

المكتبات الجامعية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة مسحية

منصور عبدالله الزامل ❖

أولاً: المقدمة:

تركز الدراسة على قياس مدى استثمار المكتبات الأكاديمية في المملكة العربية السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي في سبيل التعريف بها وخدماتها ومصادرها. ورأى الباحث أن المكتبات الأكاديمية هي المتصدرة لإمداد المستفيدين بالمصادر والخدمات في المملكة، ولما يتوافر لديها من دعم مادي وتنظيم وثبات وتبعية إدارية واضحة. كما أن من وظائف المكتبات الأساسية التعريف بمجموعاتها وخدماتها بأي وسيلة كانت ومن مصلحة أي مكتبة كسب أكبر عدد من المستفيدين.

ثانياً: موضوع الدراسة:

لما تتسم به هذه الوسائل من إمكانات فنية وقدرات تقنية تضيف عليها قيمة مضافة قلما تتوافر للوسائل التقليدية المألوفة. وتعد المكتبات ومؤسسات المعلومات من أهم وأولى المؤسسات التي بادرت إلى استثمار هذه الوسائل في التواصل مع روادها

تعد مواقع التواصل الاجتماعي الآن أحد أهم الوسائل التي تستثمرها معظم مؤسسات المجتمع، الخدمة منها والربحية، في التواصل مع منسوبيها من جهة وتقديم خدمات إلكترونية لعملائها من جهة أخرى،

❖ أستاذ علم المعلومات المشارك، جامعة الملك سعود.

وتقديم خدمات لهم، غير أن ثمة تفاوتاً واضحاً بين تلك المؤسسات في مدى استثمارها لتلك الوسائل حسب إمكاناتها التقنية وبنيتها المعلوماتية، وظروفها المالية، كما أن ثمة تفاوتاً آخر في طبيعة الاستثمار واتجاهاته، وقد لاحظ الباحث من خلال جولاته المتعددة لمؤسسات المعلومات في دول ومجتمعات غير عربية أن الصورة تبدو لافتة للنظر ومثيرة للاهتمام وداعية لضرورة الاقتداء، لكن على الطرف الآخر لا تزال معالم هذه الصورة غير واضحة لمؤسسات المعلومات في مجتمعاتنا العربية بشكل عام، والمملكة العربية السعودية على وجه الخصوص. من هذا المنطلق جاءت فكرة هذه الدراسة الساعية لاستجلاء حقيقة واقع استثمار إحدى شرائح مؤسسات المعلومات لهذه الوسائل وكيف تستثمر إمكاناتها في هذا الصدد. وأعني بذلك المكتبات الجامعية من منطلق أهمية هذه الفئة، وحتمية استثمارها فهذه الوسائل في هذه الحقبة التي بات استثمارها من قبيل المسلمات.

ثالثاً: تساؤلات الدراسة:

لا شك أن تناول مثل هذا الموضوع يثير تساؤلات كثيرة، تسعى في مجملها

لاستجلاء الحقيقة وبيان الواقع حتى يتم التعامل مع هذا الواقع مع ملاساته بإيجابياته وسلبياته، ومن ثم معالجة نقاط الضعف من جهة، وتعزيز نقاط القوة من جهة أخرى. ولعل أهم التساؤلات التي تثار في هذا الصدد ما يلي:

١- ما واقع تبني المكتبات الأكاديمية بالمملكة لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت فيما يخص:

أ- تأسيس خدمة التواصل.

ب- نشاط استخدام المكتبات الأكاديمية لخدمة التواصل الاجتماعي.

٢- ما مدى استثمار المكتبات الأكاديمية لتلك المواقع فيما يخص الآتي:

أ- التعريف بالمكتبة من خلال نشر معلومات عامة عنها بما في ذلك ساعات الدوام.

ب- التعريف بالخدمات المكتبية التي تقدمها المكتبة أو خدمات تهم المستفيد وتقدم خارج المكتبة.

ج- قياس مدى تفاعل المستفيدين مع المكتبة من خلال التعليقات والشكاوى والاقتراحات وغيرها.

رابعاً: أهداف الدراسة:

في إطار الطرح السابق لتساؤلات الدراسة وسعيها بشكل عام إلى التعرف إلى واقع المكتبات الأكاديمية في السعودية ومدى تبنيتها واستثمارها لمواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع مستخدميها. هنالك عدة أهداف فرعية تسعى إلى تحقيقها ويمكن إجمالها في النقاط التالية:

- ١- التعرف إلى واقع تبني المكتبات الأكاديمية بالملكة لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت من خلال.
 - أ- تأسيس خدمة التواصل.
 - ب- نشاط استخدام المكتبات الأكاديمية لخدمة التواصل الاجتماعي.
- ٢- التعرف إلى مدى استثمار تلك المواقع فيما يخص:

- أ- التعريف بالمكتبة من خلال نشر معلومات عامة عنها.
- ب- التعريف بالخدمات المكتبية التي تقدمها المكتبة أو خدمات تهم المستفيد وتقدم خارج المكتبة.

- ٣- قياس مدى تفاعل المستفيدين مع المكتبة من خلال التعليقات

والشكاوى والاقتراحات وغيرها التي

تذكر في مواقع التواصل الاجتماعي.
٤- مقارنة واقع المكتبات الأكاديمية السعودية ببعض المكتبات الأكاديمية بالولايات المتحدة الأمريكية في هذا المجال.

خامساً: أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من أهمية القضية المطروحة من جهة، والمكتبات المدروسة من جهة أخرى، فشبكات التواصل الاجتماعي باتت اليوم من أهم الأساليب التي تتبعها معظم المؤسسات التي تقدم خدماتها لفئة معينة من المستفيدين في تواصلها مع هؤلاء المستفيدين وتفاعلها معهم توفيراً للوقت أو تقديرًا لسرعة التواصل وجدواها. أما المكتبات المدروسة - وهي المكتبات الجامعية أو الأكاديمية فتعتبر طرفاً فاعلاً في منظومة التعليم العالي وركيزة أساسية من ركائز منظومة الجامعات في أية دولة. وعليه فإن استثمار هذه الوسائل من قبل تلك المؤسسات يعد تجسيدا للواقع، بكل ملاساته، ومن ثم إظهار الصورة على حقيقتها بكل ما لها وما عليها، ومن ثم فستكون نقطة الانطلاق للتطوير وتحسين الأداء فيما يتصل بتلك

ولحدثة المكتبات الأكاديمية لدى بعضها ولغياب وجود تلك المكتبات من الآخر.

٣- الحدود الزمانية:

عمد الباحث إلى إجراء تحليل المحتوى للمكتبات الأكاديمية الحكومية السعودية في شهر سبتمبر ٢٠١٤ وهي أحدث فترة يقصدها الباحث للوقوف على الوضع الحالي لتلك المكتبات ومدى استثمارها لمواقع التواصل الاجتماعي.

سابعاً: منهج الدراسة:

أ- منهج الدراسة:

فرضت طبيعة الدراسة وما تصبو إلى تحقيقه من أهداف أن يكون المنهج المسحي هو المنهج الملائم الذي ستعتمد عليه، حيث سيتم مسح المواقع الإلكترونية تلك المكتبات بهدف استكشاف مدى اعتمادها على شبكات التواصل الاجتماعي.

ب- أدوات جميع البيانات:

ولتحديد طبيعة الأنشطة التي يستثمر فيها تلك الشبكات، أعدّ الباحث قائمة مراجعة تضمنت ثلاثة محاور على النحو التالي:

١- التعليمات المكتوبة: ويندرج ضمنها

عرض معلومات عامة عن المكتبة

كرؤيتها وأهدافها وسياساتها وساعات

الوسائل من قاعدة المعلومات أو بالأحرى المعرفة التي تسعى هذه الدراسة إلى تكوينها وطرحها أمام متخذي القرار في تلك المكتبات.

سادساً: حدود الدراسة:

تأطرت الدراسة بعدة حدود لضبط مسارها، وجاءت على النحو التالي:

١- الحدود الموضوعية:

بالرغم من تعدد وسائل التواصل الاجتماعي فقد ركز الباحث على ثلاثة منها لشيوع استخدامها وتعدد إمكاناتها، وهي: facebook, twitter, youtube.

٢- الحدود المكانية:

اقتصرت الدراسة على المكتبات الأكاديمية السعودية الحكومية منها والمعترف بها من قبل وزارة التعليم العالي والمنتشرة في مناطق المملكة العربية السعودية المختلفة. وعددها ٢٥ جامعة. وقد استبعدت الأنواع الأخرى من المكتبات وخصوصاً العامة منها، لتأخرها تأسيس البنية التحتية للبيئة الرقمية لديها. كما أن الدراسة استبعدت المكتبات الأكاديمية للجامعات الخاصة، لحدثة تأسيس تلك الجامعات

- ٣- تعليقات المستفيدين: ويشمل التعليقات العامة بما في ذلك الشكر والثناء والشكاوى والمقترحات وغيرها.
- ٢- خدمات ومصادر المكتبة: ويتضمن معلومات عن الخدمات التي تقدمها المكتبة والمصادر التي تحويها والخدمة المرجعية وغيرها من خدمات، وكل ما يتعلق بالأخبار التي تخص استخدام برمجيات موقع المكتبة.
- ٣- تعليقات المستفيدين: ويشمل التعليقات العامة بما في ذلك الشكر والثناء والشكاوى والمقترحات وغيرها.
- ج - مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من جميع المكتبات الجامعية الحكومية في المملكة العربية وذلك حسب الجدول التالي:

الجامعات السعودية بالمملكة العربية السعودية

١- جامعة أم القرى	١٤- جامعة الجوف
٢- الجامعة الإسلامية	١٥- جامعة الباحة
٣- جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	١٦- جامعة تبوك
٤- جامعة الملك سعود	١٧- جامعة نجران
٥- جامعة الملك عبدالعزيز	١٨- جامعة الحدود الشمالية
٦- جامعة الملك فهد للبترول والمعادن	١٩- جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن
٧- جامعة الملك فيصل	٢٠- جامعة الملك سعود بن عبدالعزيز للعلوم الصحية
٨- جامعة الملك خالد	٢١- جامعة الدمام
٩- جامعة القصيم	٢٢- جامعة سلمان بن عبدالعزيز (جامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز حالياً)
١٠- جامعة طيبة	٢٣- جامعة شقراء
١١- جامعة الطائف	٢٤- جامعة المجمعة
١٢- جامعة حائل	٢٥- الجامعة السعودية الإلكترونية
١٣- جامعة جازان	

ثامناً، الدراسات السابقة:

منذ أن اتسعت مرافق الإنترنت وخدماتها، وتشكلت معالم تطبيقات الجيل الثاني من خدماتها، والذي عرف بين الباحثين بتقنيات الويب ٢، وجد المكييون وخاصة المتابعين منهم لهذه التقنيات والحريصين على استثمار إمكاناتها- ضالهم في هذه التقنيات، وكيف أنها يمكن أن تكون الرابط بل الوسيلة العصرية لدعم أواصر التواصل مع المستفيدين، وتوصيل خدمات المعلومات ومصادرها لهم. من هنا يلحظ المتتبع لمواقع المكتبات وخاصة في الدول المتقدمة ذلكم الحرص الشديد على ربطها بشبكات التواصل الاجتماعي، حديثها وقديمها. وإذا كان هذا قد بات توجهاً معروفاً لتلك المؤسسات حتى بات ظاهرة لا يمكن تجاهلها والتعامل معها، فقد كان دافعاً للباحثين لاستكشاف طبيعة هذه الظاهرة، وكيف استثمرتها المكتبات في دعم خدماتها وتواصلها مع المستفيدين، غير أن هذه التوجهات البحثية تفاوتت في معالجتها لهذه الظاهرة، ما بين المعالجة النظرية الهادفة

لإثارة الاهتمام بهذه الشبكات وإمكاناتها وثمرات استخدامها، والمعالجة الميدانية الهادفة لاستقصاء أبعاد تطبيقها، سواء في فئة محددة من المكتبات بصرف النظر عن حدودها المكانية، كالمكتبات العامة أو الجامعية مثلاً، أو مجموعة من المكتبات المتنوعة داخل حدود جغرافية معينة. وسنعرض في الفقرات التالية لأهم تلك الدراسات وما انتهت إليه، وخاصة ما يتقاطع مع دراستنا الحالية في حدودها الموضوعية على أقل تقدير.

ولعل أول ما يمكن تسجيله في هذا الصدد ربط الحديث عن شبكات التواصل الاجتماعي بمظلة كبيرة عرفت في سياق مشترك بين الويب من جهة وخدمات المكتبات والمعلومات من جهة ثانية - وأعني بها الويب ٢ وتطبيقاتها في مجال المكتبات. حيث يرى بعض الباحثين أن تطبيقات الويب 2.0 يمكن تنفيذها بفاعلية وفقاً لأهداف الجامعة واحتياجات الطلاب واستخدام أدوات سهلة الاستعمال، وبناء العلاقات بين أمناء المكتبات والمستفيدين، ودعم الطلاب بشكل إيجابي (Lwoga, 2014).^(١)

قادرين على التعامل مع هذه التطبيقات". لذا فإن مجاهد (٢٠١٠م) ترى: "أنه على أمين المكتبة أن يلم بجميع التطورات التكنولوجية على الشبكة ويسعى إلى معرفتها معرفة تامة ويستغل هذه الشبكات في تقديم خدمات حديثة ومتطورة ليرفع بها مستوى أداء المكتبة وكذلك العمل على تطوير مواقع الشبكات العربية والرفع من أدائها عن طريق إيجاد المكتبات بثقافتها وعملها وتطورها وجذب المستفيدين.

وفي هذا الصدد نفسه نبه باحثان آخران إلى أن المكتبات عليها أن تسعى إلى تنويع مشاركتها في شبكات التواصل الاجتماعي مثل: استخدام صفحات شبكة (Facebook)، ونشر: الصور، ومقاطع الفيديو، والإعلانات، والمناقشات وعرض الكتب ومصادر المعلومات الإلكترونية، والخدمات المرجعية وغيرها الهادي والشياخي، (٢٠١٣م) (٤).

ومن التعميم إلى التخصيص وحول واحدة من شبكات التواصل الاجتماعية وهي تويتر ركز بعض الباحثين دراسته، وانتهى الي القول بأن "أن هناك مكتبات أكاديمية تستخدم (Twitter) في بث وتبادل المعلومات

كما بين باحث آخر الحمود (٢٠١٣م): "أن استخدام تطبيقات الويب 2.0 في المكتبات الأكاديمية بالملكة العربية السعودية لا يزال في مراحله الأولى، وتحتاج إلى بذل المزيد من التطور والتعريف بها، وتحسين نوعية الخدمات المقدمة التي من الممكن أن تتاح من خلالها، والتركيز على نوعية وطبيعة الأدوات التي يفضلها المستفيدون من خلال الملاحظات والتجارب التي يخوضها أخصائي المعلومات" (٣).

وعلى الرغم من هذا الحرص والتشجيع على استثمار إمكانات الويب ٢، فقد أشارت دراسة السلمي (٢٠١٤): "إلى وجود معوقات لاستخدام تطبيقات الويب 2.0 في خدمات المعلومات بالمكتبات الأكاديمية في المملكة العربية السعودية، منها: عدم حصول أخصائي المعلومات على تدريب يؤهله لاستخدام تطبيقات الويب 2.0 واللغة الإنجليزية والبنية التحتية التكنولوجية الملائمة" (٣).

وينوه الحمود (٢٠١٣م): "إلى أن على المكتبات الأكاديمية في المملكة العربية السعودية إيجاد أرضية مناسبة لتدريب وإعداد اختصاصي المعلومات ليكونوا

وجه الخصوص تويتر وفيسبوك - بشكل خاص، فقد لاحظ الباحث أن ثمة باحثين آخرين يعنون بتناول استخدام تلك الشبكات في مهام محددة، مثل الخدمة المرجعية أو الإحاطة الجارية، أو تسويق خدمات المعلومات وفي هذا الصدد تحديداً أشارت بعض الدراسات إلى: "أن المكتبات الأكاديمية تستخدم شبكة التواصل الاجتماعي (Facebook) في تسويق خدماتها وتعريف المستخدمين بخدماتها ونشر الوعي بينهم.

كما كشفت دراسة Al-Kindi & Suqri (٢٠١٣م) عن الدور الجديد لاختصاصي المعلومات والمستخدمين من خدمات المكتبة في تسهيل عملية تسويق المعلومات باستخدام هذه الشبكات التي تقوم على تعزيز تسويق المكتبة^(٩).

وأكد الحسيني وعبدالرحمن (٢٠١٣م) أن معظم المكتبات على مستوى العالم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي مثل (Facebook) و (Twitter) وغيرهما في التواصل مع روادها وتسويق خدماتها^(١٠).

ويرى الهادي والشيادي (٢٠١٣م) ضرورة عمل المكتبات الأكاديمية على تسويق

حول أنشطتها، والآراء، والمصالح المهنية. وبينت دراسة أرني (Aharony, 2010)^(٥).

كذلك قدم باحث آخر لمحة عامة عن الاتجاهات في المكتبة الأكاديمية بـ (Twitter)، والتي يمكن أن تكون مفيدة لأمناء المكتبات الذين يفكرون في إطلاق حساب (Twitter) لمكتباتهم، والتواصل بنجاح مع المستخدمين. بوسكي (Bosque et.al, 2012)^(٦).

بل وانتهى تشو ودو (Chu and Du, 2013) إلى القول: "بأن الأدوات الأكثر شيوعاً المعتمدة في المكتبات الأكاديمية هي (Facebook) و (Twitter)"^(٧).

ومن اللافت للنظر - وعلى حسب تصور أحد الباحثين (Chu & Du, 2013) - أنه بالرغم من الغالبية العظمى من موظفي المكتبات الأكاديمية لديهم تصورات إيجابية عن الفوائد بأدوات الشبكات الاجتماعية، فإن هناك تردداً في استخدامها لأنهم يتوقعون أن هناك عوائق لن تمكنهم من النجاح في التواصل (Chu & Du, 2013)^(٨).

وإذا كانت معظم الدراسات التي أشرنا إليها في سياق الفقرة السابقة قد بدت معنية بالجانب العام لتطبيقات الويب ٢ بشكل عام، أو شبكات التواصل الاجتماعي - وعلى

المكتبات وما يحيط بذلك من معوقات - كما هو الحال مع دراسة (Gerolims, 2011)^(٤).

كما حاول (Hendrix et al., 2009) استطلاع آراء المكتبيين الأكاديميين في العلوم الصحية حول استخدامهم للفيس بوك، ووجد أن السببين الرئيسيين لعزوف المكتبة عن عمل صفحات لمكتباتهم على الفيس بوك يتمثل في عدم وجود الوقت الكافي، وقناعتهم بعدم جدوى استخدام الفيس بوك في المكتبات بالمجتمعات الأكاديمية^(٥).

كذلك حاول جاكبسون Jacobson التعرف إلى الاستخدامات الحقيقية والمستهدفة لاستخدام الفيس بوك في المكتبات، ولفت انتباهها إلى أن أكثر توجهات استخدام المكتبات للفيس بوك تركز على خدمات التسويق، والإعلانات، ثم في إرشادات البحث في الفهارس المباشرة، فضلاً عن الخدمات المرجعية وعقد حلقات النقاش مع المستفيدين، ناهيك عن عرض الصور ذات العلاقة بالمكتبات والتي تهدف إلى إظهار نشاطات المكتبة وفعاليتها^(٦).

صفحاتها والخدمات التي تقدمها في شبكة (Facebook) والعمل على استغلال صفحات (Facebook) كأداة ترويجية وتسويقية مجانية للمكتبات، وتشجيع الطلاب والأكاديميين على المشاركة الفعالة في صفحات المكتبات الأكاديمية لتعزيز العملية التعليمية والتشارك المعرفي^(١١).

وتوصي جوهري (٢٠١٣م): "باستثمار جانب التسويق الإلكتروني في جذب فئات المستفيدين وخاصة غير المتفاعلين مع المكتبة ومصادرها، واستهداف الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والموظفين لدعم عملهم وأبحاثهم من خلال تنظيم فعاليات في مجموعات (Facebook) والشبكات الاجتماعية المفيدة". وبذلك يمكن للمكتبات أن تمتد خدماتها لأكثر عدد من المستفيدين^(١٢).

أخيراً يؤكد الهادي والشيادي (٢٠١٣م): "أنه على المكتبات الأكاديمية ضرورة متابعة صفحاتهم في شبكات التواصل الاجتماعي، والعمل على تطويرها وتنويع ما يتم عرضه على المستفيدين^(١٣)".

وهناك دراسات كثيرة حاولت استكشاف إمكانات الفيس بوك في

كما ركزماك Mack وآخرون (٢٠٠٧م) على وجهة نظر طلاب مرحلة البكالوريوس في الفيسبوك وتبين لهم أن هنالك ترحيباً من قبل طلاب البكالوريوس في الاتصال مع المكتبيين من خلال الفيس بوك، بالإضافة إلى استخدام الطلاب له في تقديم واجباتهم^(١٧).

ومن ذلك تأتي دراسة أخرى بعكس ما انتهت إليه هذه الدراسة، حيث أشار كل من Dickson and Holley (2010) إلى أن ثمة معوقات تقابل المكتبات عن استخدامها شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيس بوك، منها الخبرات السابقة لضعف استخدام الشبكات في المكتبات بشكل عام، وضعف استخدام الطلاب لمثل هذه الشبكات، وخاصة الفيس بوك^(١٨).

أما شبكة التواصل الاجتماعي تويتر فقد تناولها Fernandez (٢٠٠٩م) وتحديداً مدى استخدامها في المكتبات العامة والمكتبات الأكاديمية معتمداً في ذلك على التحليل الوصفي الإحصائي وتحليل المحتوى لما بُثَّ من تدوينات، وقد ظهرت نتائجها باختلاف الاستخدام بين المكتبات العامة والأكاديمية من خلال عدد التغريدات والاختلاف اللغوي

لها ومحتواها. ولكن وجدت الدراسة أن استخدام تويتر لكلا النوعين من المكتبات كان له دور واضح في تفعيل خدمات الإعلان عن الأنشطة والفعاليات وتبادل الآراء، وانتهى إلى أن ثمة تطلعاً من كل من المكتبيين والباحثين على حد سواء لاستخدام تويتر.

كما عنيت دراسة أخرى قام بها كل من Robert P. Holley و Andrea Dickson باستكشاف اتجاهات استخدام المكتبات الأكاديمية لشبكات التواصل الاجتماعي وتحديداً على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية. وبينت الدراسة أن من الممكن أن تكون تلك الشبكات أداة فعالة للطلاب للوصول إلى المكتبات الأكاديمية إذا استطاعت المكتبة أن تضمن سرية تعاملات الطالب واستطاعت أيضاً أن تقدم تغطية متوازنة لكل المواضيع التي تغطيها المكتبة^(١٩).

ركزت دراسة Witte, Ginna Gauntner على تحليل مواقع الفيسبوك لنحو ٢٨ مكتبة أكاديمية، وتحديداً استكشاف الطرق التي يتم بها كتابة التدوينات على صفحات الفيسبوك وكيفية تفاعل المستفيدين معها، ونوعية الجهات المتابعة لهذه الصفحات^(٢٠).

وتحليل مضامينها وإحالات تلك المقاطع والتعليقات التي كتبت بخصوصها، وبعد إجراء مقابلات لمن أعدّ تلك المقاطع، تبين أن من الممكن جذب أكبر عدد من المشاهدين من خلال نشر المزيد من المقاطع بشكل دوري واتباع إستراتيجية معينة^(٢٢).

منهج الدراسة:

ستتجه الدراسة أسلوب المنهج المسحي لمواقع المكتبات الأكاديمية الحكومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت في السعودية. كما سيعتمد الباحث على أسلوب تحليل المحتوى لتلك المواقع لرصد وجمع البيانات التي تحتاجها الدراسة للإجابة عن أسئلتها.

ويتركز جمع البيانات من مواقع المكتبات على محاور ثلاثة:

١- التعليمات المكتوبة: ويندرج من ضمنها عرض معلومات عامة عن المكتبة كرؤيتها وأهدافها وسياساتها وساعات العمل والإعلانات والدعايات وما ورد حديثاً إليها والأخبار العامة عنها.

٢- خدمات المكتبة ومصادرها: ويتضمن معلومات عن الخدمات التي تقدمها المكتبة والمصادر التي تحويها

وعلى الرغم من كثرة الاهتمامات البحثية وتنوعها حول شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها في المكتبات، تنشر دراسة تأخذ الطابع العالمي، حيث قام Chu (2013) بدراسة استقصائية لاستكشاف مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الأكاديمية، من خلال إرساله استبانة لنحو ١٤٠ مكتبة جامعية في كل من آسيا وأوروبا وأمريكا الشمالية. وقد تلقى ردوداً من ٣٨ مكتبة من تلك المكتبات، وقد أشارت ٢٧ (٧١,١٪) منها إلى أنها تستخدم تلك الشبكات، وأن خمساً (١٣,١٪) منها من تسعى لاستخدامها، و سناً (١٥٪) من تلك المكتبات لم تخطط حتى الآن لاستخدام تلك الأدوات. وعلى مستوى العاملين في تلك المكتبات التي استجابت للدراسة هنالك نظرة إيجابية وتطلعاً لاستثمار إمكانات تلك الشبكات^(٢١).

أما ثالث أشهر شبكات التواصل الاجتماعي. وأعني اليوتيوب، فقد قام كل من Colburn, Selene; Haines, Laura ، بالتعرف إلى الوسائل التي تنتهجها المكتبات لتوصيل خدماتها إلى المستفيدين عبر اليوتيوب. وبعد تحليل مقاطع اليوتيوب التي أنتجتها تلك المكتبات وإعدادها ونموها

٣- تعليقات المستفيدين: ويشمل التعليقات العامة بما في ذلك الشكر والثناء والشكاوى والمقترحات وغيرها.

والخدمة المرجعية وغيرها من خدمات وكل ما يتعلق بالأخبار التي تخص استخدام برمجيات موقع المكتبة.

تحليل البيانات والنتائج:

الجدول رقم (١) المكتبات الحكومية السعودية ووسائل التواصل الاجتماعي المشتركة فيها

-	Library name	Social media
1	Um Alqurra university academics library	Facebook, twitter, youtube
2	Islamic university academic	Facebook, twitter, youtube
3	King Saud university academic library	Facebook, twitter, youtube
4	Taibah university academic library	Facebook, twitter
5	Jazan university academic library	Facebook, twitter, youtube
6	Princess Nora university academic library	twitter, youtube
7	Almajmaah university academic library	Facebook, youtube

كما يوضح الجدول رقم (١) أن هنالك مكتبات قد اشتركت بالخدمات الثلاث، مثل:

- ١- مكتبة جامعة أم القرى.
 - ٢- مكتبة الجامعة الإسلامية.
 - ٣- مكتبة جامعة الملك سعود.
 - ٤- مكتبة جامعة جازان.
- ومن المكتبات من اشتركت في خدمتين مثل:

من الجدول رقم (١) يتبين أن ٧ مواقع إلكترونية فقط للمكتبات الأكاديمية الحكومية، أي ما نسبته (٢٨٪) يتوافر على مواقعها ما يشير إلى اشتراكها بخدمات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت. وهذا العدد يعدّ قليلاً بمقارنته بالمجموع الكلي للمكتبات الأكاديمية الحكومية في المملكة العربية السعودية، وهو ٢٥ مكتبة.

- ١- مكتبة جامعة طيبة.
٢- مكتبة جامعة الأميرة نورة.
٣- مكتبة جامعة المجمعة.
- ولم ترصد الدراسة أن أحد من المكتبات اكتفت بالاشتراك في خدمة واحدة من خدمات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (٢) استثمار المكتبات الأكاديمية الحكومية في خدمة الفيسبوك

	Library name	A	B	C
1	Um alqurra university academics library	Yes	Yes	Yes
2	Islamic university academic library	Yes	No	No
3	King Saud university academic library	No	No	No
4	Taibah university academic library	Yes	Yes	Yes
5	Jazan university academic library	No	Yes	No
6	Princess Nora university academic library	No	No	No
7	Almajmaah university academic library	No	Yes	No

A = library instructions.

B = library services and resources.

C= patrons' comments.

ولم تظهر نتائج الدراسة أن إحدى من المكتبات استفادت من خدمة الفيس بوك بمحورين من محاور الدراسة، بينما اقتصرت بقية المكتبات على محور واحد فقط. وأشار الجدول أيضاً إلى أن المحور الثاني "خدمات المكتبة ومصادرها" قد حظي باهتمام أكبر من قبل المكتبات عند اشتراكها بخدمة الفيسبوك، يليه محور "التعليمات المكتبية" ثم محور تعليقات المستفيدين.

وبتحليل أعمق لاستثمار المكتبات السبع لخدمة الفيسبوك، وجد أن من المكتبات من استثمرت تلك الخدمة في جميع محاور الدراسة الثلاثة:

١- التعليمات المكتبية.

٢- خدمات المكتبة ومصادرها.

٣- تعليقات المستفيدين.

ومن هذه المكتبات:

١- مكتبة جامعة أم القرى.

٢- مكتبة جامعة طيبة.

الجدول رقم (٣) استثمار المكتبات الأكاديمية لخدمة التويزر

	Library name	A	B	C
1	Um alqurra university academics library	Yes	Yes	Yes
2	Islamic university academic library	Yes	Yes	No
3	King Saud university academic library	Yes	Yes	Yes
4	Taibah university academic library	Yes	Yes	No
5	Jazan university academic library	No	No	No
6	Princess Nora university academic library	No	Yes	No
7	Almajmaah university academic library	No	No	No

A = library instructions.

B = library services and resources.

C= patrons' comments

- ١- مكتبة الجامعة الإسلامية. أما استثمار المكتبات السبع لخدمة التويزر، فقد تبين أن من المكتبات من استثمرت تلك الخدمة في جميع محاور الدراسة الثلاثة:
- ٢- مكتبة جامعة طيبة. ١- التعليمات المكتبية.
- بينما اقتصرَت مكتبة جامعة الأميرة نورة على محور واحد فقط. ولم تستثمر المكتبات الأخرى أي من المحاور الثلاثة في هذه الخدمات المكتبية ومصادرهما.
- الخدمة. وأشار الجدول أيضاً إلى أن المحور الثاني "خدمات المكتبة ومصادرهما" قد حظي باهتمام أكبر من قبل المكتبات عند اشتراكها بخدمة التويزر يليه محور "التعليمات المكتبية"، ثم محور تعليقات المستفيدين. ٣- تعليقات المستفيدين. ومن هذه المكتبات:
- ١- مكتبة جامعة أم القرى. ٢- مكتبة جامعة الملك سعود. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن بعض المكتبات استفادت من خدمة التويزر بمحورين من محاور الدراسة مثل:

الجدول رقم (٤) استثمار المكتبات الأكاديمية لخدمة اليوتيوب

	Library name	A	B	C
1	Um alqurra university academics library	Yes	Yes	Yes
2	Islamic university academic library	No	No	No
3	King Saud university academic library	Yes	Yes	No
4	Taibah university academic library	No	No	No
5	Jazan university academic library	No	No	No
6	Princess Nora university academic library	No	No	No
7	Almajmaah university academic library	No	Yes	No

A = library instructions.

B = library services and resources.

C= patrons' comments.

وهي مكتبة جامعة أم القرى. وفي الوقت الذي فيه اقتصرت مكتبة جامعة المجمعة على محور واحد فقط وهو خدمات المكتبة ومصادرها، فقد استثمرت جامعة الملك سعود في محورين اثنين هما التعليمات المكتبية وخدمات المكتبة ومصادرها. وكما هو الحال في أكثر المحاور استثماراً، فقد أشار الجدول أيضاً إلى أن المحور الثاني "خدمات المكتبة ومصادرها" قد حظي باهتمام أكبر من قبل المكتبات عند اشتراكها بخدمة اليوتيوب، يليه محور "التعليمات المكتبية"، ثم محور "تعليقات المستفيدين".

وبتحليل بيانات الدراسة لاستثمار المكتبات السبع لخدمة اليوتيوب، أظهر التحليل أن هناك شبه عزوف عن استثمار المكتبات لتلك الخدمة، كما هو موضح في الجدول رقم (٤)، حيث تبين أن (٤) مكتبات أكاديمية لم تشترك في الخدمة وهي:

١- مكتبة الجامعة الإسلامية.

٢- مكتبة جامعة طيبة.

٣- مكتبة جامعة جازان.

٤- ومكتبة جامعة الأميرة نورة.

وأن مكتبة واحدة هي من استثمرت تلك الخدمة في جميع محاور الدراسة الثلاث،

نتائج الدراسة:

أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

- ١- أن سبع مكتبات أكاديمية فقط قد استثمرت وسائل التواصل الاجتماعي. وهي نتيجة كانت دون التوقعات.
- ٢- جاءت مكتبة جامعة أم القرى في مقدمة المكتبات الأكاديمية الأكثر استثماراً لمواقع التواصل الاجتماعي. وقد استثمرت في المحاور الثلاثة التي اعتمدت عليها الدراسة في التحليل وهي:

أ- التعليمات المكتبية.

ب- خدمات المكتبة ومصادرها.

ج- تعليقات المستخدمين.

- ٣- فيما جاءت مكتبة جامعة الملك سعود ومكتبة جامعة طيبة في المرتبة الثانية، ومكتبة الجامعة الإسلامية في الترتيب الثالث.

- ٤- موقع تويتر هو من أكثر المواقع استثماراً من قبل المكتبات الأكاديمية السعودية. فقد استُخدم (١١) مرة في المحاور الثلاثة مدار الدراسة. يليه الفيسبوك الذي استخدم

(٩) مرات، ثم اليوتيوب الذي استخدم

(٦) مرات فقط.

- ٥- جاء محور خدمات المكتبة ومصادرها في مقدمة المحاور الأكثر استثماراً بوسائل التواصل الاجتماعي الثلاثة وبواقع (١٢) استخداماً من قبل المكتبات الأكاديمية المدروسة، ثم محور التعليمات المكتبية ثانياً (٩)، وأخيراً جاء محور تعليقات المستخدمين ثالثاً بواقع (٥) استخدامات.

التوصيات:

انطلاقاً مما توصلت اليه الدراسة من نتائج، رأى الباحث ضرورة إبراز التوصيات التالية:

- ١- على المكتبات الأكاديمية تفعيل خدماتها ومصادرها الإلكترونية وإثرائها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢- لابد من قيام وزارة التعليم الجهة المشرفة على الجامعات ومكتباتها الأكاديمية - بتشريع معايير وضوابط تفرض على المكتبات الأكاديمية الاستثمار في مواقع التواصل الاجتماعي بما يعود بالفائدة في التعريف بها وتسويق خدماتها

والتحديث المستمر لخدمات المكتبة ومصادرهما في تلك المواقع.

٤- تفعيل مبدأ الاستفادة من انطباعات المستفيدين وتعليقاتهم بل وانتقاداتهم التي ترد على مواقع التواصل الاجتماعي في تقييم سياسات المكتبة وخدماتها ومصادرهما.

ومصادرهما وزيادة فرص التواصل مع مستفيديها.

٣- تشكيل وحدة إدارية في الهيكل التنظيمي لكل مكتبة أكاديمية تعنى بتفعيل استخدام المكتبة والتعريف بها في تلك الوسائل؛ لضمان استمرار التواصل مع المستفيدين

هوامش البحث

- (5) Aharony, Noa. " Twitter Use in Libraries: An Exploratory Analysis". Journal of Web Librarianship, v4, n4, p333-350 2010.
- (6) Bosque, Darcy Del; Leif, Sam A.; Skarl, Susie. "Libraries attwitter: trends in academic library tweeting" Reference Services Review. 2012, Vol. 40 Issue 2, p199-213. 15p.
- (7) Chu, Samuel Kai-Wah; Du, Helen S. "Social Networking Tools for Academic Libraries." Journal of Librarianship and Information Science." Mar 2013. v45 n1 p64-75.
- (8) Op, Cit, p. 64-75.
- (9) Alkindi, Salim Said & Al-Suqri, Mohammed Nasser. 2013. "Social Networking Sites as Marketing and Outreach Tools of Library and Information Services." Global Journal of Human Social Science Arts, Humanities & Psychology. Volume 13 Issue 2 Version 1.0.
- (١٠) الحسيني، محمد عبدالله، و عبدالرحمن، مهدي الطيب (٢٠١٣). دور اختصاصي المعلومات في التسويق الإلكتروني لخدمات المعلومات بمكتبة حصن الشموخ. وقائع المؤتمر التاسع
- (1) Lwoga, Edda Tandi; "Integrating Web 2.0 into an academic library in Tanzania". Electronic Library, 2014; 32 (2): 183-202.
- (٢) الحمود، عاطف محمد. تطبيقات الويب 2.0 في المكتبات الجامعية السعودية: دراسة ميدانية. إشراف محمد يوسف مراد. - الرياض. ٢٣٢ ص. - ٢٠١٣. رسالة ماجستير. - جامعة الملك سعود، كلية الآداب، قسم علم المعلومات.
- (٣) السلمي، عثمان بن عاطي. اتجاهات أخصائي المعلومات نحو استخدام تطبيقات الويب 2.0 في خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية بالمملكة العربية السعودية. - إشراف عبدالغفور عبدالفتاح قاري. - جدة. - ٢٠١٤. - ٢٥٠ ص. - رسالة دكتوراة. - جامعة الملك عبدالعزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم علم المعلومات.
- (٤) الهادي، نهاد بنت علي؛ و الشيادي، عبدالله بن ناصر. تحليل محتوى صفحات المكتبات الأكاديمية الخليجية على شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك). - وقائع المؤتمر التاسع عشر لجمعية المكتبات المتخصصة (كسر الحواجز التقليدية لمهنة المكتبات والمعلومات والتحول نحو مستقبل البيئة المهنية الرقمية، الإمارات). - فرع الخليج العربي. ٢٠١٣م. - ٣٠٧-٣٢٦.

- (16) Jacobson, T. B. (2011), "Facebook as a library tool: Perceived vs. actual use", College & Research Libraries, 72 (1): 79—90, available at: <http://crl.acrl.org/content/72/1/79.short>.
- (17) Mack, D. M., Behler, A., Roberts, B., and Rimland, E. (2007), "Reaching students with Facebook: data and best practices", Electronic Journal of Academic and Special Librarianship, 8 (2), available at: http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v08n02/mack_d01.html.
- (18) Dickson, A. and Holley, R. P. (2010), "Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns", New Library World, 111 (11/12): 468—479.
- (19) Andrea Dickson, Robert P. Holley, (2010) "Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns", New Library World, Vol. 111 Iss: 11/12, pp.468 – 479.
- (20) Witte, Ginna Gauntner (2014).Content Generation and Social Network Interaction within Academic Library Facebook Pages. Journal of Electronic Resources Librarianship, v26 n2 p89-100 2014
- عشر لجمعية المكتبات المتخصصة (كسر الحواجز التقليدية لمهنة المكتبات والمعلومات والتحول نحو مستقبل البيئة المهنية الرقمية). ص ٢٨٤-٢٥٥.
- (١١) مصدر سابق: الهادي والشياي (٢٠١٣).
- (١٢) عزة فاروق جوهري (٢٠١٣). التسويق الإلكتروني لخدمات المعلومات بالمكتبات الجامعية وإدارة المعرفة الواقع ومدى الاستفادة: دراسة تطبيقية لمكتبة جامعة الملك عبدالعزيز. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات. مج ٢٠، ع ٤٠. ص ٢٧٥ - ٢١٥.
- (١٣) مصدر سابق: الهادي والشياي (٢٠١٣).
- (14) Gerolimos, Michalis 2011. "Academic Libraries on Facebook: An Analysis of Users' Comments" Alexander Technological Educational Institute of Thessaloniki, Greece. mike@ionio.gr
- (15) Hendrix, D., Chiarella, D., Hasman, L. and Zafron, M. (2009), "Use of Facebook in academic health sciences libraries", Journal of the Medical Library Association, 97 (1): 44—47, available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2605034/>.

(22) Colburn, Selene; Haines, Laura (2012). Measuring Libraries' Use of YouTube as a Promotional Tool: An Exploratory Study and Proposed Best Practices. Journal of Web Librarianship, v6 n1 p5-31 2012.

(21) Chu, Samuel Kai-Wah; Du, Helen S. (2013). Social Networking Tools for Academic Libraries. Journal of Librarianship and Information Science, v45 n1 p64-75

المراجع

- ١- جوهري، عزة فاروق (٢٠١٣م). التسويق الإلكتروني لخدمات المعلومات بالمكتبات الجامعية وإدارة المعرفة الواقع ومدى الاستفادة: دراسة تطبيقية لمكتبة جامعة الملك عبدالعزيز_ الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات. مج ٢٠، ع ٤٠، ص ٢٧٥ - ٢١٥.
- ٢- الحسيني، محمد عبدالله؛ وعبدالرحمن، مهدي الطيب. (٢٠١٣م). دور اختصاصي المعلومات في التسويق الإلكتروني لخدمات المعلومات بمكتبة حصن الشموخ. وقائع المؤتمر التاسع عشر لجمعية المكتبات المتخصصة (كسر الحواجز التقليدية لمهنة المكتبات والمعلومات والتحول نحو مستقبل البيئة المهنية الرقمية)، ص ٢٨٤-٢٥٥.
- ٣- الحمود، عاطف محمد. (٢٠١٣م). تطبيقات الويب 2.0 في المكتبات الجامعية السعودية: دراسة ميدانية- إشراف محمد يوسف مراد- الرياض- ٢٣٢ص- رسالة ماجستير_ جامعة الملك سعود، كلية الآداب، قسم علم المعلومات.
- ٤- السلمي، عثمان بن عاطي. اتجاهات أخصائي المعلومات نحو استخدام تطبيقات الويب 2.0 في خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية بالملكة العربية السعودية- إشراف عبدالغفور عبدالفتاح قاري- جدة. (٢٠١٤). -٢٥٠ص- رسالة دكتوراة- جامعة الملك عبدالعزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم علم المعلومات.
- ٥- الهادي، نهاد بنت علي؛ والشياحي، عبدالله بن ناصر. (٢٠١٣). تحليل محتوى صفحات المكتبات الأكاديمية الخليجية على شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)_ وقائع المؤتمر التاسع عشر لجمعية المكتبات المتخصصة (كسر الحواجز التقليدية لمهنة المكتبات والمعلومات والتحول نحو مستقبل البيئة المهنية الرقمية، الإمارات) - فرع الخليج العربي- ص ٣٠٧-٣٢٦.

References

- 1- Aharony, Noa. " Twitter Use in Libraries: An Exploratory Analysis". Journal of Web Librarianship, v4, n4, p333-350, 2010.

- Practices. Journal of Web Librarianship, v6, n1, p5-31, 2012.
- 7- Dickson, A. and Holley, R. P. (2010), "Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns", New Library World, 111 (11/12): 468-479
- 8- Gerolimos, Michalis 2011. "Academic Libraries on Facebook: An Analysis of Users' Comments" Alexander Technological Educational Institute of Thessaloniki, Greece. mike@ionio.gr
- 9- Hendrix, D., Chiarella, D., Hasman, L. and Zafron, M. (2009), "Use of Facebook in academic health sciences libraries", Journal of the Medical Library Association, 97 (1): 44—47, available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2605034>
- 10- Jacobson, T. B. (2011), "Facebook as a library tool: Perceived vs. actual use", College & Research Libraries, 72 (1): 79—90, available at: <http://crl.acrl.org/content/72/1/79.short>
- 11- Lwoga, Edda Tandi; "Integrating Web 2.0 into an academic library in
- 2- Alkindi, Salim Said & Al-Suqri, Mohammed Nasser. 2013. "Social Networking Sites as Marketing and Outreach Tools of Library and Information Services." Global Journal of Human Social Science Arts, Humanities & Psychology. Volume 13 Issue 2 Version 1.0.
- 3- Andrea Dickson, Robert P. Holley, (2010) "Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns", New Library World, Vol. 111 Iss: 11/12, pp.468 – 479
- 4- Bosque, Darcy Del; Leif, Sam A.; Skarl, Susie. " Libraries atwitter: trends in academic library tweeting" Reference Services Review. 2012, Vol. 40 Issue 2, p199-213. 15p.
- 5- Chu, Samuel Kai-Wah; Du, Helen S. (2013). Social Networking Tools for Academic Libraries. Journal of Librarianship and Information Science, v45, n1, p64-75
- 6- Colburn, Selene; Haines, Laura (2012). Measuring Libraries' Use of YouTube as a Promotional Tool: An Exploratory Study and Proposed Best

http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v08n02/mack_d01.html

- 13- Witte, Ginna Gauntner (2014). Content Generation and Social Network Interaction within Academic Library Facebook Pages Journal of Electronic Resources Librarianship, v26 n2 p89-100 2014.

Tanzania". Electronic Library, 2014; 32 (2): 183-202

- 12- Mack, D. M., Behler, A., Roberts, B., and Rimland, E. (2007), "Reaching students with Facebook: data and best practices", Electronic Journal of Academic and Special Librarianship, 8 (2), available at:

