

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في خدمات المكتبات ومراكز المعلومات

تجربة مكتبة الملك فهد الوطنية

فيصل بن عبدالعزيز التميمي ❖

تمهيد:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف إلى واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات والمعلومات عن طريق تقديم تجربة مكتبة الملك فهد الوطنية في هذا المجال. ويتمحور هدف الدراسة حول تحديد أي وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها مكتبة الملك فهد الوطنية لخدمة مستخدميها وما إيجابيات وسلبيات استخدام هذه الوسائل في تقديم خدمات معلوماتية لمجتمع المستخدمين، باستقصاء آراء عينة من موظفي المكتبة عن طريق توظيف المنهج الوصفي التحليلي. وقد انتهت الدراسة إلى جملة من النتائج والتوصيات التي من شأنها الارتقاء بمستوى تقديم الخدمات المعلوماتية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

المقدمة:

خدماتها في مجتمع مستخدمي هذه التطبيقات. وقد قدم كل من Mahmood و chardsonRi الويب ٢,٠ وشبكات التواصل الاجتماعي إلى الويب ٢,٠ تعريفاً لمصطلح تطبيقات الويب ٢,٠ بأنها تلك التطبيقات التي تسهل عملية تبادل المعلومات، وتعتمد بتصميمها على المستخدم وتتيح التعاون على الشبكة العنكبوتية. أدى الانتشار الواسع لاستخدام تطبيقات الويب ٢,٠ وشبكات التواصل الاجتماعي إلى ظهور نوع جديد من التحديات التي تواجه المكتبات ومراكز المعلومات والتي تتمثل في تحديد الطريقة التي تستخدمها المكتبة لتسويق

❖ قسم علم المعلومات، كلية الآداب - جامعة الملك سعود.

وهذه المواقع تتيح لمستخدميها الحرية في التعامل والتعاون بعضهم مع بعض في الحوار الاجتماعي كصانعين للمعلومة في بيئة رقمية افتراضية على العكس من المواقع الأخرى على الشبكة العنكبوتية، حيث لا تتاح الفرصة للمستخدمين سوى تصفح الموقع المعد مسبقاً من قبل أشخاص أو هيئات أخرى.

بات من المعروف أن هناك عدداً من تطبيقات الويب ٢,٠ وشبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدم من قبل ملايين الأفراد حول العالم كوسيلة للتواصل وتبادل المعارف، ومنها Facebook -Twitter -Youtube -Wikipedia وبعض المواقع الأخرى التي تتيح لمستخدميها حرية التواصل والتفاعل فيما بينهم. أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي سمة من سمات العصر، حيث أظهر موقع Statista.com والمتخصص في إجراء الإحصاءات على شبكة الإنترنت بأن عدد المستخدمين لهذه الشبكات في عام ٢٠١٥ قارب الملياري شخص حول العالم، ومن المتوقع أن يصل هذا الرقم إلى ثلاثة مليارات شخص بحلول عام ٢٠١٨م. تقدم شبكات التواصل الاجتماعي فرصاً أكبر للفرد للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، حيث بلغ

عدد المستخدمين النشطين في Facebook حوالي مليار مستخدم، ويأتي بعده Twitter بحوالي ٢٨٨ مليون مستخدم، وحوالي ٢٤٠ مليون صفحة على موقع ويكيبيديا، وما يزيد عن ٣ مليارات ساعة على Youtube. وبما أنه من المسلّم به أن من أهم أدوار المكتبة هو إيصال المعلومات وتسويقها لدى المستخدمين، فإنها تتشارك مع شبكات التواصل الاجتماعي في ذات الهدف، مما يجعل الربط بينهما لتقديم خدمة معلوماتية متميزة أمراً لا بد منه.

وبما أن المكتبات والمكتبيين كانوا سابقين لتبني أي وسيلة جديدة تتيح إيصال المعلومات للمستخدمين (Dickson & Holley, 2010) فإنهم كانوا من أوائل المرشحين باستخدام تطبيقات الويب ٢,٠ في تقديم خدمات للمستخدمين، مما حدا ببعضهم إطلاق مسمى المكتبة ٢,٠ أو ما يعرف باللغة الإنجليزية Library ٢,٠ كما أسماها Casey (٢٠٠٥)، حيث اشتملت على فلسفة جديدة للخدمة المكتبية، حيث يعتقد Casey و Savasinuk (٢٠٠٦) بأن محور اهتمام المكتبة ٢,٠ يقوم على أن التغيير في المكتبة وخدماتها هو للمستخدم مسؤولية، حيث إنه يُشجع

الدولي المعياري للدوريات (ردمد) في المملكة، وهو ما يعطي المكتبة بعداً مهماً يميزها عن المكتبات السعودية الأخرى. كما تصدر المكتبة الكشاف الوطني للدوريات السعودية وذلك من أجل ضبط الدوريات السعودية وتحليلها، مما يساعد الباحثين على الوصول إلى مصادر المعلومات بيسر وسهولة. وتضم المكتبة أقساماً إدارية متعددة تشمل الفهرسة والتصنيف، والدوريات، والمراجع وغيرها من أجل خدمة الباحثين.

نص النظام الأساسي لمكتبة الملك فهد الوطنية على أن يكون لها مجلس أمناء يتكون من رئيس للمجلس وخمسة أعضاء ممن لهم اهتمام بشؤون المكتبات يتم اختيارهم بأمر ملكي، وتكون مدة عضويتهم ثلاث سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة فقط، كما يضم هذا المجلس أمين المكتبة كعضو. كما تضم المكتبة عدداً كبيراً من المهنيين المتخصصين في علم المكتبات والمعلومات يبلغ عددهم ٣٢٣ موظفاً حسب التقرير السنوي للمكتبة عام ١٤٣٣هـ، ويوجد في المكتبة قسم للخدمات النسائية يقدم الخدمات المكتبية والمرجعية للباحثات. كما حرصت إدارة المكتبة من خلال إدارة

باستمرار من أجل التغيير الهادف والبناء لخلق الخدمات الافتراضية التي تلائم احتياجاته وتكون هذه العملية مدعومة بعملية تقويم مستمرة، من أجل الوصول إلى مستخدمين جدد من خلال العملية المستمرة للخدمات المقدمة.

١- مكتبة الملك فهد الوطنية:

أنشئت مكتبة الملك فهد الوطنية في عام ١٤٠٢ هـ بناء على رغبة أهالي مدينة الرياض في التعبير عن تقديرهم لخادم الحرمين الشريفين الملك فهد بن عبدالعزيز، رحمه الله، بمناسبة توليه مقاليد الحكم، وهي مرتبطة إدارياً بديوان رئاسة مجلس الوزراء. وينص نظامها على مسؤوليتها عن اقتناء الإنتاج الفكري وضبطه وتوثيقه، سواء فيما يتعلق بما ينشر من أوعية مصادر المعلومات المنشورة داخل المملكة أو خارجها. كما تأخذ على عاتقها مسؤولية إصدار البليوجرافية الوطنية وتقديم الخدمات المرجعية للباحثين والهيئات الحكومية والخاصة، وكذلك إقامة وتنظيم معارض الكتب والندوات. كما تضطلع المكتبة بمسؤولية اقتراح الأنظمة الخاصة بالتسجيل والإيداع النظامي وحماية حقوق الملكية الفكرية، وإصدار الرقم الدولي المعياري للكتب (ردمك)، والرقم

• التعرف إلى آراء موظفي مكتبة الملك فهد الوطنية حول إيجابيات وسلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات للمستفيدين.

٤- أهمية الدراسة:

تأتي هذه الدراسة في خضم عالم يتسم بالسرعة في نقل المعلومات من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والذي أثرت بشكل كبير في خدمات المكتبة وعلى الطريقة التي يتم بها تقديم المعلومات للمستفيدين. هناك عدد من المكتبات حول العالم على اختلاف أنواعها استفادت من وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم خدماتها، واستشعر بعضها إيجابيات هذا الاستخدام وسلبياته، لكن حتى الآن - وحسب علم الباحث - لا توجد دراسات مستفيضة حول مدى تأثير استخدام هذه الوسائل على المكتبات وخدماتها لا سيما المكتبات العربية. ومن أجل تدعيم وتعزيز استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في خدمة مستخدمي المكتبة، برزت الحاجة إلى دراسة آراء موظفي المكتبة سواءً كانت إيجابية أو سلبية، حول مدى الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم خدمات معلوماتية ذات مستوى عالٍ ترضي جمهور المستفيدين.

التخطيط والتطوير على إتاحة الفرصة لموظفي المكتبة للتدريب والابتعاث الداخلي والخارجي مما ينعكس إيجاباً على كفاءة الموظفين وتمية مهاراتهم وخبراتهم وبالتالي الارتقاء بخدمات المكتبة.

٢- أسئلة الدراسة:

تهدف هذا الدراسة إلى الإجابة على السؤالين التاليين:

- ما وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها مكتبة الملك فهد الوطنية لتقديم خدماتها للمستفيدين؟
- ما الإيجابيات والسلبيات التي يراها موظفو مكتبة الملك فهد الوطنية مرتبطة باستخدام المكتبة لتلك الوسائل؟

٣- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى مدى استخدام مكتبة الملك فهد الوطنية لوسائل التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات لمجتمع المستفيدين وما لذلك من إيجابيات وسلبيات من وجهة نظر موظفي المكتبة، وعليه صيغ الهدفان التاليان:

- التعرف إلى وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل مكتبة الملك فهد الوطنية في تقديم خدماتها للمستفيدين.

٥- حدود الدراسة:

اتخذت الدراسة من الحدود التالية إطاراً ضابطاً لها:

- الحد الموضوعي: التعرف إلى وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل مكتبة الملك فهد الوطنية لتقديم خدماتها للمستفيدين وإيجابيات وسلبيات استخدام هذه الوسائل من وجهة نظر الموظفين.
- الحد الزمني: جمعت البيانات المتعلقة بهذه الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ١٤٣٥-١٤٣٦هـ.

٦- منهجية الدراسة:**٦/١ - منهج الدراسة:**

في هذه الدراسة، استخدم المنهج الوصفي التحليلي من أجل تحديد ماهية وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها مكتبة الملك فهد الوطنية في تقديم خدماتها وما لذلك الاستخدام من إيجابيات وسلبيات من وجهة نظر موظفي المكتبة.

٦/٢- الإجراءات البحثية:

طور الباحث أداة البحث وهي استبانة بناء على مراجعة شاملة للأدبيات حول موضوع

الدراسة، وتتكون هذه الاستبانة من سؤال رئيس يطلب من أفراد عينة الدراسة تحديد أي وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المكتبة، فيما احتوت بقية الاستبانة على ٣٦ عبارة مقسمة كالتالي:

- إيجابيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: ١٧ عبارة.
- سلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: ١٩ عبارة.

أرسل الباحث أداة البحث (الاستبانة) لموظفي مكتبة الملك فهد الوطنية، وقد بلغ عددهم ٣٢٣ فرداً، فيما وصل عدد الاستبانات الصالحة للإدخال والتحليل إلى ١٧٤ استبانة بنسبة مشاركة تجاوزت ٥٤٪ فيما استبعد عدد ٥ استبانات غير صالحة للتحليل.

ومن أجل التأكد من مدى صدق الأداة المستخدمة في هذه الدراسة ومدى وضوح فقراتها ودقة عباراتها، عرضها الباحث على ثلاثة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس: واحد في قسم علم المعلومات في جامعة الملك سعود واثنان في قسم دراسات المعلومات في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. وقد أبدى هؤلاء المحكمون رضاهم عن أداة

موافق، ٣: محايد، ٤: موافق، ٥: موافق بشدة) ومن ثم تحديد طول الفترة بحساب المدى (٥ - ١ = ٤)، وقسمة الناتج على فترات مقياس ليكرت الخماسي من أجل الحصول على طول الفترة (٤/٥ = ٠,٨٠) وإضافة هذا الناتج من أجل حساب الفترة ابتداء من الرقم الأقل قيمة في مقياس ليكرت وهو واحد صحيح كما هو موضح في الجدول رقم (٢). كما استخدم الباحث أيضاً حساب الانحراف المعياري من أجل تقديم صورة أوضح لقيمة المتوسطات الحسابية من خلال تحديد مدى انحراف استجابات أفراد العينة عن متوسطها الحسابي، فكلما اقتربت قيمة الانحراف المعياري من الصفر دل ذلك على انخفاض تشتتها (النجم وآخرون، ٢٠٠٩م).

وقد اعتمد الباحث على برنامج SPSS الإصدار ٢٢ لتحليل البيانات إحصائياً واستخراج العلاقة بين المتغيرات. وقد تحددت العينة المستهدفة في هذه الدراسة بموظفي مكتبة الملك فهد الوطنية، لأنهم قد يكونون أكثر الفئات قدرة على قياس مدى تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الخدمة المقدمة للمستفيدين.

البحث المقترحة. أما فيما يتعلق بقياس الثبات فقد استخدم الباحث معامل كرونباخ ألفا للوصول إلى معامل الثبات الكلي لأداة البحث من أجل التأكد من أن أداة البحث صالحة في حال استخدامها مرة أخرى (Sum وآخرون، ٢٠٠٧). يوضح جدول رقم ١ قيم معامل الثبات الداخلي لكل بعد في أداة البحث ويظهر جلياً أن قيمة معامل كرونباخ ألفا يقع في النطاق الموصى به والواقع بين ٠,٧٠ و ١,٠٠ (سن وآخرون، ٢٠٠٧).

الجدول رقم (١) معامل كرونباخ ألفا

البعد	كرونباخ ألفا
الإيجابيات	٠,٨٠١
السلبيات	٠,٩٣٠

أما فيما يتعلق بالبيانات الديموجرافية، تمت المعالجة الإحصائية عن طريق استخدام الإحصاء الوصفي، الذي يركز على حساب التكرارات والنسب المئوية. أما فيما يتعلق بمحاور الدراسة، استخدم الباحث المتوسطات الحسابية لمعرفة مدى ارتفاع استجابات المشاركين أو انخفاضها لكل عبارة من عبارات أداة البحث عن طريق مقياس ليكرت الخماسي (١: غير موافق بشدة، ٢: غير

الجدول رقم (٢) المعالجة الإحصائية

الفترة	١-١,٨٠	١,٨١-٢,٦٠	٢,٦١-٣,٤٠	٣,٤١-٤,٢٠	٤,٢١-٥,٠٠
التصنيف	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الوزن	١	٢	٣	٤	٥

٧- مواقع التواصل الاجتماعي:

الشبكة العنكبوتية العالمية بشكل كامل. ويعتقد Despande و Jadad (٢٠٠٥) بأن الويب ٢,٠ هي النسخة الثانية من الشبكة العنكبوتية العالمية (WWW)، التي تمكن الأفراد من نشر الخبرات وتبادلها فيما بينهم كصانعين للمحتوى في المجتمع الافتراضي. كما ينبغي التأكيد على أن تطبيقات الويب ٢,٠ تتيح لمستخدمي شبكة الإنترنت التفاعل المباشر وهو ما لم تقدمه الويب ١,٠ حيث إن الويب ١,٠ هي مواقع ومصادر جامدة لا تتيح للمستخدمين المشاركة في خلق المعرفة وتناقلها والتواصل فيما بينهم. كما يمكن اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي كأحد منتجات الويب ٢,٠ والتي تشمل على سبيل المثال لا الحصر Facebook و Twitter و Youtube و Plus Google و MySpace وغيرها من المواقع العامة كالموسوعات الحرة المجانية مثل ويكيبيديا Wikipedia. هذه التطبيقات تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل المباشر

إن أول ظهور لمفهوم الويب ٢,٠ كان في عام ١٩٩٩م في مقال لخبيرة تصميم المعلومات الإلكترونية تدعى DiNucci Darcy والتي ذكرت بأن الويب في نهاية التسعينات تحمل في طياتها أولى دلائل ظهور الويب ٢,٠ والتي ستتيح للأفراد التواصل فيما بينهم عن طريق أجهزة الحاسب الآلي أو الهاتف الخليوي أو أي وسيلة من وسائل الاتصال. أصبح مصطلح تطبيقات الويب ٢,٠ شائعاً بعد انعقاد مؤتمر O'Web Media Reilly ٢,٠ في عام ٢٠٠٤، ومن الملاحظ أن هذا المصطلح يقدم إصداراً جديداً من الشبكة العنكبوتية العالمية يعتمد على التغيير في طريقة تعامل مصممي البرامج والمواقع وكذلك المستخدمين في توظيف الشبكة العنكبوتية (Abram, 2008).

قدم O'Reilly (٢٠٠٥) تعريفه للويب ٢,٠، على أنها خدمات ذاتية يقوم بها مستخدمو الإنترنت من أجل الوصول إلى محتويات

على التغريدات أو إعادة نشرها أو تفضيلها. يستخدم Twitter في تبادل الآراء والاطلاع على آخر الأخبار أو تتبع أفراد يتشاركون الاهتمامات نفسها بشكل مجاني، حيث يعد من أسرع الوسائل في تناقل الأخبار. وبحسب آخر إحصائية من شركة Twitter، فقد بلغ عدد مستخدميه حول العالم في عام ٢٠١٤ حوالي ٢٨٨ مليون مستخدم نشط يرسلون أكثر من ٥٠٠ مليون تغريدة في اليوم الواحد. أما موقع Facebook، فقد أنشأه Mark bergZucker في عام ٢٠٠٤م؛ من أجل خلق بيئة افتراضية تتيح له ولزملائه في الدراسة الجامعية في جامعة هارفارد الأمريكية التواصل فيما بينهم. ومع مرور الوقت، توسع Facebook، حيث أصبح بإمكان أي شخص التسجيل في هذا الموقع المجاني حتى أصبح ذا شهرة عالمية واسعة بعدد مستخدمين نشطين بلغ أكثر من مليار مستخدم حسب إحصائية الشركة في نهاية عام ٢٠١٤. يتيح موقع Facebook لمستخدميه طلب الصداقة من مستخدمين آخرين وكذلك مشاركة المعلومات بأنواعها المختلفة سواءً كانت نصوصاً أو صوراً أو ملفات للفيديو.

فيما بينهم وعقد صداقات لأشخاص يتشاركون الاهتمامات نفسها من أجل تبادل المعلومات متجاوزين الحدود الجغرافية الفاصلة بينهم. هذه التطبيقات تقدم خدماتها مجاناً عدا تطبيق Flickr والخاص برفع الصور، حيث يتطلب اشتراكاً يدفعه المستخدم. كما يمكن تقسيم وسائل التواصل الاجتماعي حسب المحتوى، حيث يعتمد Youtube على ملفات الفيديو فيما تعتمد كل من Facebook، Twitter، MySpace، Google Plus على الجمع بين النصوص والصور والفيديو. تستخدم هذه الوسائل في تناقل المعلومات بين المستفيدين لأغراض الترفيه، وكذلك البحث العلمي والتعليم الإلكتروني وإنشاء صفحات خاصة بالأفراد تستخدم لأغراض التعارف وبناء الصداقات.

يعد موقع Twitter من أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، وهو يقوم على مبدأ إتاحة الفرصة لمستخدمي الخدمة بإنشاء صفحات خاصة بهم وكتابة ما يرغبون بكتابته في حدود ١٤٠ حرفاً، وهو ما يعرف بالتغريدة أو (Tweet)، ويمكن للمتابعين الرد

مصممي البرامج بأنه إصدار جديد من برنامج صدر مسبقاً لكن الويب لا يوجد لها إصدار جديد (Lovink, 2012). أما على الصعيد الاجتماعي، فيعتقد (Enek, 2007) بأن الويب ٢,٠ فتحت المجال لتداول محتويات قد تكون غير لائقة أو عنصرية أو نشر معلومات خاطئة أو سرية، مما قد يضلل المستخدمين الآخرين ويفقد ثقتهم في ما تقدمه تطبيقات الويب من معلومات. وعلى الصعيد الاقتصادي، فيعتقد Terranova (2000) بأن الشركات والمواقع التي تقدم خدماتها عبر الويب ٢,٠ تستغل مستخدميها كموظفين بلا أجور، كما أنها عززت مبدأ الوصاية الحكومية على تصرفات المواطنين ومراقبة ما يكتبه المستخدمون عبر تطبيقات الويب ٢,٠، وهو ما يتنافى مع مبدأ حرية الرأي والتعبير.

أما فيما يتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات ومراكز المعلومات، فإن من الطبيعي ومن خلال سعي المكتبة إلى توسيع نطاق خدماتها، فإنها تقوم بتوظيف آخر ما توصلت إليه تقنية المعلومات والاتصالات من أجل تسويق خدماتها في محاولة منها لجذب مستخدمي جدد والارتقاء بمستوى الخدمات. ففي الولايات المتحدة على سبيل المثال، تعمل

أما موقع Youtube، فقد أنشئ عام ٢٠٠٤ لتقديم خدمة مشاركة ملفات الفيديو فقط وبشكل مجاني. يعد موقع Youtube ثورة في عالم التقنية حيث يمكن لكل مستخدم إنشاء قناة خاصة به تمكنه من رفع ملفات الفيديو على اختلاف أنواعها وتعدد البرامج الحاسوبية التي تشغلها، ويمكن مشاركة ملفات ومقاطع الفيديو مع مستخدمين آخرين عن طريق نسخ الرابط وإرساله عبر البريد الإلكتروني أو أحد وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى. يعد Youtube من أكثر وسائل التواصل الاجتماعي انتشاراً وتوسعاً، فبحسب إحصائية الشركة، بلغ عدد مستخدميه بنهاية عام ٢٠١٤ أكثر من مليار مستخدم يضيفون يومياً ما يزيد عن ٣٠٠ ساعة من مقاطع الفيديو.

الجدير بالذكر أن تطبيقات الويب ٢,٠ نالها كثير من النقد، حيث يعتقد بعض أن الويب ٢,٠ ليس إصداراً جديداً من الويب ١,٠ بل هي امتداد لها، حيث إنها تستخدم التقنيات والمفاهيم نفسها (Anderson, 2012). لكن أهم نقد وجه للويب ٢,٠ هو أن هذا المصطلح قد يكون غير واضح لكثير من الناس، حيث يعني استخدام الرمز ٢,٠ لدى

٨/١- الدراسات العربية:

- دراسة أماني محمد مجاهد (٢٠١٠م) استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة:

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة بعض الشبكات الاجتماعية ومدى استخدامها من قبل المكتبات لقياس مدى فاعلية تلك الشبكات في تقديم خدمة مكتبية متطورة عن طريق استخدام المنهج المسحي الميداني وإعداد قائمة مراجعة لحصر الخدمات التي تقدمها المكتبات عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد خلصت الدراسة إلى أن وجود المكتبات قيد الدراسة عبر وسائل التواصل الاجتماعي كانت بشكل فردي وجماعي ورسمي، وقد أوصت الباحثة استغلال هذه الشبكات في تقديم خدمات معلوماتية حديثة ومتطورة. وكذلك دعت الباحثة إلى دراسة المستفيدين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمعرفة اهتماماتهم واتجاهاتهم من أجل وضع الخطط الكفيلة بتلبية احتياجاتهم، وكذلك إلى تطوير مواقع الشبكات العربية وتدعيم وجودها في وسائل التواصل الاجتماعي من أجل الوصول إلى شرائح متعددة من المستفيدين.

المكتبات على اختلاف أنواعها وبشكل حثيث على استخدام تطبيقات الويب ٢.٠ ووسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع المستفيدين من أجل إتاحة خدماتها لهم (جمعية المكتبات الأمريكية، ٢٠١٢)، وهذا يشمل نشر أخبار المكتبة، وإشعار المستفيدين بالفعاليات المقامة أو المزمع إقامتها، كما أنها تقدم خدمات الإحاطة الجارية والبعث الانتقائي للمعلومات عبر هذه الوسائل. من الملاحظ أن وسائل التواصل الاجتماعي قد ساهمت في ردم الهوة بين المكتبات ومستخدميها عبر كسر جميع الحواجز التي قد تعوق استفادة المستفيدين من خدمات المكتبة. وبذلك أصبح المكتبة بخدماتها متاحة أمام المستفيد بشكل دائم، مما يعزز العلاقة بين المكتبة والمستفيدين، وهو ما تطمح إليه المكتبة كمؤسسة خدمية تقدم خدماتها للجمهور بدون استثناء.

٨- الدراسات السابقة:

تعرض في هذا الجزء من الدراسة الدراسات العربية والأجنبية التي تناقش استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات المعلوماتية في المكتبات ومراكز المعلومات.

الباحثة القائمين على المكتبات الجامعية السعودية إلى إيلاء صفحات تلك المكتبات على موقع Facebook مزيداً من الاهتمام من أجل تحسين جودة الخدمة وكذلك التسويق الجيد لتلك الخدمات.

• دراسة أمينة عادل سليمان وهبة محمد خليفة (٢٠٠٩) الشبكات الإجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة: دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيسبوك:

هدفت هذه الدراسة إلى حصر ورصد أشكال التواجد المكتبي على الفيسبوك وكذلك تشخيص الخدمات والأنشطة التي تقدمها مجموعات المكتبات لأعضائها والمستفيدين منها من خلال توظيف المنهج المسحي على عدد من مواقع المكتبات المصرية على موقع الفيسبوك. وقد خلصت الدراسة إلى أن موقع الفيسبوك يشكل قناة جديدة تربط المكتبات بمستفيديها إلا أن تلك المكتبات لم تحقق الاستفادة الكاملة من إمكانيات موقع الفيسبوك المتعددة. كما خلصت الدراسة إلى أن مجموعات المكتبات على الفيسبوك تتسم بعدم الثبات، حيث يتغير اسمها أو الشخص المسؤول عنها ووسائل اتصالها مما يفقدها

• دراسة هنادي البلوشي (٢٠١٢) خدمات المكتبات السعودية المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك Facebook:

ركزت هذه الدراسة على التعرف إلى أي مدى تستخدم المكتبات الجامعية السعودية موقع kFaceboo وطريقة تقديمها لخدماتها من خلاله وذلك عن طريق توظيف المنهج المسحي على جميع المكتبات الجامعية السعودية والتي تمتلك صفحات خاصة بها عبر هذا الموقع. وقد انتهت الباحثة إلى أن خمساً من المكتبات قيد الدراسة أضافت معلومات عن موقعها الجغرافي، وانفردت واحدة منها بتقديم أوقات العمل، فيما انفردت مكتبة واحدة فقط بتقديم الخدمة المرجعية عبر صفحتها على موقع Facebook. أما فيما يتعلق بتعليقات المستفيدين، فقد وجدت الباحثة أن المستفيدين يفضلون اختيار خيار "أعجبني أو Like" عوضاً عن التعليق تعبيراً عن رضاهم عن الخدمات المقدمة من تلك المكتبة. وكذلك خلصت الدراسة إلى أن ستاً من المكتبات قيد الدراسة تستخدم اللغة العربية، فيما وصل عدد مشترك كل تلك المكتبات إلى ٩٦٠ مشتركاً هو أقل من من مشترك نظيراتها في الولايات المتحدة الأمريكية. وقد دعت

وأوروبا. وأظهرت النتائج بأن ٧١٪ من المكتبات تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي فيما ٢٩٪ منها لم توجد لديها الخطط لاستخدام تلك الوسائل. كما وجدت الدراسة بأن Facebook و Twitter كانت من أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في تقديم الخدمات المعلوماتية. وقد ختمت الدراسة بالدعوة إلى استخدام وسائل تواصل إجتماعي أخرى، وكذلك دراسة مكتبات أخرى على اختلاف أنواعها من أجل التحقق من مدى استخدامها لوسائل التواصل الاجتماعي.

- **Dickson, A. & Holley, R. (2010) Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns:**

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في عدد من المكتبات الجامعية الأمريكية عن طريق استطلاع آراء عينة من طلاب المرحلة الجامعية الأولى. وقد انتهت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة فعالة ومفيدة للطلاب للتواصل مع مكتبتهم الجامعية إذا قدمت المكتبة لهم ضمانات بحفظ خصوصياتهم وتقديم خدمات معلوماتية

هويتها الخاصة وملاحظها التي تميزها عن غيرها، وهذه السلبيات قد تحدّ من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط لنقل المعلومات وخدمة المستفيدين. وقد أوصت الدراسة بإجراء مزيد من الدراسات النظرية والميدانية عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومدى الاستفادة منها في تقديم خدمات معلوماتية متميزة، وأيضاً تشجيع المكتبيين على استخدام هذه الوسائل لتبادل المعرفة والعمل على إقامة ورش عمل ودورات تدريبية لتنمية مهارات هؤلاء المكتبيين لمواكبة كل ما هو جديد. وقد ختمت الباحثتان دراستهما بالدعوة إلى توفير الإمكانيات المادية كافة من أجل مساعدة المكتبيين على التعامل مع هذا النوع من تقنية المعلومات.

٨/٢- الدراسات الأجنبية؛

- **Chu, S. and Du, H. (2012) Social networking tools for academic libraries:**

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى استخدام المكتبات الجامعية لوسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك التعرف إلى انطباع العاملين في المكتبات نحو استخدام هذه الوسائل عن طريق استطلاع آراء موظفي ١٤٠ مكتبة جامعية في آسيا وأمريكا الشمالية

لتطبيقات الويب ٢,٠ وكذلك تحديد أي هذا التطبيقات يتم استخدامها في تلك المكتبات عن طريق تحليل محتوى مواقع الإنترنت التابعة لأفضل ٣٠ مكتبة جامعية صينية. وقد انتهى الباحثون إلى أن ثلثي المكتبات قيد الدراسة تستخدم على الأقل واحد أو أكثر من تطبيقات الويب ٢,٠، وحوالي ٣ مكتبات فقط استخدمت أكثر من أربع تطبيقات من تطبيقات الويب ٢,٠، فيما احتل الفيسبوك الصدارة كأكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً فيما حل موقع Wikipedia أخيراً. وقد ختمت الدراسة بدعوة المكتبات الصينية إلى التوسع في استخدام تطبيقات الويب ٢,٠، حيث إن استخدامها كان أقل من نظيراتها في العالم المتقدم.

ويظهر من مراجعة الأدبيات السابقة تركيزها على وسيلة واحدة من وسائل التواصل الاجتماعي وهي Facebook؛ لانتشاره واستخدامات المتعددة من قبل المكتبات والمستفيدين على حد سواء، مع محدودية دراسة وسائل أخرى مثل Twitter و Youtube وغيرها وهو ما دفع الباحث لدراسته. بالإضافة إلى ذلك، غياب الدراسات البحثية المتعلقة بتحديد إيجابيات وسلبيات استخدام

تغطي جميع التخصصات العلمية التي يدرس بها هؤلاء الطلاب.

- Mahmood, K. & Richardson, J. (2013) Impact of Web 2.0 technologies on academic libraries: A survey of ARL libraries.

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على خدمات المكتبات الأكاديمية، من خلال استطلاع آراء المكتبيين العاملين في ٧٦ مكتبة من أعضاء جمعية المكتبات البحثية (ARL) Association of Research Librarians. وقد انتهت الدراسة إلى أن هناك كثيراً من المكتبات تستخدم بعض وسائل التواصل الاجتماعي مثل Twitter و Facebook، وأن ميزات هذه الوسائل تفوق سلبياتها. وقد ختم الباحثان الدراسة بالدعوة إلى التوسع في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من أجل توسيع نطاق خدمة المكتبات والبحث عن مستفيدين جدد.

- Si, L.; Shi, R and Chen, B. (2011). An investigation and analysis of the application of Web 2.0 in Chinese university libraries:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى مدى استخدام المكتبات الجامعية الصينية

يقدم الجزء الثاني تحليلاً إحصائياً لأسئلة أداة البحث وهي: تحديد أنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها مكتبة الملك فهد الوطنية في تقديم خدماتها لجمهور المستفيدين، وإيجابيات وسلبيات استخدام هذه الوسائل.

٩/١ - الخصائص الديموغرافية لأفراد

عينة الدراسة:

٩/١/١ - المسميات الوظيفية:

جدول رقم (٣) المسميات الوظيفية

النسبة	التكرار	المسمى الوظيفي
٤٣,٧	٧٦	أمين مكتبة
٢٩,٩	٥٢	مفهرس
٢٦,٤	٤٦	أخرى
١٠٠%	١٧٤	المجموع

يظهر الجدول رقم (٣) المسميات الوظيفية الخاصة بأفراد عينة الدراسة، حيث بلغ عدد من يحمل مسمى أمين مكتبة ٧٦ مشاركاً بنسبة تجاوزت ٤٣٪، ومن يحمل مسمى مفهرس ٥٢ مشاركاً بنسبة قاربت ٣٠٪. هذه النسب المئوية تعكس اهتمام مكتبة الملك فهد الوطنية بتدعيم القوى العاملة بها من اختصاصيي المكتبات والمعلومات وهو ما من شأنه الارتقاء بمستوى الخدمة المقدمة

المكتبات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي - على حد علم الباحث - وهو الهدف الرئيس لهذه الدراسة وما يميزها عن غيرها. كما تتفق الدراسة الحالية مع دراسة Chu و Du (٢٠١٢) و دراسة Mahmood و Richardson (٢٠١٣) في التركيز على استطلاع آراء موظفي المكتبات حول إيجابيات وسلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات ومراكز المعلومات. وفي المقابل، تنفرد هذه الدراسة بتركيزها على انطباق الموظفين حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الخدمة المعلوماتية التي تقدمها المكتبات السعودية. كما يتضح أيضاً تركيز الدراسات السابقة على المكتبات الجامعية بشكل كبير واغفال الأنواع الأخرى من المكتبات مثل المكتبات الوطنية، وهو ما تسعى إليه الدراسة الحالية من خلال محاولتها ملء هذه الفجوة.

٩- عرض النتائج وتحليلها:

نعرض في الجزأين التاليين النتائج التي توصلت إليها الدراسة مع تحليلها، حيث يقدم الجزء الأول وصفاً ديموغرافياً لأفراد عينة الدراسة والتي تشمل العمر، والمسمى الوظيفي، والتخصص والمؤهل العلمي، فيما

٢١٪ وبتعداد بلغ ٣٨ فرداً. ومن الملاحظ من الجدول السابق أن التوزيع العمري لأفراد عينة الدراسة متقارب فيما بين الفئتين العمريتين ٣١-٤٠ سنة و ٤١-٥٠ سنة، مما يمكن تفسيره بامتلاك المكتبة قوى عاملة لديها رصيد طويل من الخبرة في العمل في مجال المكتبات والمعلومات.

٩/١/٣- التخصص:

الجدول رقم (٥) التخصص

التخصص	التكرار	النسبة
مكتبات ومعلومات	١٢٤	٧١,٢
ثانوية عامة	٢٥	١٤,٤
حاسب آلي	١٧	٩,٨
لغة عربية	٥	٢,٩
تاريخ	٣	١,٧
المجموع	١٧٤	١٠٠٪

يشير الجدول رقم (٥) بأن غالبية أفراد عينة الدراسة يحملون مؤهلاً علمياً في تخصص المكتبات والمعلومات بتكرار بلغ ١٢٤ فرداً يشكلون أكثر من ٧١٪ من أفراد عينة الدراسة، وهو بلا شك يؤكد سعي مكتبة الملك فهد الوطنية لاستقطاب المتخصصين في هذا المجال مما ينعكس إيجاباً على مستوى الخدمة المقدمة للجمهور. أما فيما يتعلق بالتخصصات الأخرى، فيظهر الجدول

للمستفيدين. أما نسبة المشاركين في هذه الدراسة ممن يعملون في المكتبة تحت مسميات وظيفية من خارج تخصص المكتبات والمعلومات فقد تجاوزت ٢٦٪ وعدددهم ٤٦ مشاركاً يقومون بأعباء وظيفية مساندة للمكتبيين والمفهرسين ويعملون في مختلف أقسام المكتبة.

٩/١/٢- العمر:

الجدول رقم (٤) العمر

الفئة العمرية	التكرار	النسبة
أقل من ٣٠ سنة	٢٧	١٥,٥
٣١ - ٤٠	٥٨	٣٣,٣
٤١ - ٥٠	٥١	٢٩,٤
أكثر من ٥٠ سنة	٣٨	٢١,٨
المجموع	١٧٤	١٠٠٪

يظهر الجدول رقم (٤) تقسيماً لأفراد عينة الدراسة وفقاً للفئة العمرية، حيث بلغ عدد المشاركين في هذه الدراسة ممن تبلغ أعمارهم أقل من ٣٠ سنة ٢٧ فرداً، أو ما نسبته تتفوق ١٥٪ كأقل نسبة من بين الفئات العمرية، فيما بلغ عدد من تقع أعمارهم في الفئة العمرية من ٣١ إلى ٤٠ سنة ٥٨ فرداً يشكلون أكثر من ٣٣٪ من عينة الدراسة كأكثر الفئات العمرية تكراراً. أما من كانت أعمارهم بين ٤١ إلى ٥٠ سنة فقد فاقوا ٢٩٪ وعدددهم ٥١ فرداً، ويأتي بعد ذلك من فاقوا أعمارهم ٥١ سنة فقد شكلوا ما نسبته فاقوا

يشير الجدول رقم (٦) بأن غالبية المشاركين في هذه الدراسة هم من حملة درجة البكالوريوس حيث بلغ عددهم ١١٨ فرداً بنسبة فاقت ٦٧٪ من أفراد عينة الدراسة. ويأتي في المرتبة الثانية حملة شهادة الثانوية العامة وعددهم ٢٥ فرداً وبنسبة تجاوزت ١٤٪، ثم يأتي في المرتبة الثالثة حملة درجة الدبلوم بتكرار بلغ ٢٠ فرداً وبنسبة فاقت ١١٪. أما حملة درجتَي الماجستير والدكتوراة فقد بلغ عددهم ٩ و ٢ من المشاركين واحتلوا المرتبتين الرابعة والخامسة على التوالي.

٩/٢/١ - محاور الدراسة:

في الأجزاء التالية، سيتم تقديم نتائج الدراسة فيما يتعلق بنوعية وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل مكتبة الملك فهد الوطنية وإيجابيات وسلبيات استخدام هذه الوسائل على خدمة المستفيدين.

السابق بأن المشاركين في الدراسة من حملة المؤهلات العلمية في مجال الحاسب الآلي بلغت نسبتهم قرابة ١٠٪ أو ١٧ فرداً وهؤلاء الأفراد يعملون في أقسام تعنى بالمقام الأول بتقنية المعلومات والاتصالات، فيما شكل المتخصصون في التاريخ واللغة العربية ١,٧ و ٢,٩ على التوالي. وأخيراً، بلغ عدد المشاركين في هذه الدراسة من حملة الثانوية العامة ٢٥ فرداً يشكلون ١٤,٤٪ من أفراد عينة الدراسة.

٩/١/٤ - الدرجة العلمية:

الجدول رقم (٦) الدرجة العلمية

الدرجة العلمية	التكرار	النسبة
ثانوية عامة	٢٥	١٤,٤
دبلوم	٢٠	١١,٥
بكالوريوس	١١٨	٦٧,٨
ماجستير	٩	٥,٢
دكتوراة	٢	١,١
المجموع	١٧٤	٪١٠٠

الجدول رقم ٧: وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها مكتبة الملك فهد الوطنية

الرقم	وسائل التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
١	فيسبوك (Facebook)	٧٩	٪٤٥
٢	تويتر (Twitter)	٧٦	٪٤٤
٣	يوتيوب (Youtube)	١٩	٪١١
	المجموع	١٧٤	٪١٠٠

المباشر ومشاركة الصور وملفات الفيديو. هذه النتائج تتفق مع ما توصلت إليه البلوشي (٢٠١٢) و Si وآخرون من حيث انتشار استخدام Facebook كوسيلة فعالة في التواصل مع المستخدمين من خدمات المكتبة. كما تتفق أيضاً مع ما انتهى إليه (2012) Du وChu من أن Facebook و Twitter هما أهم وسيلتين من وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المكتبات في تقديم الخدمات المعلوماتية للمستخدمين.

٩,٢,٢- إيجابيات استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي

يظهر الجدول رقم ٨ استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بإيجابيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكتبة الملك فهد الوطنية.

يظهر الجدول رقم (٧) استجابات أفراد العينة فيما يتعلق بتحديد أي وسائل التواصل الاجتماعي تستخدمها مكتبة الملك فهد الوطنية، حيث يعتقدون بأن Facebook و Twitter هما أكثر وسيلتين من وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل المكتبة في تقديم خدماتها بنسبة ٤٥٪ و ٤٤٪ على التوالي، مما يعكس مدى الانتشار الواسع الذي تحظى به هاتان الوسيلتان داخل مجتمع الدراسة، فيما حل موقع Youtube ثالثاً بنسبة ١١٪ من إجمالي اجابات أفراد عينة الدراسة. ومن الممكن القول بأن قلة استخدام المكتبة لخدمة Youtube يعود إلى طبيعة الموقع نفسه حيث أنه متخصص فقط في رفع ملفات الفيديو فقط، على عكس الوسيلتين السابقتين والتي تعتمدان على التخاطب

الجدول رقم (٨) ايجابيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
٠,٧٠	٤,٢٥	تمكن وسائل التواصل المكتبة من تقديم خدمات لم تكن ممكنة من قبل
٠,٦٥	٤,١٩	أداة فعالة في نشر أخبار المكتبة وفعاليتها
٠,٦٢	٤,١٥	زاد من التفاعل بين موظفي المكتبة والمستخدمين
٠,٦٩	٤,٠٠	تساهم في تسويق خدمات المكتبة
٠,٦٨	٣,٩١	تساهم في تحسين صورة المكتبة أمام المستخدمين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
٠,٧١	٣,٨٩	تمكن المكتبة من الحصول على التغذية الراجعة من المستفيدين
٠,٨١	٣,٨٤	تساهم في تطوير الاتصال الإداري ومشاركة المعرفة بين موظفي المكتبة
٠,٧٧	٣,٧٤	تساعد في زيادة حماس موظفي المكتبة لتقديم خدمات أفضل
٠,٨٣	٣,٦٨	يتطلب التعامل معها تدريباً أقل لأنها سهلة التعامل
٠,٨٧	٣,٦٠	استخدامها مجاني مما يزيد الإقبال عليها
٠,٩١	٣,٥١	تساهم في محو الأمية المعلوماتية لدى المستفيدين
٠,٧٢	٣,٤٩	تساهم في جعل عملية البحث عن المعلومة أسهل من ذي قبل
٠,٩٢	٣,٤٦	تسهل عملية استخدام خدمات المكتبة ومجموعاتها
٠,٦١	٣,٤٢	تزيد من أعداد مستفيدي المكتبة
٠,٨٥	٣,٤٠	توفر وقت مستفيدي المكتبة عن طريق تقديم خدمات شخصية مباشرة
١,٢٤	٣,٢٥	تساهم في إشراك مستفيدي المكتبة في عملية تنمية المجموعات
٠,٧١	٣,١٧	تقلل من اعتمادية مستفيدي المكتبة على الموظفين

أن وسائل التواصل الاجتماعي هي أداة فعالة في نشر أخبار المكتبة وفعاليتها وذلك بمتوسط بلغ ٤,١٩، مما يمكن تفسيره بوجود علاقة قوية تربط بين المكتبة ومستفيديها، مما يبقي هؤلاء المستخدمين على اطلاع بالمستجدات في المكتبة، وهو ما تؤكد إجابات أفراد عينة الدراسة حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودوره في زيادة التفاعل بين موظفي المكتبة والمستفيدين، وذلك بمتوسط بلغ ٤,١٥. كما يظهر الجدول أعلاه بأن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن

يظهر الجدول رقم (٨) إيجابيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكتبة الملك فهد الوطنية من وجهة نظر الموظفين، حيث يعتقد معظم أفراد عينة الدراسة بأن هذه الوسائل مكنت المكتبة من تقديم خدمات للمستفيدين غير ممكنة سابقاً وذلك بمتوسط بلغ ٤,٢٥، مما يشير إلى فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في ابتكار وتقديم خدمات معلوماتية لم يكن بالإمكان تقديمها لولا استخدام هذه الوسائل. كما يظهر الجدول أيضاً أن أفراد العينة يعتقدون

الإدارية مما ينعكس ايجاباً بطبيعة الحال على سير العمل والخدمة المقدمة لجمهور المستفيدين.

أما فيما يتعلق بسهولة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فيعتقد أفراد عينة الدراسة بأن استخدامها سهل ولا يحتاج تدريباً طويلاً وبأنها أيضاً مجانية ومتاحة للجميع، وذلك بمتوسط بلغ ٣,٦٨ و ٣,٦٠ على التوالي. هذه النتائج تشير إلى مدى انتشار وسهولة استخدام هذه الوسائل مما يؤكد صحة توجه المكتبة نحو توظيف هذه الوسائل من أجل تقديم خدمة ذات جودة عالية للمستفيدين. كما أظهرت النتائج بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في محو الأمية المعلوماتية لدى المستفيدين، بمتوسط بلغ ٣,٥١ مما يعزز جهود المكتبة في نشر وتعزيز الثقافة المعلوماتية التي تمكن المستفيدين من مجاراة التقدم فيما يتعلق بتقنية الاتصالات والمعلومات والتي أصبحت سمة هذا العصر. كذلك يعتقد أفراد عينة الدراسة بأن وسائل التواصل الاجتماعي تسهل على المستفيدين عملية البحث عن المعلومة وهو ما يعززه متوسط اجابات أفراد عينة الدراسة حول تسهيل عملية استخدام خدمات المكتبة ومجموعاتها، حيث

استخدامها في تسويق خدمات المكتبة وذلك بمتوسط بلغ ٤، وهو بلا شك مكسب كبير للمكتبة فقد أصبحت تسوق لخدماتها من خلال عدة قنوات مجانية تصل لشرائح كبيرة من المستفيدين. أما فيما يتعلق بالصورة التي يرى بها المستفيدون مكتبتهم، فقد أظهرت النتائج بأن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تساهم في تحسين هذه الصورة أمام المستفيدين بمتوسط بلغ ٣,٩١، وكذلك تساعد المكتبة في الحصول على التغذية الراجعة من المستفيدين، وهو ما من شأنه تعزيز تدفق المعلومات بين المكتبة ومستفيديها مما ينعكس ايجاباً على جودة الخدمة.

أما فيما يتعلق بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي داخل المكتبة، فإن أفراد عينة الدراسة يعتقدون بأن هذه الوسائل قد تساهم في تطوير الإتصال الإداري ومشاركة المعرفة بين موظفي المكتبة وكذلك في زيادة حماس موظفي المكتبة لتقديم خدمات أفضل بمتوسط بلغ ٣,٨٤ و ٣,٧٤ على التوالي، وهو ما يمكن تفسيره بأنه قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على خلق جو عمل صحي يتشارك من خلاله الموظفون المعرفة فيما بينهم، مما يعزز الاتصال الإداري بين مختلف المستويات

تنمية المجموعات، بمتوسط بلغ ٣,٢٥ وهو ما يمكن تفسيره بأنه احجام من قبل المستفيدين عن تقديم اقتراحات للمكتبة فيما يتعلق بنوعية وأشكال مصادر المعلومات التي يرغبون توافرها في المكتبة، وكذلك يمكن أن يكون المسبب وراء هذا الإحجام هو عدم رغبة المكتبة في فتح الباب أمام المستفيدين للمشاركة في تنمية مجموعاتها. وأخيراً، أظهرت النتائج تبايناً في آراء أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بدور هذه الوسائل في تقليل اعتمادية مستخدمي المكتبة على الموظفين بمتوسط بلغ ٣,١٧.

٩/٢/٣- سلبيات استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي:

في هذا الجزء ستعرض نتائج الدراسة فيما يتعلق بسلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكتبة الملك فهد الوطنية.

بلغ هذان المتوسطان ٣,٤٩ و ٣,٤٦ على التوالي، وهو ما يتيح للمستفيدين الاستفادة الكاملة من مجموعات المكتبة.

أما فيما يتعلق بدور وسائل التواصل في جذب مستفيدين جدد، فقد أظهرت النتائج بأن لهذه الوسائل دوراً مهماً في زيادة أعداد المستفيدين من المكتبة بمتوسط بلغ ٣,٤٢، وهو ما تطمح له كل مؤسسة خدمية لا سيما المكتبات. كذلك أثبتت الدراسة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يساعد في توفير وقت مستخدمي المكتبة عن طريق تقديم خدمات شخصية مباشرة بمتوسط بلغ ٣,٤٠، وهو ما ينعكس على مدى رضا المستفيدين عن الخدمات التي تقدمها المكتبة. لكن في المقابل، تباينت آراء أفراد عينة الدراسة حول مدى قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على إشراك المستفيدين في عملية

الجدول رقم (٩) إيجابيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
١,٣٤	٤,٣٦	صعوبة أرشفة المحتوى
٠,٩١	٤,٢٢	الشكوك حول استمرارية الأدوات المستخدمة والمعتمدة على طرف ثالث (وسائل التواصل الاجتماعي) والذي تتغير فيه الخدمة باستمرار
٠,٨٢	٤,١٠	محدودية الاستمرارية في تقديم الخدمة بسبب ضيق وقت الموظفين
٠,٦٨	٣,٩٢	تتأثر الخدمة بسبب السياسات الإلكترونية للمكتبة مثل جدران النار وبرامج الحماية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
٠,٨٣	٣,٨٩	خلق أعباء على الموظفين
٠,٧٧	٣,٨٧	تهديد خصوصية المستخدمين
٠,٨١	٣,٧٦	انطباع المستخدمين وإدارة المكتبة عن وسائل التواصل الاجتماعي بأنها وسيلة ترفيه فقط
٠,٧٥	٣,٧٢	تعدد وسائل التواصل الاجتماعي؛ مما يجعل من الصعب على المكتبة تحديد أي منها سيكون صالحاً لتقديم الخدمة
٠,٦٩	٣,٦٧	استخدامها مجاني مما يزيد الإقبال عليها
٠,٩١	٣,٦١	تخلق تهديداً لأمن المعلومات
٠,٦١	٣,٥٥	الأمر القانوني فيما يتعلق لنشر الكراهية والمحتوى غير الأخلاقي
٠,٩٥	٣,٣٧	توفير معلومات مزيفة أو غير موثوق بها
١,٢٣	٣,٢٠	صعوبة تقديم الخدمة خصوصاً مع المستخدمين الذي لا يجيدون التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي
٠,٩٧	٣,١١	تستنزف كثيراً من وقت المستخدمين
٠,٦٣	٣,٠٧	مخالفة قوانين حماية حقوق المؤلف وتراخيص الاستخدام
١,٢٨	٣,٠٠	تزيد من اعتمادية المكتبة على موظفي وأقسام تقنية المعلومات
٠,٩٠	٢,٩٨	غير ذات صلة باحتياجات المستخدمين مما يؤدي إلى انخفاض مشاركتهم
١,١٧	٢,٧٩	المشاكل التقنية مثل انقطاع خدمة الإنترنت
٠,٧١	٢,٥٧	تتطلب تجهيزات مادية وبرمجية عالية التكلفة

الموظفين هي أرشفة محتوى الرسائل الموجودة على صفحات المكتبة في وسائل التواصل الاجتماعي وذلك بمتوسط بلغ ٤,٣٦، والسبب فيما يبدو أنه حجم المعلومات الكبير التي يتم تداولها في صفحات المكتبة، مما يضيف

يظهر الجدول رقم (٩) نتائج الدراسة فيما يتعلق بسلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكتبة الملك فهد الوطنية بناءً على إجابات أفراد عينة الدراسة. أظهرت النتائج أن أكبر صعوبة ممكن أن تواجه

مما يشكل أعباء إضافية عليهم بمتوسط بلغ ٣,٨٩، وهذا بلا شك قد يؤثر في مستوى إنتاجية الموظفين في أعمالهم الأصلية، وكذلك على عملهم في خدمة المستفيدين عبر هذه الوسائل. هذه النتيجة يدعمها متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمجانية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يعتقدون بأن هذا العامل قد يكون أحد سلبيات استخدام هذه الوسائل، بمتوسط بلغ ٣,٦٧، حيث سيزيد من إقبال المستفيدين على استخدامها في أثناء استفادتهم من خدمات المكتبة، مما قد يخلق أعباءً جديدة على المكتبة والموظفين المكلفين بإدارة صفحات المكتبة على هذه الوسائل. أما فيما يتعلق بخصوصية المستفيدين وأمن المعلومات، فأظهرت النتائج توافقاً بين أفراد عينة الدراسة بأن خصوصية المستفيدين وبياناتهم والتي تشمل على عناوينهم على وسائل التواصل الاجتماعي مهددة، وذلك بمتوسط بلغ ٣,٨٧ و ٣,٦١ على التوالي، مما قد يسهم في إحجام المستفيدين عن الاستفادة من خدمات المكتبة عبر هذه الوسائل حفاظاً على خصوصيتهم وبياناتهم وحساباتهم من السرقة الإلكترونية.

أعباءً على موظفي المكتبة في حفظ هذه المعلومات واسترجاعها عند الحاجة. كما يعتقد أفراد عينة الدراسة بأن الشكوك حول استمرارية مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يتسم بتغير الخدمة فيه باستمرار هو عائق قد يقف في طريق المكتبة في الاستمرار في تقديم خدماتها عبر هذه الوسائل بمتوسط بلغ ٤,٢٢. كما أظهر الجدول السابق ضيق وقت الموظفين المكلفين بإدارة صفحات المكتبة على وسائل التواصل الاجتماعي قد يكون عاملاً مؤثراً على الخدمة المعلوماتية المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط بلغ ٤,١٠، مما من شأنه التأثير في جودة الخدمة المقدمة للمستفيدين خصوصاً مع تزايد أعداد استفسارات المستفيدين عبر هذه الوسائل. كما يعتقد أفراد عينة الدراسة بأن السياسات الإلكترونية الخاصة بالمكتبة مثل برامج الحماية وجدران النار (Firewalls) قد تؤثر في نوعية الخدمة المقدمة للمستفيدين بمتوسط بلغ ٣,٩٢، كما أن تقديم الخدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يتطلب تخصيص عدد من الموظفين-والذين يعملون في أقسام أخرى في المكتبة- لخدمة المستفيدين عبر وسائل التواصل الاجتماعي،

شك يشكل إحدى سلبيات استخدام هذه الوسائل ويؤثر بشكل مباشر في صورة المكتبة لدى مجتمع المستخدمين. كما تباينت آراء أفراد عينة الدراسة حول دقة المعلومات المتوافرة في صفحات المكتبة على وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط بلغ ٣,٣٧، حيث يعتقد بعض هؤلاء الأفراد بأن المعلومات قد تكون مزيفة أو غير موثوق بها، في حين خالفهم بعضهم في ذلك، لأن المكتبة هي المسؤولة مسؤولية كاملة عما ينشر في صفحاتها على وسائل التواصل الاجتماعي، ولن تنشر إلا معلومات ذات مصداقية وموثوقية. كما أظهرت الدراسة تبايناً في آراء أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير الأمية المعلوماتية لدى المستخدمين على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وكيف أن هذه الأمية قد تؤثر في استفادة المستخدمين من خدمات المكتبة المقدمة عبر هذه الوسائل، حيث بلغ متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة ٣,٢٠. وعلاوة على ذلك، أظهرت النتائج أنه لا اتفاق بين آراء أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق باستنزاف وسائل التواصل الاجتماعي لوقت المستخدمين، حيث بلغ متوسط الاستجابات ٣,١١. أما فيما يتعلق

ويعتقد أفراد عينة الدراسة بأن نظرة المستخدمين وإدارة المكتبة لوسائل التواصل الاجتماعي بأنها وسيلة ترفيهية فقط قد تشكل عائقاً أمام استخدام هذه الوسائل لتقديم الخدمات المعلوماتية، بمتوسط بلغ ٣,٧٦، وهو ما من شأنه أن يقلل من عدم جدية المستخدمين وإدارة المكتبة في استثمار الوقت والجهد في استخدام هذه الوسائل للاستفادة من خدمات المكتبة. كما أن تعدد وسائل التواصل الاجتماعي قد يصعب على المكتبة تحديد أي من هذه الوسائل سيكون مجدياً لفتح قناة جديدة لتقييم الخدمة، حيث يعتقد أفراد العينة أن هذا العامل قد يكون أحد سلبيات استخدام هذه الوسائل لتقديم الخدمات المعلوماتية بمتوسط بلغ ٣,٧٢، وهذا ما قد يفسر استخدام المكتبة لثلاثة وسائل فقط من وسائل التواصل الاجتماعي، وهي خدمات Facebook و Twitter و Youtube.

احتلت الأمور القانونية حيزاً لا بأس به، حيث يعتقد أفراد عينة الدراسة وبمتوسط بلغ ٣,٥٥ بأن صفحات المكتبة الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي قد تستخدم من قبل بعض المستخدمين من أجل نشر الكراهية والمحتوى غير الأخلاقي، وهذا بلا

بمتوسط بلغ ٢,٧٩. وأخيراً يعتقد أفراد عينة الدراسة بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتقديم الخدمات المعلوماتية لا يتطلب تجهيزات مادية وبرمجية عالية التكلفة، بمتوسط بلغ ٢,٥٧، ويعتقد الباحث بأن هذه التجهيزات المادية هي موجودة لدى المكتبة، ومن ثم فإنها لن تشكل عبئاً مالياً على المكتبة.

٩- مناقشة النتائج:

في هذا الجزء من الدراسة ستناقش النتائج التي قدمت في الأجزاء الثلاثة السابقة. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها مكتبة الملك فهد الوطنية، وما إيجابيات وسلبيات استخدام هذه الوسائل في خدمة المستفيدين. حيث أظهرت الدراسة بأن خدمات مكتبة الملك فهد الوطنية المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي محصورة في ثلاثة وسائل فقط وهي Facebook، Twitter و Youtube على التوالي، وهو ما تأكد منه الباحث عبر زيارته للصفحة الرئيسية للمكتبة، حيث وجد أن هذه الوسائل الثلاث هي المستخدمة فقط. لكن الباحث وجد أيضاً أن موقع المكتبة يحتوي على رابط لخدمة Summary Site Rich

بحقوق المؤلف وتراخيص الاستخدام، فقد تباينت آراء أفراد عينة الدراسة في عدها إحدى سلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط بلغ ٣,٠٧، ويعتقد الباحث بأن سبب ذلك هو إدراك موظفي المكتبة لأهمية حقوق المؤلف، وأن المكتبة لن تنتهك حقوق المؤلف، وأن هذا من أساسيات عمل أخصائيي المعلومات في المكتبة. كما انقسمت آراء أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بزيادة الاعتماد المكتبة على أقسام موظفي تقنية المعلومات بمتوسط بلغ ٣,٠٠، حيث بدا للباحث بأن السبب وراء ذلك هو أن القائمين على خدمة المستفيدين عبر وسائل التواصل الاجتماعي جلهم من اختصاصيي المعلومات واعتماد المكتبة على موظفي وأقسام تقنية المعلومات يكون محصوراً فقط على الجوانب الفنية فقط. ومن الملاحظ أيضاً أن أفراد عينة الدراسة لم يتفقوا على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها باحتياجات المستفيدين؛ مما يؤدي إلى انخفاض مشاركتهم خلالها بمتوسط بلغ ٢,٩٨. وفي سياق آخر تباينت آراء أفراد عينة الدراسة حول اعتبار المشاكل التقنية مثل انقطاع خدمة الإنترنت كإحدى سلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

تعزيز الاتصال الإداري بين الموظفين، ومن ثم الارتقاء بمستوى الخدمة المقدمة للمستخدمين. كما أن انتشار وسهولة التعامل مع هذه الوسائل حفز كلاً من إدارة المكتبة والموظفين على تعزيز حضور المكتبة في هذه الوسائل من أجل استقطاب المزيد من المستخدمين. هذه النتائج تتفق مع ما توصل إليه (Dickson & Holley, 2010)، من حيث أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات المعلوماتية لجمهور المستخدمين.

أما فيما يتعلق بسلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فقد أظهرت الدراسة بأن العوامل الخارجية (خارج المكتبة) قد تؤثر في استخدام هذه الوسائل، وتشمل تلك العوامل الصعوبة في أرشفة المحتوى وتعدد تلك الوسائل وتأثير الخدمة، لأنها تقدم بالمشاركة مع طرف ثالث إلا وهي وسائل التواصل الاجتماعي، والتي قد تتغير سياساتها مع الوقت. كما أظهرت الدراسة بأن خدمات المكتبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من الممكن أن تتأثر بسبب ضيق وقت الموظفين لقيامهم بأعباء أخرى، كما أن الخدمة عبر تلك الوسائل تكون على مدار الساعة؛ مما يزيد الحمل على الموظفين المكلفين بتقديم

(RSS) لكن أفراد عينة الدراسة لم يذكروه كأحد قنوات التواصل مع المستخدمين. وقد يعود السبب في ذلك إما لقلّة استخدامه من قبل المكتبة وعدم اكتراث المكتبة لاستخدام هذه الوسيلة أو لعدم معرفتهم باستخدامه من قبل المكتبة.

أما فيما يتعلق بإيجابيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل مكتبة الملك فهد الوطنية لتقديم الخدمة لمستخدميها، فقد أظهرت الدراسة بأن هناك شعوراً عاماً لدى موظفي المكتبة بفوائد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات المعلوماتية. كما تبين بأن أهم إيجابيات استخدام هذه الوسائل هو تصميم خدمات موجهة للمستخدمين لم تكن ممكنة من قبل وتسويق تلك الخدمات، مما يوجد قنوات اتصال بين المكتبة والمستخدمين للحصول على التغذية الراجعة، وهذا يعزز مبدأ سعي المكتبة الحثيث لابتكار خدمات جديدة وكذلك مواكبة التطور في توظيف تطبيقات الويب ٢.٠ في تقديم خدمات معلوماتية لمجتمع المستخدمين. كما أظهرت الدراسة بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من شأنه أن يعود على المكتبة بالنفع لا سيما في مجال

تفوق سلبيات استخدامها، وأن استثمار المكتبة في هذه الوسائل هو استثمار طويل الأجل يعود بالنفع على كل من المكتبة والمستفيدين. وفي المقابل، فإن هذه النتائج تتفق مع انتهى إليه سليمان وخليفة (٢٠٠٩م) من حيث أن سلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد تحدّ من اهتمام المكتبة والمستفيدين بالاستفادة من ما تقدمه هذه الوسائل من خدمات تعود بالنفع على المكتبة والمستفيدين.

النتائج والتوصيات:

توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج، وهي:

- ١- أن مكتبة الملك فهد الوطنية تستخدم فقط ثلاثة وسائل من وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع مستفيديها، وهي: Facebook و Twitter و Youtube، مع غياب واضح لوسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.
- ٢- أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات ومراكز المعلومات من أجل فتح قنوات جديدة تتيح للمكتبة (أيّاً كان نوعها) للوصول إلى المستفيد وتقديم الخدمة إليه، واعتبارها وسيلة ناجحة لتسويق خدمات المكتبة

الخدمة، لا سيما وأن هذه الوسائل مجانية الاستخدام ويمكن لأي شخص الاستفادة منها، وهذا بلا شك يتطلب من المكتبة تخصيص فريق عمل يكون همه الوحيد إدارة صفحات المكتبة على هذه الوسائل. كما تؤدي الجوانب القانونية دوراً مهماً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يتوجب على المكتبة الالتزام بحقوق المؤلف، وحث المستفيدين على ذلك، بالإضافة إلى صعوبة المحافظة وباستمرار على أمن المعلومات وبيانات المستفيدين، مما قد يقود المكتبة إلى عدم التوسع في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من أجل خدمة مستفيديها. كما أن النظرة العامة لوسائل التواصل الاجتماعي بأنها وسيلة ترفيهية فقط هي إحدى سلبيات استخدامها في المكتبات والمعلومات، مما يدفع ببعضهم (سواءً المستفيدين أم الموظفين) للتعامل معها بعدم الجدية واستثمارها للاستثمار الأمثل، مما يعود بالنفع على المستفيد والمكتبة في آن واحد.

ومن الملاحظ أن هذه النتائج السابقة تختلف مع ما توصل إليه Mahmood & Richardson (2013) من أن إيجابيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات والمعلومات

وتكون خصوصيته وأمن معلوماته على المحك، ومن ثم فإنه سيحجم عن استخدام تلك الوسائل حفاظاً على خصوصيته.

٦- اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة ترفيهية قد يحد من استخدامها من قبل المكتبة والمستفيدين على حد سواء، وهو بلا شك مفهوم خاطئ، حيث إن المعلومات وإتاحتها حقّ مكفول للجميع عبر شتى الوسائل ومنها وسائل التواصل الاجتماعي. ٧- إن إيجابيات استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي قد تفوق سلبيات استخدامها، وهو ما يؤكد أهميتها ودورها الحيوي الذي قد يدفع المكتبات لتوظيف هذه الوسائل لخدمة المستفيدين.

٨- إن سلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد تؤدي إلى إحجام المكتبة والمستفيدين من استخدام هذه الوسائل كقناة لتقديم الخدمات المعلوماتية.

٩- إن مجانية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين، حيث إنها تعتبر ميزة تمكن المكتبة والمستفيدين من التواصل فيما بينهم من دون تحمّل أعباء مالية إضافية، لكنها في المقابل قد تشكل عبئاً على المكتبة، حيث إن

وقناة اتصال بين المكتبة ومستفيديها وعلى مدار الساعة.

٣- إن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المكتبة يتيح لها القدرة على ابتكار وتصميم خدمات لم يكن من الممكن تصميمها بدون هذه الوسائل، وهو ما من شأنه التأكيد على أن الهدف الأول للمكتبة هو المستفيد، وأن المكتبة تحاول جاهدة تذليل الصعوبات من أجل إرضائه.

٤- إن من أهم سلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المكتبة هي الجوانب التقنية، ومدى قدرة الموظفين على تقديم الخدمة على الرغم من ضيق الوقت، وهو بلا شك يؤثر في نوعية الخدمة المقدمة، وكذلك يضع تساؤلاً حول قدرة المكتبة على الاستمرارية في تقديم تلك الخدمة.

٥- صعوبة المحافظة على أمن المعلومات وخصوصية المستفيدين تشكل تهديداً حقيقياً للمكتبات ومراكز المعلومات الطامحة لتقديم خدماتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث إن المستفيد لا يرغب بالحصول على خدمة معلوماتية

تقديم الخدمة عبر وسيط مجاني قد يقود إلى تزايد أعداد المستفيدين بشكل لا تتمكن المكتبة معه من الوفاء باحتياجات هؤلاء المستفيدين.

التوصيات:

ثمة بعض التوصيات، التي من المؤمل أن تساعد في تعزيز استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات ومراكز المعلومات، وهي:

١- تعزيز تواجد المكتبات ومراكز المعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي، من أجل المساهمة في خلق مجتمع معرفي قادر على استثمار كل ما يتاح له من إمكانيات مادية وبشرية، من أجل نقل المعلومات والمعرفة والاستفادة منها بشتى السبل ومن ذلك تسخير الإمكانيات الجبارة لوسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق هذا الهدف.

٢- دعوة مكتبة الملك فهد الوطنية إلى الاستثمار في وسائل التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها، من أجل تعزيز حضورها في هذا الفضاء ومحاولة الوصول إلى المستفيدين على اختلاف توجهاتهم وأماكن وجودهم.

٣- التشديد على أهمية تكوين فرق عمل في كل مكتبة وتكون تلك الفرق مكونة من أفضل اختصاصيي المعلومات مهمتهم الإشراف على صفحات المكتبة على وسائل التواصل الاجتماعي، من أجل تعزيز حضور المكتبة في العالم الافتراضي ومواكبة التطور في عالم المكتبات والمعلومات، والذي يتأثر بشكل مباشر بتقنية المعلومات والاتصالات، التي تشهد نمواً متسارعاً يستوجب التفاعل الكامل معه للحاق بركب التطور.

٤- ضرورة تغيير النظرة الخاطئة عن وسائل التواصل الاجتماعي على أنها وسائل ترفيهية، بل هي في الواقع وسيط فعال يستوجب على المكتبة استثماره من أجل خدمة المستفيدين مستفيدة من مزايا هذه الوسائل، حيث إنها مجانية وسهلة الاستخدام وواسعة الانتشار.

٥- دعوة المكتبات ومراكز المعلومات إلى اتخاذ إجراءات احترازية من أجل الحفاظ على أمن المعلومات وخصوصية المستفيدين عبر وسائل التواصل الاجتماعي من أجل كسب ثقة هؤلاء المستفيدين، ومن ثم خلق علاقة وطيدة بينهم وبين المكتبة

التواصل الاجتماعي، حيث انتهت الدراسة الحالية إلى أن حضور مكتبة الملك فهد الوطنية كان مقتصرًا على Facebook و Twitter و Youtube، مع الغياب الملفت للوجود عبر وسائل أخرى قد تكون مفضلة لدى شرائح كبيرة من المستخدمين.

لتحقيق الهدف الرئيس للمكتبة، ألا وهو خدمة المستخدمين ونشر المعرفة بين أفراد المجتمع. ٦- القيام بدراسات لاحقة من أجل البحث عن الأسباب التي تدفع المكتبات لعدم التوسع في استخدام وسائل أخرى من وسائل

المراجع

والمعلومات للمشاركة في المؤتمر الثالث

عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في
مصر في الفترة ما بين ٥-٧ يوليو ٢٠٠٩م.

المراجع الأجنبية:

- Anderson, P. (2012) *Web 2.0 and Beyond: Principles and Technologies*. Boca Raton: CRC Press.
- Casey, M. (2005). Working towards a definition of Library 2.0. Retrired from: http://www.librarycrunch.com/2005/10/working_towards_a_definition_o.html on [12th February 2015].
- Casey, M. & Savastinuk, L. (2006). Service for the next-generation library. *Library journal*, **131** (1), 40-42.
- Chu, S. and Du, H. (2012) Social networking tools for academic libraries. *Journal of Librarianship and Information Science*, **45** (1), p. 64-75
- Deshpande, A. & Jadad. A. (2006). Web 2.0: Could it help move the health system into the 21st century? *JMHG*, **3**(4), 332-336.

المراجع العربية:

- مجاهد، أماني (٢٠١٠م) استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة. مجلة دراسات المعلومات، ع ٨، مايو ٢٠١٠م، متاح على (تمت الزيارة ٢١ يناير ٢٠١٥م).
http://informationstudies.net/issue_list.php?action=getbody&titleid=86
(تمت الزيارة ٢١ يناير ٢٠١٥م).
- البلوشي، هنادي (٢٠١٢م) خدمات المكتبات السعودية المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك Facebook. رسالة ماجستير، جدة: جامعة الملك عبدالعزيز.
- النجار، فايز؛ النجار، نبيل؛ الزعبي، ماجد (٢٠٠٩م) أساليب البحث العلمي: منظور تطبيقي، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع
- سليمان، أمينة عادل، خليفة، هبة محمد (٢٠٠٩م)، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة: دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيسبوك. بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات

- www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html.
- Si, L.; Shi, R and Chen, B. (2011). An investigation and analysis of the application of Web 2.0 in Chinese university libraries. *The Electronic Library*, **29** (5), p.651-668.
 - Sun, W., Chou, C., Stacy, A., Ma, H., Unger, J. & Gallaher, P. (2007). "SAS and SPSS macros to calculate standardized Cronbach's Alpha using the upper bound of the phi coefficient for dichotomous items". *Behavior Research Methods*, **39** (1), 71-81.
 - Terranova, T. (2000). Free labor: producing culture for the digital economy. *Social Text*, **18** (2): 33-58.
 - Dickson, A. & Holley, R. (2010) Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns. *New Library World*, **111** (11/12), p. 468-479.
 - Keen, A. (2007) *The Cult of the Amateur: How Today's Internet is Killing Our Culture*. New York: Doubleday/Currency.
 - Lovink, G. (2012) *Networks Without a Cause: A Critique of Social Media*. New York: John Wiley and Sons.
 - Mahmood, K. & Richardson, J. (2013) Impact of Web 2.0 technologies on academic libraries: A survey of ARL libraries. *The Electronic Library*, **31** (4), 508-520.
 - O'Reilly, T. "What Is Web 2.0" O'Reilly.net. Accessed on February 30, 2015.

