

الدراسات

شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطور خدمات المكتبات الرقمية في مصر: دراسة ميدانية

د. يارة ماهر قناوي
مدرس المكتبات والمعلومات
جامعة المنيا
ymaher57@yahoo.com

مستخلص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على المكتبات الرقمية التي قامت بتطبيق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في خدماتها، والتعرف على أنواع شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية، من حيث: عدد مرات التحديث، وأنواع التفاعل بين العاملين والمستفيدين، ومشكلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية وتقديم الاقتراحات لحلها.

كلمات مفتاحية :

شبكات التواصل الاجتماعي، تويتر، المكتبات الرقمية، المدونات.

١-المقدمة:

تمثل شبكات التواصل الاجتماعي الموجة الثانية في استخدام شبكة الإنترنت أو ما يُطلق عليه اصطلاحًا ويب ٢.٠، ويمكن تعريف شبكات التواصل بأنها: شبكات تتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة، مثل: المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تطبيقات محددة مرتبطة بالدراسة أو النطاق الجغرافي مثل موقع (Myspace) و(Facebook)، كما برزت شبكات التواصل الاجتماعي المرتبطة بالعمل المهني مثل: الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، والشبكات المتعلقة بالتطبيقات الفرعية في المجال المهني مثل شبكة (مجموعة نقاش برنامج جرينستون للمكتبة الرقمية)

و(مجموعة نقاش كوها)، والبرمجيات مفتوحة المصدر مثل (نظم إدارة المكتبات المتكاملة) وبرنامج (كوها KOHA)، وبرمجيات المكتبات الرقمية مثل (جرينستون للمكتبة الرقمية) وبرنامج (Myspace) - نقلة نوعية في تطور المكتبات وخدمات المعلومات.

استخدمت تطبيقات نظم إدارة المكتبات المتكاملة وبرمجيات المكتبات الرقمية تقنيات شبكات التواصل الاجتماعي للإعلام عمًا هو موجود في الفهارس؛ من تسجيلات ببلوجرافية أو نصوص كاملة. وتهدف هذه الدراسة التعريف بكيفية استخدام تقنيات شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية، وتعتمد تقنيات شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية بالقدرة على إنشاء الروابط للوثائق على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، وأصبح برنامج (جرينستون) للمكتبة الرقمية منذ الإصدار ٢.٨٤ متكيفًا مع هذه التقنيات بإنشاء ملف (ماكرو) يستخدم لتشارك الوثائق في شبكات التواصل الاجتماعي. (إبراهيم، انتصار؛ ٢٠١٥)

إن وسائل التواصل الاجتماعي عبارة عن أداة فعّالة يقوم الأفراد باستخدامها في التواصل والتفاعل بعضهم مع بعض، و يطبق العديد من المكتبات وسائل التواصل الاجتماعي لترويج خدماتها والتفاعل مع المستخدمين، وتوجد أشكال مختلفة من وسائل التواصل الاجتماعي، هي: المدونات والفييس بوك ومشاركة الصور والملخص الوافي وتويتر واليوتيوب والويكي، وقليل من وسائل التواصل الاجتماعي لها أكثر من وظيفة، على سبيل المثال فإن تويتر هو شكل من أشكال التواصل الاجتماعي، ولكن يوجد له ميزة مشاركة الصور مما جعله يُصنّف أنه مدونة مصغرة. (Xie, irs, ٢٠١٤)

والهدف الرئيس من الدراسة هو التعرف على المكتبات الرقمية التي قامت بتطبيق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كجزء من خدماتها.

إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يجب أن يكون له هدفٌ، ويجب أن يبدأ بالتخطيط، وعلى المكتبات الرقمية التفكير في الأسئلة الآتية قبل البدء في تطبيق مواقع التواصل الاجتماعي:

- ما كمية الوقت الذي يتطلبه ذلك؟
- هل هذه أفضل الطرق للوصول إلى المستخدمين؟
- من الأشخاص الذين تحتاج المكتبات الرقمية إلى التفاعل معهم؟
- هل هناك طريقة أفضل لتسويق خدمات المكتبة؟

٢- مصطلحات الدراسة:

أ- شبكات التواصل الاجتماعي: Social Media

إن تطبيقات التواصل الاجتماعي أدوات تكنولوجية في غاية القوة للتواصل يمكن تلخيصها بشكلٍ أوسع على أنها أدوات تكنولوجية يتم استخدامها للتفاعل ومشاركة المعلومات، والتي تعتمد جميعها على أسس تكنولوجية من خلال تطبيقات ويب ٢.٠ (Kaplan & Haenlein, ٢٠١٠). ووفقاً لـ (Rogers, ٢٠٠٩) فإن لفظ وسائل التواصل الاجتماعي يتم استخدامه بصورة تبادلية مع تكنولوجيا ويب ٢.٠، ولقد قام Rogers بتقديم توضيح الاختلافات بين المفهومين بأن الويب ٢.٠ تشير إلى التطبيق الفعلي المتاح لمستخدمي الإنترنت، بينما يشير لفظ وسائل التواصل الاجتماعي بشكلٍ أوسع إلى مفاهيم عن كيفية استخدام تلك التطبيقات.

ويوضح الجدول رقم (١) أشكال تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي (Moria, 2014)

المواقع الاجتماعية	تطبيقات الوسائط المتعددة	المواقع	الرسائل الفورية	تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي
Delicious	YouTube	Blogs	Google chat	Facebook
Diigo	Flicker	Wiki	Talk back	Twitter
Stumble upon	Picasa		Whats app	Linked in
				Google +

كما يعرف (Li Jun, Zhou, ٢٠١٤) مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: المنصة التي تسمح للناس بتبادل وتقييم ومناقشة المحتوى، كما أنها تدعم الحوار التفاعلي بين المنظمات والأفراد، وتجسد المشاركة التفاعلية والشفافية.

كما عرفها (Evans, ٢٠١٢) بأنها: مشاركة اتصالية عبر الانترنت، حيث يتم تداول الصور والفيديو والأخبار والمقالات والمدونات الصوتية للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

كما يوضح قاموس علم المكتبات والمعلومات ODLIS أنها: خدمة إلكترونية مصممة لكي تسمح للمستفيدين بإنشاء ملف تعريف شخصي أو مؤسسي، كما تسمح لهم بالتواصل والتعاون وتبادل المعلومات ومشاركة المحتوى.

شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطور خدمات المكتبات — الفهرست س١٧، ع ٦٧-٦٨ (يوليو- أكتوبر ٢٠١٩)

وعرفها (Oliver &Xue, ٢٠١٠) بأنها: مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية.

ويوضح الجدول رقم (٢) أنواع وسائل التواصل الاجتماعي

النوع	التعريف	مثال	المؤلف
(١) المدونات	السماح للمستخدمين بمشاركة الأفكار والآراء الخاصة بموضوع ما عن طريق الإعجاب بصفة يومية بمجموعة من المنشورات وذلك عن طريق موقع تم إنشاؤه على الإنترنت للمناقشات أو المعلومات.	Blog	Buigues, Garcia, 2012
(٢) المدونات المصغرة	تسمح للمستخدمين بالاتصال بخادم أو اسم مستخدم، والمستخدم يمكنه كتابة رسالة قصيرة وهو ما يكون عادة (١٤٠) حرفاً يمكن إرسالها إلى المتابعين.	Twitter	Garcia, 2012 Starr, 2016
(٣) مشاركة الصور	هي مواقع على الإنترنت لإضافة الصور والفيديوهات، حيث تسمح للمستخدمين بالمشاركة والتعليق والتواصل عن طريق الصور التي يتم نشرها، تكون الملفات الرقمية متعددة الوسائط والتي يتم تخزينها على الإنترنت وتكون متاحة للتحميل.	Facebook Flicker Pinterest Twitter Podcast	Buigues, Garcia, 2012
(٤) الملخص الوافي RSS	يشير إلى الأخبار والأحداث التي يمكن للمستخدم أن يقوم بالاشتراك فيها ومتابعتها.	RSS Feeds	Buigues, 2012 Schrier, 2011
(٥) شبكات التواصل الاجتماعي	هي منصة على الإنترنت تسمح للمستخدمين بالاتصال والتواصل بعضهم مع بعض فيما يتعلق بالاهتمامات والأنشطة، والتي تعد جزءاً من شبكة اجتماعية كبيرة.	Facebook Twitter Reddit	Ahn, 2011 Yang, 2011
(٦) الفيديو	هي توزيع محتوى الفيديو حيث يكون مادة متاحة للعامة بالمجان.	Youtube	Cho, 2013
(٧) الويكي	تسمح لجميع المستخدمين بإنشاء وتعديل محتوى صفحة الإنترنت على الخط المباشر.	Wiki	Buigues, 2012 Krosk, 2008

ب- المكتبات الرقمية: Digital Libraries

عرفتها الجمعية الأمريكية للمكتبات ومصادر المعلومات On library Information Resource and I Council بأنها منظمات توفر المصادر، ويعمل عليها موظفون متخصصون لاقتنائها وتقديم الدخول الذكي لتحقيق النشر والتوزيع والحفظ والتكامل لهذه المصادر وضمان استمرار ذلك طوال الوقت بشكل رقمي، وهي أسرع وأيسر في الاستخدام من قبل المجتمع المحدد أو عدد من المجتمعات.

كما تعرف بأنها نظام للمعلومات يتحكم في نقل المعلومات إلكترونياً من كافة المصادر في شكل رقمي، حيث يقوم بجمعها ومعالجتها وبنها عن طريق مجموعة من الإجراءات والعمليات والوسائل الفنية ويتم إتاحتها للمستخدمين عبر الشبكات، ويرتبط مصطلح المكتبات الرقمية بمصطلحات مترادفة مثل: المكتبة الإلكترونية، والمكتبة الافتراضية أو التصويرية، والمكتبة المتشابكة. (المعتم، عبد الرحمن بن نبيل، ٢٠١٠)

كما أنها المكتبة التي تتضمن مقتنيات تم حفظها بصيغة رقمية مماثلة للمطبوع والأشكال المصغرة أو وسائط أخرى يمكن للحاسبات الآلية الوصول إليها. (فايز أحمد، رحاب، ٢٠١٢)

٣- مشكلة الدراسة:

إن تغلغل تكنولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي بين المكتبات الرقمية من الأمور الأكثر انتشاراً، وقد أدى ذلك إلى تحسين الخدمات التي يتم عرضها بواسطة العاملين، وعلى الرغم من ذلك فإن المكتبات تواجه العديد من العقبات التي تحول دون الاستفادة من استخدام تلك الأدوات، بالإضافة إلى أن العاملين غير أكفاء في استخدام تلك الأدوات، على سبيل المثال على الرغم من أن المكتبة لديها حسابات على الفيس بوك وتويتر واليوتيوب، فإن تلك الحسابات لا يتم تحديثها بصورة منتظمة، ولا توجد صورة واضحة عن كيفية استخدام تلك الأدوات من جانب العاملين بالمكتبات الرقمية.

ومن خلال واقع الدراسة، تبين عدة مشكلات حول تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية:

أ- نقص في المعايير التي تتعلق بكيفية نشر المعلومات من جانب العاملين بالمكتبات الرقمية عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي.

ب- إن تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي غير متاحة في جميع المواقع ومعظم المعلومات المنشورة تتركز حول الترويج للمكتبة الرقمية أو إنشاء روابط بها.

ج- لسهولة الوصول إلى مستخدمي المكتبات الرقمية من الضروري استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكلٍ دائمٍ في كل المستويات بالموقع متضمنة الموقع الخاص بالمؤسسة، الموقع الخاص بالمكتبة، الموقع الخاص بالمكتبة الرقمية، الموقع الخاص بالمجموعات الرقمية حتى يمكن للمستخدمين متابعة المعلومات والتعليق عليها في أي صفحة من صفحات المؤسسة.

د- إن أحد معايير اختبار المكتبة الرقمية هو أن المكتبة الرقمية لديها تطبيق لشبكات التواصل بعيداً عن المؤسسة الأم التي تنتمي إليها. في حالة إذا كانت المكتبة الرقمية داخل مكتبة أكاديمية، فإن المكتبة الرقمية يجب أن يكون لها صفحة على الفيس بوك بعيداً عن المكتبة، ومن خلال تطبيق الدراسة تبين أن المكتبة الرقمية تقوم بنشر معلوماتٍ حول أنشطة المكتبة الأكاديمية بالإضافة إلى أنشطة المكتبة الرقمية، وذلك يكون مربكاً للمستخدمين عند إنشاء هوية على الإنترنت.

هـ- لا يجب تقييم ما تقوم المكتبة الرقمية بتقديمه، ولكن يجب تقييم ما يقوم المستخدمون بالإشارة إليه من خلال منشوراتهم حيث يُعد دليلاً قوياً على توقعات المستخدمين واحتياجاتهم.

٤- أهمية الدراسة:

ندرت الدراسات والأبحاث، حيث إن جميع الدراسات تركز على وسائل محددة من وسائل التواصل الاجتماعي وهي (Facebook, YouTube, Twitter)، كما تهتم الدراسات بالمكتبات الجامعية أو العامة بشكلٍ كبيرٍ وأغفلت الأنواع الأخرى من المكتبات مثل: المكتبات الرقمية، وهو ما تسعى إليه الدراسة الحالية:

— تقديم بعض الاقتراحات للدارسين والباحثين حول عددٍ من القضايا ذات الصلة بموضوع الدراسة.

— تحديد أهم المتطلبات والمعايير حول تطبيق شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية والمعوقات التي تحدّ من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية ووضع الحلول والاقتراحات لحل هذه المشكلات.

٥- أهداف الدراسة:

- التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير خدمات المكتبات الرقمية في مصر.
- حصر الخدمات التي تقدمها المكتبات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- دراسة أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية.

- التعرف على أكثر المواقع الاجتماعية استخدامًا بالمكتبات الرقمية.
- دراسة آراء العاملين والمستفيدين بالمكتبات الرقمية نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- التعرف على إيجابيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وسلبياته في المكتبات الرقمية بمصر.
- دراسة أشكال تفاعل المستخدمين بالمكتبات الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

٦- تساؤلات الدراسة:

- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير خدمات المكتبات الرقمية في مصر؟
- ما الخدمات التي تقدمها المكتبات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية؟
- ما المواقع الاجتماعية الأكثر استخداماً من جانب العاملين والمستفيدين بالمكتبات الرقمية؟
- ما آراء العاملين والمستفيدين بالمكتبات الرقمية نحو تطور شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما إيجابيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وسلبياته في المكتبات الرقمية المصرية؟
- ما أشكال تفاعل المستخدمين بالمكتبات الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

٧- حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** تناولت الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطور خدمات المكتبات الرقمية في مصر.
- **الحدود الزمنية:** تقتصر الحدود الزمنية على الفترة الزمنية منذ بداية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية حتى تاريخ انتهاء الدراسة ٢٥ / ٩ / ٢٠١٧.
- **الحدود المكانية:** تتناول الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية في مصر.

ويوضح الجدول رقم (٣) بداية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية في مصر

اسم المكتبة	بدء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
١- وحدة المكتبة الرقمية بالمجلس الأعلى للجامعات	٢٠١١
٢- المكتبة الرقمية بالمكتبة المركزية -جامعة القاهرة	٢٠١٦
٣- مكتبة مصر العامة	٢٠٠٩
٤- المكتبة القومية الزراعية	٢٠١٥
٥- دار الكتب القومية	٢٠١٢
٦- المكتبة الرقمية جامعة ٦ أكتوبر	٢٠٠٩

٨- منهج الدراسة وأدواتها:

• منهج الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي الميداني لأن المنهج الوصفي الميداني هو الأنسب لهذه الدراسة؛ لأنه يقوم بالوصف المفصل والتفسير الدقيق للموضوع، كما يهدف إلى دراسة مختلف جوانب ذلك الموضوع، والظواهر الموجودة على أرض واقعه وتحليلها، بقصد تصحيح مساراتها إن كانت تحتاج إلى تصحيح أو تثبيت عناصر القوة إن كانت الظاهرة إيجابية، وأساس هذه الدراسة هو العمل الميداني بحيث يتم مسح أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودراستها في المكتبات الرقمية.

• أدوات جمع البيانات:

أ- الاستبيان:

ولتحقق الدراسة أهدافها فقد استخدمت الباحثة استبانة خاصة بالعاملين واستبانة أخرى للمستفيدين لجمع البيانات عن موضوع الدراسة، وقد حكمت الباحثة الاستبانة من جانب أحد المتخصصين بالمجال^(١)، وذلك لإبداء الرأي والملاحظات حول الاستبانة.

الاستبيان الأول: يضم العاملين بالمكتبات الرقمية، واشتملت الاستبانة على العناصر التالية: أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية، ومدى تأثير استخدام شبكات

(١) محمد إبراهيم حسن، أستاذ المكتبات والمعلومات المساعد، جامعة عين شمس.

التواصل الاجتماعي في تطور خدمات المكتبات الرقمية في مصر، وصعوبات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية، وأدوات التواصل الاجتماعي ومعدل الاستخدام بالمكتبات الرقمية، وعدد مرات تحديث مواقع التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية. الاستبيان الأول يتكون من اثني عشر سؤالاً.

الاستبيان الثاني: يضم المستفيدين من المكتبات الرقمية، واشتملت الاستبانة على العناصر الآتية: خدمات المكتبات الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأشكال التفاعل التي يفضلها المستفيدون بالمكتبات الرقمية، والمواقع الاجتماعية الأكثر استخداماً بالمكتبات الرقمية، وموقع المكتبة الرقمية على شبكة الإنترنت، والعقبات التي تحول دون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. ويتكون من ثمانية أسئلة.

المقابلة الشخصية مع العاملين بالمكتبات الرقمية في مصر.

ثبات أداة الدراسة:

- أجريت دراسة أولية على عينة استطلاعية من العاملين والمستفيدين، حيث تم توزيع (١٠٠) استبيان على الفئتين، وكان الغرض من ذلك التأكد من أن عبارات الاستبانة ملائمة لمجتمع وعينة الدراسة.
- تم معالجة البيانات وفقاً لبرنامج (SPSS).

ب- الاطلاع على الإنتاج الفكري المنشور والبحث في المواقع الآتية:

عند البحث في محركات البحث عن: "Social Media" and "Digital library"، وجد أربعون مقالة تعكس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية، وعند البحث في محركات البحث عن: "Social Media" and "Academic Library".

منذ عام (٢٠٠١) إلى عام (٢٠١٦)، وجد حوالي (٣٣١) مقالة تعكس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات الأكاديمية ودراسات أخرى تتناول التحليل الكمي للمكتبات الأكاديمية، وهناك دراسات مقارنة حول صفحات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الأكاديمية، كما أن هناك أكثر من مائة دراسة تضم الأنواع المختلفة من المكتبات الأكاديمية والعامة والطبية.

وتم الاطلاع على أفضل مواقع للمكتبات التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي:

1) Facebook: Topeka and Shawnee county public library:

<http://www.facebook.com/topekalibrary>

2) Twitter: Kansas city public library

<http://www.twitter.com/kclibrary>

شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطور خدمات المكتبات — الفهرست س١٧، ع ٦٧-٦٨ (يوليو- أكتوبر ٢٠١٩)

3) YouTube: Allen country public library

<http://www.youtube.com/user/askacp>

4) Linked in: New York public library

<http://www.linkedin.com/company/newyorkpublic-library>

5) Google +: New York public library

<http://plus.google.com+newyorkpubliclibrary>

6) Flickr: Boston Public library

<http://www.flicker.com/photo/boston-publiclibrary>

• مجتمع الدراسة:

بلغ عدد المكتبات الرقمية (٦ مكتبات)، وتم اختيار عينة الدراسة وفقاً للخطوات الآتية:

(١) اختيار مختلف أنواع المكتبات في مصر من مكتبات أكاديمية وعامة ومتخصصة وقومية.

(٢) أن كل مكتبة تم اختيارها في هذه الدراسة لديها مكتبة رقمية.

(٣) أن يكون لديها على الأقل تطبيق واحد لشبكات التواصل الاجتماعي قبل الدراسة.

ويوضح الجدول التالي رقم (٤) المكتبات عينة الدراسة

م	اسم المكتبة	النوع	موقع المكتبة الرقمية
١	وحدة المكتبة الرقمية بالمجلس الأعلى للجامعات	أكاديمية	http://www.scu.eun.eg
٢	مكتبة مصر العامة	عامة	http://www.MPI.org
٣	المكتبة المركزية - جامعة القاهرة	أكاديمية	http://cu.edu.eg
٤	المكتبة القومية الزراعية	متخصصة	http://www.nile.enal.sci.eg
٥	مكتبة دار الكتب والوثائق القومية	قومية	http://www.darelkotob.gov
٦	مكتبة جامعة ٦ أكتوبر	أكاديمية	http://o6u.edu.eg

يشتمل مجتمع الدراسة على العاملين والمستفيدين بالمكتبات الرقمية، وأجاب عن الاستبانة عدد (٨٩) عاملاً بالمكتبات الرقمية من إجمالي (١٥٠) عاملاً، وبلغ عدد المستفيدين (٧١) مستفيداً، وتم إرسال الاستبيان للمستفيدين عبر البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي (Facebook, WhatsApp).

٩- الدراسات السابقة:

أولاً- الدراسات العربية:

• **مصطفى، إسرائ سليمان (٢٠١٦)**. شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تقديم خدمات المعلومات بمكتبات جامعة سوهاج: دراسة تجريبية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام أخصائي المكتبات بجامعة سوهاج لمواقع التواصل الاجتماعي لتقديم خدمات المعلومات وتسويق لأنشطة المكتبة، بالإضافة إلى وضع نموذج تطبيقي تجريبي خاص بمكتبات جامعة سوهاج على موقع الفيس بوك بوصفه أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: من أهم أسباب عدم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عدم الثقة في القائمين على تقديم الخدمة بنسبة (٣٣.٣%)، يليها الافتقار للمصداقية بنسبة (٢٨.٩%)، ثم عدم الدراية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (١٣.٣%).

• **عبد العزيز التميمي، فيصل (٢٠١٦)**. تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في خدمات المكتبات ومراكز المعلومات: تجربة مكتبة الملك فهد الوطنية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام مكتبة الملك فهد الوطنية لوسائل التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات لمجتمع المستفيدين وما لذلك من إيجابياتٍ وسلبيات. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن مكتبة الملك فهد الوطنية تستخدم فقط ثلاث وسائل من وسائل التواصل الاجتماعي مع مستخدميها، وهي: Facebook, Youtube, Twitter، مع غياب واضح لوسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.

• **القحطاني، جوزاء بنت محمد (٢٠١٥)**. استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تسويق خدمات المعلومات في المكتبات العامة: دراسة حالة لمكتبة الملك عبد العزيز العامة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تسويق خدمات المعلومات في المكتبات العامة مع التركيز على الوضع الراهن لمكتبة الملك عبد العزيز العامة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: سعت المكتبة للتواجد في أربعة من أشهر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وهي: (Twitter, Facebook Google +, YouTube)، ووفقاً للدراسة فإن أكثر مواقع التواصل استخداماً في التسويق لينكدان (٣٨%)، الفيسبوك (٦٥%)، تويتر (٤٩%)، يوتيوب بنسبة (٣٩%).

• **مجاهد، أماني جمال (٢٠٠٩)**. استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الشبكات الاجتماعية الأكثر انتشاراً، وحصر المكتبات التي تتيح خدماتها من خلال هذه الشبكات، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: شهرة مواقع الشبكات الاجتماعية وانتشارها بشكلٍ فعّال، حيث أصبحت أكثر المواقع التي يرتادها المستفيدون من خدمات الشبكة العنكبوتية.

ثانياً- الدراسات الأجنبية: وتم تقسيمها إلى أربع فئات:

١- دراسات حول شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية:

دراسة (Xie, irs, ٢٠١٤):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية في أمريكا الشمالية والوظائف التي تقدمها المكتبات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتشير نتائج الدراسة إلى أن أكثر تطبيق استخداماً في المكتبات الرقمية هو الفيس بوك وتويتر فيعشر مؤسسات، ويأتي في المرتبة الثانية Flickr يستخدم فيتسع مؤسسات، وفي المرتبة الثالثة المدونات الإلكترونية في ثماني مؤسسات، ثم يأتي الملخص الوافي RSS واليوتيوب في المرتبة الرابعة في سبع مؤسسات.

دراسة (Buigues, ٢٠١٢):

ركزت الدراسة على تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على المكتبات الوطنية لإيجاد أفضل أنواع الخدمات والأدوات التكنولوجية التي تناسب المواقع الإلكترونية للمكتبة، وقد انتهت الدراسة إلى أنه من بين جميع المواقع الإلكترونية للمكتبات الوطنية في جميع أنحاء العالم، فإن نسبة الربع فقط تستخدم تطبيقات ويب ٢.٠.

كما توجد دراسة (Cerolimos, ٢٠١١) قامت بدراسة وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية، وهناك العديد من المؤسسات الثقافية قامت بالفعل بتطبيق وسائل التواصل الاجتماعي في خدمات المكتبات، فمن الطبيعي أن يتم إضافة وسائل التواصل الاجتماعي إلى المكتبات الرقمية لتمكين المستفيدين الاتصال والتواصل بعضهم مع بعض.

كما وجد (Gu& Widen, ٢٠١١) أنه يوجد لدى الباحثين مجموعة متنوعة من المعلومات، واقترح بأن العاملين بالمكتبات في حاجة إلى دمج وسائل التواصل الاجتماعي مع مجموعة من المكتبات الرقمية ومكتبة Denver Public تسمح للمستفيدين بمشاركة المعلومات الموجودة في المكتبات الرقمية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك، وعلى الرغم من مزايا التكامل بين وسائل التواصل والمكتبات الرقمية، إلا أنه يوجد عددٌ قليلٌ من المكتبات يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بشكلٍ مباشرٍ مع مجموعات المكتبات الرقمية.

وفي دراسة (McDonnell & Shin, ٢٠١١) أن التكامل بين شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية يجعل المستخدمين يصلون إلى نتائج بحثية أفضل.

واكتشف (Russo, ٢٠٠٩) أن التحول في المكتبات من المواد المطبوعة إلى المواد الرقمية لا بد من إجراء دراسات للحصول على المعرفة والخبرة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الرقمية.

دراسة (Xie, Ivis, ٢٠١٤):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام أداة (تويتر) في المكتبات الرقمية، وكيف يمكن لمستخدمي المكتبات الرقمية التفاعل مع (تويتر)، وتقوم الدراسة بتحليل خمس مكتبات من المكتبات الرقمية وتشير نتائج الدراسة إلى أنه يوجد (٢٤١) مليون مستخدم نشط شهرياً عبر (تويتر)، منهم (٧٦%) مستخدماً للهواتف الذكية، ومن أهم المشكلات التي تواجه المكتبات الرقمية عند استخدام (تويتر) هي مشكلة الصيانة.

٢- دراسات تتناول شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الأكاديمية:

يؤكد (Burgert, ٢٠١٤) أن رأي المستخدم هو التبري الناجح لاستخدام أدوات التواصل، ولقد كشفت الدراسة إلى وجود مستوى عالٍ من استخدام خدمة الملخص الوافي بواسطة العاملين الذكور عند مقارنتهم بالعاملات من الإناث.

في نفس السياق، فإن (Thanuskodi, ٢٠١٢) ترى أن (٧٠%) من متخصصي نظام معلومات المكتبة LIS على وعي بأهمية أدوات التواصل وكانوا من الذكور، بينما كانت نسبة (٣٠%) من الإناث، وفي ضوء تلك النتائج فإن الذكور هم أكثر استخداماً من الإناث فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي.

وفي بحث (Kim & Abass, ٢٠١٠) قام بتقديم مقارنة فيما يتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي بين العاملين والمستخدمين، وتم إجراء استبيانات وتم إرسالها إلى (١٨٤) من مستخدمي المكتبات الأكاديمية التي تم إجراء الاستطلاع عليها تقوم باستخدام خدمة RSS، بينما (١٠.٨%) من المستخدمين يقومون باستخدام تلك الأداة.

لقد قام كل من (Gerolimos & konsta, ٢٠١١) بإجراء دراسة حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عن طريق إرسال نموذج استبيان على الإنترنت إلى (٦٩) من أمناء المكتبات في أمريكا الشمالية، و(٣٢) من العاملين بالمكتبات الأكاديمية في آسيا و(٨٢) من العاملين في أوروبا، وركزت الدراسة على الأدوات الآتية: المدونات، واليوتيوب، والفييس بوك، وتويتر، ولقد أظهرت نتائج الدراسة أن (الفييس بوك) و(تويتر) هما أكثر أدوات التواصل استخداماً بين أمناء المكتبات

في أوربا.

وقام (Chu & Du, ٢٠١٣) بدراسة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات الأكاديمية، واعتمدت الدراسة على استبيان استطلاعي في جمع المعلومات، وتم إرسالها إلى (١٤٠) جامعة، وتبين من نتائج الدراسة أن (الفييس بوك) و(الويكي) أشهر منصات التواصل التعاوني عبر الإنترنت.

كما توجد دراسة أكثر شمولاً في هذا المجال قام كلُّمن (Del & Skarl, ٢٠١٢) من خلال عينة عشوائية من المكتبات الأكاديمية من إجمالي (٢٩٦) مكتبة، قد كان لدى (١٦١) مكتبة (٣٤%) حسابات على (تويتر)، وكان الاستخدام الأول ترويج لخدمات المكتبات، والاستخدام الثاني الترويج لأحداث المكتبة، وحسابات (تويتر) الخاصة بالمكتبات التي تحتوي على عدد كبير من التغريدات تتمتع بعدد كبير من المتابعين بنسبة (٤٣%).

٣- دراسات تتناول اتجاهات الطلاب نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

قام كلُّ من (Lawson, Mathew, ٢٠٠٨) باستخدام (الفييس بوك) للتواصل مع الطلاب بصورة فردية لإخبارهم بخدمات المكتبة، وقامت Lawson بدراسة الصعوبات التي واجهتها عندما حاولت التواصل مع (١٤٠) من أصحاب التخصص في شرق آسيا، وبعدما أرسلت Lawson اثنتي عشرة رسالة شخصية إلى الطلاب في ثماني دقائق، قام (الفييس بوك) بإرسال رسالة تحذيرية بأن نشاطها يكون انتهاكاً لشروط الخصوصية بالفييس بوك، وبالتالي يجب الأخذ في الاعتبار على العاملين التفكير بحرص في كيفية الوصول إلى الطلاب عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي بصورة لا تؤدي إلى انتهاك أي من شروط الخصوصية.

قام كونيل (Connell, ٢٠٠٩) باستطلاع آراء (٣٦٦) من الطلاب الجدد في جامعة (Valpaniso) في (إنديانا Indiana) حول استخدام (الفييس بوك) و(ماي سبيس)، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن (٧٥%) من الطلاب على الرغم من عدم استخدام خدمات المكتبة عبر (الفييس بوك)، إلا أنه عند إرسال طلبات الصداقة إليهم بدأوا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة (١٧%) يقومون فعلياً بالبحث عن خدمات المكتبة عبر (الفييس بوك) (ماي سبيس)، و(٢٥%) يرفضون البحث عن خدمات المكتبة عبر (الفييس بوك).

وأوضحت دراسة (Roblyer, ٢٠١٠) أن العاملين بالمكتبة والطلاب لا يشعرون بالشغف حول استخدام (الفييس بوك) لأغراض تعليمية، وتوصي الدراسة بضرورة البحث عن استراتيجيات للتسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي مثل (Linked in).

وقام (Cassidy, ٢٠١١) بإجراء استطلاع حول (٧٠٢) من الطلاب في جامعة ولاية

(Sam Houston) حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك نسبة قليلة من المجيبين قاموا باستخدام (تويتر)، وأشار المجيبون بأنهم يفضلون تسجيل الإعجاب بالصفحة الخاصة بالمكتبة على (الفييس بوك) أكثر من متابعة الحساب الخاص للمكتبة على (تويتر)، وأن (الفييس بوك) أكثر موقع له شعبية ثم يليه (اليوتيوب)، ويأتي في المرتبة الثالثة (تويتر).

٤- دراسات تتناول شبكات التواصل الاجتماعي في تسويق خدمات المكتبات:

قام كلّمن (Khan & Bhatti, ٢٠١٢) بإجراء دراسة حول تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها في تسويق خدمات المكتبات، وقام العاملون من خلال نظام (LIS) في جامعتين في باكستان بالتعرف على أي من تطبيقات التواصل الاجتماعي تم عدّه إيجابياً لخدمات المكتبة، وتوصي الدراسة باستخدام (Facebook) و(Wiki)، و(Linked in)، و(Youtube)، و(Blogs).

وقامت دراسة (Rogers, ٢٠٠٩) باستطلاع الآراء حول كيف يمكن للمكتبات الأمريكية أن تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في علاقات عامة لجذب مستفيدين جدد، وأشارت الدراسة إلى أن العاملين يعدون وسائل التواصل أدوات لتسويق خدمات المكتبة، وتعد المدونات والفيديوهات على الإنترنت الأدوات الأكثر فعالية في التسويق.

وهدفت دراسة (Edward, ٢٠٠٩) إلى الكشف عن القضايا المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي وكيفية تطوير استراتيجيات التسويق عبر الشبكات الاجتماعية، من خلال استخدام منهج المسح الميداني، وتم إجراء مقابلات مع خمسين من مديري التسويق. وأكدت نتائج الدراسة أن هذه القنوات الاجتماعية تقدم فرصاً تسويقية قوية من خلال تخصيص الرسائل والعروض التي يتم إرسالها إلى المستفيدين.

ودراسة (OMG, ٢٠١٠) تهدف الدراسة إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مثل (Twitter) كأداة لتعزيز العلامة التجارية من خلال استخدام منهج تحليل المضمون، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الوسيلة الاجتماعية تويتر تتمتع بقوة هائلة للوصول إلى جمهور كبير بسرعة، وقد عكس نموها زيادة استخدام الهواتف الذكية مثل (iPhone, Blackberry).

ودراسة (Mishra, ٢٠١٠) عن تسويق خدمات المكتبات عن طريق (ويب ٢.٠)، وتوصلت الدراسة إلى أنه يجب أن يكون العاملون على مهارة كافية بتطبيقات (ويب ٢.٠) لتسويق خدمات المكتبات والمعلومات.

شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطور خدمات المكتبات — الفهرست س١٧، ع ٦٧-٦٨ (يوليو- أكتوبر ٢٠١٩)

أولاً- الجانب النظري:

(١) استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات:

يوضح الجدول رقم (٥) عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى العالم^(١).

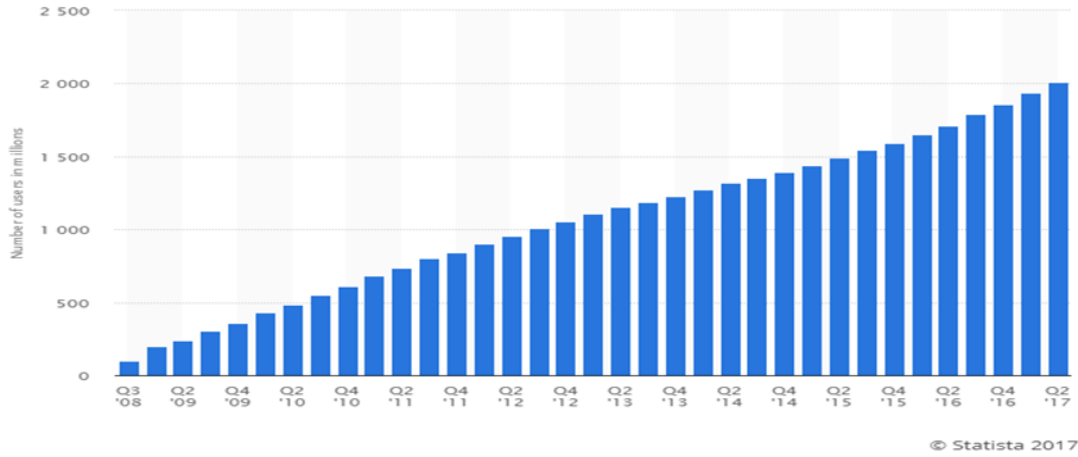
السنة	عدد المستخدمين بالبلين
٢٠١٠	٠.٩٧
٢٠١١	١.٢٢
٢٠١٢	١.٤
٢٠١٣	١.٥٩
٢٠١٤	١.٩١
٢٠١٥	٢.١٤
٢٠١٦	٢.٢٨
٢٠١٧	٢.٤٦
٢٠١٨	٢.٦٢

يوضح الجدول السابق عدد مستخدمي شبكات التواصل على مستوى العالم من عام (٢٠١٠) إلى عام (٢٠١٧)، ويتوقع أن يصل عدد مستخدمي مواقع التواصل إلى (٢.٦٢) بليون عام (٢٠١٨)، كما يصل عدد مستخدمي (الفييس بوك) شهرياً إلى (١.٨٦) بليون.

(١) الفييس بوك Facebook:

تقوم العديد من المكتبات باستخدام (الفييس بوك)، ويجب الأخذ في الاعتبار بأن (الفييس بوك) أصبح ضرورة في إطار وسائل التواصل الاجتماعي، ويوجد (٥٧%) من البالغين يستخدمون (الفييس)؛ وهذا يضيف أهمية إلى المكتبات بأن تقوم بالتسويق من خلال صفحة (الفييس بوك) .

ويوضح الشكل التالي (١) الاستخدام الشهري لمستخدمي (الفييس بوك).



(٢) تويتر Twitter:

قناة من قنوات التواصل الاجتماعي، والتي تنمو بشكل متزايد في المجتمع، على الرغم من أن قاعدة مستخدمي (تويتر) أصغر بكثير من القاعدة الخاصة بالفييس بوك (١٦%) من المجتمع يستخدم (تويتر) من مستخدمو (تويتر)؟ وفقاً لدراسة Pew فإن أكثر استخدام لـ (تويتر) من جانب صغار السن، وتقوم العديد من المكتبات بمشاركة المعلومات والأخبار الحالية، و(تويتر) أداة شائعة لمشاركة الأخبار العاجلة حول حدث عالمي كبير، قامت المكتبة العامة لمدينة (كنساس) بمشاركة تلك التغريدة. (Mitchell, ٢٠١٤)

متاح على: <http://kclibrary.freegalmusic.com/artists/view>

ويوضح الجدول رقم (٦) معدل استخدام تويتر على مستوي العالم.

السنة	عدد مستخدمي تويتر بالمليون
٢٠١٤	٢٣٥,١
٢٠١٥	٣٢٧,٤
٢٠١٦	٢٤٦,٦
٢٠١٧	٢٥٥,٣
٢٠١٨	٢٦٢,٧

يصل عدد مستخدمي (تويتر) شهرياً الي (٢٧٥) مليون نشيط.

(٣) اليوتيوب Youtube:

إن (اليوتيوب) هو مشاركة اجتماعية للمحتوى والأصدقاء والمتابعين عن طريق المشاركة والتعليق، (اليوتيوب) ليس قناة صغيرة من قنوات التواصل الاجتماعي، ولكنه يحتوي على قاعدة ضخمة من العملاء، وهو ثاني أكبر محرك بحث في العالم وتستخدم نسبة (٥١%) من البالغين بالولايات المتحدة الأمريكية (Eva, ٢٠١٤)، ووفقاً لـ (Melson) فإن (اليوتيوب) يُستخدم بصورة شائعة بين البالغين في الفئة العمرية من (٨) إلى (٣٤) عامًا.

- ما الذي تشاركه المكتبات على (اليوتيوب)؟

- المعلومات الخاصة بالمكتبة: (اليوتيوب) هو مكان لمشاركة الفيديوهات الإرشادية المتعلقة بالمكتبة.
- المحتوى الاجتماعي: إن (اليوتيوب) شبكة تواصل اجتماعي في حال نشر فيديوهات فهناك فرصة جديدة بأن يقوم المستفيدون بمتابعة قنواتك والتعليق على الفيديوهات وتسجيل الإعجاب بها.
- الترفيه: تعلم كل ما هو جديد عن طريق فيديو اليوتيوب.

أما بالنسبة لتفاعلات (تويتر) في المكتبات الرقمية، فيوجد حوالي (١٩٠٠٨) تغريدة حول فهرس المكتبة على سبيل المثال:

(a) J Pal frey Awe Some: What a brilliant way to explore Africa's literary land scape.

(٣) لينكد إن (Linked in):

هي أداة تركز على الأعمال، ويقوم من خلاله (٩٠%) من البالغين في الولايات المتحدة بنشر التاريخ الوظيفي وسيرتهم الذاتية، ويمكن للمكتبات استخدام (لينكد إن) التواصل مع المجتمع المهني والمناقشات حول تسويق الكتب.

(٤) تمبلر (Tumbler):

أداة تواصل اجتماعي تشبه المدونات، حيث إن نسبة ٤% من الأمريكيين يستخدم تمبلر، وهو أداة ممتعة كونه يحتوي على هدايا على شكل رسوم متحركة ومنشورات مرئية بالنسبة للمكتبات.

(٥) Pinterest:

هو البحث عن محتوى مرئي، وبلغ نسبة (١٥%) يستخدم (Pinterest) بالولايات المتحدة، ومعظم النسبة من النساء، بينما نسبة (٨%) فقط من الرجال يستخدمون الخدمة، ويتم نشر صور الكتب الجديدة بالمكتبة، ومن خلال ذلك أصبح لدى المكتبات ما يقرب من ألفي متابع على الصفحات الرئيسية بالولايات المتحدة الأمريكية.

(٦) Instagram:

هو قناة من قنوات التواصل الاجتماعي المخصصة لمشاركة الصور والفيديوهات القصيرة، وقام (الفييس بوك) في وقتٍ لاحقٍ بشراء (الإنستجرام) وإجراء بعض التحسينات على الخدمة، ويُستخدَم (الإنستجرام) بنسبة (١٢%) في خدمة مشاركة الصور ويتم التقاط الصور والفيديوهات القصيرة وإضافة التعليقات لكل صورة، ويمكن إضافة (#Hashtage) من خلال بعض الكلمات الرئيسية لكل صورة، ويمكن للمكتبات مشاركة الصور والأحداث الجارية. (Eva, ٢٠١٤) ويوضح الجدول رقم (٧) معدل استخدام (الإنستجرام) يوميًا من أكتوبر ٢٠١٦ إلى سبتمبر (٢٠١٧).

السنة	عدد مستخدمي إنستجرام بالمليون
أكتوبر ٢٠١٦	١٠٠
يناير ٢٠١٧	١٥٠
أبريل ٢٠١٧	٢٠٠

(٧) Snapshot:

يسمح (سناپ شات) للمستخدمين بنشر الصور والفيديوهات وإضافة النصوص والرسومات، بالإضافة إلى ضبط توقيتٍ محدد للمحتوى، تسمح الخاصية للمستخدم بمشاركة المحتوى ويختفي المحتوى بعد فترة محددة، ويوجد حوالي (٣٠%) مليون نشط يستخدم الخدمة. (Shontell, ٢٠١٤).

(٨) Vine:

هي أداة جديدة ممتعة وملوكة لتويتر، حيث يمكن للمستخدمين أن يشاركوا فيديوهات لمدة ست ثوانٍ، وتبلغ نسبة الذين يستخدمون (Vine) فقط ٣%، ويمكن للمكتبة استخدام (Vine) بخلق محتوى مرئي شبيهه، والذي يتم إنشاؤه على موقع (الإنستجرام)، ويمكن تجربة القيام بعمل تقييم لكتاب في سبع ثوانٍ.

(٩) Google +:

هو شبكة تواصل اجتماعي سريعة النمو تابعة لجوجل، ولقد حاولت جوجل من قبل إنشاء شبكة تواصل اجتماعي (Google Buzz)، ولكن تلك الأداة لم تلق رواجًا، واستمرت لمدة عام واحد، ولكن (جوجل بلس) في شعبية زائدة وتستخدم نسبة (١٤%) من الأمريكيين (جوجل بلس).

(١٠) Flickr:

يستخدم (فليكر) حوالي (٩٢) مليون مستخدم حول العالم، وهو مكان رائع لتخزين الصور ومشاركتها على الإنترنت (Etherington, ٢٠١٤).

٢- واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية في مصر:

- خطوات إجراء الدراسة:

أ- التعرف على الأنواع المختلفة من وسائل التواصل الاجتماعي المطبقة فعليًا بالمكتبات الرقمية، والتعرف على الأنواع الآتية: (الفييس بوك)، و(تويتر)، و(يوتيوب)، و(المدونات)، و(فليكر)، و(الملخص الوافي RSS).

ب- وضع الأيقونات بالمكتبة الرقمية: مكان الأيقونات الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي الصفحة الأم للمؤسسة، والصفحة الأم للمكتبة، والصفحة الأم للمكتبة الرقمية والصفحة الأم للمجموعة، ثم التعرف على وضع الأيقونات في الأعلى على الشمال، في الأعلى على اليمين، في الأسفل على الشمال، في الأسفل على اليمين، ومعرفة المواقع الأكثر شهرة لوضع الأيقونات.

ج- عدد مرات تحديث برامج التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية كل ساعة، و كل يوم، وكل أسبوع، وكل شهر، وكل مدة محددة.

د- أنواع التفاعلات بين العاملين في المكتبة والمستفيدين من هذه التفاعلات: التعليق، والإعجاب، والمتابعة، والإشعارات، وآخر الأخبار، والمشاركة، والتغريدات.

ويوضح الجدول رقم (٨) عدد متابعي صفحة الفييس بوك بالمكتبات الرقمية بمصر.

أنواع التفاعلات:

م	اسم المكتبة	عدد المتابعين
١	وحدة المكتبة الرقمية – المجلس الأعلى للجامعات	٢٣٩٩٦
٢	المكتبة المركزية – جامعة القاهرة	٥٨٠١٥
٣	مكتبة مصر العامة	١٦١٠٤٠
٤	المكتبة القومية الزراعية	٧٧٠٥
٥	دار الكتب القومية	٧٨٩٦
٦	جامعة ٦ أكتوبر	٦٦٩٠١

يتضح من الجدول السابق أن مكتبة مصر العامة من أكثر المكتبات متابعه من جانب المستفيدين، حيث بلغ عدد المتابعين (١٦١٠٤٠) متابعًا، كما تحتل مكتبة مصر العامة بالدقي^(١) المرتبة الثانية من حيث تفاعل المستفيدين بعد مكتبة الإسكندرية كما هو موضح في الشكل التالي:

ويوضح الشكل رقم (١) أكثر المكتبات تفاعلًا على صفحات التواصل الاجتماعي.

The screenshot shows a Facebook 'Pages to Watch' comparison table. The table has five columns: Page, Total Page Likes, From Last Week, Posts This Week, and Engagement This Week. The data is as follows:

Page	Total Page Likes	From Last Week	Posts This Week	Engagement This Week
1 مكتبة الإسكندرية	702.1K	▼ 0.1%	0	0
YOU 2 MISR Public Library "M...	151.4K	▲ 0.1%	19	957
3 مكتبة مصر الجديدة - Heliopoli...	29.5K	▲ 0.3%	69	392
4 مكتبة الزاوية الخضراء	28.4K	▲ 0.2%	1	72
5 Misr Public Library Zaga...	18.7K	▲ 0.2%	30	239
6 مكتبة مصر العامة بوجهة	15.7K	▲ 0.4%	7	65
7 MISR Public Library Ztn ...	14.6K	▲ 0.2%	39	209
8 مكتبة مصر العامة بالمتنزهة	5.3K	▲ 0.2%	1	11

(١) مقابلة شخصية مع أ/ عمرو أبو بكر. قسم التسويق والخدمات الخارجية بمكتبة مصر العامة بتاريخ ٢٤/٩/٢٠١٧.

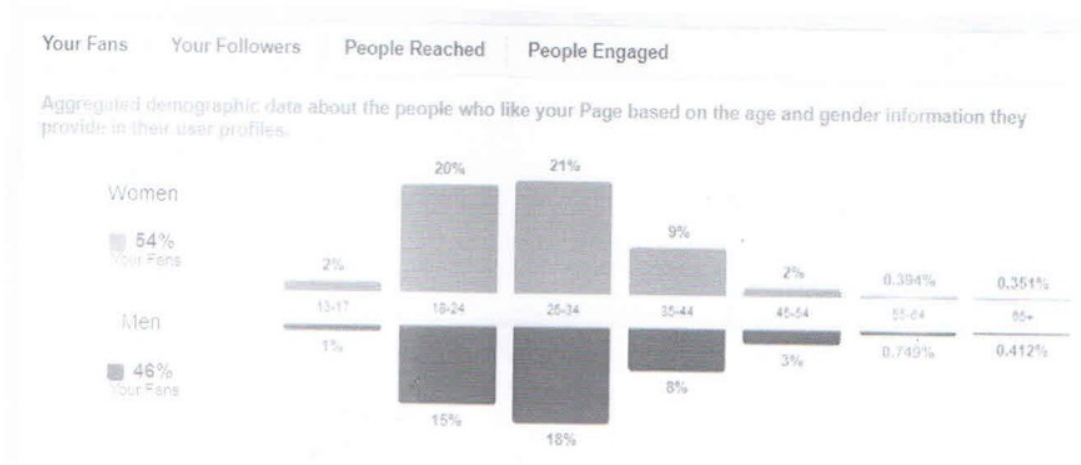
شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطور خدمات المكتبات — الفهرست س١٧، ع ٦٧-٦٨ (يوليو- أكتوبر ٢٠١٩)

ويوضح الجدول رقم (٩) الأرقام التسويقية بمكتبة مصر العامة شهر سبتمبر ٢٠١٧، والتي وصلت إلى ١٦٠٠٠٠ إعجاب.

العنصر التسويقي	شرح العنصر التسويقي	الرقم الذي تم تحقيقه
Action on page إجراءات تم إتخاذها على الصفحة	عدد النقرات على معلومات إتصال الصفحة وزر الدعوة لإتخاذ إجراء	٣٧٧
Page views مشاهدات الصفحة	عدد مرات مشاهدة الجمهور للصفحة وأقسامها	٩٢١٢
Page Likes تسجيلات الإعجاب بالصفحة	عدد مرات تسجيل الجمهور لإعجابهم بالصفحة	٢٣٦٩
Reach الوصول	عدد الجمهور الذي وصلت إليهم منشورات الصفحة بالإضافة إلى تسجيلات الإعجاب والتعليقات والمشاركات	١١٧٢٨٥
Post Engagements	عدد مرات تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحة من خلال تسجيلات الإعجاب والتعليقات والمشاركات	٥٨١٢٥
Messages الرسائل	النسبة المئوية للرسائل المجاب عنها	٩٩%
	الوقت المستغرق لتلاجابة عن الرسائل خلاله	١٢٠ دقيقة
Videos الفيديو	عدد مرات مشاهدة الفيديوهات الموجودة على الصفحة لمدة لا تقل عن ٣ ثوان	١٢٤٨

كما يوضح الشكل رقم (٢) نسبة المعجبين بالصفحة من حيث الذكور والإناث والفئات العمرية بمكتبة مصر العامة.

وفيما يلي شكل بياني يوضح نسبة المعجبين بالصفحة من حيث الذكور والإناث والفئات العمرية



ويوضح الشكل رقم (٣) التقرير التفصيلي لقناة المكتبة على موقع Youtube.

الفترة	عدد المشاهدات	وقت المشاهدة بالدقائق
من ٢٠١٧/٨/١ حتى ٢٠١٧/٨/٣١	٢٣٨	٢٦٢ دقيقة

وفيما يلي جدول وشكل بياني يوضح النسبة المئوية لتقسيم مشاهدين القناة خلال الشهر من حيث الذكور والإناث :-

الفترة	الذكور	الإناث
من ٢٠١٧/٨/١ حتى ٢٠١٧/٨/٣٠	%٦٤	%٣٦

ثانيًا- الجانب التطبيقي:

- استبيان العاملين بالمكتبات الرقمية في مصر:

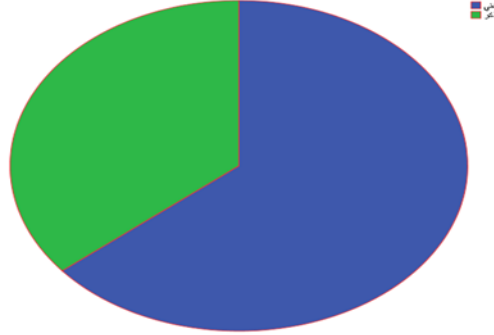
١- النوع:

ويوضح الجدول رقم (١) توزيع العينة وفقًا للنوع

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	٣٢	%٣٦,٠
أنثي	٥٧	%٦٤,٠
الكلي	٨٩	%١٠٠

تبين من توزيع عينة الدراسة أن نسبة العاملين "الإناث" هي الفئة الأكثر استخدامًا لشبكات التواصل الاجتماعي البالغ عددهم (٥٧) بنسبة (٦٤%)، أما الفئة الأقل استخدامًا لشبكات التواصل الاجتماعي هي "الذكور" البالغ عددهم ٣٢ بنسبة ٣٦%.

ويوضح الشكل رقم (١) توزيع العينة وفقاً للنوع.



٢- أسباب استخدام شبكات التواصل بالمكتبات الرقمية:

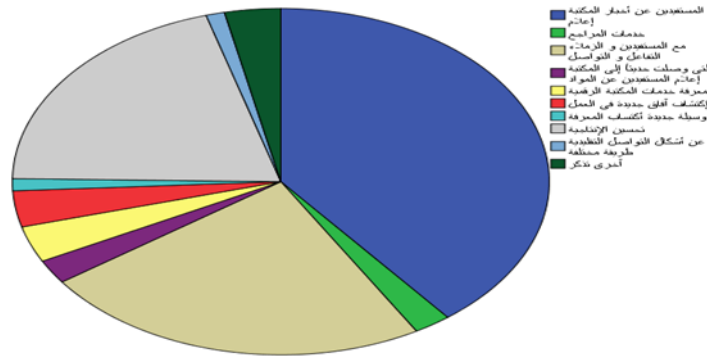
ويوضح الجدول رقم (٢) أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الأسباب
٣٩,٣%	٣٥	إعلام المستفيدين عن أخبار المكتبة
٢,٢%	٢	خدمات المراجع
٢٣,٦%	٢١	التفاعل والتواصل مع المستفيدين والزلاء
٠,٠%	٠	دعم البنية التحتية
٢,٢%	٢	إعلام المستفيدين عن المواد التي وصلت حديثاً للمكتبة
٣,٤%	٣	لمعرفة خدمات المكتبة الرقمية
٣,٤%	٣	اكتشاف آفاق جديدة في العمل
١,١%	١	وسيلة جديدة لاكتساب معرفة
٠,٠%	٠	وسيلة سريعة وسهلة للمشاركة بالآراء
٢٠,٢%	١٨	تحسين الإنتاجية
١,١%	١	طريقة مختلفة عن أشكال التواصل التقليدية
٣,٤%	٣	أخرى
١٠٠%	٨٩	الكلي

يتضح من الجدول السابق أن من أكثر أسباب استخدام العاملين لشبكات التواصل الاجتماعي هو إعلام المستفيدين عن أخبار المكتبة البالغ عددهم (٣٥) بنسبة (٣٩.٣%)، يليه التفاعل والتواصل مع المستفيدين والزلاء بنسبة (٢٣.٦%)، ثم يأتي في المرتبة الثالثة تحسين الإنتاجية بنسبة (٢٠.٢%).

كما توجد أسباب أخرى لاستخدام العاملين لشبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية، مثال: حجز الأنشطة والإعلان عن الندوات والمؤتمرات والرد على الاستفسارات بمكتبة مصر العامة^(١)، والإعلان عن الكتب الجديدة بالمكتبة القومية الزراعية، بالإضافة إلى إتاحة قواعد البيانات والوصول الحر وإتاحة خدمات بنك المعرفة المصري بالمكتبة الرقمية جامعة القاهرة^(٢)، والإصدارات الجديدة وأماكن وجودها وبروتوكولات التعاون بدار الكتب المصرية^(٣).

ويوضح الشكل رقم (٢) أسباب الاستخدام.



٣- مدى تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير خدمات المكتبات الرقمية بمصر:

ويوضح الجدول رقم (٣) تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية.

النسبة	التكرار	تأثير شبكات التواصل
97.8%	87	نعم
2.2%	2	لا
100%	89	الكلي

ويتضح من الجدول السابق أن أكبر نسبة من العاملين البالغ عددهم (٨٧) بنسبة (٩٧.٨%) ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دورٌ إيجابي في تطوير خدمات المكتبات الرقمية، بينما أقل نسبة من العاملين البالغ عددهم اثنين بنسبة (٢.٢%) ترى أن شبكات التواصل لا تؤثر في تطور خدمات المكتبات الرقمية.

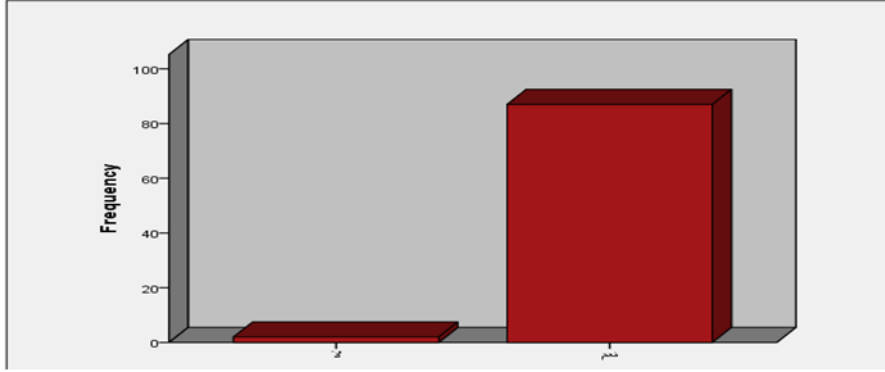
(١) مقابلة شخصية مع أ/ عمرو أبو بكر، قسم التسويق والخدمات الخارجية، مكتبة مصر العامة بتاريخ ٢٦/٩/٢٠١٧.

(٢) مقابلة شخصية مع د/ إيمان رمضان، المكتبة الرقمية بالمكتبة المركزية (جامعة القاهرة) بتاريخ ١٥/٩/٢٠١٧.

(٣) مقابلة شخصية مع أ/ ميادة مدحت مدير مكتب الإعلام بالهيئة العامة لدار الكتب بتاريخ ٢٤/٩/٢٠١٧.

شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطور خدمات المكتبات — الفهرست س١٧، ع ٦٧-٦٨ (يوليو- أكتوبر ٢٠١٩)

ويوضح الشكل رقم (٣) مدى تأثير شبكات التواصل في تطور خدمات المكتبات الرقمية.



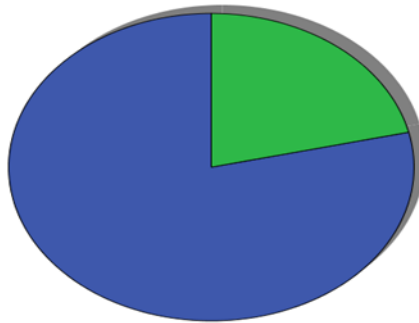
٤- سياسة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

ويوضح الجدول رقم (٤) سياسة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

وجود سياسة	التكرار	النسبة
نعم	١٩	٢١,٣%
لا	٧٠	٧٨,٧%
الكلي	٨٩	١٠٠%

يتضح من خلال ما سبق أن أغلبية العاملين البالغ عددهم (٧٦) بنسبة (٧٨.٧%) يرون أنه لا توجد سياسة واضحة ومكتوبة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية.

ويوضح الشكل رقم (٤) سياسة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.



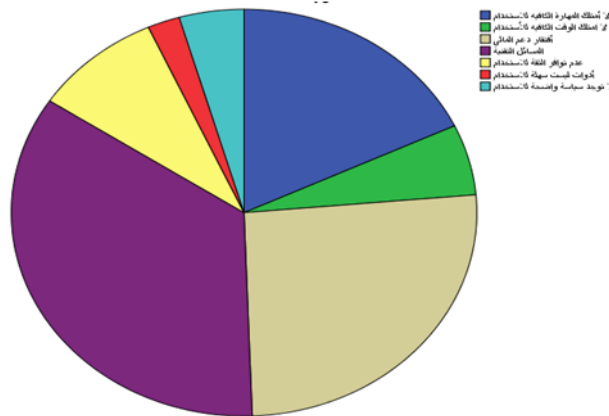
٥- العقبات التي تواجه العاملين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية:

ويوضح الجدول رقم (٥) العقبات التي تحدّ من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

العقبات	التكرار	النسبة
لا أملك المهارة الكافية للاستخدام	١٦	%١٨,٠
لا أملك الوقت الكافي للاستخدام	٥	%٥,٦
افتقار الدعم المادي	٢٣	%٢٥,٨
المسائل التقنية	٣١	%٣٤,٨
عدم توافر الثقة الكافية	٨	%٩,٠
أدوات ليست سهلة الاستخدام	٢	%٢,٢
لا توجد سياسة واضحة للاستخدام	٤	%٤,٥
الكلّي	٨٩	%١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن أهم الصعوبات التي تواجه العاملين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المسائل التقنية بنسبة (٣٤.٨%)، ويأتي في المرتبة الثانية افتقار الدعم المالي بنسبة (٢٥.٨%)، ثم عدم توافر المهارة الكافية للعاملين في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الثالثة بنسبة (١٨%).

ويوضح الشكل (٥) صعوبات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية.



٦- الأداة الأكثر استخدامًا بالمكتبات الرقمية:

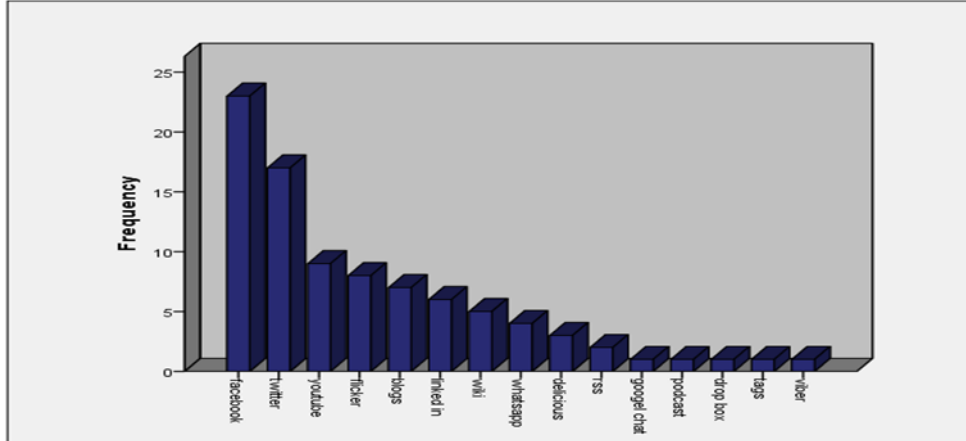
يوضح الجدول رقم (٦) الأداة الأكثر استخدامًا بالمكتبات الرقمية

النسبة	التكرار	الأداة
٢٥,٨%	٢٣	Facebook
١٩,١%	١٧	Twitter
٧,٩%	٧	Blogs
١٠,١%	٩	Youtube
٩,٠%	٨	Flicker
٠,٠%	٠	Picasa
٦,٧%	٦	Linked in
٥,٦%	٥	Wiki
١,١%	١	Drop box
٢,٢%	٢	Rss
١,١%	١	Podcast
٣,٤%	٣	Delicious
١,١%	١	Google chat
٤,٥%	٤	Whatsapp
١,١%	١	Tags
٠,٠%	٠	Skype
١,١%	١	Viber
١٠٠%	٨٩	الكلية

يبين الجدول السابق أن الأداة الأكثر استخدامًا بالمكتبات الرقمية في مصر هي (الفييس بوك) بنسبة (٢٥.٨%)، ويأتي (Twitter) في المرتبة الثانية بنسبة (١٩.١%)، ويحتل (Youtube) المرتبة الثالثة بنسبة (١٠.١%)، أما (Flicker) فيأتي في المرتبة الرابعة بنسبة (٩%)، بينما أقل الأدوات استخدامًا (Tags, Drop box و Google Chat) بنسبة (١.١%) كما أن بداية استخدام (Facebook) بمكتبة مصر العامة كان عام (٢٠١٦)، يليه استخدام (Whats app) عام (٢٠١٥)، وبدأت المكتبة في استخدام (Linked in) من أربعة شهور فقط، ويُعد من أكثر الأدوات استخدامًا

بمكتبة (٦ أكتوبر) (Facebook, YouTube, Linked in).^(٢)

ويوضح الشكل (٦) الأدوات الأكثر استخدامًا بالمكتبات الرقمية.



• استبيان المستخدمين بالمكتبات الرقمية في مصر:

١- المؤهل الدراسي:

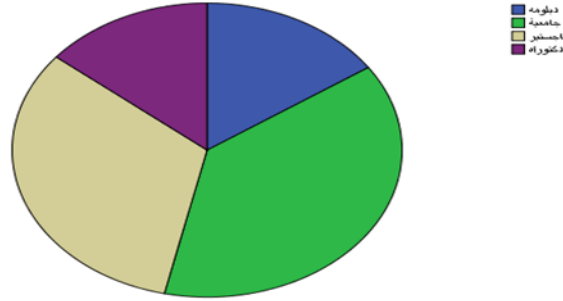
يوضح الجدول رقم (٧) المؤهل الدراسي للمستخدمين

النسبة	التكرار	المؤهل
١٥,٥%	١١	دبلومة
٣٨,٠%	٢٧	شهادة جامعية
٣٢,٤%	٢٣	ماجستير
١٤,١%	١٠	دكتوراه
٠,٠%	٠	أخرى
١٠٠%	٧١	الكل

يتضح من الجدول أن أغلبية المستخدمين بالمكتبات الرقمية حاصلون على شهادة جامعية، ويبلغ عددهم ٢٧ بنسبة ٣٨%.

(٢) مقابلة شخصية مع أ/ عمرو علي أحمد، أخصائي مكتبات جامعة ٦ أكتوبر بتاريخ ٢٦/٩/٢٠١٧.

ويوضح الشكل (٧) المؤهل الدراسي للمستخدمين.



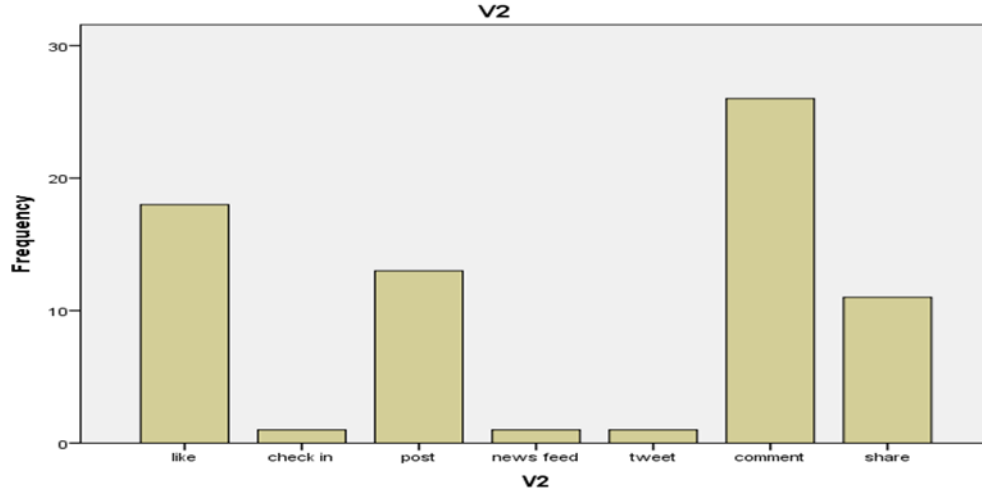
٢- أشكال التفاعل بالمكتبات الرقمية:

ويوضح الجدول (٨) أشكال تفاعل المستخدمين مع صفحات التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	أشكال التفاعل
٢٥,٤%	١٨	Like
١,٤%	١	Check in
١٨,٣%	١٣	Post
١,٤%	١	News feed
١,٤%	١	Tweet
٣٦,٦%	٢٦	Comment
٠,٠%	٠	Notification
٠,٠%	٠	Follow
١٥,٥%	١١	Share
٠,٠%	٠	Other
١٠٠%	٧١	الكلي

يبين الجدول السابق أن أكثر أشكال التفاعل استخدامًا بالمكتبات الرقمية هو (Comment) بنسبة (٣٦,٦%)، ويأتي في المرتبة الثانية (Like) بنسبة (٢٥,٤%)، وفي المرتبة الثالثة (Post) بنسبة (١٨,٣%)، أما أقل أشكال التفاعل استخدامًا فهو (Check in, New feed) بنسبة (١,٤%).

ويوضح الشكل (٨) أشكال التفاعل بالمكتبات الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.



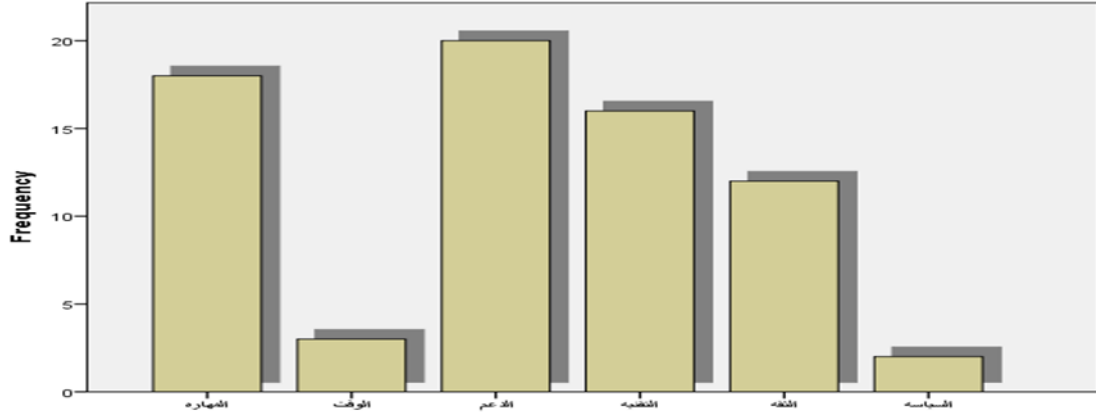
٣- العقبات التي تحدّ من استخدام شبكات التواصل بالنسبة للمستخدمين:

ويوضح الجدول (٩) العقبات التي تحدّ من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	العقبات
٢٥,٤%	١٨	لا أملك المهارة للاستخدام
٤,٢%	٣	لا أملك الوقت للاستخدام
٢٨,٢%	٢٠	افتقار الدعم المادي
٢٢,٥%	١٦	المسائل التقنية
١٦,٩%	١٢	عدم توافر الثقة الكافية للاستخدام
٠,٠%	٠	أدوات ليست سهلة الاستخدام
٢,٨%	٢	لا توجد سياسة الاستخدام
١٠٠%	٧١	الكلي

يبين الجدول السابق أن أكثر المعوقات التي تحدّ من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو افتقار الدعم المالي بنسبة (٢٨.٢%)، يليه عدم وجود مهارات كافية بنسبة (٢٥.٤%)، ويأتي في المرتبة الثالثة المسائل التقنية بنسبة (٢٢.٥%).

ويوضح الشكل (٩) العقبات التي تحول دون استخدام شبكات التواصل.



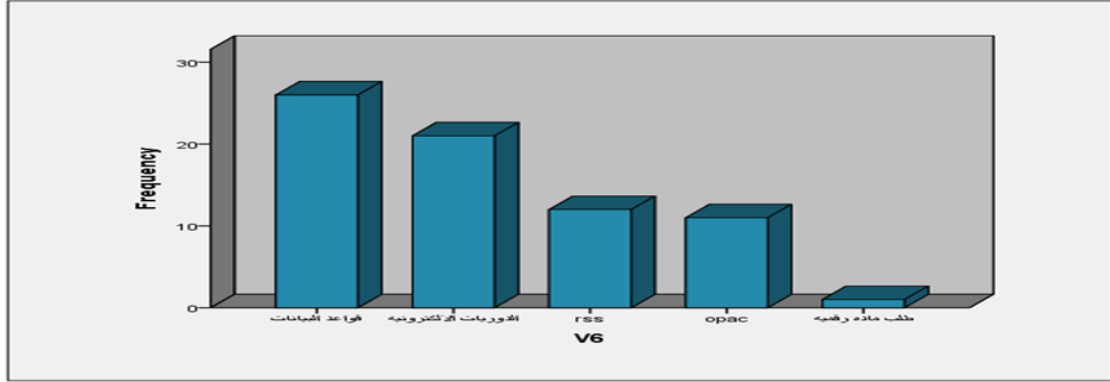
٤ - خدمات المكتبات الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

يوضح الجدول رقم (١١) خدمات المكتبات الرقمية.

الخدمات	التكرار	النسبة
قواعد البيانات	٢٦	%٣٦,٦
الدوريات الإلكترونية	٢١	%٢٩,٦
الملخص الوافي RSS	١٢	%١٦,٩
الفهرس المتاح علي الخط المباشر OPAC	١١	%١٥,٥
طلب مادة رقمية	١	%١,٤
دليل البحث المصور	٠	%٠,٠
الكلي	٧١	%١٠٠

يتضح من خلال الجدول السابق أن أكثر الخدمات استخدامًا في المكتبات الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي إتاحة قواعد البيانات بنسبة (%٣٦.٦)، يليها الدوريات الإلكترونية بنسبة (%٢٩.٦)، ثم يأتي في المرتبة الثالثة خدمة (الملخص الوافي RSS) بنسبة (%١٦.٥).

ويوضح الشكل (١١) خدمات المكتبات الرقمية.



٥- الأدوات الأكثر استخدامًا بالمكتبات الرقمية من جانب المستخدمين:

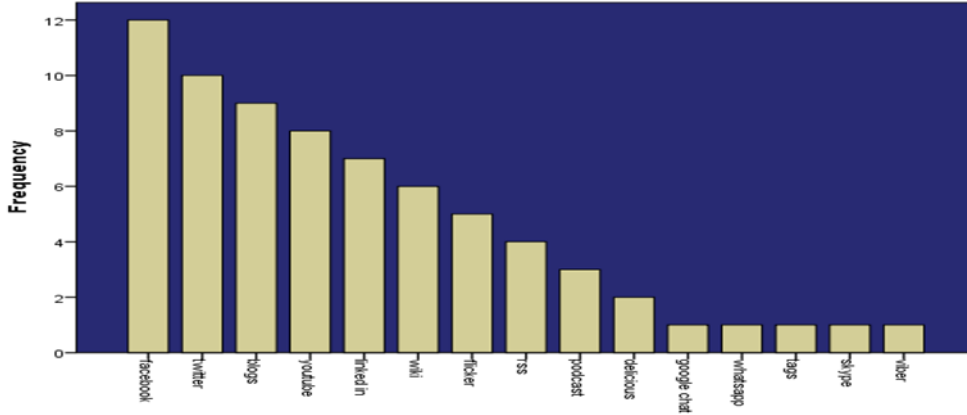
يبين الجدول رقم (١٢) الأدوات الأكثر استخدامًا بالمكتبات الرقمية.

النسبة	التكرار	الأداة
%١٦,٩	١٢	Facebook
%١٤,١	١٠	Twitter
%١٢,٧	٩	Blogs
%١١,٣	٨	Youtube
%٠,٠	٠	Drop box
%٠,٠	٠	Picasa
%٩,٩	٧	Linked in
%٨,٥	٦	Wiki
%٧,٠	٥	Flicker
%٥,٦	٤	Rss
%٤,٢	٣	Podcast
%٢,٨	٢	Delicious
%١,٤	١	Google chat
%١,٤	١	Whatsapp
%١,٤	١	Tags
%١,٤	١	Skype
%١,٤	١	Viber
%١٠٠	٧١	الكلية

شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطور خدمات المكتبات — الفهرست س١٧، ع ٦٧-٦٨ (يوليو- أكتوبر ٢٠١٩)

يتضح من الجدول السابق أن الأدوات الأكثر استخدامًا هي (facebook) بنسبة (١٦.٩%)، يليه (Twitter) بنسبة (١٤.١%)، ثم يليه (Blogs) بنسبة (١٢.٧%)، أما الأدوات الأقل استخدامًا من جانب المستخدمين فهي (Viber, Tags, Skype) بنسبة (١.٤%).

ويوضح الشكل (١٢) الأدوات الأكثر استخدامًا بالمكتبات الرقمية.



النتائج والتوصيات:

أولاً- النتائج:

- (١) تبين من نتائج الدراسة أن إعلام المستخدمين عن أخبار المكتبة من أكثر أسباب استخدام العاملين لشبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية بنسبة (٣٩.٣%)، يليه التفاعل والتواصل مع الزملاء بنسبة (٢٣.٦%)، ثم يأتي تحسين الإنتاجية في المرتبة الثالثة بنسبة (٢٠.٢%).
- (٢) يتضح أن نسبة أكبر من العاملين، والبالغ عددهم (٨٧)، يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دورٌ إيجابي في تطوير خدمات المكتبات الرقمية بنسبة (٩٧.٨%).
- (٣) تبين من نتائج الدراسة أنه لا يوجد سياسة واضحة ومكتوبة حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية بنسبة (٧٨.٧%).
- (٤) من أهم العقبات التي تحدّ من استخدام العاملين لشبكات التواصل الاجتماعي المسائل التقنية بنسبة (٣٤.٨%)، ثم يأتي **افتقار الدعم المالي** في المرتبة الثانية بنسبة (٢٥.٨%)، أما بالنسبة للمستخدمين فمن أهم العقبات افتقار الدعم المالي بنسبة (٢٨.٢%)، يليه عدم وجود مهارة كافية في الاستخدام بنسبة (٢٥.٤%).
- (٥) من الأدوات الأكثر استخدامًا لشبكات التواصل الاجتماعي (Facebook) بنسبة (٢٥.٨%)، يليه (Twitter) بنسبة (١٩.٣%)، ثم (Youtube) بنسبة (١٠.١%)، أما بالنسبة لمجتمع المستخدمين فالأداة الأكثر استخدامًا (Facebook) بنسبة (١٦.٩%)، يليه (Twitter) بنسبة (١٤.١%)، ثم يليه (Blogs) بنسبة (١٢.٧%).
- (٦) إن (Comment) من أكثر أشكال التفاعل استخدامًا بالمكتبات الرقمية من جانب المستخدمين بنسبة (٣٦.٦%)، يليه (Like) بنسبة (٢٥.٤%)، وجاء (Post) في المرتبة الثالثة بنسبة (١٨.٣%)، أما (Check in و New feeds) فأقل أشكال التفاعل استخدامًا بنسبة (١.٤%).
- (٧) إنَّ إتاحة قواعد البيانات من أكثر الخدمات استخدامًا بالمكتبات الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من جانب المستخدمين بنسبة (٣٦.٦%)، يليها الدوريات الإلكترونية بنسبة (٢٩.٦%)، ثم يأتي (خدمة الملخص الوافي RSS) في المرتبة الثالثة بنسبة (١٦.٩%).
- (٨) تُعد مكتبة مصر العامة فرع الدقي من أكثر المكتبات متابعه من جانب المستخدمين، حيث بلغ عدد المتابعين (١٦١٠٤٦)، كما تحتل المرتبة الثانية بعد مكتبة الإسكندرية من حيث تفاعل عدد المستخدمين.
- (٩) نقص المعايير التي تتعلق بكيفية نشر المعلومات من جانب العاملين بالمكتبات الرقمية في مصر.
- (١٠) إن تطبيقات التواصل الاجتماعي غير متاحة في جميع المواقع، ومعظم المعلومات المنشورة تتركز حول الترويج لخدمات المكتبات الرقمية وإنشاء روابط لها.

ثانياً- التوصيات:

- (١) ضرورة الاهتمام بعنصري: التفاعلية والتحديث المستمرين لصفحة المكتبات الرقمية وحسابها على مواقع التواصل الاجتماعي؛ لما لها من أهمية كبرى في تطوير الصفحة وازدهارها وتزايد أعداد متابعيها باستمرار، ولضمان وصول كل ما هو جديد إلى المستخدمين منها.
- (٢) وضع استراتيجية متكاملة لوسائل التواصل الاجتماعي تتضمن مختلف العناصر التسويقية والترويجية، من خلال الجهود في مختلف المكتبات الرقمية وأهمها إدارة التسويق.
- (٣) زيادة اهتمام المكتبات المصرية بإضافة وسائل التواصل الاجتماعي إلى واجهات المكتبات الرقمية، والتعرف على المستخدمين لتقديم خدمات رقمية مناسبة.
- (٤) تشكيل لجان رقابة للمواقع الاجتماعية في المكتبات الرقمية ومتابعتها وتحديثها باستمرار، تتولى مهام المتابعة لما يُثار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بشرط ألا يتعارض مع حرية الرأي والتعبير للمستخدمين.
- (٥) ضرورة الاهتمام بوضع سياسة مكتوبة وواضحة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية.
- (٦) تقديم ورش عمل حول كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساعد على تحفيز المستخدمين في الاشتراك في التفاعلات، وهو توجيه لجذب المستخدمين، والاستجابة لمنشورات المستخدمين أفضل إعلان لترويج استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

١ - استبيان العاملين

استبيان حول ((شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطور خدمات المكتبات الرقمية في مصر: دراسة ميدانية))

- ١- الجنسية:
() ذكر () أنثى
- ٢- العمر:
() ٢٠-٢٩ سنة () ٣٠-٣٩ سنة () ٤٠-٤٩ سنة
() ٥٠-٥٩ سنة () ٦٠ سنة أو أكثر
- ٣- المؤهل الدراسي:
() دبلومة () شهادة جامعية () ماجستير
() دكتوراه () أخرى
- ٤- ما أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية؟
() إعلام المستفيدين عن أخبار المكتبة () خدمات المراجع
() التفاعل والتواصل مع المستفيدين والزلاء () دعم البنية التحتية
() إعلام المستفيدين بالمواد التي وصلت حديثاً إلى المكتبة () لمعرفة خدمات المكتبة الرقمية
() اكتشاف آفاق جديدة في العمل () وسيلة جديدة لاكتساب المعرفة
() وسيلة سريعة وسهلة للمشاركة بالآراء () تحسين الإنتاجية
() طريقة مختلفة عن أشكال التواصل التقليدية () أخرى تذكر
- ٥- موقع المكتبة الرقمية على شبكة الإنترنت:
() الصفحة الرئيسية للمكتبة الرقمية () الصفحة الرئيسية للمجموعة
() الصفحة الرئيسية للمؤسسة () أعلى اليسار () أعلى الوسط
() أعلى اليمين () أسفل اليسار () أسفل الوسط () أسفل اليمين
- ٦- هل تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي في تطور خدمات المكتبات الرقمية في مصر؟
() نعم () لا
إذا كانت الإجابة بنعم من وجهة نظرك لماذا تُعد شبكات التواصل الاجتماعي ذات أهمية في تطور مستقبل المكتبات الرقمية؟
- ٨- هل يوجد بالمكتبة سياسة واضحة ومكتوبة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
() نعم () لا
إذا كانت الإجابة بنعم حدّد سياسة المكتبة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٩- ما العقبات التي تحول دون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية؟
() لا أملك المهارة الكافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي () لا أملك وقتاً كافياً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
() افتقار الدعم المالي () المسائل التقنية
() عدم توافر الثقة الكافية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي () أدوات ليست سهلة الاستخدام لأنها تحتاج إلى إعدادات وصيانة
() لا توجد سياسة واضحة بالمكتبة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطور خدمات المكتبات — الفهرست س١٧، ع ٦٧-٦٨ (يوليو- أكتوبر ٢٠١٩)

١٠- ما معدل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبة الرقمية؟

الأداة	أسبوعياً	شهرياً	سنوياً	عدة سنوات	أبدًا
Facebook					
Twitter					
blogs					
YouTube					
flicker					
Rss					
Skype					
wiki					
LinkedIn					
Google chat					
whatSapp					
tags					
podcasts					
delicious					
Viber					
Picasa					
Drop box					

٢- استبيان المستفيدين

١- النوع:

() ذكر () أنثى

٢- المؤهل الدراسي:

() دبلومة () شهادة جامعية () ماجستير

() دكتوراه () أخرى

٣- ما أشكال التفاعل الأكثر استخدامًا بالمكتبة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

() like () check In () post

() news feed () tweet () comment

() notification () follow () share

٤- هل تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي في تطور خدمات المكتبات الرقمية في مصر؟

() نعم () لا

إذا كانت الإجابة بنعم من وجهة نظرك لماذا تُعد شبكات التواصل الاجتماعي ذات أهمية في تطور

مستقبل المكتبات الرقمية؟

٥- ما العقبات التي تحول دون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الرقمية؟

() لا أملك المهارة الكافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

() لا أملك وقتًا كافيًا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

() افتقار الدعم المالي () المسائل التقنية

() عدم توافر الثقة الكافية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

() أدوات ليست سهلة الاستخدام لأنها تحتاج إلى إعدادات وصيانة

() لا توجد سياسة واضحة بالمكتبة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

٦- ما الخدمات التي تقدمها المكتبات الرقمية عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي؟

() قواعد البيانات () الدوريات الإلكترونية

() الملخص الوافي RSS () الفهرس المتاح على الخط المباشر OPAC

() طلب مادة رقمية () دليل البحث المصور

شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطور خدمات المكتبات — الفهرست س١٧، ع ٦٧-٦٨ (يوليو- أكتوبر ٢٠١٩)

٧ - ما معدل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبة الرقمية؟

الأداة	أسبوعياً	شهرياً	سنوياً	عدة سنوات	أبداً
Facebook					
Twitter					
blogs					
YouTube					
flicker					
Rss					
Skype					
wiki					
LinkedIn					
Google chat					
whatSapp					
tags					
podcasts					
delicious					
Viber					
Picasa					
Drop box					

المراجع

أولاً- المراجع العربية:

- ١- إبراهيم، انتصار عباس (٢٠١٥). أثر شبكات التواصل الاجتماعي على المكتبات ومراكز المعلومات <http://www.arablibrarianet.glogspot.com/2008/04/2009acr2.pdf>
- ٢- القحطاني، جوزاء بنت محمد (٢٠١٥). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تسويق خدمات المعلومات في المكتبات العامة: دراسة حالة المكتبة الملك عبد العزيز العامة، مجلة المكتبات والمعلومات العربية، ع ١٤، س ٣٥، أبريل ٢٠١٥، ص ص ٩٩-١٤٦.
- ٣- المعثم، عبد الرحمن بن نبيل (٢٠١٠). المكتبات الرقمية في المملكة العربية السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية نموذجاً، مكتبة الملك فهد الوطنية ط ١. ص ص ٥-٥٧.
- ٤- عبد العزيز التميمي، فيصل (٢٠١٦). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في خدمات المكتبات ومراكز المعلومات: تجربة مكتبة الملك فهد الوطنية، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج ٢٢، ع رجب - ذو القعدة ١٤٣٧ هـ. ص ص ٥ - ٣٥.
- ٥- فايز أحمد، رحاب (٢٠١٢). نظم المكتبات الرقمية الدلالية: دراسة تحليلية مقارنة. أعلم، ٩٤، ١٠ ذو القعدة ١٤٣٢ - جمادى الأولى ١٤٣٣ - أبريل ٢٠١٢. ص ص ٩ - ٦٦.
- ٦- مجاهد، أماني جمال (٢٠٠٩). استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، المؤتمر العشرون للاتحاد العربي للمكتبات: نحو جيل جديد من نظم المعلومات والمتخصصين: رؤية مستقبلية (٩-١١ ديسمبر ٢٠٠٩) الدار البيضاء: الاتحاد العربي للمكتبات.
- ٧- مصطفى، إسرائ سليمان (٢٠١٦). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تقديم خدمات المعلومات بمكتبات جامعة سوهاج: دراسة تجريبية، إشراف زين الدين محمد عبد الهادي (أطروحة ماجستير)، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم المكتبات. ص ص ١ - ٢٠.

ثانياً- المراجع الأجنبية:

- 1- Ann, J (2011). The effect of social network sites on adolescents: social and Academic development: Current theories and controversies journal of the Amer Society for information science and technology. Vol. 62, N.8. pp. 1435 – 1445.
- 2- Buigues, Garcia, M (2012). Impact of web 2.0 on national libraries, international journal of information management vol. 32. no. 1 pp. 3-10.
- 3- Burgert, L. Nann, A (2014). Ventures in social media, the journal of the Louisiana chapter of the ACRL, 3(1). Pp. 22-44.
- 4- Cassidy, Evin (2011). Higher Education & Emerging Technologies: student usage, references and lessons for library services, reference & user services Quarterly vol. 50. pp. 91-80
- 5- Chu, S.K & Du (2013). Social networking tools for academic libraries, journal of library and information science, 45(1), pp. 64-75.
- 6- Cho, C (2013) Youtube and academic libraries. Building a digital collection, Journal Electronic resources librarianship. Vol 25, No. 1, pp39-50.
- 7- Connel, Ruths (2009). Academic libraries, facebook and Myspace and student outreach: A survey of student opinion "Libraries and the academy 9(1). Pp. 25-36.
- 8- Del Bosque, A. Leif (2012). Libraries a twitter: trends in Academic library tweeting. Reference services review. Pp. 199-213.
- 9- Edward, Mathousea (2009). A closer look into the future of interactive marketing. Journal of interactive marketing. Vol. 23. pp 105-107.
- 10- Etherington, Darrell (2014). Flickr at 10: IM photos shared per day <http://techcrunch.com/2014/02/10/Flicker-at-10-IM-photos-shared-per-day-marketing-itb-free>.
- 11- Eva & Mitchell, Amy (2014). 8 key take away about social media and news pew research. Journalism project. March 26, 2014.
- 12- Evans, D (2012). Social media marketing: An hour a day second edition, John Wiley & sons Inc, Indiana. USA. P.38.
- 13- Gerolimos, M. &Konsta, R (2011). Services for academic libraries in the new Ora. The magazine of digital library research 17(8). Pp.1-13.
- 14- Kuplan, A. M (2010). Users of the World unit: the challenges & opportunities of social media. Business horizons 53(1) pp. 55-68.
- 15- Khan, S. A. & Widen, G. (2011). Application of social media marketing of library and information services: a case study from Pakistanwebology, vol. 9, no. 1 available at: www.webblog.org.2012/gvn/a93.html.

- 16- Kim, Y & Abbas, J (2010). Adoption of library 2.0 functionalities by academic libraries & users: a knowledge management. Journal of academic librarianship. 36 (3). Pp. 211-218.
- 17- Lawson, Dawn (2008). Taking the library to users: Experimenting with Facebook as an antrench tool in library 2.0 initiatives in academic library, Chicago; association of college & research libraries, pp. 55-145.
- 18- Lijun, Zohou (2014). Social media: a new vehicle for city marketing in China cities, vol. 37. pp. 27-32.
- 19- MCDonnell, M (2011). Social search at Exonomy of and user centered approach to social web search, program electronic library and information services, vol. 45, No. 1 pp. 6-28.
- 20- Mishra, Charpes (2008). Social networking technology (SITS) in digital environment: It's possible implication on libraries available at: <http://eprints.rchs.org/16844>
- 21- Mitchell, Amy (2014). Twitter news consumers. Young mobile and educated pen research journalism project, www.journalism.org/2013/11.04
- 22- Moria, Rangariai (2014). Use of social media tools by library staff at the university of science and technology, Zimbabwe Amini, Thesis for the degree of MLIS. Pp. 20-52.
- 23- ODLIS. <http://lu.com/odlis/index.cfm>
- 24- OMG, Ashton (2010). How firms can adapt marketing communications to the Twitter generation – Emerald group publishing limited. Vol.26, No. 8, pp. 26-29.
- 25- Rogers, C.R. (2009). Social Media, Libraries & web 2.0: How American libraries are using new tools for public relations & to attract new users available at: <http://dc-statelibrary.sc.gov/bistream/handle-social-media-libraries-2011.pdf>
- 26- Russo, A (2009). The impact of social media on informal learning in museums. Educational Media international, vol.46, No. 2, pp. 153-166.
- 27- Schrier, R. A (2011). Digital librarianship & social media. The digital library as conversion facilitate or D-Lib magazine. Vol. 17, No. 18. pp.1-7.
- 28- Shontell, Alyson (2014). The truth about snapchat's active users, business insider Dec9. www.businessinsider.com/snapchat-active-users-exceed30million-2013.
- Smith, Aron (2014). 6 New facts about Facebook Pew research center, Feb 3, www.pewresearch.org/fact/tank2014/62/03/6newfacts-about-facebook
- 29- Starr, 1(2010) California digital library in twitter land, computers in libraries, vol. 30, No. 7, pp. 23-27.
- 30- Thanuskodi, S (2012). Awareness of library 2.0 application among library and in-

formation science professionals at Annamalai university, India. Journal of library science, 1(5). Pp. 195-207.

- 31- Xie, Iris (2014). Social media application in digital libraries online information review vol. 38, no. 4, pp. 502-523.
- 32- Xie, Iris (2014). Functions of Twitter in digital libraries ASIS & Annual Meeting. Oct. 31, Nov. 4, USA. Pp 1-4.
- 33- Blog <http://en.wikipedia.org/wiki/blog>.
- 34- linkedin: <http://press.linkedin.com/counter-researches>
- 35- Twitter: <http://about.twitter.content>
- 36- Flickr: <http://www.flicker.com>