

الويب الاجتماعي ودوره في التواصل العلمي الرقمي ومشاركة المعرفة بين الباحثين بالجامعات المصرية

أ.م.د. مها أحمد إبراهيم محمد
أستاذ علم المعلومات المساعد، قسم علوم المعلومات
كلية الآداب. جامعة بني سويف

مقدمة:

يشهد العالم نهضة علمية وتقنية متسارعة ويواكب هذا التصارع اهتمام من قبل المؤسسات العلمية والتعليمية والأفراد المكونة للمجتمعات للاستفادة منها وتطويرها في كافة المجالات، مما جعل العالم قرية كونية تتداول المعلومات فيها وتنتقل إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية كلمح البصر، ولا شك أن هذه التغييرات المتسارعة دفع المجتمعات بقبول هذه المستجدات والتكيف معها والاستفادة منها.

فقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، الأمر الذي جعل أفراد المجتمع يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم وأوقاتهم فلم يعد مصطلح "المجتمع الافتراضي" من المفاهيم التي تثير الانتباه في الوقت الحالي إذ أصبح مصطلح شائع وواسع الانتشار ومتداول بين مستخدمي شبكة الإنترنت. ويرجع المفهوم إلى Howard Rheingold (١٩٩٣) الذي كتب الكتاب الأول والرائد في هذا السياق بعنوان المجتمع الافتراضي *virtual community* والذي عرف المجتمع الافتراضي علي أنه تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن متفرقة في أنحاء العالم يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني يتبادلون المعارف فيما بينهم ويكونون صداقات يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات ولكن ليس عن قرب، وتتم هذه التفاعلات عن طريق آلية اتصالية هي الإنترنت الذي بدوره ساهم في حركات التشكل الافتراضية(١)

ويعد الويب الاجتماعي أحدث معطيات تكنولوجيا الاتصالات التي أوجدتها تطبيقات الويب ٢.٠، وأكثرها رواجاً وشعبية، ورغم أن هذه الشبكات أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد إلا أنها اتخذت كقنوات للتواصل العلمي بين المتخصصين وتبادل المعرفة فيما بينهم وكذا الدعوة إلى حضور الندوات والمؤتمرات، وغيرها.

مشكلة الدراسة وتساولاتها:

تكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الرئيس وهو:

ما تأثير شبكات الويب الاجتماعي على الباحثين واستخدامهم بغية التواصل العلمي وتداول

ومشاركة المعرفة فيما بينهم؟

ويتفرع من هذا السؤال الأسئلة الآتية:

١. ما مدى استخدام الباحثين بالجامعات المصرية لشبكات الويب الاجتماعي، ومعدلات استخدامهم؟
٢. كيف اكتسب الباحثين مهارات استخدام لشبكات الويب الاجتماعي ؟
٣. كيفية الاستفادة من شبكات الويب الاجتماعي المتاحة ؟
٤. هل المعلومات التي يحصل عليها من شبكات الويب الاجتماعي تلبى احتياجات الباحثين في عملية التواصل العلمي وتداول البيانات ؟
٥. هل يمكن اعتبار شبكات الويب الاجتماعي المتاحة مصدر من مصادر تداول المعلومات التي يستشهد بها في الأبحاث العلمية ؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام الباحثين لشبكات الويب الاجتماعي، من حيث التأثير الإيجابي أو السلبي لتلك الشبكات لدى الباحثين، من أجل التعرف على الواقع الفعلي لاستخدامهم ورؤيتهم لشبكات الويب الاجتماعي كمصدر من مصادر المعلومات ومشاركة المعلومات وتداولها، عن طريق:

١. التعرف على استخدام الباحثين لشبكات الويب الاجتماعي.
٢. معدل استخدام الباحثين لشبكات الويب الاجتماعي في التواصل العلمي وتبادل المعرفة .
٣. التعرف على كيفية اكتساب الباحثين مهارات استخدام شبكات الويب الاجتماعي.
٤. مدى الاستفادة من شبكات الويب الاجتماعي المتاحة على الويب.
٥. المعلومات التي يحصل عليها من شبكات الويب الاجتماعي المتاحة على الويب تلبى احتياجات الباحثين في عملية التواصل العلمي وتبادل المعرفة.

٦. التعرف على إمكانية اعتبار شبكات الويب الاجتماعي المتاحة على الويب مصدر من مصادر المعلومات قناة لتبادل المعرفة يعتد بها في الأبحاث العلمية.

أهمية الدراسة:

تعد شبكات الويب الاجتماعي أحد تطبيقات Web 2.0 التي فرضت نفسها بقوة في الفترة الماضية تحتل الشبكات الاجتماعية أهمية كبرى للأكاديميين والباحثين والدارسين خاصة في عصرنا هذا، ذلك العصر المتفجر معلوماتياً، حيث تعد لغة حية لخلق التواصل العلمي وتبادل المعرفة والخبرات والأفكار ومن هنا تبرز أهمية الويب الاجتماعي (الشبكات الاجتماعية) فيما بين الباحثين بصفة عامة ودورها في إرساء قواعد التواصل العلمي الرقمي وتبادل المعرفة بصفة خاصة

ولهذا كان من الطبيعي العمل على معرفة دور شبكات الويب الاجتماعي في التواصل فيما بين الباحثين بالجامعات المصرية بصفة عامة وتبادل المعرفة والتواصل العلمي بصفة خاصة. وتكتسب هذه الدراسة أهميتها في تناولها لأحدى الموضوعات والقضايا الحيوية في عصرنا الحاضر ألا وهي الويب الاجتماعي أو ما يطلق عليه الشبكات الاجتماعية Social Networking التي جذبت اهتمام الأوساط الأكاديمية وغيرها في العالم بأسره والتي فرضت نفسها بقوة في القرن الحادي والعشرون. وتوضح أهمية هذه الدراسة عندما نرى إن الإنتاج الفكري الأجنبي يزخر بالعديد من الدراسات التي تتناول الشبكات الاجتماعية، في حين نجد ندرة في الدراسات العربية، وتأتي هذه الدراسة كمحاولة إثراء هذه الدراسات في هذا الموضوع بإلقاء الضوء على دور شبكات الويب الاجتماعية المتاحة على الويب في إرساء قواعد التواصل العلمي وتبادل المعرفة بين الباحثين في الجامعات المصرية.

مجال الدراسة وحدودها:

الحدود الموضوعية: تتناول الدراسة استخدام الباحثين للشبكات الاجتماعية المتاحة على الويب.

الحدود الزمنية: تتمثل الحدود الزمنية لهذه الدراسة عام ٢٠١٧ حيث قامت الباحثة بتجميع البيانات اللازمة لإجراء الدراسة من خلال توزيع الاستبانة على الباحثين .

الحدود الجغرافية: لما كان الهدف الأساسي للدراسة التعرف على الشبكات الاجتماعية المتاحة على الويب ودورها في إرساء قواعد التواصل العلمي وتبادل المعرفة في الجامعات المصرية، فقد تم إتاحة الاستبيان الكترونياً لجميع الجامعات المصرية مع التركيز على جامعات القاهرة، الإسكندرية، بني سويف، وجامعة أسيوط.

منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

نظراً لطبيعة هذه الدراسة التي تهدف إلى معرفة الواقع الفعلي لاستخدام الباحثين لشبكات الويب الاجتماعي المتاحة على الويب ودورها في إرساء قواعد التواصل العلمي وتبادل المعرفة في الجامعات المصرية، فقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم استخدام هذا المنهج بعده ملائماً لطبيعة وأهداف هذه الدراسة (٢). وقد استعانت الباحثة بالاستبانة كأداة لجمع البيانات، بهدف الحصول على صورة تعبر عن آراء الباحثين حول استخدامهم لشبكات الاجتماعية المتاحة. وقد تم تحكيمها من قبل الأساتذة والخبراء، لإقرار مدى صلاحيتها.

عينة الدراسة :

تم الاستعانة بالاستبانة الالكترونية (Google Drive) وطرحها بشكل رقمي تستهدف مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الجامعات المصرية لقياس مدى استخدامهم والافادة منها في التواصل العلمي الرقمي ومشاركة المعرفة فيما بينهم، نظراً لصعوبة الحصر الدقيق لمجتمع الدراسة.

جدول رقم (١)

يوضح عينة الدراسة وفقاً للجامعات المصرية موضوع الدراسة

العدد	الجامعات	
٣٦	القاهرة	١
١١	عين شمس	٢
٢٨	حلوان	٣
٨٤	بني سويف	٤
٢٢	الاسكندرية	٥

العدد	الجامعات	
١٠	سوهاج	٦
١٢	المنيا	٧
٥	الاسماعلية	٨
٩	اسيوط	٩
٧	طنطا	١٠
١٩	الفيوم	١١
٢١	المنصورة	١٢
٧	المنوفية	١٣
١٤	غير مبين	١٤
٢٨٥	المجموع الكلي	

لجأت الباحثة إلى العينة العشوائية البسيطة Simple Random Sample: هذا النوع من العينات يعني تكافؤ الفرص لجميع عناصر المجتمع لتكون أحد مفردات العينة، ويتطلب استخدام هذه الطريقة ضرورة حصر ومعرفة كامل العناصر التي يتكون منها مجتمع الدراسة، وقد تم طرح الاستبانة بمواقع التواصل الاجتماعي أكتوبر ٢٠١٦ لمدة شهر ومرة أخرى شهر فبراير ٢٠١٧ وقد تم تلقي ورود إجابات الاستبانة وعددها (٣١٧) استبانة تم استبعاد (٣٢) استبانة غير صالحة للدراسة. ومن خلال تحليل هذه الاستبانات تبين أنها تغطي غالبية الجامعات المصرية في المقام الأول وخاصة جامعات بني سويف، القاهرة، أسيوط، الاسكندرية، بالإضافة إلى أنها اشتملت على مختلف الدرجات العلمية بدأ من الأستاذ مرورا بالمدرس وأخيراً المعيد، وعلاوة على ذلك مختلف الكليات سواء النظرية أو التطبيقية، مما دفع الباحثة إلى استكمال الدراسة حيث تعد عينة الدراسة ممثلة لمجتمع الدراسة للخروج بمؤشرات صالحة.

الدراسات السابقة :

قامت الباحثة بإجراء مسح للإنتاج الفكري لرصد الدراسات السابقة التي أجريت حول موضوع الدراسة، من خلال الإطلاع على قواعد البيانات المتاحة على الخط المباشر، ومراجعة

الأدلة الببليوجرافية المتاحة للإنتاج الفكري في مجال المكتبات والمعلومات، إلى جانب فهارس المكتبات المتاحة على الخط المباشر. وأسفرت نتائج البحث عن وجود عدد من الدراسات العربية والأجنبية التي اهتمت بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي واستثمارها في المكتبات بصفة عامة والافادة من مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم خدمات المعلومات من خلالها والتسويق لها، وأيضًا في تبادل المعلومات والمعرفة والاتصال العلمي الرقمي بين مختلف فئات المجتمع ومن بينها الطلاب وأعضاء هيئة التدريس وكذلك الباحثين . وفيما يلي عرض لأهم الدراسات التي تناولت موضوع الدراسة والموضوعات ذات الصلة مرتبة ترتيبًا زمنيًا من الأقدم إلى الأحدث.

الدراسات العربية:

دراسة محمد الخلفي ٢٠٠٢م بعنوان (تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع: دراسة ميدانية) قد قامت على استعراض التأثيرات التي تحدث نتيجة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وشبكات الإنترنت على المجتمع، ومدى الاستفادة من تلك المواقع والآثار السلبية والإيجابية الواقعة على مستخدميها، وقام الباحث بالتطبيق على عينة من (٤١٢) طالبا وطالبة من كلية الهندسة. وقد توصل الباحث إلى أن هناك العديد من السلبيات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة أنها قد تصل إلى الإدمان وهو ما يجعل تلك المواقع مسيطرة بشكل كامل على حياة الفرد بينما رصد الباحث أن هناك جانب إيجابي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو تقرب المسافة بين الأفراد وخاصة من فئة الشباب والطلاب الدارسين بالجامعة ومساعدتهم في القيام بمهامهم العلمية ومحاولة التقرب بين الأفكار ووجهات النظر فيما يتعلق بالدراسة(٣).

و دراسة بن السبتي عبد المالك ٢٠٠٣ بعنوان (التبادل الإلكتروني للمعلومات ما بين الأساتذة والباحثين في جامعة منتوري قسنطينة) . تحدث فيها عن الباحث العلمي بالجامعة موضوع الدراسة، وأجريت دراسة ميدانية على عينة شملت ٢٠٠ أستاذ باحث بالجامعة، لمعرفة مدى تواصل الباحثين مع بعضهم البعض وطبيعة تداولهم الإلكتروني للمعلومات، والتواصل البحثي بينهم، حيث خرجت هذه الدراسة بجملة من النتائج، أهمها أن نسبة كبيرة من المبحوثين قدرت بـ ٩٠,٦٢% أقروا بوجود علاقات تواصل مع غيرهم من الباحثين وذلك لتدعيم منتجاتهم العلمية، حيث أوضح أن هناك اتجاه كبير من طرف

المبحوثين نحو استخدام الأساليب الحديثة وذلك من خلال الاهتمام المتزايد للعينة المبحوثة بشبكة الأنترنت وما توفره من إمكانات هائلة في استرجاع المعلومات بالطرق الإلكترونية. حيث أفادتنا هذه الدراسة في أخذ فكرة عن طبيعة الممارسات الاتصالية للأساتذة الباحثين في ظل تكنولوجيات المعلومات وتوجههم نحو الاتصال الإلكتروني وتبادل المعلومات وتداولها بشكل آلي. (٤)

وتناولت الدراسة التي أعدها كل من أمينة عادل وهبة محمد ٢٠٠٩ بعنوان (الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على اخصائي والمكتبة: دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيسبوك) تعريف الويب 2.0 ونشأته ومفهومه والتعريف بأشهر مواقع الويب والخدمات التي تقدمها هذه المواقع ومدى انتشار مستخدميها وفائدتها للمكتبات وكيفية الاستفادة منها، والتعريف بمواقع التواصل الاجتماعي نشأتها وأنواعها وخصائصها والشبكات الاجتماعية بصفة عامة، ثم تناولت دراسة شبكة الفيسبوك بالتفصيل، وكيف يمكن للمكتبات الاستفادة من موقع الفيسبوك ومواقع المكتبات عليها وتفصيل اشتراك المكتبيين وأنشطتهم المختلفة من خلال الشبكة وأهميتها لمجتمع المكتبيين، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن تفاعل المكتبات مع التكنولوجيا يساعد المكتبات في التطور من الناحية المادية والبشرية، أن تطور المكتبات تكنولوجياً يخلق علاقة جيدة مع المستفيد وأن تواجد المكتبة على الفيسبوك يؤكد حرص المكتبة على توطيد علاقتها بالمستفيدين(٥).

أما الدراسة التي أعدها أماني مجاهد ٢٠١٠ بعنوان (استخدامات الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطور) فقد هدفت إلى التعرف على الشبكات الاجتماعية الأكثر انتشاراً والأكثر عدداً والأكثر استخداماً ومعرفة إمكاناتها، والعمل على حصر المكتبات التي تتيح خدماتها من خلال الشبكات لقياس نوعيتها، ومدى تواصل هذه المكتبات مع تلك الشبكات من تقديم بعض الاقتراحات التي تفيد المكتبة بصفة عامة من أجل استغلال إمكانات الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة بغرض جذب المستفيدين مع توضيح مدى أهمية تفاعل المكتبة مع التقنيات الحديثة واستغلالها أفضل استغلال من خلال الاستعانة بموقع " أليكسا "في أخذ عينة الدراسة والتي تتيح مؤشرات لاحصاءات استخدام مواقع شبكة الانترنت عبر العالم. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي في محاولة لجمع أكبر عدد من الشبكات الاجتماعية حسب عدد مستخدميها وحصر المكتبات التي تتيح خدماتها من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية. استخدمت الباحثة المنهج المسحي

الميداني ، وخلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها تواجد المكتبات بشكل فردي وجماعي ورسمي من خلال هذه الشبكات، وجود تقنية عالية تتميز بها هذه المواقع واقتحامها لجميع المجالات، ومساهمتها في بناء مستقبل أعضائها من خلال إتاحة فرص عمل لهم وتنمية قدراتهم المهنية.وقد أفادتنا هذه الدراسة في معرفة مدى اعتماد المكتبات على خدمات الشبكات الاجتماعية في العالم ككل وفي البلدان العربية خاصة.ومدى وعي المكتبات في العالم العربي بأهمية هذه التقنية الجديدة. وضرورة إلمام المكتبيين بجميع التطورات التكنولوجية على شبكة الانترنت وضرورة استغلال الشبكات بإمكانياتها المختلفة في تقديم خدمات مكتبية حديثة ومتطورة للرفع من مستويات الأداء والتطوير المهني للعاملين بالمكتبات(٦).

في حين أن دراسة عصام محمد عبيد ٢٠١١ بعنوان (دور الشبكات الاجتماعية في دعم المقررات الجامعية من وجهة نظر طلاب وطالبات الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) فقد هدفت إلى التعرف على توجهات عدد 312 نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلاب وطالبات كلية الحاسبات الآلي والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، ومعرفة مدى إلمامهم بها، ونسبة استخدامهم ، وأهم الشبكات حسب استخدامهم لها، ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن الفيسبوك يحتل المركز الأول بين الشبكات الاجتماعية، وأن الغالبية العظمى من عينة الدراسة كان استخدامهم للشبكات لا يتعدى العلاقات الاجتماعية كما وضحت الدراسة أن هناك ضعف في المحتوى العربي في مواقع الشبكات الاجتماعية(٧).

وسعت دراسة هنادي البلوشي ٢٠١٢ بعنوان (خدمات المكتبات الجامعية السعودية المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي: الفيسبوك facebook) إلى التعرف على مدى استخدام مكتبات الجامعات السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي ورصد خدماتها وخصائصها وتحليل التعليقات الموجودة على صفحات تلك المكتبات بمواقع التواصل الاجتماعي وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي لغرض جمع البيانات والاستبانة أداء لجمع المعلومات من جميع المكتبات التي لديها صفحات على الفيسبوك وتم إرسال الاستبانة لجميع المكتبات التي لها صفحات على موقع الفيسبوك والتي ليس لها صفحات على الفيسبوك عن طريق البريد الإلكتروني ولعدم الحصول على إجابات كافية من هذه المكتبات تم استبدال الاستبانة إلى قائمة مراجعة، ومن ثم جمع البيانات من صفحات المكتبات الجامعية بالفيسبوك وهي سبع مكتبات جامعية فقط من أصل 33 جامعة في المملكة العربية

السعودية منها الحكومية والأهلية ونظرًا لعدم الحصول على إجابات كافية من مجتمع الدراسة تم استبدال الاستبانة بقائمة مراجعة. وتم جمع البيانات من صفحات المكتبات الجامعية بموقع الفيسبوك وهي سبع مكتبات جامعية فقط من أصل 33 جامعة في المملكة العربية السعودية منها الحكومية والأهلية. ومن أهم نتائج الدراسة أن خمس من المكتبات الجامعية السعودية أضافت معلومات عن موقعها الجغرافي على الفيسبوك و انفردت مكتبة جامعة عفت بتحديد أوقات العمل على صفحاتها بالفيسبوك، مكتبة الأمير سلمان بجامعة الملك عوضاً عن Like سعود تنفرد بتقديم الخدمة المرجعية على حائطها بالفيسبوك، ويفضل مرتادو صفحة المكتبة على الفيسبوك خيار أعجبي التعليق على إرسال المكتبة. وأن ست مكتبات جامعية استخدمت اللغة العربية كلغة رسمية لصفحاتها على الفيسبوك. وتوصي الدراسة بالاهتمام بصفحات المكتبات الجامعية على الفيسبوك، لتحسين جود الخدمات المقدمة والتسويق للمكتبة. و وضع أيقونة الفيسبوك في موقع المكتبة الإلكتروني ليعرف زوار موقع المكتبة بوجود صفحة على الفيسبوك(٨)

ودراسة حنان بنت شعشوع الشهري ٢٠١٢ بعنوان (أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية " الفيس بوك وتويتر نموذجاً": دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى العوامل المؤثرة في سلوكيات تشارك المعرفة لدى إختصاصي مراكز مصادر التعلم في المملكة العربية السعودية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي واستناداً إلى أداة الإستبانة لجمع البيانات من عينة الدراسة التي بلغت 209 من إختصاصي المراكز بخمس محافظات بالمملكة العربية السعودية من جملة مجتمع العينة البالغ 892 من خلال عينة عشوائية. ومن أهم نتائج الدراسة أهمية استخدام التقنية في علمية تشارك المعرفة وأوصت الدراسة بضرورة الإستفادة من الأدوات التي تتيحها التقنية في علمية التشارك بالمعرفة من خلال البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الإجتماعي وغيرها.(٩)

دراسة دبور ٢٠١٣ م بعنوان (تطبيقات الويب 2.0 وأنماط الإفادة منها من جانب أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة : دراسة وصفية تحليلية) هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مدى إفادة أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة من تطبيقات الويب 2.0 وتفعيلها في خدمة العملية التعليمية بالجامعة، بالإضافة إلى تحديد مدى معرفة أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة بالمدونات وكيفية إنشائها، وتحديد مدى استخدام أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة لها.

وتحديد مدى معرفتهم بالشبكات الاجتماعية وكيفية الاستفادة منها. وإعتمدت الدراسة المنهج المسحي لإستطلاع آراء عينة من بلغت 142 عضو هيئة تدريس 93 من الذكور و 49 من الإناث كعينة عشوائية طبقية بطريقة التوزيع المنتظم لتناسب جميع كليات الجامعة 15 % والبالغ عددها 13 كلية من إجمالي المجتمع البالغ 949 عضو هيئة تدريس من الذكور والإناث. وتمثلت أهم النتائج في: أظهرت الدراسة أن نسبة عالية بلغت 83,11 % من أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة يستخدمون الشبكات الاجتماعية. وأوضحت الدراسة أن السبب الرئيسي لاستخدام الشبكات الاجتماعية لدى 90,68 % من إجمالي أعضاء هيئة التدريس الذين يستخدمون هو " إتاحة التواصل مع الأصدقاء." كماوضحت الدراسة أن 62.50 % من أعضاء هيئة التدريس يرون أن سبب عدم استخدامهم للشبكات الاجتماعية هو عدم توفر الوقت اللازم للتعامل معها. وأكثر الشبكات استخداماً من قبلهم هي شبكة Facebook بنسبة بلغت 88,14% ومن أهم التوصيات هي: زيادة وعي أعضاء هيئة التدريس بأهمية استخدام تطبيقات الويب 2.0 والإفادة من خدماتها لدعم العلمية التعليمية وزيادة التواصل. (١٠)

بينما هدفت دراسة خالد سليمان معتوق ٢٠١٣ بعنوان (اتجاهات استخدام طلاب قسم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعية: دراسة تحليلية) إلى قياس استخدام طلاب وطالبات قسم علوم المعلومات بجامعة أم القرى لشبكات التواصل الاجتماعي خلال العام الدراسي ١٤٣٣. ١٤٣٤هـ / ٢٠١٢. ٢٠١٣ م ، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي مستعيناً باستبانة إلكترونية في دراسته وكان من أبرز نتائج الدراسة أن ١٤% تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك بينت الدراسة أن ثلث العينة يستخدمون مواقع مختلفة من الدراسة وبالأخص موقع YouTube كما أظهرت الدراسة أن الهواتف الذكية جاءت في المرتبة الأولى كأحد أدوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كما كشفت عن أن الغرض من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدي الغالبية هو التواصل مع الأصدقاء. (١١)

واستهدفت دراسة كل من نهاد بنت علي الهادي وعبد الله بن ناصر الشيادي ٢٠١٣ بعنوان (تحليل محتوى صفحات المكتبات الأكاديمية الخليجية على شبكة التواصل الاجتماعي "الفيس بوك") تحليل محتوى صفحات المكتبات الأكاديمية الخليجية في شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك من خلال تحليل المشاركات والتفاعلات والوقوف على أهم الخدمات والموضوعات التي تطرحها المكتبات ومدى تقبل المستفيدين وتفاعلهم معها. وقد اعتمدت

الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات وذلك بتحليل صفحات عدد من المكتبات الأكاديمية في شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتي غطت 9 مكتبات خليجية أكاديمية في الخليج العربي. وأظهرت نتائج الدراسة أن المكتبات تسعى بشكل كبير إلى تنوع مشاركتها في صفحات شبكة الفيسبوك، مثل نشر: الصور، مقاطع الفيديو، والإعلانات، والمناقشات، وعرض الكتب، وفي حين لم تضع أغلب المكتبات رابط لفهارسها في صفحات الفيسبوك. وأوصت الدراسة بضرورة العمل على استغلال صفحات الفيسبوك كأداة ترويجية وتسويقية مجانية للمكتبات (١٢)

و دراسة فضل جميل كليب ٢٠١٤ بعنوان (مدى الافادة من مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني بين المكتبيين العرب في المجال المهني) حيث ركزت هذه الدراسة على التعرف على وجهات نظر المكتبيين العرب في مدى استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي وروابطها المتوفرة عبر الشبكات ، وأكثر المواقع استخداما من قبلهم. مع معرفة الدوافع من وراء ذلك الاستخدام من خلال استجواب عينة تكونت من 160 مكتبي من أعضاء جمعية المكتبات العربية التي لها مواقع على شبكة الانترنت. ، وبيان مدى رضا المستخدمين منهم عما تقدمه لهم من شبكات التواصل الاجتماعي وخرجت الدراسة بأن نسبة 36.3% من العينة تستخدم المواقع الاجتماعية على اختلافها من YouTube، Twitter، Facebook ، وأكثر الروابط استخداماً هما رابطان :رابط جمعية المكتبات الأردنية) ويأتي بعدهما رابط الاتحاد العربي للمكتبات، ورابط مكتبة الكونجرس، ورابط oclc وان النسبة الكبيرة منهم راضون عما تقدمه هذه المواقع وروابطها لهم، وأن الأسباب وراء عدم استخدام المواقع هو عدم علمهم بوجودها ووجود مجموعات متخصصة في علم المكتبات عليها، وقد أوصت الدراسة إلى قيام الجمعيات في الوطن العربي، والاتحاد العربي لجمعيات المكتبات العربية بزيادة توعية المكتبيين العرب بمواقع التواصل الاجتماعي وروابطها المتخصصة في المكتبات والمعلومات، وبأهمية الإفادة منها في المجال الإداري والبحثي والتدريسي.(١٣)

في حين حاولت دراسة منصور بن عبد الله الزامل 2016 بعنوان (المكتبات الجامعية على مواقع التواصل الاجتماعي : دراسة مسحية) قياس مدى استثمار المكتبات الأكاديمية في المملكة العربية السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي في سبيل التعريف بها وبخدماتها ومصادرها. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، كما اعتمد الباحث على أسلوب تحليل المحتوى لصفحات المكتبات الأكاديمية على مواقع التواصل الاجتماعي لرصد وجمع البيانات

التي تحتاجها الدراسة للإجابة عن أسئلتها. وأسفرت نتائج الدراسة إلى أن سبع مكاتب أكاديمية فقط هي التي استثمرت مواقع التواصل الاجتماعي. وقد جاء موقع تويتر في مقدمة المواقع التي تم استثماره من قبل المكاتب الأكاديمية السعودية. يليه الفيسبوك. وأبرز ما أوصى به الباحث هو : على المكاتب الأكاديمية تفعيل خدماتها ومصادرها الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، ولابد من قيام وزارة التعليم السعودية بإعداد تشريع يتضمن المعايير والضوابط التي تفرض على المكاتب الأكاديمية للإفادة من تلك المواقع ويساهم في التعريف بها وتسويق خدماتها ومصادرها وزيادة فرص التواصل مع مستخدميها (١٤)

ودراسة كل من خلود بنت أحمد بوسعيد ، محمد بن ناصر الصقري ، وسالم بن سعيد الكندي ٢٠١٧ بعنوان (توظيف المكاتب الأكاديمية بجامعات مجلس التعاون لدول الخليج العربية لخصائص شبكاتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر في تسويق خدمات المعلومات) سعت إلى التعرف على واقع توظيف المكاتب الأكاديمية بجامعات مجلس التعاون لدول الخليج العربية لخصائص موقعي التواصل الاجتماعي Facebook ، و Twitter في تسويق خدمات المعلومات. واعتمدت الدراسة على أسلوب تحليل المحتوى النوعي، وطبقت الدراسة على ٢٦ مكتبة أكاديمية في مجلس التعاون لدول الخليج العربية ممن تستخدم أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما ، وهما شبكة Facebook وشبكة Twitter وأهم ما توصلت إليه الدراسة أن المكاتب الأكاديمية استخدمت ٢٣ خاصية من خصائص شبكة Facebook من أصل ٢٤ خاصية في تسويق خدمات المكتبة، واستخدمت ١٢ خاصية من خصائص شبكة Twitter من أصل ١٤ خاصية في تسويق خدمات المكتبة. وقد أوصت الدراسة واستخدمت بضرورة تكثيف الجهود لتفعيل خصائص شبكات التواصل الاجتماعي بصورة أكبر؛ لما لها من دور في خدمة العملية التسويقية (١٥)

دراسة ورده مصبيح 2017 م بعنوان (الاتصال العلمي داخل بيئة الشبكات الاجتماعية) تناولت الدراسة الاتصال العلمي وبينت مفهوم ومقومات وأشكال وأنواع الاتصال العلمي، بالإضافة إلى تعريف شبكات التواصل الاجتماعية ونشأتها وتطورها مع ذكر أنواعها، كما قامت الدراسة بتوضيح العلاقة بين الاتصال العلمي والشبكات الاجتماعية مع التركيز على استخدامات مختلف أنواع الشبكات الاجتماعية في علمية الاتصال العلمي، وأيضاً إبراز دور هذه الشبكات في توحيد الاتصال العلمي بين الاساتذة والباحثين من جهة والاساتذة والطلبة من جهة أخرى. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وتحليل المضمون لمواقع شبكات التواصل

الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مهمة وهي أن شبكات التواصل الاجتماعية تقوم بدور مهم في بيئة التواصل العلمي لمواكبة تطورات تقنيات الاتصال والشبكات. كما أن هذه القوى التقنية دفعت الباحثين والأكاديميين والعلماء إلى تغيير نظرتهم إلى طرق الوصول إلى المعلومات وطرق نشرها. وتقدمت الدراسة بتوصيات مهمة منها: -يجب استغلال هذه الشبكات بأمكاناتها التقنية العالية وتفاعلها المتطور في تطوير الاتصال العلمي بين الباحثين، والعمل على تطوير مواقع الشبكات الاجتماعية العربية والرفع من أدائها وجذب الباحثين لاستخدامها ونشر المعلومات بها والعمل على تطويرها من أجل تحقيق الأهداف التعليمية والبحثية للعلماء والباحثين والوصول إلى أقص درجات الكفاءة، والإفادة في تواصلهم البحثي والعلمي.(١٦)

هدفت دراسة عائشة مسيف 2017 بعنوان (ممارسات الاتصال العلمي الإلكتروني لدى الأساتذة والباحثين بجامعة قسنطينة ٣: دراسة ميدانية) إلى إبراز مكانة وأهمية الاتصال العلمي الإلكتروني، ومدى فعاليته بالنسبة لإحتياجات الباحثين والأساتذة بجامعة قسنطينة 3، تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي هو: "إبراز حركية التواصل العلمي وممارساته لدى الأساتذة والباحثين بجامعة قسنطينة ٣ من خلال التعرض إلى مفهوم الاتصال العلمي الإلكتروني كأحد العناصر الأساسية المؤثرة في سلوك الأساتذة والباحثين، في النفاذ والولوج إلى المعلومات العلمية والتقنية، وتداولها فيما بينهم ومعرفة مستويات تفاعل الأساتذة والباحثين بمؤسسات التعليم العالي بجامعة قسنطينة ٣ مع هذه الأنماط التواصلية العلمية الجديدة، والصعوبات التي تعترضهم. كما تهدف من خلال هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الاتصال العلمي على نشاط الأساتذة والباحثين ووعيمهم بأهمية الاتصال والتواصل البحثي فيما بينهم، ونتيجة ذلك على المردود والنشاط العلمي واتجاهاتهم نحو نشر أعمالهم العلمية وتبادل المعلومات، وذلك بالتعرف على مستويات تفاعلهم، والوقوف على نقاط الضعف والعمل على إزالتها، وأيضا التعرف على نقاط القوة والعمل على تدعيمها. كما هدفت إلى عرض واقع الممارسات الاتصالية لدى الأساتذة والباحثين بجامعة قسنطينة 3 ، بهدف التعرف على مختلف جوانب الاتصال العلمي الإلكتروني لديهم. حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت الاستبانة لجمع آراء 110 استاذ وباحث كعينة عشوائية طبقية بكليات الهندسة المعمارية، علوم الصيدلة، العلوم الطبية، العلوم السياسية. وخرجت الدراسة بعدد من النتائج تمثل أهمها

في الآتي: -يعد الاتصال العلمي من أبرز إحتياجات المجتمع الأكاديمي، لما له من أثر كبير على التواصل العلمي، قلة توجه الباحثين إلى نشر أعمالهم ومقالاتهم عبر وسائل الاتصال العلمي الإلكترونية، يفضل الباحثين في العينة المدروسة استخدام الطرق الإلكترونية للاتصال العلمي، لكنهم لا يؤمنون بأهمية النشر عبر تلك الوسائل في الدوريات والإرشيفيات المفتوحة خوفاً من السرقات العلمية. وتمثلت أهم التوصيات التي جاءت في الدراسة فيما يلي العمل على إعطاء الأهمية البالغة للبحث والنشر العلمي في وسائل الاتصال الرسمية وغير الرسمية، وتوفير البنية التحتية اللازمة لتسهيل النشر والتواصل العلمي. تعزيز فضاءات النشر العلمي الإلكتروني من خلال إتاحة الفرصة أمام الأساتذة والباحثين لنشر أعمالهم في الدوريات العلمية في الدوريات الإلكترونية والأرشيفيات المفتوحة وغيرها وإخضاعها للتحكيم العلمي (١٧).

الدراسات الاجنبية :

دراسة Terra B. Jacobson (2009) بعنوان (Perceived VS actual use : Facebook as alibrary tool) تناولت الدراسة استخدام الفيسبوك كأداة للمكتبة، حي يأتي الفيسبوك ليهيمن على موقع الشبكات الاجتماعية، وقد قامت العديد من المكتبات بإنشاء صفحات خاصة بهم على الفيسبوك من أجل رفع الوعي المعلوماتي بأهمية المكتبة والاستفادة منه كأداة للتسويق. وتتناول الدراسة التواجد والاستخدام الفعلي للمكتبة حيث توصلت الدراسة ان المكتبات في عام ٢٠٠٩ استخدمت الفيس بوك كدليل لقياس الاستخدام الفعلي في المكتبات(١٨).

ودراسة Ruth Sara Connell (2009) بعنوان (Academic Libraries, Facebook and MySpace, and Student Outreach: A Survey of Student Opinion) ناقشت استخدام المكتبات الأكاديمية للفيسبوك، وماي سبيس وهي دراسة استكشافية لمعرفة آراء عدد ٣٦٦ من طلاب جامعة Valparaiso في إمكانية بناء علاقة صداقة مع المكتبة على مواقع التواصل الاجتماعي، توصلت الدراسة إلى أن غالبية أفراد العينة بنسبة 57.7 % ذكروا أنهم إذا جاءتهم طلبات صداقة من المكتبة لن يرفضوها، و 25 % من العينة ذكرت بأنهم سيرفضون طلبات الصداقة مع المكتبة خشية احتمال انتهاك خصوصيتهم ، و 17 % من أفراد العينة لهم تواصل وصداقة مع المكتبة مسبقاً.(١٩)

تناول Anbari في دراسته (2010) بعنوان (Survey of Specialized Farsi online social networks and its role in knowledge management and suggest an application model) تقييم الشبكات الاجتماعية الفارسية المتخصصة ودورها في إدارة المعرفة ومع نموذج مقترح يناسب مدى حاجة المستخدمين لمشاركة المعرفة فيما بينهم. وأظهرت النتائج أن أداء الشبكات الداخلية في تلبية احتياجات المستخدمين وتشجيعهم على المشاركة في تبادل المعرفة، وجذب ثقة المستخدمين، والفعالية في تحسين مستويات المعرفة ودورها في زيادة التفاعل بين المستخدمين (٢٠)

كما هدفت دراسة كل من Khan & Bhatti (2012) بعنوان (Application of social media in marketing of library and information services: A case study from Pakistan) إلى استكشاف تطبيقات مختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي؛ لاستخدامها في تسويق خدمات المعلومات في المكتبة. وأيضا إلى محاولة التعرف على التأثير المحتمل لوسائل التواصل الاجتماعي في تسويق منتجات وخدمات المكتبة. إضافة إلى معرفة مشاكل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند استخدامها لأغراض التسويق في المكتبات. وتشير مشكلة الدراسة إلى أن زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال مستخدمي الإنترنت أظهر العديد من التحديات الجديدة للمكتبات. وضرورة إجراء الأبحاث للتحقيق في مجال تسويق خدمات المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ لمعرفة سبل الاستفادة المثلى منها. وكانت من أبرز نتائج الدراسة عن المشاكل التي تعرقل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات، هو انقطاعات الكهرباء في باكستان؛ وأنه من أكبر المشاكل التي تواجه المكتبة في تسويق خدمات المعلومات، إضافة إلى وجود ثقل الإنترنت، وعدم كفاية الأموال والموظفين، إضافة إلى عدم وجود كفاية في فرص التدريب. بينما أوصت الدراسة بعدة توصيات: كان أبرزها: أن تقوم المكتبات بعمل خطة تسويقية لخدماتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما أنه على المكتبات أن تقوم بتثقيف أخصائيي المعلومات لديها، وتدريبهم على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ لتسويق خدمات وموارد المكتبة. إضافة إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعية مثل: اليوتيوب، وفيس بوك، والمدونات؛ كأدوات لنشر التنبيهات وأخبار المكتبة، حيث يمكن لتلك الأدوات نشر تحديثات سريعة للمستخدمين عبر الإنترنت (٢١).

دراسة كل من Helen S Du و Samuel Kai-Wah Chu (2013) بعنوان (Social networking tools for academic libraries) هي دراسة استكشافية استقصائية سعت إلى

استطلاع آراء المكتبيين العاملين في 140 مكتبة جامعية من آسيا وأمريكا الشمالية وأوروبا نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات الأكاديمية، والتعرف على تصوراتهم لفوائدها وتحدياتها. وقد وردت ردود من 38 مكتبة بما يمثل ٢٧,١ % من مجتمع الدراسة. وأبرز ما توصلت إليه الدراسة من نتائج هو أن 71.1% من المكتبات تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي، وأن ١٣,١% من المستخدمين المحتملين، و ١٥,٨% لم يخططوا لاستخدامها على الإطلاق. وكان موقعي الفيسبوك وتويتر الأكثر شيوعاً في تلك المكتبات. كما أظهرت نتائج الدراسة بأن مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم كوسيلة من وسائل الاتصال الداخلي بين الموظفين، وأداة مجانية للوصول إلى المستفيدين المحتملين، وتحسين صورة المكتبة ومكانتها، ولاكتشاف ما يحتاجه وما يريده المستفيدون. وقد أوصت الدراسة بالدعوة إلى التوسع في استثمار وسائل التواصل الاجتماعي من أجل توسيع نطاق خدمة المكتبات والبحث عن مستفيدين جدد (٢٢)

واهتمت دراسة Priti Jain (2014) بعنوان (APPLICATION OF SOCIAL MEDIA IN MARKETING LIBRARY & INFORMATION SERVICES: A GLOBAL PERSPECTIVE) بالكشف عن كيفية استغلال المكتبات ومراكز المعلومات؛ لتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي في تسويق الخدمات في جميع أنحاء العالم، وأشار الباحث في تلك الدراسة إلى أن تزايد المستفيدين والمكتبيين في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ هو مؤشر جيد على أن وسائل التواصل الاجتماعية تعتبر وسيلة مثالية لتسويق خدمات المعلومات في المكتبات. وأنه من الضروري على المكتبات إنشاء واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. ولعمل ذلك أوصى الباحث بعدة توصيات؛ وكانت أبرز توصياته على جانبيين: أولاً: على الصعيد الشخصي؛ يجب أن يكون هناك إصرار ورغبة في التغيير، كما يجب على العاملين إزالة التصورات السلبية المرتبطة بالمكتبات، وثانياً: على الصعيد التنظيمي؛ حيث يجب أن تضع المكتبات سياسة عامة وتنفيذها " ومن ضمنها سياسة التسويق"، إضافة إلى توفير بنية تقنية، وتوفير ميزانية كافية لتدريب الموظفين، وتطويرهم(٢٣).

دراسة Chegoni Ravi Kumar (2015) بعنوان (Social networks impact on Academic Libraries in Technology Era) تتناول مفهوم أدوات التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها في خدمات المكتبات الأكاديمية. وحيث قامت الدراسة باستعراض أدوات الشبكات الاجتماعية ومناقشة تأثيرها المحتمل على المكتبات الأكاديمية، فضلاً عن مناقشة إيجابيات وسلبيات

وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات الأكاديمية . وأوصت الدراسة بضرورة العمل على الاستفادة من إمكانيات مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج وتسويق خدماتها . من أجل جذب المزيد من المستفيدين، وتوفير المعلومات لهم في الوقت والطريقة المناسبة لهم (٢٤)

أما دراسة Blessing A Akporhonor & Florence N Olise (2015) بعنوان Librarians' Use of Social Media for Promoting Library and Information Resources and Services in University Libraries in South-South Nigeria أجريت هذه الدراسة لتحديد مدى استخدام أمناء المكتبات لوسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز مقتنيات وخدمات المكتبات الأكاديمية في جنوب دولة نيجيريا . واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 304 أمناء المكتبات في 9 جامعات مختارة من 3 ولايات من بلدان جنوب نيجيريا، وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات . وكشفت نتائج الدراسة أن المدونات، وموقع الفيسبوك هي من أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخدامًا في دعم وتعزيز مقتنيات وخدمات المكتبات الأكاديمية . كما أظهرت النتائج أيضا أن استخدام أمناء المكتبات لوسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تعزيز التواصل مع المستفيدين في اتجاهين مختلفين، حيث يجعل التواصل مع المستفيدين من المكتبة أسهل، من ناحية أخرى يوفر التغذية الراجعة، ويزيد من نسبة استخدام المكتبة . وقدمت الدراسة عدد من التوصيات والمقترحات من أبرزها :ضرورة توفير ما يكفي من التكنولوجيا ومرافق الإنترنت في جميع المكتبات الأكاديمية(٢٥)

وتشير مشكلة الدراسة التي قدمها Phillips (2015) بعنوان Facebooking It: Promoting Library Services to Young Adults through Social Media إلى قلة البحوث العلمية التي تركز على تسويق المكتبة وخدماتها، والترويج لها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي . وتمثلت أهمية تلك الدراسة في كون وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءا من الحياة اليومية للشباب، والمكتبات تستخدم هذه المواقع لتعزيز خدمات المكتبة .وقد قام الباحث في تلك الدراسة بعمل استبيان إلكتروني، وتلا ذلك مقابلات شخصية معمقة مع أمناء المكتبات؛ الذين يعملون بشكل منتظم في المكتبة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي . وأظهرت نتائج الدراسة أن أمناء المكتبة الذين شملهم الاستطلاع؛ يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تعد أداة مفيدة للوصول للمستفيدين، بالإضافة إلى إجماع كل المشاركين في الاستطلاع بأن وسائل التواصل الاجتماعية كانت مفيدة للمكتبة . كما تشير نتائج الدراسة إلى أن نسبة عالية من

أمناء المكتبات يستخدمون الفيس بوك بانتظام؛ للترويج لبرامج المكتبة (٢٦).

كان الهدف الرئيس من دراسة Anand Y. Kenchakkanavar & Gururaj S. Hadagali (2016) بعنوان (Social Networking Sites As A Viable Tools For An Effective Delivery Of Library Services) هو تسليط الضوء على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات، ومراكز المعلومات حيث أن المكتبات تعتمد وسائل التواصل الاجتماعي أداة لتوفير خدمات فعالة للمستفيدين؛ دون إضاعة الكثير من وقتهم. كما أشار الباحث إلى العديد من الخدمات التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي؛ مثل: اليوتيوب، والفيس بوك، وتويتر، وماي سبيس، ولينكد ان؛ لخدمات المكتبة، كما أوضح إمكانية الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في عدة أنشطة؛ تتعلق بالخدمات والتوعية. وخلص الباحث إلى أن تكنولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي مفيدة جدا للخدمات المرجعية التي يحتاجها المستفيدون. كما يشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعية يمكن أن تكون أداة تكنولوجية تكميلية لنظام المكتبة التقليدي في المكتبات(٢٧).

نجد دراسة Shan, Siqing 2017 بعنوان (Analysis of the key influencing factors of haze information dissemination behavior and motivation in WeChat. التي هدفت لبحث ودراسة عوامل تأثير نشر المعلومات في وسيلة we chat وقد اكدت نتائج الدراسة من خلال تحليل البيانات من 170 استجابة صحيحة بأن الدافع العاطفي والدافع الاجتماعي لمستقبل المعلومات ومصداقية مصدر المعلومات يؤثران بشكل إيجابي على إعادة الإرسال ، وقدمت الدراسة إطارا لوصف عملية نشر المعلومات التي تشمل على مصدر المعلومات والمعلومات ومستقبل المعلومات(٢٨).

الإطار النظري :

مفهوم الاتصال العلمي:

إن الاتصال العلمي هو كل العمليات التي ينطوي عليها تدفق النشاط العلمي مهما كان نوعه في المجتمع وذلك بدءا من إنتاجها وإتاحتها والاستفادة منها أي تداولها. كما يمكن وصف الاتصال العلمي على أنه نظام يتكون من مجموعة من العناصر، يؤثر كل منها في الآخر يؤدي كل عنصر فيها دوره الموكل إليه، وأهمها: مؤسسات إنتاج المعلومات، ونشرها،

وكذا الباحثين، ومؤسسات تقديم خدمات المعلومات من تكشيف وتحليل وإستخلاص، والمؤسسات التي تعمل على الإفادة من المعلومات كالمكتبات ومراكز المعلومات... وكل العناصر التي تعني بتداول وبث المعلومات بمختلف الصور. حيث يتم إيصال المعلومات داخله بطريقتين هما الطريقة الرسمية وغير الرسمية، كما تجدر الإشارة إلى أن أهم العناصر الفاعلة في النشاط البحثي داخل نظام الاتصال العلمي هم: الباحثين، مؤسسات المعلومات من مكتبات ودور نشر وجامعات، مصادر المعلومات.(٢٩)

ويعرف ميدوز الاتصال العلمي، على أنه نشاط متطور ومتغير دائما، وأن أكثر معدلات التغيير والتطور التي حدثت في الأونة الأخيرة تنصب على وسائل الاتصال التي يتم تداولها بواسطة دور النشر والتوزيع والمكتبات، وغيرها من عناصر النظام التي تقع وسط حلقة الاتصال، وذلك بفعل تأثيرها الطبيعي بالتطورات الجارية في تقنيات المعلومات والاتصالات. (٣٠)

ويعرفه بروغمان brogman على أنه يقوم بدراسة كيفية تواصل العلماء وتفاعلهم فيما بينهم بغض النظر عن إختصاصاتهم، ونشروإستخدام المعلومات من خلال قنوات رسمية وغير رسمية كما يتضمن الاتصال العلمي دراسة نمو المعلومات الأكاديمية والبحثية واحتياجات المستخدمين من المعلومات والعلاقة بين الطرق الرسمية وغير الرسمية للاتصال.(٣١)

أن الاتصال العلمي نشاط يهدف إلى نقل وتداول المعرفة العلمية بين الباحثين وغيرهم وهي عملية تتم على مستويين يمثل المستوى الأول الاتصال بين العلماء والفئات الواسعة من الناس، ممن لديهم القدرة على إستيعاب الخطاب العلمي الموجه لهم. أما المستوى الثاني فيمثل كل فعل إتصالي يتم بين باحثين وعلماء، وأساتذة داخل نظام مغلق يتبنى أسلوبا علميا هذا ما جعل الاتصال العلمي يرتبط بمفاهيم متجاوزة مثل الإعلام العلمي والتقني والنشر العلمي وغيره.(٣٢)

الاتصال العلمي الإلكتروني :

يعرف وحيد قدورة الاتصال العلمي الإلكتروني بأنه:التداول الإلكتروني للمعلومات بين الباحثين، يتم من خلال إستغلال تقنيات المعلومات والاتصالات من حواسيب وشبكات،

لتحقيق التواصل المتزامن مع الباحثين لتبادل الآراء والأفكار ومناقشتها، وكل ما يشغل بال الباحثين وغيرهم من مؤسسات المعلومات. في شكل حوار سمعي بصري مع الإستعانة بأدوات ووسائل إلكترونية متطورة يستخدمها الباحثون المشاركون في الحوار في أنحاء مختلفة من العالم.(٣٣)

المعرفة:

تعرف المعرفة بأنها الحالة المعرفية الأعلى من الإحاطة أو الإدراك وتتضمن المعرفة المشاركة والفهم النشط فضلاً عن مقدرة على الارتفاع بمستوى الفهم لمقابلة احتمالات الحياة . ويمكن أن تشير المعرفة أيضاً إلى السجل المنظم للخبرة البشرية مقدمة في تمثيل مادي (الكتب والتقارير) (٣٤)

المعرفة الاجتماعية Social Knowled :

يتم التشارك بها بشكل غير رسمي من قبل الأفراد وضمن المجموعات والجماعات والشبكات، ويمكن أن تكون أما صريحة أو ضمنية، وكمعرفة ضمنية هي مدعمة من خلال التفاعل، وهو مستوى عالي الأداء متعلق بمسؤولية التعاون ومعايير المشاركة القيمة(٣٥)

مشاركة المعرفة Knowledge Sharing :

يمكن تحديد أن مشاركة المعرفة تمثل عملية الاتصال بين اثنين أو أكثر من المشاركين بحيث يكونوا مشمولين في عملية نقل المعرفة، هذه العملية تتضمن مخزوناً معرفياً متاحاً لدى مصدر المعرفة ومن خلال تفسير الاتصالات بواسطة واحداً أو أكثر من متلقى المعرفة فإن مخرجات هذه العملية تمثل خلقاً لمعرفة . (٣٦).

يشير تقاسم وتشارك المعرفة الى تلك العملية التي يجري من خلالها توصيل كل من المعرفة الضمنية والمعرفة الصريحة إلى الآخرين عن طريق الإتصالات (٣٧). ويعني تقاسم وتشارك المعرفة التحويل الفعال للمعرفة، أي أن باستطاعة مستلم المعرفة أن يفهمها بشكل كاف ويصبح قادراً على القيام بالفعل بموجبها، والمشاركة بالمعرفة من الممكن أن تأخذ مكانها من خلال الأفراد والمجموعات على حد سواء والوحدات الإدارية داخل المنظمات.

والتشارك في المعرفة يعني عملية تداول المعرفة ونقلها من فرد لآخر داخل المكتبة، تنتقل

داخل المنظمات إما بشكل مقصود، أو بشكل غير مقصود: - الشكل المقصود: ويعني أن تنقل المعرفة قصدياً داخل المنظمة من خلال الاتصالات الفردية المبرمجة بين الأفراد، كما تنقل أيضاً من خلال الأساليب المكتوبة مثل: المذكرات، والتقارير، والنشرات الدورية، وبرامج التدريب، وإجراء التنقلات وتدوير الأعمال الوظيفية بين الأعضاء. - الشكل غير المقصود: ويعني أن تنقل المعرفة بشكل غير مقصود داخل المنظمة من خلال الشبكات غير الرسمية مثل لقاءات أعضاء المنظمة عند بردات المياه، وفي غرف المحادثة التي تخصصها المنظمات ليلتقي فيها أفراد المنظمة، واستخدام الانترنت ومجموعات المحادثة، واجتماعات (لقاءات) ما بعد العمل(٣٨).

شبكات التواصل الاجتماعي Social Media Networks

أحد تطبيقات ويب 2.0 وهي مواقع على الإنترنت لبناء مجتمعات إلكترونية ضخمة تستهدف تحقيق التواصل والتفاعل بين الأفراد الأعضاء بالشبكة الاجتماعية وتكوين علاقات إجتماعية وفق إمكانات متعددة كالصداقة ، وإجراء المحادثات، وأنشاء مجموعات الإهتمام .وبث ومشاركة الوسائط المتعددة كالصور وتسجيلات الفيديو والملفات الصوتية والتطبيقات، كما أصبحت أداة أساسية للتواصل بين أفراد المؤسسات ولتحقيق أهدافها والإعلام والترويج لمنتجاتها إلى الحد الذي أصبحت فيه بمثابة الشبكات العصبية للمجتمعات بداية الألفية الجديدة (٣٩) وشبكات التواصل الاجتماعية يتم استخدام الخدمات أو الأدوات عبر شبكة الانترنت التي تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع بعضهم البعض من خلال خلق علاقات واتصالات(٤٠)

خدمة الشبكات الاجتماعية Social Networking Service

مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية ((World Wide Web، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات. وجاء تعريف خدمة الشبكات الاجتماعية social networking service في قاموس ODLIS هي خدمة إلكترونية عادة على شبكة الإنترنت مصممة للسماح للمستخدمين بإنشاء ملف شخصي أو للمنظمة والاتصال بأفراد آخرين بغرض التواصل والتعاون و/أو مشاركة المحتوى معهم.وتسمح معظم الخدمات

للأعضاء بتقييد رؤية ومشاهدة معلوماتهم الشخصية وقصرها على أعضاء الخدمة المسجلين فقط، أو الأشخاص الموجودين في قائمة جهات الاتصال المنشأة، أو مجموعات معينة من مستخدمي الخدمة. ومن أمثلة تلك الخدمات: فيس بوك Facebook وتويتر Twitter (٤١)

مواقع التواصل الاجتماعي Social Media Sites

هي مجموعة من الخدمات أو المواقع على الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب، والتي تتيح للأفراد التواصل في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مكتبة... إلخ). عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وإمكانية مشاركتهم الوسائط كالصور والفيديو (٤٢)

خصائص وسمات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص والسمات التي تجعلها تتميز عن بقية تطبيقات ومواقع الويب ٢,٠ ، الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع عند المستخدمين، وبالرغم من تنوع هذه الخصائص من موقع إلى آخر، إلا أن هناك خصائص مشتركة تجمع فيما بينها جميعا. ومن أهم تلك الخصائص والسمات ما يلي (٤٣)

☒ **التعريف بالذات:** الخطوة الأولى للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي هي إنشاء صفحة معلومات شخصية، وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص، الصور، والفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى.

☒ **طرق جديدة لتكوين المجتمع:** تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يبادلونهم الاهتمام والمحتوى، وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي.

☒ **سهولة الاستخدام:** من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار مواقع التواصل الاجتماعي هي بساطتها، فيمكن لأي شخص يملك مهارات أساسية في

الإنترنت إنشاء حساب بهذه المواقع.

☒ بيئة مجانية ومفتوحة: أغلب مواقع التواصل الاجتماعي مفتوحة مجاناً أمام الجميع، وأغلبها تتيح للأشخاص التسجيل فيها في الوقت الذي يناسبهم، كما تمكن بعض المواقع من التسجيل من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع.

☒ التفاعلية: لقد سعت مواقع التواصل الاجتماعي منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور، فالشخص في هذا المجتمع عضو فاعل، يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك، ويسمع ويتحدث.

☒ الاهتمام: هي مواقع تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، سوق المال، السياسة، الصحة وغيرها .

☒ التنوع وتعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء ... وهكذا.

أقسام الشبكات الاجتماعية (٤٤) (٤٥):

تتعدد تقسيمات الشبكات تبعاً للخدمة المقدمة أو الهدف من إنشائها إلى الأنواع التالية:

1- شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين: هذه الشبكات تقتصر على مجموعة من الأصدقاء والمعارف والتي تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينهم بجميع الأشكال، حيث يتم إتاحة ملفات للصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية فيما بينهم بشكل منظم للتواصل وعمل حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات، وهذه المواقع عديدة وكثيرة وقد تجد مواقع مغلقة على فئة معينة من الأصدقاء.

2- شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة: هذه الشبكات نشأت لتجميع بعض المهتمين بموضوعات مشتركة مثل المهتمين بالعلوم والهندسة والآداب والتصوير وغيرها، وهناك

شبكات مهتمة بالكتب والمكتبات مثل "Library Thing" أو شبكات شاركت في التعليم عن بعد لبعض المدارس و شبكات ثقافية مختلفة.

3 شبكات مهنية: ظهرت وانتشرت مثل هذه النوع من الشبكات للمساهمة في مواجهة تفشي البطالة، واحتياج دول العالم لتنشيط العمل واستخدام هذه التقنية المتطورة لخلق بيئة عمل وبيئة تدريبية مفيدة وحرفية واستقبال سير ذاتية للمشاركين. مع استقبال طلب توظيف من جانب الشركات، وتقديم خدمات على مستوى المهن المختلفة وغيرها وأشهر هذه الشبكات Linked In وقد ارتفع عدد المشتركين في شبكة Linked In نحو 37 مليون مشترك في عام 2009 إلى نحو 364 مليون مشترك حتى الربع الأول من عام 2015 (٤٦) .

هناك تقسيمات أخرى لشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للغة بمعنى شبكات تدعم لغات متعددة بما في ذلك اللغة العربية مثل الفيسبوك؛ أو لا تدعم اللغة العربية مثل موقع التواصل الاجتماعي ماي سبيس، أو وفقاً للكلفة مجاني أو غير مجاني، أو وفقاً للمحتوى مثال لذلك محتوى صور أو نصوص أو فيديو...هناك تقسيم آخر وفقاً لحجم النص والمسؤولية.

تقسيم الشبكات حسب الاستخدام والاهتمام إلى ثلاثة أنواع رئيسية:

كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع أيضاً، هي:

هناك من يقسم الشبكات الاجتماعية إلى:

١ - نوع أساسي: وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك و ماي سبيس وهاي فايف.

٢- مرتبط بالعمل وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية و هي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية و ما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

٣- مميزات إضافية هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع تويتر و بلارك و الشبكات الجغرافية مثل موقع برايت

كايت .

وترى الباحثة أماكنة تقسيم مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الاجتماعية) إلى:

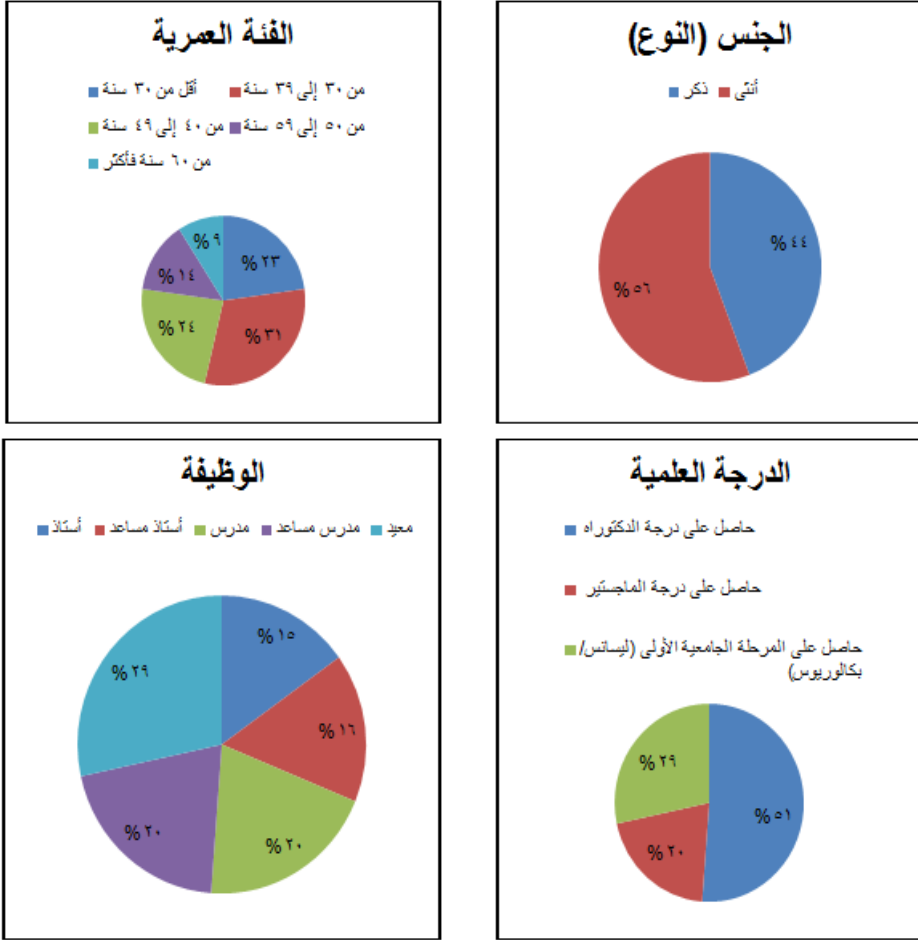
- ✓ شبكات عامة : مثل facebook
- ✓ شبكات تعليمية : مثل Edmodo
- ✓ شبكات أكاديمية : مثل ResearchGate
- ✓ شبكات مهنية : مثل LinkedIn
- ✓ شبكات تدوينات: مثل Twitter
- ✓ شبكات التواصل المرئي : مثل Youtube
- ✓ شبكات التواصل الفوتوغرافي : مثل Instagram
- ✓ شبكات بحثية ومكتبية : مثل Goodreads
- ✓ شبكات ثقافية : مثل Zunal

الإطار التطبيقي:

فيما يتعلق بالتعرف على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي (الويب الاجتماعي) في الجامعات المصرية أجريت الدراسة على عينة من الباحثين في الجامعات المصرية والتي تم استجابتها كعينة عشوائية من خلال طرح استبانة إلكترونية حيث استجابت عينة قدرت بـ ٢٨٥ مفردة كانت خصائصها كما يوضحها الشكل التالي رقم (١):

شكل رقم (١)

السمات الشخصية لعينة الدراسة



يختص الشكل رقم(١) ببيان السمات العامة لمجتمع الدراسة حيث كشفت النتائج ارتفاع نسبة المشاركات من الإناث حيث سجلت ١٥٩ مفردة بلغت ٥٥,٨%. في حين نجد ٤٤,٢% من المشاركين في الدراسة من الذكور بواقع ١٢٦ مفردة، وفيما يتعلق بأعمار المشاركين كانت نسيم كالتالي: من عمر ٣٠-٣٩ سنة هي الأعلى بواقع ٣٠,٩% تمثل (٨٨ مفردة)، تليها (٦٧) رصدت نسبة من تتراوح أعمارهم بين ٤٠ - ٤٩ بلغت ٢٣,٥%. ثم من أعمارهم أقل من ٣٠ سنة رصدت الدراسة ٦٥ مفردة بنسبة بلغت ٢٢,٨%. وبفارق واضح بلغت نسبة من

أعمارهم من ٥٠-٥٩ سجلت ١٣,٧% وهي في الواقع ٣٩ مفردة، وفي المرتبة الأخيرة ٢٦ مفردة لمن هم فوق ٦٠ سنة بنسبة ٩,١%. أما فيما يتعلق بالدرجة العلمية رصدت الحاصلين على درجة الدكتوراه مايربو عن نصف عينة الدراسة قدرها ٥١,٢% تمثل ١٤٦ مفردة، ورصدت الدراسة نحو ٨١ مفردة تبلغ نسبتها ٢٨,٤% تخص الحاصلين على المرحلة الجامعية الأولى سواء درجة الليسانس أو البكالوريوس ونجد أقل نسبة وهي ٢٠,٤% لنحو ٥٨ مفردة حاصلين على درجة الماجستير، ومنتقل إلى التعرف على الوظيفة الحالية لمفردات الدراسة فنجد تحتل الهيئة المعاونة النسبة الأكبر فأعلى نسبة للمعيدين ٢٨,٤% تمثل ٨١ مفردة، والمدرسين المساعدين بلغ عددهم ٥٨ بنسبة قدرها ٢٠,٤%، تليهم نسبة أعضاء هيئة التدريس بفارق ضئيل جدا لا يتعدى ٠,٥% فتبلغ نسبة ٢٠,٠% للمدرسين تمثل ٥٧ مفردة، ثم تتقارب النسب للأساتذة والأساتذة المساعدين بفارق ١,٠%. الأساتذة المساعدين ٤٣ مفردة تمثل ١٦,١%. وأخيرًا نسبة الأساتذة ١٥,١% وهي ٤٣ مفردة من مفردات الدراسة .

معرفتكم بمواقع الويب الاجتماعي

ولمعرفة اتجاهات الباحثين في الجامعات المصرية تجاه مواقع الويب الاجتماعي تم توجيه عدة أسئلة نستشرف منها معرفتهم بمواقع الويب الاجتماعي واستخدامهم فجاءت الاستجابات نحو امتلاكهم حسابات شخصية على مواقع الويب الاجتماعي نسبة ٩٤,٣% لديهم بالفعل حسابات نشطة على مواقع الويب، في حين تمثل نسبة من أفاد بعدم امتلاكهم لحسابات نشطة على مواقع الويب الاجتماعي نسبة ٥,٢٦%. كما يوضحه الشكل التالي رقم (٢):

شكل رقم (٢) امتلاك الباحثين بالجامعات المصريين حسابات على مواقع الويب الاجتماعي

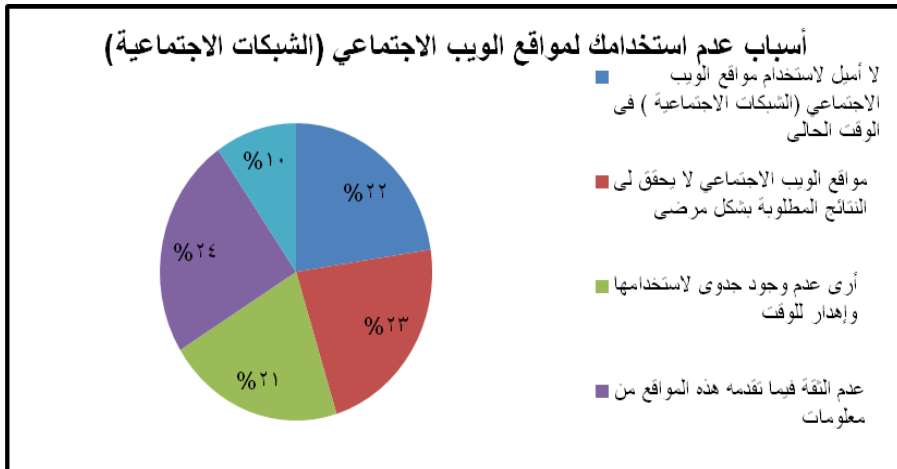
امتلاك حساب على مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الاجتماعية)



وكان لا بد لنا من وقفة هنا للتعرف على الاسباب التي دفعت مفردات الدراسة نحو امتلاكهم حسابات على مواقع الويب من عدمه فهذا ما يوضحه الشكلين رقم (٣ ، ٤) ، ونبدأ مع من أفادوا بعدم امتلاكهم حسابات على مواقع الويب الاجتماعي فتنوعت الاسباب ما بين عدم الثقة فيما تقدمه هذه المواقع من معلومات سجلت أعلى نسبة وهي ٢٤,١ % وأقل نسبة تخص ٦ مفردات كان لديهم أسباب أخرى نسبة ٩,٧ % أفاد ٤ منهم مثلوا ٦٦,٧% كان لديهم حسابات بالفعل وتم ايقافها منذ فترة كما في الشكل التالي:

شكل رقم (٣)

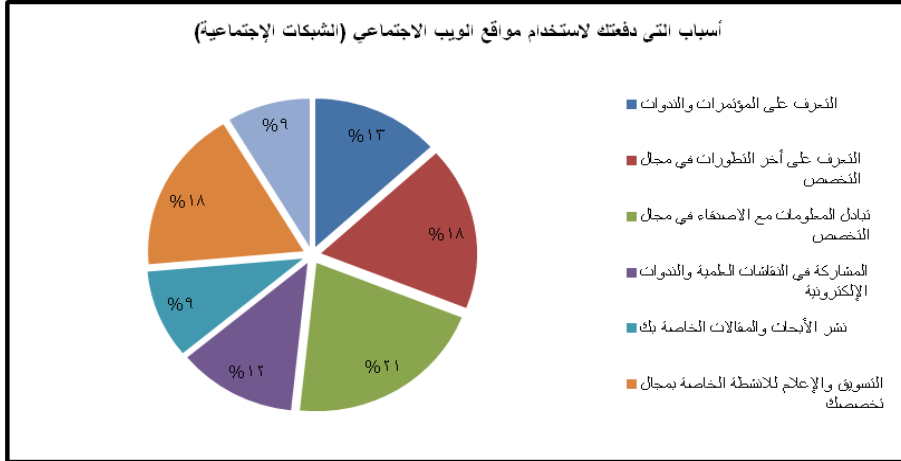
أسباب عدم استخدامك لمواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الاجتماعية)



وللتعرف على الاسباب الى دفعت الغالبية العظمى من مفردات الدراسة إلى استخدام مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الاجتماعية) وهذا ما يوضحه الشكل التالي :

شكل رقم (٤)

أسباب التي دفعتك لاستخدام مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية)



يوضح الشكل السابق رقم (٤) الأسباب التي تكمن وراء استخدام الباحثين في الجامعات المصرية لمواقع الويب الاجتماعي وتري الباحثة ان هذه النسبة لتعبر في مجملها على مشاركة المعرفة حيث أن جميعها تدور في فلك تبادل المعلومات ومشاركتها في المقام الأول، فيحتل المرتبة الأولى تبادل المعلومات مع الأصدقاء في مجال التخصص نحو ١٠.٦ مفردة بنسبة قدرها ٢٠,٧% وهذا ما ترمي إليه الدراسة للتعرف عليه تليها في المرتبة الثانية كل من (التعرف على آخر التطورات في مجال التخصص، التسويق والإعلام للأنشطة الخاصة بمجال تخصصك) نسبة كل منهما ١٧.٠% تمثل ٩١ مفردة. وتري الباحثة أن هذه الأسباب تدخل أيضًا في نطاق تبادل ومشاركة المعلومات فيما بين الباحثين على مواقع الويب الاجتماعي، وتقل النسبة لتحتل المرتبة الرابعة التعرف على المؤتمرات والندوات برصد ٦٨ مفردة بنسبة ١٣,٢% تليها بانخفاض طفيف لا يتعدى ١,١% المشاركة في النقاشات العلمية والندوات الإلكترونية ٦٣ مفردة، ثم نشر الأبحاث والمقالات الخاصة بك و الحصول على الأبحاث والمقالات العلمية المنشورة في هذه المواقع بفارق قدره ١,٠% فقط بينهما فالأولى تمثل ٤٩ مفردة والثانية ٤٤ مفردة.

وفيما يلي نستعرض الدوافع التي دفعت الباحثين بالجامعات المصرية لاستخدام مواقع الويب الاجتماعي كما يوضحه الجدول التالي رقم (٢):

جدول رقم (٢)

دوافع استخدام مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية)

غير موافق بشدة	غير موافق إلى حد ما	محايد	موافق	موافق بشدة	ما هي الدوافع التي جعلتك تستخدم مواقع الويب الاجتماعي
	١٢		١٠٤	١٦٩	١. البقاء على تواصل دائم مع أصدقاءك وزملاءك في العمل
	%٤,٢		%٣٦,٥	%٥٩,٣	
	١٩	١٩	١٤٣	١٠٤	٢. التواصل مع الخبراء الموثوق بهم في مجال تخصصك
	%٦,٧	%٦,٧	%٥٠,١	%٣٦,٥	
١٨	٦١	٨٢	٨٢	٤٢	٣. قراءة كتب عن كيفية استخدام مواقع الويب الاجتماعي
%٦,٣	%٢١,٤	%٢٨,٧	%٢٨,٧	%١٤,٧	
٢٠	٢٠	٨٢	١٤٣	٢٠	٤. إبراز شخصيتك العلمية في مجال تخصصك
٧,٠١ %	٧,٠١ %	%٢٨,٧	%٥٠,١	% ٧,٠١	
		٢٠	١٨٣	٨٢	٥. تنمية مهاراتك للإرتقاء بمستواك المهني والوظيفي
		٧,٠١ %	%٦٤,٢	% ٢٨,٧	
		٢٠	١٦٣	١٠٢	٦. تعزيز وتقوية العلاقات مع من هم متواجدين فعلياً في قائمة اتصالاتك
		٧,٠١ %	%٥٧,١٩	%٣٥,٧٨	
	٢٠	٢٠	١٤٣	١٠٢	٧. الرغبة في تكوين صداقات مهنية جديدة في مجال التخصص ومعرفة آخر التحديثات بهؤلاء الأشخاص من خلال الاتصال المتبادل.
	٧,٠١ %	٧,٠١ %	%٥٠,١	%٣٥,٧٨	
	٢٠	٦١	٨١	١٢٢	٨. نشر معلومات متخصصة في المجال لعدد كبير من الأفراد في التخصص بطريقة واحدة.
	٧,٠١ %	%٢١,٤	% ٢٨,٤	%٤٢,٨	
	٢٠	٢٠	١٠٢	١٤٣	٩. تبادل الأفكار والمعلومات المهنية الجديدة والخبرات المكتسبة في مجال العمل
	٧,٠١ %	٧,٠١ %	%٣٥,٧٨	%٥٠,١	
	٤٠	١٤٣	١٠٢		١٠. عمل أرشفة ذاتية لكافة الصور ومقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية والملفات المتصلة بمجال تخصصك
	%١٤,٠	%٥٠,٢	%٣٥,٨		

غير موافق بشدة	غير موافق إلى حد ما	محايد	موافق	موافق بشدة	ما هي الدوافع التي جعلتك تستخدم مواقع الويب الاجتماعي	
٤٠	٢٠	١٠٢	٨٢	٤١	أغراض تعليمية كالبحث عن جامعات ترغب في استكمال دراستك بها والحصول على شروط الالتحاق بها والحصول على إشعارات منها أولاً بأول	١١
%١٤,٠	٧,٠١ %	%٣٥,٨	% ٢٨,٧	%١٤,٤		
	٢٠	٦١	١٢٢	٨٢	تبادل الأبحاث العلمية للعاملين في الحقل الأكاديمي	١٢
	٧,٠١ %	%٢١,٤	%٤٢,٨	% ٢٨,٧		
			١٢٢	١٦٣	التواصل الاجتماعي مع أعضاء التخصص	١٣
			%٤٢,٨	%٥٧,٢		
		٦٠	٨٢	١٤٣	الحصول على معلومات تفيد الأبحاث العلمية	١٤
		%٢١,٠	% ٢٨,٨	%٥٠,٢		
	٦١		١٦٣	٦١	للقيام بالمحادثة Chatting	١٥
	%٢١,٤		%٥٧,٢	%٢١,٤		
٤١	٤٠	١٠٢	١٠٢		الاشتراك في مجموعات المناقشة Usenet	١٦
%١٤,٤	%١٤,٠	%٣٥,٨	%٣٥,٨			
	٢١		١٨٣	٨١	ملاحقة التطورات الحديثة في مجال التخصص	١٧
	% ٧,٤		%٦٤,٢	% ٢٨,٤		

تضح جليا من الجدول السابق حرص غالبية الباحثين في الجامعات المصرية مجتمع الدراسة على استخدام مواقع الويب الاجتماعي للتواصل الاجتماعي بصفة عامة يوافقون وبشده على استخدامها لاسباب عدة حيث رصدت الدراسة نسبة ٥٩,٣% كان دافعهم التواصل الدائم مع الأصدقاء والزلاء في العمل أي الجامعة نفسها، ونحو ٥٧,٢% يحرصون على التواصل الاجتماعي مع ذويهم في نفس التخصص سواء داخل جامعاتهم أو خارجها، وما يربو من نصف العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تبادل الأفكار والمعلومات المهنية الجديدة والخبرات المكتسبة في مجال العمل ، ونحو ٤٢,٨% يرون أن مواقع الويب الاجتماعي تعد نافذة لنشر معلومات متخصصة في المجال لعدد كبير من الأفراد في التخصص بطريقة واحدة، وتقل النسبة لتصل إلى ٣٦,٥% تخص الموافقون بشده على التواصل مع الخبراء الموثوق بهم في مجال تخصصك. وتستمر النسب في الانخفاض وتعدد الدوافع لديهم لاستخدامهم مواقع الويب الاجتماعي لتصل إلى أقل نسبة

وهي ٧,٠% لمن يوافقون بشده أن مواقع الويب الاجتماعي تساعدهم لإبراز شخصيتهم العلمية في مجال تخصصاتهم.

وباستعراضنا لمن يوافقون على أن دوافع استخدامهم لمواقع الويب الاجتماعي تكمن في تنمية مهاراتهم للإرتقاء بالمستوى المهني والوظيفي و ملاحقة التطورات الحديثة في مجال التخصص أعلى نسبة ٦٤,٢% ، تليها تعزيز وتقوية العلاقات مع من هم متواجدين فعلياً في قائمة اتصالاتك، والقيام بالمحادثة Chatting بسبة قدرها ٥٧,٢% لكل منها ، في حين نجد اقل نسبة رصدت كانت ٢٨,٤% تخص كل من قراءة كتب عن كيفية استخدام مواقع الويب الاجتماعي، ونشر معلومات متخصصة في المجال لعدد كبير من الأفراد في التخصص بطريقة واحدة ، ولأغراض تعليمية كالبحث عن جامعات ترغب في استكمال دراستك بها والحصول على شروط الالتحاق بها والحصول على إشعارات منها أولاً بأول ، وأيضاً الحصول على معلومات تفيد الأبحاث العلمية.

أما المحايدون من الباحثين في الجامعات المصرية نحو دوافعهم لاستخدام مواقع الويب الاجتماعي موضوع الدراسة نجد نصف العينة يستخدمون مواقع الويب الاجتماعي لعمل أرشفة ذاتية لكافة الصور ومقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية والملفات المتصلة بمجال تخصصك، وتتوالى النسب في الانخفاض لتسجل أقل نسبة وهي ٦,٧% تخص التواصل مع الخبراء الموثوق بهم في مجال تخصصك، ونلاحظ انخفاض النسب لمن هم غير موافق بشده أو غير موافق إلى حد ما من الباحثين في الجامعات المصرية تجاه دوافع لاستخدام مواقع الويب الاجتماعي موضوع الدراسة بصفة عامة.

ولمعرفة آراء الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة فيما تقدمه مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية) من أجل الخروج بمؤشرات توضح مايطمحون إليه من استخدامهم لمواقع الويب الاجتماعي وفقاً لما يوضحه الجدول التالي رقم(٣):

جدول رقم (٣)

آراء مجتمع الدراسة فيما تقدمه مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية)

ما رأيك فيما تقدمه مواقع الويب الاجتماعي؟	غير موافق بشدة	غير موافق إلى حد ما	محايد	موافق بشدة	موافق بشدة
وجود ما يلبي احتياجاتي المعلوماتية	٢٠	٦١	١٤٣	٦١	
	%٧,٠	%٢١,٤	%٥٠,١	%٢١,٤	%٢١,٤
الوثوق في المعلومات المتاحة بها	٤١	١٦٣	٦١	٢٠	
	%١٤,٤	%٥٧,٢	%٢١,٤	%٧,٠	
ضرورة استخدام خدمات الويب		٤٠	١٤٣	١٠٢	
		%١٤,٠	%٥٠,٢	%٣٥,٨	
التشجيع على استخدامها		٨١	١٠٢	١٠٢	
		٢٨,٤	%٣٥,٨	%٣٥,٨	
صدق المعلومات ودقتها	٢٠	٢٢٤	٤١		
	%٧,٠	%٧٨,٦	%١٤,٤		
معرفة آخر التطورات التقنية			٢٢٤	٦١	
			%٧٨,٦	%٢١,٤	
سهولة التعامل والبحث والاسترجاع	٢٠		٢٠٣	٦٢	
	%٧,٠		%٧١,٢	%٢١,٨	
سرعة الوصول إلى المعلومات		٦١	١٨٣	٤١	
		%٢١,٤	%٦٤,٢	%١٤,٤	
عدم التقيد بعامل المكان والزمان			١٦٣	١٢٢	
			%٥٧,٢	%٤٢,٨	
فتح قنوات تواصل أكاديمي بين الباحثين		٢٠	١٤٣	١٢٢	
		%٧,٠	%٥٠,٢	%٤٢,٨	

جاءت استجابات آراء الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة فيما تقدمه مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية) تعكس صورة ايجابية عن اهتمامهم بموقع الويب الاجتماعي ورغبتهم الملحة في استيفائها لاحتياجاتهم المعلوماتية حيث أعرب الموافقون على معرفة آخر التطورات التقنية ٢٢٤ مفردة تمثل ٧,٦% ، تليها سهولة التعامل والبحث والاسترجاع بنسبة ٧١,٢% ، ثم سرعة الوصول إلى المعلومات

وأيضاً أن حصولهم على المعلومة يتميز بعدم التقيد بعامل المكان والزمان بفارق بينهما ٧%، ثم تتقارب النسب بشده ما يربو عن نصف مجتمع الدراسة ٥٠,٢ % لتخص كل من ضرورة استخدام خدمات الويب، فتح قنوات تواصل أكاديمي بين الباحثين وبفارق ضئيل جدا نسبة ٠,١ %، وجود ما يلي احتياجاتي المعلوماتية، ونصل إلى أقل نسبة مسجلة وهي ١٤,٤% تمثل ٤١ مفردة يوافقون على أن مواقع الويب الاجتماعي تتميز بصدق المعلومات ودقتها.

أما لمن يوافقون وبشده نجد أعلى نسبة ٤٢,٨% تخص كل من يرون أن مواقع الويب الاجتماعي تتخطى حاجز المكان والزمان بعدم التقيد بعامل المكان والزمان، وتساعد على فتح قنوات تواصل أكاديمي بين الباحثين ، يليهما نسبة ٣٥,٨% تمثل من يرون ضرورة استخدام خدمات الويب الاجتماعي ، وليس هذا فحسب بل يشجعون على استخدامها أيضاً. وتستمر النسب في الانخفاض لتصل إلى ٧,٠% وهم من يتفقون بشده بالوثوق في المعلومات المتاحة بمواقع الويب الاجتماعي .

أما المحايدون من الباحثين في الجامعات المصرية يرون حيادية صدق المعلومات ودقتها بنسبة قدرها ٧٨,٦% ، وسجلت أقل نسبة فتح قنوات تواصل أكاديمي بين الباحثين قدرها ٧,٠% ، في حين من هم غير موافقون إلى حد ما من الباحثين في الجامعات المصرية بمجتمع الدراسة أعلى نسبة ١٤,٤% تمثل الوثوق في المعلومات المتاحة بمواقع الويب الاجتماعي ، تليها نسبة ٧,٠% تخص كل من وجود ما يلي احتياجاتي المعلوماتية ، صدق المعلومات ودقتها ، وسهولة التعامل والبحث والاسترجاع وفيما يلي نستعرض رؤية الباحثين بالجامعات المصرية نحو أن مواقع الويب الاجتماعي تعزز الاتصال العلمي الرقمي بين الباحثين كما يوضحه الجدول التالي رقم (٤):

جدول رقم (٤) آراء مجتمع الدراسة نحو أن مواقع الويب الاجتماعي تعزز الاتصال العلمي الرقمي بين الباحثين (الشبكات الإجتماعية)

هل تعتقد أن مواقع الويب الاجتماعي تعزز الاتصال العلمي الرقمي بين الباحثين		
١. موافق	٢٠٣	٧١,٢%
٢. محايد	٨٢	٢٨,٨%
٣. غير موافق	-	-
٤. الاجمالي	٢٨٥	١٠٠%

يبدو جلياً من الجدول السابق رقم (٤) أن نسبة ٧١,٢% من الباحثين بالجامعات المصرية لديهم اعتقاد قوى نحو أن مواقع الويب الاجتماعي تعزز الاتصال العلمي الرقمي بين الباحثين وخاصة في القرن الواحد العشرين الذي يتسم بالتطور التكنولوجي والفضاء الالكتروني وسهولة التواصل وتخظى حاجزى الزمان والمكان بين مستخدمى الويب بصفة عامة ومستخدمى مواقع الويب الاجتماعي بصفة خاصة .

ولمعرفة آراء الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة فيما يخص مدى وعيهم نحو عبارة "إدارة المعرفة" و"تبادل المعرفة" و "مشاركة المعرفة" عبر مواقع الويب الاجتماعي وفقاً لما يوضحه الجدول التالي رقم(٥):

جدول رقم (٥)

آراء مجتمع الدراسة نحو مدى وعيهم بإدارة وتبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب

الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية)

	درجة قليلة	درجة متوسطة	درجة كبيرة		
(١)	٨١	٤٣,٢ %	١٢٣	٢٨,٤ %	٨١
	٢٨,٤ %				
(٢)	٦١	٦٤,٢ %	١٨٣	١٤,٤ %	٤١
	٢١,٤ %				

نلاحظ من استجابات الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة نحو مدى وعيهم نحو عبارة "إدارة المعرفة" و"تبادل المعرفة" و "مشاركة المعرفة" عبر مواقع الويب الاجتماعي أن ما يزيد عن نصف العينة على دراية بدرجة متوسطة بعبارة تبادل المعرفة ومشاركتها بنسبة ٦٤,٢ % ، ووعيمهم بعبارة إدارة المعرفة بنسبة ٤٣,٢ % ، أما من على دراية بعبارة "إدارة المعرفة" سجلت نسبة ٢٨,٤ % سواء كانت بنسبة كبيرة أو قليلة، ومن على دراية وبدرجة كبيرة تبادل المعرفة ومشاركتها إحدى مراحل "إدارة المعرفة" لا تتجاوز ١٤,٥ %، وهذه النسب أنما تشير إلى ممارسة الباحثين بمراحل إدارة المعرفة وخاصة بتبادل ومشاركة المعرفة دون إدراكهم التام بأنها أحد مراحل "إدارة المعرفة" بدرجة كبيرة .

وفيما يلي نستعرض طبيعة المعلومات التي تتبادلها وتشاركها عبر مواقع الويب الاجتماعي من قبل الباحثين بالجامعات المصرية كما يوضحه الجدول التالي رقم (٦):

جدول رقم (٦)

آراء مجتمع الدراسة نحو طبيعة المعلومات التي تتبادلها وتشاركها عبر مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية)

	أشاركتها بدرجة قليلة		أشاركتها بدرجة متوسطة		أشاركتها بدرجة كبيرة		
(١)	٦١	%٦٤,٢	١٨٣	%١٤,٤	٤١		الأبحاث العلمية والمقالات الخاصة بي
(٢)	٢٠	%٦٤,٢	١٨٣	٢٨,٤ %	٨١		الأبحاث والمقالات العلمية المنشورة في هذه المواقع
(٣)	٢٠	%٥٧,٢	١٦٣	%٣٥,٨	١٠٢		المعارف المتعلقة بالاتجاهات الحديثة في مجال التخصص
(٤)	٦١	٤٢,٨ %	١٢٢	%٣٥,٨	١٠٢		المعلومات والأنشطة البحثية
(٥)	٢٠	%٦٤,٢	١٨٣	٢٨,٤ %	٨١		مصادر التدريس والتعلم
(٦)	١٦٣	%٢١,٤	٦١	%٢١,٤	٦١		المطبوعات والقرارات الإدارية الصادرة عن الجامعة
(٧)	٦١	٤٢,٨ %	١٢٢	%٣٥,٨	١٠٢		الأخبار الاجتماعية
(٨)	٨١	٤٢,٨ %	١٢٢	٢٨,٤ %	٨١		أخبار الجامعة
(٩)	٤١	٤٢,٨ %	١٢٢	٤٢,٨ %	١٢٢		المعلومات العامة
(١٠)	٢٠	%٥٠,٢	١٤٣	٤٢,٨ %	١٢٢		المعلومات عن المؤتمرات والندوات
(١١)	٨٢	%٤٩,٨	١٤٢	%٢١,٤	٦١		التسويق والإعلام للانشطة الخاصة بمجال تخصصك

ومن سياق عرض بيانات الجدول السابق رقم (٦) نحاول معرفة طبيعة التي تتبادلها وتشاركها مجتمع الدراسة من الباحثين في الجامعات المصرية فبدأ بطبيعة المعلومات التي يتبادلونها ويشاركونها بدرجة كبيرة حيث سجلت أعلى نسبة وهي ٤٢,٨ % لكل من المعلومات العامة. والمعلومات عن المؤتمرات والندوات، تليها نسبة ٣٥,٨ % لكل من تبادل ومشاركة

المعلومات التخصصية كلاً في مجاله وهذا ما تتضمنه تبادل ومشاركة المعارف المتعلقة بالاتجاهات الحديثة في مجال التخصص، والمعلومات والأنشطة البحثية، أما النسبة الثالثة وهي تخص الأخبار الاجتماعية لأنه بطبيعة الحال مواقع الويب الاجتماعي تعني في المقام الأول التواصل الاجتماعي بين مستخدميها. ثم سجل تبادل ومشاركة الأبحاث والمقالات العلمية المنشورة في هذه المواقع، تبادل ومشاركة مصادر التدريس والتعلم، تبادل ومشاركة أخبار الجامعة نسبة قدرها ٢٨,٤% لكل منها، وتأتي في المرتبة الرابعة نسبة ٢١,٤% لكل من تبادل ومشاركة المطبوعات والقرارات الإدارية الصادرة عن الجامعة، والتسويق والإعلام للأنشطة الخاصة بمجال تخصصك، وتأتي في المرتبة الخامسة والأخيرة نسبة ١٤,٤% لمن يبادل ويشارك الأبحاث العلمية والمقالات الخاصة به بدرجة كبيرة .

وننتقل لتتعرف على طبيعة المعلومات التي يتبادلونها ويشاركونها بدرجة متوسطة فنجد أعلى نسبة هي ٦٤,٢% تمثل كل من تبادل ومشاركة الأبحاث العلمية والمقالات الخاصة بالباحثين موضوع الدراسة، وتبادل ومشاركة الأبحاث والمقالات العلمية المنشورة في هذه المواقع ويقصد بتلك المواقع إعادة المشاركة لما ينشر للغير من أبحاث ومقالات على مواقع الويب الاجتماعي. وتبادل ومشاركة مصادر التدريس والتعلم ذات الصلة بالبرامج والمقررات الدراسية، وتليها في المرتبة الثانية نسبة ٥٧,٢% لتمثل تبادل ومشاركة المعارف المتعلقة بالاتجاهات الحديثة في مجال التخصص، ثم المعلومات عن المؤتمرات والندوات، والتسويق والإعلام للأنشطة الخاصة بمجال تخصصك. وتشارك في المرتبة الرابعة كل من تبادل ومشاركة المعلومات والأنشطة البحثية وكذلك تبادل ومشاركة المعلومات الاجتماعية، وأيضاً تبادل ومشاركة المعلومات أخبار الجامعة المعلومات العامة حيث نجدها تمثل ٤٢,٨% لكل منها . وتحتل تبادل ومشاركة المطبوعات والقرارات الإدارية الصادرة عن الجامعة بدرجة متوسطة المرتبة الأخيرة بنسبة ٢١,٤%.

أما المعلومات التي يتبادلونها ويشاركونها بدرجة قليلة سجلت نسبة ٥٧,٢% لتبادل ومشاركة المطبوعات والقرارات الإدارية الصادرة عن الجامعة، تليها بفارق كبير فيما يخص كل من أخبار الجامعة، التسويق والإعلام للأنشطة الخاصة بمجال تخصص الباحثين موضوع الدراسة وهي نسبة ٢٨,٤% . أما نسبة ٢١,٤% نجدها لمن يتبادل ويشارك كل من الأبحاث العلمية والمقالات الخاصة به، والمعلومات والأنشطة البحثية، وحتى الأخبار الاجتماعية بدرجة قليلة من بين الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة، وتستمر النسب في

الانخفاض لتصل الى أقل نسبة وهي ٧,٠% لمن هم يقومون بتبادل ومشاركة كل من الأبحاث والمقالات العلمية المنشورة في هذه المواقع (مواقع الويب الاجتماعي)، و المعارف المتعلقة بالاتجاهات الحديثة في مجال التخصص، و مصادر التدريس والتعلم، والمعلومات عن المؤتمرات والندوات بدرجة قليلة . ومجمل القول أن الغالبية العظمى من الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة يقومون بتبادل ومشاركة العديد من المعلومات في مجال تخصصاتهم وأبحاثهم ومقالاتهم على مواقع الويب الاجتماعي بدرجات متفاوتة تعكس مدى وعيمهم بالاستفادة من تلك المواقع في ارساء قواعد التواصل العلمي الرقمي وتبادل ومشاركة المعرفة فيما بينهم.

ولمعرفة دوافع الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة فيما يخص تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي وفقاً لما يوضحه الجدول التالي رقم (٧):

جدول رقم (٧)

دوافع الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة فيما يخص تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية)

درجة قليلة	درجة متوسطة	درجة كبيرة		
٢٠ %	٥٧,٢ %	١٦٣	٣٥,٨ %	١٠٢
٧,٠ %	٦٤,٢ %	١٨٣	٣٥,٨ %	١٠٢
	٤٢,٨ %	١٢٢	٥٧,٢ %	١٦٣
٢٨,٧ %	٤٢,٤٥ %	١٢١	٢٨,٧ %	٨٢
٢١,٤ %	٤٢,٨ %	١٢٢	٣٥,٨ %	١٠٢
٢١,٤ %	٥٧,٢ %	١٦٣	٢١,٤ %	٦١
٢٨,٧ %	٤٢,٤٥ %	١٢١	٢٨,٧ %	٨٢
٣٥,٨ %	٤٢,٨ %	١٢٢	٢١,٤ %	٦١

درجة قليلة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		
٦١	٢١,٤%	١٦٣	٥٧,٢%	٦١	٢١,٤%	٩. أشرك معارفي للتعرف على زملاء جدد في مجال التخصص.
٤٠	١٤,٠%	١٦٣	٥٧,٢%	٨٢	٢٨,٨%	١٠. أشرك معارفي لتحقيق التعاون مع زملاء آخرين في الجامعة.
٢٠	٧,٠%	١٦٣	٥٧,٢%	١٠٢	٣٥,٨%	١١. أشرك معارفي لأنها وسيلة لتحقيق الابتكار والإبداع.

يتضح جلياً من الجدول السابق رقم (٧) دوافع الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة فيما يخص تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية) حيث تحتل النسبة الأعلى فيما بين الدوافع بدرجة كبيرة هي مشاركة المعارف للتعرف على المؤتمرات والندوات بنسبة ٥٧,٢%. في حين نجد مشاركة المعارف لتبادل المعلومات مع الأصدقاء في مجال التخصص بدرجة متوسطة أعلى نسبة وهي ٦٤,٢%، أما مشاركة المعارف للتعرف على زملاء جدد في الجامعة بدرجة قليلة نسبة أعلى قدرها ٣٥,٨%. أما أقل النسب في دوافع المشاركة لمجتمع الدراسة تنحصر في الدوافع التالية بدرجة كبيرة وهي مشاركة المعارف نظراً لأن زملائي يتقاسمون معارفهم معي، و مشاركة المعارف للتعرف على زملاء جدد في الجامعة، ومشاركة المعارف للتعرف على زملاء جدد في مجال التخصص وتلك الدوافع تمثل نسبة ٢١,٤% لكل منها.

ويمكننا القول أن نسبة لا بأس بها من الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة لديهم الدافع نحو مشاركة المعرفة سواء كانت مشاركة المعلومات وتبادلها في مجال التخصص أو تداول معلومات عن الندوات والمؤتمرات بصفة عامة

ولما لمواقع التواصل الاجتماعي أهميتها في الأونة الأخيرة لكونها نافذة تساعد الباحثين والمتخصصين في التواصل فيما بينهم وتبادل ومشاركة المعلومات فكان لابد من وقفة للتعرف على درجة دعم الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة تجاه تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ وهذا ما يوضحه الجدول التالي رقم (٨)

:

جدول رقم (٨)

درجة دعم الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة تجاه تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية)

غير موافق		محايد		موافق		درجة الدعم تجاه تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي
١٤٣	٥٠,٢ %	٢٨,٨ %	٨٢	٢١,٤ %	٦١	
١٦٣	٥٧,٢ %	٢٨,٨ %	٨٢	١٤,٠ %	٤٠	٢ أشارك معارفي للحصول على منح دراسية من الخارج
		٢١,٤ %	٦١	٧٨,٦ %	٢٢٤	٣ أؤمن أنه يجب عليّ مشاركة معرفتي مع الزملاء
		٢١,٤ %	٦١	٧٨,٦ %	٢٢٤	٤ مشاركة معرفتي مع الزملاء الآخرين بالجامعة تعد تجربة قيمة ومفيدة بالنسبة لي
٢٠	٧,٠ %	٤٢,٨ %	١٢٢	٥٠,٢ %	١٤٣	٥ مشاركة معرفتي مع الزملاء الآخرين بالجامعة تعد خطوة حكيمة مني
٢٠	٧,٠ %	٥٠,٢ %	١٤٣	٤٢,٨ %	١٢٢	٦ مشاركة معرفتي مع الزملاء يؤدي إلى زيادة سمعتي الطيبة بينهم.
٢٠	٧,٠ %	٥٠,٢ %	١٤٣	٤٢,٨ %	١٢٢	٧ مشاركة معرفتي مع الزملاء يؤدي إلى زيادة احترامهم لي.

يوضح الجدول السابق رقم (٨) درجة دعم الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة فيما يخص تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية) حيث نجد أعلى نسبة سجلتها هي ٧٨,٦% تخص كلا من اتجاه دعمهم الايجابي لمشاركة المعرفة مع الزملاء في الجامعة أو التخصص العلمي لاعتقادهم وادراكهم ان مشاركة المعرفة مع الزملاء قيمة وتعود بالنفع عليهم بنسبة كبيرة، تليها ما يربو عن نصف مجتمع الدراسة يوافقون على كون مشاركة المعرفة فيما بين زملائهم تنسم بالحكمة، ثم سجلت نسبة ٤٢,٨% يوافقون على يخص تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي لما له من أثر وعائد ملموس على شخصهم من سمعتهم الطيبة واحترامهم بين قرائهم في العمل نتيجة مباشرة لحرصهم على تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب

الاجتماعي. أما من يدعمون تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي بحيادية نجد أعلى نسبة وهي ٥٠,٢% لمن يروا أن تبادل ومشاركة المعرفة يزيد من سمعتهم الطيبة وزيادة احترام الزملاء لهم، في حين نجد نسبة ٥٧,٢% تخص عدم موافقتهم لمشاركة وتبادل المعرفة من أجل الحصول على منح دراسية من الخارج وعدم جدوى مواقع الويب الاجتماعي في هذا الصدد.

ولمعرفة القيمة المضافة لدى الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة فيما يخص تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي وفقاً لما يوضحه الجدول التالي رقم (٩):

جدول رقم (٩)

القيمة المضافة لدى الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة تجاه تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية)

القيمة المضافة تجاه تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي	موافق		محايد		غير موافق	
	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١ مشاركة معرفتي مع الزملاء تحسن من شعوري بقيمة ذاتي.	١٢٢	٤٢,٨ %	١٦٣	٥٧,٢ %		
٢ مساعدة الباحثين على حل المشكلات العلمية	٢٠٣	٧١,٢ %	٨٢	٢٨,٨ %		
٣ مساعدة الباحثين في الحصول على المعلومات العلمية	٢٤٤	٨٥,٦ %	٤١	١٤,٤ %		
٤ مساعدة الباحثين في زيادة الإنتاجية العلمية	٢٢٤	٧٨,٦ %	٦١	٢١,٤ %		
٥ مساعدة الباحثين في تحقيق تسويق للذات في مجال التخصص	١٦٣	٥٧,٢ %	١٠٢	٣٥,٨ %	٢٠	٧,٠ %
٦ مساعدة الباحثين في تحقيق تسويق للذات في الجامعة	١٨٣	٦٤,٢ %	٦١	٢١,٤ %	٤١	١٤,٤ %

يتضح جلياً من الجدول السابق رقم (٩) القيمة المضافة لدى الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة فيما يخص تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية) حيث تحتل النسب الأعلى لمن يوافقون على العائد والقيمة المضافة الناتجة عن مشاركتهم المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي تدور بصفة عامة على مساعدة الباحثين سهولة حصولهم على المعلومات العلمية وإيجاد طرق حل للمشكلات العلمية مما يودئ إلى زيادة الإنتاجية العلمية فنجد أعلى نسبة هي ٨٥,٦% وهي تخص مساعدة

الباحثين في الحصول على المعلومات العلمية، تليها نسبة ٧٨,٦% تمثل من يوافقون على أن مشاركة المعرفة لها قيمتها المضافة تجاه زيادة الإنتاجية العلمية للباحثين نظرا لتوافر المعلومات لديهم ومناقشة الموضوعات العلمية فيما بينهم عبر مواقع الويب الاجتماعي . أما المحيدون تجاه القيمة المضافة لدى الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة تجاه تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي سجلت أعلى نسبة وهي ٥٧,٢% لمن يقتصرون على مشاركتهم المعرفة مع أقرانهم وزملائهم يساعد على تحسين شعور بقيمة الذات .

والآن ننتقل للتعرف على أهم المعوقات التي تواجه الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة فيما يخص تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي ، وهذا ما يوضحه الجدول التالي رقم (١٠) :

جدول رقم (١٠) المعوقات التي تواجه الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة تجاه مشاركة وتبادل المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي

غير موافق		محايد		موافق		المعوقات التي تواجه الباحثين تجاه مشاركة وتبادل المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي	
٧,٠	٢٠	٢٨,٨	٨٢	٦٤,٢	١٨٣	غياب الثقة بين الباحثين في تبادل ومشاركة المعرفة خشية الوقوع تحت طائلة الانتحال والسرقات العلمية	١
		%٧,٠	٢٠	١٤,٤	٤١	غياب ثقافة تبادل ومشاركة المعرفة بين الباحثين	٢
		٤٩,٨	١٤٢	٥٠,٢	١٤٣	عدم شعور بعض الباحثين بالمسؤولية تجاه تبادل ومشاركة المعرفة فيما بينهم	٣
		٥٧,٢	١٦٣	٤٢,٨	١٢٢	غياب الرقابة من قبل الجامعة	٤
		٤٢,٨	١٢٢	٥٧,٢	١٦٣	إنعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية	٥
٧,٠	٢٠	٤٢,٨	١٢٢	٥٠,٢	١٤٣	كثرة المبالغة في تبادل ومشاركة المعرفة مما يوقع الباحثين تحت طائلة الانتحال والسرقات العلمية	٦
		٤٢,٨	١٢٢	٥٧,٢	١٦٣	إنعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية	٧
١٤,	٤١	٤٢,٨	١٢٢	٤٢,٨	١٢٢	عدم وجود الوقت الكافي لدى الباحثين لتبادل ومشاركة المعرفة فيما بينهم	٨
%٤		%		%			

يتضح جليا من الجدول السابق أهم المعوقات التي تواجه الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة تجاه مشاركة وتبادل المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي تنحصر فيما يلي: أعلى نسبة سجلتها ٦٤,٢% موافقون على غياب الثقة بين الباحثين في تبادل ومشاركة المعرفة خشية الوقوع تحت طائلة الانتحال والسرقات العلمية ، تليها نسبة ٥٧,٢% تخص كلا من إنعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية ، وإنعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية، وتأتي كل من عدم شعور بعض الباحثين بالمسؤولية تجاه تبادل ومشاركة المعرفة فيما بينهم، وكثرة المبالغة في تبادل ومشاركة المعرفة مما يوقع الباحثين تحت طائلة الانتحال والسرقات العلمية في المرتبة الثالثة للمعوقات التي تواجه الباحثين موضوع الدراسة بنسبة قدرها ٥٠,٢%، وتقل النسبة إلى أن تصل إلى ٤٢,٨% يوافقون على أن غياب الرقابة من قبل الجامعة، وعدم وجود الوقت الكافي لدي الباحثين لتبادل ومشاركة المعرفة فيما بينهم من بين المعوقات التي تم رصدها، وتنخفض النسب بشكل مفاجئ لتصل إلى أقل نسبة وهي ١٤,٤% لغياب ثقافة تبادل ومشاركة المعرفة بين الباحثين.

في حين من يرى المعوقات التي تواجه الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة بحيادية سجلت أعلى نسبة هي ٥٧,٢% تخص غياب الرقابة من قبل الجامعة ، تليها نسبة ٤٩,٨% يرون عدم شعور بعض الباحثين بالمسؤولية تجاه تبادل ومشاركة المعرفة فيما بينهم.

ورصدت الدراسة أعلى نسبة لمن لا يوافقون على اعتبار غياب ثقافة تبادل ومشاركة المعرفة بين الباحثين من بين المعوقات التي تواجه الباحثين موضوع الدراسة وقدرها ٧٨,٦%، وهذا يؤكد بما لا يدع مجالاً للشك أن الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة لديهم قدر كافي من الوعي بضرورة تبادل ومشاركة المعرفة فيما بينهم بصفة عامة وعبر مواقع الويب الاجتماعي بصفة خاصة .

ولمعرفة وجهات نظر الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة ومقترحاتهم التي من شأنها تعزز الأفادة من مواقع الويب الاجتماعي وتأثيره على الاتصال العلمي ، فهذا ما يوضحه الجدول التالي رقم (١١) :

جدول رقم (١١)

اهم المقترحات التي تعزز الإفادة من مواقع الويب الاجتماعي وتأثيره على الاتصال العلمي الرقمي من قبل مجتمع الدراسة

ع	%	اهم المقترحات التي تعزز الإفادة من مواقع الويب الاجتماعي وتأثيره على الاتصال العلمي الرقمي
١	٨٥,٦ %	تنظيم دورات تدريبية بالجامعة تعرف بمواقع الويب الاجتماعي وسبل الإفادة المثلئ منها
٢	٧١,٢ %	عقد ندوات تعريفية بمواقع الويب الاجتماعي وبخصائصها وخدماتها وتطبيقاتها
٣	٦٤,٢ %	التوعية بدور مواقع الويب الاجتماعي في دعم الإتصال العلمي
٤	٥٧,٢ %	إجراء بحوث ودراسات علمية عن مواقع الويب الاجتماعي تدرس خصائص ومميزات الشبكة وسبل الإفادة منها ونشر هذه الأبحاث لتعميم الفائدة.
٥	٧٨,٦ %	تنظيم ورش عمل بالاقسام العلمية للتعريف بمواقع الويب الاجتماعي للطلاب وأعضاء هيئة التدريس ومعاونتهم
٦	٦٤,٢ %	إصدار أدلة ونشرات تعريفية بمواقع الويب الاجتماعي من خلال الجامعة يعرف بقيمة وأهمية هذه مواقع الويب الاجتماعي في دعم التواصل العلمي
٧	٦٤,٢ %	إنشاء بوابة موحدة لمواقع الويب الاجتماعي على بوابة الجامعة

يرصد الجدول السابق أهم المقترحات التي أبدها الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة من أجل تعزيز الأفادة من مواقع الويب الاجتماعي وتأثيره على الاتصال العلمي الرقمي فنجد النسب الثلاث الأعلى تدور حول أهمية تنظيم دورات تدريبية بالجامعة وورش عمل بالاقسام العلمية، و عقد ندوات تعريفية بمواقع الويب الاجتماعي وبخصائصها وخدماتها وتطبيقاتها فنجد نسبة ٨٥,٦% يرون ضرورة تنظيم دورات تدريبية بالجامعات تعرف بمواقع الويب الاجتماعي وسبل الإفادة المثلئ منها، تليها نسبة ٧٨,٦ % لتنظيم ورش عمل بالاقسام العلمية للتعريف بمواقع الويب الاجتماعي للطلاب وأعضاء هيئة التدريس ومعاونتهم، ثم نسبة ٧١,٢% لعقد ندوات تعريفية بمواقع الويب الاجتماعي وبخصائصها وخدماتها وتطبيقاتها.

ونجد نسبة ٦٤,٢% تخص كل من التوعية بدور مواقع الويب الاجتماعي في دعم الإتصال العلمي ، إصدار أدلة ونشرات تعريفية بمواقع الويب الاجتماعي من خلال الجامعة يعرف بقيمة وأهمية هذه مواقع الويب الاجتماعي في دعم التواصل العلمي، وأيضاً إنشاء بوابة

موحدة لمواقع الويب الاجتماعي على بوابة الجامعة، ونصل إلى أقل نسبة تم رصدها وهي ٥٧,٢% لمن يقترحون إجراء بحوث ودراسات علمية عن مواقع الويب الاجتماعي تدرس خصائص ومميزات الشبكة وسبل الإفادة منها ونشر هذه الأبحاث لتعميم الفائدة.

الغاية:

النتائج:

وبتحليل البيانات لمجتمع الدراسة يمكن تلخيص النتائج التي تمخضت عنها الدراسة فيما يلي:

١. ارتفاع نسبة من لديهم حسابات شخصية نشطة على مواقع الويب الاجتماعي بحيث تمثل سبة ٩٤,٣%
٢. ارتفاع نسبة من يتبادلون المعلومات مع الأصدقاء في مجال التخصص بنسبة قدرها ٢٠,٧% كدافع لدى مجتمع الدراسة لامتلاكهم حسابات شخصية على مواقع الويب الاجتماعي ، وأقل نسبة تخص المشاركة في النقاشات العلمية والندوات الالكترونية ، ثم نشر الأبحاث والمقالات الخاصة بك و الحصول على الأبحاث والمقالات العلمية المنشورة في هذه المواقع بفارق قدره ١٠,٠% فقط
٣. حرص غالبية الباحثين في الجامعات المصرية لمجتمع الدراسة على استخدام مواقع الويب الاجتماعي للتواصل الاجتماعي بصفة عامة
٤. ارتفاع نسبة من كان دافعهم التواصل الدائم مع الأصدقاء والزملاء في العمل أي الجامعة نفسها ، تليها من يحرصون على التواصل الاجتماعي مع ذويهم في نفس التخصص سواء داخل جامعاتهم أو خارجها.
٥. جاءت استجابات آراء الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة فيما تقدمه مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية) تعكس صورة ايجابية عن اهتمامهم بموقع الويب الاجتماعي ورغبتهم الملحة في استيفائها لاحتياجاتهم المعلوماتية.
٦. ارتفاع نسبة الموافقون على معرفة آخر التطورات التقنية ، تليها سهولة التعامل والبحث والاسترجاع في المرتبة الثانية، ثم سرعة الوصول إلى المعلومات وأيضاً ان حصولهم على المعلومة يتميز بعدم التقيد بعاملي المكان والزمان بفارق بينهما ٧%.
٧. ارتفاع الباحثين بالجامعات المصرية من لديهم اعتقاد قوى نحو أن مواقع الويب

الاجتماعي تعزز الاتصال العلمي الرقمي بين الباحثين وخاصة في القرن الواحد العشرين الذي يتسم بالتطور التكنولوجي والفضاء الالكتروني وسهولة التواصل بنسبة ٧١,٢%

٨. تشير النسب إلى ممارسة الباحثين بمراحل إدارة المعرفة وخاصة بتبادل ومشاركة المعرفة حيث ما يربو من نصف العينة لديهم وعى بادارة وتبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية) بدرجة متوسطة.

٩. ارتفاع نسبة من يتبادلون ويشاركون كل من المعلومات العامة، والمعلومات عن المؤتمرات والندوات، تليهما تبادل ومشاركة المعلومات التخصصية كلاً في مجاله وهذا ما تتضمنه تبادل ومشاركة المعارف المتعلقة بالاتجاهات الحديثة في مجال التخصص، والمعلومات والأنشطة البحثية.

١٠. تأتي مشاركة الأخبار الاجتماعية في المقام الأول التواصل الاجتماعي بين مستخدميها

١١. تحتل تبادل ومشاركة الأبحاث والمقالات العلمية المنشورة في هذه المواقع، تبادل ومشاركة مصادر التدريس والتعلم، تبادل ومشاركة أخبار الجامعة، وتبادل ومشاركة المطبوعات والقرارات الإدارية الصادرة عن الجامعة أعلى نسبة بين مجتمع الدراسة ١٢. أن تبادل ومشاركة الأبحاث العلمية والمقالات الخاصة بالباحثين موضوع الدراسة، وتبادل ومشاركة الأبحاث والمقالات العلمية المنشورة في هذه المواقع . وتبادل ومشاركة مصادر التدريس والتعلم ذات الصلة بالبرامج والمقررات الدراسية رصدتها الدراسة بدرجة متوسطة من قبل للباحثين

١٣. تحتل النسبة الأعلى فيما بين الدوافع بدرجة كبيرة هي مشاركة المعارف للتعرف على المؤتمرات والندوات بنسبة ٥٧,٢%. تليها مشاركة المعارف لتبادل المعلومات مع الأصدقاء في مجال التخصص بدرجة متوسطة أعلى نسبة وهي ٦٤,٢% ، أما مشاركة المعارف للتعرف على زملاء جدد في الجامعة بدرجة قليلة نسبة أعلى قدرها ٣٥,٨%.

١٤. أن نسبة لا بأس بها من الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة لديهم الدافع نحو مشاركة المعرفة سواء كانت مشاركة المعلومات وتبادلها في مجال التخصص أو تداول معلومات عن الندوات والمؤتمرات بصفة عامة .

١٥. ارتفاع نسبة من لديهم اتجاه دعمهم الايجابي لمشاركة المعرفة مع الزملاء في الجامعة أو التخصص العلمي لاعتقادهم وادراكهم ان مشاركة المعرفة مع الزملاء قيمة وتعود

بالنفع عليهم بنسبة كبيرة بنسبة سجلتها هي ٧٨,٦% ، تليها ما يربو عن نصف مجتمع الدراسة يوافقون على كون مشاركة المعرفة فيما بين زملائهم تتسم بالحكمة.

١٦. القيمة المضافة لدى الباحثين في الجامعات المصرية موضوع الدراسة فيما يخص تبادل ومشاركة المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي (الشبكات الإجتماعية) حيث تحتل النسب الأعلى لمن يوافقون على العائد والقيمة المضافة الناتجة عن مشاركتهم المعرفة عبر مواقع الويب الاجتماعي تدور بصفة عامة على مساعدة الباحثين سهولة حصولهم على المعلومات العلمية وإيجاد طرق حل للمشكلات العلمية مما يودئ إلى زيادة الإنتاجية العلمية

١٧. أهم المعوقات التي تواجه الباحثين موضوع الدراسة هي كما يلي :

- غياب الثقة بين الباحثين في تبادل ومشاركة المعرفة خشية الوقوع تحت طائلة الانتحال والسرقات العلمية
- إنعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية ،
- إنعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية،
- عدم شعور بعض الباحثين بالمسؤولية تجاه تبادل ومشاركة المعرفة فيما بينهم،
- كثرة المبالغة في تبادل ومشاركة المعرفة مما يوقع الباحثين تحت طائلة الانتحال والسرقات العلمية
- غياب الرقابة من قبل الجامعة،
- عدم وجود الوقت الكافي لدي الباحثين لتبادل ومشاركة المعرفة فيما بينهم من بين المعوقات التي تم رصدها،
- غياب ثقافة تبادل ومشاركة المعرفة بين الباحثين.

التوصيات:

في ضوء النتائج الموضوعية للدراسة وبناء على إجابات مجتمع الدراسة على السؤال المقترح الخاص بأرائهم ومقترحاتهم التي من شأنها تعزز الأفادة من مواقع الويب الاجتماعي وتأثيره على الاتصال العلمي توصي الباحثة بما يلي:

- ☒ عقد ندوات تعريفية بمواقع الويب الاجتماعي وبخصائصها وخدماتها وتطبيقاتها
- ☒ ضرورة تنظيم دورات تدريبية بالجامعات تعرف بمواقع الويب الاجتماعي وسبل الإفادة المثلى منها
- ☒ تنظيم ورش عمل بالاقسام العلمية للتعريف بمواقع الويب الاجتماعي للطلاب وأعضاء هيئة التدريس ومعاونهم
- ☒ عقد ندوات تعريفية بمواقع الويب الاجتماعي وبخصائصها وخدماتها وتطبيقاتها.
- ☒ التوعية بدور مواقع الويب الاجتماعي في دعم الإتصال العلمي.
- ☒ إصدار أدلة ونشرات تعريفية بمواقع الويب الاجتماعي من خلال الجامعة يعرف بقيمة وأهمية هذه مواقع الويب الاجتماعي في دعم التواصل العلمي
- ☒ إنشاء بوابة موحدة لمواقع الويب الاجتماعي على بوابة الجامعة.
- ☒ إجراء بحوث ودراسات علمية عن مواقع الويب الاجتماعي تدرس خصائص ومميزات الشبكة وسبل الإفادة منها ونشر هذه الأبحاث لتعميم الفائدة.

قائمة المصادر والمراجع :

- 1 Rheingold,Howard.(1993) The Virtual Community.- Available at: <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>
- (٢) عبد الهادي، محمد فتحي(2003). البحث ومناهجه في علم المكتبات والمعلومات. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- (٣) الخليفة، محمد بن صالح (2001). تأثير الإنترنت في المجتمع: دراسة ميدانية"، عالم الكتب - السعودية، مج ٢٢، ع ٥٦٦، ص ص٤٦٩-٥٠٢.
- (٤) بن السبتي، عبد المالك(2003). التبادل الإلكتروني للمعلومات ما بين الأساتذة والباحثين في جامعة منتوري قسنطينة. مجلة العربية ٣٠٠٠، ع ١٤، النادي العربي للمعلومات.
- (٥) سليمان، أمنية عادل(2009). الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة : دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيسبوك/ أمنية عادل سليمان، هبه محمد خليفة - بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات . المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في مصر.
- (٦) مجاهد، أماني(2010). استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة".- مجلة دراسات المعلومات.- ع ٨ (مايو 2010).
- (٧) عبيد، عصام محمد(2011). دور الشبكات الاجتماعية في دعم المقررات الجامعية من وجهة نظر طلاب وطالبات كلية الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ورقة مقدمة إلى: مؤتمر المحتوى العربي في الإنترنت . الرياض.
- (٨) البلوشي، هنادي حسن(2012). خدمات المكتبات الجامعية السعودية المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي: الفيسبوك /facebook /إشراف أماني محمد السيد . جامعة جامعة الملك عبد العزيز .كلية الآداب والعلوم الإنسانية .قسم علم المعلومات .أطروحة(ماجستير).
- (٩) الشهري، حنان بنت شعشوع(2012). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية " الفيس بوك وتويتر نموذجاً": دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة.- جدة : كلية الدراسات العليا، جامعة الملك عبد العزيز(رسالة ماجستير).
- (١٠) دبور، عبد الرحمن بن غالب(2013). تطبيقات الويب 2.0 وأنماط الاستفادة منها من جانب أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة : دراسة وصفية تحليلية.-مجلة

- مكتبة الملك فهد الوطنية -مج.- 19 ع2 ، رجب - ذو الحجة 1434 هـ / مايو- أكتوبر 2013 م.-صص 332-370
- (¹¹) معتوق، خالد بن سليمان(2013). اتجاهات استخدام طلاب قسم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي : دراسة تطبيقية. - مجلة اعلم. - ع 12 (جمادي الأولي 1434 هـ / أبريل 2013 م) .
- (¹²) الهادي، نهاد بنت علي(2013). تحليل محتوى صفحات المكتبات الأكاديمية الخليجية على شبكة التواصل الاجتماعي " الفيس بوك"/ نهاد بنت علي الهادي، عبد الله بن ناصر الشيايدي.- بحث قدم في المؤتمر التاسع عشر لجمعية المكتبات المتخصصة - فرع الخليج العربي : مستقبل المهنة : كسر الحواجز التقليدية لمهنة المكتبات والمعلومات والتحول نحو مستقبل البيئة المهنية الرقمية - الإمارات، ص.ص ٣٠٧ - ٣٢٦
- (¹³)كليب، فضل جميل(2014) . مدى الإفادة من مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني بين المكتبيين العرب في المجال المهني/ كليب، فضل جميل؛ عبد الرازق، لمي فاخر، ورقة مقدمة إلى أعمال المؤتمر الرابع والعشرون للإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.
- (¹⁴) الزامل، منصور بن عبد الله(2016).المكتبات الجامعية على مواقع التواصل الاجتماعي : دراسة مسحية. - مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، مج 22 ، ع ١٤ ص ٣٩ - ٦١
- (¹⁵) بوسعيد، خلود بنت أحمد(2017) . توظيف المكتبات الأكاديمية بجامعة مجلس التعاون لدول الخليج العربية لخصائص شبكتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر في تسويق خدمات المعلومات/ خلود بنت أحمد بوسعيد، محمد بن ناصر الصقري، سالم بن سعيد الكندي - Cybrarians Journal. - ع ٤٥ ، مارس ٢٠١٧ .- متاح على الرابط:

http://journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=771:2017-04-13-12-55-51&catid=302:papers&Itemid=110

- (¹⁶) صبيح، وردة (2014).الاتصال العلمي داخل بيئة الشبكات الاجتماعية.- Cybrarians Journal. 36ع ، ديسمبر ٢٠١٤ .- متاح على الرابط:

http://journal.cybrarians.org/index.php?option=com_content&view=article&id=675:socialmedia&catid=270:studies&Itemid=9

(١٧) مسيف، عائشة(2016). ممارسات الاتصال العلمي الإلكتروني لدى الأساتذة والباحثين بجامعة قسنطينة٣: دراسة ميدانية - Cybrarians Journal.- العدد ٤٣، سبتمبر ٢٠١٦.- متاح على الرابط:

http://www.journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=745:amacif&catid=294:papers

- 1))18 (Jacobson, Terra B.(2011) Facebook as a Library Tool: Perceived vs. Actual Use. - College & Research Libraries (C&RI).- Vol 72.No 1 (2011).Pp79 – 90 Available at: DOI: <https://doi.org/10.5860/crl-88r1>
-)19 (Ruth, Sara Connell(2009). " Academic libraries, facebook and MySpace, and student outreach: a survey of student opinion "libraries and the academy, vol.9. N.1.
-)20 (Anbari, A. M.(2010). Survey of Specialized Farsi online social networks and its role in knowledge management and suggest an application model. Master's Thesis, LIS department Islamic Azad University Science and Research Branch, Tehran.
-)21 (S. A. Khan & R. Bhatti (2012). Application of social media in marketing of library and information services: A case study from Pakistan. - Webology, Vol.9, N.1(June, 2012) **Available at:**<http://www.webology.org/2012/v9n1/a93.html>
-)22 (Kai-Wah Chu, Samuel & S Du, Helen (2012). Social networking tools for academic libraries.- Journal of Librarianship and Information Science. Vol 45, Issue 1, pp. 64 – 75 **Available at:** <https://doi.org/10.1177/0961000611434361>
-)23 (Jain, Priti.(2014). APPLICATION OF SOCIAL MEDIA IN MARKETING LIBRARY & INFORMATION SERVICES: A GLOBAL PERSPECTIVE. International Journal of Academic Research and Reflection.- Vol. 2, No.2.
-)24 (Kumar, Chegoni Ravi (2015). Social networks impact on Academic Libraries in Technology Era.- International journal

of library and information studies.- Vol. 5,N.3, (Jul-Sep, 2015).PP 101-108.

-)25 (Akporhonor, Blessing A. & Olise, Florence N.(2015) Librarians' Use of Social Media for Promoting Library and Information Resources and Services in University Libraries in South-South Nigeria.- Information and Knowledge Management. Vol.5, No.6, **Available at:** <http://www.iiste.org/Journals/index.php/IKM/article/view/23139>
-)26 (Phillips ,A. L. (2015). Facebooking It: Promoting Library Services to Young Adults through Social Media .- The FSU Digital Library School of Information .- **Available at:** <http://diginole.lib.fsu.edu/islandora/object/fsu%3A252682/datastream/PDF/view>
-)27 (Kenchakkanavar, Anand Y.& Hadagali,Gururaj S.(2016). Social Networking Sites As A Viable Tools For An Effective Delivery Of Library Services. Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR), Vol.2, Issue 3, pp.170-175.
-)28(Shan, Siqing, et al.(2017). Analysis of the key influencing factors of haze information dissemination behavior and motivation in WeChat.- Information Discovery and Delivery , vol. 45, no. 1,pp. 21–29. **Available at:** doi: <https://doi.org/10.1108/IDD-09-2016-0029>
- (٢٩) جارفي، وليم (١٩٨٣). الاتصال أساس النشاط العلمي. ترجمة حشمت قاسم. ط١. بيروت: الدار العربية للموسوعات. ٤٧٢ص
- (٣٠) ميدوز، جاك(١٩٧٩). آفاق الاتصال ومنافه في العلوم والتكنولوجيا. ترجمة حشمت قاسم. القاهرة: مكتبة غريب.ص. ٣٥٦
-)31(Borgman, Christine L.(2000) "Digital libraries and the continuum of scholarly communication", Journal of Documentation,Vol. 56 Issue: 4, pp.412-430, **Available at:**<https://doi.org/10.1108/EUM0000000007121>

- (٣٢) غانم نذير(2010).الخدمات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية :دراسة ميدانية بمؤسسات التعليم العالي بجامعة قسنطينة.رسالة دكتوراة. قسنطينة: جامعة منتوري قسنطينة.ص.٦٢
- (٣٣) قدورة، وحيد(2006).الاتصال العلمي والوصول الحر إلى المعلومات العلمية:الباحثون والمكتبات العربية.تونس:المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ص ٥٥-٥٦
- (٣٤) أنتوني ديبونز ، أستر هورن ، سكوت كرونينويز(1998). علم المعلومات والتكامل المعرفي ؛ تعريب وإضافة أحمد بدر ، محمد فتحي عبد الهادي . - القاهرة : دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع. ص ٢٦
- (٣٥) شرجي، نجيب(2000). تكنولوجيا المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات،الأردن : نقلاً عن أحمد علي . مفهوم المعلومات وإدارة المعرفة .- مجلة جامعة دمشق .- مج ٢٨، ١٤، ٢٠١٢، ص٤٩٢
- (٣٦) Usoro, A., Sharratt, M. W., Tsui, E. & Shekhar S. (2007). Trust as an antecedent to knowledge sharing in virtual communities of practice. - Knowledge Management Research & Practice, Vol. 5, pp. 199-212.
- (٣٧) العلي، عبدالستار(2006).المدخل إلى إدارة المعرفة /عبدالستار العلي، عامر إبراهيم قنديلجي، غسان العمري. عمان : دار المسيرة. ص٢٦.
- (٣٨) حجازي، هيثم علي(2005). إدارة المعرفة : مدخل نظري. عمان: الأهلية. ص٥٠.
- ³⁹ (Tobin, Jim. 4 Winning Strategies for Social Media Optimization . 2010/ 10/ 22- 21/ 7 /2107 Available at: <http://mashable.com/2010/10/22/social-mediaoptimization/Bh2fYm3GUZqX>.
- ⁴⁰ (Social networking.” ALA glossary of library and information science , Edited by Michael Levine-Clark and Toni M. Carter, 4th ed., ALA editions, an imprint of the American Library Association, 2013, p. 236.
- ⁴¹ (Reitz, Joan. ODLIS: Online Dictionary for Library and Information Science Available at: ABC-CLIO, Available at: http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_A.aspx

- ⁴² (Reitz, Joan. ODLIS: Online Dictionary for Library and Information Science **Available at:** http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_a.aspx
- ⁴³ (Cachia, Romina (2008). Social Computing: Study on the Use and Impact of Online Social Networking; JRC scientific and technical reports. **Available at:** <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/111111111/6952/1/jrc48650.pdf>
- (٤٤) أماني جمال مجاهد(2010) . استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة. مصدر سابق
- 45) . الشبكات الاجتماعية..خطر أم (2012)الصاعدي، سلطان مسفر بن مبارك(فرصة؟! شبكة الألوكة . متاح على الرابط:
http://www.alukah.net/publications_competitions/0/40402/
- ⁴⁶ (<http://www.statista.com/statistics/274050/quarterly-numbers-of-linkedin-members>