابق نلاحظ بأن مواقع الناشرين السوريين (عينة الدراسة) قد حصلوا على نتائج متقاربة بنسبة (٣٥%) لأغلب المواقع .

-ومن الجدير بالذكر بأن موقع دار الفكر ودار النوادر يعتمدون على خطة تصنيف ديوي العشري بالإضافة الى أنّ دار النوادر تتيح رقم التصنيف الخاص بمصدر المعلومات عبر موقعها الالكتروني وقد حصل على أعلى نسبة وهي (٧٥%) ،أما دار الفكر فلا تتيح الرمز التصنيفي عبر موقعها عبر شبكة الانترنت.

-أما بالنسبة لنظام الكشف المعتمد في المواقع فقد تبين من خلال اطلعنا على الجدول السابق بأن دار الفكر قد حصل على أعلى نسبة وهي (٦٠%) ،حيث نلاحظ إنه عند الضغط على أي مصدر معلومات يظهر الوصف البيبليوغرافي الكامل له ويوجد حقول خاصة بالكشف كحقول الكلمات المفتاحية ،أما أقل نسبة فكانت من نصيب دار الحافظ حيث حصل على نسبة (١٣,٣%) فقط.

-وأخيراً نظام الاستخلاص المتبع في الموقع فنجد أنّ عملية الاستخلاص لمصادر المعلومات مهمة جداً وخاصة في مواقع الناشرين فحتى يستطيع المستفيد التعرف على ماهي أهداف ونتائج والمنهج المتبع في هذا الكتاب ومن ثم تحديد إذا كان يريد شراء هذا الكتاب أو لا ،وعلى ذلك نستنتج بأن أعلى نسبة كانت من نصيب دار الخير وهي (٦٦,٦%) فنلاحظ بأنه عند الضغط على مصدر المعلومات فتظهر لنا الوصف البيبليوغرافي الخاص بالمصدر بالإضافة لمستخلص كامل عن المصدر ويذكر فيه أهمية وأهداف ونتائج البحث ،أما بالنسبة لدار الفكر والحافظ وابن كثير والنوادر فهي ليست مستخلصات لأنها لا تتبع قواعد إنشاء المستخلص بل عبارة عن نبذة عن الكتاب فقط ،وبالنسبة لموقع الهيئة العامة للكتاب وموقع دار الغوثاني وموقع دار الثقافة والتراث فقد حصلوا على نسبة (٠%) فلا يوجد لا نبذة عن الكتاب ولا مستخلص .

وعموماً فإن الشكل رقم (٤١) يوضح مدى التزام دعم كل موقع من مواقع الناشرين (عينة الدراسة) لمعايير المحور الثالث :آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين السوريين على شبكة الانترنت على النحو الآتي:



شكل رقم (٤١) نسب تقويم آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت

كما رأينا أنّ مستوى دعم معايير هذا المحور كانت ضعيفة ولعلّ السبب في ذلك هو ضعف عمليات التنظيم المتبعة في المواقع وقد تبين أنّ موقع دار الفكر وموقع دار نينوى وموقع دار الغوثاني قد احتلوا المرتبة الأولى بنسبة (٤٧,١%)، في حين أنّ موقع دار الحافظ قد حصل على أقل نسبة وهي (٢٢,١%) فقط وهنا ترى الباحثة بأنّ موقع دار الحافظ لم يهتم بعمليات التنظيم على الرغم من أهميتها في وصول المستخدمين إلى مصادر المعلومات التي يحتاجونها.

٤-المحور الرابع: معايير التسويق الالكتروني في مواقع الناشرين:

تناولت الباحثة في هذا المحور (٤)معايير أساسية وتحت كل معور رئيسي يندرج عدداً من المعايير الفرعية وذلك حتى نستطيع تكوين صورة متكاملة عن آلية التسويق في مواقع الناشرين والجدول الآتي يوضح مدى التزام مواقع الناشرين السوريين بتطبيق معايير التسويق الالكتروني من جهة والنسب المئوية التي حصل عليها كل موقع من جهة أخرى وذلك على النحو الآتي:

جدول رقم (١١) معايير التسويق الالكتروني في مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت

المحور الرابع: معايير التسويق الالكتروني في مواقع الناشرين													الرقم	عناصر المعيار
الهيئة العامة للكتاب	دار الغو ثاني	دار غار حراء	دار نينوى	دار القدس	دار الثقافة والتراث	دار الخير	دار النواذر	دار ابن كثير	دار الرواد	دار الحافظ	دار الفكر			
✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	٠	١/١	هل يوجد بيع الكتروني
												١		لإصدارات الدار عن طريق
												٢		الموقع الالكتروني؟
	✓					✓						٣		
												٤		
												٠	٢/١	هل يتم تحديد الطرق
												١		التسويقية لمحتوى الموقع ؟
		✓	✓	✓			✓	✓			✓	٢		
✓	✓				✓	✓			✓	✓		٣		
												٤		
			✓		✓		✓					٠	٣/١	هل يتم عرض صور أغلفة
												١		الكتب الحديثة؟
												٢		
												٣		
✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	٤		

٠	✓	✓	✓					✓		✓	✓		٤/١	هل يوفر الموقع قائمة بأكثر الكتب مبيعاً؟
١														
٢														
٣														
٤					✓	✓	✓		✓			✓		
٠				✓									٥/١	هل يوفر الموقع قائمة شاملة بأوعية المعلومات المتاحة للبيع؟
١														
٢														
٣														
٤	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
٠				✓				✓					٦/١	هل يوفر الموقع قائمة بأحدث إصدارات الدار؟
١														
٢														
٣														
٤	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		
٠		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		٧/١	هل يوجد قائمة بالإصدارات قيد الطباعة؟
١														
٢														
٣														
٤	✓											✓		
٠	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٨/١	هل يوجد قائمة بالإصدارات التي نفذت طبعتها؟
١														
٢														
٣														
٤														
٠													٩/١	هل يغطي الموقع الموضوعات التي ينشر الدار حولها (موضوعات مختلفة، متخصص في موضوع معين)؟
١			✓			✓				✓				
٢														
٣	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓		
٤														
٠													١٠/١	هل لغات التغطية لمصادر

												١	المعلومات المتاحة عبر الموقع	
												٢	محددة وواضحة؟	
												٣		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٤		
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٥	هل يتم الاعتماد على خبراء ومتخصصين لإدارة الحملة الإعلانية الخاصة بمصادر المعلومات المتاحة عبر الموقع؟	١١/١
												١		
												٢		
✓												٣		
												٤		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٥	هل المسؤول عن القوائم التي تنشر عبر الموقع (قوائم بأحدث اصدارات الدار، الاصدارات المرتقبة،القوائم التي نفذت طبعتها)متخصص في المجال؟	١٢/١
												١		
												٢		
												٣		
												٤		
✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	٥	هل يتم عرض الكتب الأكثر تصفحاً من قبل المستخدمين؟	١٣/١
												١		
												٢		
												٣		
						✓						٤		
✓		✓	✓	✓			✓	✓		✓		٥	هل يتم عرض قائمة بالكتب المتاحة مجاناً أو التي عليها عروض خاصة؟	١٤/١
												١		
												٢		
												٣		
	✓				✓	✓			✓		✓	٤		
52,8 %	52,8 %	34,3 %	22,8 %	44,3 %	44,3 %	67,2 %	22,8 %	45,7 %	47,2 %	40 %	60 %		النسبة المئوية أو التقدير العام لمعيار نظام التكشيف المعتمد في الموقع.	

المحور الرابع: معايير التسويق الالكتروني في مواقع الناشرين

٢-معايير خاصة بالمستفيدين اللذين يتم التعامل معهم في الموقع:

الرقم	عناصر المعيار	دار الفكر	دار الحافظ	دار الرواد	دار ابن كثير	دار النوادر	دار الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نينوى	دار غار حراء	دار الغو ثاني	الهيئة العامة للكتاب
١/٢	هل يتم تحديد الفئات التي يتم التعامل معها: (أفراد فقط ،أفراد ومكتبات معا) أم لا؟	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١		١	١	١	١	١	١	١	١	١	١	١	١
٢		٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢
٣		٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣
٤		٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤
٢/٢	هل يستطيع المستفيد تحديد شكل مصدر المعلومات المطلوب (تقليدي ،الالكتروني؟	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١		١	١	١	١	١	١	١	١	١	١	١	١
٢		٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢
٣		٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣
٤		٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤
٣/٢	هل يستطيع المستفيد تحديد الإخراج النهائي لمصدر المعلومات إذا أراد الحصول عليه بشكل مطبوع (تجليد فاخر أو تجليد عادي)؟	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١		١	١	١	١	١	١	١	١	١	١	١	١
٢		٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢
٣		٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣
٤		٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤
٤/٢	هل يستطيع المستفيد تعديل قائمة المصادر المطلوبة من الموقع خلال فترة معينة مثلا (يوم أو يومين)؟	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١		١	١	١	١	١	١	١	١	١	١	١	١
٢		٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢
٣		٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣
٤		٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤	٤
٥/٢	هل يتم تحديد طرق الاتصال مع المستخدمين للتواصل معهم وإقناعهم في عملية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١		١	١	١	١	١	١	١	١	١	١	١	١
٢		٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢
٣		٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣

												٤	الشراء؟	
26,6 %	53, 3 %	36, 6 %	26, 6 %	30 %	26,6 %	56, 6 %	36, 6 %	36, 6 %	26, 6 %	30 %	30 %		النسبة المئوية أو التقدير العام للمعايير الخاصة بالمستفيدين اللذين يتم التعامل معهم في الموقع	

المحور الرابع: معايير التسويق الالكتروني في مواقع الناشرين

٣-معايير خاصة بالبيع والشراء الالكتروني في الموقع:

الرقم	عناصر المعيار	دار الفكر	دار الحافظ	دار الرواد	دار ابن كثير	دار النوادر	دار الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نبوي	دار غار حراء	دار الغو ثاني	الهيئة العامة للكتاب
١/٣	هل يوفر الموقع سلة الشراء التي توضح أنه يمكن الشراء من الموقع؟	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓		✓
٢/٣	هل عقود الشراء واضحة بين الناشر والمستفيد سواء كان المستفيد فرد أو مكتبة؟	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣/٣	هل يتم تحديد طرق البيع بشكل دقيق (عن طريق شبكة الإنترنت، عن طريق النظام الآلي المتكامل)؟	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٤/٣	هل يتم تحديد استراتيجية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

												١	الدفع والأساليب المتبعة في الموقع (البطاقات البنكية، البطاقات الذكية، الشيكات الالكترونية)؟	
												٢		
												٣		
	✓					✓						٤		
✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	٥	هل يتم تحديد النطاق الجغرافي الذي يمكن التعامل معه في الخدمات المصرفية؟	٥/٣
												١		
												٢		
												٣		
	✓					✓						٤		
✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	٥	هل يوفر الموقع بدائل أخرى للتعامل المالي في حالة عدم توفر الدفع بالطرق الالكترونية تيسيرا وتشجيعا للمستخدمين أم لا؟	٦/٣
												١		
												٢		
												٣		
	✓					✓						٤		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٥	هل يسجل موقع دار النشر اشتراكه بمنظومة المدفوعات الالكترونية بسوريا لتسهيل عمليات الشراء؟	٧/٣
												١		
												٢		
												٣		
												٤		
✓		✓			✓							٥	هل أسعار مصادر المعلومات المتاحة للبيع واضحة ؟	٨/٣
												١		
												٢		
												٣		
	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	٤		
✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	٥	في حالة وجود تفاوت في السعر بين إصدارات مصدر المعلومات الواحد هل يذكر	٩/٣
												١		
												٢		
												٣		

					✓							٤	ذلك بوضوح؟	
✓		✓	✓	✓			✓	✓		✓	✓	٠	هل يتم ارسال أسعار البيع	١٠/٣
												١	بكل ما هو جديد والعروض	
												٢	الترويجية للمستفيدين الأكثر	
	✓				✓	✓			✓			٣	تعاملا مع الموقع أم لا؟	
												٤		
												٠	هل يتم الالتزام بالإعلان	١١/٣
												١	الالكتروني المتاح عبر الموقع من	
												٢	قبل إدارة الموقع سواء من	
✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	٣	ناحية الأسعار، الإخراج الفني	
	✓					✓						٤	للمصادر اذا كان المطلوب	
													مصدر مطبوع، الفترة الزمنية	
													لوصول مصادر المعلومات؟	
✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	٠	هل يتم استقبال طلبات	١٢/٣
												١	وشكاوي المستفيدين ومتابعة	
	✓					✓						٢	متطلباتهم في إدارة خدمة ما	
												٣	بعد البيع؟	
												٤		
6,6 %	78,3 %	6,6 %	15 %	15 %	21,6 %	78,3 %	23,3 %	15 %	13,3 %	15 %	15 %		النسبة المئوية أو التقدير العام المعايير الخاصة	
													بالبيع والشراء الالكتروني في الموقع.	

المحور الرابع: معايير التسويق الالكتروني في مواقع الناشرين

٤-معايير التطوير التقني وعمليات الحماية والقياس في الموقع:

الرقم	عناصر المعيار	دار الفكر	دار الحافظ	دار الرواد	دار ابن كثير	دار النوار	دار الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نينو	دار غار حراء	دار الغو	الهيئة العامة للكتاب
١/٤	هل يسعى الموقع لتوفير أفضل	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

											١	ضمانات لسرية بيانات	
											٢	المستفيدين وتأمين التعاملات	
	✓					✓					٣	المالية (كالتوقيع الرقمي، البصمة	
											٤	الرقمية) أم لا؟	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٥	هل يتم تحديد أساليب الحماية	٢/٤
											١	المتبعة ووضع بيان يشرح وسائل	
											٢	الأمان والخصوصية للموقع	
											٣	لزيادة ثقة المستفيدين منه؟	
✓		✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	٥	هل يعمل الموقع على حفظ	٣/٤
											١	بيانات المستفيد ؟	
											٢		
											٣		
	✓					✓	✓				٤		
		✓									٥	هل يتم القيام بعمليات الصيانة	٤/٤
											١	الدائمة على الموقع للتأكد من	
				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٢	استمرارية عملها على الوجه	
✓	✓		✓								٣	المطلوب؟	
											٤		
		✓									٥	هل تتم المتابعة المستمرة لعملية	٥/٤
											١	التطوير التقني للموقع؟	
	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٢		
✓											٣		
											٤		
✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	٥	هل تتوفر إحصائيات عدد	٦/٤
											١	الزوار للموقع؟	
											٢		
											٣		
						✓					٤		

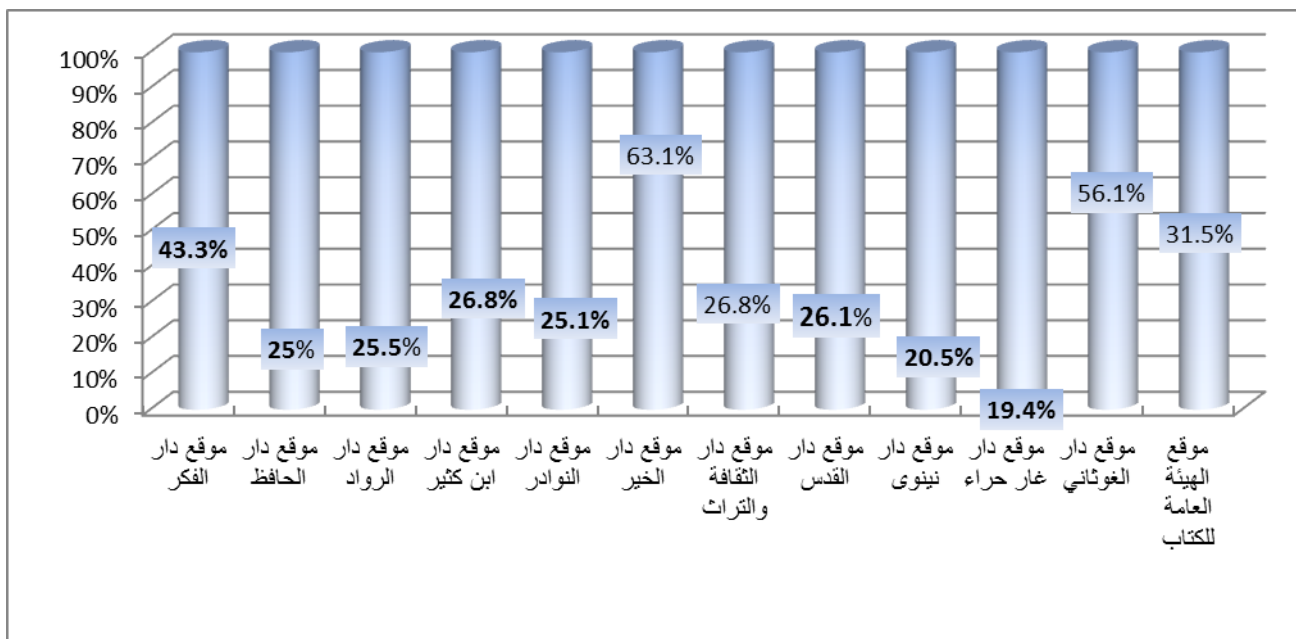
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٠	هل هناك استخدام إحدى	٧/٤
												١	أدوات التحليل الآلية	
												٢	مثل GoogleAnalytics	
												٣		
												٤		
20	40	0	17,	15	15	50	27,5	10	15	15	32,5		النسبة المئوية أو التقدير العام للمعايير الخاصة	
%	%	%	5	%	%	%	%	%	%	%	%		بالتطوير التقني وعمليات الحماية والقياس في	
			%										الموقع	
31,5	56	19,	20,	26,1	26,8	63,1	25,1	26,	25,	25	43,3		النسبة المئوية أو التقدير العام لمعايير المحور	
%	,1	4	5	%	%	%	%	8	5	%	%		الرابع لكل موقع=	
	%	%	%					%	%					

توضّح من الجدول السابق مايلي:

بأنّ مستوى تسويق المحتوى الرقمي المتاح عبر مواقع الناشرين السوريين تختلف بين المواقع فحصل دار الخير على أعلى نسبة وهي (٦٧,٢ %) ومن ثمّ موقع دار الفكر بنسبة (٦٠ %) ، موقع الهيئة العامة للكتاب وموقع دار الغوثاني بنسبة (٥٢,٨ %).

- أما بالنسبة للمعايير الخاصة بالمستفيدين اللذين يتم التعامل معهم في الموقع فكانت النسبة ضعيفة تراوحت بين أعلى نسبة وهي لدار النوادر (٥٦,٦ %) وأقلّ نسبة وهي لموقع الهيئة العامة للكتاب .
أما من حيث المعايير الخاصة بالبيع الإلكتروني في مواقع الناشرين السوريين فنلاحظ بأنّ البيع الإلكتروني غير متاح إلا في موقعين فقط من مواقع الناشرين عينة الدراسة وهما موقع دار الخير وموقع الغوثاني حيث حصلوا على أعلى نسبة (٧٨,٣ %) ويتم البيع في موقع دار الخير من خلال الاعتماد على النظام الآلي (هورايزون)، أما بالنسبة لموقع دار الغوثاني فيتم البيع من خلال شبكة الإنترنت .

- وأخيراً بالنسبة لعمليات التطوير التقني والحماية والقياس في المواقع (عينة الدراسة) كانت النسبة ضعيفة أيضاً فقد حصل على أعلى نسبة دار الفكر بنسبة (٣٢,٥ %) ، وأقلّ نسبة دار غار حراء بنسبة (٥٠ %) ، وترى الباحثة بأنّ معايير هذا المحور من أهم المعايير التي توصي الباحثة بزيادة الاهتمام بها من قبل مواقع الناشرين السوريين (عينة الدراسة) كونها تسهم في إيصال المصادر التي يريدونها ويحتاجها المستفيد وهو في أي مكان ، وعموماً فإنّ الشكل التالي رقم (٤٢) يوضح مدى دعم كل موقع من مواقع الناشرين السوريين (عينة الدراسة) لمعايير المحور الرابع :معايير التسويق الإلكتروني في مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت وذلك على النحو الآتي :



شكل رقم (٤٢) نسب تقويم معايير التسويق الالكتروني بمواقع الناشرين السوريين على شبكة

الإنترنت

تبين من خلال اطلاعنا على الشكل السابق أنّ موقع دار الخير قد حصل على أعلى نسبة كونه يتيح البيع الالكتروني عبر الموقع بنسبة (٦٣,١%)، وقد حصل دار الغوثاني على نسبة (٥٦,١%) كونه أيضاً يتيح البيع الالكتروني من خلاله .

٤- المحور الخامس: سهولة البحث و التصفح في مواقع الناشرين على الإنترنت:

اقترحت الباحثة في هذا المحور (٢) معيارين رئيسيين يتناولان عمليات البحث والتصفح في مواقع الناشرين، ويندرج تحت كل محور مجموعة من المعايير الفرعية بحيث نستطيع تكوين صورة شاملة عن مدى سهولة البحث والتصفح في مواقع الناشرين السوريين، والجدول الآتي يوضح لنا مدى التزام مواقع الناشرين السوريين بالمعايير المقترحة من قبل الباحثة من جهة والنسب المئوية الخاصة بكل موقع من جهة أخرى وذلك على النحو الآتي:

جدول رقم (١٢): معايير سهولة البحث و التصفح في مواقع الناشرين على الإنترنت

المحور الخامس: سهولة البحث و التصفح في مواقع الناشرين على الإنترنت:

١- إمكانات البحث المتاحة في مواقع الناشرين:

الرقم	عناصر المعيار		الفكر	الحافظ	الرواد	ابن كثير	النوادر	الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نبوي	دار غار حراء	دار الغو ثاني	الهيئة العامة للكتاب
١/١	هل يتيح الموقع إمكانية البحث البسيط ؟	٠												
		١												
		٢												
		٣												
		٤	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢/١	هل يتيح الموقع إمكانية البحث المتقدم؟	٠	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		١												
		٢												
		٣												
		٤												
٣/١	هل يتيح الموقع إمكانية البحث باسم المؤلف ؟	٠	✓	✓							✓	✓	✓	✓
		١												
		٢												
		٣							✓					
		٤			✓	✓	✓							

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	٠	هل يتيح الموقع إمكانية البحث بالعنوان؟	٤/١
												١		
												٢		
												٢		
					✓		✓		✓			٤	هل يتيح الموقع إمكانية البحث بالموضوع؟	٥/١
✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	٠		
												١		
												٢		
				✓	✓							٣	هل يتيح الموقع إمكانية البحث بمداخل أخرى؟	٦/١
												٤		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	٠		
												١		
												٢	هل يتيح الموقع أدوات ومعاملات المنطق البوليني الصريحة؟	٧/١
												٣		
												٤		
												٥		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٠	هل يتيح الموقع معاملات المنطق البوليني الضمنية؟	٨/١
												١		
												٢		
												٣		

												٢		
												٤		
	✓	✓							✓			٠	هل تظهر النتائج للمستخدم	٩/١
			✓	✓	✓					✓		١	عند البحث بشكل قائمة	
												٢	بيبلوغرافية؟	
												٣		
✓						✓	✓	✓			✓	٤		
												٥		
✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	٠	هل يمكن فرز نتائج عملية	١٠/١
												١	البحث وترتيبها وفقاً لعدة	
												٢	عناصر (المؤلف	
					✓		✓					٣	، العنوان... الخ)؟	
												٤		
18	10	10	14	22	48	18	56	18	40	14	18		النسبة المئوية أو التقدير العام للمعايير الخاصة	
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%		بإمكانات البحث المتاحة في مواقع الناشرين	

المحور الخامس: سهولة البحث و التصفح في مواقع الناشرين على الإنترنت

٢- سهولة التصفح في مواقع الناشرين:

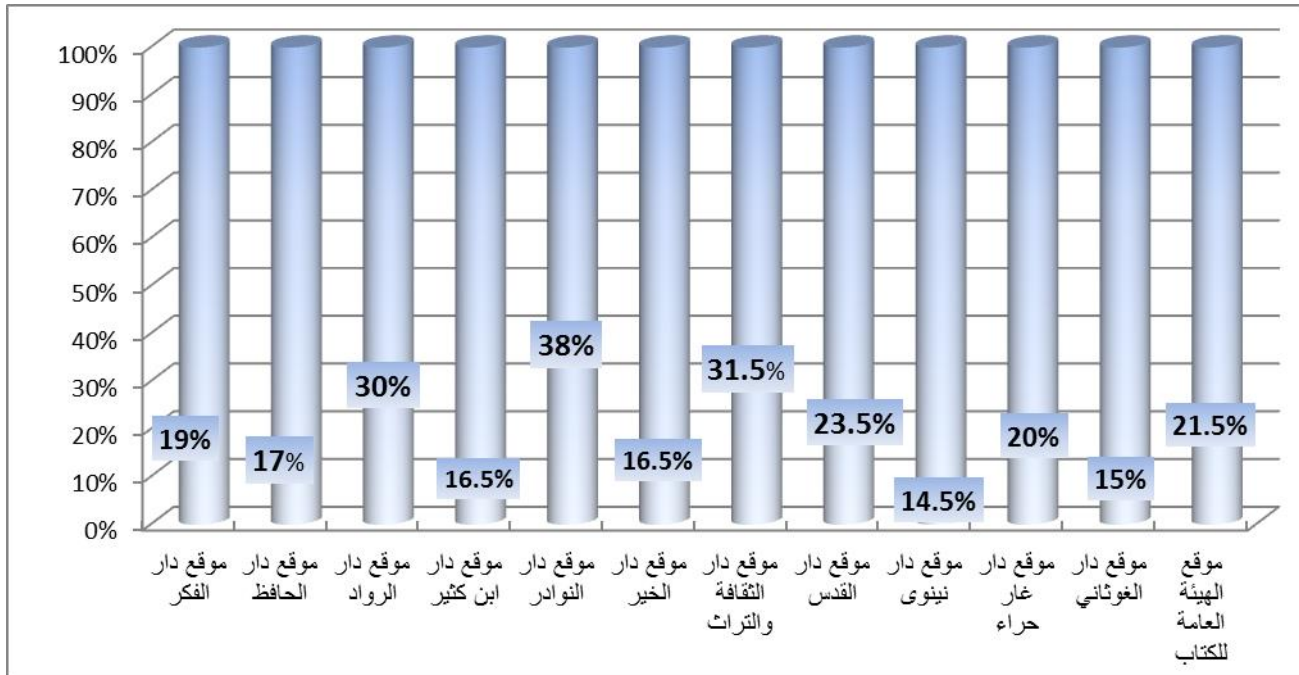
الرقم	عناصر المعيار	دار الفكر	دار الحافظ	دار الرواد	دار ابن كثير	دار النوادر	دار الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نينوى	دار غار حراء	دار الغوثا ني	الهيئة العامة للكتاب
١/٢	هل يتم التصفح و الإبحار في	٠											
		١											

			✓		✓	✓		✓			٢	الموقع بشكل سهل ولا يدعو إلى حيرة المستخدم ؟	
	✓	✓					✓		✓	✓	٣		
✓				✓							٤		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٥	هل تتوفر إرشادات وتعليمات واضحة لاستخدام أي قسم أو خدمة في الموقع؟	٢/٢
											١		
											٢		
											٣		
											٤		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٥	هل تتوفر خريطة للموقع ؟	٣/٢
											١		
											٢		
											٣		
											٤		
✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	٥	هل يمكن التصفح بالموقع بأكثر من لغة؟	٤/٢
		✓									١		
											٢		
											٣		
											٤		
25 %	20 %	30 %	15 %	25 %	15 %	15 %	20 %	15 %	20 %	20 %	20 %	النسبة المئوية أو التقدير العام لسهولة التصفح في مواقع الناشرين .	
21, 5 %	15 %	20 %	14, 5 %	23, 5 %	31,5 %	16, 5 %	38 %	16, 5 %	30 %	17 %	19 %	النسبة المئوية أو التقدير العام لمعايير الخور الخامس لكل موقع =	

يتضح من الجدول السابق مايلي:

- أن إمكانات البحث المتاحة في المواقع (عينة الدراسة) كانت إجمالاً ضعيفة حيث لم توفر المواقع (عينة الدراسة) إمكانات بحث متعددة وهذا يعود لعدم توفير قيم مبادرات مناسبة وكافية للمحتوى الرقمي من جهة ، كما أنها لا تدعم عملية الكشف باللغة الطبيعية بشكل جيد ولا تستخدم أي من أدوات الكشف المقيدة كالمكانز وقوائم رؤوس الموضوعات وغيرها والتي تسهم في توجيه الباحثين إلى استخدام مصطلحات مناسبة من جهة ثانية ، وقد أظهرت نتائج التحليل أن مواقع الناشرين السوريين (عينة الدراسة) لا تتيح سوى البحث البسيط ، لكن في مواقع معينة من مواقع (عينة الدراسة) كموقع دار النوادر يمكن البحث باسم المؤلف والعنوان ومداخل بحثية أخرى حيث حصل على أعلى نسبة وهي (٥٦%).

- ومن حيث سهولة التصفح كلما كان نظام التصفح والملاحة سهلاً كلما زاد إقبال المستخدمين عليه وهذا يتم من خلال عدة أمور ومنها: توفير خريطة للموقع التي تعدّ بمثابة تصور لمحتويات الموقع وتفرعاته وتكمن قوتها في بساطة بنائها وغير ذلك من الأمور التي تجعل نظام التصفح والملاحة سهلاً، أما بالنسبة للنتائج فقد كانت النسب متقاربة فقد حصل دار النوادر على نسبة (38%)، بينما نسبة دار الفكر كانت (19%)، دار الحافظ (17%)، دار الثقافة والتراث (31.5%)، وعموماً فإنّ الشكل الآتي رقم (٤٣) يوضح مدى دعم كل موقع من مواقع الناشرين السوريين (عينة الدراسة) لمعايير المحور الخامس، وعلى النحو الآتي:



شكل رقم (٤٣) نسب تقويم معايير سهولة البحث و التصفح في مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت.

يتبين لنا من خلال اطلاعنا على الشكل السابق بأن مستوى الدعم لمعايير هذا المحور كانت ضعيفة فقد كانت أعلى نسبة لصالح موقع دار النوادر (38%)، وأقل نسبة كانت لصالح موقع دار نينوى بنسبة (14.5%)، وترى الباحثة أن هذه النتيجة والنسب التي حصلت عليها المواقع التعليمية (عينة الدراسة) متوقعة نظراً لعدم اهتمام مشرفو تلك المواقع بعملية التنظيم (من فهرسة وتكشيف وتصنيف)، وعدم توفير قيم المبتدات المعيارية.

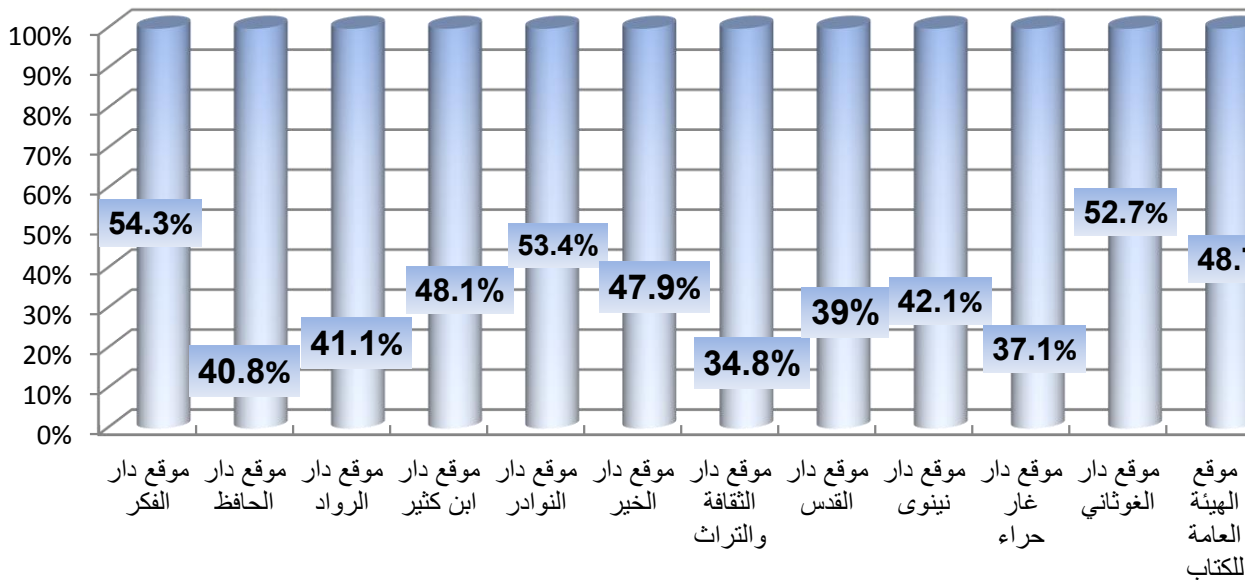
٦- التقييم العام لمواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت:

تمّ حساب النسبة المئوية التي حصل عليها كل موقع أو حساب التقييم العام لكفاءة مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت (عينة الدراسة) لمعرفة مدى توافقها مع معايير التقييم المقترحة في هذه من قبل الباحثة وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (١٣) النسب المئوية العامة لتقييم مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت.

الهيئة العامة للكتاب	دار الفكر	دار الحافظ	دار الرواد	دار ابن كثير	دار النوادر	دار الخير	دار الثقافة والتراث	دار القدس	دار نينوى	دار غار حراء	دار الغوثاني
54,3%	40,8%	41,1%	48,1%	53,4%	47,9%	34,8%	39%	42,1%	37,1%	52,7%	48,7%
جيد	مقبول	مقبول	مقبول	جيد	مقبول	ضعيف	ضعيف	مقبول	ضعيف	جيد	مقبول

وبالنظر إلى معطيات الجدول السابق نجد أنّ كفاءة مواقع الناشرين السوريين تتدرج من المستوى الضعيف الى المستوى الجيد، فاحتلّ موقع دار الفكر المرتبة الأولى بنسبة (٥٤.٣%) ، أما مرتبة المقبول فكانت من نصيب موقع الهيئة العامة للكتاب بنسبة (٤٨.٧%) وموقع دار ابن كثير بنسبة (٤٨.١%) وكانت أقل نسبة لصالح موقع دار الثقافة والتراث بنسبة (٣٤.٨%)، وعموماً فإنّ الشكل الآتي رقم (٤٤) يوضح النسب المئوية ودرجات تقدير كل موقع من مواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت (عينة الدراسة)، وذلك على النحو الآتي:



شكل رقم (٤٤) التقييم العام لمواقع الناشرين السوريين على شبكة الإنترنت.

المبحث الثالث - الفئات المستفيدة من مواقع الناشرين السوريين :

تمهيد:

تمّ تخصيص هذا المبحث للحديث عن الفئات المستفيدة من مواقع الناشرين السوريين والتي يمكننا تقسيمها كما ذكرنا سابقاً الى مجموعتين أساسيتين الأفراد بمختلف فئاتهم سواء طلاب مدارس او جامعات أو أفراد المجتمع العام (أي فرد قد يملك مكتبة خاصة مثلاً) ، ومؤسسات المعلومات بمختلف أنواعها وأشكالها سواء مكتبات عامة أو مدرسية أو جامعية أو متخصصة وغيرها وسيتم ذكر مثال لكل فئة أساسية كما يلي:

١ - الأفراد: (عرض لموقع رفوف) (٣٧):

١/١- نبذة تعريفية لموقع رفوف: موقع رفوف هو موقع الكتروني فقط أما دور النشر المتعاونة مع الموقع فلها عناوين يمكن الرجوع إليها، فهو يمثل مكتبة افتراضية تتألف من تجمع مكتبات خاصة عائدة لأفراد مشتركين فيه، و يقدم خدمات إدارية تصب في صالح نشر الكتاب وتعزيز ثقافة القراءة لدى القارئ ويمكن لأي شخص الاشتراك في الموقع بشكل مجاني سواء كان للمشاركين الأفراد أو لدور النشر، لكن الخدمات التي تقدمها جهات أخرى عبر الموقع فهي مدفوعة الأجر (مثل الشحن وغيرها) انطلق الموقع على الشبكة في عام ٢٠٠٦م، وتتم إدارة الموقع من خلال تعاون مجموعة من المهتمين بالكتاب، ويقدمون الدعم لموقع رفوف وللكتاب بالتعاون مع عدد من دور النشر وموردي الكتب، وتكون مهمة موقع رفوف إداري من خلال البرمجيات الخاصة ضمنه، أما دور النشر وموردي الكتاب فهم يمثلون المصدر الحقيقي لمبيعات الكتاب، وعملية الاستعارة التي يديرها موقع رفوف تأتي بالعناوين والكتب من المجموعات الخاصة لدى الأفراد. ويتكفل موقع رفوف بدور أمين المكتبة فقط.

١/٢- خدمات موقع رفوف: ويهدف موقع رفوف من تقديم خدماته إلى زيادة انتشار الكتاب وتحفيز القراءة من خلال تسهيل الوصول إلى الجديد من العناوين سواء عن طريق الاستعارة أو عن طريق الشراء،

(٣٧)-رابط موقع رفوف : <http://www.rufuf.com/index.php?p=main>

موقع رفوف يقدم باقة خدماته مستفيداً من عدد من دور النشر وموردي الكتاب، كما أنه يستفيد من مجتمع المشتركين الذين يساهمون بإدارة وتحديث فهرس الكتب العام في الموقع.

١/٣- دور النشر التي تتعامل مع موقع رفوف: تعرض دور النشر التي تقدم دعمها لموقع رفوف لائحة مطبوعاتها على صفحات الموقع ليختار منها المشتركون ما يعجبهم ولتكون مرجعاً لقسم الاستعارة ومورد للباحثين عن أحدث المعلومات في سوق الكتاب، وكذلك يقدم الموقع فرصة التواصل مع سوق الكتاب لجميع المشتركين ويساعدهم أيضاً على تقديم طلبات الشراء ويوجهها إلى دور النشر لتنفيذها.

١/٤- قسم الاستعارة في موقع رفوف: هو خدمة يقدمها لكل مشترك من المشتركين من خلال مساعدته على بناء مكتبته الخاصة الافتراضية، والتي هي جزء من مكتبة موقع رفوف، ويتم ذلك من خلال إضافة عناوين كتب متوفرة لديه إلى سجل خاص، ومن ثم عليه إضافة أسماء أصدقائه الذين سيشاركونه هذه المكتبة من خلال الاستعارة، بعد توجيه دعوة لهم للانضمام إلى مكتبته الافتراضية، ومن خلال جهد ومساعدة المشتركين، ومن خلال بناء كل مشترك لقائمة الكتب وقائمة الأصدقاء، يقدم إطار عريضاً لمكتبة افتراضية واحدة غير محدودة جغرافياً وهي الأولى من نوعها.

١/٥- شراء الكتب من خلال موقع رفوف: يقدم الموقع خدمة شراء الكتب حيث يشكل نقطة الوصل مع دور النشر الداعمة للموقع، ويجمع طلبات الشراء الصادرة من المشتركين ويوجهها إلى موردي الكتاب، بحيث أن المشترك له حرية التجول على قوائم الكتب الموجودة في الموقع ويختار منها ما يناسبه، ويتكفل الموقع بمساعدة دار النشر على تأمين طلبه، وخصوصاً أنّ هدف الموقع هو جعل الوصول إلى أي كتاب سهلاً وميسراً سواء كان القارئ من الساكنين في المدن الكبيرة، أو كان من قاطني أبعد قرية، حيث أنّ خدمة شراء الكتب في موقع رفوف تقدم له هذه الفرصة على مدار الساعة وخلال كافة أيام السنة، وما عليه سوى أن يختار ما يناسبه وبقيّة الخطوات يتكفل بها الموقع ومورد الكتب ويتم عرض قائمة على الموقع تتضمن بيانات العنوان والمؤلف والناشر وعدد الصفحات والسعر وأيقونة بعنوان تفاصيل للوصول إلى تفاصيل أكثر حول الكتاب المطلوب وأخيراً أما نقوم بطلب الشراء من خلال شراء، أو الاستعارة من خلال مكتبتني، كما هو واضح في الشكل التالي:

الصفحة الرئيسية دور النشر قسم الاستعارة شراء الكتب بحث اسئلة مكررة

أهلاً بكم في موقع رفوف

خدمة تقدم لك بمساعدة دور النشر الداعمة للموقع

موقع رفوف يقدم خدمة إضافية وهي شراء الكتب، حيث سيشكل نقطة الوصل مع دور النشر الداعمة للموقع، وسيسمح طلبات الشراء الصادرة من المشتركين ويوجهها إلى مورد الكتب، بحيث أن المشترك له حرية التجول على قوائم الكتب الموجودة في الموقع ويختار منها ما يناسبه، ويتكفل الموقع بمساعدة دار النشر على تأمين طلبه.

إن هدف موقع رفوف هو جعل الوصول إلى أي كتاب سهلاً وميسراً سواء كان الفارئ من الساكنين في المدن الكبيرة، أو كان من قاطني أبعد قرية، إن خدمة شراء الكتب في موقع رفوف تقدم له هذه الفرصة على مدار الساعة وخلال كافة أيام السنة، وما عليه سوى أن يختار ما يناسبه وبغية الخطوات يتكفل بها الموقع ومورد الكتب.

المتجر الإلكتروني

اسم الكتاب	المؤلف	دار النشر	الصفحات	السعر	تفاصيل	شراء	مكتبي
بوابة الحرية...بوابة الموت	عبد الإله عبد القادر	المدى للثقافة و الفنون	94	75	عرض	طلب	إضافة
جيوب أنفية لأجلال السلام	عبد الحميد أحمد	المدى للثقافة و الفنون	230	175	عرض	طلب	إضافة
التخيل	هينم بوزي	المدى للثقافة و الفنون	80	75	عرض	طلب	إضافة
لمحات من الأدب المجري	تاتر صالح	المدى للثقافة و الفنون	171	125	عرض	طلب	إضافة
دون كيشوته 2/1	تريانتيس	المدى للثقافة و الفنون	648	500	عرض	طلب	إضافة

Activate Windows
Go to PC settings to activate Windows.

الشكل رقم (٤٥) شراء الكتب من موقع رفوف

١/٦-آلية البحث في الموقع: يحوي موقع رفوف على آلية بحث متعددة لتسهيل على المشترك البحث بين الكتب على ما يهمه، مثل اسم المؤلف، اسم الكتاب، كلمات مفتاحية لموضوعات الكتاب، تفاصيل مستمدة من النص الموجز الذي يلخص الكتاب، وتفاصيل أخرى، كما يمكن ربط البحث مع عمليات الاستعارة والشراء.

٢- مؤسسات المعلومات (عرض مدى إفادة مكتبات وزارة الثقافة السورية في عملية التزويد من مواقع الناشرين السوريين):

تمهيد:

تواجه المكتبات ومراكز المعلومات تحديات حقيقية فيما يخص تطوير مقتنياتها، ولكي تتمكن كل مكتبة او مركز معلومات من تحقيق أهدافه وقيامه بالمهام الملقاة على عاتقه فإنها يجب أن يتزود بمصادر المعلومات في مختلف أشكالها لتتمكن من تلبية احتياجات المجتمع المستفيد منها، إلا أنّ سلوك المكتبات وأسلوبها في التزويد بدأ يتغير بفعل استخدام الأنترنت حيث أصبح بإمكانها الاستفادة من الأنترنت في مجال التزويد إذ إنها تتيح إمكانية القيام بعملية الاختيار والشراء بطريقة سهلة وميسرة ودقيقة وذلك عن طريق مواقع

الناشرين ،وهنا تمّ تخصيص هذا الجزء من الدراسة للحديث عن مدى إفادة مكاتب وزارة الثقافة السورية في عملية التزويد من مواقع الناشرين السوريين كمايلي:

١/٢ - لمحة تعريفية عن وزارة الثقافة وأهدافها ومهامها:

تأسست وزارة الثقافة السورية عام (١٩٧٦) ،وتعمل الوزارة على تحقيق الأهداف الآتية :

- أ. الحفاظ على الهوية الحضارية والثقافية, وحماية التراث الأثري والتاريخي (المادي واللامادي).
- ب. نشر الثقافة محلياً وعربياً وعالمياً والتفاعل مع الثقافات العالمية .
- ت. رعاية العملية الإبداعية وتنميتها وتوسيع آفاقها .
- ث. رعاية المثقف، وحماية الناتج الثقافي .
- ج. تطوير التشريعات والأنظمة والقوانين بما يتوافق مع الرؤى والأهداف العامة للوزارة .
- ح. اعتماد مبدأ الشفافية وسهولة الوصول للمعلومات لتكون متاحة للاستفادة منها في إطار أهداف الوزارة وخطة عملها وخدمة المواطنين.

أما بالنسبة لمهامها فتقوم الوزارة بالمهام التالية:

- ١- تعميم المعرفة والثقافة بين الجماهير، والتعريف بالحضارة العربية، ونشر رسالتها، وتوفير كل الإمكانيات لكي تتفاعل مع الحضارات العالمية الكبرى .
- ٢-تيسير سبل الثقافة الشعبية، وتنويع أساليبها وتوسيع نطاقها، وإغنائها بالمبتكرات الحديثة وإفادة أكبر عدد ممكن منها.
- ٣- الاتصال بالمؤسسات الثقافية والفنية الخارجية والإفادة من نشاطها، ودعوة كبار رجال الثقافة والفكر والفن في العالم لزيارة الجمهورية العربية السورية وإلقاء المحاضرات والأحاديث في مدنها المختلفة.
- ٤-تنفيذ بنود المعاهدات الثقافية المعقودة مع الحكومات الأجنبية والعربية، وذلك ضمن اختصاص الوزارة.
- ٥-إقامة المعارض والمهرجانات والحفلات الثقافية والفنية، وعقد المؤتمرات، وتنظيم المسابقات، ووضع الجوائز، وتشجيع تأسيس الجمعيات الثقافية المختلفة وتتبع فعاليتها، ومساعدتها على القيام بمهامها .

٦- إحياء التراث العربي القديم في العلوم والآداب والبحث في علوم اللغة العربية، والحرص على سلامتها وجعلها تتسع للعلوم والفنون والمخترعات الحديثة. (وزارة الثقافة السورية: <http://moc.gov.sy/mission>)

٢/٢ - المقابلة مع المسؤولين عن التزويد في مكاتب وزارة الثقافة السورية:

تمّ إجراء مقابلة مع المسؤولين عن التزويد في مكاتب وزارة الثقافة السورية لتحديد إذا كانوا يتعاملون مع مواقع الناشرين السوريين وماهي العقبات التي تعترضهم وماهي مقترحاتهم لتطوير هذه المواقع، وهنا تمّ طرح مجموعة من الأسئلة عليهم والتي تمّ تقسيمها إلى أربعة فئات أساسية ملحق رقم (١) وجاءت الإجابات عليها كمايلي:

عند التواصل مع القائمين على عمليات التزويد في مكاتب وزارة الثقافة السورية تبين أنّه يتمّ التعامل مع مواقع لناشرين سوريين محددين وكذلك عبر صفحات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بكل موقع من المواقع التي يتم التعامل معها ومن أهم المواقع التي يتم التعامل معها (موقع دار الحافظ وموقع الهيئة العامة للكتاب الذي كان ضمن الوزارة إلى أن أصبح مستقلاً عن الوزارة في عام ٢٠٠٦) وذلك بسبب أنّ هذه المواقع تواكب الحداثة ويتم انتقاء العناوين والمواضيع والشخصيات بدقة في المؤلفات التي تصدر عنهم بالإضافة لوجود فريق عمل متخصص و متكامل لتقويم العناوين ، أما دور النشر الأخرى التي يتم التعامل معها لكنها لا تملك مواقع على شبكة الأنترنت فقط صفحات على وسائل تواصل الاجتماعي هي(دار الينابيع، دار الفرقد، دار التكوين، دار المجد، دار الرضا) .

أما بالنسبة لعمليات البحث وإجراءات الاختيار في مواقع الناشرين فهنا لا يتمّ البحث بالموقع بالشكل الإلكتروني لكنه يتمّ إرسال قوائم تقليدية أو الكترونية عبر الموقع بواسطة الإيميل أو عبر صفحات وسائل التواصل الاجتماعي ومن ثمّ تتم دراسة هذه العناوين لتحديد ماذا تريد وزارة الثقافة منها ومن ثمّ إرسال القائمة الى الجهة المعنية للحصول على الموافقة وبعد ما يتم الحصول عليها تحوّل الى المؤسسات والمكاتب التابعة لوزارة الثقافة ،أما بالنسبة لعملية اختيار مصادر المعلومات فعند القيام بمعرض ما يتمّ توجيه مدراء المكاتب والمراكز الثقافية لحضور المعرض وانتقاء العناوين التي تخدم آلية العمل الثقافي ومن ثمّ إلى المدير المسؤول وأخيراً لمعاون الوزير للموافقة .

أما بالنسبة للميزانية المخصصة للتزود بمصادر المعلومات فهي (٣٦%) من الميزانية مخصصة للكتب وبالنسبة إذا كانوا يعتمدون على نظام آلي للتزويد الإلكتروني فكانت الإجابة بأنه لا يتم الاعتماد على نظام آلي وبالنسبة لوسائل الدفع التي يتم التعامل معها يتم إنشاء أمر الصرف بإسم صاحب دار النشر ومن ثم يتم التحويل إلى مديرية المالية والمصارف للحصول على المبلغ المستحق.

تقدم دور النشر حسومات أحيانا تصل إلى ٢٥% فمثلاً دار التكوين تقدم حسومات على عناوينها بنسبة ٢٠%، أما دار الينايع ١٥%، وتتم الهدايا من خلال المعارض حيث أن أي دار نشر تقوم بإنشاء معرض لها فتهدى نسبة من العناوين (١٠%) للمؤسسة التي تقيم المعرض من خلالها وتقدم نسبة حسم (١٠%) للمدير المركز والمستفيدين معا، وعند سؤالهم عن اذا كان هناك صعوبات أو مشاكل في وصول مصادر المعلومات المطلوبة في الفترة المحددة فكانت الإجابة أنه لا يوجد أية مشاكل ويتم وصول المصادر في الوقت المحدد.

أما بالنسبة لمؤهلات مدراء مكاتب وزارة الثقافة فهي لا تقل عن الإجازة الجامعية (قد تكون الإجازة الجامعية متخصصة في علم المكتبات والمعلومات وقد تكون في فرع آخر)، أما بالنسبة للمسؤول عن التزويد في مكاتب وزارة الثقافة السورية فيحمل إجازة في علم التاريخ، وأخيراً فأنا المسؤولين عن التزويد في مكاتب وزارة الثقافة السورية يفضلون التزويد الإلكتروني على التقليدي لسهولة التعامل ويفضلون أن يتم إرسال القوائم إلكترونياً، لكنهم مازالوا يعتمدون على التزويد التقليدي، وكانت من أهم مقترحاتهم تطوير وتحديث المواقع الإلكترونية التابعة للناشرين السوريين في سوريا والعمل على تحديد آلية معينة يتم الاعتماد عليها بين مواقع الناشرين والمسؤولين عن التزويد في وزارة الثقافة (٢٨).

خلاصة الفصل:

وهكذا تناولنا في هذا الفصل (٣) مباحث أساسية حيث تم تخصيص المبحث الأول للحديث عن تأثير الأزمة السورية على دور النشر والتي تسببت بهجرة العديد منها، بينما صمد البعض منها واستمر بنشر عناوين تقلصت للنصف قياساً بما كانت تنشره قبل الأزمة، فقد أثرت الحرب على جميع مناحي الحياة

(٢٨) -مقابلة مع حمود علي الموسى.

ومنها الكتاب ،اما المبحث الثاني فقد تركز على عمليات التقويم لمواقع الناشرين السوريين (عينة الدراسة)، وذلك بالاعتماد على المعايير المقترحة لتقويمها ،وقد تمّ تحليل هذه البيانات إحصائياً بواسطة برنامج SPSS وذلك لمعرفة مدى توافق المواقع (عينة الدراسة) مع المعايير المقترحة ،ومن ثمّ تمّ عرض الفئات المستفيدة من مواقع الناشرين السوريين (عينة الدراسة) سواء الأفراد (عرض موقع رفوف)،و مؤسسات المعلومات (مكتبات وزارة الثقافة السورية) .

الفصل الرابع

مقترحات لتطوير مواقع الناشرين السوريين

مقدمة:

المبحث الأول: مقترحات لتطوير عمليات تنظيم المحتوى في المواقع

المبحث الثاني: مقترحات لتطوير عملية التسويق في المواقع وتضم عددا من المتطلبات وهي :

١-متطلبات تتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والشبكات

٢-متطلبات تتعلق بالموارد البشرية المستخدمة لهذه التكنولوجيا

٣-متطلبات تتعلق بالأمور التشريعية والقانونية

المبحث الثالث- مقترحات لبعض النظم الآلية للناشرين السوريين.

١-مقترحات لبعض النظم الآلية التي تتيح إمكانية التزويد الالكتروني.

٢- نظم إدارة الناشرين (نموذج الناشر العالمي (YBP).

خلاصة الفصل.

الفصل الرابع

مقترحات لتطوير مواقع الناشرين السوريين

مقدمة:

تناولت الدراسة في الفصول السابقة كافة المواضيع النظرية المتعلقة بموضوع الدراسة من عمليات التنظيم وأدواته بشكل عام ، وطريقة التسويق لها وكيفية تطورها من البيئة التقليدية الى البيئة الالكترونية وكذلك معايير تقويمها ، كما عرضة الجوانب الميدانية للبحث حيث تمّ التطرق الى آلية تنظيم المحتوى لمواقع الناشرين (عينة الدراسة) مروراً بآلية التسويق المعتمدة فيها وذلك بالاعتماد على قائمة المعايير المقترحة من قبل الباحثة ، ومن ثم تحديد مدى إفادة مكنتات وزارة الثقافة السورية من مواقع الناشرين السوريين في عملية التزويد فيها ، ويأتي هذا الفصل جوهره الفصول السابقة من خلال تقديم عدة مقترحات تسهم في تطوير مواقع الناشرين السوريين وقد تمّ تقسيمها الى ثلاثة مباحث رئيسية ، وذلك على النحو الآتي:

المبحث الأول-مقترحات لتطوير عمليات تنظيم المحتوى في مواقع الناشرين السوريين:

تمهيد:

يعتبر التنظيم أو ما كان يعرف سابقاً بالمعالجة الفنية إنه عصب العمل بمؤسسات المعلومات ومحور النشاط بها، لذلك فإن أوعية المعلومات التي يتم اختيارها واقتناؤها لا قيمة لها، ولا فائدة منها، ما لم تستخدم ويتم الاستفادة منها على نحو فاعل ولا يمكن أن يتم الاستخدام أو تتم الإفادة إلا إذا تم الوصول إلى هذه الأوعية ومحتوياتها عبر أدوات ووسائل تتيح الاسترجاع بسهولة وبسرعة، وكذلك الوضع بالنسبة للمواقع الالكترونية التي يتوجب على القائمين عليها الاعتماد على خطة تنظيم معينة تساعد المستفيدين (أفراد أو مكنتات) بالوصول الى ما تنتجه دار النشر ويتم عرضة على الموقع الالكتروني ومن هنا كان لابد من اقتراح الية معينة لتنظيم المحتوى على مواقع الناشرين السوريين كمايلي:

١- عمليات تنظيم المحتوى في مواقع الناشرين السوريين :

١/١-عمليات التصنيف:

عند التفكير بإصدار كتب جديد خاصة بدار النشر ووضعها على الموقع لابد أن تكون الدار قد اعتمدت على خطة تصنيف معينة ويفضل أن تكون خطة تصنيف ديوي العشري وذلك لأنها تلائم البيئة العربية أكثر من الخطط الأخرى وإذا كانت دار النشر متخصصة في موضوع معين فيمكنها اختيار التقسيمات الخاصة في هذا الموضوع ضمن خطة تصنيف ديوي .

١/٢-عمليات الكشف:

بالنسبة لعمليات الكشف لا بد أن يكون لدار النشر سياسة كشف واضحة وذلك لضمان الثبات والاستقرار في عملية الكشف وتسهيل مهمة المكشف من حيث عدد المصطلحات أو الواصفات المخصصة لكل مصدر معلومات ويفضل أن يقوم بعملية الكشف مؤلف مصدر المعلومات ومن ثم يأتي المكشف المتخصص ويقوم بعملية ضبط المصطلحات وأن يتم استخدام اللغة المقيدة كونها تسهم في اختيار مفاهيم ومصطلحات ذات دلالة موضوعية محددة وثابتة.

١/٣-عمليات الاستخلاص:

بالنسبة للاستخلاص والذي يعتبر وسيلة هامة من وسائل استرجاع المعلومات ووسيلة من وسائل الاتصال بين مصادر المعلومات والمستفيدين لأهميته في توفير وقت المستفيد فمن المفضل الاعتماد في عمليات الاستخلاص على متخصصين موضوعيين لأنهم القادرون على انجاز المستخلصات بكفاءة أكبر لكن قد يكون هناك تكلفة مادية أكبر لذلك الأفضل أن يقوم بإعداد المستخلص مؤلف مصدر المعلومات نفسه، وأن يتم إتباع قواعد إنشاء المستخلصات والتي يجب أن تتضمن (عنوان المصدر، مؤلف المصدر، الجهة المسؤولة عن المصدر حيث يتم ذكر وصف بليوجرافي كامل له لتمكين المستخدم من الوصول إليه إذا رغب بذلك، وفي حالة كانت الوثيقة بلغة أخرى غير لغة المستخلص فإنه يجب ذكر الوصف البليوجرافي بكلا اللغتين، لغة الوثيقة الأصلية واللغة التي وردت بها المستخلص، الهدف والغرض من المستخلص حيث يجب أن يحتوي المستخلص على معلومات تصف الهدف والغرض من مضمون الكتاب وأسباب كتابته والهدف المنشود منه ، البحث ومنهجيته فيجب أن يحتوي المستخلص على معلومات عن منهج البحث الذي اتبع في الدراسة سواء كان ذلك تاريخياً ، إحصائياً أو تجريبياً وإضافة معلومات تشير إلى ما إذا كان ذلك المنهج قد حقق الغرض أم لا، نتائج البحث فمن المفروض أن يحتوي المستخلص على النتائج التي تم التوصل إليها الكتاب ، وذلك من خلال ربطها بالغرض الذي حدده الكتاب أصلاً ، وهنا يجب إظهار النتائج ذات القيمة والأهمية والتي تعطي معلومات جديدة للقارئ ، وكذلك من المحتمل أن تشده إلى قراءة الوثيقة بكاملها، الاستنتاجات المستخرجة من تفسيرات البحث وهي بمثابة تفسيرات للنتائج التي أظهرها البحث . وتظهر هذه المعلومات بطريقة تشير الى فهم المؤلف لموضوع الكتاب ، وكيف يرى النتائج ودلالاتها العلمية ، وكيف يمكن للمستفيد ربط هذه الاستنتاجات بالفرضيات والمقدمات التي الكتاب الأصلي ، إضافة معلومات مكمله فإنه يمكن إضافة معلومات يعتقد أنها ذات قيمة وأهميه كبيره لمن يستخدم الكتاب) .

١/٤-عمليات الفهرسة:

يفضل الاعتماد على نظام آلي للقيام بعمليات الفهرسة (سيتم عرض مقترحات لبعض النظم الآلية في المبحث اللاحق) حيث تتفاوت النظم الآلية فيما بينها من حيث الإمكانيات التي توفرها، إلا إنه يُراعى توافر المواصفات التالية في النظام الفرعي للفهرسة: (تيج إنشاء التسجيلات البليوغرافية وتحريرها وصيانتها طبقاً

لأحدث طبعات قواعد الفهرسة الأنجلو أمريكية و الشكل الاتصالي المعياري (Marc21) لجميع أوعية المعلومات، ويتيح إنشاء التسجيلات الببليوغرافية وفقاً لمستويات ببليوغرافية مختلفة أعمال مستقلة وتحليلات ومجموعات والتحليل هو معالجة لإعداد تسجيله تصف جزءاً أو أجزاء من وعاء له تسجيله مستقلة، يسمح بمستويات الفهرسة المختلفة الكاملة والمتوسطة والمختصرة، ويتيح إنشاء التسجيلات الإستانادية وتحريرها وصيانتها طبقاً لأحدث طبعات قواعد الأنجلو أمريكية والشكل الاتصالي المعياري (marc21) لتشمل المداخل الاستنادية (الرؤوس والإحالات) لكل من أسماء الأشخاص والهيئات والمؤتمرات والعناوين المقننة وعناوين السلاسل والأماكن الجغرافية والموضوعات.....الخ.

يدعم أشكال الاتصال المعيارية التالية وفقاً لآخر طبعاتها، ويتيح إنشاء شاشات إدخال للتعديل بحيث تحتوي على قيم محددة سلفاً لمعرفة الحقول والمؤشرات وتقنيات الحقول الفرعية وعناصر البيانات وأن تحتوي على عناصر بيانات بأكثر من لغة مع عرض سلامة إتاحة كتابة اللغة، و يتيح إنشاء و صيانة بيانات النسخ أو النسخ المتاحة في النظام لكيان ببليوغرافي واحد وربطها معا في قاعدة واحدة، ويتيح إضافة صور للأغلفة الأوعية وأي ملفات ملحقة بالأوعية إلى التسجيلات الببليوغرافية، يسمح النظام باستيراد و/أو تصدير التسجيلات الببليوغرافية مفردة أو مجمعة من خلال الوسائط المتعددة، وكذلك يتيح إدخال بيانات المواد المصاحبة للأوعية كأشرطة الكاسيت والأقراص المدججة وغيرها، ويسمح بالربط بين التسجيلات الإستانادية والببليوجرافية وما تحتوي عليه من رؤوس وإحالات، ويسمح بنسخ أو إنشاء تسجيله جديدة، ويتيح كل إمكانات البحث والاسترجاع المتوفرة للفهرس المتاح للجمهور على الخط المباشر).

(المنظمة العربية للتنمية الزراعية، ٢٠٠٧، ص ٧٢-٧٦)

أما بالنسبة لمعايير الميئاتادات: فيمكن الإعتماد على معايير تبادل المعلومات على الخط المباشر أونيكس الدولي (ONIX) فهو معيار دولي لتقديم معلومات عن منتج صناعة الكتب في شكل إلكتروني، ويستخدم معيار ONIX للكتب لتوصيل قدر كبير من المعلومات، أكثر مما يختار معظم الناشرين تقديمه حالياً حيث يوفر تنسيقاً مجانياً لتمرير البيانات الوصفية حول الكتب بين الناشرين ومجمعي البيانات وتجار التجزئة للكتب والأطراف المعنية الأخرى في صناعة النشر. يمكن تخزين البيانات الوصفية المتعلقة بعنوان كتاب أو أكثر في ملف XML منسق بشكل مناسب يُعرف باسم رسالة ONIX جاهزة للنشر، وقد تم تصميم المعيار للاستخدام مع العديد من أنواع الكتب المختلفة وينص هذا المعيار على تضمين معلومات المبيع والتسعير التي قد لا يرغب الناشر في توزيعها مجانياً خارج مؤسسته ويمكن تحديد الفوائد التجارية بالنسبة للناشرين بأن (Onix) يقدم ميزتين تجاريتين مهمتين كنسق اتصال فإنه يجعل من الممكن تقديم معلومات المنتج الغنية في سلسلة التوريد في شكل قياسي لتجار الجملة والموزعين و لتجار التجزئة الأكبر حجماً و لتجميع البيانات والشركات التابعة، هذا يقلل بشكل كبير من تكاليف الدعم ،

ويتكون هذا المعيار من عدد كبير من عناصر البيانات وعددها حوالي (٢٤٠) عنصراً وعناصره البيبليوغرافية مشابهة لعناصر الفهرسة التقليدية لكن أهم عيوب هذا المعيار إنه لم يتطور بشكل كبير كما تطورت معايير المبتدات الأخرى .

٢- أدوات تنظيم المحتوى في مواقع الناشرين السوريين: أي يمكن أن تكون مكنزاً أو انطولوجيا أو فولكسونومي أوقائمة رؤوس موضوعات أو استخدام مفاهيم أحد أنظمة التصنيف العالمية ،وتأثير الأداة على مستويات الدقة والاسترجاع يرتبط أولاً بمدى موثوقيتها وثانياً بمدى حداتها.

المبحث الثاني - مقترحات لتطوير عمليات تسويق المحتوى في مواقع الناشرين السوريين:

تمهيد:

يعتبر الكتاب السوري من أهم الكتب العربية من حيث جودة المحتوى، وبالرغم من الأزمة التي مرت بها البلاد مازال الكتاب السوري موجوداً وبشكل فاعل في المعارض العربية وفي الأسواق العربية بشكل جيد، لكن الناشرين السوريين عانو من بعض الصعوبات ولعل أبرزها قضية التعامل مع البنوك و قضية تحويل أسعار مصادر المعلومات من وإلى داخل وخارج سوريا وعلى ذلك اقترحت الباحثة مايلي:

١- متطلبات تتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والشبكات :

تعد البنية التكنولوجية الحجر الأساس والقاعدة التي تركز عليها للقيام بعملية التسويق الالكتروني، وتتكون البنية التكنولوجية من الأجهزة الإلكترونية وشبكات الاتصال الحديثة التي تمكن دور النشر السورية من تبادل ونقل البيانات والمعلومات فيما بينها من جهة، وكذلك مع المستخدمين (أفراد، مكاتب) من جهة أخرى، ولهذا فإن نجاح التسويق الإلكتروني يعتمد بالدرجة الأولى على القدرة التكنولوجية لدار النشر، لذا فهي تعد من أهم الصعوبات التي تواجه الدول النامية لدى القيام بعملية التحول إلى التسويق الإلكتروني، فالبنية التكنولوجية تركز على عنصرين لا بد من وجودهما لضمان نجاح عملية التسويق الإلكتروني:

١/١- **المعدات الالكترونية (الحواسيب):** يعد الحاسوب العنصر الأساسي الأول في عمليات التسويق الإلكتروني وذلك لما يمثله من أداة رئيسة في أداء الإدارة لمهامها وواجباتها، لذا فمن الضروري تأمين عدد كافٍ من هذه الآليات المتطورة لتمكين موظفي الإدارة في دور النشر من أداء المهام المنوط بهم عند طلب المستفيد الحصول على الخدمة فيقوم الموظف بدوره بأدائها من خلال شبكة إلكترونية ترتبط بها هذه الحواسيب، كما انه يمكن للمواطن الحصول على الخدمة مباشرة من موقع الدار، وحتى تكتمل لهذه الحواسيب مهمتها في تسهيل التسويق الإلكتروني يستوجب حماية المعطيات والبرامج المستعملة فيها من القرصنة والإتلاف، ويمكن تفعيل هذه الحماية بالاعتماد على العنصر البشري المؤهل خصيصاً لهذه المهمة، إلا انه قد تصطدم الإدارة بمشكلة قلة الموارد المالية للحصول على المعدات الالكترونية من اجل تسيير وتطوير نشاطها نظراً لغلاء هذه المعدات، إذ عادة ما يوجه التمويل لأموال سياسية واجتماعية بعيداً عن تحسين التسويق الإلكتروني .

١/٢- **قاعدة بيانات أساسية:** حتى يتسنى لدور النشر تسيير أمورها وخدماتها الكترونياً بطريقة سلسلة ومنظمة، يجب عليها أن تضع قاعدة بيانات ومعلومات أساسية تعتمد عليها، فالموظف العام في هذه الإدارة ليس بحاجة للرجوع إلى المعلومات التي تم تسجيلها في الملفات والمستندات الورقية في حال أداء

الخدمة التي سبق الموظف وكُلف بها، بل يمكنه الرجوع إلى هذه القاعدة من خلال معالجة لوحة المفاتيح الخاصة بالحاسب و يسترجع البيانات التي هو في حاجة إليها.

١/٣-توافر شبكة الانترنت المتطورة: يعتبر العنصر الأساسي الثاني في هذه البنية حيث دفعت التكنولوجيا الحديثة عملية أنجاز المهام والمعاملات التجارية والمالية وكذلك تقديم الخدمات العامة عن طريق شبكة الإنترنت وتعد هذه الشبكة من أهم وأسرع الوسائل المستخدمة في نقل و تبادل البيانات والمعلومات وتفعيل العلاقة بين دار النشر والمستفيد.

١/٤-توافر الإدارة العامة على الشبكة التكنولوجية الداخلية: من أجل تسهيل المعاملات وتقديم الخدمات بسرعة وطمأنينة، يستوجب على الإدارة العامة لدار النشر إعداد شبكة تكنولوجية داخلية للربط بين الأقسام و مختلف فروع الدار ليتم من خلالها ممارسة جميع الأعمال الداخلية للمرفق العام، وكذلك تصميم المواقع الإلكترونية وصيانتها بشكل مستمر لضمان تواجدها والاستمرار في تقديم الخدمة دون انقطاع، إضافة إلى ذلك يستوجب ربط الشبكة الداخلية بشبكة الانترنت من أجل تسهيل عمل الموظفين داخل المؤسسة الواحدة وراحتهم من الانتقال والتجول داخل أروقة الإدارة، لتأتي بعدها مرحلة ربط جميع المؤسسات التابعة لكل دار نشر بالشبكة الخارجية للإنترنت، بالتالي أضحي من الضروري أن تكون البنية التحتية متكاملة وقائمة على الاستغلال الأمثل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لضمان نجاح تسيير الإدارة بطريقة الكترونية مما ساعد على تحقيق الأهداف المرجوة منها.

٢- متطلبات تتعلق بالموارد البشرية المستخدمة لهذه التكنولوجيا:

يعتبر العنصر البشري المفتاح الأساسي الذي لاغنى عنه في التسويق الإلكتروني، لذلك وجب التركيز عليه باعتباره العنصر المحرك، ومن ثم فإن تطوير قدرات الموظف العمومي وإخضاعه إلى دورات تكوينية دورية يعتبر ضرورة أملت الحاجة والتطور الحاصل في مجال المعلوماتية، ويعد الموظف من أهم العناصر في التسويق الإلكتروني، وفي الحقيقة أن ثورة المعلومات والاتصالات قد فرضت واقعاً على الموظف إذ يجب إن يكون ملمّاً في مجال التكنولوجيا الحديثة فحسب بل يجب أن يكون متخصصاً بها، وذلك لأنه سيشغل تخصصات عديدة ودقيقة لذلك لا بدّ أن تتوفر الكفاءة والخبرة المهنية والقدرة على التجاوب مع المعطيات الجديدة الخاصة بالتسويق الإلكتروني.

٣-متطلبات تتعلق بالأمور التشريعية والقانونية:

مما لا شك فيه إن تطبيق نظام التسويق الإلكتروني لدور النشر والعمل على عرض مصادر المعلومات وبيعها عن طريق شبكة الإنترنت يستلزم تشريعات خاصة تقوم بتنظيمها بالشكل الذي يضمن تحقيق الأهداف المرجوة منها. وبالتالي يُعد البناء القانوني الجدي والمتطور من الأمور المهمة في طريق التحول إلى التسويق

الإلكتروني، فالتشريعات والقوانين التقليدية النافذة لا تصلح لتطبيقها على التسويق الإلكتروني لدور النشر وخاصة أنّ التعامل الإلكتروني يرتبط بجوانب قانونية حساسة خاصة فيما يتعلق بالخصوصية والسرية والأمن المعلوماتية، بالتالي كل المعاملات التي كانت تمارس في إطار التسويق التقليدي لدور النشر ستثير العديد من الإشكالات، حيث أن جميع إشكالات التعامل مع الحاسوب وشبكة الإنترنت ستظهر في هذه الممارسة بالإضافة لإشكالات التعاملات المالية لذا لا بد من قيام نظام قانوني مُحكم من شأنه إن يسهل عملية التسويق الإلكتروني من أجل تقديم الخدمات للمستخدمين.

وهنا يمكن أن نقترح لدور النشر أن تتعامل مع الشركة السورية للمدفوعات الإلكترونية^(٣٩) بعد أن تنضم إليها، وحتى يتم الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني لابدّ من وجود حساب مصرفي مخصص باسم مستخدم وكلمة سر لدى أحد المصارف العاملة المرتبطة مع منظومة الشركة والتي تقوم بتقديم كافة التسهيلات الممكنة لفتح الحسابات المصرفية لديهم، ويكون الاستعلام ودفع الفواتير والرّسوم فيما بعد وفق الخطوات:

١. التّوجّه إلى الموقع الإلكتروني للمصرف أو إلى التّطبيق الخاص به على الهاتف النّقال.
٢. إدخال رقم الحساب أو اسم المستخدم بالإضافة إلى كلمة السّر الخاصة بالحساب.
٣. اختيار خدمات الدّفع الإلكتروني.
٤. اختيار مزود الخدمة (مُصدّر الفاتورة).
٥. إدخال الرّقم المعرّف للفاتورة أو للرسم المراد تسديده.
٦. طلب الاستعلام عن المبلغ المستحق.
٧. طلب وتأكيد عمليّة الدفع.
٨. الحصول على إشعار بتفاصيل العمليّة من خلال رسالة نصيّة على الهاتف النقال.

^(٣٩) <http://www.sep.com.sy/> رابط الشركة السورية للمدفوعات الإلكترونية:

المبحث الثالث-مقترحات لبعض النظم الآلية للناشرين السوريين:

تمهيد:

كما تحدثنا سابقاً بأنّ التزويد الالكتروني مرتبط بالتقنيات الالكترونية والتكنولوجيا الحديثة وبأنه يتم عن طريق الحواسيب وشبكة الإنترنت حيث يمكن الدخول إلى مواقع الناشرين وطلب ما يحتاجه مركز المعلومات من مصادر معلومات فهو العملية الفنية المتصلة بطلب واستلام ودفع ثمن المادة وذلك بعد الاختيار بالطريقة الالكترونية وذلك إما بواسطة شبكة الإنترنت أو بواسطة النظم الآلية وهنا في هذا المبحث تم تخصيصه لعرض بعض النظم الآلية التي تتيح إمكانية التزويد الالكتروني من خلالها وذلك على النحو الآتي:

١- مقترحات لبعض النظم الآلية التي تتيح إمكانية التزويد الالكتروني :

١/١- مفهوم النظم المتكاملة: هي النظم التي تعالج العديد من وظائف المكتبات وليس وظيفة واحدة فقط، ويستخدم النظام المتكامل قاعدة بيانات مشتركة واحدة تتقاسمها وتستخدمها كل الوظائف التي يعالجها النظام، والوظائف التي يعالجها النظام المتكامل تسمى نظاماً فرعياً حيث كل نظام فرعي يعالج وظيفة محددة، فالنظام الفرعي للإعارة يعالج وظيفة الإعارة، والنظام الفرعي للفهرسة يعالج وظيفة الفهرسة وهكذا.

وفي تعريف آخر النظم الآلية المتكاملة بأنها "تلك النظم المطبقة في المكتبات ومراكز المعلومات أو شبكات أو تجمعات منها والتي تستخدمها في تحصيل كل أو معظم الأنشطة والعمليات التي تمارسها هذه المكتبات في إدارتها لمقتنياتها وأدائها لوظائفها وخدماتها مثل: التزويد، والضبط البليوغرافي ، وضبط المسلسلات ، البحث والاسترجاع، والإعارة والجرد...الخ.

(ابراهيم، ٢٠٠٩، ص٢٨)

١/٢- أهمية النظم المتكاملة : تكمن أهمية النظم المتكاملة في :

- زيادة الخدمات المقدمة واستبعاد الأعمال المكررة.
- تيسير التعاون وتكوين شبكات المكتبات.
- زيادة الفاعلية وتطوير الأداء في العمليات الفنية والخدمات المعلوماتية.
- تقديم وسائل سهلة وسريعة للوصول إلى المعلومات والمرونة في تلبية احتياجات المستخدمين ومتطلباتهم .
- حيث أن النظم الآلية المتكاملة تقدم العديد من التسهيلات وتتمتع بكثير من المزايا أهمها:
- توفير الوقت والجهد لخلق لإدخال وتعديل التسجيلات البليوغرافية.
- تقليل فرص الأخطاء عند إدخال التسجيلات.
- التغيرات تنتقل وتمتد أوتوماتيكياً خلال النظام في الوقت الحقيقي.
- مشاركة البيانات بين وظائف المكتبة .

- التفاعلية في التعامل مع البيانات؛ فبمجرد إدخال البيانات إلى النظام يمكن الاستفادة منها لأغراض متعددة مثل البحث في الفهرس والاستعلام عن حالة الوعاء من الإعارة، والموقف من التزويد والحصول على التقارير المختلفة عن حجم الأوعية والإعارات ... الخ .
- توفير الإتاحة إلى مصادر المكتبة المحلية خلال الفهارس المباشرة OPAC، وأيضاً توفير الإتاحة إلى المصادر خارج المكتبة.

- تحسين التسهيلات لتحديد الوثائق وتعيينها والحصول عليها، وتسهيل تبادل البيانات الببليوغرافية.

(المنظمة العربية للتنمية الزراعية، ٢٠٠٧، ص ١١)

وباعتبار هذه الدراسة متخصصة بالحديث عن التزويد في مكتبات وزارة الثقافة السورية من مواقع الناشرين السوريين فسيتم الحديث عن النظام الفرعي للتزويد في النظم الآلية فهناك العديد من النظم الآلية المتكاملة التي تتيح إمكانية التزويد الآلي وستعرض الباحثة أبرزها وذلك على النحو الآتي:

١/٣- نظام كوها: هو نظام آلي متكامل مفتوح المصدر يحتوي على مجموعة من الأنشطة الفرعية الوظيفية الفرعية بحيث يختص كل نظام فرعي بوظيفة أساسية من وظائف المكتبة مثل : التزويد الإعارة الفهرسة وهذه الأنظمة الفرعية تشترك في قاعدة بيانات ببليوغرافية واحدة بالإضافة إلى أن النظام يوفر إتاحة متكاملة لاستخدام المكتبة على الخط المباشر، أول عملية تثبيت تمت في كانون الثاني عام (٢٠٠٠).

(الخياط، ٢٠١٩، ص ١٧٣)

ويعمل نظام المكتبات المتكامل كوها في بيئة نظام التشغيل Linux وخادم الويب Apache وهو مبني بقواعد البيانات MSQL ومكتوب بلغة Perl وصمم النظام العمل على شبكة الانترنت ويعمل النظام على محرك البحث zebra ويعتمد على بروتوكول 50 . Z39 للبحث والاسترجاع ويتعامل مع البيانات المخزنة على وفق نظام مارك ٢١، ويشتمل نظام كوها شاشة رئيسة للعمل تحتوي على كافة النظم الفرعية التي يوفرها النظام والتي تعمل بتكامل بحيث أن مخرجات قسم التزويد هي مدخلات قسم الفهرسة ومخرجات نظام الفهرسة هي مدخلات نظام الإعارة ، ويمكن تحميل نظام كوها من خلال الرابط^(٤)، ويتم تنصيب نظام كوها في بيئة نظام التشغيل لينكس Linux.

(يونس، محمد، ٢٠١٩، ص ٤٦٧-٤٦٨)

أما بالنسبة لوحدة التوريد في نظام كوها: هو النظام الفرعي للتزويد وهو من الوحدات الهامة في عمل المكتبة تهدف هذه الوحدة إلى :

أ. تتبع المعلومات لكل مزود واقتراح المزودين حسب نوعية المواد المطلوبة وفتح ملف للمزود يحتوي على بيانات اسم المزود والمسؤول المباشر والعنوان .

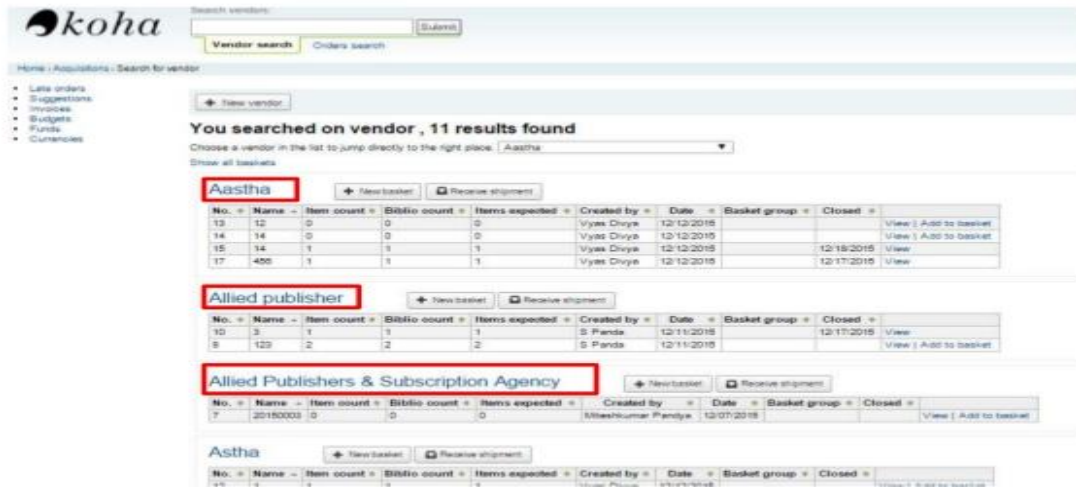
ب. إدارة الميزانية وتقسيمها.

ت. إدارة طلبات الشراء والطلبات المتأخرة وإدارة الفواتير.

ث. إنشاء تقارير عن التوريد.



الشكل رقم (٤٦) إدارة الاقتراحات في الصفحة الرئيسية لنظام كوها



الشكل رقم (٤٧) اختيار البائع للحصول على جميع قوائمه

ج- متابعة الطلبية إلى الاستلام والتسديد.



الشكل رقم (٤٨) يوضح سلة المشتريات، طلب رقم ، تاريخ الاقتراح ، تاريخ الاستلام في نظام كوها.

ح- إمكانية معالجة عمليات الإهداء والتبادل ومكوناته ومن ثم متابعة الميزانية والغرامات والعمليات المستعملة. (الحداد، ٢٠١٨، ص ص ١٣٩-١٤٠)

٤/١- نظام سيمفوني: يجمع نظام سيمفوني بين أفضل خصائص مميزات النظامين الأكثر انتشاراً في العالم (نظام يونيكورن ونظام الأفق). مقدماً الثبات والنوعية والسرعة التي تحتاجها المكتبات لتعمل بشكل مثالي وتقدم أفضل الخدمات المكتبية والمعلوماتية، ويعتمد نظام سيمفوني على تكنولوجيا تعدد الطبقات المعتمد بنظام يونيكورن مضيفاً إليها أهم الخصائص والمميزات التي طرحت لأول مرة في نظام الأفق وشكلت نقلة نوعية في الخدمات التي تقدمها أنظمة إدارة المكتبات.

(آل معجبة، ٢٠١٣، ص ٤٨)

ويقدم نظام سيمفوني العديد من الخدمات المتقدمة والمستحدثة للمكتبات العامة والوطنية والحكومية ، وذلك عبر القدرات الفائقة على دمج أنظمة إدارة المكتبات الأعضاء في نظام واحد وقاعدة بيانات واحدة مع المحافظة الكاملة على خصوصية كل مكتبة عضو وسرية البيانات والمعلومات الخاصة ولاسيما بيانات التزويد والإعارة. إضافة إلى العديد من الخدمات الخاصة بالمستفيدين كخدمة الإعارة الجماعية ودعم الإيداع والدفع المسبق للغرامات والرسوم أو الحجز عبر البريد الإلكتروني وتوصيل الحجزات للمستفيد.

(الخياط، ٢٠١٩، ص ١٧٠)

ويتميز نظام سيمفوني بينيته المرنة وتصميمة المفتوح وبالتالي يمكن أن يتلاءم مع اختلاف ويقدم واجهة واحدة متكاملة للتعيل .
(الهوش، ٢٠١٨ ، ص ٣١)

أما بالنسبة للتزويد في نظام سيمفوني فيمكن للنظام الفرعي للتزويد في نظام سيمفوني أن يكون متكاملًا مع الأنظمة الفرعية الأخرى أو أن يتم استخدامه لوحده ويمكن أن يكون المؤسسة المعلومات العديد من الموردين والاعتمادات المالية ويمكن طلب شراء الأوعية وإنشاء أوامر التوريد وغيرها من الأوامر على الخط المباشر، حيث يستخدم النظام الفرعي للتزويد والتفاعل بين تسجيلات المورد وأمر التوريد والفاتورة لإمداد المكتبة بالإمكانات التالية :

أ. إنشاء ومتابعة حسابات الاعتماد المالي.

ب. تخزين المعلومات التفصيلية للموردين.

ت. طلب توريد ومتابعة المواد من خلال الاستلام والفاتورة والمدفوعات.

(منصور ، ويوسف ، ٢٠١١ ، ص ٢٨٠)



الشكل رقم (٤٩) أجزاء أوامر التوريد في نظام سيمفوني

١/٥- نظام Voyager^(١):

يتميز فويجر بواجهة رسومية بديهية ، ومبنية على المعايير ، ومبنية على تكنولوجيا الأنظمة المفتوحة، يسمح ذلك لـ Voyager بالتعامل مع أنظمة المكتبات الحالية وتوسيع نطاقها لاستيعاب احتياجات المكتبة المستقبلية ،وقد تمّ تطويره في عام ٢٠٠٨ لمواجهة المنافسة المتزايدة من كوها والأنظمة الأخرى ويتكون فويجر من مجموعة من الوحدات أهمها : (الاستحواذ حيث يتيح للموظفين تتبع الطلبات وتخصيص الأموال للصناديق ودفاتر الأستاذ..و (Web Voyager) هذه هي واجهة الويب التي يستخدمها المستفيدون للبحث عن العناصر وتحديدتها وطلب العناصر من مجموعة المكتبات

The screenshot shows the 'New Order' window in the Voyager system. It includes a menu bar (File, Order, Line Item, Tools, Help) and a toolbar with icons for Save, Save and Close, Print, and others. The main area is divided into several sections: 'Order' with fields for Number (370), Type (Approval), and Site (ENDAcquisitions Desk); 'Vendor' with fields for Code and Account; 'Status Date' (1/11/2002) and '0 Line Items on Order'; 'Locations' with 'Ship To' and 'Bill To' (both ENDAcquisitions Desk); and 'Amounts' with 'Line Item Subtotal', 'Other Charges', and 'Total Order Amount' all set to \$0.00. A 'Currency' section shows 'Code: USD' and a 'Rate' field.

الشكل رقم (٥٠) واجهة تحديد أمر شراء جديد في نظام Voyager

٢- نظم إدارة الناشرين {نموذج الناشر العالمي (YBP)^(٢)} :

يعتبر الناشرين أحد أهم مكونات مجتمع المعرفة حيث أنهم يعتبروا أحد أهم المنتجين الأساسيين لأوعية المعلومات والمعرفة وتتم عملية النشر بالعديد من المراحل بدأً من التواصل مع المؤلفين ومن ثم إدارة عمليات انتاج الكتب وأوعية المعلومات حتى تصل الى بيع وتزويد أوعية المعلومات إلى العملاء والمكتبات ولم يعد يقتصر دور الناشرين على بيع وتزويد أوعية المعلومات التقليدية فقط بل امتد ذلك إلى تقديم الفهرسة الخاصة بأوعية المعلومات علاوة على تسهيل عمليات التزويد لدى المكتبات، ولتعزيز دور الناشرين ومعهم

^(١)- <https://www.exlibrisgroup.com/products/voyager-integrated-library-system/>

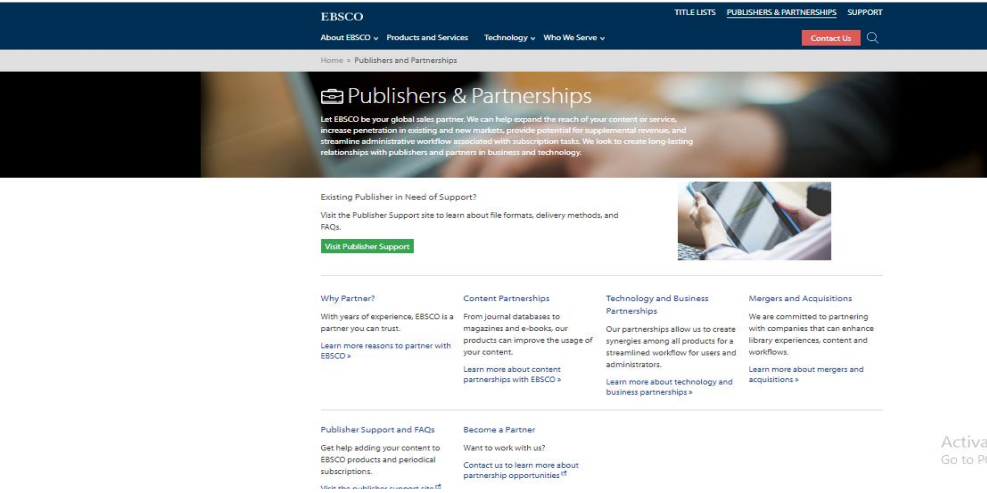
^(٢)- <https://www.ebsco.com/publishers-partnerships>

موردي الكتب بصفة عامة كان لازماً على الناشرين وموردي الكتب تطبيق نظم حديثة وتقنيات لتسهيل العمل وتقديم خدمات جديدة للمكتبات وللعملاء.

يتميز نموذج الناشر العالمي بتقديم التسجيلات الببليوغرافية الخاصة بالكتب مع توريد الكتب وأوعية المعلومات كقيمة مضافة أو تقديمها في مقابل مادي بشكل منفصل بالإضافة إلى توفير نظم تسهل من إجراءات الشراء بل وتتكامل أحياناً مع نظم إدارة المكتبات المتاحة لدى العملاء ويعد نموذج الناشر العالمي (YBP) أحد أهم النماذج العالمية الناجحة التي تقدم مجموعة متكاملة من النظم لخدمة المكتبات أو التكامل مع نظمها من خلال واجهة (GOBI3) (٤٢) المتاحة للعملاء الراغبين في طلب أوعية معلومات من الناشر علاوة على التكامل مع النظم الآلية المتكاملة من خلال معيار (EDI) (Electronic Data Interchange) وقد أتاحت YBP دعم مجموعة من النظم الآلية يمكن التكامل معها وهي:

- OCLC (WMS, SISIS)
- SirsiDynix (Symphony/Unicorn, Horizon)
- Koha

لا يوجد أي ناشر في سوريا ولا في المنطقة العربية يعمل بهذا النظام المتكامل على الرغم من الميزات الكثيرة التي يقدمها .



الشكل رقم (٥١) الواجهة الرئيسية لنظام YBP

خلاصة الفصل:

وهكذا عرضت الباحثة من خلال الفصل ثلاثة مباحث أساسية تناولت عدّة مقترحات في مجال تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين السوريين والدفع بها الى الأمام لمواكبة التطورات الحديثة في مختلف المجالات.

(٤٣) - <https://www.ebsco.com/publisher-partnerships/gobi-library-solutions>

النتائج والتوصيات:

• نتائج الدراسة:

تناولت الدراسة آلية تنظيم وتسويق محتوى مواقع الناشرين السوريين وذلك من خلال تقويم هذه المواقع بحيث شملت عملية التقويم جميع المعلومات عن الموقع ومحتواه وآلية تنظيمه والعمليات التسويقية فيه ،وهنا كشفت الدراسة عن عدد من النتائج بخصوص المواقع (عينة الدراسة)ويمكن تناولها على النحو الآتي:

١- أظهرت الدراسة بأنّ درجة سهولة الوصول للموقع وتحديثاته تختلف من موقع ناشر إلى آخر ،وقد تبين أنّ موقع دار الثقافة والتراث قد احتل المرتبة الأولى بنسبة (٨٨,٨%)، أما بالنسبة للمعلومات التعريفية الخاصة بالدار فبشكل عام فإنّ المواقع عينة الدراسة حرصت جميعها على أن يكون هناك لمحة عن دار النشر الخاصة بالموقع الالكتروني وذلك ضمن (من نحن)أو (لمحة عن الدار) .

٢- أشارت نتائج الدراسة إلى أنّ النسب المئوية لتخصص الموقع وفئته نجدها متقاربة من بعضها حيث أنّ جميع مواقع الناشرين (عينة الدراسة)حرصت على الإشارة لمؤسس الدار وتبعيتها والموضوع أو الموضوعات التي تغطيها اصدارات الدار وكذلك أيضاً ضمن (من نحن)أو (لمحة عن الدار).

٣- كشفت الدراسة إلى أنّ هناك ضعف في اللغات التي تدعمها مواقع الناشرين فكانت أعلى نسبة لموقع دار غار حراء حيث حصل على المرتبة الأولى بنسبة (٦٠%) وهو يدعم اللغة الانجليزية ،فيما تساوت المواقع الأخرى بنفس النتيجة وهي (١٦,٦%) .

٤- أظهرت معطيات الدراسة بأن الخدمات التفاعلية التي يتم تقديمها من خلال الموقع تختلف من موقع لآخر ويتصدر موقع الهيئة العامة للكتاب بالمرتبة الأولى بنسبة (٩٣,٣%) فيما يأتي بعدها موقع دار الفكر بنسبة (٨٢,٢%)، أما بالنسبة لتصميم الموقع وجاذبيته فإنّ موقع دار النوادر احتل المرتبة الأولى بنسبة (٨٥,٧%)، أما المرتبة الثانية فهي لموقع دار الفكر وموقع الهيئة العامة للكتاب بنسبة (٨٢,٨%) أما أقل نسبة فكانت من نصيب موقع دار الثقافة والتراث بنسبة (٣٧,٢%) .

٥- أشارت نتائج الدراسة الى أنّ نظام الفهرسة (الميتاداتا) الخاصة بالمواقع يختلف من موقع لآخر فحيث نجد أنّ موقع دار الفكر ،موقع دار ابن كثير، وموقع دار النوادر، وموقع دار الغوثاني قد حصلوا على أعلى نسبة وهي (٨٦,٦%)، بالمقابل فالمواقع الأخرى (عينة الدراسة) كانت تعاني من ضعف في نظام الفهرسة المتبع مثل الهيئة العامة للكتاب فقد حصلت على نسبة (٣٣,٣%) فقط، أما بالنسبة لنظام التصنيف نلاحظ بأنّ مواقع الناشرين السوريين (عينة الدراسة) قد حصلوا على نتائج متقاربة بنسبة (٤٨%) لأغلب المواقع حيث أنّ معظم مواقع الناشرين (عين الدراسة)لايعتمدون على خطط التصنيف العالمية ويتم

الاعتماد على خطط محلية لا تتمتع بالكفاءة المطلوبة، ومن الجدير بالذكر بأن موقع دار الفكر ودار النوادر يعتمدون على خطة تصنيف ديوي العشري بالإضافة الى أنّ دار النوادر تتيح رقم التصنيف الخاص بمصدر المعلومات عبر موقعها الالكتروني، أما دار الفكر فلا تتيح الرمز التصنيفي عبر موقعها عبر شبكة الانترنت.

٦- تبينّ من معطيات الدراسة أنّ نظام الاستخلاص المتبع في المواقع (عينة الدراسة) ليس بالكفاءة المطلوبة كموقع ناشر فكانت أعلى نسبة كانت من نصيب دار الخير وهي (٦٦,٦%) فنلاحظ بأنّه عند الضغط على مصدر المعلومات فيظهر لنا الوصف البيبليوغرافي الخاص بالمصدر بالإضافة لمستخلص كامل عن المصدر ويذكر فيه أهمية وأهداف ونتائج البحث، أما بالنسبة لدار الفكر والحافظ وابن كثير والنوادر فهي ليست مستخلصات لأنها لا تتبع قواعد إنشاء المستخلص بل عبارة عن نبذة عن الكتاب فقط، وبالنسبة لموقع الهيئة العامة للكتاب وموقع دار الغوثاني وموقع دار الثقافة والتراث فقد حصلوا على نسبة (٥٠%) فلا يوجد لا نبذة عن الكتاب ولا مستخلص.

٧- فيما يخصّ تسويق المحتوى الرقمي المتاح عبر مواقع الناشرين السوريين (عينة الدراسة) أظهرت نتائج الدراسة بأنّ النتيجة تختلف بين المواقع فحصل دار الخير على أعلى نسبة وهي (٦٧,٢%) ومن ثمّ موقع دار الفكر بنسبة (٦٠%)، موقع الهيئة العامة للكتاب وموقع دار الغوثاني بنسبة (٥٢,٨%).

٨- بالنسبة للمعايير الخاصة بالمستفيدين اللذين يتم التعامل معهم في الموقع فقد تبينّ أنّ النتائج بشكل عام كانت ضعيفة فتراوحت بين أعلى نسبة وهي لدار النوادر (٥٦,٦%) وأقلّ نسبة وهي لموقع الهيئة العامة للكتاب.

٩- أظهرت نتائج الدراسة أنّ المعايير الخاصة بالبيع الالكتروني في مواقع الناشرين السوريين كانت نتائجها ضعيفة أيضاً، فتبينّ بأنّ البيع الالكتروني غير متاح إلا في موقعين فقط من مواقع الناشرين عينة الدراسة وهما موقع دار الخير وموقع الغوثاني حيث حصلوا على أعلى نسبة (٧٨,٣%) ويتم البيع في موقع دار الخير من خلال الاعتماد على النظام الآلي (هورايون)، أما بالنسبة لموقع دار الغوثاني فيتم البيع من خلال شبكة الانترنت.

١٠- كشفت معطيات الدراسة بأنّ إمكانيات البحث المتاحة في المواقع (عينة الدراسة) كانت إجمالاً ضعيفة حيث لم توفر المواقع (عينة الدراسة) إمكانيات بحث متعددة ولا تتيح سوى البحث البسيط، لكن في مواقع معينة من مواقع (عينة الدراسة) كموقع دار النوادر يمكن البحث باسم المؤلف والعنوان ومداخل بحثية أخرى حيث حصل على أعلى نسبة وهي (٥٦%)، أما بالنسبة لسهولة التصفح فقد كانت النسب متقاربة فحصل دار النوادر على نسبة (٣٨%)، بينما نسبة دار الفكر كانت (١٩%)، دار الحافظ (١٧%)، دار الثقافة والتراث (٣١%).

١١- بالنسبة لمكتبات وزارة الثقافة السورية فأظهرت نتائج الدراسة أنّه يتمّ التعامل مع مواقع ناشرين سوريين محددين وكذلك عبر صفحات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بكل موقع من المواقع التي يتم التعامل معها ومن أهم المواقع التي يتم التعامل معها (موقع دار الحافظ وموقع الهيئة العامة للكتاب) بالإضافة لدور نشر أخرى يتم التعامل معها لكنّها لا تملك مواقع على شبكة الأنترنت فقط صفحات على وسائل تواصل الاجتماعي هي (دار الينابيع، دار الفرقد، دار التكوين، دار المجد، دار الرضا) .

١٢- بيّنت نتائج الدراسة أنّ عمليات البحث وإجراءات الاختيار في مواقع الناشرين التي يقوم بها المسؤولين عن التزويد في مكتبات وزارة الثقافة أنّه لا يتمّ البحث بالموقع بالشكل الالكتروني لكنه يتمّ إرسال قوائم تقليدية أو الكترونية عبر الموقع بواسطة الإيميل أو عبر صفحات وسائل التواصل الاجتماعي ومن ثمّ تتم دراسة هذه العناوين لتحديد ماذا تريد وزارة الثقافة منها ومن ثمّ إرسال القائمة إلى الجهة المعنية للحصول على الموافقة.

١٣- أما بالنسبة للميزانية المخصصة للتزود بمصادر المعلومات في مكتبات وزارة الثقافة السورية فهي (٣٦%) من الميزانية مخصصة للكتب ،وبالنسبة لإعتمادهم على نظام آلي للتزويد الالكتروني فهم لا يعتمدون على نظام آلي، واخيراً بالنسبة لوسائل الدفع التي يتم التعامل معها يتمّ إنشاء أمر الصرف بإسم صاحب دار النشر ومن ثمّ يتمّ التحويل إلى مديرية المالية والمصارف للحصول على المبلغ المستحق.

١٤- تقدم دور النشر حسومات أحيانا تصل إلى ٢٥% من خلال المعارض حيث أنّ أي دار نشر تقوم بإنشاء معرض لها فتهدى نسبة من العناوين (١٠%) للمؤسسة التي تقيم المعرض من خلالها وتقدم نسبة حسم (١٠%) لمدير المركز والمستفيدين معاً، أما بالنسبة لمؤهلات مدراء مكتبات وزارة الثقافة يجب أن لا تقلّ شهاداتهم عن الإجازة الجامعية وقد يكونون متخصصين في علم المكتبات وقد يكونون لا، أما بالنسبة للمسؤول عن التزويد في مكتبات وزارة الثقافة السورية فيحمل إجازة في علم التاريخ .

● مقترحات الدراسة:

من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة ،يمكن أن نبلور بعض التوصيات التي من شأنها أن ترفع المستوى الخاص بعمليات التنظيم من فهرسة وتصنيف وتكشف واستخلاص في مواقع الناشرين السوريين على شبكة الأنترنت (عينة الدراسة) من جهة ، وعمليات التسويق والبيع الالكتروني من جهة أخرى ، وذلك على النحو التالي:

- ١- ضرورة تطبيق المواقع (عينة الدراسة) للهوية البصرية أو العلامة المؤسسية للموقع وذلك حتى يكون للدار والموقع شعار مختلف يتفرد به عن غيره.
- ٢- ضرورة الاهتمام بتقديم واجهات تخاطب سهله وواضحة بحيث تكون قريبة الى ذهن المستفيد.

٣- ضرورة أن تكون الروابط المتاحة في المواقع فعّالة، وأن توفر المواقع روابط مواقع ناشرين ومواقع أخرى و يكون الانتقال إلى الصفحة الرئيسية واضح وسهل من أي صفحة من صفحات المواقع .

٤- ضرورة دعم المواقع (عينة الدراسة) لعدّة لغات ويكون مستوى دعمها للغات الأخرى جيد وعدم اقتصرها على اللغة العربية فقط.

٥- تؤكد الدراسة على أهمية المعايير الفنية الخاصة بمواقع الناشرين (عينة الدراسة) من جاذبية الموقع وترتيب محتوياته بشكل منطقي وضرورة التوازن في توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة واستخدام نظام ألوان متناسق.

٦- تؤكد الدراسة على أهمية تنظيم محتوى مواقع الناشرين (عينة الدراسة) وذلك بالاعتماد على:

١/٦- نظام فهرسة (ميتاداتا) خاص بالموقع حيث يتم تقديم صيغ البيانات الببليوغرافية بشكل مقنن ويتم إتباع قواعد فهرسة عالمية (قواعد الانجلو أمريكية)، وأن تتوفر البيانات الببليوغرافية بشكل كامل عن مصادر المعلومات .

٢/٦- نظام تصنيف عالمي مثل خطة تصنيف ديوي العشري أو العشري العالمي أو خطة تصنيف الكونجرس .

٣/٦- نظام تكشف يتلاءم مع طبيعة المواقع (عينة الدراسة) حيث يتم كشف كافة أنواع المحتوى الرقمي المتاح من خلال الموقع ويتم الاعتماد على أدوات التحليل الموضوعي (قوائم رؤوس الموضوعات العالمية، المكانز).

٤/٦- نظام استخلاص يوفر مستخلصات لكافة مصادر المعلومات المتاحة عبر موقع دار النشر، ويتم استخدام أدوات الاستخلاص الآلية في حالة صعوبة إعداد المستخلصات بالشكل التقليدي.

٥/٦- توجية عناية مدراء مواقع الناشرين (عينة الدراسة) إلى ضرورة أن يكون القائمين على تنظيم محتوى هذه المواقع من المتخصصين في مجال المعلومات بالتعامل مع بالفهرسة والتصنيف والتكشاف والاستخلاص.

٧- ضرورة دعم عمليات التسويق الإلكتروني في مواقع الناشرين (عينة الدراسة) وذلك بالإعلان عن كل الاصدارات الحديثة في الموقع والاصدارات التي نفذت طبعاتها والاصدارات مازالت تحت الطباعة، والكتب المتاحة مجاناً أو التي عليها عروض خاصة.

٨- زيادة الإهتمام بالمستفيدين انفسهم (أفراد، مكتبات) وتحديد احتياجاتهم بشكل دقيق لإنتاج مصادر تلي اهتماماتهم، وكذلك ضرورة دعم أن يقوم المستفيد بتحديد شكل مصدر المعلومات المطلوب (تقليدي، الكتروني) وتحديد الإخراج النهائي للمصدر سواء (تجليد فاخر أو تجليد عادي).

٩- ضرورة دعم خاصية تعديل قائمة المصادر المطلوبة من الموقع خلال فترة معينة مثلاً (يوم أو يومين).

- ١٠- ضرورة دعم البيع الإلكتروني من مواقع الناشرين (عينة الدراسة) سواء عن طريق شبكة الأنترنت (من خلال موقع دار النشر مباشرة) استخدام البريد الإلكتروني، استثمار ويب أو عن طريق النظام الإلكتروني المتكامل للمكتبات يتم الاعتماد عليه من قبل دار النشر والمكتبة معا.
- ١١- ضرورة تحديد استراتيجية الدفع والأساليب التي يمكن إتباعها في الموقع، وتوفير بدائل أخرى للتعامل المالي في حالة عدم توفر الدفع بالطرق الإلكترونية.
- ١٢- ضرورة تنظيم اتفاقية بين دور النشر السورية وبين الشركة السورية للمدفوعات الإلكترونية لتسهيل عمليات الشراء.
- ١٣- ضرورة دعم القائمين على الموقع لتوفير أفضل ضمانات لسرية بيانات المستخدمين وتأمين التعاملات المالية حتى يضمن المستفيد بياناته وعدم قدرة الأشخاص الغير مخولين من الوصول الى تلك البيانات، ووضع بيان يشرح وسائل الأمان والخصوصية للموقع وذلك لزيادة ثقة المستخدمين منه.
- ١٤- ضرورة القيام بعمليات الصيانة الدائمة للمواقع (عينة الدراسة) والمتابعة المستمرة لعملية التطوير التقني للموقع.
- ١٥- تشجيع المواقع (عينة الدراسة) على تطبيق البحث المتقدم وإمكانية البحث باسم المؤلف أو العنوان أو الموضوع وذلك حتى يصل المستفيد للمعلومات المطلوبة، وضرورة دعم خاصية إمكانية فرز نتائج عملية البحث وترتيبها وفقاً لعدة عناصر: (اسم المؤلف، العنوان، الموضوع، تاريخ النشر).
- ١٧- تؤكد الدراسة على ضرورة توفير إرشادات وتعليمات واضحة لإستخدام أي قسم أو خدمة في الموقع، وتوفير خريطة للموقع.
- ١٨- تؤكد الدراسة على ضرورة أن تؤخذ المبادئ التوجيهية المقترحة بعين الاعتبار من قبل دور النشر المسؤولة عن المواقع (عينة الدراسة) كونها تسهم في تطوير المواقع الإلكترونية الخاصة بها.
- ١٩- تشجيع مواقع الناشرين (عينة الدراسة) على استخدام نموذج الناشر العالمي (YBP) المقترح من قبل الباحثة.

مقترحات الدراسة المستقبلية:

- ١- إجراء المزيد من الدراسات العربية في موضوع تنظيم المحتوى الرقمي وتناول مختلف عملياته من (فهرسة وتصنيف وتكشيف واستخلاص) كونها من المواضيع الهامة والحديثة.
- ٢- قامت الدراسة الحالية بتقويم مواقع الناشرين السوريين بشكل مباشر من خلال مواقعها على شبكة الأنترنت وتقتراح الباحثة إجراء دراسات تقويمية مماثلة لكن من وجهة نظر المستخدمين فئة الأفراد من هذه المواقع على اعتبار أنّ فئة مؤسسات المعلومات قد تمّ طرحها في هذه الدراسة.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً- المصادر باللغة العربية:

- ١- آلوسي، تيسير عبد الجبار، و أبو شنب، ميساء أحمد. (٢٠١٥). تكنولوجيا تعلم اللغة العربية. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٨/١٢) متاح عبر الرابط: <https://books.google.com/books>
- ٢- اسماعيل، حسن صالح عبد الله، و الورغي، إبراهيم أمين. (١٩٨٩). الإجراءات الفنية في المكتبات والمعلومات، التزويد، الفهرسة، التصنيف. - عمان: مكتبة البشائر.
- ٣- اسماعيل، راجعي، وبوعنافة، سعاد. (٢٠١٩). - تطبيق قواعد الفهرسة في المكتبات الجامعية الجزائرية: مكتبة كلية العلوم الإنسانية الجامعة محمد بوضياف بالمسيلة نموذجاً. Cybrarians Journal، ع ٥٣. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٧/٢٥) متاح على الرابط: <http://journal.cybrarians.info/index.php>
- ٤- اسماعيل، سامر. (٢٠١٩). - ضبط حقوق الملكية الفكرية. تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٤/٢٢ متاح عبر الرابط: <https://www.independentarabia.com/nod>
- ٥- اسماعيل، محمود صالح، ورمضان، أسماء غائم. (٢٠١٩). تحارب التحويل من AACR2 إلى RDA. مؤتمر التنظيم المعرفي في البيئة الرقمية / إعداد قسم المعلومات والمكتبات في الجامعة المستنصرية، مركز الفهرسة ونظم المعلومات التابع للعتبة العباسية المقدسة. الطبعة الأولى. العراق: الجامعة المستنصرية، كلية الآداب.. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٩/٦) متاح على الرابط: <https://uomustansiriyah.edu.iq/media/attachments>
- ٦- اتحاد الناشرين السوريين. (٢٠٢٠). - تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٥/٢٢ متاح عبر الرابط: <http://www.syrianpublishers.com>
- ٧- اتحاد الناشرين العرب. (٢٠١٧). - صناعة النشر في عالمنا العربي. - مصر: القاهرة. - (تاريخ الدخول: ٢٠١٨/١٠/١٢) على الرابط: ww.arab-pa.org
- ٨- أبو عطايا، حسن رجب. (٢٠١٠). - تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية بقطاع غزة من وجهة نظر المستفيدين: دراسة تطبيقية عن الجامعة الإسلامية (بحث مقدم استكمالاً لرسالة الماجستير) / إعداد حسن رجب أبو عطايا ; أشرف رشدي عبد اللطيف. - فلسطين: غزة، الجامعة الإسلامية. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٨/١٧) متاح على الرابط: <https://mothakirat.takharoj.com>

- ٩- إبراهيم، رندة إبراهيم.(٢٠٠٩).- "معايير اختيار النظم الآلية المتكاملة في المكتبات الجامعية.- الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية.
- ١٠- أبو عيد، عماد.(٢٠٠٢). - المكنز الموسع: التجربة والطموح. مجلة رسالة المكتبة، مج٣٧، ع ٢٠١. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/١٢/٢) متاح على الرابط: <https://www.researchgate.net/publication>
- ١١- أحمد، بسنت. (٢٠١٤). - المكانز العربية على شبكة الإنترنت: الواقع ومتطلبات التطوير. Cybrarians Journal. ع ٣٤ تاريخ الدخول ٢٠١٩/١٢/٣) متاح على الرابط: http://www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com_content&view=article&i
- ١٢- أحمد، يوسف حافظ أحمد.(٢٠١٣). التكشيف والاستخلاص في المكتبات ومراكز مصادر التعلم. نادي الفهرست لطلبة علم المكتبات بجامعة باجي مختار عناية المكتبات بجامعة باجي مختار (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٢/٦)، متاح على الرابط: <https://www.facebook.com/permalink.php9>
- ١٣- أحمد، مجدي شفيق أحمد. (٢٠١٥). استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للفضائيات: دراسة تحليلية لموقعي الفضائية السودانية وقناة الشروق في الفترة من ٢٠١٣-٢٠١٥ (أطروحة ماجستير) /إعداد مجدي شفيق أحمد، إشراف نهي حسب الرسول أحمد السودان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.(تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٨/٢٣) متاح عبر الرابط : <http://repository.sustech.edu/handle/>
- ١٤- أحمد، بلة أحمد بلال.(٢٠١٣). تسويق خدمات المعلومات في المكتبات: تجربة مكتبة جامعة السودان المفتوحة.- مجلة الدراسات الإنسانية - كلية الآداب والدراسات الإنسانية، ع ١٠. السودان: جامعة دنقلا. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٨/٥) متاح على الرابط: <https://www.academia.edu/>
- ١٥- أحمد، بسنت.(٢٠١٤). - المكانز العربية على الأنترنت. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/١٢/٤) متاح على الرابط: <https://www.slideshare.net/basantanter1/ss-37859958>
- ١٦- أحمد، سمية. (٢٠١٩). إطلاق مكنز التراث الشعبي العربي بعد ٢٠ عاماً. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/١٢/٥) متاح على الرابط: <https://www.albawabhnews.com>

- ١٧- بالساكر، صارة. (٢٠١٥). التجارة الالكترونية وأفاق تطورها في البلدان العربية: دراسة حالة الجزائر/إعداد صارة بالساكر، إشراف نذير غانية (اطروحة ماجستير). -الجزائر، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي.
- ١٨- بامفلح، فاتن سعيد. (٢٠٠٨). المكتبات الرقمية بين التخطيط والتنفيذ - الرياض، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، س ٢ (٥٩).
- ١٩- بدر، أحمد، وعبد الهادي، محمد فتحي، ومتولي، ناريمان اسماعيل. (٢٠٠١). التكشيف و الاستخلاص: دراسات في التحليل الموضوعي. -مصر: دار قباء. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٧/٩) متاح على الرابط: <http://K-tb.com/book/maktba>.
- ٢٠- بركات، خالد مصطفى. (٢٠١٥). تقويم مواقع شركات الطيران العربية على شبكة الإنترنت دراسة مقارنة مع التركيز على مواقع الخطوط الجوية الكويتية. -مجلة Cybrarians Journal
- ٢١- البرغوثي، بشير شريف. (٢٠١١). الاستخلاص في المكتبات ومراكز المعلومات: المفاهيم النظرية والعملية. الاردن: عمان. تاريخ الدخول: (٢٠١٩/٧/٢) متاح على الرابط: <https://books.google.com/books>
- ٢٢- بكري، محمد. (٢٠١١). مكتبة نيل والفرات. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٧/١٢) متاح على الرابط: [http:// www. Langue.arabe](http://www.Langue.arabe).
- ٢٣- بن سايح، حنان، زرقين، أميرة. (٢٠١٨). المكتبة الجامعية وتوظيفها لتطبيقات الويب ٢.٠ : دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية جامعة العربي بن مهيدي (اطروحة ماجستير) /إعداد حنان بن سايح، أميرة زرقين إشراف بن زكة وسام. الجزائر: جامعة ٠٨ ماي ١٩٤٥ قالمه. (تاريخ الدخول: ٢٠١٨-١١-١) متاح على الرابط: <http://guelma.dz/sites/deppsychole.univ->
- ٢٤- تيناوي، محي الدين. (٢٠١٦). النشر الالكتروني والاخراج المخفي. (تاريخ الدخول: ٢٠١٨/١٠/٢) متاح على الرابط: <https://books.google.com/books?isbn=97965002516>.
- ٢٥- ثينو، سميرة. (٢٠١٧). المواقع الالكترونية: خصائصها ومعايير قياس جودها. - مجلة العلوم الانسانية، مجلد ب. الجزائر: قسنطينة، جامعة صالح بونيدر. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/١/٢٥).

- متاح على الرابط:
<http://revue.umc.edu.dz/index.php/h/article/view/2477/2620>
- ٢٦- جبارة ،إيفلين شفيق.(٢٠١٤).-النظام الآلي في مكتبة الجامعة العربية الدولية بسوريا:دراسة حالة.-Cybrarians Journal، ع٣٥٤. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٦/٥) متاح عبر الرابط: <http://www.Journal.Cybrarians.org>.
- ٢٧- جبارة ، إيفلين شفيق. (٢٠١٨). - قياس جودة خدمات المعلومات في المكتبات الطبية في محافظة دمشق: دراسة ميدانية (اطروحة دكتوراه) / إعداد إيفلين شفيق جبارة ، إشراف أحمد علي. دمشق: جامعة دمشق.
- ٢٨- جبال، يحيى آدم عبد الله.(٢٠١٠). - مصادر المعلومات الالكترونية. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٨/٣) متاح على الرابط: <https://www.alukah.net/library/0/26109/#ixzz5iVwugXq>.
- ٢٩- الجزيرة.(٢٠١٧). - (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٨/٢٥) متاح على الرابط: <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/econom>
- ٣٠- جلال، مصطفى.(٢٠١٤). الإجراءات الفنية في المكتبات. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٦/٩) متاح على الرابط: <https://www.slideshare.net/mostafagala12014/ss-35267776>.
- ٣١- الجندي، محمود عبد الكريم، وسيد هاشم فرحات. (٢٠٠٦). - مواقع الناشرين العرب على الانترنت: دراسة تقويمية. مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، ع٢٥٤.-مصر القاهرة.-تاريخ الدخول: (٢٠١٨/٩/٢٢) متاح على الرابط: <https://books.google.com/books>.
- ٣٢- جواد، سهلة علوان.(٢٠١١).- التكشيف الآلي لمجلة أداب المستنصرية: دراسة تجريبية .- مجلة كلية التربية، ع٤٤، مج ٢. العراق: الجامعة المستنصرية. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٦/٨) متاح على الرابط: <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald:>
- ٣٣- حامد، لمياء ضياء شد.(٢٠١٤).- الفوكسونومي ودوره في استرجاع المعلومات: دراسة تطبيقية في البيئة العربية (اطروحة ماجستير) إعداد لمياء ضياء محمد حامد ; إشراف محمد عبد الهادي الجوهري، وحيد عيسي موسي. مصر، جامعة بني سويف. (تاريخ الدخول: ٢٠١٨-١٠-٢٢) متاح على الرابط: <http://srv4.eulc.edu.eg>.

٣٤- الحاج، أكرم فهد أحمد.(٢٠١٣). - تحديات النشر الالكتروني. - مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، ع ٢. الجزائر. (تاريخ الدخول: ٢٠١٨/١٠/٥) على الرابط: [http: / / search. shamaa. Org](http://search.shamaa.Org)

٣٥- حزامي، نهاد.(٢٠١٧). دور التسويق الالكتروني في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك: دراسة حالة عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة. - الجزائر، جامعة محمد خيضر بسكرة. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٩/٧ متاح عبر الرابط: <http://archives.univ-biskra.dz> .

٣٦- الحسن، عبد القيوم عبد الحليم.(٢٠٠٤). مصادر المعلومات الإفريقية في قوائم رؤوس الموضوعات العربية العامة: دراسة تحليلية تقويمية (اطروحة دكتوراه)، اعداد عبد القيوم عبد الحليم الحسن اشراف رضية آدم محمد السودان: جامعة الخرطوم.

٣٧- حسن، سلام علي.(٢٠١٣). تنظيم مصادر المعلومات في المكتبات الرقمية (اطروحة ماجستير) /إعداد سلام علي حسن اشراف عبد المجيد مهنا. دمشق، جامعة دمشق.

٣٨- حسين، ضحي محمود، وناصر، زكي أروي. (٢٠١٩). - خطط تصنيف المكتبات على شبكة الانترنت: دراسة مقارنة. مؤتمر التنظيم المعرفي في البيئة الرقمية / اعداد قسم المعلومات والمكتبات في الجامعة المستنصرية، مركز الفهرسة ونظم المعلومات التابع للعتبة العباسية المقدسة. الطبعة الأولى. العراق: الجامعة المستنصرية، كلية الآداب. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٩/٦) متاح على الرابط: <https://uomustansiriyah.edu.iq> .

٣٩- حمدي، أمل وجيه. (٢٠٠٧). - المصادر الالكترونية للمعلومات:الاختيار والتنظيم، الإتاحة في المكتبات. القاهرة، الدار المصرية اللبنانية. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٩) متاح على الرابط:

[https: / / books. google. com / books](https://books.google.com/books).

٤٠- حمزة، سحر.(٢٠١٨). - تحديات النشر الالكتروني. - مجلة دنيا الوطن.-(تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٩/٥ على

الرابط: <https://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2018/07/23/4691>

٤١- حمود، شذى.(٢٠١٩).-صناعة الكتاب في سوريا.-تاريخ الدخول(٢٠٢٠/٤/٥)متاح عبر الرابط: www.sana.sy.

٤٢- خضر، أحمد ابراهيم.(٢٠١٣). - الفرق بين مصطلحي " التقويم " و " التقييم.-(تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٧/١٤) متاح عبر

الرابط: <https://www.alukah.net/web/khedr/0/50989/#ixzz6WOex0gbC> :

- ٤٣- خليفة، شعبان عبد العزيز. (٢٠٠٢). قائمة رؤوس الموضوعات العربية القياسية للمكتبات ومراكز المعلومات وقواعد البيانات المجلد الأول. مصر: القاهرة، دار الشروق.
- ٤٤- خليفة، عادل شد. (٢٠١٢). النشر الإلكتروني مزاياه ومشاكله. مجلة الأمن والحياة. (تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٩/١٥) على الرابط: [www. arab - pa. org](http://www.arab-pa.org).
- ٤٥- خليل، وائل رفعت. (٢٠١٥). إشكاليات الإعلام ومعطيات الواقع. ط ١. الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- ٤٦- خليل، سميرة خليل محمد. (٢٠١٩). التكسونومي ودوره في تنظيم المعلومات في البيئة الرقمية العربية: دراسة تطبيقية على المواقع الإلكترونية للجامعات في مصر - القاهرة، جامعة القاهرة) متاح على الرابط: <https://drmahmoudelfaramawy.blogspot.com/2019>
- ٤٧- الخفاف، سميرة يونس. (٢٠٠٩). إجراءات التزويد باستخدام الأنترنت مع إشارة لبعض مواقع النashرين العرب والأجانب. -مجلة دراسات المعلومات، العراق: جامعة الموصل، (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٦/٩) متاح على الرابط: [http: // arab . afl. org/oud/index](http://arab.afl.org/oud/index).
- ٤٨- الدباس، ريا. (٢٠١١). - النشر والمكتبات. -الأردن، امانة عمان الكبرى، مديرية الثقافة.
- ٤٩- دليل معايير محتوى ما وراء البيانات الجيوفضائية الرقمية متاح على الرابط: <http://www.geoconnections.org>
- ٥٠- الدوي، ابراهيم احمد عبد الخالق. (٢٠١٠). التجارة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على المكتبات. مكتبة الملك فهد الوطنية. السعودية: الرياض، (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٧/٥) متاح على الرابط: <https://www.fharis.net/book>
- ٥١- راضي، نادية. (٢٠١٥). - ماهو النشر الإلكتروني. - (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٩/٥) على الرابط: technolibra.blogspot.com/2015/12/blog-post.html.
- ٥٢- راشد، سيد محمد. (٢٠١٧). - علم المعلومات والمكتبات: الكشف. - مجلة الاتجاهات الحديثة. ط ١. الجنادرية للنشر والتوزيع (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٥/٩) متاح على الرابط: <https://books.google.com/books?isbn>
- ٥٣- رباح، فوزي محمد. (٢٠٠٩). الفوكسونومي أو التصنيف الحر: دراسة استطلاعية. الملتقى العربي الثالث لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات. مصر، القاهرة (تاريخ الدخول: ٢٠١٨-٩-٢٥) متاح على الرابط: [www. academia. edu](http://www.academia.edu).

- ٥٤- رجب، مُجَّد نظير. (٢٠١٨). التصنيف ودوره في تنظيم واسترجاع مصادر المعلومات مع إشارة حالة إلى مكتبة الأسد الوطنية (اطروحة ماجستير)/ إعداد مُجَّد رجب وإشراف عيسى العسافين. دمشق: جامعة دمشق.
- ٥٥- رفعت، حسام الدين مُجَّد. (٢٠١٤). البرامج الدعائية والإعلانية والتسويقية لدور النشر العربية والأجنبية في البيئة الرقمية دراسة تحليلية مقارنة مع إشارة خاصة إلى شبكة التواصل الاجتماعي. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، مج ٢٠، ع ٤٠، ٢٠١٣. تاريخ الدخول ٢٢/٣/٢٠٢٠، متاح عبر الرابط: <https://platform.almanhal.com/Files/2/52025>
- ٥٦- زايد، يسرية. (٢٠١٢). المتطلبات الوظيفية للبيانات الاستنادية: رؤية جديدة للملفات الاستنادية في البيئة الرقمية. (Cybrarians Journal). - (تاريخ الدخول: ١٥/٨/٢٠١٩) متاح على الرابط: <http://www.journal.cybrarians.org/>
- ٥٧- الزلباني، مُجَّد مسعد. (٢٠١٨). المتطلبات التقنية لمؤسسات المعلومات لمواكبة مجتمع المعرفة. (تاريخ الدخول ٣/٤/٢٠٢٠) متاح عبر الرابط: <https://www.academia.edu>
- ٥٨- الزهيري، طلال ناظم. (٢٠١٧). أدوات تنظيم وتصنيف المحتوى الرقمي في بيئة الأنترنت: الأنطولوجيا. - المجلة العراقية لتكنولوجيا المعلومات، مج ٨، ع ١٤. العراق. (تاريخ الدخول: ٣-١١-٢٠١٨) متاح على الرابط: <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&a>
- ٥٩- الزهيري، طلال ناظم. (٢٠١٦). أدوات تنظيم وتصنيف المحتوى الرقمي في بيئة الأنترنت: التاكسونومي. المجلة العراقية لتكنولوجيا المعلومات، مج ٧، ع ٢٤. العراق. (تاريخ الدخول: ٢-١١-٢٠١٨) متاح على الرابط: <http://search.mandumah.com/Record>
- ٦٠- الزهيري، طلال ناظم، و عبد الواحد، أمال عبد الرحمن. (٢٠١٦). التحليل الموضوعي لمصادر المعلومات الرقمية: أدوات وأهميته في لاسترجاع. - مجلة آداب البصرة، ع ٧٦، العراق. (تاريخ الدخول: ٢٢/٦/٢٠١٩) متاح على الرابط: <https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM>
- ٦١- زواش، زهير. (٢٠١١). دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية (اطروحة ماجستير) / إعداد زهير زواش الباقي رواج. الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي. (تاريخ

- الدخول (٢٠١٩/٥/٩) متاح على الرابط: <http://bib.univ-oeb.dz:8080/jspui/handle/123456789/324>.
- ٦٢- ساعاتي، فهد بن سيف الدين غازي.(٢٠١٠). مواقع الناشرين العرب على شبكة الإنترنت: دراسة تقييمية مع التخطيط لبناء موقع نموذج. مصر: القاهرة، العربي للنشر والتوزيع. تاريخ الدخول (٢٠١٩/٦/٢٣) متاح عبر الرابط: <https://books.google.com/books>.
- ٦٣- سالم، محمد عدنان.(٢٠١٥). فن النشر وصناعة الكتاب. -ط ١. -دمشق، دار الفكر .
- ٦٤- سعد الدين، غالية.(٢٠١٤). أدوات تنظيم المعرفة: دراسة تطبيقية في انطولوجيا المكتبات والمعلومات باللغة العربية (اطروحة ماجستير) /إعداد غالية سعد الدين و اشرف هيثم محمود.دمشق: جامعة دمشق.
- ٦٥- السلامي، عادل. (٢٠١٨). الناكسونومي. مدونة في إدارة المعرفة. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٩/٧) متاح على الرابط: <https://adelalsulami.com/2018/03/10/taxonomy/>
- ٦٦- الشارخ، محمد.(٢٠٢٠). مكنز صخر. (تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٥/١٢) متاح عبر الرابط: https://twitter.com/alsharekh_org/status
- ٦٧- شاهين، شريف كامل.(٢٠١٣). فهرسة الانتاج الفكري بمفهوم المشاركة الاجتماعية: الفهرسة الاجتماعية (Social cataloging) الحاضر عالمية والغائب في الفهارس الالكترونية العربية. (تاريخ الدخول: ٢٠١٨-١٠-٢٢) متاح على الرابط: <http://fr.slideshare.net/sherifshn/ss-20818109>
- ٦٨- الشافي، ميسم. (٢٠١٤). التزويد الالكتروني. أرشيف المدونة الإلكترونية. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/١/٢٣) متاح على الرابط: <http://myasemproject.blogspot.com/2014>
- ٦٩- شعبور، سماح، ومرابطي، مصباح.(٢٠١٦). وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر واقع و تحديات: دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية تبسة(اطروحة ماجستير)/إعداد سماح شعبور، مصباح مرابطي. اشرف - الجزائر: جامعة العربي التبسي تبسة. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٧/٢٢)، متاح على الرابط: <http://www.univ-tebessa.dz>

- ٧٠- الشوابكة، يونس، وزعارير، أمينة يوسف. (٢٠١٦). درجة فعالية استخدام تصنيف ديوي العشري على الويب Web Dewey من وجهة نظر المفهرسين العاملين في المكتبات الجامعية الأردنية واتجاهاتهم نحو استخدامه. - دراسات العلوم التربوية، مج ٤٣، ملحق ٤، الأردن (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٧/٩) متاح على الرابط:
<http://search.shamnaa.org/FullRecord?ID=120983>
- ٧١- الشوابكة، يونس. (٢٠١٤). نظم التصنيف التقليدية في البيئة الالكترونية: دراسة مقارنة بين Web.Dewey , Web Classification. - المؤتمر الدولي الأول بعنوان المكتبات ومراكز المعلومات في بيئة رقمية متغيرة. الاردن، جمعية المكتبات والمعلومات الأردنية. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٧/٩) متاح على الرابط: <https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM>
- ٧٢- صالح، عماد عيسي. (٢٠١٣). آليات الكشف على الويب وأدواته. السعودية: جامعة الملك عبد العزيز. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٥/٩) متاح على الرابط: <https://www.slideshare.net/esalh/ss>
- ٧٣- عاصي، لميس. (٢٠١٨). أربع مواقع الكترونية مخصصة لبيع الكتب العربية. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٧/٢٢) متاح على الرابط:
<https://www.alaraby.co.uk/medianews/2018>
- ٧٤- العامري، أحمد. (٢٠١٧). النشر الالكتروني وسيط فكري مخوف بالقلق. مجلة البيان. - (تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٩/٢٣) على الرابط: <https://www.albayan.ae>
- ٧٥- عبد الرحيم، محمد نبيل شد. (٢٠١١). أثر التسويق الالكتروني للخدمات المصرفية بواسطة الهاتف النقال في تحقيق رضا العملاء: دراسة تطبيقية من وجهة نظر عملاء البنوك التجارية الأردنية (اطروحة ماجستير) / إعداد محمد عبد الرحيم وإشراف يونس عبد العزيز مقدادي، عمان، جامعة الشرق الأوسط. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٧/٨) متاح على الرابط
<http://webcache.googleusercontent.com>
- ٧٦- عبد الرحمان، بن زايد. (٢٠١٢). تنظيم واسترجاع المعلومات على الشبكة العنكبوتية بين هيمنة محركات البحث وفعالية تقنية الفوكسونومي: دراسة تحليلية (اطروحة ماجستير) / إعداد بن زايد عبد الرحمان وإشراف قموح نجية. الجزائر: جامعة قسنطينة. (تاريخ الدخول: ٢٠١٨-١-٢٥) متاح على الرابط:

https://bu.umc.edu.dz/theses/bibliotheconomie}ABEN3800.

pdf

٧٧- عبد العال، عنتر محمد أحمد. (٢٠١١). - معوقات النشر الإلكتروني وعدم الاستفادة منه في

الجامعات العربية: جامعة سوهاج أنموذجا دراسة ميدانية. cybrarians Journal، ٢٦٤.

(تاريخ الدخول ٢٢/٩/٢٠١٨) على الرابط :

<http://journal.cybrarians.info/index.php?option=com>

٧٨- عبد الفتاح قاري، عبد الغفور. (٢٠٠٠). - معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات. الرياض:

مكتبة الملك فهد الوطنية، السلسلة الثانية (٤٠). السعودية، الرياض. (تاريخ الدخول

٩/٧/٢٠١٩) متاح على الرابط: <http://kenanaonline.com/files>.

٧٩- عبد المقصود، خميس. (٢٠١٣). - أساليب الفهرسة الحديثة وفق فورمات MARC21

وقواعد RDA. - بحث مقدم في مؤتمر قواعد الفهرسة في القرن الحادي والعشرين وقواعد

RDA. البوابة العربية للمكتبات والمعلومات - مصر (تاريخ الدخول: ٣/٣/٢٠١٩) متاح على

الرابط: <http://www.cybrarians.org/files/rda/Dr.khamis>.

Pdf

٨٠- عبد الهادي، محمد فتحي. (٢٠٠٤). أدبيات وصفية. بحوث مؤتمرات، دار المنظومة.

٨١- عبد الهادي، محمد فتحي. (د.ت). المعالجة الفنية لأوعية المعلومات الفهرسة، التصنيف و

التكشيف الضبط الاستنادي. مكتبة غريب.

٨٢- عبد الهادي، محمد فتحي، وعبد الحليم زايد، يسرية محمد. (٢٠٠٠). - التكشيف والاستخلاص

المفاهيم والأسس والتطبيقات. مصر: الدار المصرية للبنان. (تاريخ الدخول ٢/١١/٢٠١٩) متاح

على الرابط: <https://www.academia.edu>

٨٣- عبد الهادي، محمد فتحي. (١٩٨٩). - المكانز كأداة للتكشيف واسترجاع المعلومات. القاهرة:

مكتبة غريب، ١٩٨٩.

٨٤- عبد الهادي، محمد فتحي. (٢٠٠٩). - الاتجاهات الحديثة في التحليل الموضوعي للمعلومات

وموقف قطاع المعلومات العربي منها. - قدمت في مؤتمر نحو جيل جديد من نظم المعلومات

والمتخصصين: رؤية مستقبلية المغرب: الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم. تاريخ الدخول

٣/٢/٢٠١٩) متاح على الرابط: <http://www.academia.edu>

- ٨٥- عبد الله، الهيثوم. (٢٠١٦). دور نظام المعلومات التسويقية في اتخاذ القرارات: دراسة حالة شركة حليب النجاح مغنية (رسالة ماجستير) إعداد الهيثوم عبد الله اشراف خلوط عواطف. الجزائر. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٨/٦) متاح على الرابط: <http://dspace.univtlemcen.dz.pdf>
- ٨٦- عبيد، أحمد. (٢٠١٦). التحليل الموضوعي للصور الصحفية: الأسس والتطبيقات. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٥/٣) متاح على الرابط: <https://books.google.com/books>
- ٨٧- عبيد، عاطف. (٢٠٠٦). دور التاكسونومي في تعزيز عمل محركات البحث على الانترنت واستخدام تقنيات رفع اداء محركات البحث في دعم المواقع العربية. مصر. (تاريخ الدخول ٢٠١٩-٢-٣) متاح على الرابط: <http://search.mandumah.com>.
- ٨٨- عبودي، حسين الكاظمي، وعلي، ياس، وخليفة، طيف. (٢٠١٩). التنظيم المعرفي في البيئة الرقمية. -بحوث المؤتمر الدولي التخصصي في المعلومات والمكتبات (التنظيم المعرفي في البيئة الرقمية). العراق: الجامعة المستنصرية.
- ٨٩- عبد الحميد، أنس رفعت. (٢٠١٨). -أثر عناصر المزيج التسويقي على الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في مصانع البلاستيك الصناعية في عمان (بحث مقدم استكمالاً لرسالة الماجستير) أعداد أنس رفعت عبد الحميد واشراف سمير الجبالي. الأردن: عمان، جامعة الشرق الأوسط. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٨/٣) متاح على الرابط: https://meu.edu.jo/libraryTheses/5ae96c0fda3d0_1.pdf
- ٩٠- عبيات، لارا. (٢٠١٦). - وسائل الدفع الالكتروني. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٥/٨) متاح على الرابط: <https://mawdoo3.com>
- ٩١- عجيب، قصي. (٢٠١٨). -المحتوى الرقمي السوري على الإنترنت: دراسة ويبومترية (اطروحة دكتوراة) /إعداد قصي ابراهيم عجيب، اشراف عبد المجيد مهنا. -دمشق: جامعة دمشق.
- ٩٢- عدرة، هشام. - (٢٠١٥). - موقع الشرق الأوسط. تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٥/٢٢، متاح عبر الرابط: <https://aawsat.com/home/article/C>.
- ٩٣- العريشي، جبريل حسن، و عبد الله عبد الرحمن الحضار. (٢٠١٦). - اقتصاديات أوعية المعلومات الرقمية. - مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، ع ٣٥، مج ١٦ - (تاريخ الدخول: ٢٠١٨/١٠/١٣) متاح على الرابط: <https://books.google.com/books?id=xm8mDwAAQBAJ>.

- ٩٤- عزام، زكريا أحمد، حسونة، عبد الباسط، والشيخ، مصطفى سعيد. (٢٠٠٨). مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق. ط١. عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- ٩٥- العقلا، سليمان بن صالح (٢٠٠٤). - تسويق الكتاب العربي: الصعوبات والتصورات. الرياض.: جامعة الملك سعود. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٦/٤) متاح على الرابط: <http://docs.ksu.edu.sa/DOC/Articles12/Article120561>
- ٩٦- علي، أحمد. (٢٠١١). - المكتبة الرقمية: الأسس، المفاهيم والتحديات التي تواجه المكتبات الرقمية العربية. مجلة جامعة دمشق للعلوم الانسانية، المجلد ٢٧- العدد الأول +الثاني. دمشق: جامعة دمشق. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٩/٥) متاح على الرابط: <http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/human/images/stories/635-686.pdf>
- ٩٧- عليان، رجي مصطفى، و السامرائي، إيمان فاضل. (٢٠١٥). - تسويق المعلومات وخدمات المعلومات. الاردن عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع.
- ٩٨- عمران، صباح مهدي. (٢٠١٩). - التكشيف الآلي للمجلات في مكتبة ودار مخطوطات العتبة العباسية المقدسة المشاكل والحلول. مؤتمر التنظيم المعرفي في البيئة الرقمية / اعداد قسم المعلومات والمكتبات في الجامعة المستنصرية، مركز الفهرسة ونظم المعلومات التابع للعتبة العباسية المقدسة. الطبعة الأولى. العراق: الجامعة المستنصرية، كلية الآداب. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٩/٦) متاح على الرابط: https://uomustansiriyah.edu.iq/media/attachments/170/170_2019_03_07103_57_05_PM.pdf
- ٩٩- عنب بلدي. (٢٠٢٠). - العمل بالدفع الإلكتروني في سوريا يبدأ مطلع ٢٠٢٠. - (تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٤/٢٣) متاح عبر الرابط: <https://www.enabbaladi.net/archives/348996>
- ١٠٠- عوض، أشرف. (٢٠١٣). - أثر فاعلية المواقع الالكترونية على الأداء التسويقي: دراسة تطبيقية على مراكز وشركات التدريب العاملة بدولة الإمارات العربية المتحدة. مجلة البحوث المالية والتجارية، جامعة بور سعيد كلية التجارة.
- ١٠١- العيسى، سمير جمال. (٢٠١٤). - ادارة مصادر البيانات والمعلومات. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٩/١٢) متاح عبر الرابط: <https://books.google.com/books>

- ١٠٢- غندور، غسان فاروق.(٢٠١٢). طرائق السداد الالكترونية وأهميتها في تسوية المدفوعات بين الأطراف المتبادلة. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية، ١٤، مج ٢٨. دمشق، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٥/٨) متاح على الرابط: <http://damascusuniversity.edu.sy>
- ١٠٣- فاطمة، ناشف. (٢٠١٨). وسائل الدفع الالكتروني في البنوك و المؤسسات المالية الجزائرية: دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية مستغانم (أطروحة ماجستير)/إعداد ناشف فاطمة ; أشرف. الجزائر: جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٦/١٧) متاح على الرابط: <http://e-biblio.Univ.mosta>
- ١٠٤- فرحان، هادي راشد.(٢٠١٤). ماهو التكشيف. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/١٠/٨) متاح على الرابط: <https://www.slideshare.net/>
- ١٠٥- فزاز، خالد.(٢٠١٤). تأثير التسويق الالكتروني على المزيج الترويجي في المؤسسة الاقتصادية: دراية حالة المؤسسة المينائية بولاية سكيكدة E. P.S (مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الماجستير) إعداد خالد فزاز وإشراف فاروق الابراهيمي. الجزائر، جامعة محمد خيضر بسكرة. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٦/٥) متاح على الرابط: <http://archives.univbiskra.dz/bitstream/>
- ١٠٦- فوزي، لوردا.(٢٠١٥). موقع دار الفكر، جريدة البعث. تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٥/١٦، متاح عبر الرابط: <https://darfikr.com/article/j>
- ١٠٧- قاسم، حشمت. (٢٠٠٠). مدخل لدراسة التكشيف والاستخلاص - القاهرة: دار غريب. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٦/٩) متاح على الرابط: <https://books.google.com/books>
- ١٠٨- قاسم لينة أحمد.(٢٠١٣). تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية الحكومية السورية: دراسة ميدانية (أطروحة ماجستير) /إعداد لينة قاسم وإشراف أحمد علي، دمشق، جامعة دمشق.
- ١٠٩- قدورة، لمى. (٢٠١٥). تنظيم المحتوى الرقمي للمواقع التعليمية والإعلامية الحكومية السورية على الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية لآلية التكشيف في معايير المبتاداتا (أطروحة دكتوراه) إعداد لمى قدوره، إشراف أحمد علي - دمشق: جامعة دمشق.

- ١١٠ - كردية، لميس أحمد. (٢٠١٣). أنماط إفادة طلاب جامعة حلب من الأنترنت: دراسة ميدانية (أطروحة ماجستير) / تأليف لميس كردية ; إشراف عيسى العسافين، دمشق، جامعة دمشق.
- ١١١ - كريمة، صراع. (٢٠١٤). واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر/إعداد صراع كريمة، إشراف كربالي بغداد (أطروحة ماجستير). -الجزائر، جامعة وهران.
- ١١٢ - الكدرو، محمد مصطفى محمد علي. (٢٠١٦). بناء المكانز : بالإشارة إلى مكنز التربية والثقافة والعلوم. السودان، الخرطوم، جامعة الإمام المهدي. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٨/٤) متاح عبر الرابط: <https://web.archive.org>.
- ١١٣ - كوكبة، سليمة، غانم، نذير، وعكنوش، نبيل. (٢٠١٢). ما وراء البيانات ومعاييرها في بيئة المكتبات. -المؤتمر الدولي لتكنولوجيا المعلومات الرقمية. عمان: جامعة الزرقاء. (تاريخ الدخول متاح عبر الرابط: <http://digital.jilwan.com/digital2012/download2012.php?f->
- ١١٤ - كويلي، مارييس لنكس. (٢٠٢٠). التحديات الخاصة التي يواجهها الناشرون العرب. تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٦/٥ متاح عبر الرابط: <https://www.al-fanarmedia.org/ar/2020/A>.
- ١١٥ - لازم، علي الحر. (٢٠١٩). تسوية البيانات الضخمة في مؤسسات المعلومات. مؤتمر التنظيم المعرفي في البيئة الرقمية / إعداد قسم المعلومات والمكتبات في الجامعة المستنصرية، مركز الفهرسة ونظم المعلومات التابع للعتبة العباسية المقدسة. الطبعة الأولى. العراق: الجامعة المستنصرية، كلية الآداب. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٩/٦) متاح على الرابط: <https://uomustansiriyah.edu.iq>.
- ١١٦ - لمخطط يوسف. (٢٠١٧). التحليل الوثائقي: الاستخلاص والمستخلصات. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٩/٥) متاح على الرابط: <https://www.slideshare.net>.
- ١١٧ - المحتسب، حسني. (٢٠٠٦). المصحح الآلي "سراج". جامعة الملك فهد للبترول والمعادن. - (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٤/٢٦) متاح عبر الرابط: <https://webcache.googleusercontent.com>.
- ١١٨ - محمود، كريمة شاني جبر. (٢٠١١). ت كشف الدوريات: كشف مجلة مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية أنموذجا منذ عام ١٩٧٩ - ٢٠١٢. مجلة المستنصرية للدراسات

العربية والدولية، ع ٣٧. العراق: الجامعة المستنصرية العراق. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٦/٨) متاح على الرابط: <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald>.

١١٩- مدونة الفهرس العربي الموحد. (٢٠١٥). - (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٧/٣) متاح على الرابط :

http://blogaruc.blogspot.com/2015/05/blog-post_71.h

١٢٠- مرزقلال، ابراهيم. (٢٠١٠). - إستراتيجية التسويق الالكتروني للكتاب في الجزائر: دراسة

تقويمية لمواقع الالكترونية للناشرين (أطروحة) ماجستير / إعداد ابراهيم مرزقلال واشراف ناجية

قموح. الجزائر: جامعة منتوري. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩-٦-٢) متاح على الرابط:

<https://bu,umc.edu.dz/theses/bibliotheconomie>

١٢١- مشعل، طلال. (٢٠١٨). - طرق التسويق الحديثة. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٥/٢٢) متاح على

الرابط: <https://mawdoo3.com>.

١٢٢- مصطفى، حسام الدين. (٢٠١١). - وصف المصادر وإتاحتها. journal cybrarians، ع

٢٦. - (تاريخ الدخول ٢٠٢٩/٤/١٢) متاح عبر الرابط

<http://www.journal.cybrarians.org> :

١٢٣- مكّي، هشام فتحي أحمد. (٢٠٠٩). - ثورات التغيير في الفهرسة الوصفية

من AACR إلى RDA. - cybrarians journal، ع ٢٠. (تاريخ الدخول

عبر ٢٠٢٠/١/٧) متاح

الرابط <http://www.journal.cybrarians.info/index.php>.

١٢٤- موسي، نصير. (٢٠١٢). التكشيف والكشافات. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٩/٨) متاح على

الرابط:

<http://kenanaonline.com/users/nassirmoussi/posts/399258201>

١٢٥- مُجّد، مها. (٢٠٠٩). - الاستخلاص الآلي. (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٩/٣) متاح على الرابط:

<http://indexabstract.blogspot.com/2009>

١٢٦- معوض، مُجّد الحميد. (٢٠١٣). مقدمة الى وصف المصادر وإتاحتها RDA. محاضرة عامة

مقدمة عبر الانترنت تحت رعاية الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات. تاريخ الدخول:

الرابط: <https://www.slideshare.net/Muawwad/ss-29012927>

١٢٧- ملحم، عصام توفيق أحمد. (٢٠١١). مصادر المعلومات الالكترونية في المكتبات الجامعية. - ط ١. - الرياض.

١٢٨- المنظمة العربية للتنمية الزراعية. (٢٠٠٧). الدورة التدريبية حول النظم الآلية المتكاملة في المكتبات ومراكز التوثيق والمعلومات. - السودان، الخرطوم.

١٢٩- المهيزع، شيخة. (٢٠١٥). تنظيم مصادر المعلومات. (تاريخ الدخول ٢٠١٥/٦/٩) متاح على الرابط: <http://www.mediafire.com>.

١٣٠- الملاح، تامر. (٢٠١٥). مميزات وعيوب النشر الالكتروني. - (تاريخ الدخول: ٢٠١٩/٩/٣) متاح على الرابط: <http://madontey.blogspot.com>.

١٣١- نورية، سعيود. (٢٠١٢). تفعيل تسويق خدمات المعلومات من خلال تطبيق مبادئ الجودة الشاملة: دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية بجامعة جيجل (رسالة ماجستير) إعداد سعيود نورية وإشراف محمد صالح نابتي.

١٣٢- الهوش، أبو بكر محمد. (٢٠١٢). أدوات البحث عن المعلومات في البيئة الرقمية. طرابلس. <https://books.google.com>

١٣٣- الهوش، أكرم أبو بكر. (٢٠١٨). النظم الآلية المتكاملة للمكتبات ومراكز المعلومات. مصر، القاهرة: دار حميثرا للنشر والتوزيع. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٩/٧) متاح على الرابط: <https://books.google.com/books>.

١٣٤- الهيف، عالية. (٢٠١٨). التاكسونومي ودوره في تنظيم المعلومات في البيئة الرقمية دراسة تطبيقية على موقع جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن. - المجلة العراقية لتكنولوجيا المعلومات.

العراق. (تاريخ الدخول ٢٠١٩/٧/١٢) على الرابط: <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=143927>

١٣٥- وزارة الثقافة. (٢٠١١). - مختصر التصنيف في المكتبات ونظام ديوي العشري. - سوريا:

منشورات وزارة الثقافة / مديرية المراكز الثقافية. (تاريخ الدخول ٢٦-٣-٢٠١٨) على

الرابط: (<https://kitabiipdf.blogspot.com/2018/01>).

١٣٦- الوكالة العربية السورية للأنباء سانا. (٢٠٢٠). - إطلاق خدمات منظومة الشركة السورية

للمدفوعات الإلكترونية. - (تاريخ الدخول: 14-04-2020) متاح على الرابط:

<https://sana.sy/?p=1136632>.

ثانياً-المصادر الأجنبية:

1-Alter, Alexandra; Hsu, Tiffany.(2019). Barnes & Noble Is Sold to Hedge Fund After a Tumultuous Year. The New York Times, Retrieved September 8.(Cited in 5/10/2019) at: <https://www.nytimes.com/2019/06/07/books/barnes-noble-sale.html>

2-Bruno, Denise , Richmond, Hheather. (2003). The truth about taxonomy.(Cited in:6/9/2019)at: <http://www.sims.monash.edu.au/subjects/ims2603/resources/week7/7.2.pdf>

3-Bhat, Mohammad Hanief, Shafi, Sheikh Mohammad. (2014). Taxonomies in knowledge organisation: Need, description and benefits. Annals of Library and Information Studies .-Vol. 61.(Cited in:9/7/2019)at:<http://nopr.niscair.res.in/bitstream/123456789/29031/4/ALIS%2061%282%29%20102-111.pdf>

4-Pranali B. Gedam1 . and Ashwini Paradkar.(2013).- A study of web-based library classification schemes.- anoharbhair Patel College of Arts, Commerce and Science, Sakoli Dist- Bhandara, India. 2St. Francis De Sales College, Nagpur, Maharashtra 440006, India. Academic Journals.

5-CHAND. C, (1998). Canadian Government Information Locator Service (GILS): An evaluation of the presentation, accuracy, and completeness of GILS records - The Canadian

journal of information and library science , vol. 23, no4.(Cited in:26/12/2018) at: <http://www.utpjournals.com/cjils/cjils.html>

6 -D.Gulati. (2013).LIBRARY CLASSIFICATION SCHEMES: AN OVERVIEW.(Cited in:13/7/2019) at: <https://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/31769/10/10chapter%203.pdf>

7-Dublin Core meta data Element Set, Version 1.1: Reference Description.(2012) (cited in:1/3-2019)at:<http://dublincore.org/documents/dces/>

8- Eric Miller (2018). 7 Types of Website Navigation to Consider.(Cited in:8/2/2019) at: http://graphicdesign.about.com/od/effectivewebsites/tp/website_nav_types

9-E, Christian.(1996). The Government Information Locator Service (GILS), USGS Publications Warehouse.- Volume 16, Issuel.Cited in:15/9/2019) at: <https://pubs.er.usgs.gov/publication/70018562>

10-Golub, Koraljka , Traugott Koch& and Anders Ardö.(2009). Users Browsing Behaviour in a DDC-Based Web Service: A Log Analysis. Classification Quarterly.(Cited in:22/5/2019) at: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J104v42n03_07

11-Hider, Philip (2004). LEARNING TO CLASSIFY: ONLINE VERSUS PRINTED DEWEY. Malaysian Library& Information Science, Vol. 9, no. 2, July 2004: 15-1.(Cited in:8/5/2019)at: https://www.researchgate.net/publication/267566980_Learning_to_classify_Online_versus_printed_Dewey

12-Joan S. Mitchell , Diane Vizine-Goetz.(2007). Moving Beyond the Presentation Layer: Content and Context in the Dewey Decimal Classification (DDC) System. United States: Haworth Information Press.(Cited in 8/5/2019)at: HAM SHAKLEE SEXO

<https://www.crcpress.com/Moving-Beyond-the-Presentation-Layer-Content-andContext-in-the-Dewey-Decimal/Mitchell->

- 13-James,Kalbach.(2008).Designing Web Navigation Optimizng the User Experence , O'Reilly Media.(Cited in:22/7/2019)at: <http://shop.oreilly.com/product/9780596528102.do>
- 14-Miller,s.j.(2011). Metadata and cataloging online Ressources Selected Refernce Documents WebSites ,and Artic les University of Wisconisin-milwaukep.(cited in:17/2/2019)at <https://pantherfile.uwm.edu>.
- 15-Markey, Karen.(2006).Forty Years of Classification Online: Final Chapter or Future Unlimited?. Classification Quarterly, Vol 42, Issue 3-4. (Cited in 25/9/2019)at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs>.
- 16-Majumder, Apurba Jyoti , Sarma, Gautam Kumar.(2007). Webdewey:The Dewey Decimal Classification in The Web.(cited in:13/7/2019)at: <https://www.researchgate.net/publication/>
- 17-MODS: Metadata Object Description Schema.(Cited in: 3/5/2019)at: <http://www.loc.gov/standards/mods/>
- 18-ONLX.(2015).- ONIX overview.-from web site:onix.- (Citedin:4/2/2019):at <http://www.editeur.org/83/overview>
- 19-Peters, Isabella. Weller, Katrin. Stock, Wolfgang G.(2010). Folksonomy The Collaborative Knowledge Organization System.(Cited in 9/5/2019) at: <https://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/fileadmin> .
- 20- Ritchey, Julia.(2013). A cover story: Biblio. Mountain (Cited in:22/6/2019) at: <https://mountainx.com/news/072413a-cover-story/>
- 21-Ryssevik,j.(2001).- The Data Documentation Initiative(DDI)metadata Specification.-from web site:metadata powered by the Data:Documentation Initiative(DDI).-(Cite in:4/3/2019)at <http://ddialliance.org/sites/default/files>
- 22-Shreeves, S.L&others. (2005).-Current Developments and Future Trends for the Oai protocole for Metadata Havesting
AuthorShreeves, Sarah L, Habing, Thomas GHagedorn ,and

KatYoung, Jeffrey A.-library trends, vol 53.-(cited in:4/3/2019)at: search.lib.umich.edu/articles/record/

23-Spiteri, Louise.(2005).controlled vocabularies and Folksonomies. Presentation at Canadian.(Cited in:13/7/2019)at: http://inra.termssciences.fr/sites.

24-TEI: Text Encoding Initiative Journal Tel . 2015.(Cited in:2/3/2019) at: https://tei-c.org/tag/the-text-encoding-initiative/

25- The Society of American Archivists. (2002).- Encoded Archival Description ta library.-version2 Ead, chicaco.-(Cited in:3/5/2019)at http://www2.archivists.org/sites/all/files/Ead Tag library 2002 pdf.

26-Bisg book industry study group,2020, Metadata Committee.- (https://bisg.org/page/MetadataCom)/

27-editeur,2009.-onix. https://www.editeur.org/83/Overview/.

ثالثاً- المواقع الالكترونية:

١. -موقع خطة تصنيف العشري العالمي . http: / / www. udc – hub. com / en / overview. php

٢. -موقع خطة تصنيف ويب ديوي . http: / / dewey. org / webdewey / login / login html

٣. -موقع خطة تصنيف مكتبة الكونجرس الإلكتروني . http: / / classificationweb. net

٤. -تطبيق خطة تصنيف مكتبة الكونجرس:

(https://play.google.com/store/apps/details?id=com.loc.division&hl=en_US)

٥. -موقع جوجل بلاي لتحميل تطبيق ويب ديوي: https: / / play. google. com / store / apps / details

٦. وزارة الثقافة السورية www.moc.gov.sy

٧. دليل الناشرين في سوريا www.aleppochamber.co

٨. وزارة الإعلام السورية www.moi.gov.s

٩. دليل الناشرين www.haydarya.co

١٠. www.ar.wikipedia.or الويكيبيديا
١١. www.rufuf.co موقع رفوف
١٢. www.egybtianpublishers.or دليل الناشرين في مصر
١٣. www.publishersunionlb.co دليل الناشرين في لبنان
١٤. موقع أمازون: (www. Amazon. Com)
١٥. موقع biblio: (https: / / www. biblio. Com)
١٦. موقع barnesandrole.): (https: / / www. barnesandrole.) (com
١٧. موقع متجر الكتب العربية: (https: / / www. arabicbookshop. Net)
١٨. موقع نيل والفرات: (https: / / www. neelwafurat. com)
١٩. موقع جملون: (https: / / jamalon. com / en)

المقابلات

١. مقابلة مع نبيل عمران. مدير مديرية المطبوعات والنشر في وزارة الإعلام. تاريخ المقابلة (٢٠١٩/١٢/٥).
٢. مقابلة مع نزار أباطة، مستشار النشر في دار الفكر، دكتوراه في الأدب العربي إجازة في الأدب الفرنسي. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٥/١٧).
٣. مقابلة مع بسام المطعم، مدير التسويق والإعلام الإلكتروني في دار الفكر، إجازة في الهندسة الكهربائية جامعة دمشق. (٢٠٢٠/٥/١٧).
٤. مقابلة مع محسن رمضان، المستشار القانوني لدار الفكر، إجازة في الحقوق جامعة دمشق. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٥/١٧).
٥. مقابلة مع عبد الرؤوف خلف، المدير الفني للموقع، لايملك شهادة علمية. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٥/١٧).
٦. مقابلة مع هيثم حافظ، مدير دار الحافظ، رئيس اتحاد الناشرين السوريين. (٢٠٢٠/٥/٢١).
٧. مقابلة مع باسل زعرور، المسؤول عن تصميم موقع دار الحافظ صاحب شركة المنهل لتصميم المواقع الإلكترونية، إجازة جامعية في الهندسة المعلوماتية. (٢٠٢٠/٥/٢١).
٨. مقابلة مع علي أبو الخير، مدير دار الخير للطباعة و النشر، إجازة في علم الشريعة. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٥/٢٤).
٩. مقابلة مع بهاء الدين رشيد، مدير دار غار حرّاء. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٥/٢٦).
١٠. مقابلة مع نائر زين الدين، مدير الهيئة العامة للكتاب، دكتور مهندس في كلية الهندسة الميكانيكية من جامعة دمشق، شاعر ومترجم. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٥/١٧).
١١. مقابلة مع سلام فاضل، المدير الفني للموقع الإلكتروني للهيئة العامة للكتاب، إجازة في الأدب العربي. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٥/١٧).
١٢. مقابلة مع مالك مستو، مدير دار ابن كثير للنشر والتوزيع، إجازة في إدارة الأعمال. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٥/٢٨).

١٣. مقابلة مع نور الدين طالب، مدير دار النوادر، ليسانس في العلوم الإسلامية. (٢٠٢٠/٥/٢١).
١٤. مقابلة مع عبد الله الغوثاني، مدير دار الغوثاني للنشر. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٥/٢٨)
١٥. مقابلة مع حسام الدين فرفور، المدير العام لدار الثقافة والتراث، دكتوراه في فقه اللغة العربية. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٥/١٩)
١٦. مقابلة مع أحمد شقير، المدير العلمي لدار القدس للعلوم الطبية والترجمة، إجازة في الطب البشري. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٥/٢١)
١٧. مقابلة مع قاسم التراس، المدير العام لدار الرواد، ليسانس أدب انجليزي ومدرّب مجاز من جامعة ديلاوير أمريكا. (٢٠٢٠/٥/٢٥)
١٨. مقابلة مع هيثم الغزالي، مدير المعارض بدار نينوى للنشر. (٢٠٢٠/٥/٢١)
١٩. مقابلة مع حمود علي الموسى مدير المراكز الثقافية إجازة في علم التاريخ من جامعة دمشق. (٢٠٢٠/٥/٢٧).
٢٠. مقابلة عبر شبكة الإنترنت مع ثروت العليمي أمين مكتبة الفهرسة والبيانات الوصفية لدى جامعة الشارقة، ماجستير علم المكتبات والمعلومات من جامعة حلوان بمصر. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٢/١٣).
٢١. مقابلة عبر شبكة الإنترنت مع رانيا عثمان، ماجستير علم المكتبات والمعلومات كلية لندن الجامعية بقطر، المشرفة الأولى لترجمة خطة تصنيف ويب ديوي. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٢/٣٠)
٢٢. مقابلة عبر شبكة الإنترنت مع إيمان خيرى الوظيفة الحالية اخصائي فهرسة أول بمكتبة قطر الوطنية الوظيفة السابقة اخصائي موجه فهرسة بمكتبة الإسكندرية الدرجة العلمية ماجستير علم المكتبات والمعلومات من جامعة بيتسبرج في الولايات المتحدة. تاريخ المقابلة (٢٠٢٠/٢/٢٢)

قائمة الملاحق

- ١- ملحق رقم (١) أسئلة المقابلة التي تمّ توجيهها للمسؤولين عن تصميم وإدارة مواقع الناشرين السوريين من جهة والمسؤولين عن عمليات التنظيم والتسويق لمحتوى هذه المواقع من جهة ثانية.
- ٢- ملحق رقم (٢) أسئلة المقابلة التي تمّ توجيهها للمسؤولين عن التزويد في مكاتب وزارة الثقافة السورية.
- ٣- ملحق رقم (٣) قائمة بالمعايير المقترحة الخاصة بتقويم مواقع الناشرين السوريين على الإنترنت.
- ٤- ملحق رقم (٤) قائمة بأسماء دور النشر السورية التي لها مواقع على شبكة الإنترنت.
- ٥- ملحق رقم (٥) قائمة بأهم دور النشر السورية
- ٦- ملحق رقم (٦) أسئلة المقابلة التي تمّ توجيهها للقائمين بالعمل على خطط التصنيف المتاحة عبر الويب

ملحق رقم (١):

أسئلة المقابلة التي تمّ توجيهها للمسؤولين عن تصميم وإدارة مواقع الناشرين السوريين من جهة والمسؤولين عن عمليات التنظيم والتسويق لمحتوى هذه المواقع من جهة ثانية. قامت الباحثة بإجراء مقابلات مع الأشخاص المسؤولين عن تصميم مواقع الناشرين وعن تنظيم المحتوى الرقمي للمواقع (عينة الدراسة) وسيتم طرح مجموعة من الأسئلة عليهم التي سيتم تقسيمها الى أربعة فئات أساسية وهي:

أولاً- معلومات عامة عن الموقع الالكتروني الخاص بدار النشر :

١. في أي عام تم اطلاق الموقع وتشغيله على شبكة الأنترنت؟
٢. هل تم الحصول على ترخيص من مديرية التراخيص في وزارة الإعلام السورية؟
٣. ما اسم جهة الاستضافة للموقع (الجمعية المعلوماتية السورية ، الشبكة السورية لخدمات الشبكة أو غيرها ؟
٤. هل يتم تحقيق أهداف الدار من خلال الموقع ام لا؟
٥. ماهي اللغات التي يدعمها الموقع؟
٦. من هم الأشخاص المسؤولون عن تصميم الموقع وبرمجته ؟ وهل هم متخصصون في هذا المجال ؟ وهل يعملون في الدار او لا؟
٧. من هو المسؤول عن تحديث الموقع و متى تم آخر تحديث للموقع ؟

ثانياً- المحتوى الرقمي المتاح عبر مواقع الناشرين السوريين:

١. ماهي الموضوعات التي يغطيها الموقع الخاص بالدار (موضوعات مختلفة، متخصص في موضوع معين) ؟
٢. ما مستوى تغطية الموقع لإصدارات الدار (تغطية كاملة لكافة إصدارات الدار أم تغطية انتقالية أي وفق السياسة المرسومة من قبل إدارة الدار؟
٣. ماهي لغات التغطية لمصادر المعلومات المتاحة عبر الموقع؟

٤. ماذا يتيح الموقع من مصادر المعلومات الخاصة بالدار (كافة أشكال مصادر المعلومات التي تنتجها

الدار ،الكتب التقليدية ،الكتب الالكترونية ،دوريات؟

٥. من المسؤول عن القوائم التي تنشر عبر الموقع (قوائم بأحدث اصدارات الدار، الاصدارات المرتقبة،

الاصدارات التي نفذت طبعتها؟

ثالثا-تنظيم المحتوى الرقمي المتاح عبر مواقع الناشرين :

١. ماهي أدوات التنظيم الموضوعي التي يتم الاعتماد عليها (أدوات التنظيم التقليدية ،أدوات التنظيم

الآلية كالفوكسونومي ،التاكسونومي ،الانطولوجيا)؟

٢. ما أدوات التنظيم الموضوعي التي تم استخدامها لتنظيم محتوى الموقع (عالمية، محلية تم ابتكارها

لتتلاءم مع المحتوى الرقمي في مواقع الناشرين)؟

٣. إذا كانت نظم محلية ،ما هو أعداد رؤوس الموضوعات في النظم المحلية المستخدمة ؟

٤. ما هي أشكال رؤوس الموضوعات في النظم المحلية المستخدمة (رأس الموضوع البسيط، رأس

الموضوع المركب، رأس الموضوع المعقد، رؤوس الموضوعات المزودة بمحاشي، رؤوس الموضوعات

المقلوبة، تفرعات رؤوس الموضوعات)؟

٥. ماهي أساليب صياغة رؤوس الموضوعات في النظم المحلية المستخدمة (التعبير عن الموضوع الواحد

بأكثر من شكل، التعبير عن الموضوع الواحد بأكثر من إملائية، التعبير عن الموضوع الواحد بأكثر

من رأس موضوع، التعبير عن الموضوع الواحد بأكثر من صيغة، استخدام رؤوس موضوعات غير

شائعة، ظهور أخطاء إملائية برؤوس الموضوعات)؟

٦. ماهو أسلوب البناء الهرمي للنظم المحلية المستخدمة (اي يوجد تسلسل من العام الى الخاص بطريقة

صحيحة ،ام تفرع الموضوعات الرئيسية لموضوعات فرعية لا تنتمي اليها)؟

٧. ماهي البيانات البيبليوغرافية التي يتم ذكرها عن المصادر ؟وهل يتم نشر مستخلص عن المصادر

المتاحة عبر الموقع ام لا؟

٨. هل هناك سياسة واضحة ومحددة لعملية التكشيف؟

٩. هل القائمون على تنظيم وتكشيف المحتوى الرقمي للموقع متخصصون ولديهم خبرة ام لا؟وماهي

مؤهلاتهم؟

١٠. من الشخص المسؤول عن تنظيم المحتوى على الموقع؟
 ١١. من يقوم بإضافة المحتوى على الموقع؟ والتعديل عليه؟ وكيف يتم التعديل؟
 ١٢. هل تستخدمون نظم لإدارة وتنظيم مواقع الناشرين مثل نظام YBP (هو أحد النماذج العالمية الناجحة التي تقدم مجموعة متكاملة من النظم لخدمة المكتبات أو التكامل مع نظمها من خلال واجهة Gobi3 المتاحة للعملاء الراغبين بطلب أوعية المعلومات من الناشر؟
- رابعاً-تسويق المحتوى الرقمي المتاح عبر مواقع الناشرين:

١. هل يوفر الموقع عملية بيع وشراء من خلاله؟
٢. ماهي إجراءات الشراء المتبعة في موقعكم عن طريق (النظم الآلية، شبكة الإنترنت)؟
٣. من هم المستفيدون من موقعكم (أفراد، مكتبات)؟
٤. من المسؤول عن وضع أسعار مصادر المعلومات على الموقع؟
٥. من المسؤول عن عملية الترويج الإلكتروني للكتب على الموقع؟
٦. ماهي طرق الدفع الإلكتروني المعمول بها في الموقع (بطاقة ائتمان .. الخ ؟ وإذا لم يكن في الموقع طرق دفع الكتروني تحديد طرق الدفع البديلة (الطرق التقليدية مثلاً).
٧. من المسؤول عن متابعة طلبات الشراء والتوصيل ؟
٨. هل اشركتم في منظومة الدفع الإلكتروني في سورية عبر الشركة السورية للمدفوعات الإلكترونية للتواصل مع المستفيدين؟

خامساً-الخدمات التفاعلية المقدمة عبر مواقع الناشرين السوريين على الانترنت:

١. هل يوفر الموقع وسائل اتصال تمكن المستفيدين من التواصل مع القائمين على الموقع (بريد الكتروني، هاتف، فاكس.....الخ)؟
٢. هل يتم التفاعل مع الأسئلة الموجهة من زوار الموقع؟
٣. من هو المسؤول عن الرد على هذه الأسئلة ؟
٤. هل يتم تقديم آخر أخبار الدار والقوائم الحديثة من خلال خدمة الرسائل القصيرة أو خدمات أخرى عبر اشتراك المستفيدين فيها عن طريق الهواتف المحمولة ؟

٥. هل تقومون بعملية تحليل للموقع وعدد الزوار لضمان اذا كان الموقع وخدماته يعملان بشكل جيد ام لا ؟وماهي الأدوات المستخدمة للتحليل هل تستخدمون Google analytics ؟
٦. هل يوجد للموقع حسابات في الشبكات الاجتماعية ؟وماهي (facebook , youtube , instagram) ؟

٧. من المسؤول عن إدارة وصيانة ومراجعة هذه الصفحات ومحتوياتها؟

سادسا-إجراءات الحماية والصيانة في مواقع الناشرين:

١. ماهو نظام الحماية المتبع لضمان سرية بيانات المستفيدين وعدم قدرة الأشخاص الغير مخولين من الوصول الى تلك البيانات؟
٢. ماهو الأسلوب المتبع لأمن المعلومات (التوقيع الرقمي ،البصمة الالكترونية)،وهل تتوفر تقنيات التوقيع الرقمي او البصمة الالكترونية لعمليات الدفع ؟
٣. هل تستخدمون نظام للحماية من الفيروسات وإجراءات الاختراق للموقع ؟وماهو اسم هذا النظام ؟
٤. هل يشمل نظام الحماية على خطط احتواء الكوارث وضمان استمرارية الأعمال ؟
٥. هل يتم اجراء سبر أمني للموقع الالكتروني كل عام ؟
٦. من المسؤول عن أمن وحماية الموقع (ادارة الموقع ،الجهة المضيفة، الجهة التي قامت ببناء الموقع)او كل الجهات معا؟
٧. هل تقومون بعملية صيانة دورية للموقع ؟ ومن هو المسؤول عنها؟

ملحق رقم (٢):

أسئلة المقابلة التي تم توجيهها للمسؤولين عن التزويد في مكتبات وزارة الثقافة السورية.

أولا-معلومات عامة عن مواقع دور النشر التي يتم التعامل معها:

١. هل يوجد مواقع لناشرين معينين يتم التعامل معهم أي ناشرين محددين من قبل سياسة الإدارة؟
٢. ماهي مواقع الناشرين الأكثر تعاملًا معها ؟
٣. بماذا تتميز هذه المواقع التي يتم التعامل معها عن غيرها من مواقع الناشرين السوريين الأخرى؟
٤. هل تقدم مواقع الناشرين لأخصائي التزويد مساعدة للقيام بمهامه بكفاءة؟

ثانيا- عملية البحث والاختيار لمصادر المعلومات المطلوبة في مكتبات وزارة الثقافة السورية :

١. ما طرق البحث المتاحة في مواقع الناشرين التي تعتمدون عليها ؟
٢. هل خيارات البحث مستوفيه لأغراض البحث من قبلكم ام لديكم مقترح لتطوير البحث في الموقع وتريدون خيارات أكثر أو يتم ارسال قوائم تقليدية من قبل الناشرين ومن ثم البحث والشراء يتم من خلال الموقع ؟
٣. هل يتم البحث عن عناوين مواقع للناشرين للتزويد بمصادر معينة(اي ناشرين متخصصين بموضوع معين)؟
٤. ماهي إجراءات الاختيار التي يتم إتباعها لاختيار مصدر من مواقع الناشرين(هل عن طريق البحث عن عنوان الكتاب المحدد ضمن خيارات البحث المتاحة في المواقع ؟
٥. من المسؤول عن اعداد نماذج الطلبات تمهيدا لإرسالها إلى الناشرين والتحقق من أنها أرسلت إلى الناشر المناسب؟
٦. في حال تم اختيار مصدر معين هل تعاونون من مشاكل في وصول المصادر التي تم اختيارها ام تصل في الفترة المحددة؟
٧. من المسؤول عن عملية البحث والاختيار لمصادر المعلومات التي سيتم التزود بها لمكتبات وزارة الثقافة السورية؟

ثالثا-إجراءات التزويد المتبعة في مكتبات وزارة الثقافة السورية:

١. هل يوجد ميزانية مخصصة للتزود بمصادر المعلومات من مواقع الناشرين؟
٢. هل يتم الاعتماد على نظام الي معين للتزويد الالكتروني(كوها، سير،...الخ) ؟
٣. هل يوجد متخصص معين للقيام بعملية التزويد الالكتروني من مواقع الناشرين ؟
٤. ماهي الطريقة التي تتبعونها للقيام بإجراءات الشراء عبر الأنترنت(حساب مصرفي خاص بأوامر الشراء عبر الأنترنت، استمارات الكترونية لإرسال أوامر الشراء وهي استمارات معدة على الويب، الدفع المباشر عبر شبكات مصرفية)؟
٥. هل يتم الدفع بالطرق التقليدية أو الالكترونية؟
٦. ماهي وسائل الدفع التقليدية التي تتعاملون معها؟
٧. ماهي وسائل الدفع الالكتروني التي تتعاملون بها مع مواقع الناشرين(بطاقة ائتمان، بطاقات الصرف البنكي، الشيك...الخ)؟
٨. هل تقدم مواقع الناشرين السوريين خصومات أو هدايا عندما يتم شراء أكثر من مصدر، وماهي هذه الخصومات أو الهدايا التي يتم تقديمها؟
٩. من المسؤول عن متابعة طلب المواد حتى تصل إلى المكتبة ومتابعة الناشر للتحقق من وضع المواد المتأخرة او التي لم تصل بعد إلى المكتبة واعداد المطالبات التي ترسل للناشرين وباعة الكتب حول المواد غير المستلمة وتسجيل المواد عند وصولها إلى المكتبة؟
١٠. هل المسؤول عن التزويد في مكاتب وزارة الثقافة السورية هل شخص متخصص ام لا ؟وماهي مؤهلاته؟

رابعاً - إيجابيات وسلبيات التعامل مع مواقع الناشرين السوريين:

١. ماهي المشكلات التي تعانون منها أثناء عملية التزود بمصادر المعلومات من مواقع الناشرين السوريين؟
٢. هل تجدون صعوبات في التعامل مع الناشرين عن طريق الأنترنت ؟وأأي تفضلون التزويد التقليدي أو التزويد عن طريق شبكة الأنترنت؟
٣. ماهي مقترحاتكم لتطوير مواقع الناشرين بما يتلاءم مع احتياجاتكم؟

ملحق رقم (٣)

قائمة بالمعايير المقترحة الخاصة بتقويم مواقع الناشرين السوريين على الإنترنت.

معايير تقويم مواقع الناشرين :

المحور الأول: معلومات عامة لمواقع الناشرين على الإنترنت

١- سهولة الوصول للموقع وتحديثاته :

- أن يكون الدخول للموقع سهل أي بمجرد وضع اسم الدار يظهر الموقع الإلكتروني.
- أن يدل عنوان الموقع على الشبكة على اسم دار النشر بوضوح، وإن يسهل تذكره .
- أن يتوفر تطبيق للهوية البصرية أو العلامة المؤسسية للموقع الإلكتروني .
- أن يكون تاريخ انشاء الدار واضح على الموقع الإلكتروني.
- أن يظهر آخر تحديث للموقع الإلكتروني.
- أن تكون رسالة الدار وأهدافها واضحة على الموقع الإلكتروني.
- ان يوفر الموقع معلومات عن آخر أخبار الدار.
- أن يتم تقديم واجهات تخاطب سهله وواضحة بحيث تكون قريبة الى ذهن المستفيد.

٢- تخصص الموقع وفئته:

- أن تُعرف الفئة النوعية لدار النشر بوضوح:
 - ✓ تجارية
 - ✓ أكاديمية
 - ✓ حكومية
- أن يدل الموقع بصراحة على تخصص الناشر :
 - ✓ عامة
 - ✓ متخصصة بفئة معينة

٣- أن تكون الروابط المتاحة في الموقع تتميز بمايلي:

- أن تكون الروابط فعالة في الموقع الإلكتروني الخاص بدار النشر.
- أن يوفر الموقع روابط لمواقع ناشرين ومواقع أخرى ذات صلة.
- أن يكون الانتقال إلى الصفحة الرئيسية واضح وسهل من أي صفحة من صفحات الموقع .
- أن يحمل الشعار الموجود في عنوان الموقع الإلكتروني رابطاً إلى الصفحة الرئيسية للموقع بصفة دائمة.

- أن يكون الموقع كامل .

٤- اللغات التي يدعمها الموقع :

- أن يدعم الموقع لغات أخرى غير اللغة العربية.
- أن يكون مستوى دعم الموقع للغات الأخرى جيد (أي لكافة صفحات الموقع وليس فقط للصفحة الرئيسية).
- أن تكون صفحات الموقع باللغات الأخرى هي نفس صفحات الموقع باللغة العربية .
- أن تكون اللغة العربية هي اللغة الرئيسية للصفحة الرئيسية للموقع .
- إمكانية تغيير لغة الموقع بسهولة من قبل المستخدمين .
- أن يحصل المستخدم على الصفحة نفسها أو النتيجة نفسها ، ولكن بلغة مختلفة.

٥- أن يوفر الموقع خدمات تفاعلية يتم تقديمها من خلال الموقع مثل:

- أن يوفر الموقع وسائل تمكن المستخدمين من التواصل مع القائمين على الموقع.
- أن تتوفر وسائل يتم الاعتماد عليها لتواصل المستخدمين مع القائمين على الموقع، بريد إلكتروني، هاتف، فاكس.
- أن يوفر الموقع معلومات عن نشاطات الدار مثل المعارض والندوات التي تقيمها الدار.
- أن يتم التفاعل مع الأسئلة الموجهة من زوار الموقع .
- أن يوجد للموقع حسابات على الشبكات الاجتماعية مثل (فيسبوك ، يوتيوب ، انستغرام .. الخ).

- أن يتيح الموقع للمستخدمين إمكانية مشاركة الموقع في الشبكات الاجتماعية المشهورة.
- أن يتيح الموقع الفرصة للقراء القيام بمراجعات ونقد لمصادر المعلومات
- أن يتيح الموقع للقراء تقديم اقتراحاتهم حول المصادر.
- أن يتيح الموقع خدمات الاحاطة الجارية بكل ماهو جديد للدار.

المحور الثاني: المعايير الفنية الخاصة بمواقع الناشرين على الإنترنت

١. أن يتصف الموقع بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم .
٢. أن يكون الموقع مصمم بطريقة بسيطة وليست معقدة.
٣. أن تكون محتويات الموقع مرتبة بشكل منطقي .
٤. أن تكون الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع .
٥. أن يعرض الموقع صور المؤلفين الأكثر تعاملًا مع الدار.
٦. ضرورة التوازن في توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة .
٧. أن يتم استخدام نظام ألوان متناسق.

المحور الثالث: معايير آلية تنظيم محتوى مواقع الناشرين

- ١- أن يتميز نظام الفهرسة (المبتاداتا) الخاصة بالموقع بمايلي:
- ١/١- أن يتم تقديم صيغ البيانات الببليوغرافية (المبتاداتا) بصيغ مقننة وليست عشوائية.
- ٢/١- أن تتوفر البيانات الببليوغرافية التالية عن مصادر المعلومات في مواقع الناشرين السوريين:

- رقم تصنيف الكتاب
- عنوان الكتاب

- بيانات المسؤولية
 - بيانات الطبعة
 - اسم الناشر
 - تاريخ النشر
 - بيانات الوصف المادي
 - بيانات السلسلة
 - تبصرات محددة
 - التقييم الدولي الموحد (ردمك)
 - السعر
 - رؤوس الموضوع (الكلمات المفتاحية)
 - صورة غلاف الكتاب
- ٣/١- من المفضل أن يتم إتباع قواعد الفهرسة الانجلو أمريكية وتقنيات الفهرسة العالمية مثل (قواعد الأنجلو أمريكية، تدوب.....).
- ٢- أن يكون نظام التصنيف المتبع يتميز بمايلي:
- ١/٢- أن يتم استخدام نظم التصنيف عالمية مثل خطة تصنيف ديوي العشري أو العشري العالمي أو خطة تصنيف الكونجرس .
- ٢/٢- إذا لم يتم استخدام خطط تصنيف عالمية أن تكون الخطط المحلية تشبه الى حد ما الخطط العالمية وتتسم بالهرمية بحيث يتوفر:
- التسلسل الهرمي للموضوعات أي أن يتم تفريع الموضوع الخاص من العام بطريقة صحيحة.

- أن يتم تفريع الموضوعات الرئيسية لموضوعات فرعية تنتمي لها.
- أن يكون النظام المحلي المستخدم يراعى التوازن في تغطية كافة الموضوعات بنفس المستوى من التفصيل (أي يوجد تناسب بين عدد الموضوعات المتفرعة مع ضيق الموضوع الأساس وسعته).
- أن يتم تجميع الموضوعات وثيقة الصلة مع بعضها.
- أن يتم فصل موضوعات التي لا صلة بينها.
- ٣/٢- أن يتم استخدام وتوفير أرقام التصنيف .
- ٤/٢- أن يتم تصنيف كافة مصادر المعلومات المتاحة في الموقع
- ٥/٢- أن تكون أساليب صياغة رؤوس الموضوعات في النظم المحلية المستخدمة واضحة بحيث يمكن:
- التعبير عن الموضوع الواحد بأكثر من شكل.
- التعبير عن الموضوع الواحد بأكثر من إملائية.
- التعبير عن الموضوع الواحد بأكثر من رأس موضوع.
- التعبير عن الموضوع الواحد بأكثر من صيغة.
- استخدام رؤوس موضوعات غير شائعة.
- عدم ظهور أخطاء إملائية برؤوس الموضوعات.
- ٦/٢- أن يكون القائمين على تصنيف مصادر المعلومات المتاحة بالموقع من المتخصصين في المجال.
- ٣- أن يتم استخدام نظام تكشف يتلاءم مع طبيعة الموقع حيث يتوفر فيه :
- ١/٣- حقول خاصة بعملية الكشف مثل حقل الكلمات المفتاحية .
- ٢/٣- أن يتم كشف كافة أنواع المحتوى الرقمي المتاح من خلال الموقع .

٣/٣- أن يتم تكشيف المحتوى الرقمي بصورة فورية .

٣/٤- أن تكون المساحة النصية لاختيار الكلمات المفتاحية أو الواصفات من قبل محرر الموقع (المكشف) لا تقتصر على العنوان فقط .

٣/٥- أن تكون حقول وعناصر الوصف الببليوغرافي مكتملة لكافة مصادر المعلومات ومكتملة في تسجيله المخرجات.

٣/٦- أن تتوفر سياسة محددة وواضحة لعملية التكشيف

٣/٧- أن يوفر الموقع كشافات لجميع مصادر المعلومات المتاحة في مواقع الناشرين.

٣/٨- أن يتم استخدام أدوات التحليل الموضوعي (التقليدية) الأتية: (قوائم رؤوس الموضوعات العالمية ، المكانز).

٣/٩- أن يتم استخدام أدوات التحليل الموضوعي الآلية (التاكسونومي ، الفوكسونومي، المكانز الآلية، الأنطولوجيا).

٣/١٠- أن يتم استخدام أدوات تنظيم محلية في حال لم يتم استخدام أدوات تنظيم موضوعي عالمية.

أ. أن تشبه النظم المحلية المستخدمة نوعا ما النظم العالمية.

ب. أن يكون أعداد رؤوس الموضوعات في النظم المحلية المستخدمة كافي

ت. أن تكون أشكال رؤوس الموضوعات في النظم المحلية المستخدمة متنوعة كأن تشتمل:

• رأس الموضوع البسيط: هو التعبير عن الموضوع بكلمة أو لفظ واحد.

• رأس الموضوع المركب: هو التعبير عن الموضوع بكلمتين أو كلمتين وبينهما رابط كحرف عطف.

• رأس الموضوع المعقد: هو التعبير عن الموضوع بعدة كلمات أو عدة صيغ لغوية.

• رؤوس الموضوعات المزودة بحواشي: هي الموضوعات التي يتم التعبير عنها باستخدام ملاحظات

والاحالات(انظر، أنظر أيضا).

• **رؤوس الموضوعات المقلوبة:** أي أن نقوم بعملية القلب للرأس بحيث نبدأ بالكلمة الأساسية وإن تأخرت في سياق لترتيب، تليها الكلمة أو لكلمات الأخرى مفصلاً بينهما بفاصلة (دلالة القلب).

• **تفريعات رؤوس الموضوعات:** يتم تفريع رؤوس الموضوعات إذا كان الموضوع معالجاً من وجهة نظر موضوعية معينة ، أو شكل محدد ، أو في نطاق جغرافي معين ، أو خلال فترة زمنية محددة، وبذلك يكون التفريع وجهي موضوعي ، أو شكلي ، أو مكاني ، أو زمني .

٤- أن يكون نظام الاستخلاص المعتمد في الموقع يتميز بمايلي:

١/٤- أن يوفر الموقع مستخلصات لكافة مصادر المعلومات المتاحة عبر موقع دار النشر.

٢/٤- أن يكون القائمين على إعداد المستخلصات من المتخصصين في المجال.

٣/٤- أن يتم استخدام أدوات الاستخلاص الآلية في حالة صعوبة إعداد المستخلصات بالشكل التقليدي.

المحور الرابع: معايير التسويق الالكتروني في مواقع الناشرين

١- معايير خاصة بتسويق المحتوى الرقمي المتاح عبر الموقع:

١/١- أن يتم تحديد المحتوى الرقمي المتاح للبيع في الموقع (كتب تقليدية ، كتب الكترونية ، كافة أشكال مصادر المعلومات التي تنتجها الدار).

٢/١- أن يتم تحديد الطرق التسويقية لمحتوى الموقع (الإعلان بالبريد الالكتروني ، الإعلانات ضمن الموقع ، الإعلانات على قنوات التواصل الاجتماعي ، التسويق من خلال الهواتف النقالة).

٣/١- أن يتم عرض صور أغلفة الكتب الحديثة.

٤/١- أن يوفر الموقع قائمة بأكثر الكتب مبيعاً .

٥/١- أن يوفر الموقع قائمة شاملة بأوعية المعلومات المتاحة للبيع.

٦/١- أن يتم الاعتماد على خبراء لإدارة الحملة الإعلانية الخاصة بمصادر المعلومات المتاحة عبر الموقع وبالتالي الوصول الى المستخدمين الأكثر استهدافا.

٧/١- أن يوفر الموقع قائمة بأحدث إصدارات الدار.

٨/١- أن يوجد قائمة بالإصدارات المرتقبة.

٩/١- أن يوجد قائمة بالإصدارات التي نفذت طبعتها.

١٠/١- أن يتم عرض قائمة بالكتب المتاحة مجاناً أو التي عليها عروض خاصة

١١/١- أن يتم عرض قائمة بالإصدارات قيد الطباعة

١١/١- أن يغطي الموقع الموضوعات التي ينشر الدار حولها (موضوعات مختلفة، متخصص في موضوع معين) .

١٢/١- أن تكون لغات التغطية لمصادر المعلومات المتاحة عبر الموقع محددة وواضحة.

١٣/١- أن يكون المسؤول عن القوائم التي تنشر عبر الموقع (قوائم بأحدث إصدارات الدار، الإصدارات المرتقبة، القوائم التي نفذت طبعتها) متخصص في المجال.

١٤/١- أن يكون القائمين على نشر المحتوى الرقمي المتاح في الموقع من المتخصصين.

١٤/١- معايير خاصة بالمستفيدين اللذين يتم التعامل معهم في الموقع:

١/٢- أن يتم تحديد الفئات التي يتم التعامل معها:

● أفراد فقط (تلاميذ المدارس ، طلبة الجامعات ، مشترو كتب الثقافة العامة) .

● أفراد ومكتبات معا.

٢/٢- أن يتم تحديد احتياجات ورغبات المستخدمين بشكل دقيق لإنتاج مصادر تلبي احتياجاتهم واهتماماتهم.

٣/٢- أن يستطيع المستفيد تحديد شكل مصدر المعلومات المطلوب (تقليدي ، إلكتروني) .

٤/٢- أن يستطيع المستفيد تحديد الإخراج النهائي لمصدر المعلومات اذا اراد الحصول عليه بشكل مطبوع (تجليد فاخر أو تجليد عادي).

٥/٢- أن يستطيع المستفيد تعديل قائمة المصادر المطلوبة من الموقع خلال فترة معينة مثلاً (يوم أو يومين).

٦/٢- أن يتم تحديد طرق الاتصال مع المستخدمين للتواصل معهم وإقناعهم في عملية الشراء.

٣- معايير خاصة بالبيع والشراء الإلكتروني في الموقع:

١/٣- أن يوفر الموقع سلة الشراء التي توضح أنه يمكن الشراء من الموقع.

٢/٣- أن تكون عقود الشراء واضحة بين (الناشر والمستخدم سواء كان المستخدم فرد أو مكتبة) أي في حال تم اتخاذ قرار شراء المصادر (هوية وعنوان الدار، والسعر، والفترة الزمنية لوصول المصادر، والاخراج الفني في حالة المصادر المطبوعة).

٣/٣- أن يتم تحديد طرق البيع بشكل دقيق:

✓ عن طريق شبكة الأنترنت (من خلال موقع دار النشر مباشرة) استخدام البريد الإلكتروني، استثمار ويب وغيرها.

✓ عن طريق النظام الآلي المتكامل للمكتبات يتم الاعتماد على من قبل دار النشر والمكتبة معا، وهنا في حال استخدام النظام الآلي للتزويد يجب أن يتوفر في النظام الآلي عدّة متطلبات كما ذكرناها في الفصل الثاني من المبحث الثاني ص ١١٣.

٤/٣- أن يتم تحديد استراتيجية الدفع والأساليب المتبعة في الموقع (البطاقات البنكية، البطاقات الذكية، الشيكات الإلكترونية).

٥/٣- أن يتم تحديد النطاق الجغرافي الذي يمكن التعامل معه في الخدمات المصرفية.

٦/٣- أن يوفر الموقع بدائل أخرى للتعامل المالي في حالة عدم توفر الدفع بالطرق الإلكترونية تيسيرا وتشجيعا للمستخدمين .

٧/٣- أن يسجل موقع دار النشر اشتراكه بمنظومة المدفوعات الإلكترونية بسوريا لتسهيل عمليات الشراء.

٨/٣- أن تكون أسعار مصادر المعلومات المتاحة للبيع واضحة والتواصل مع المستخدمين لتحديد الأصناف المطلوبة والكميات ومواعيد توريدها.

٩/٣- في حالة وجود تفاوت في السعر بين إصدارات مصدر المعلومات الواحد، يجب أن يذكر بوضوح.

١٠/٣- أن يتم ارسال أسعار البيع بكل ما هو جديد والعروض الترويجية للمستخدمين الأكثر تعاملًا مع الموقع.

- ١١/٣- أن يتم الالتزام بالإعلان الإلكتروني المتاح عبر الموقع من قبل إدارة الموقع سواء من ناحية الأسعار، الإخراج الفني للمصادر اذا كان المطلوب مصدر مطبوع، الفترة الزمنية لوصول مصادر المعلومات).
- ١٢/٣- أن يتم استقبال طلبات وشكاوي المستخدمين ومتابعة متطلباتهم في إدارة خدمة ما بعد البيع.
- ١٣/٣- أن يتم الاعلان عن المراكز التي يستطيع المستخدمين التواصل معها ووسائل الاتصال معهم لخدمة ما بعد البيع .

٤- معايير التطوير التقني وعمليات الحماية والقياس في الموقع:

- ١/٤- يجب أن يسعى الموقع لتوفير أفضل ضمانات لسرية بيانات المستخدمين وتأمين التعاملات المالية ومنها:
- ١/٤/١- أن يتم اعتماد طريقة للتشفير عند استخدام البريد الإلكتروني بين الموقع والمستخدم.
- ٢/٤/١- أن يتم تحديد طريقة للتحقق من هوية المستخدم أو البرنامج من أجل التأكد من أن المتصل المدعي هو نفسه وليس شخصا آخر(من خلال الهوية الوطنية أو كلمات المرور).
- ٣/٤/١- ضمان سرية بيانات المستخدم وعدم قدرة الاشخاص الغير مخولين من الوصول الى تلك البيانات.
- ٤/٤/١- توفير تقنيات التوقيع الإلكتروني الرقمي أو البصمة الإلكترونية خاصة لعمليات الدفع.
- ٢/٤- أن يتم تحديد أساليب الحماية المتبعة ووضع بيان يشرح وسائل الأمان والخصوصية للموقع لزيادة ثقة المستخدمين منه.
- ٣/٤- وصول المستخدم الى معلوماته عندما يريد وتندرج تحت خاصية التوافرية اي توافر المعلومات لمستخدميها.
- ٤/٤- أن يعمل الموقع على حفظ بيانات المستخدم (مثلا عند تسجيل الدخول للموقع لأول مرة ،وبعد فترة من الزمن أراد المستخدم الدخول إلى الموقع أن يتذكر الموقع هذا المستخدم ويطلبه بكلمة السر فقط).
- ٥/٤- القيام بعمليات الصيانة الدائمة على الموقع للتأكد من استمرارية عملها على الوجه المطلوب وذلك من خلال مراجعة جميع الاجراءات الأمنية المتبعة في الموقع .
- ٦/٤- أن يشتمل نظام حماية المعلومات على خطط احتواء الكوارث وضمان استمرارية الأعمال واختبار مدى فعاليتها بصورة مستمرة.

٧/٤- أن تتم المتابعة المستمرة لعملية التطوير التقني للموقع.

٨/٤- أن يتم إجراء سبر أمني للموقع الالكتروني مرة كل عام .

٩/٤- أن تكون مسؤولية أمن وحماية الموقع الالكتروني تقع على عاتق كافة إدارة الموقع ،الجهة المضيفة، الجهة التي قامت ببناء الموقع معاً.

١٠/٤- أن تتم عمليات القياس والتحليل للموقع من قبل إدارة الموقع.

١١/٤- أن يتوفر إحصائيات عدد الزوار للموقع.

١٢/٤- أن يتم استخدام إحدى أدوات التحليل الآلية مثل (Google Analytics).

المحور الخامس: سهولة البحث و التصفح في مواقع الناشرين على الإنترنت:

١ - إمكانات البحث المتاحة في مواقع الناشرين:

١/١- أن يتيح الموقع إمكانية البحث البسيط .

٢/١- أن يتيح الموقع إمكانية البحث المتقدم .

٣/١- أن يتيح الموقع إمكانية البحث باسم المؤلف .

٤/١- أن يتيح الموقع إمكانية البحث بالعنوان .

٥/١- أن يتيح الموقع إمكانية البحث بالموضوع .

٦/١- أن يتيح الموقع إمكانية البحث بمداخل أخرى .

٧/١- أن يتيح الموقع أدوات ومعاملات المنطق البولياني الصريحة وهي: AND () أو OR () فيما عدا NOT.

٨/١- أن يتيح الموقع معاملات المنطق البولياني الضمنية والتي يتم التعبير عنها بما يلي: () كل هذه الكلمات () أي واحدة من الكلمات الآتية () لا يجب أن تتضمن.

٩/١- أن تظهر النتائج للمستخدم عند البحث بشكل قائمة ببيولوجرافية .

١٠/١- أن يمكن فرز نتائج عملية البحث وترتيبها وفقاً لعدة عناصر: (اسم المؤلف ، العنوان ، الموضوع ، تاريخ النشر).

٢- سهولة التصفح في مواقع الناشرين:

١/٢- أن يتم التصفح و الإبحار في الموقع بشكل سهل ولا يدعو إلى حيرة المستخدم .

٢/٢- أن تتوفر إرشادات وتعليمات واضحة لاستخدام أي قسم أو خدمة في الموقع.

٣/٢- أن تتوفر خريطة للموقع .

٤/٢- أن تكون واجهات الاستخدام بسيطة غير معقدة.

٥/٢- أن يكون التصفح بالموقع بأكثر من لغة .

ملحق رقم (٤):

قائمة بأسماء دور النشر السورية التي لها مواقع على شبكة الإنترنت:

اسم الدار	الموقع الالكتروني
دار القدس للعلوم الطبية والترجمة	http://www.dar-alquds.com
دار العوثاني للدراسات القرآنية (يوجد له فرعين الأول في دمشق والثاني في اسطنبول)	www.gwthani.com
إبن كثير للطباعة والنشر	http://ibn-katheer.com/
دار الفكر	www.fikr.com
دار غار حراء للطباعة والنشر	http://www.gharhira.com/contact.html
دار الحافظ	https://daralhafez.net/
دار مركز المنار للكتاب	http://www.mbc-sy.com
مؤسسة الرسالة ناشرون بلا حدود	https://www.resalah.com/
الهيئة العامة السورية للكتاب	http://syrbook.gov.sy/
دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع	https://www.ninawa.org/
دار الخير	http://daralkhair-sy.blogspot.com/
دار الثقافة والتراث	https://www.thakafawaturath.com/
دار النوادر	http://www.daralnawader.com/
دار الرواد	https://www.rowadpub.com/index.php <u>p</u>

ملحق رقم (٥):

قائمة بأهم دور النشر السورية

اسم دار النشر	نبذة تعريفية عنها
دار الهيثم للطباعة و النشر	من أقدم دور النشر العاملة حتى اليوم في دمشق تأسست دار الهيثم للطباعة و النشر في مطلع عام ١٩٧٣
دار المدى للثقافة و النشر والتوزيع	تُعنى بأوسع نشرٍ للكتاب، وأقربِ سعرٍ للكلفة. تأسس مراكز بيع مباشرٍ للكتاب في أكثرَ من عاصمةٍ عربية (دمشق.. بيروت - القاهرة .. الرباط) لإيصال الكتاب الى القارئ مباشرة
دار صفحات للدراسات والنشر	تسعى "دار صفحات" اليوم إلى تحقيق الحضور الفعّال والتواجد المميز على ساحتي النشر السورية والعربية ، من خلال عناوينها ، وإصداراتها
دار قتيبة للطباعة والنشر والتوزيع	تأسست دار قتيبة بدمشق عام ١٩٧٨ على يد صاحبها د. مُجد شيخاني
دار الملتقى للطباعة والنشر والتوزيع	دار الملتقى مؤسسة تعنى بالطباعة والنشر والتوزيع، تأسست عام ٢٠٠٢م في مدينة حلب
دار القبس للطباعة والنشر والتوزيع	رسالتنا هي المساهمة في نشر الوعي الثقافي والنهوض بالأمة لتمثل القيم والأخلاق التي جاءت بها كل الرسائل
دار الأوائل	تأسست دار الأوائل عام ١٩٩٩م
دار البشائر	تأسست عام ١٩٩٠ ، تعنى بالكتب الأدبية وكتب التراث ذات الالهمية المحققة التحقيق العلمي
دار التكوين	لعبت بدايات الطباعة وشروط تطورها في منطقة الشرق العربي دوراً أساسياً في بلورة الخصائص الراهنة لمحيط النشر وسوق الكتاب العربي، وأسهمت في تحديد علاقة القارئ العربي بالكتاب
دار الشرق	تأسست هذه الدار في عام ٢٠٠٢ .
دار المناهل	تأسست عام ١٩٩٥
دار دمشق	تأسست عام ١٩٥٤ وبدأت عملها بالكتاب السياسي
دار كنعان	تأسست عام ١٩٨٩

دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر	مؤسسة ثقافية إنسانية لا تبغي الربح المادي هدفها نشر المعرفة بالسعر الأكثر ملائمة للقارئ العربي
دار الربيع للنشر	تأسست عام ١٩٥٠.
دار النفائس للطباعة والنشر والتوزيع	تأسست عام ١٩٧٠
دار الأوس للنشر الورقي والإلكتروني	مؤسسة ثقافية تهدف لإطلاق وإنجاز مشاريع ثقافية وفكرية في سبيل إحياء تراث سورية
دار شعاع للنشر	اختصت هذه الدار في نشر الكتب العلمية وبالتحديد الكتب ذات الطابع التأهيلي
دار القلم العربي للنشر و التوزيع	شركة متخصصة في مجال الصحف ودور النشر

ملحق رقم (٦)

أسئلة المقابلة التي تم توجيهها للقائمين بالعمل على خطط التصنيف المتاحة عبر الويب

قامت الباحثة بإجراء المقابلات مع الأشخاص القائمين بالعمل على خطط التصنيف (خطة تصنيف ويب ديوي، خطة تصنيف الكونكرس الالكترونية، خطة التصنيف العشري العالمي الالكتروني)، وطرحت مجموعة من الأسئلة عليهم، وقد تم تقسيمها على النحو الآتي:

أولاً. معلومات شخصية عن القائم بالعمل على خطة التصنيف:

١- الاسم

٢- المرتبة العملية

٣- المسمى الوظيفي

٤- خطة التصنيف التي يعمل عليها.

٥- المكتبة أو مركز المعلومات الذي يعمل به

ثانياً- ماهي الخطة المناسبة الأكثر ملائمة للبيئة العربية؟

ثالثاً - كيف يمكن اختيار خطة تتلاءم مع احتياجات المكتبة وماهي الأمور التي تتحكم بعملية الاختيار؟

رابعاً- ماهي الخطة الأسهل في التدريب والتعلم ؟

خامساً- ماهي الطبعة التي يتم العمل عليها في موقع خطة تصنيف ويب ديوي؟

سادساً- هل يمكن الاشتراك بشكل مجاني بخطط التصنيف (ويب ديوي؟، خطة تصنيف الكونكرس، خطة التصنيف العشري العالمي)؟

سابعاً- ماهي سلبيات وإيجابيات الخطة التي تعمل بها ؟

ثامناً- ماهي مقترحاتكم للمكتبات العربية التي تنوي العمل بخطط التصنيف المتاحة عبر الويب؟

Abstract

The Internet in our contemporary world has become the main source for obtaining information, and this has prompted many institutions, including publishing houses, whether governmental or private, to employ the Internet in building sites for them on the network that contribute to achieving their publications reaching the largest number of beneficiaries and libraries, but they must These sites are in line with the standards of building websites and that the sources of information are organized in a way that helps the beneficiary, whether (individuals, libraries) to reach the resources that he needs Because of the importance of this, it was necessary to find out the details of the websites of Syrian publishers and the mechanism for organizing and marketing their content based on the descriptive analytical approach, where the spotlight was highlighted on electronic publishing and electronic sites in general and on the publishers 'websites in particular, where the study dealt with the concept of organizing the content of publishers' websites and how it develops from the environment Traditional to the electronic environment, as the study discussed in some detail how to market the content of publishers 'websites, In addition to that, the electronic payment process and its methods were highlighted, especially in Syria. The study also presented some models for book marketing sites, both Arabic or foreign. To achieve the goals of the study, a model was proposed to evaluate the websites of publishers so that the evaluation process includes all information about the sites and their management and the mechanism of organizing and marketing Its content where (12) sites of the Syrian publishing houses were evaluated, and the study reached a number of results and recommendations, which contribute to pushing the sites of the Syrian publishers (study sample) forward, ending with the presentation of six appendices that contribute to the enrichment of this study.

Syrian Arab Republic

Damascus university

Faculty of Arts and Humanities

Department of Library and Information

Information storage and retrieval systems



**Syrian publishers' websites on the network Internet:
A study of the mechanism of organizing and marketing
its content**

A study presented in the Department of Library and Information for obtain
degree a PhD

Specialization in information storage and retrieval systems

Prepared by

Mays Abdulkarim Ismael

participant supervisor

Dr. Lama Qadoura

Supervised by

Prof. Dr. Abd-Al Majid Mhna

Damascus 2020