

موقع دار الشروق على الإنترنت.

.E - Kotob.com

د. حسناء محمود محجوب.

أستاذ المكتبات والمعلومات المساعد - بكلية الآداب جامعة المتوفية.

.email: hmmahgoub@yahoo.com

المقدمة:

فى العدد الأول من هذا الكتاب الدورى (عالم المكتبات والمعلومات والنشر) وفى هذا الباب (ناشر من)^(١) عرضنا لدار الشروق كدار نشر لها ريادتها فى سوق النشر المصرى وكيف بدأت بخبرة صاحبها المرحوم الأستاذ محمد المعلم الذى دخل مجال النشر فى مصر عام ١٩٥٨ حين أسس دار القلم مع شريك سعودى وكانت فى ذلك الوقت تصنف على أنها من أكبر وأشهر دور النشر العربية والمصرية وعندما فرضت الحراسة على نصيب الشريك السعودى، ثم تم شراء نصيبه من قبل المؤسسة المصرية العامة للتأليف والنشر فى أغسطس ١٩٦٣، أعقب ذلك تأميم الدار كلها فى ٢٠ يونيو ١٩٦٦، حيث استولت الحكومة على نصيب الأستاذ محمد المعلم وضمته إلى المؤسسة المصرية العامة للتأليف والنشر، وتم تعيينه رئيسا لمجلس إدارة الشركة القومية للتوزيع.

إلا أن حب الأستاذ محمد المعلم لمجال النشر ورسالة الناشر جعلته يبدأ نشاط النشر مرة أخرى عام ١٩٦٨ أى بعد تأميم الحكومة لدار القلم بعامين ونصف تقريبا، ولأن عملية التأميم دائما تكون بدون مقابل لصاحبها فقد بدأ برأس مال أقل من ١٠٠٠ جنيه فاستأجر حجرة واحدة فى

مكتب بالدور السادس فى وسط البلد وكان نواة لدار الشروق الحالية وقد عاونه ابنه المهندس إبراهيم وعادل المعلم وشقيقه المرحوم متولى المعلم.

ثم توالى توسعات الدار مكونة بذلك مجموعات الشروق فانتقل إلى بيروت وأخر ١٩٦٩، وأسس دار الشروق ثم مطابع الشروق ببيروت عام ١٩٧٢، فمطابع الشروق بقلوب عام ١٩٧٦، ثم أسس شروق انترناشيونال عام ١٩٨٥ فى لندن، ولكنها لم تستمر طويلا وتم تصفيتها بعد سنوات قليلة من إنشائها.

وقد حرصت مجموعات الشروق على الاحتفاظ بالعراقة والأصالة المتوارثة وفى الوقت نفسه لم يكتف أبناء المرحوم محمد المعلم بما توارثوه وإنما قاموا بتطويره والإضافة إليه حتى يتناسب مع التطورات التكنولوجية فى صناعة النشر والتى تتلاحق بصورة سريعة.

ومن التطورات التى استحدثتها دار الشروق عام ١٩٩٩ إنشاء موقع على شبكة الإنترنت يكون بمثابة منفذ إلكترونى لتوزيع الإنتاج الفكرى المصرى والعربى (المطبوع - المسموع و/ أو المرئى - الأقراص المليزة) كما يكون الموقع أيضا منفذا لنشر مادة إلكترونية تتاح على الخط المباشر لمن يطلبها بهذه الطريقة.

أهداف الدراسة:

إن هذه الدراسة تهدف إلى إلقاء الضوء والتعريف بموقع دار الشروق على الإنترنت وبالخدمات التي يقدمها الموقع ومحاولة تقييمه وفقاً لمعايير تقييم المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت ولا أهداف بذلك إلى أن أقول هذا جيد أو هذا سيئ، ولكن أهداف إلى وضع الموقع تحت الأضواء حتى نساعد الدار نفسها على الوصول به إلى الشكل المعياري وفي الوقت نفسه نشجع الناشرين وخاصة المصريين والعرب على الاستفادة من تجربة دار الشروق بحيث يبدأ كل منهم مما انتهت إليه هذه التجربة .

وينبثق من هذا الهدف الأساسي لهذه الدراسة بعض الأهداف الفرعية من أهمها:

- * مساعدة أمين المكتبة المسئول عن عملية التزويد في تقييم أداة من أدوات الاختيار .
- * تطوير عمليات الطلب أو الشراء سواء بالنسبة للقارئ العادي أو للمكتبات ومراكز المعلومات .

* الاهتمام بالمنفذ الإلكتروني لتوزيع الإنتاج الفكرى المصرى والعربى المحمل على مختلف أشكال الأوعية .

* إتاحة سوق جديدة لتوزيع الإنتاج الفكرى المصرى والعربى وهو السوق العالمى والذي تساهم فيه شبكة الإنترنت بشكل كبير .

أهمية الدراسة والدراسات السابقة:

بلغ العدد التقريبي للمواقع المصرية كما ذكره الأستاذ الدكتور سعد الهجرسى ما بين ١٦٠٠ - ١٨٠٠ موقعا دون أية وسيلة موثوق بها لتحديده بدقة كاملة « أما التوزيع النسبى له حسب

التنوعات النطاقية، من التجاريات حتى التربويات بما فيها الجامعات والعمليات فهى كما يلي: التجاريات ٩٠٪ - الحكوميات ٣، ٤٪ - المنظمات غير الحكومية ٣، ٣٪ - التربويات والجامعات ٣، ٢٪» (٢) .

ورغم أن هذا العدد كما ذكر الدكتور سعد الهجرسى عدد تقريبي إلا أنه يعكس مدى سيطرة المواقع التجارية عن باقى أنواع المواقع الأخرى وليس هذا سمة المواقع المصرية فقط ولكنها سيطرة عامة على كل المواقع العربية والعالمية فمن المعروف أن التسوق على الإنترنت فى زيادة مستمرة وإذا كان استطلاع الرأى الذى أجرته مؤسسة (نيلسون ميديا) عام ١٩٩٨ أثبت أن عدد الذين يتسوقون عبر الإنترنت بلغ ٤٨ مليون فرد وأن نسبة الزيادة السنوية المتوقعة فى ذلك العام تبلغ حوالى ٢٠٠٪ (٣) ففى خلال السنوات القليلة الماضية بلغت المبيعات فى بعض المواقع أرقاما فلكية أدت إلى تغيير جذرى فى إحصاءات التسوق على شبكة الإنترنت .

وبالتأكيد فإن مواقع الناشرين تدخل ضمن المواقع التجارية حيث تهتم بالتجارة الإلكترونية للإنتاج الفكرى أو تجارة الإنتاج الفكرى عبر شبكة الإنترنت . ورغم أهمية هذه المواقع إلا أن الإنتاج الفكرى لم يهتم بها الاهتمام الكافى، فباستعراض دليل (الإنتاج الفكرى العربى فى مجال المكتبات والمعلومات) للدكتور محمد فتحى عبد الهادى حتى سنة ١٩٩٦ لم تظهر فيه أية دراسة عن تقييم مواقع الإنترنت بصفة عامة، أما فى الفترة من ١٩٩٧ وحتى ديسمبر ٢٠٠٢ فظهرت بعض الأعمال التى تحاول تقييم مواقع الإنترنت ووضع معايير لعملية التقييم، ولعل من أهمها بترتيبها الزمنى:

* إعداد موقع للمكتبة المدرسية العربية على شبكة الإنترنت/ أمنية مصطفى صادق- الاتجاهات الحديثة فى المكتبات والمعلومات- مج ٦، ع ١١ (يناير ١٩٩٩)- ص ص ١٠٣- ١٢٠ .

* تقييم المواقع التعليمية العربية على شبكة الإنترنت/ صلاح أحمد مسامح- فى: نحو إستراتيجية لدخول النتاج الفكرى المكتوب باللغة العربية فى الفضاء الإلكتروني: وقائع المؤتمر ١١ للاتحاد العربى للمكتبات والمعلومات، القاهرة ١٢-١٦/٨/٢٠٠١- تونس: الاتحاد العربى للمكتبات والمعلومات؛ الرياض: مكتبة الملك عبد العزيز العامة، ٢٠٠١- ص ص ٢٨٨-٣٠٧ .

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

* الإنتاج الفكرى للمرأة المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة تخطيطية/ سيدة ماجد محمد، حسناء محمود محجوب- الاتجاهات الحديثة فى المكتبات والمعلومات- مج ٩، ع ١٨ (يوليو ٢٠٠٢)- ص ص ١٧١- ١٨٠ .

* مواقع الإنترنت والثقافة العربية/ سعد محمد الهجرسى- دراسات عربية فى المكتبات وعلم المعلومات- مج ٧، ع ٢ (مايو ٢٠٠٢) ص ص ٩- ٣٦ .

وإذا نظرنا إلى الرسائل الأكاديمية فنجد أن الرسائل التى تغطى موضوعات لتقييم مواقع الإنترنت كلها مازالت قيد البحث ومن أهمها: * التجارة الإلكترونية للكاتب فى مصر:

* مواقع المكتبات والمعلومات: دراسة تحليلية لشبكة الإنترنت/ هشام محمود عزمى- مجلة المكتبات والمعلومات العربية- س ١٧، ع ٤ (أكتوبر ١٩٩٧)- ص ص ٥- ٣٦ .

* دراسة تحليلية لمواقع الناشرين العرب على شبكة الإنترنت/ حسناء محمود محجوب- فى أعمال المؤتمر التاسع للاتحاد العربى للمكتبات والمعلومات المنعقد فى الفترة من ٢١-٢٦ أكتوبر ١٩٩٨ حول الاستراتيجية العربية الموحدة للمعلومات فى عصر الإنترنت- تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الاتحاد العربى للمكتبات والمعلومات، ١٩٩٩- ص ص ٣٧٣-٣٩٩ .

* معايير لتقييم مواقع الأطفال على شبكة الإنترنت/ هبة محمد إسماعيل- فى أعمال المؤتمر التاسع للاتحاد العربى للمكتبات والمعلومات المنعقد فى الفترة من ٢١-٢٦ أكتوبر ١٩٩٨ حول الاستراتيجية العربية الموحدة للمعلومات فى عصر الإنترنت- تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الاتحاد العربى للمكتبات والمعلومات، ١٩٩٩- ص ص ١٥- ٢٨ .

* منهجية ومقاييس تقييم المواقع على الشبكة العالمية العنكبوتية «وب»/ مود أسطفان هاشم- فى أعمال المؤتمر التاسع للاتحاد العربى للمكتبات والمعلومات المنعقد فى الفترة من ٢١- ٢٦ أكتوبر ١٩٩٨ حول الاستراتيجية العربية الموحدة للمعلومات فى عصر الإنترنت- تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الاتحاد العربى للمكتبات والمعلومات، ١٩٩٩- ص ص ٤٣٥- ٤٥٢ .

حسناً محجوب - كاتبة هذه الدراسة - عن تقييم مواقع الناشرين على شبكة الإنترنت والتي نشرت في المؤتمر التاسع للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات عام ١٩٩٨ . أما الرسائل الأكاديمية فالرسالة الوحيدة التي يمكن أن تلمس هذا الموضوع هي الرسالة الخاصة بالتجارة الإلكترونية للمكتب في مصر .

وإذا نظرنا إلى الإنتاج الفكري الأجنبي فنجد العديد من الدراسات التي تقسم مواقع للمعلومات وللمشروعات التجارية على شبكة الإنترنت بلغت في قاعدة LISA وحوالها حوالي ١٥٦ ملخصاً وفي قاعدة ERIC حوالي ٢٢٠ ملخصاً لم يظهر في أي منها أنها تقييم لمواقع ناشرين .

ومن هنا تظهر أهمية هذه الدراسة التي تنفرد بتقييم موقع فردى لناشر عربي على الإنترنت ، حيث إن دراسة مواقع الناشرين العرب السابق الإشارة إليها كانت تعرض لتقييم ١٢ موقعا لناشرين عرب وكانت هذه الدراسة عام ١٩٩٧ حيث حصرت مواقع الناشرين العرب الموجودة في ذلك التاريخ ، أي أنه من المتوقع وبعد مرور حوالي ٥ سنوات وانتشار مواقع الناشرين العرب بصورة يصعب حصرها ، يكون من المفيد تقييم مواقع الناشرين في ظل هذا التطور والانتشار لعمليات التسوق الإلكتروني .

مجال الدراسة ومنهجها:

ينحصر مجال الدراسة في دراسة موقع دار الشروق على الإنترنت E - Kotob . com وذلك بصورته المتاحة على شبكة الإنترنت في يناير ٢٠٠٣ . أما منهج الدراسة فتفرضه علينا

دراسة استكشافية تطبيقية/ ياسر عز الدين سالم ؛ إشراف مصطفى حسام الدين - القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الآداب ، قسم المكتبات والوثائق والمعلومات ، ٢٠٠٠ ، ماجستير .

* مواقع المكتبات الأكاديمية على الإنترنت : دراسة مقارنة بين المواقع العربية والأجنبية لاستنباط مواصفات معيارية لتقييمها/ إلهام محمد توفيق حافظ ؛ إشراف مصطفى حسام الدين - القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الآداب ، قسم المكتبات والوثائق والمعلومات ، ٢٠٠٠ ، ماجستير .

* المواقع الإسلامية على الإنترنت ودورها في نشر الدعوة الإسلامية : دراسة ميدانية تقييمية/ أمل فتحى عثمان أبو النجا ؛ إشراف محمد فتحى عبد الهادى - القاهرة : جامعة الأزهر ، كلية الدراسات الإنسانية للبنات ، قسم الوثائق والمكتبات ، ٢٠٠١ ، دكتوراه .

* مواقع مكتبات الأطفال المصرية على شبكة الإنترنت : دراسة للواقع والتخطيط للمستقبل / إيمان فوزى عمر ؛ إشراف سهير محفوظ - القاهرة : جامعة حلوان ، كلية الآداب ، قسم المكتبات والمعلومات ، ٢٠٠١ ، ماجستير .

وبنظرة سريعة على هذه الأعمال نجد أن هشام عزمى هو أول من أسهم في تقييم المواقع عام ١٩٩٧ يليه المؤتمر التاسع للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات ١٩٩٨ والذي أفرز لنا ثلاثة مقالات ثم مقالة للدكتورة أمنية صادق عام ١٩٩٩ ومقالتين عام ٢٠٠١ ومقالتين عام ٢٠٠٢ . وبالاستعراض السريع أيضا لهذه المقالات نجد أنها جميعا لتقييم مواقع غير تجارية وأن المقالة الوحيدة للمواقع التجارية هي مقالة

- ٦- رفع مستوى المنتج من خلال توافر العديد من المنتجات المشابهة .
- ٧- رفع مستوى التأليف والمؤلفين من خلال إطلاع المؤلف على أساليب وعروض مشابهة وكذا إيجاد شكل جديد من أشكال التواصل العلمى بين المؤلفين فى المجال الموضوعى نفسه .
- ٨- الحرص على تحديث المنتج بصورة مستمرة .
- ٩- ربط عملية النشر والتوزيع بالتطور الاجتماعى والثقافى والاقتصادى العالمى .
- ١٠- جعل عملية اقتناء الإنتاج الفكرى من العمليات المحببة لدى المستفيد باستخدام الوسائط المتعددة .

نبذة عن الموقع:

الموقع يتبع شركة مساهمة مصرية وهى إحدى الشركات التابعة لمجموعات دار الشروق، وقد تأسست هذه الشركة عام ١٩٩٩ بهدف تسهيل الحصول على الكتب العربية عن طريق الإنترنت، وكذلك المساهمة فى النشر الإلكترونى لنصوص إلكترونية تتاح على الخط المباشر باللغة العربية. وقد وضع الموقع هدفا أساسيا له وهو نشر اللغة العربية أو نشر الإنتاج الفكرى باللغة العربية على الإنترنت. ويدار الموقع من إدارة خاصة به فى مدينة نصر بالقاهرة يعمل بها عدد موظفين تختلف تخصصاتهم وفقا لطبيعة العمل الموكل إليهم ما بين مبرمجين ومصممين . . الخ .

خريطة الموقع:

وظيفة خريطة الموقع هو رسم صفحات الموقع

مجالها حيث تتلمس منهج دراسة الحالة لهذا الموقع بالذات والخروج منه بالتعميمات التى تصلح للتطبيق على أية حالة مماثلة، كما استخدم فى ذلك أدوات هذا المنهج التى من أهمها الملاحظة المباشرة للموقع بكل أبوابه وصفحاته وكذلك بالاستفادة من خدماته والتجريب لكيفية أدائها وكذلك المعايضة اليومية للموقع والذى يلاحظ من خلالها التغيرات اليومية للموقع إن وجدت ورد الفعل المصاحب لأى نشاط أو خدمة بالموقع وأخيرا اللقاءات الرسمية مع الأفراد المسئولين عن إدارة الموقع وتحريره وتصميمه . . الخ .

أهداف بناء موقع للنشر على الإنترنت:

- ١- التواجد على المستوى العالمى .
- ٢- إثبات التفوق العلمى والحضارى للنشر .
- ٣- بناء علاقات ثقافية واسعة تتخطى حدود المكان .
- ٤- التواصل والترابط عبر الإنترنت بين الناشر والمستفيد والمؤلف وهم حلقات النشر مبدأ يشجع على تحفيز العمل الجاد والمستمر .
- ٥- رفع الوعى لدى الناشر والمستفيد والمؤلف بأهمية الإنترنت فى مجال النشر .

- * لا أتذكر كلمة السر .
- * ركن الناشر .

جولة داخل الموقع:

من المفيد قبل التقييم القياسى العلمى للموقع أن نبجر فى جولة داخل الموقع نستعرض فيها أبوابه وصفحاته وعناصره المكونة لهذا الموقع حتى نعطى للقارئ تصورا تخيليا لهذا الموقع فيتابع معنا عناصر التقييم بسهولة ويسر . وقد اجتمعت الآراء على أنه «من الأشياء المهمة لتقييم وثيقة الويب ثلاثة عناصر أساسية هى الرأس والجسم والمؤخرة، وكل قطعة أو مساحة من هذه المساحات تكون قادرة على تحديد العناصر الحيوية لتقييم المعلومات»^(٤).

الصفحة الرئيسية:

- * رأس الصفحة .

عنوان الموقع كما هو موضح بصورته التالية [شكل (١)] كتب باللغة الإنجليزية فقط .

وقد أطلق على الموقع اسم E - kotob ووصف بأنه The online Arabic bookstore وإلى جوار عنوان الموقع وضعت عناوين لثلاثة صفحات وهم (تسجيل الدخول) و(عرض السلة) و(مساعدة) .

ثم يأتى شريط الأدوات الذى اشتمل على عناوين صفحات الموقع وهذه الصفحات بالترتيب هى الصفحة الرئيسية، كتب، كتب أطفال، برامج كمبيوتر، الأكثر مبيعا، مادة إلكترونية، موسيقى، قرآن كريم ودروس، معلومات المستخدم .

وتسلسلها أو تفرعاتها حيث تسهل على الزائر التنقل بين الصفحات بسهولة ويسر . وقد ذكرت هذه الخريطة فى موقع E - Kotob بالكلمات والتدرج التسلسلى التالى :

- * الصفحة الرئيسية .
- * المواضيع .
- * معلومات المستخدم .
- تسجيل العضوية .
- تسجيل الدخول .
- لا أتذكر كلمة السر .
- تغيير المعلومات الرئيسية .
- تغيير كلمة المرور .
- تاريخ المشتريات .
- مكتبة مادة إلكترونية .
- * بحث متقدم .

- * كيف تقرأ النص العربى .

- * عرض السلة .

- * مساعدة .

- * عن الشركة .

- * اتصل بنا .

- * الشحن .

- * تعليقات .

- * مادة إلكترونية .

- بحث متقدم فى المادة الإلكترونية .

- عرض سلة المادة الإلكترونية .

- كل ما تريد معرفته عن المادة الإلكترونية .

- هل تريد أن تنشر عندنا؟

- هل أنت ناشر عندنا؟

- * تسجيل الدخول .

- * تسجيل العضوية .



شكل (١) يوضح رأس الصفحة الرئيسية

والترقيم الدولي الموحد للكتاب ISBN أو بالبحث بأى من هذه العناصر معا .

● جسم الصفحة الرئيسية:

الصورة التالية (شكل ٢) توضح مكونات جسم الصفحة .

ويتكون جسم الصفحة من ثلاثة أجزاء:

الجزء الأيمن: وبه مستطيل كبير يشمل الموضوعات التي تغطيها الكتب الموجودة بالموقع حيث يمكن للزائر أن يفتح أى منها إذا كان يريد شراء كتب عن موضوع معين وهو غير محدد لعنوان كتاب أو اسم مؤلفه . ويلي هذا المستطيل بعض المستطيلات الصغيرة التي تحمل إعلانات

وبعد ذلك ينتهى رأس الصفحة بكلمة بحث حيث تسمح بكتابة الكلمة أو العبارة التي يريد الزائر أن يبحث عنها وبجوارها مربع اختياري للبحث يتيح الاختيار بين البحث بالعنوان والبحث باسم المؤلف وإذا كان الزائر لا يملك مهارة التعامل مع لوحة المفاتيح العربية فيمكنه الاستعانة بلوحة المفاتيح العربية المتاحة بالموقع بجوار كلمة البحث ثم يأتي فى نهاية هذا الشريط عبارة بحث متقدم والتي تسمح بالبحث أيضا بالعنوان أو اسم المؤلف ولكن تعطى اختيارات بتحديد الكلمة فى بداية العنوان أو كلمة به فى أى موقع أو فى نهاية العنوان وكذلك البحث بالاسم الأول للمؤلف أو اسم العائلة أو اللقب كما تسمح بالبحث باسم الناشر وتاريخ النشر

The screenshot shows a website with a navigation bar at the top containing icons for home, search, and other functions. Below the navigation bar, there are several product listings:

- A button labeled "become a partner".
- A button labeled "ENGLISH".
- A button labeled "البريد الإلكتروني" (Electronic Mail).
- A button labeled "البريد الإلكتروني" (Electronic Mail) with a price of \$ 2.90.
- A button labeled "البريد الإلكتروني" (Electronic Mail) with a price of \$ 2.00.
- A button labeled "البريد الإلكتروني" (Electronic Mail) with a price of \$ 9.50.
- A button labeled "البريد الإلكتروني" (Electronic Mail) with a price of \$ 8.30.
- A button labeled "البريد الإلكتروني" (Electronic Mail) with a price of \$ 8.30.
- A button labeled "البريد الإلكتروني" (Electronic Mail) with a price of \$ 8.30.

On the right side of the page, there are several vertical banners and buttons:

- A banner for "school".
- A banner for "الكرام الرئسي" (The Holy Quran).
- A banner for "البريد الإلكتروني" (Electronic Mail).

About Us , Sitemap , Contact Us , Shipping , Feedback عن الشركة . خريطة الموقع , اتصل بنا , الشحن , تطلعات

© 1999-2002 e-kotob.com. All rights reserved.

شكل (٢) يوضح مؤخرة الصفحة الرئيسية

شكل (٥) ويمكن للزائر أن يستبعد أى وعاء قد اختاره من قبل كما يمكنه إضافة أى وعاء آخر يريد إضافته بالضغط على عبارة (عودة إلى التسوق).

صفحة المساعدة:

وهي الصفحة التي تساعد الزائر على استخدامه للموقع إذا أراد ذلك فتضع له الخطوات التي يجب اتباعها عند وجوده فى أى مكان فى الموقع واحتاج المساعدة فهى أشبه بدليل إرشادى أو Manual يساعد الزائر للاستفادة من خدمات الموقع .

وقد قسمت المعلومات المساعدة فى هذه الصفحة على الفقرات الثماني التالية:

من الزائر أولاً أن يسجل البريد الإلكتروني له وكلمة المرور إذا كان قد سبق له تسجيل عضويته بالموقع فإذا كان زائراً جديداً فيجب الضغط على كلمة احصل على العضوية هنا لتفتح صفحة تشمل استمارة تسجيل بيانات الزائر وبمجرد ملء هذه البيانات تظهر تلقائياً على صفحات الموقع عبارة ترحيب باسم الزائر (انظر شكل (١) لرأس الصفحة الرئيسية . ولاحظ عبارة مرحبا بك حسناء محجوب).

صفحة عرض السلة:

هي الصفحة التي تجمع كل ما اختاره زائر الموقع ليشتريه أثناء تجوله فى الموقع إذا كان قد اختار أوعية معينة فإذا لم يختار أى وعاء ظهرت عبارة أن السلة فارغة من أية مشتروات (انظر

The screenshot shows the e-Kotob website interface. At the top, there is a navigation bar with icons for home, search, and other functions. The main header features the e-Kotob logo and the text 'The Online Arabic Bookstore'. Below this, there is a search bar with a dropdown menu and a search button. To the right of the search bar, there are links for 'الدخول' (Login), 'تسجيل' (Register), 'عرض' (View), 'مساعدة' (Help), and 'العيلة' (Family). Below the search bar, there is a row of buttons for different categories: 'الصفحة الرئيسية' (Home), 'كتب' (Books), 'كتب أطفال' (Children's Books), 'تصوير' (Photography), 'الأكثر مبيعا' (Best Sellers), 'مادة إلكترونية' (Electronic Material), 'موسيقى' (Music), 'فنون كبرى ودروس' (Major Arts and Courses), and 'طموحات المستخدم' (User's Aspirations). Below this row, there is a search bar with a dropdown menu and a search button. To the right of the search bar, there is a sidebar with a list of book categories: 'الأعمال العامة' (General Works), 'العلوم والفنون' (Science and Arts), 'الطب' (Medicine), 'الدراسات' (Studies), 'العلوم الاجتماعية' (Social Sciences), 'اللغات' (Languages), 'العلوم الطبيعية' (Natural Sciences), 'العلوم التطبيقية' (Applied Sciences), 'والتكنولوجيا' (Technology), and 'الفنون' (Arts). Below the sidebar, there is a section for 'كيف تقرأ اللص العربي' (How to Read the Arab Thief) with a form for registration. The form includes fields for 'بريد الكتروني' (Email) and 'كلمة المرور' (Password), and a 'دخول' (Login) button. Below the form, there is a link for 'يا أنتي كلمة السر' (Forgot your password?).

شكل (٤) يوضح صفحة تسجيل الدخول

بالمواس على الفقرة أو العبارة التي يريدتها فتظهر المعلومات الخاصة بهذه الفقرة فقط . والمعلومات التي ذكرت عن كل نقطة من الثماني نقاط السابقة هي :

١- كيفية البحث عن كتاب؟

هناك أكثر من طريقة للبحث عن أى كتاب :
* البحث عن طريق كلمة بحث .

يمكنك أن تبحث عن اسم الكتاب الذى تريده بواسطة كلمة فى الموضوع الذى يتنى إليه الكتاب مثل كتاب (رياض الصالحين) يمكنك لكى تبحث عنه أن تكتب كلمة (دين) فتسرد أمامك جميع الكتب التى تدخل تحت هذا الموضوع كما يمكنك البحث عن الكتاب عن طريق كلمة من اسم

- ١- كيفية البحث عن كتاب .
- ٢- كيفية البحث عن الألبوم موسيقى .
- ٣- كيفية الاشتراك .
- ٤- معلومات المستخدم .
- ٥- كيفية الشراء .
- ٦- عرض السلة .
- ٧- ملاحظات مهمة للمشاركين داخل مصر .
- ٨- أسئلة متكررة Frequently Asked Questions .

ثم بعد ذلك يبدأ فى ذكر المعلومات المساعدة عن كل نقطة من النقاط السابقة فإذا أراد الزائر أن يستعرض المعلومات كلها فسوف يجدها بالترتيب السابق وإذا أراد أن يستعرض معلومات من إحدى النقاط فقط فما عليه إلا أن يضغظ

شكل (5) يوضح صفحة عرض السلة

الموجود في الصفحة الرئيسية لصفحة الويب هذه وذلك باختيار كلمة (اسم المؤلف) ثم أكتب اسم المؤلف الذي تريد معرفة مؤلفاته في المربع الذي بجواره ثم اضغط على كلمة (بحث) فسيتم عرض جميع الكتب الخاصة بهذا المؤلف في صفحة الويب هذه فمثلا إذا كتبت اسم المؤلف (يوسف إدريس) بالكامل أو (يوسف) فقط أو (إدريس) فقط ستظهر لك مجموعة المؤلفات الخاصة بالمؤلف في أي من الحالات الثلاثة .

● بحث متقدم:

عند الضغط على هذه الخاصية فإنها تمكنك من البحث عن الكتاب من خلال معطيات معينة هي: عنوان الكتاب حيث تستطيع تحديد أيًا من

الكتاب مثل (رياض) عندما تقوم بكتابة الكلمة يظهر لك اسم الكتاب كاملا .

● البحث عن طريق أسم الكتاب أو أي كلمة منه .

وذلك من خلال شريط الأدوات الأزرق الموجود في الصفحة الرئيسية لصفحة الويب هذه وذلك باختيار كلمة (أسم الكتاب) ثم أكتب أسم الكتاب أو كلمة من أسم الكتاب في المربع الذي بجواره ثم اضغط على كلمة (بحث) . فسيتم عرض الكتب التي تحتوي على هذا الاسم أو على هذه الكلمة .

● بحث بواسطة المؤلف:

وذلك من خلال شريط الأدوات الأزرق

المطرب الذى تريد معرفة ألبوماته فى المربع الذى بجواره ثم اضغط على كلمة (بحث) فسيتم عرض جميع الألبومات الخاصة بهذا المطرب فى صفحة الويب هذه فمثلا إذا كتبت اسم المطرب (عبد الحليم حافظ) بالكامل أو (عبد الحليم) فقط أو (حافظ) فقط ستظهر لك مجموعة الألبومات الخاصة بالمطرب فى أى من الحالات الثلاثة .

• بحث بواسطة اسم الأغنية:

قم باختيار كلمة (اسم الأغنية) ثم اكتب اسم الأغنية أو كلمة من اسم الأغنية فى المربع الذى بجواره ثم اضغط على كلمة (بحث) . فسيتم عرض اسم الألبومات التى تحتوى على أغاني بهذا الاسم أو تحتوى على هذه الكلمة .

٢- كيفية الاشتراك:

كيفية تسجيل بياناتك:

اضغط على كلمة (تسجيل الدخول) الموجودة بأعلى يمين الشاشة كى تسجل بياناتك فسيظهر لك شاشة مدون بها من فضلك ادخل بياناتك إذا كنت عضواً أو (احصل على العضوية هنا) اضغط على (احصل على العضوية هنا) وادخل بياناتك إذا كنت مشتركاً لأول مرة .

٤- معلومات المستخدم:

هذه الخاصية الموجودة فى شريط الأدوات تمكنك من تغيير المعلومات الرئيسية الخاصة بك أو تغيير كلمة المرور أو معرفة تاريخ طلباتك السابقة لك وذلك من خلال ثلاثة اختيارات مدونة فى صفحتها الأولى :

كلمات العنوان أو كلمة فى بداية العنوان أو أن تذكر العنوان كاملاً ، اسم المؤلف سواء اسمه الأول أو لقبه أو اسمه كاملاً ، دار النشر و كذلك تاريخ النشر حيث توجد خانة لكل معطى لتكتب فيها ما تبحث عنه ثم تختار طريقة البحث فمثلاً كتاب (العروش والجيوش) لمحمد حسنين هيكل إذا قمنا بكتابة (هيكل) فى خانة اسم المؤلف واخترنا (الاسم الأخير) وفى خانة عنوان الكتاب (الجيوش) واخترنا (أحد كلمات العنوان) سيظهر لك اسم الكتاب كما يمكنك معرفة اسم الكتاب عن طريق اختيار دار النشر فمثلاً إذا اخترنا (دار الشروق) وكتبنا اسم المؤلف (محمد حسنين هيكل) و اخترنا سنة ما ومعها اخترنا (بعد) ستسرد لك جميع الكتب لهذا المؤلف التى أصدرتها دار الشروق منذ تلك السنة وحتى الآن .

* أو عن طريق إدخال الترقيم الدولى (ISBN) الخاص بهذا الكتاب بدون فواصل أو مسافات ومع ذلك نريد أن ننبهك بأنه ليست كل كتبنا أدخل لها الترقيم الدولى بعد .

٢- كيفية البحث عن ألبوم موسيقى:

هناك أكثر من طريقة للبحث عن أى ألبوم موسيقى :

• بحث بواسطة اسم الألبوم:

قم باختيار كلمة (اسم الألبوم) ثم أكتب اسم الألبوم أو كلمة من اسم الألبوم فى المربع الذى بجواره ثم اضغط على كلمة (بحث) . فسيتم عرض اسم الألبومات التى تحتوى على هذا الاسم أو على هذه الكلمة .

• بحث بواسطة المطرب:

قم باختيار كلمة (اسم المطرب) ثم اكتب اسم

٢- أو اضغط على الموضوع الذى تريده من جدول المواضيع الموجود فى الصفحة الرئيسية لكل منتج، فسيظهر لك مجموعة من الكتب أو الألبومات فى هذا الموضوع أختار ما تريده ثم اضغط على كلمة (أضف إلى السلة) وبعدها اضغط على (إتمام الشراء) وإذا أردت العودة لشراء منتج آخر اضغط على (عودة للتسوق) لتقوم بالشراء فى أى موضوع آخر، وعند إتمام الشراء اضغط على (إتمام الشراء).

● لمعرفة نبذة عن موضوع الكتاب:

اضغط على اسم الكتاب فسيظهر لك شاشة بها كل البيانات الخاصة بهذا الكتاب ونبذة قصيرة عما يحتويه وكذلك صورة الغلاف الخاص به، ومع ذلك نريد أن ننبهك بأنه ليست كل كتبنا أدخل لها صورة الغلاف ونبذة عن محتويات الكتاب بعد.

● لمعرفة نبذة عن الألبوم:

اضغط على اسم الألبوم فسيظهر لك شاشة بها كل البيانات الخاصة بهذا الألبوم والأغاني التى يحويها وكذلك صورة الغلاف الخاص به، ومع ذلك نريد أن ننبهك بأنه ليست كل الألبومات أدخل لها صورة الغلاف.

● التقييم:

يمكنك دائما المشاركة فى تقييم المنتجات المعروضة من خلال الصفحة التى تحتوى على بيانات المنتج، حيث ستجد فى الصفحة من أسفل خانة التقييم التى تحتوى على أرقام من ١ : ٥ (على العلم بأن رقم ١ ضعيف - ٥ ممتاز) ويرجى تسجيل تقييمك للمنتج فى هذه الخانة وإذا رغبت فى إضافة تعليق لك بخصوص هذا

● تغيير المعلومات الرئيسية:

من خلال هذه الخاصية يمكنك التعديل فى بياناتك فسيظهر لك شاشة بها جميع بياناتك التى سبق لك تدوينها فعدل بها كما تريد مثل رقم التليفون أو البريد الإلكتروني (email) .

● تغيير كلمة المرور:

لكى يتم تغيير كلمة المرور اضغط على (تغيير كلمة المرور) وأبدأ فى كتابة كلمة المرور القديمة ثم اكتب الكلمة الجديدة التى تريد أن تدخلها ثم كررها لتؤكددها.

● تاريخ طلباتك:

عندما ترغب فى معرفة تاريخ طلباتك اضغط هنا فسيظهر أمامك جدول مكون من أربع خانات وهى: رقم الطلب، التاريخ، الإجمالى، الحالة اضغط على «رقم الطلب» سيظهر لك تفاصيل الطلب الذى قمت بطلبه والمقصود بكلمة تاريخ هو معرفة التفاصيل الكاملة لطلباتك السابقة.

٥- كيفية الشراء:

إذا أردت أن تشتري أيا من المنتجات المعروضة (كتب، موسيقى) هناك طريقتان للوصول إلى المنتج الذى تريد شراؤه وذلك من خلال:

١- خاصية البحث أو البحث المتقدم وهذه الطريقة تمكنك من البحث عن الكتاب إما عن طريق اسم المؤلف أو اسم الكتاب أو جزء من اسم الكتاب أو دار النشر و البحث عن الألبوم عن طريق اسمه أو اسم المطرب أو اسم الأغنية ثم اضغط على (أضف إلى السلة) وبعدها اضغط على (إتمام الشراء).

ما هي طرق الدفع المتاحة؟
توجد أكثر من طريقة تستطيع من خلالها
سداد قيمة مشترياتك:

● بطاقة الائتمان:

يمكنك السداد باستخدام بطاقات الائتمان
Visa , Master Card , American Express ,
Discover وهذه طريقة متاحة لكافة العملاء من
داخل مصر وخارجها.

● الدفع عند الاستلام:

هذه الطريقة متاحة للعملاء بمصر والدول
العربية فقط.

يتم السداد عند وصول الكتب إليك في
العنوان الذي سجلته في معلوماتك الرئيسية بعد
إضافة مصاريف تحصيل لقيمة الطلب نظير هذه
الخدمة (٥ جنيهات داخل مصر - \$٥ للدول
العربية).

● التحويل البنكي:

للبنك المصري لتنمية الصادرات - فرع
القاهرة.

عنوان البنك: ١٠ شارع طلعت حرب -
عمارة أيفر جرين - القاهرة.

رقم التليفون: ٥٧٧٧٠٠٣.

رقم الفاكس: ٥٧٧٤٥٥٣.

السويفت: EXDEEGCX.

حساب رقم ٥٢٦٨/٦.

● شيك مصرفي باسم:

الشركة العربية للبرمجيات و النشر
الإلكتروني.

٨ ش سيبيه المصرى - رابعة العدوية - مدينة

نصر.

المنتج اضغط على كلمة (أضف تعليق) مع العلم
بأن تعليقك هذا سيظهر دوما مع اسمك عند
عرض بيانات هذا المنتج لأى مشتري آخر.

٦- عرض السلة:

المقصود بعرض السلة هو عرض الكتب
والألبومات التى قمت باختيارها للشراء وكذلك
مصاريف شحنها فإذا رغبت فى حذف أيا منها
اضغط على كلمة (حذف) عند اسم هذا المنتج.
أما إذا كنت تريد نسختين أو أكثر من هذا
المنتج فعُدل فى المربع الصغير الموجود أمام اسمه
بكتابة رقم صحيح ثم اضغط على كلمة (تعديل)
لتعديل عدد النسخ وكذلك قيمتهم النقدية.

إذا أردت أن تعود لاستكمال الشراء اضغط
على كلمة (عودة للتسوق)، وفى حالة إتمام
الشراء اضغط على كلمة (إتمام الشراء) ليظهر
لك إجمالى المنتجات المختارة وإجمالى قيمتها
النقدية ومصاريف الشحن الخاصة بها.

٧- ملاحظات مهمة للمشاركين داخل مصر:

لا يشترط أن تمتلك بطاقة ائتمان لكى تقوم
بالشراء من على موقعنا، العملاء داخل مصر
سوف يتمتعون بنظام الدفع عند الاستلام وهذا
يعنى أنك لن تضطر للدفع إلا عند وصول
الكتب إليك فى العنوان الذى سجلته فى
معلوماتك الرئيسية.

٨- أسئلة متكررة Frequently Asked

Questions

يعرض هنا أسئلة يفترض أنها تتكرر من أكثر
من زائر ومنها على سبيل المثال:

يذكر أسفل العنوان الأول من هذا الموضوع عدد العناوين الأخرى المتاحة فى هذا الموضوع .

بالضغط على أى كتاب من الكتب تظهر صفحة خاصة بهذا الكتاب بها كافة البيانات السابقة بالإضافة إلى نبذة مختصرة عن الكتاب (مع ملاحظة أن اسم المؤلف هنا فى هذه الصفحة يكون قابلا للاسترجاع أى بالضغط عليه تظهر كل العناوين الموجودة بالموقع لهذا المؤلف) كما توضح هذه الصفحة إذا كان هذا الكتاب متواجدا أم لا فإذا كان غير متواجد فتكتب عبارة (غير متوافر حاليا) ويجد الزائر عبارة تسأله هل يريد إعلامه برسالة بريد إلكترونى فى حالة توافره (عند توافره ارسل لى بريد إلكترونى) فإذا اختار الزائر هذه العبارة تظهر صفحة معلومات المستخدم ليملاً بياناته وبيانات البريد الإلكتروني الذى يتم الإرسال عليه .

ثم يوجد أيضا مع كل كتاب تقييم له يسجله الزائر بنفسه بحيث يعطى درجة من خمس درجات تمثل الدرجة واحد أنه ضعيف وتمثل الدرجة خامسة أنه ممتاز ويتم حساب هذا التقييم وعدد الزائرين الذين شاركوا فيه إلكترونيا وتظهر نتيجته أمام الزائر بمجرد تسجيله .

فى نهاية صفحة كل كتاب يوجد مساحة يمكن للزائر أن يسجل فيها تعليقه على الكتاب فإذا لم توجد أية تعليقات تظهر عبارة (لا توجد تعليقات) وإذا قام الزائر بتسجيل أية تعليقات تظهر أيضا إلكترونيا بمجرد تسجيلها وتكون مصاحبة باسم الشخص الذى كتب هذا التعليق .

صفحة كتب الأطفال والناشئة،

لا تختلف عن صفحة الكتب السابقة الذكر فى بنيتها الأساسية وطريقة الاستخدام وقد

القاهرة ١١٣٧١ ، جمهورية مصر العربية .
بطاقة CashU .

بطاقة مدفوعة يمكن شراؤها من
www.maktoob.com

● صفحة كتب:

تصميم هذه الصفحة هو نفسه تصميم الصفحة الرئيسية حيث تتكون من البيانات نفسها الموجودة فى رأس الصفحة ومؤخرتها أما جسم الصفحة فيتكون أيضا من نفس المستطيلات على الجانبين الأيمن والأيسر .

وبفتح أى موضوع من الموضوعات الموجودة فى المستطيل الأيمن نجد تفرعات الموضوع الذى تم اختياره تظهر فى شكل جدول وجميعها قابلة للاختيار أيضا إذا أراد الزائر أن يختار أى منها . فمثلا عند اختيار موضوع الأعمال العامة ظهر الجدول التالى .

البيولوجيات والفهارس	الجمعيات العامة والمنظمات والمناخ
علوم المكتبات والمعلومات	الصحافة والنشر
دوائر المعارف والموضوعات العامة	المؤلفات والمجموعات العامة
الدوريات العامة	المخطوطات والمطبوعات النادرة

وأ أسفل الجدول توجد نماذج من أغلفة الكتب فى الموضوعات التى تم اختيارها وتحت كل غلاف يذكر عنوان العمل ثم الناشر وسنة النشر ثم المؤلف وحجم الكتاب وأخيرا السعر ، وبعض الكتب ذكرت البيانات السابقة دون وجود الغلاف .

وبالتأكيد فكل عمل يذكر بعد هذه البيانات عبارة (أضف إلى السلة) ليتم إضافته إلى سلة مشتريات الزائر إذا أراد شراء هذا الكتاب . كما

قسمت الصفحة إلى موضوعات مثلت أعمار الأطفال الموجهة إليهم هذه الكتب وظهرت في بداية الصفحة في جدول وهي:

قسمت الصفحة إلى موضوعات مثلت أعمار الأطفال الموجهة إليهم هذه الكتب وظهرت في بداية الصفحة في جدول وهي:

من سن ٤:١ سنوات	من سن ٨:١٢ سنة
من سن ٨:٤ سنوات	من سن ١٢:١٨ سنة
كتب مدرسية	

صفحة الأكثر مبيعا:

هي صفحة تعرض للكتب أو الأوعية التي تم بيعها بكثرة خلال هذا الشهر ولم يذكر أنها الأكثر مبيعا على الموقع أم الأكثر مبيعا في الدار بصفة عامة، والصفحة تعرض لحوالي ٢٠ عنوانا أغلبها كتب مطبوعة وبيانات هذه الأوعية وطريقة التعامل معها في الصفحة هي نفسها البيانات السابق عرضها في الصفحات السابقة.

وبالضغط على كل قسم من الأقسام الخمسة السابقة تظهر البيانات التي تم استعراضها في الفقرة السابقة التي تعرض لصفحة الكتب. والجدول التالي يوضح عدد العناوين التي ظهرت تحت كل موضوع.

الموضوع	عدد العناوين
من سن ٤:١ سنوات	٣٠٧
من سن ٨:٤ سنوات	١٣٧٢
من سن ٨:١٢ سنة	١٦٩٥
من سن ١٢:١٨ سنة	٨٣٤
كتب مدرسية	١٩٥
المجموع	٤٤٠٣

صفحة مادة إلكترونية:

هذه الصفحة كما هو واضح من اسمها تعرض لمادة إلكترونية تتاح من خلال الإنترنت أي أنها لا تكلف الزائر تكاليف شحن المطبوعات أو إرسال لأقراص مليزرة أو شرائط كاسيت أو أشياء أخرى من هذا القبيل، لذا فرغم أن تصميم الصفحة لا يختلف على تصميمات صفحات الأوعية السابقة إلا في الألوان فقط، فإن مادة الصفحة تختلف بالتأكيد وكذلك نوعية الخدمات التي تقدمها الصفحة تختلف أيضا. (انظر شكل ٦)

صفحة برامج الكمبيوتر:

المستطيل الأول الذي يقع في أعلى يسار الصفحة يسأل الزائر (هل تزور مادة إلكترونية لأول مرة؟) فإذا كان المستخدم بالفعل يزورها لأول مرة يجد عبارة (اقرأ هنا كل ما تريد معرفته

تصميمها وأسلوب عملها هو نفسه تصميم وأسلوب عمل صفحتي الكتب وكتب الأطفال السابق عرضهما وذكر في بداية الصفحة أنها تشتمل على ٣٨٤ عنوانا وقد قسمت تحت ثلاثة أقسام ظهرت في بداية الصفحة وهذه الأقسام هي: تعليم أطفال وبرامج مدرسية وبرامج دينية وتحت تعليم الأطفال قسمت أيضا بالسن كما

شكل (٦) يوضح صفحة المادة الإلكترونية

- عن مادة إلكترونية) ويفتح هذه الصفحة ليقرأها الزائر يجد فيها المعلومات التي نصها ما يلي :
- هنا نجيب على كل أسئلتك .
- * ما هي المادة الإلكترونية؟
- * لماذا تشتري المادة الإلكترونية؟
- * كيف تشتري المادة الإلكترونية؟
- * كيف تقرأ المادة الإلكترونية التي اشتريتها؟
- وبالطبع تسمح هذه الصفحة باختيار أحد هذه الأسئلة التي يريد الزائر معرفة الإجابة عليها وذلك بمجرد الضغط عليها أو عرض إجابات جميع هذه الأسئلة متتابعة بتتابع ورودها في بداية الصفحة وهي كما يلي بنفس التعبيرات والتعريفات التي ظهرت في الموقع أو بنفس التعريفات التي يقصدها الموقع :
- * ما هي المادة الإلكترونية؟
- المادة الإلكترونية هي المقابل العصري للشكل الورقي التقليدي للكتاب . فالآن أصبح بمقدورك أن تقرأ أي كتاب على حاسبك الشخصي . PC .
- المادة الإلكترونية لا تقتصر فقط على الكتب، بل أي مادة ثقافية مقروءة أخرى كالمقالات و القصائد و الأبحاث و غير ذلك .
- * لماذا تشتري المادة الإلكترونية؟
- هناك كثير من المميزات، تجعلك تفضل شراء المادة الإلكترونية :
- ١ - بمجرد إنزال الملف الذي يحتوي المادة الإلكترونية على حاسبك الشخصي، تستطيع قراءة المادة الإلكترونية فوراً و يمكن

٧- اضغط على زر كارت ائتمان ، لإكمال عملية الدفع . .

٨- سيتم إرسال رسالة لك بتفاصيل ما اشتريته على بريدك الإلكتروني . .

٩- بعد ذلك ، تذهب إلى صفحة مكتبة المادة الإلكترونية ، حيث تجد بها المعلومات المطلوبة لفتح ملف المادة الإلكترونية ، كما يمكنك تحميل الملف إلى جهازك من نفس الصفحة .

ملحوظة : هناك بعض المواد الإلكترونية ، يكون تحتها زر مكتوب عليه «أضف إلى المكتبة» بدلا من «أضف إلى السلة» . هذه المواد الإلكترونية يوفرها الموقع مجانا ، لتشجيع القراء على معرفة مزايا المادة الإلكترونية . وكل ما عليك هو الضغط على الزر «أضف إلى المكتبة» لتفتح لك مكتبة مادة إلكترونية خاصة بك ، وتحصل منها على معلومات فتح ملف المادة الإلكترونية ثم تقوم بتحميل الملف .

● كيف تقرأ المادة الإلكترونية التي اشتريتها؟

١- المادة الإلكترونية بعد شرائك لها ، تقوم بإنزالها (download) على جهازك . . وهي تكون عبارة عن ملف (exe file) .

٢- لا بد أن يكون بجهازك برنامج (Acrobat reader) أو (Acrobat reader ME) والذي يتميز عن (Acrobat reader) بإمكانية البحث عن الكلمات باللغة العربية و تستطيع تحميل أى منهما بالمجان .

٣- بعد مرحلة الإنزال ، تقوم بفتح الملف . سيطلب منك إدخال USER ID و BOOK

طبعها أيضا . وهكذا لن تضطر إلى انتظار أيام للشحن كما لن تتكلف أى مصاريف للشحن . .

٢- كثيرا من إصدارات المادة الإلكترونية هنا فى e-kotob ، هى إصدارات تنشر لأول مرة ، ومنها مقالات و أبحاث هامة غير منشورة إلا فى مادة إلكترونية .

* كيف تشتري المادة الإلكترونية؟

١- هنا فى e-kotob ، لا بد أن يكون لديك تسجيل عضوية ، لكى تستطيع شراء ما نعرضه من كتب و مواد إلكترونية . .

٢- لو كنت حصلت على العضوية قبل ذلك ، فتستطيع استخدام بيانات تسجيل الدخول (email , password) و إلا فعليك بالحصول على عضوية جديدة . .

٣- بعد تسجيل الدخول ، إذا اخترت مادة إلكترونية و أردت شراءها ، فعليك بالضغط على زر «أضف إلى السلة» . .

٤- ستظهر أمامك قائمة ، بها كل ما اخترته ووضعته فى سلة مشترياتك من مادة إلكترونية . .

٥- فى هذه القائمة ، تستطيع التراجع عن شراء مادة إلكترونية ، بالنقر على مربع الاختيار بجانبها ، ثم الضغط على الزر مسح . و تستطيع أيضا تأجيل إكمال عملية الشراء بالضغط على زر عودة للتسوق . أو تكمل عملية الشراء الآن بالضغط على زر إتمام الشراء .

٦- ستظهر أمامك بعد الضغط على زر إتمام الشراء ، فاتورة بها تفاصيل ما اشتريته و القيمة النقدية المطلوب دفعها . .

وأيضاً تسمح هذه الصفحة باختيار أحد هذه الأسئلة التي يريد الزائر معرفة الإجابة عليها وذلك بمجرد الضغط عليها أو عرض إجابات جميع هذه الأسئلة متتابعة بتتابع ورودها في بداية الصفحة وهي كما يلي بنفس التعبيرات والتعريفات التي ظهرت في الموقع أو بنفس التعريفات التي يقصدها الموقع :

* ما هو النشر الإلكتروني؟

النشر الإلكتروني هو التطور العصري لأسلوب النشر التقليدي . فبدلاً من الصورة الورقية للكتاب ، أصبح في مقدورك إعدادة ونشره في صورة إلكترونية (ملف إلكتروني يقرأه الناس على حاسباتهم الشخصية) .

* لماذا تنشر مادة إلكترونية؟

هل تدرك كم المميزات التي ستحصل عليها من عملية النشر الإلكتروني . .

أولاً: من ناحية عدد القراء والانتشار . . . جمهور القراء الموجود على شبكة الإنترنت أكبر بكثير و منتشر في جميع أنحاء العالم ، وليس فقط في البلد أو المنطقة التي تنشر فيها . فمثلاً أنت الآن ستكون أعمالك معروضة على كل المتحدثين بالعربية ليس فقط في الوطن العربي ولكن أيضاً للعرب الموجودين في أمريكا وأوروبا و جميع أنحاء العالم .

ثانياً: من ناحية تقنية النشر . . فالنشر الإلكتروني يتيح لك الاستفادة من كثير من الإمكانيات التي تتيحها برامج النشر الإلكتروني على الكمبيوتر ، مما يساعد على إظهار العمل في صورة أفضل .

ثالثاً: سهولة النشر . . . ليس هناك أسهل

ID . سنقوم بإرسال هذه المعلومات لك على بريدك الإلكتروني . تستطيع أيضاً الحصول على هذه المعلومات من موقعنا بالضغط على معلومات المستخدم ثم الضغط على مكتبة إلكترونية . .

٤ - بعد إدخال هذه المعلومات ، و الذي لا بد عند إدخالها أن تكون متصلاً وقتها بالإنترنت ، بعد ذلك ستفتح المادة الإلكترونية لكي تقرأها مباشرة . .

٥ - عند فتح ملف المادة الإلكترونية عندك ، لن تسأل مرة أخرى عن المعلومات السابقة ، وبالتالي لست محتاجاً بعد ذلك أن تكون متصلاً بالإنترنت لأنه يتم فتحه مباشرة . .

٦ - يمكنك أيضاً طبع المادة الإلكترونية التي اشتريتها . .

٧ - تذكر أنك يجب أن تكون متصلاً بالإنترنت عند فتح المادة الإلكترونية أول مرة على جهازك .

المستطيل الثاني في يسار الصفحة يسأل الزائر (هل تريد أن تنشر عندنا) فإذا أراد الزائر النشر بهذه الطريقة الإلكترونية والتعامل مع الموقع لتسهيل هذه المهمة يجد الموقع يجيب بعبارة (نعم E - Kotob تتيح هذه الفرصة لكل من يريد) للتعرف على المزيد يقوم الزائر بالضغط على هذه العبارة لفتحها وسيجد بها المعلومات التالية .

هنا نجيب على كل أسئلتك :

* ما هو النشر الإلكتروني؟

* لماذا تنشر مادة إلكترونية؟

* من يمكنه أن ينشر مادة إلكترونية؟

* كيف تنشر مادة إلكترونية؟

* كيف نحمي حقوق الناشر؟

- إلى الصورة الإلكترونية التي تضمن حقوق المؤلف و تضمن عدم النسخ . .
- ٥ - لكي تنشر أى عمل لك يجب أولاً أن تكون قد سجلت نفسك عندنا كناشر وذلك بالضغط على «تسجيل دخول» فى مربع «هل أنت ناشر عندنا؟» ثم اضغط فى صفحة «تسجيل الدخول»، على «أحصل على العضوية هنا» . .
- ٦ - بعد تسجيل نفسك كناشر عندنا، تستطيع نشر أعمالك، بالضغط على «ركن الناشر» فى مربع «هل أنت ناشر عندنا؟»، ومن هذه الصفحة اضغط على «إدارة النشر» . .
- ٧ - تعطى e-kotob للناشر ٥٠٪ من ثمن الكتاب عن كل نسخة مباعه . .
- ٨ - يتم دفع مستحقات الناشر، من خلال تحويل المستحقات المادية إلى حساب الناشر فى البنك الذى يتعامل معه، و سيتم الاتصال بالناشر للتفاهم حول هذا الشأن عن طريق بريده الإلكتروني .

• كيف نحمى حقوق الناشر؟

- بعد أن يصلنا كتابك، نقوم هنا فى e-kotob بتجهيز المادة الإلكترونية وذلك بتحويلها إلى الشكل الإلكتروني المشفر الذى يحافظ على حقوق الناشر والذى يتيح فقط للعملاء الذين اشتروا الكتاب، بالاضطلاع على محتوياته وتستطيع تجربة وسائل الحماية التى نستخدمها بتحميل أحد الكتب الإلكترونية المجانية الموجودة فى الصفحة الرئيسية لمادة إلكترونية .
- المستطيل الثالث يسال الزائر (هل أنت ناشر عندنا؟) وي طرح له الاختيار بين تسجيل الدخول

ولا أيسر من عملية النشر عندنا فى .. e-kotob
اقرأ كيف تنشر مادة إلكترونية؟
و كما ترى، فهناك مميزات كثيرة أخرى نوفرها لك فى e-kotob تساعدك على إدارة عملية النشر و الاضطلاع على أرقام المبيعات، بشكل غاية فى السهولة و اليسر .

* من يمكنه النشر الإلكتروني فى e-kotob؟
تمنح e-kotob الفرصة لكل من يريد النشر عندها .

- قد تكون مؤلفا شابا عندك مؤلفات كثيرة ولكن لم تجد دار النشر التى تتبنى نشر أعمالك . . نحن نعطيك هذه الفرصة .

- قد تكون مؤلفا كبيرا، و لكنك تريد أن تتسع دائرة قرائك، لتشمل جميع أنحاء العالم . . هنا نحقق لك ما تريد .

- قد تكون دارا للنشر و تريد أن تتسع دائرة نشاطاتك لتشمل النشر الإلكتروني لأعمال المؤلفين الذين تنشر لهم . . انشر فى e-kotob فليس هناك أيسر من ذلك .

* كيف تنشر مادة إلكترونية؟

- ١ - تقبل e-kotob الكتب فى صورة إلكترونية مكتوبة إما أن يكون ملف Microsoft Word document أو فى صورة ملف . Text .
- ٢ - إذا كان العمل الذى تريد نشره مكتوبا باللغة العربية يجب أن يكون بخط (font) من نوع (Times New Roman) .
- ٣ - يمكن أيضا إرسال الكتاب إلينا بالبريد أو تسلمه باليد لكن فى صورة إلكترونية . .
- ٤ - فى حالة موافقتها على النشر فى هذه الصورة الإلكترونية، سوف تقوم e-kotob بتحويلها

١ - يفضل إدخال الاسم الأول واسم العائلة باللغة العربية (وإذا تعذر عليك ذلك من خلال لوحة مفاتيحك، تستطيع استخدام لوحة مفاتيح اللغة العربية التخيلية بالضغط على الزر «AR» بجانب كلمة بحث بأعلى) . .

٢ - البيانات التي بجوارها علامة (*)، لا بد أن تملأها بالبيان المطلوب . .

٣ - في خانة البريد الإلكتروني، لا بد أن تدخل بريدًا إلكترونيًا صحيحًا، وتكون متأكدًا أنه يعمل، لأن بريدك الإلكتروني هذا هو وسيلتنا للاتصال بك، كما أنه وسيلة الاتصال للجمهور القارئ لما تنشره بك . .

٤ - بالنسبة للسيرة الذاتية، فعلى الرغم أنها يجب أن تكون مختصرة، (من ٣ إلى ٤ أسطر على الأكثر)، إلا أنها كما تعلم هي وسيلة تعرف الجمهور عليك، فعليك بالعناية بما تكتبه فيها .

وبمجرد ملء النموذج والضغط على تسجيل تظهر هذه الاتفاقية التي تكون بمثابة عقد أو تعاهد بين الناشر والموقع .

• اتفاقية حقوق النشر:

١ - يمنح المؤلف أو دار النشر إلى e-kotob حق نشر وتوزيع النسخة الإلكترونية للكتاب منفردًا إلى العالم . جميع الحقوق الأخرى تظل للكاتب أو دار النشر . .

٢ - يحق للمؤلف أو دار النشر نشر جزء مختصر من الكتاب لا يتعدى ٧٥٠٠ كلمة لأغراض الإعلان على صفحة الويب الخاصة به ولا يوجد وقت محدد لهذا العرض . .

وركن الناشر فإذا اختار تسجيل الدخول يعنى ذلك أنه لم يسجل من قبل كناشر على الموقع فتظهر صفحة تطلب منه قبل البدء في ملء نموذج الحصول على العضوية من فضلك حدد الآتى :

هل أنت تمثل دارا للنشر وتريد أن تقوم بالنشر الإلكتروني للمؤلفين الآخرين من خلال موقعنا، إذا اضغظ هنا .

هل أنت مؤلفا لك أعمال تريد أن تنشرها إلكترونيًا بنفسك، وليس من خلال ناشر آخر، إذا اضغظ هنا .

للمزيد من الإيضاح عن هذا الموضوع، اضغظ هنا: ملحوظة الضغظ هنا يرجع الزائر إلى الصفحة السابقة التي تشرح له (هل تريد أن تنشر عندنا؟) .

وبالضغظ على اختيار الناشر يظهر نموذج تسجيل ناشر وقبله تظهر هذه العبارة: قبل ملء بيانات النموذج، من فضلك انتبه للآتى :

١ - يفضل إدخال اسم الشخص الممثل لدار النشر باللغة العربية (وإذا تعذر عليك ذلك من خلال لوحة مفاتيحك، تستطيع استخدام لوحة مفاتيح اللغة العربية التخيلية بالضغط على الزر «AR» بجانب كلمة بحث بأعلى) . .

٢ - البيانات التي بجوارها علامة (*)، لا بد أن تملأها بالبيان المطلوب . .

٣ - في خانة البريد الإلكتروني، لا بد أن تدخل بريدًا إلكترونيًا صحيحًا، وتكون متأكدًا أنه يعمل، لأن بريدك الإلكتروني هذا هو وسيلتنا للاتصال بك .

وبالضغظ على اختيار المؤلف يظهر نموذج تسجيل مؤلف وقبله تظهر هذه العبارة: قبل ملء بيانات النموذج، من فضلك انتبه للآتى :

- ١٤ - هذا العقد لمدة ثلاث سنوات ويحق للأطراف التجديد أو فسخ العقد بشرط إعلام e-kotob قبلها بـ ٣٠ يوماً .
- ١٥ - سعر المادة الإلكترونية يحدده المؤلف أو دار النشر، ولا تتدخل e-kotob في تحديد هذا السعر . .
- ١٦ - لا تضمن e-kotob تحقيق أرقام معينة من المبيعات .

صفحة الموسيقى:

الألوان في هذه الصفحة مختلفة عن باقي الصفحات ولكن التصميم وطريقة الاستخدام واحدة في كل الصفحات لا يتغير، الصفحة قسمت إلى موضوعات وضعت في المربع الأيمن هي (أغان قديمة - أغان حديثة - موسيقى عربية - أغان للأطفال - أغان شعبية - أغان للتراث) ومثل باقي الأوعية فالصفحة بها بعض أغلفة الألبومات والبيانات البيولوجرافية لكل ألبوم والتي تشمل العنوان والناشر واسم المطرب ثم السعر بالدولار وكذلك شكل الوعاء إذا كان على قرص مليزر أو شريط كاسيت، كما تسمح الصفحة بالبحث باسم المطرب وعنوان الألبوم .

وباختيار أى موضوع تظهر العناوين الخاصة بها والتي يمكن بفتح أى منها نجد تفاصيل أكثر على هذا الألبوم فنجد بالإضافة إلى البيانات السابقة نبذة عن الألبوم وكذا أسماء الأغاني التي يشملها هذا الألبوم وأمام عنوان كل أغنية اسم المؤدى وكذا مؤلفها وملحنها ثم التقييم لهذا الألبوم إذا أراد الزائر أن يسجله وكذلك التعليق في حالة رغبة الزائر أيضا أن يسجله .

- ٣ - يقر المؤلف أنه المؤلف الأصلي لهذا العمل ويملك حق النشر الإلكتروني له . ويقر أن حقوق النشر لهذا العمل محفوظة أو في مرحلة التسجيل له، و تضمن e-kotob وضع اسم الكاتب مع العنوان على كل نسخة .
- ٤ - لا يحق لـ e-kotob طبع أو توزيع العمل أو جزء منه بدون مقابل ويعتبر هذا خرقاً لحقوق النشر . .
- ٥ - لا يحق لـ e-kotob إعطاء حق النشر لناشر آخر بدون موافقة المؤلف أو دار النشر . .
- ٦ - يحق للمؤلف أو دار النشر الموافقة على النسخة النهائية . .
- ٧ - توافق e-kotob على منح المؤلف أو دار النشر ٥٠٪ من ثمن كل نسخة مباعه من الكتاب . .
- ٨ - تدفع الـ Royalty (المقابل المادى) خلال وقت حق النشر وليس بعده . .
- ٩ - لا يدفع للمؤلف أو دار النشر (Royalty) المقابل المادى) بالنسبة للنسخ الممنوحة لوسائل الإعلام للـ review .
- ١٠ - يحق لـ e-kotob نشر (promote) وتوزيع العمل . .
- ١١ - إذا لم تنشر e-kotob العمل في خلال ٦٠ يوماً يحق للمؤلف أو دار النشر أمر e-kotob بنشره في خلال ٣٠ يوماً من استلام e-kotob الأمر . .
- ١٢ - إذا لم تلتزم e-kotob بهذا الأمر تعود حقوق النشر للمؤلف أو دار النشر . .
- ١٣ - يحق لـ e-kotob رفض أى عمل مقدم لها . .

صفحة توضح تفاصيل المشتريات التي قام بها الزائر للموقع وإذا لم يتم الشراء تظهر عبارة (لا يوجد أى مشتريات سابقة).

✳ مكتبة مادة إلكترونية :

صفحة توضح المواد الإلكترونية التي قام الزائر بتحميلها .

✳ عناوين التسليم :

صفحة توضح عناوين التسليم التي اختارها الزائر ليتسلم فيها مشترياته وإذا لم يتم بتسجيل أية مشتريات توجد عبارة (لا يوجد عناوين تسليم) وتسمح له بالضغط على كلمة تسجيل لتسجيل هذا العنوان إذا أراد .

معايير تقييم الموقع:

تعددت مواقع الإنترنت واختلفت فيما بينها من حيث القائمون عليها وأهدافها ومحتوياتها . الخ وقد تناول الإنتاج الفكرى العديد من طرق التقسيم لهذه المواقع فمنها مواقع المعلومات والمواقع الشخصية والمواقع التعليمية والمواقع التجارية . الخ وقد لخص لنا صلاح أحمد ، التعريف بأهم أنواع المواقع الشائعة على شبكة الإنترنت فذكر^(٥) .

١- الموقع المعلوماتى : Informational ويهدف هذا النوع من المواقع إلى توفير المعلومات والحقائق كالموسوعات والقواميس والإحصائيات والأدلة وقواعد لمجموعات من البحوث وقد تتبع هذه المواقع لحكومة معينة (Gov) مثل مواقع الوزارات .

٢- الموقع الشخصى Personal web site or Homepage وهى المواقع التى ينشئها الأفراد ويلاحظ هنا أن المعلومات التى توضع فى

وياستعراض عناوين هذه الصفحة نجد أن عددها كميًا موزع على تقسيماتها الموضوعية كما يوضحها الجدول التالي :

الموضوع	العدد
أغان قديمة	٣٨
أغان حديثة	٦٥
موسيقى عربية	٢
أغان للأطفال	٨
أغان شعبية	لا يوجد
أغان للتراث	لا يوجد
المجموع	١١٣

صفحة قرآن كريم ودروس:

لا تختلف عن صفحة الموسيقى فمعظم المواد محملة على شرائط كاسيت أو أقراص ملىزة وقسمت إلى الموضوعات التالية (قرآن كريم - أناشيد دينية - تفسير وأحكام - تجويد قرآن - أدعية وابتهالات - مبادئ الدين الإسلامى - الأخلاق والآداب الإسلامية - الوعظ والإرشاد - السيرة النبوية - الصحابة ورجال الدين - العبادات - قصص الأنبياء - الحديث وعلومه - قصص القرآن).

● صفحة معلومات المستخدم:

صفحة تقدم الخدمات التالية للزائر :

✳ تغيير المعلومات الرئيسية :

تفتح صفحة استمارة بيانات المشترك ليغير فيها أية بيانات يريد أن يصححها .

✳ تغيير كلمة المرور :

صفحة تسمح بتغيير كلمة المرور للزائر .

✳ تاريخ المشتريات :

٣- خدمات الإنترنت وأدوات البحث المتنوعة مثل محركات البحث- أدلة- مواقع- كشافات- فهراس . . الخ .

وقد تعددت مواقع الناشرين على الإنترنت وجميعهم يتبعون أساليب متشابهة فى عملية تسويق الكتب وأوعية المعلومات حيث يتم إتاحة قاعدة بيانات تختلف قدراتها من ناشر إلى آخر ، فالبعض يستخدم طرق بحث بالمداخل الرئيسية والبعض الآخر يستخدم البحث البوليني والبعض الثالث يستخدم البحث فى اللغة الطبيعية .

ومن المعروف أنه ليس كل المعلومات الموجودة على الإنترنت دقيقة ومجال للثقة وخاصة المواقع التجارية ، لذا فقد شمل الإنتاج الفكرى الأجنبى العديد من العناصر التى تصلح لتقييم المواقع على شبكة الإنترنت بعضها جاء فى صورة أسئلة أو نقاط أساسية وبعضها جاء فى صورة استمارة تقييم والبعض الآخر جاء فى صورة عناصر أو معايير ومنها على سبيل المثال : «ليس كل المعلومات الموجودة على شبكة الإنترنت دقيقة وليست كل مواقع الويب ، مهما كانت جذابة ، جيدة . ولذلك فإن تقييم المواقع من الأمور المهمة ويجب عند تقييم أى موقع أن ينظر إلى المسائل التالية :

من الذى كتب الصفحات؟

ماذا يريد المؤلف أن يقوله حول هذا الموضوع؟

هل للمؤلف أو المنظمة الناشرة أى هدف من وراء تقديم هذه المعلومات؟

متى تم إنشاء الموقع ومتى تم تجديده؟

من أين تأتى معلومات الموقع؟

مثل هذه المواقع قد تكون ذات طابع أو ميول شخصية . .

٣- الموقع الترويجى أو الإعلامى Advocacy وهو موقع يروج لقضية معينة أو لمنظمة ما ، وعلى الطالب هنا أن يفرق بين الحقائق والآراء عندما يستفيد من المعلومات لغرض بحثه . .

٤- الموقع التجارى أو الإعلانى Business or Marketing ويكون مدعوما من قبل شركة معينة مثل كومباك أو البيسى كولا حيث تهدف لبيع أو الترويج لسلعة معينة مما يعنى وجوب التدقيق فى المعلومات المتوافرة فى مثل هذه المواقع . .

٥- الموقع التعليمى Educational وغالبا ما يكون تابعا لمؤسسة تعليمية مثل الجامعات أو المدارس وكذلك قد يتبع وزارة التربية والتعليم لبلد معين أو منظمة تربوية لا تهدف إلى الربح .

وتدخل مواقع الناشرين ضمن الموقع التجارى حيث أن الناشر يستطيع عبر الإنترنت أن يقدم العديد من الخدمات من أمثلتها كما ذكرها Watjen^(٦) .

١- «فهراس الكتب والمواد التقليدية أو غير الرقمية .

٢- المحتويات التى يتعامل فيها الناشر والموردون وتجار الكتب والمكتبات .

٣- مستويات متنوعة من المستخلصات .

٤- نصوص كاملة» .

بالإضافة إلى أنه يقدم :

١- خدمات توصيل الوثائق .

٢- خدمة إدارة عملية التسويق التعاونى .

- هل هناك صور؟ وهل يتم توازن بين الصور والنص؟

- هل تقدم المعلومات المستشهد بها بشكل صحيح؟^(٨)

ونلاحظ أنه من المعايير الأخرى التي اجتمعت عليها الآراء لتقييم مواقع الإنترنت هي الدقة والمسئولية والموضوعية والتحديث والتغطية حيث:

«الدقة: تعنى المعلومات السليمة والموثوق بها فهل يوجد محرر أو شخص ما يقوم بمراجعة أو فحص المعلومات؟ وذلك للأسباب الجوهرية التالية:

١- أى واحد يمكن أن ينشر أى شئ على الشبكة.

٢- على عكس مصادر المعلومات المطبوعة والتقليدية فمن النادر أن تجد لمصادر الويب مراجعين أو محررين.

٣- حتى الآن لا توجد معايير لضمان الدقة على مصادر الويب. أما المسئولية: وتعنى.

- هل يوجد مؤلف؟ أى هل الصفحة وقعت؟
- وإن وجد، هل المؤلف تأهل؟ أو هل هو خبير فى الموضوع؟

- من المتبنى للموقع؟
- وإن وجد، هل المتبنى للصفحة محترم؟ وكيف؟

- هل يوجد معلومات للاتصال بالمؤلف أو المتبنى للموقع.

- إذا لم يتضمن بالصفحة أية توقيعات فهل يشار إلى متبن آخر؟

هل المعلومات المذكورة متسقة مع المواد الأخرى المنشورة فى الموضوع؟

لماذا هذا الموقع مفيد ومهم؟
هل يمكن تدقيق معلومات الموقع فى كتاب أو دورية أو أى مصدر آخر^(٧).

ومن عناصر تقييم وثائق الويب التى ذكرت أيضا فى إحدى المواقع الإلكترونية:
«١- دقة وثائق الويب.

- من كتب الصفحة وهل بالإمكان الاتصال به أو بها؟

- ما غرض الوثيقة ولماذا تم إنتاجها؟
- هل هذا الشخص مؤهل لكتابة هذه الوثيقة؟

٢- سلطة وثائق الويب.

- من نشر الوثيقة وهل هو شخص يختلف عن (مسئول أو مدير الموقع)؟
- بفحص مجال الوثيقة من المؤسسة التى

تنشر هذه الوثيقة؟

- هل يدرج الناشر قائمة بمؤهلاته؟
٣- موضوعية وثائق الويب.

- ما الهدف أو الأهداف التى تضعها هذه

الوثيقة؟
- كيف تعرض المعلومات؟
- ما الآراء (إذا وجدت) التى وضعها المؤلف؟

٤- حداثة وثائق الويب.

- متى تم إنتاج الوثيقة؟
- متى تم تحديثها؟

- كيف تحدث الروابط Links (إذا وجدت)؟
٥- تغطية وثائق الويب.

- هل الروابط Links (إذا وجدت) يتم تقييمها وتكمل موضوع الوثيقة؟

١- تختلف التغطية في مواقع الويب عن الوسائل التقليدية الأخرى .

٢- في أغلب المواقع يكون من الصعب تقرير مدى التغطية .

٣- أحيانا معلومات الويب تكون للمزاح^(٩) .

وهناك من لخص التقييم ليشمل عنصرين أساسيين هما المحتويات والجوانب الفنية وقد تم عرض العناصر الفرعية للتقييم في كل من هذين العنصرين في النقاط التالية :

«العنصر الأول المحتويات يشمل

الدقة:

- المعلومات السليمة .

- المعلومات الحالية .

- التحديث المستمر .

- التحديث الأخير .

- التقديم الموضوعى المتوازن للمعلومات .

- وجهات نظر وصور خالية من التحيز .

- الاستعمال الصحيح للقواعد والهجاء

وتركيب الجمل .

- الروابط الأساسية ملائمة وذات علاقة

بالموقع .

- المسئولية محددة .

- خبرة/ سمعة المؤلف أو المصمم .

- معلومات متوافرة عن الاتصال بالمؤلف/

المصمم .

- خبرة/ سمعة الموقع المضيف (إذا وجد) .

التناسب:

- المفاهيم والمفردات ذات علاقة بقدرات

المستفيدين من الموقع .

- تفاعل وتوافق بين معلومات الموقع والنضج

الثقافى والطبيعى للجمهور المقصود .

والأسباب الجوهرية لذلك أن .

١- يشاهد صفحات الويب عددا أكبر من الوسائل الأخرى .

٢- حتى إذا تم توقيع صفحة الويب فعادة لا تعطى مؤهلات المسئولين .

٣- لم يشر فى الأغلب إلى الضمان المالى .

الموضوعية: وتعنى أن يكون هناك حد أدنى من التحيز فى عرض المعلومات ، وإذا صممت الصفحة لبنية الرأى فهل هناك إعلانات .

والأسباب الجوهرية لذلك :

١- لم تذكر أهداف كثير من المتبنين / المؤلفين بشكل واضح .

٢- فى معظم الأحيان يعمل الويب كمنصة تخيلية صغيرة .

التحديث: ويعنى هل يوجد على الصفحة تاريخ إنشاء أو تحديث وإذا وجد فما هو آخر تاريخ تحديث وكذلك الروابط إذا وجدت . وذلك للأسباب الجوهرية التالية :

١- تواريخ التنقيح أو النشر ليست مجهرة دائما على أغلب المواقع .

٢- وإذا تم وضع تاريخ ربما يكون له معان مختلفة فمثلا: يشير إلى متى كتبت المادة أولا؟ أو يشير إلى متى أتيتحت المادة أولا على الإنترنت أو يشير إلى متى روجعت المادة أو آخر مرة تم تحديثها .

التغطية: وتعنى ما هى الموضوعات التى تم تغطيتها؟ القيمة الذاتية للمادة؟ وتفرّد الموقع بها أى عدم وجودها فى مكان آخر؟ والعمق الذى تم به تغطية المادة . وذلك للأسباب الجوهرية التالية :

المجال:

- المعلومات المقدمة وضعت في أسلوب لتحفيز الخيال والفضول .
- الإعلانات الموجودة لمنتجات ليست بعيدة أو دخيلة عن الموضوع»^(١٠) .
وبتطبيق هذه المعايير على موقع دار الشروق E- Kotob (محل الدراسة) يمكننا أن نقسم عناصر التقييم للموقع إلى ما يلي:

- المعلومات تغطي مجال الموضوع بشكل كاف للجمهور المقصود .
- التسلسل المنطقي للموضوعات ضمن الموقع الأصلي والروابط الخارجية الموجودة .
- المعلومات المقدمة بالموقع ليست متوافرة بسهولة في المصادر الأخرى .

الجوانب التقنية، وتشمل:

الملاحظة:

أولاً: سهولة الوصول للموقع وقدرته

على العمل:

ترتبط هذه المقاييس بخصائص سير المعلومات الإلكترونية وهي «إمكانية الوصول إلى المعلومات Accessibility، واستمرارية المعلومات Continuite . وهي أول ما نلتمسه عند الاتصال بموقع ما . وسهولة الوصول عامل تشجيعي على استخدام الموقع والعودة إليه . وبالعكس فإن المواقع البطيئة أو التي تشهد انقطاعات متكررة في الاتصال بالجهاز الخادم تخسر زوارها»^(١١) ويشمل هذا المعيار .

- الوصول السريع للموقع ، الموقع ليس ثقيلاً في التحميل .
- تحميل الصور تدخل ضمن الإطار الزمني المعقول .
- الأيقونات المستخدمة سواء قوائم أو رموز تتبنى الاستعمال المستقل .
- الروابط الخارجية out links تسمح بالملاحة السهلة في كافة أنحاء الموقع .
- الوسائط المتعددة المستخدمة ذات صيغ معيارية .

- الخيارات المنطقية لطباعة/ إنزال كل النص والرسومات أو المختار منه فقط .

التقديم:

* سهولة الوصول للموقع هو أول عنصر من عناصر التقييم للموقع وخاصة إذا كان هذا الموقع موقعاً تجارياً لأن هدف الموقع سيكون زيادة المبيعات من المعروضات ولذا فهو يجب أن يصل إلى الجمهور بطرق متعددة ومن هذه الطرق التي يجب اللجوء إليها على شبكة الإنترنت : وجود الموقع على عدد كبير من محركات البحث وكذا على أدلة مواقع الإنترنت المتاحة على الخط المباشر ، كما يجب على الموقع أن يحرص على وجوده كإعلان أو كرابط Link على مواقع أخرى مشابهة له ، وبالتأكيد فإن بعض هذه الطرق تكون مجانية وبعضها الآخر يكون

- تصميم الموقع يشتمل على نقوش جيدة .
- الشاشة تعرض مرتبة ومصغرة .
- لكل جزء بالموقع تعليقاته ورسوماته . . الخ .

- النص الواضح وحجم الطباعة يخصص للجمهور المقصود .

- الرسومات والتصميمات ليست بهدف التزيين فقط ولكنها لهدف وظيفي أيضاً .
- المعلومات المقدمة تستخدم بجانب النص ، الحركة والصور الثابتة والصوت .

فكلما قلت المدة التي تستغرقها إنزال صفحات الموقع كلما كان ذلك افضل ويدخل فى حساب التوقيت الزمنى سرعة إنزال الصور والرسومات وأية وسائل إيضاحية موجودة بالموقع فمن المعروف أن هذه الوسائل تستغرق وقتا أطول ولذا فمن المفضل أن يسمح الموقع بإيجاد موقع نصى خاليا من الصور مرادفا للموقع المصور بحيث يختار الزائر بين العرضين المصور والنصى . وموقع E - Kotob يشتمل على العديد من صور الأغلفة للأوعية المتاحة للبيع ومع ذلك فلا يستغرق إلا وقتا معقولا فى الإنزال ، كما إنه لا يتيح عرض الموقع بصورة نصية فقط .

ثانياً: المعلومات العامة عن الموقع:

وبعد الوصول السهل للموقع يحتاج الزائر بعض المعلومات العامة التى يجب تواجدها بالموقع والتى يحرص أى زائر على معرفتها قبل بدء زيارته للموقع ومن أهمها:

* الهدف من الموقع : حيث إن إنشاء أى موقع لابد أن يكون له هدف محدد ولا بد أن يذكر هذا الهدف بوضوح فى الموقع . وموقع E-Kotob يذكر هدف إنشائه فى صفحة (نبذة عن الشركة) ويحدد هدفه بوضوح فى هذه الصفحة .

* الجمهور المستفيد من الموقع : من المهم أن يذكر بالموقع الجمهور الموجه إليه هذا الموقع حتى يتم تقييم معلومات الموقع وأسلوب عرضها طبقا للفئة التى يوجه إليهما هذا الموقع . وموقع E-Kotob لم يذكر بالتحديد المستوى العمرى أو الفئة التخصصية لجمهور الموقع ويرجع ذلك إلى

مدفوع الثمن أو من خلال علاقة تبادل بين الموقع والمواقع المشابهة . وبالنسبة لموقع E - Kotob فقد وجد على العديد من محركات البحث وأدلة المواقع العربية والقليل من المحركات والأدلة الأجنبية . ولم أجده كإعلان أو رابط مع مواقع أخرى مشابهة مثل الأمازون .

* ومن الأشياء المهمة فى هذا العنصر من التقييم هو استمرار الموقع ، فمن المعروف أن بعض المواقع تتواجد على شبكة الإنترنت لمدة زمنية محددة ويتوقف ذلك على الإمكانيات المادية المخصصة للموقع وبالتأكيد يؤثر ذلك بالسلب على الموقع وخاصة إذا كان موقعا تجاريا ، ولا نستطيع أن نقيس هذا العنصر فى الوقت الحالى على موقع E - Kotob فهو أنشئ عام ١٩٩٩ أى منذ حوالى أربع سنوات ولم يتوقف ونتمنى له الاستمرار بإذن الله .

* بيئة متطلبات الحاسب من العناصر المهمة أيضا للوصول السهل للموقع حيث إن هذه البيئة إذا كانت تستخدم برامج معيارية اعتاد الزائر على استخدامها فى عملية إبحاره على شبكة الإنترنت وكذلك أجهزة واحتياجات الحاسب . . الخ من متطلبات تشغيل ، فمعنى ذلك أن الموقع سيكون سهل الاستخدام لأى فرد ، وإذا احتاج الموقع إلى برامج خاصة فى التشغيل يكون من السهل تحميلها . وموقع E - Kotob تستخدم البرامج العادية مثل Explorer و Netscape وعند تحميل المادة الإلكترونية يشترط أى برنامج للتعامل مع اللغة العربية مثل Acrobat .

* سرعة الاتصال بالخادم : تعتبر سرعة إنزال الموقع من العناصر المهمة فى تقييم أى موقع

بعد هذه الفترة يكون حق النشر قد سقط عن الشركة أو عن E- Kotob ، كما لم يذكر بالموقع تواريخ لتحديث الموقع أو أى صفحة من صفحاته ، كما لم يذكر كذلك الفترة الزمنية للمعلومات - إذا وجدت - فمثلا هل الأسعار الموجودة عن كل منتج تكون سارية اليوم والشهر القادم . . وفى أى وقت؟

ثالثا: مسئولية الموقع:

ويقصد بها هنا المسئولية الفكرية والمسئولية المادية للموقع وذلك لأن تحديد هذه المسئولية فى الموقع بوضوح يحقق مدى الوثوق فى مصداقية المعلومات المذكورة، فينبغى تحديد الشخص أو الأشخاص المسئولين عن إعداد المعلومات وإتاحتها بالموقع وكذا تحديد مواقعهم ومكان العمل أو مسئوليتهم الوظيفية وكيفية الاتصال بهم وذلك لأن الموقع يكتسب أهميته وقوته من ثقل العنصر البشرى الذى يتحمل مسئولية المعلومات والخدمات التى تتاح بالموقع .

وبالنسبة لموقع E - Kotob فإن المسئولية الفعلية للموقع تقع على الشركة التى كونتها مجموعات الشروق وهى مسئولية مؤسسية أو معنوية وقد ذكرت بعض المعلومات عن الهيئة المساهمة الأساسية فى صفحة (نبذة عن الشركة) وهى دار الشروق فذكر تاريخ تأسيسها وعناوينها فى مصر كما ذكرت معلومات بسيطة عن المهندس إبراهيم المعلم كرئيس لدار الشروق ويفهم من هذه المعلومات أن دار الشروق هى صاحبة النصيب الأكبر لهذه الشركة ولم يذكر الموقع أية معلومات أخرى عن المسئول عن إدارة الموقع Web Master وهو الشخص المسئول عن

أنه موقع تجارى يعرض سلعة وهى إنتاج فكرى يصلح لأعمار مختلفة وتخصصات متنوعة ، وقد قسم صفحات الموقع إلى مستوى كبار ومستوى أطفال وكذلك لفئات معينة تبعا لشكل الوعاء مثلا بالموسيقى أو برامج الحاسب . . الخ . ولا يستطيع بالفعل أن يستفيد من خدمات الموقع إلا من يملك القرار بالشراء فمثلا يمكن للطفل أن يزور الموقع ويختار من صفحة كتب الأطفال ما يشاء ولكن لكى تتم عملية الشراء الفعلى لابد من ولى أمره الذى يملك وسيلة الدفع النقدى لاختياراته .

* أوقات استقبال الزائرين : رغم أهمية هذا العنصر للمواقع الإلكترونية إلا أنه بالنسبة للمواقع التجارية يجب أن يسمح للزائر بالزيارة فى أى وقت على أساس أنه موجه للجمهور فى مختلف دول العالم التى تختلف ساعات الليل والنهار فيما بينها . وموقع E-Kotob لا يذكر ساعات محددة لاستقبال زائريه وقد تم تجريبه فى أوقات الليل والنهار فى مصر على مدار ٢٤ ساعة يوميا ووجد بالفعل أنه يستقبل الزائرين ويقدم الخدمات بنفس الكفاءة .

* الوقت والحدثة للموقع : وذلك يعنى أن تتوجه للموقع بأسئلة مثل : هل ذكر تاريخ بناء الموقع؟ وهل المعلومات بالموقع حددت لفترة زمنية محددة؟ وهل يتم التحديث ومتى؟ وهل يذكر ذلك بصراحة داخل الموقع؟ وبالنسبة لموقع E - Kotob فقد ذكر أن تاريخ إنشاء الشركة فى صفحة (نبذة عن الشركة) عام ١٩٩٩ ، أما على الصفحة الرئيسية للموقع فذكر تاريخ حق النشر وهو ما بين ١٩٩٩ - ٢٠٠٢ ، ولم يذكر ماذا يعنى حق النشر لفترة أربع سنوات وهل معنى ذلك أن

معلومات عن الشركة المسئولة عن الموقع ولا عن المساهمين فيها مثل دار الشروق مثلا ، كما لا يذكر أية معلومات عن الناشرين الذين يتم توزيع إنتاجهم من خلال الموقع أو بمعنى آخر الذين تعاقدوا مع الموقع لتوزيع إنتاجهم .

والموقع بالتأكيد يذكر قائمة بالمنتجات التي يوزعها وهي مقسمة - كما سبق عرضها أثناء الجولة في صفحات الموقع - حسب نوع الوعاء وكذلك قسمت المطبوعات حسب الفئة العمرية وقد احتلت كل قائمة صفحة من صفحات الموقع تم بناؤها هرميا بالموضوعات ثم بالموضوعات الأكثر دقة وأخيرا عناوين الأوعية المتاحة بالموقع . ولا يوجد بالموقع قائمة شاملة بكل أشكال الأوعية فمثلا إذا أراد الزائر أن يبحث عن موضوع معين مثل كرة القدم فلا يسمح الموقع أن يسترجع كل الأوعية التي تغطي هذا الموضوع سواء المطبوعات أو شرائط الفيديو مثلا أو الأقراص المليزة أو المادة الإلكترونية ، ولكن عليه أن يبحث عن الموضوع في كل صفحة تمثل شكلا من أشكال الأوعية .

ولم يهتم موقع E - Kotob بوضع تراجم للمؤلفين يذكر فيها سيرة ذاتية مختصرة عنهم وبيانات الاتصال بهم .

✽ لغة الموقع : من المعايير المهمة أن يستخدم الموقع أكثر من لغة وخاصة إذا كان موقعا تجاريا يسعى إلى نشر منتجاته وتسويقها عالميا . ورغم أن موقع E - Kotob يعرض باللغتين العربية والإنجليزية إلا أنه لا يترجم معلومات الموقع أو واجهة العرض Interface بالغة الإنجليزية وإنما تقتصر اللغة الإنجليزية في الموقع على عرض العناوين التي كتبت أو نشرت باللغة الإنجليزية

تنظيم الصفحات وأجزاء الموقع وربطها فيما بينها وكذلك تحديث الموقع بشكل دوري والرد على البريد الإلكتروني ووضع الموقع بصفة دورية على الأدلة ومحركات البحث واختيار الروابط في الموقع . الخ من مسؤوليات إدارة الموقع . كما لم يذكر الموقع بيانات عن مسئولية صفحات الموقع وكذا تصميمه ، أي أن الموقع لا يذكر أية مسؤوليات فكرية أخرى عن محرر الموقع ، المراجع ، المصمم . الخ .

رابعاً: محتوى الموقع ومجاله:

بالتأكيد فإن محتوى الموقع يختلف باختلاف الهدف من إنشائه ، ومن العناصر المهمة التي يجب قياسها في المواقع التجارية هي :

✽ نوع المعلومات : إن نوع المعلومات في أي دار نشر ستكون عبارة عن عرض بعض المعلومات المتعلقة بالدار والمربطة بكل جزء من أجزائها ويشمل هذا العرض نبذة تاريخية عن الدار . ثم تشمل نوع المعلومات أيضا قائمة المنتجات التي تتكون من بيانات بليوجرافية كاملة عن كل وعاء بما فيها ملخص لهذا الوعاء فمثل هذه القائمة توجد على موقع الناشر في برنامج أشبه بالفهرس «المستوى الأفضل لهذا الفهرس يكون قائمة لكل الموضوعات التي تشملها مجموعات الناشر أو التاجر ، ويتحرك العملاء خلال الفهرس بحثا عن الكتب التي يريدونها ويمكن بسهولة استلامها»^(١٢) . كما تشمل نوع المعلومات أيضا تراجم أو دليلا بالمؤلفين الذين تتعامل معهم الدار أو المتاح إنتاجهم الفكري على الموقع .

وبالنسبة لموقع E - Kotob فإنه لا يذكر أية

الصفحة الرئيسية . كما يوجد بإحدى صفحات الموقع خريطة له يستطيع الزائر أن يتخيل فيها البناء الهرمي لمحتويات الموقع ويفتح منها ما يشاء .

خامسا: تنظيم الموقع وبنائه:

يعتبر تنظيم محتويات الموقع وكيفية بنائه من العناصر المهمة لتقييم المواقع الإلكترونية ، حيث يتطلب هذا البناء خبرة ومهارة وتدريب حتى لا تعرض محتويات الموقع بصورة صماء جافة ، ومن الأشياء المهمة في هذا العنصر :

✳ مقدمات الصفحات : يجب أن تعرف بهذه الصفحات وهذا بالتأكيد بخلاف مقدمة الموقع التي يجب أن تعرف بالموقع وبالهدف من إنشائه وكما سبق القول فإن موقع E - Kotob يخلو من المقدمة الرئيسية للموقع وكذلك مقدمات الصفحات .

✳ صفحة أخبار : من الأسئلة المهمة التي يجب توجيهها للموقع هل وضع الموقع صفحة أخبار حديثة تشتمل على أخبار الدار وأخبار عامة في مجال تخصص الدار مثل مؤتمرات ، معارض . . الخ؟ فالموقع يجب ألا يكون لأخبار الدار فقط ولكنه يكون أشبه بمجلة يتصفح الزائر أبوابها وفصولها ويشعر بأنه استفاد منها ويرغب في تكرار الزيارة للموقع العديد من المرات . وموقع E - Kotob لا توجد به هذه الصفحة وهي من الأشياء التي تؤخذ عليه ونوصي المسؤولين عنه بالاهتمام بوضع مثل هذه الصفحة .

✳ وسائل الجذب : ويقصد بها ما يجذب الزائر للمكوث في الموقع وتكرار زيارته

أما باقى محتويات الموقع فتظل كما هى باللغة العربية فقط .

✳ دقة المحتوى : ويقصد بها خلو المحتوى من الأخطاء الإملائية والنحوية ويسأل دائما عن هذه الدقة محرر الموقع الذى يقع عليه عبء إجراء هذه التصحيحات أولا بأول ، ورغم أن موقع E - Kotob يخلو من أسماء محررى الموقع إلا أنه لا توجد به مثل هذه النوعية من الأخطاء إلا قليلا .

وتشمل دقة المحتوى أيضا بالنسبة لمواقع الناشرين دقة المعلومات البليوجرافية واكتمالها عن كل وعاء . وموقع E - Kotob يشتمل على بيانات بليوجرافية مكتملة إلى حد كبير فى كل الأوعية غير أنها بيانات موحدة فى كل أشكال الأوعية بمعنى أنها لا تتغير حقولها بتغير شكل الوعاء لتناسب وصفه ووصفا ماديا كما أن التقسيم الموضوعى للأوعية به بعض الأخطاء وربما يرجع ذلك إلى عدم استخدام الموقع لقائمة رءوس موضوعات أو مكتر يتم الاعتماد عليه فى التحليل الموضوعى للوعاء .

✳ أقسام الموقع : كل موقع يشتمل على أقسام تعبر عنها صفحاته ، تظهر جميعها فى الصفحة الرئيسية كقائمة لمحتويات الموقع أو خريطة له ويسهل الانتقال فيما بينها بالضغط على الأيقونة Icon التى تمثل كل قسم ، كما يجب أن يشمل كل قسم من أقسام الموقع مقدمة تعرف الزائر به وبمحتوياته وتعطى نبذة مختصرة عنه . وموقع E - Kotob يشمل هذه الأقسام وهى معروضة فى رأس الصفحة الرئيسية وكذا فى رءوس باقى صفحات الموقع . ولكن الموقع يخلو من المقدمات التى توجد فى الصفحات وكذلك فى

عن النص ولا تكون دخيلة عليه ، كما يجب أن توضع بطريقة شيقة تلفت النظر وفي الوقت نفسه لا تشوش على الموقع وبنائه . وموقع E- Kotob يستغل أغلفة الأوعية كوسائل توضيحية بحيث تجذب الزائر إليها وخاصة وأن معظم الأغلفة ملونة ويتم تصميمها بحيث تعبر عن محتوى الوعاء .

* الوسائط المتعددة : وهي الوسائط التي تعتمد على استخدام الزائر لحواسه كالصوت والفيديو أو الصور المتحركة ، وهذه الوسائط أصبحت ضرورية الآن حيث يمكن أن يسجل ملخص الكتاب بصوت مسموع أو يتم في بعض مواقع الناشرين وضع مادة مسموعة ومقروءة مجاناً على الخط المباشر كموقع دار السلام التي تضع دائماً خطبة دينية على الخط المباشر يشاهدها الزائر مسجلة من إحدى القاعات في المساجد الكبيرة ويلقيها أشهر الشيوخ ورجال الدين ويستطيع الزائر أن يطبعها فهي متاحة أيضاً كنص مقروء وتتغير هذه الخطبة بصورة مستمرة فيضمن الموقع تكرار الزيارة له من العديد من الأفراد . ولا يتيح موقع E- Kotob مثل هذه الوسائط المتعددة في أى صفحة من صفحاته سواء الكتب أو البرامج أو حتى الموسيقى والأطفال .

* الروابط : Links ويقصد بها الروابط الخارجية التي يتيحها الموقع مع مواقع أخرى مشابهة ، ورغم أنها في أغلب الأحيان تشرى الموقع إلا أن الكثير من مسئولى بناء الموقع يتهمها بأنها تخسر الموقع زائره . وبالنسبة لموقع E- Kotob فهو يذكر روابط قليلة جداً ربما لا تتعدى الرابط مع أمازون كموقع للتجارة

مرات متعددة مثل الهدايا والجوائز والمسابقات والتخفيضات . . الخ . وبالنسبة لموقع E - Kotob لا توجد به مثل هذه الأشياء فلا تعطى مثلاً تخفيضات للشراء على الخط المباشر حتى يشجع الزائر على الشراء ولا يقدم هدايا مثلاً إذا بلغت قيمة المشتريات مبلغاً معيناً ولا تنظم أسئلة كمسابقة تربط الزائر بالموقع للإجابة عليها أو الاشتراك في المسابقة . . الخ من وسائل يمكن أن ينظمها ويضعها الموقع لتشجيع الشراء الإلكتروني للإنتاج الفكري .

* التفاعل مع الزائر للموقع : مثل دفتر الزيارات الذي يضعه العديد من المواقع ليستطيع الزائر كتابة تعليقه على الموقع وفي نفس الوقت يرى تعليقات الآخرين ويستطيع الموقع نفسه أن يستفيد منه في معرفة وقياس رد فعل الزائر للموقع فيطوره بما يرضى معظم الزائرين . وكذلك العد الإلكتروني للتقائى لزائرى الموقع والذي يظهر على الموقع كلما فتحه أى زائر فهي تعطى للزائر إحساساً بمدى أهمية الموقع من خلال معرفته لعدد الزائرين له . وموقع E- Kotob لا يعطى دفتر زيارات للموقع ولكنه يتيح التعليق على كل وعاء أو بالتحديد كل عنوان على حدة كما يسمح أيضاً بتقييم كل عنوان بإعطائه درجة من خمس درجات ويظهر التعليق ونتيجة التقييم بمجرد تسجيل الزائر له ويظل على صفحة الوعاء حاملاً اسم الزائر الذى سجله .

* الرسومات والوسائل التوضيحية : تلعب الرسومات ووسائل الإيضاح دوراً أساسياً فى البناء الجيد للموقع حتى لا يشعر الزائر بالملل من المعلومات الجافة وبالتأكيد يجب أن تكون معبرة

- ٤ - يعتبر الموقع منفذاً جديداً للإعلان والدعاية عن الإنتاج الفكرى العربى .
- ٥ - يتيح الموقع فرصة النشر الإلكتروني على الخط المباشر .
- ٦ - إتاحة الفرصة للمؤلفين العرب لتطوير عملية نشر إنتاجهم الفكرى .

سابعاً: شكل الموقع وتصميمه:

ويقصد به الناحية الجمالية للموقع ومن المعروف أن التصميم مسألة نسبية تختلف من شخص لآخر تبعاً لتذوق كل إنسان للفنون واللمسة الجمالية ويدخل فى التصميم الألوان سواء للخلفية أو للصور بالموقع وكذلك الصور من حيث حجمها وعددها وأماكن تواجدها والأيقونات التى يجب أن تعبر عن وظيفتها بسهولة ويسر .

وموقع E - Kotob به لمسة فنية عادية وهو يدخل فى التصميم أغلفة الكتب والأوعية بألوانها وصورها الحقيقية ويرتبها فيما بينها بطريقة تعكس لمسة جمالية إلى حد ما، كما أن جميع الأيقونات المستخدمة فى الموقع سهلة لأنها استخدمت الكتابة كرموز والتصميمات للأيقونات جاءت قليلة وسهلة ومعبرة عن وظيفتها .

مصادر الدراسة:

- ١ - دار الشروق : دراسة ميدانية تحليلية/ حسناء محمود محجوب - عالم المكتبات والمعلومات والنشر - مج ١، ع ١ (يوليو ١٩٩٩) ص ١٣١ - ٢١٢ ونشر أيضاً فى : دراسات

الإلكترونية للكتب وبعض الموسوعات أو الأدلة الإلكترونية، ولم يذكر مثلاً أية روابط متعلقة بالموضوعات التى يغطيها الإنتاج الفكرى المعروض بالموقع أو أية روابط بصفحات المؤلفين أو الناشرين الذين يوزع لهم الموقع . الخ .
* الإعلانات: وهو شر لابد منه إذا كان مصدراً من مصادر الإنفاق على الموقع ولكن فى كل الأحوال يجب ألا تغطى على مواد أو محتويات الموقع وألا يحجب موضعها العناصر الأساسية المكونة لبناء الموقع وأن تكون لها علاقة بالموضوعات التى يغطيها الموقع أو مجال تخصصه . وموقع E - Kotob لا يذكر إعلانات إلا قليلاً ومعظمها عن أوعية معلومات .

سادساً: الخدمات التى يقدمها الموقع:

- يمكن تلخيص الخدمات التى يقدمها موقع E - Kotob فى النقاط التالية .
- ١ - قاعدة بيانات ببيوجرافية بالإنتاج الفكرى العربى المتاح حالياً للبيع ويمكن البحث فيها وفقاً لقطاع موضوعى معين أو اسم الناشر وتاريخ النشر وأيضاً بالترقيم الدولى الموحد للكتاب (تدمك) .
 - ٢ - الشراء الإلكتروني للإنتاج الفكرى العربى، حيث يتيح الموقع خدمة الشراء لهذا الإنتاج عن بعد فيوفر أوامر التوريد إلكترونياً كما يسمح للمشتريين فى مصر وبعض الدول العربية بالدفع عند التسليم .
 - ٣ - يساهم الموقع فى توزيع الإنتاج الفكرى العربى المطبوع والمنشور للعديد من الناشرين العرب ليس محلياً أو إقليمياً فقط ولكن عالمياً أيضاً .

العربي للمكتبات والمعلومات ؛ الرياض :
مكتبة الملك عبد العزيز العامة ، ٢٠٠١ -
ص ٢٩٣ - ٢٩٤ .

6 - Watjen , Hans .

[http://www.pica.nl/en/news/webdoc/wactj
en.shtml](http://www.pica.nl/en/news/webdoc/wactj
en.shtml) .

7 - Evaluating information . -

[www.servercc.oakton.edu/~wittman/find/
eval.htm](http://www.servercc.oakton.edu/~wittman/find/
eval.htm) .

8 - Evaluating information . - CIP .

9 - The good , the bad , and the ugle : or
why it's a good idea to evaluate web
sources .

www.lib.nmsu.edu/instruction/eval.html

10 - Criteria for evaluating web sits . -

www.evalutech.seb.org/criteria/web.asp

١١ - منهجية ومقاييس تقييم المواقع على الشبكة
العالمية العنكبوتية «وب» / موداسطفان
هاشم - المؤتمر . . - ص ٤٤١ .

12 - The new publishing : tecnology's
impact on the publishing industry over
the next decade / Gregory J. E. Rowline .
- the public access computer system
review . - vol 3, no 8 (1992) . - p 17.

عن مؤسسات النشر في العصر الحديث ، أو ،
زهور من حديقة الناشرين / إعداد حسناء
محمود محجوب - الإسكندرية : دار الثقافة
العلمية ، ٢٠٠٢ - ص ص ٦٤ - ١٨٤ .

٢ - مواقع الإنترنت والثقافة العربية / سعد محمد
الهجرسي - دراسات عربية في المكتبات
وعلم المعلومات - مج ٧ ، ع ٢ (مايو ٢٠٠٢)
- ص ٢١ .

٣ - شراء الملابس عبر الإنترنت - PC. Magazine
الطبعة العربية - س ٤ ، ع ٩ (أكتوبر ١٩٩٨) -
ص ٢٩ .

4 - Evaluation world wide web information . -

[http://thorplus.lib.purdue.edu/research/cl
asses/gsl75/3gsl75/evaluation.html](http://thorplus.lib.purdue.edu/research/cl
asses/gsl75/3gsl75/evaluation.html) (on
line access, June 1998) .

٥ - تقييم المواقع التعليمية العربية على شبكة
الإنترنت / صلاح أحمد مسامح : في : نحو
استراتيجية لدخول النتاج الفكري المكتوب
باللغة العربية في الفضاء الإلكتروني ، وقائع
المؤتمر ١١ للاتحاد العربي للمكتبات
والمعلومات ، القاهرة ١٢ - ١٦ / ٨ / ٢٠٠١ /
إشراف وحيد قدورة - تونس : الاتحاد