

المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات

لسان حال الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات
دورية علمية محكمة تصدر أربع مرات سنوياً

المجلد الثالث العدد الرابع أكتوبر - ديسمبر ٢٠١٦

رئيس التحرير

أ.د. شعبان محمد العزيز خليفة

نائب رئيس التحرير

أ.د. حسناء محمود محبوب

حقوق النشر ©

حقوق الطبع والنشر محفوظة للجمعية

ISSN 2356 - 8003

رقم الإيداع : 2014/18784

المجلة مكشفة في قواعد البيانات التالية:

قاعدة بيانات المنهل

[Http://www.almanhal.com/index.aspx](http://www.almanhal.com/index.aspx)

وقاعدة بيانات دار المنظومة

[Http://www.mandumah.com/databases](http://www.mandumah.com/databases)

لا يجوز استنساخ أى جزء من أى عدد من أعداد

المجلة بأى طريقة كانت إلا بعد الحصول على تصريح

كتابى من الجمعية

مراسلات التحرير

١ شارع محمد جلال ، تقاطع المساكن مع شارع العشرين

فيصل - الجيزة

ت / فاكس ٠٢٣٧٢٣٩٧٩٨

محمول : ٠١٢٢٢٤٤٧٧٧٨

بريد إلكترونى hmmahgoub@yahoo.com

سعر بيع النسخة

داخل مصر : ٦٠ جنيه للعدد

خارج مصر : ٦٠ دولارا أمريكيا بخلاف تكاليف الارسال

الاشتراكات

داخل مصر : ٢٠٠ جنيه سنويا

خارج مصر : ٢٠٠ دولار أمريكي بخلاف تكاليف الارسال

لأعضاء الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات أسعار
خاصة بالمقر الرئيسى للجمعية

هيئة التحكيم

مصر

أ.د. أسامة السيد محمود	أ.د. أمنية مصطفى صادق
أ.د. ثناء موسى فرحات	أ.د. شريف كامل شاهين
أ.د. عايدة إبراهيم نصير	أ.د. فايقه محمد حسن
أ.د. محمد فتحى عبد الهادى	أ.د. يسرية عبد الحليم زايد

الوطن العربى

(الأردن)	أ.د. ربحى عليان	(العراق)	أ.د. جاسم محمد جرجيس
(تونس)	أ.د. عبد المجيد بوعزة	(ليبيا)	أ.د. عبد الله الشريف
(السودان)	أ.د. قاسم نور عثمان	(سوريا)	د عيسى عيسى العسافين
(المغرب)	أ.د. نزهة بوخياط	(الجزائر)	أ.د. ناجية قموح
(عمان)	أ.د. نعيمة حسن زروق	(السعودية)	أ.د. هشام عبد الله عباس

الدول الأجنبية

D.Mohammed M. Aman	University of Wisconsin-Milwaukee
D. Johannes Britz	University of Pretoria
D. Hope A. Olson	University of Wisconsin-Madison
D. Richard Smiraglia	Information Organization Research Group
D. Dietmar Wolfram	University of Western Ontario
D. Ris Xie	Rutgers University
D. Jin Zhang	University of Pittsburgh

هيئة التحرير

أ.د شعبان عبد العزيز خليفة رئيس التحرير
أ.د حسناء محمود محبوب نائب رئيس التحرير

المشرفون على أبواب المجلة

أ.د حسناء محمود محبوب باب الأبحاث والدراسات
أ.د أماني جمال مجاهد باب العروض
أ.د منى فاروق باب صناعة النشر
أ.د محمد السيد النجار باب الأخبار والتحقيقات

المنسق الفني

أ. تامر سعيد ابراهيم

المحاسب المالي

أ. حمدي مكي

البيع والاشتراكات

أ. عبد الناصر احمد

المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات

المجلد الثالث العدد الرابع أكتوبر - ديسمبر ٢٠١٦

قائمة المحتويات

٧	رئيس التحرير	الافتتاحية
	إشرافه أ.د. حسناء محبوب	الدراسات والبحوث
١١	مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات: دراسة ميدانية لاتجاهات الباحثين العرب د. محمود شريف زكريا	
٥٥	التجارة الإلكترونية في العالم العربي: دراسة حالة على موقع سوق.كوم مع رؤية مقترحة لتنمية التسويق الإلكتروني لأوعية المعلومات د. حسام الدين محمد رفعت أبوسريع	
٩٧	جودة خدمات المعلومات في مكتبات جامعة أم القرى: دراسة تقييمية باستخدام مقياس (LibQual) د/خالد بن سليمان معنوق	
١٣٨	التشتت النوعي لمحرركات البحث ومدى الوعي بها والإفادة منها د. عزة فاروق جوهرى	
١٦٦	أخلاقيات مهنة المكتبات والمعلومات: برنامج تدريبي مقترح لرؤية طلاب قسم المكتبات والمعلومات في ضوء ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم) د. محمد فتحي محمود الجلاب	
١٩٦	التخزين السحابي للبيانات وأمن المعلومات " دراسة تقييمية" د/ ممدوح علي محمود	
	إشرافه د. منى فاروق	صناعة النشر
٢٢١	الممارسات المستخدمة في ترويج الكتب : دراسة مسحية لدور النشر المصرية د. رؤوف عبد الحفيظ هلال	
	إشرافه د. أماني مجاهد	معرض وقراءات متخصصة
٢٦١	زينب بن الطيب . تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية: بين الواقع والتطلعات د. زينب الطيب	
٢٧٩	سليمان فياض . الدليل اللغوى العام : معجم شامل فى الأدوات والتراكيب والمهارات الكتابية أ.د. خالد فهمى	

٢٩١	أحمد الشمري . ما هو iBeacon ؟ د. إيمان محمد محمود
أخبار وتحقيقات وتقارير اشراق د. محمد النجار	
٣٠١	أخبار المكتبات من واقع المواقع الإلكترونية الإخبارية
٣٠٦	أخبار المعارض والمؤتمرات
٣١٣	أخبار سريعة
٣١٨	أخبار تقنية
٣٢٣	قواعد النشر بالمجلة
القسم الأجنبي	
٥	الأرشفات وتكنولوجيا المعلومات : الذاكرة الرقمية د. أمنية عامر
٧	ملخصات الدراسات والمقالات البحثية

الافتتاحية

بقلم رئيس التحرير

ثلاثون عاماً على تأسيس الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات

تمر هذا العام (٢٠١٦) ثلاثون عاماً على تأسيس الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات الذي يتخذ مقراً له في تونس العاصمة. وكنت احد اللاعبين الرئيسيين في تأسيسه ذلك انني مع منتصف سبعينيات القرن الفارط كنت قد خرجت من المحلية المصرية إلى آفاق الإقليمية العربية والدولية المكتبية وتمنيت أن يكون للعرب اتحاد إقليمي للمكتبات والمعلومات فالمكتبة العربية تستحق ذلك وأكثر.

ولم تكن مصر في ذلك الوقت مهياة لتبني ذلك الاتحاد على أرضها حيث كانت هناك المقاطعة العربية الكبرى لمصر وذلك بعد أن قام الرئيس محمد أنور السادات بمبادرته للصلح مع إسرائيل في نهاية سبعينيات القرن العشرين.

مع بداية ثمانينيات القرن الماضي التقيت بالأستاذ الدكتور عبد الجليل التميمي وكان ساعتها مديراً للمعهد الأعلى للتوثيق وصاحب مؤسسة التميمي للدراسات العثمانية والمورسكية وأحسست بأن الرجل صاحب رسالة نبيلة وهي ربط المغرب العربي الكبير بالمشرق العربي؛ واقترحت عليه تبني فكرة تأسيس الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات ولم يتردد الرجل في قبول الفكرة والعمل من اجلها .

وكان المعهد الأعلى للتوثيق ينظم مؤتمره السنوي في مدينة القيروان في فبراير ١٩٨٦ وطرحته فكرة تأسيس الاتحاد وكان وزير الثقافة التونسي قد افتتح المؤتمر واختتمه وزير التعليم العالي. وقد بدأ الصراع على تأسيس الاتحاد واحتضانه تونسياً/ تونسياً حيث رغب المهنيون (امناء المكتبات) في إقامة الاتحاد في حوزتهم، ورغب الاكاديميون في تبني الاتحاد، وكان المهنيون بقيادة عبد الباقي الدالي والاكاديميون بقيادة عبد الجليل التميمي وطال الصراع ليلة بطولها ولم يحسم الصراع إلا مع الفجر حيث أعلن عن قيام الاتحاد في أحضان الاكاديميين.

كان النشاط الأساسي للاتحاد وطيلة عقد من الزمان هو الندوة السنوية التي تعقد في تونس وكان عدد الحضور يتناقص سنة بعد أخرى حتى تقلص عددهم في ندوة ١٩٩٥م إلى ستة وثلاثين شخصاً منهم عشرون من تونس وسنة عشر من سائر الدول العربية. وكنا قد تعلمنا من المؤتمرات الدولية فلسفة

"المنافع الخاصة" ومن هنا همست في أذن الدكتور التميمي بضرورة إخراج ندوة الاتحاد السنوية من تونس إلى الدول العربية الأخرى وفعلاً عقدت ندوة ١٩٩٦ في عمان بالأردن وارتفع العدد إلى مائة وخمسة مشاركين؛ واستضافت مصر الندوة ١٩٩٧ حيث ارتفع العدد إلى أربعمئة مشارك وانطلق الاتحاد يعقد "مؤتمره السنوي" في دولة عربية مختلفة في كل مرة؛ واجتاز الاتحاد فترة الاختبار وغدا يحقق ازدهاراً ونجاحاً حولاً بعد حول. ومع إطلالة القرن الحادي والعشرين رأى العرب تدوير رئاسة الاتحاد بين الدول العربية بعد احتكار التونسي لها خمسة عشر عاماً؛ وغدا الصراع على الرئاسة عربياً/تونسياً حيث أصر الجانب التونسي على بقائها في حوزته ورأى العرب تدويرها على نحو ما يحدث في الاتحادات الدولية والإقليمية. وبعد صراع مرير وتهديد بنقل الاتحاد كلية من تونس رضخ الجانب التونسي لشروطهم وكانت السيدة الدكتورة مبروكة عمر محيريق الليبية ثم الدكتور سعد الزهري من السعودية؛ وتعتبر فترة الاستاذ الدكتور حسن عواد السريحي (٦ سنوات) الميلاد الثاني للاتحاد حيث توسعت نشاطات الاتحاد ولم تعد تقتصر على المؤتمر بل تخطت إلى علاقات دولية ودورات تدريبية وورش عمل ومطبوعات عديدة ومعايير فنية ودورية علمية ذات مستوى عال.

وقد قاد الدكتور خالد إمام الحلبي - الرئيس الحالي- الاتحاد في فترة من أصعب الفترات، فترة ثورات الربيع العربي، فترة الحروب الأهلية في تونس وليبيا ومصر وسوريا والعراق واليمن، فترة الانقلابات السياسية والتحولات الاجتماعية والانهيئات الاقتصادية والمؤامرات الدولية التي تحاك حول العالم العربي من كل حذب وصوب.

تحية خاصة للدكتور عبد الجليل التميمي والدكتور حسن السريحي والدكتور خالد الحلبي وهم جميعاً علامات مضيئة في طريق الاتحاد وعلامات فارقة في تاريخ الاتحاد.

رئيس التحرير

أ.د. شعبان عبد العزيز خليفة

**الرئيس الفخري للاتحاد العربي للمكتبات
والمعلومات (أفلي)**

دراسات وبحوث

إشراف

أ.د. حسناء محمود محبوب

يهدف هذا الباب إلى نشر الدراسات والبحوث العلمية الأصيلة والأعمال الميدانية المنهجية في جميع مجالات علوم المكتبات والمعلومات والأرشيف والوثائق والعلوم البينية وذات الصلة مثل علوم الحاسب والإنترنت والشبكات وعلم نفس القراءة والنشر التقليدي والإلكتروني، كما يهدف هذا الباب أيضا نشر أبحاث طلاب الماجستير والدكتوراه في مجال المكتبات والمعلومات والتي تكون من متطلبات حصولهم على الدرجات العلمية .

مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات: دراسة ميدانية لاتجاهات الباحثين العرب

إعداد

د. محمود شريف زكريا

مدرس بقسم المكتبات والمعلومات

الآداب، جامعة عين شمس، مصر

mahmoud_zakaria@art.asu.edu.eg

مستخلص:

تبحث الدراسة في اتجاهات عينة من الباحثين العرب في مجال المكتبات والمعلومات نحو مصادر استقائهم الأفكار العلمية الإبداعية، كمرحلة أولية في مشروع البحث العلمي، بحيث تم التحقق من مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية التي يقصدها هؤلاء الباحثون، وما تعلق بدوافعهم نحو ابتكار الأفكار الإبداعية الجديدة، فضلاً عن المعوقات أو التحديات التي يلقونها إزاء ذلك. وعليه، تم الاعتماد على المنهج الميداني، استناداً إلى استبانة، وُزعت إلكترونياً على مجتمع الدراسة، بحيث بلغ عدد الاستجابات المسترجعة نحو ٢٢٠ استبانة، تم تحليلها إحصائياً باستخدام برنامج الـ SPSS. وقد أسفر التحليل عن جملة من النتائج؛ لعل من أهمها: أن أبرز مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية التي أبدى أفراد العينة اتجاههم نحوها تمثل في كل من: "القراءة في مجال التخصص" (٧٢.٢%)، و"البحث في الإنتاج الفكري" (٥٤.٥%)، و"حضور اللقاءات العلمية" (٥١.٨%)، بينما تركز أبرز دوافع البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية في كل من: "الإضافة الجديدة إلى المعرفة الإنسانية" (٨٢.٧%)، و"مواكبة الاتجاهات الحديثة" (٨٠.٩%)؛ و"الإيمان بقيمة الفكرة الجديدة" (٧٦.٤%)، وفيما يتعلق بمعوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية، فكان أهمها: "ضغط العمل" (٦٤.٥%) و"عدم توافر الدعم المناسب" (٦٠.٥%)، و"عدم اكتراث المجتمع بأهمية الفكرة الإبداعية" (٥٣.٢%)، وغيرها. وفي النهاية تقدم الدراسة للباحث العلمي في مجال المكتبات والمعلومات مجموعة من التوصيات والإرشادات التي تعينه بالضرورة على استقاء الفكرة العلمية الإبداعية الجديدة في مجال اهتمامه، بحيث يقدم إنتاجاً علمياً جديداً غير مسبوق.

الكلمات المفتاحية:

الأفكار العلمية الإبداعية؛ التفكير الإبداعي؛ علم المعلومات؛ البحث العلمي؛ الكتابة الأكاديمية.

١. مقدمة:

يشكل الإبداع، بوجه عام، سلوكاً جديراً بالإعجاب والاعتبار، داعياً بنفسه إلى جذب أنظار الناظرين، وطلب احترامهم للشخص صاحب الفكرة العلمية الإبداعية الجديدة. ولكن ليس من شرط أن تكون الفكرة الإبداعية خارقة للعادة، ولا أن تنصرف بدورها إلى مناقشة مبحث تطبيقي دقيق أو ضيق جداً، ولا حتى أن تكون متعلقة بأحد المباحث التقنية، كما يتصور البعض، وإنما الفكرة الإبداعية بمعناها الشامل هي تلك التي يتبنّاها الباحث العلمي بنفسه، ويؤمن بها، ويتعهد بها بالرعاية والسقيا، كما النبتة يرعاها الفلاح، طالما أنها ترمي إلى حل مشكلة معينة أو تفسير ظاهرة ما، لم يسبق أن تم بحثها من قبل، وتتسم بالجدة والأصالة والابتكار. ولا ريب أن هذا المعنى الذي قصده الباحث من الفكرة الإبداعية أنها تتسحب على كافة المجالات أو المباحث العلمية، وأنها ليست حكراً بالضرورة على مبحثٍ تخصصيٍّ محددٍ دون آخر. وعموماً، فإن الإيمان بالفكرة الجديدة- وإن كانت بسيطة- يمكنه أن يحمل الباحث على أن يكون مبدعاً حقاً، وأن يرسم مستقبله العلمي في مجال اهتمامه.

أما بالنسبة للدراسة الحالية، فإنها ترصد أولى المراحل التي يمر بها مشروع البحث العلمي- والذي قد يكون أطروحة جامعية أو ورقة بحثية أو تقريراً أو غير ذلك من مخرجات البحث العلمي-

إذ تتمثل في اختيار فكرة البحث الأساسية Basic Research Idea

أو ظاهرة الدراسة Statement of the Study، والتي ينطلق منها أحد الباحثين، سالًا بعد ذلك سبيله نحو استقصائها ومعالجتها، وصولًا إلى حل للمشكلة التي عمل عليها منذ البداية. ذلك أن هذه المرحلة تكاد تشكل بعدًا جوهريًا مهمًا في بناء الباحث العلمي وتكوينه منهجيًا. ومن منطلق أهمية تلك المرحلة على هذا النحو، وقعت فكرة الدراسة الحالية، وأخذت حيزًا كبيرًا من اهتمام الباحث، فعمل على دراستها والكشف عنها.

إنه يمكن القول أن فكرة الدراسة الحالية تقوم على تناول أول خطوة يطرقها أي باحث علمي، يشرع في اتخاذ فكرة بحثية جديدة ليدرسها، إذ تتمثل هذه الخطوة تحديدًا في ظاهرة الدراسة، وكيفية اختيار الفكرة العلمية الإبداعية، والمصادر المساعدة للباحث العلمي في مجال المكتبات والمعلومات على النقاط الفكرة الجيدة، وما تعلق بذلك أيضًا من دوافع وتحديات أو معوقات.

٢. مشكلة الدراسة:

تنطلق مشكلة هذه الدراسة من الأبعاد الثلاثة الآتية:

■ **البعد الأول: ما يتعلق بواقع البحث العلمي العربي في مجال المكتبات والمعلومات؛** حيث تشهد ساحة البحث العلمي في هذا التخصص كثيرًا من الظواهر التي يأتي على رأسها: ظاهرة التكرار، وظاهرة الانتحال، فضلًا عن ظاهرتي التنافر المعرفي والتعرض الانتقائي، حيث يُقبل بعض الباحثين على دراسة موضوعات بعينها، بينما ينفر آخرون من التعرض لدراسة موضوعات أخرى؛ لاعتبارات متباينة، ناقشها أمجد حجازي في دراسة ضافية له^(١). إن مثل تلك الظواهر وغيرها يرتبط أساسًا بأول مرحلة في مشروع البحث العلمي، وهي مرحلة اختيار مشكلة الدراسة وتعيينها بدقة، والدوافع أو العوامل المؤثرة التي تحكم ذلك الاختيار ابتداءً.

■ **البعد الثاني: ما يتصل بالباحث العلمي العربي في مجال المكتبات والمعلومات؛** إذ يبدو بعض الباحثين مشتتًا ذهنيًا، يخبطُ خبط عشواء، ولا يعرف بغيته ووجهته الصحيحة، فتجده يطلب دائمًا من زملائه أو أساتذته أن يمنحونه فكرة يدرسها!!، ولسان حاله يقول متسائلًا مستنكرًا: ماذا ترك الأول للآخر؟، وأنه لا توجد أفكار علمية جديرة بالبحث والدراسة، حتى ينتهي به الأمر إلى تكرار فكرة مسبوقة، ولكن في عباءة أو قالب جديد، وهذا لا ريب سلوكٌ مثيرٌ للدهشة والإنكار. إن هناك فريقًا من الباحثين يلجأ إلى استشارة القوائم الببليوجرافية أو تصفح عناوين الأطروحات الجامعية ... إلخ، بهدف استقاء فكرة يدرسها، غير أنه قد لا يخرج إلا بفكرة قديمة، يحاول تناولها، مع اختلاف بيئة التطبيق على المستوى الجغرافي في بعض الأحيان. وقد لا يملك أحدهم الأدوات المنهجية اللازمة، ولا يحسن استخدامها بصورة جيدة، وربما ارتبط هذا التخبط كله بالمرحلة الأولى من حياة كل باحث، أو كان سمة ملازمة للبعض طيلة حياته، بيد أن ذلك السلوك يؤثر بالطبع على نجاح الباحث العلمي في اختيار مشكلة دراسته الجديدة من أوجه عدة.

■ **البعد الثالث: ما يتعلق بالاتجاهات الحديثة والدراسات البينية في مجال المكتبات والمعلومات؛** حيث يطرأ على هذا التخصص المزيد من الاتجاهات الحديثة، بفضل تقنيات المعلومات وتطورها المستمر، ما يحمل على ضرورة اتخاذها محلًا للمناقشات والدراسات العلمية التطبيقية من جانب الباحثين. هذا فضلًا عن أن التخصصات البينية تعتبر مجالًا حريًا بالنظر والدرس، بحيث يكون لدينا باحث علمي، يملك القدرة على التقاط أفكار بحثية مترابطة بين أكثر من مجال تخصصي واحد، بحيث تستبين لديه درجة العلاقة بين تخصصه والتخصصات الأخرى ذات الصلة، والتي

^١ أمجد جمال حجازي. (قيد النشر، ٢٠١٦). التنظير بالنقل في مجال المكتبات والمعلومات: دراسة تطبيقية للاتجاهات الموضوعية لبحوث المكتبات والمعلومات العربية في ضوء نظريتي التنافر المعرفي والتعرض الانتقائي للمعلومات. /الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، ٢٢ (٤٨).

من شأنها أن تحدث تلاقحًا فكريًا بين المجالات العلمية بعضها البعض، وربما نتج عن هذا التلاقح نفسه ظهور فرع جديد من فروع العلم والمعرفة الإنسانية.

٣. تساؤلات الدراسة:

١. ما أبرز مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات عينة الدراسة من الباحثين العرب نحو استشارة تلك المصادر عند مستوى معنوية $(\alpha = 0.05)$ ؟
٢. ماذا عن دوافع الباحثين العرب عينة الدراسة نحو البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تلك الدوافع عند مستوى معنوية $(\alpha = 0.05)$ ؟
٣. ما المعوقات التي تواجه عينة الدراسة من الباحثين العرب حال استقائهم الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تلك المعوقات عند مستوى معنوية $(\alpha = 0.05)$ ؟

٤. أهداف الدراسة:

إن الدراسة الحالية لم تخصص لتناقش أو ترصد الأخطاء الشائعة عند فريق من الباحثين حال اختيارهم الأفكار العلمية، ولا حتى كيفية صياغتها، كما ألمحت إليه بعض كتب مناهج البحث في هذا السياق، وهي كثيرة مشهورة، وإنما تسعى إلى ما هو أبعد من هذا؛ حيث تتجه الدراسة نحو التحقق من الأهداف الآتية:

١. التعريف بأبرز مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية التي يقصدها الباحثون العرب في مجال المكتبات والمعلومات.
٢. التعرف على اتجاهات الباحثين العرب نحو مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات.
٣. تحديد دوافع الباحثين العرب وراء البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات.
٤. الكشف عن التحديات التي يواجهها الباحثون العرب حال استقائهم الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات.
٥. تقديم أداة إرشادية تساعد الباحثين في التعرف على مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في المستقبل.

٥. أهمية الدراسة:

- تتبع أهمية الدراسة الحالية من واقع ما تطرحه النقاط الآتية:
- **أهمية اختيار الفكرة العلمية الإبداعية:** إن مسألة اختيار الفكرة العلمية الجيدة تعد واحدة من أهم المسائل التي تشكل عائقًا أمام كثير من الباحثين، حيث تتضارب اتجاهاتهم نحو اختيار الفكرة الصالحة للدراسة، ويتمثل وجه أهمية خطوة الاختيار تلك فيما يترتب عليه الاختيار نفسه في المستقبل بالنسبة إلى كل باحث علمي وبنائه منهجيًا منذ البداية.
 - **مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية:** إنه يجب على الباحث العلمي التعرف على المصادر التي يمكنه استشارتها من أجل استقاء الفكرة العلمية الإبداعية الجديدة غير المسبوقة، وبالتالي يتفادى الوقوع في مزلة الاختيار السلبي للفكرة التي ربما كانت تكرارًا لأخرى سابقة عليها وإن

اختلفت بيئة التطبيق، أو كانت الفكرة نفسها مسروقة أو مُنتحلة plagiarized عمدًا من دراسة أخرى قيد البحث أو منشورة بالفعل، وما يترتب عليه ذلك الانتهاك من تعرض للملاحقة القانونية، أو حتى كانت الفكرة المختارة لا تشكل أهمية تذكر بالنسبة للواقع العملي، ولا تقدم حلاً حقيقياً لإشكالية ما مطروحة في المجتمع، ما يعني أنها لو لم تدرس أصلاً لما تأثر المجتمع بشيء.

■ **الوقوف على معوقات اختيار الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات:** وذلك من وجهة نظر أفراد المجتمع، بحيث تكشف الدراسة عن تلك التحديات من جهة، فضلاً عن إمكانية طرح بعض التوصيات المفيدة التي تساعد الباحث العلمي على تجنب مثل تلك المعوقات والتغلب عليها، وذلك باستخدام تقنيات التفكير الإبداعي وأساليبه على سبيل المثال.

٦. مصطلحات الدراسة:

١/٦ الاتجاه:

يعرف الاتجاه عند علماء النفس الاجتماعي على أن له مكونات ثلاثة هي: المكون المعرفي؛ والذي "يشتمل على معتقدات الفرد وأفكاره أو تصورات ومعلوماته عن موضوع الاتجاه"؛ والمكون الوجداني؛ والذي "يشير إلى مشاعر الفرد وانفعالاته بالحب أو الكراهية نحو موضوع الاتجاه"؛ والمكون السلوكي؛ وهو "استعداد الفرد للقيام بأفعال واستجابات معينة تتفق مع اتجاهه" (١). ولعل أقرب مكون يعبر عن مفهوم الاتجاه بدقة هو المكون السلوكي، لأنه يتصف - من وجهة نظر الباحث - بالعملية والواقعية، حيث يعكس سلوك الفرد على وجه اليقين، ويُستدل من خلاله على اتجاه صاحبه نحو غرض أو مقصد معين، وهو في هذه الدراسة يتمثل في مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية.

٢/٦ الأفكار العلمية الإبداعية:

يعرف جون هوكنز Hawkins مصطلح الإبداع ببساطة بأنه يعني "امتلاك فكرة جديدة"، مؤكداً أن هناك أربعة معايير للفكرة الجديدة؛ هي أن تكون: شخصية، وأصيلة، وذات معنى، ونافعة (٢). وهو بذلك يشير إلى أن الفكرة العلمية الجديدة يجب أن تكون نابعة من الشخص نفسه، بحيث يضيف عليها ذلك سمة الأصالة، وأن تكون ذات معنى، إلا أنه اشترط مؤخراً أن تحظى بعائد تجاري حال تنفيذها على أرض الواقع، بحيث تكون نافعة ذات أثر. ويُقصد بالفكرة العلمية الإبداعية - بصورة إجرائية هنا - تلك الفكرة التي تقع لأحد الباحثين، حينما يُعمل عقله وبصره في الظواهر المتعلقة بمجال اهتمامه البحثي، شريطة أن تكون تلك الفكرة جديدة غير مسبقة، وبحيث تمثل، بعد معالجتها، إضافة أخرى إلى المعرفة الإنسانية في مجال اهتمامه. ومن أجل أن يلتقط الباحث العلمي فكرة إبداعية جديدة بالاعتبار، فإنه يلزمه التردد - بصورة مقصودة أو غير مقصودة في بعض الأحيان - على مجموعة متنوعة من المصادر التي تساعد على اختيار الفكرة الجيدة؛ ومن أمثلة هذه المصادر، دون حصر: الملاحظة، والبحث في الإنتاج الفكري، وتوصية العلماء، واقتراح القسم العلمي، والمصادفة وغيرها.

٣/٦ التفكير الإبداعي:

رغم كثرة التعريفات العلمية التي زخر بها الإنتاج الفكري حول هذا المصطلح، بيد أنه يمكن الإشارة إلى تعريف كل من محمد خضر وإنجي صلاح للتفكير الإبداعي بأنه: "الأسلوب الذي يستخدمه الفرد

^١ عبد اللطيف محمد خليفة. (٢٠٠٠). سيكولوجية الاتجاهات: المفهوم، القياس، التغيير. القاهرة، دار غريب. ص ٢٤.
^٢ هوكنز، جون. (٢٠٠٧). لجنة مايور للصناعات الإبداعية. في كتاب: هارتلي، جون. (٢٠٠٧). الصناعات الإبداعية: كيف تُنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة؛ ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. سلسلة عالم المعرفة؛ ٣٣٨ - الجزء الأول. ص ١٥٨.

في إنتاج أكبر عدد ممكن من الأفكار حول المشكلة التي يتعرض لها (الطلاقة الفكرية)، وتتصف هذه الأفكار بالتنوع والاختلاف (المرونة)، وعدم التكرار أو الشيوع (الأصالة)^(١).

٧. حدود الدراسة:

١/٧ الحدود الموضوعية:

تتناول الدراسة أحد الموضوعات البحثية المرتبطة بواقع البحث العلمي في مجال المكتبات والمعلومات، حيث تسلط الضوء على المرحلة الأولى في مشروع البحث العلمي في هذا التخصص؛ ألا وهي: مرحلة اختيار الفكرة العلمية ذاتها، من حيث كيفية اختيارها والمصادر التي يلجأ إليها الباحثون العرب إزاء ذلك، ودوافع الاختيار الجيد للفكرة العلمية وتحدياته أو معوقاته.

٢/٧ الحدود الزمنية:

أجريت هذه الدراسة، في جانبها الميداني، اعتمادًا على أدواتها الرئيسية: "الاستبانة"، في المدة من ٢١ أبريل ٢٠١٥ حتى ٣١ يوليو ٢٠١٥، بحيث وُزعت "الاستبانة" على مجتمع الدراسة، ومن ثم تلقى الباحث الاستجابات المسترجعة، ثم شرع في تحليلها إحصائيًا في مرحلة تالية.

٣/٧ الحدود المكانية:

تم إجراء هذه الدراسة في البيئة العربية، حيث قصدت عينه من الباحثين العرب في مجال المكتبات والمعلومات، سواءً أكانوا من أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات العربية، أم كانوا من أمناء المكتبات واختصاصي المعلومات المهنيين، ممن لهم أبحاث علمية منشورة بالفعل أو حتى قيد النشر أو البحث، بصرف النظر عن نوع الوعاء الذي نشرت به المادة العلمية؛ إذ أن مدار البحث- كما تبين من قبل- على الفكرة العلمية ذاتها، دون القالب الذي صُبت فيه.

٨ منهج الدراسة وأدواتها:

١/٨ منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة بشكل أساسي على المنهج الميداني، إذ أنه أنسب المناهج البحثية تماشيًا مع طبيعة الدراسة التي اقتضت الكشف عن اتجاهات عينه من الباحثين العرب في مجال المكتبات والمعلومات نحو مصادر استقائهم الأفكار العلمية الإبداعية، والدوافع وكذا المعوقات المتعلقة بذلك؛ سواءً في مرحلة الدراسات العليا أو دراسات ما بعد الدكتوراه.

٢/٨ مجتمع الدراسة:

يمثل الباحثون الأكاديميون وأعضاء هيئة التدريس المنتسبون إلى أقسام المكتبات والمعلومات العربية وكذا أخصائيو المكتبات والمعلومات- الذين ينشرون أبحاثًا علمية- مجتمع الدراسة الحالية. وحيث إن الباحث لم يقف على قائمة إحصائية تحصر هؤلاء جميعًا بصورة معينة، فإنه لم يستطع تحديد حجم المجتمع الأصلي للدراسة على نحو دقيق، ومن ثم رأى أن توزع أداة الدراسة (الاستبانة) على هذا المجتمع، بطريقة عشوائية، منتظرًا ما يرد إليه من استجابات.

^١ محمد خضر عبد المختار وإنجي صلاح عدوي. (٢٠١١). التفكير /النمطي والإبداعي. القاهرة: مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، كلية الهندسة، جامعة القاهرة. ص ١٠.

٣/٨ أداة الدراسة:

للقوف على اتجاهات عينة الدراسة نحو مصادر استقائهم الأفكار العلمية الإبداعية ودوافعهم والتحديات المرتبطة بذلك، اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المادة العلمية، فضلاً عن اعتماده على ما توافر بين يديه من إنتاج فكري ذي صلة بموضوع الدراسة من قريب أو بعيد. وقد تكونت الاستبانة من ٤ فقرات و ٣٥ عبارة (متغيراً)؛ بيانها على النحو التالي:

- **الفقرة الأولى:** السمات الديموجرافية: (وشملت: النوع، العمر، المؤهل الدراسي، الوظيفة، الخبرة البحثية بالسنوات، الجنسية).
- **الفقرة الثانية:** مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية (١٤ عبارة)، تم قياسها باستخدام مقياس ليكرت الخماسي Likert Scale على هذا النحو: (موافق بشدة- موافق- محايد- غير موافق- غير موافق بشدة).
- **الفقرة الثالثة:** دوافع البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية (١٠ عبارات)؛ بطريقة الاختيار من متعدد.
- **الفقرة الرابعة:** معوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية (١١ عبارة)؛ بطريقة الاختيار من متعدد.

وتم التواصل مع مجتمع الدراسة عن طريق إتاحة الاستبانة عبر تطبيق وثائق جوجل Google Docs^(١)، ثم إتاحتها من خلال الشبكة الاجتماعية الفيس بوك، فضلاً عن التواصل مع بعض الزملاء عن طريق البريد الإلكتروني. وقد بلغ عدد الاستبانات المسترجعة نحو ٢٢٠ استبانة، شرع الباحث في تحليلها إحصائياً، متوسلاً ببرنامج SPSS.

وفيما يتعلق بثبات أداة الدراسة واتساقها الداخلي؛ قام الباحث بحساب معادلة الثبات بطريقة ألفا كرونباخ Cronbach's alpha، حيث بلغت قيمته ٠.٧٣٢، وهي قيمة مقبولة، وفقاً لما أوصى به كلٌّ من كرونباخ Cronbach^(٢) ونونالي Nunnally^(٣) بالنسبة للبحوث الاستطلاعية؛ حيث أن القيمة المقبولة يجب ألا تقل عن ٧٠%، بينما رأى آخرون^(٤، ٥) أن النسبة المقبولة لمعامل ألفا كرونباخ هي ٦٠%. وعموماً، يقدم الجدول (١) توزيعاً مفصلاً لمعامل ثبات الفقرات الأساسية للاستبانة وفقاً لمعادلة ألفا كرونباخ.

جدول (١) معامل الثبات والصدق لفقرات الاستبانة

م	الفقرة	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق ^(*)
١	مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية	١٤	0.738	0.860
٢	دوافع البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية	١٠	0.436	0.660
٣	معوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية	١١	0.605	0.778
	٣	٣٥	0.732	0.856

^(*) تم حساب معامل الصدق عن طريق جذر معامل الثبات.

^١ عبر الرابطة التالية:

<https://docs.google.com/forms/d/1TleZiNBzumZVTkfH2QGNezWW1jCfqJwbpm90OVJjAvs/viewform>

^٢ Cronbach, L. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper & Row Publishers, Inc.

^٣ Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd, ed.). New York: McGraw-Hill.

^٤ Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business*. New York: John Wiley & sons, Inc.

^٥ Amir, D., & Sonderpandian, J. (2002). *Complete Business Statistics*. New York: McGraw-Hill.

وفيما يتعلق بصدق أداة الدراسة؛ استند الباحث إلى "صدق المحكمين"، كأسلوب لتقدير صدق أداة الدراسة، إذ تم طرح الاستبانة على عددٍ من المحكمين المتخصصين في مجال المكتبات والمعلومات وأحد المتخصصين في مجال علم نفس الإبداع، حيث أبدوا جميعاً ملاحظاتهم عليه، حذفاً أو إضافةً أو ربما تعليقاً على إحدى الفقرات أو النقاط المطروحة بالاستبانة، بحيث أُجريت التعديلات اللازمة في مواضعها، حتى اطمئن الباحث أخيراً إلى سلامة أداة الدراسة للغرض الذي وضعت من أجل قياسه، حسبما أفاد المحكمون. كما تم حساب معامل الصدق عن طريق جذر معامل الثبات؛ حيث بلغت قيمته: 0.856، وفقاً لما هو ثابت بالجدول المشار إليه أعلاه.

٤/٨ الاختبارات الإحصائية:

اعتماداً على البرنامج الإحصائي SPSS (الإصدار ٢٢)، أجرى الباحث بعض الاختبارات الإحصائية البارامترية مثل: إحصاء التكرارات والنسب المئوية وحساب المتوسط المرجح والانحراف المعياري، وحساب معادلة الثبات بطريقة ألفا كرونباخ، وبعض الاختبارات الإحصائية اللابارامترية؛ متمثلةً في اختبار مربع كاي χ^2 ، من أجل معرفة ما إذا كانت توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول استقائهم الأفكار العلمية الإبداعية؛ من حيث: مصادر الاستقاء والدوافع والمعوقات المتعلقة بذلك. وكل تلك الاختبارات تم إجراؤها عند مستوى دلالة معنوية ثابت هو: $(0.05 = \alpha)$.

٩ الدراسات السابقة وأدب الموضوع:

يرى الباحث، في هذا القسم من الدراسة، أنه يمكن استعراض الدراسات السابقة المتعلقة بمختلف مراحل مشروع البحث العلمي، بدءاً من اختيار الفكرة العلمية، وحتى مناقشة النتائج وطرح التوصيات المحتملة، أي بحسب كل مرحلة من مشروع البحث. فمن المعلوم أن بنية مخطوطة البحث التي يكتبها الباحث العلمي عادةً ما تنبني على مجموعة من الأقسام الحيوية، مثل: المقدمة، والمراجعة العلمية، ومنهجية الدراسة، ونتائج الدراسة ومناقشتها وتوصياتها، أو ربما استندت، اختصاراً، إلى المنهجية المعروفة بنموذج إيمراد IMRAD^(١)، والذي يعد من أكثر أساليب الكتابة العلمية استخداماً على الصعيد العالمي. وإن كان الباحث لا يستطيع الزعم أن أحد هذه الأقسام عموماً أكثر أهمية من الآخر، ولكنه كلٌّ متكاملٌ. بيد أن هناك عدداً من الدراسات السابقة التي تطرقت إلى مناقشة بعض تلك الأقسام، سيما منهجية الدراسة والمراجعات العلمية ونتائج الدراسة وتوصياتها.

ولكن قبل البدء في تناول الدراسات السابقة على النحو المقرر أعلاه، يحسن التركيز في المقام الأول على دراسة الباحثة ناريمان إسماعيل متولي^(٢) حول الإبداع في مجال المكتبات والمعلومات، حيث إنها أقرب الدراسات العلمية إلى دراسة الباحث الحالية من جهة معينة، إذ تعرضت الباحثة لظاهرة الإبداع العلمي في هذا التخصص، متمثلةً في إنتاجية أعضاء هيئة التدريس بأقسام المكتبات والمعلومات بالجامعات المصرية على وجه الخصوص، باستثناء أخصائيي المعلومات، معتمدةً في حصر إنتاجية عينة الدراسة على دليل الإنتاج الفكري العربي الذي يتوفر عليه أ.د. محمد فتحي عبد الهادي (حتى عام ٢٠٠٠). وقد عالجت دراستها، في جانبها التطبيقي، بعض القضايا المتعلقة بالسمات الإبداعية الخاصة بالإنتاج الفكري العربي المتخصص للأساتذة وبعض الأساتذة المساعدين من أعضاء هيئة التدريس حتى وقت إجراء

^١ IMRAD: Introduction, Methodology, Results And Discussion.

^٢ ناريمان إسماعيل متولي. (٢٠٠٨). الإبداع في علم المكتبات والمعلومات: دراسة نظرية وتطبيقية؛ تقديم محمد فتحي عبد الهادي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الدراسة، مستندة في تحليلها على ثلاثٍ من السمات الإبداعية؛ هي: (أ) أول من ...، (ب) تجاوز التخصص المهني، (ج) التأصيل والتتظير، وذلك وفقاً للاصطلاحات التي ذكرتها الباحثة.

وعلى أي حال، ففيما يتعلق بمرحلة اختيار منهج البحث المناسب لإجراء دراسة ما، تكاد كتب مناهج البحث العلمي لا تخلو، في بعض فصولها، من مناقشة هذه المرحلة وإبداء النصائح والإرشادات للباحث العلمي، حال قدومه على اختيار فكرة مشروع بحثه ورصد الأخطاء الشائعة التي قد يقع فيه الباحث المبتدئ في هذه المرحلة، بيد أنه لم تخصص دراسة علمية قائمة بذاتها تتطرق إلى دراسة هذه المرحلة من حيث هي، اللهم إلا دراسة الباحث محمد حمزاوي [٢٠١١] ^(١)، التي قدمها إلى الملتقى العلمي الأول حول: "تجويد الرسائل والأطروحات العلمية وتفعيل دورها في التنمية الشاملة والمستدامة" المنعقد في الرياض، المدة ١٠-١٢ أكتوبر ٢٠١١، حيث ضمنها شرخاً لشروط الصياغة الجيدة لمشكلة البحث، وأهم أساليب الاختيار، وما تعلق بذلك من مزايا وعيوب، مسلطاً الضوء على مجال الدراسات الأمنية والإدارية، بصفة خاصة. وعلى المستوى التطبيقي، كشفت دراسته عن اتجاهات عينة من الباحثين من حيث اختيارهم مشكلات البحث، وذلك من واقع تحليل عناوين رسائل الماجستير والدكتوراه المجازة من جامعة نايف للعلوم الأمنية بالرياض في المدة ١٩٩٠-٢٠١٠.

وفيما يتصل بمعالجة طبيعة مناهج البحث المستخدمة من جانب الباحثين في مجال المكتبات والمعلومات، هناك عددٌ من الدراسات العربية التي انصرف اهتمامها إلى مناقشة هذا القسم؛ كشفاً عن واقع المناهج البحثية التي يكثر الاعتماد عليها من جانب الباحثين. وربما تحسن الإشارة البيبلوجرافية فقط إلى بعض تلك الدراسات السابقة؛ مثل دراسة فايقة حسن [٢٠٠٣] ^(٢)، ودراسة محمود الجندي [٢٠١٢] ^(٣)، ودراسة كلٍ من هدى العمودي وعزة فاروق [٢٠٠٩] ^(٤)، حيث إنها دراسات لا تمت بصلة إلى الدراسة الحالية، اللهم إلا أنها تنصب على تحليل أحد الأقسام المتعلقة بمشروع الورقة البحثية في مجال المكتبات والمعلومات.

وفيما يتعلق بالدراسات التي ارتكز اهتمامها على قسم المراجعة العلمية للإنتاج الفكري أو ما يعرف بالدراسات السابقة، فثمة أطروحة دكتوراه للباحثة نجوى شكري [٢٠١٤] ^(٥)، تناولت في جانبها التطبيقي واقع هذا القسم، في سياق تحليل عينة من الأطروحات الجامعية في قطاع العلوم الاجتماعية (علم الاجتماع وعلم النفس وعلم المكتبات والمعلومات) ببعض الجامعات المصرية، فضلاً عن توسلها باستبانة، كأداة لجمع البيانات حول سلوكيات عينة من الباحثين نحو إعدادهم المراجعات العلمية.

وفيما يتصل بقسم النتائج والتوصيات، فنادرٌ هي تلك الدراسات التي عنيت بالكشف عن واقع الإفادة من نتائج الدراسات العلمية وتوصياتها، لا سيما في مجال المكتبات والمعلومات. بيد أن الباحث قد وقف على عدد من الدراسات السابقة في مجال العلوم الاجتماعية والتربوية؛ فثمة أطروحة ماجستير [١٩٩٨] في مجال الخدمة الاجتماعية ^(٦) ناقشت واقع الإفادة من الأطروحات الجامعية في هذا المجال،

١ محمد سيد حمزاوي. (٢٠١١). اختيار وصياغة مشكلات البحث في العلوم الإدارية والأمنية. الملتقى العلمي الأول: تجويد الرسائل والأطروحات العلمية وتفعيل دورها في التنمية الشاملة والمستدامة. الرياض: جامعة نايف للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا في المدة ١٠-١٢ أكتوبر ٢٠١١. ص ٢٦.

٢ فايقة محمد حسن. (٢٠٠٣). أطروحات علم المكتبات والمعلومات المجازة من أقسام المكتبات والمعلومات بمصر: دراسة تحليلية لاتجاهات الموضوعية والمناهج المستخدمة. مجلة المكتبات والمعلومات العربية، ٢٣ (٤). ص ٩٣-١١٨.

٣ محمود عبد الكريم الجندي. (٢٠١٢). مناهج البحث في مقالات دوريات المكتبات والمعلومات العربية؛ دراسة تحليلية. مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، ١٨ (٢)، ٢٩٣-٣٥٠.

٤ هدى محمد العمودي & عزة فاروق جوهري. (٢٠٠٩). مناهج البحث في دراسات المكتبات والمعلومات؛ دراسة تحليلية. لمجلة العربية للأرشيف والتوثيق والمعلومات، ١٣ (٢٥)، ١١٧-١٧٤.

٥ نجوى شكري يعني. (٢٠١٤). المراجعات العلمية للإنتاج الفكري العربي في العلوم الاجتماعية: دراسة تحليلية لعينة من لأطروحات الجامعية في القاهرة الكبرى. إشراف تهاني عمر عبد العزيز ومشاركة رؤوف عبد الحفيظ هلال. جامعة عين شمس- كلية الآداب- قسم المكتبات والمعلومات. [أطروحة دكتوراه].

٦ عبد العزيز عبد الله البريقن. (١٩٩٨). مدى الإفادة من الرسائل العلمية في الممارسات المهنية للخدمة الاجتماعية. جامعة الملك سعود- كلية الآداب- قسم الدراسات الاجتماعية. [أطروحة ماجستير].

وكذا دراسة فيصل عبد الله [٢٠٠٧] ^(١) حول معوقات الاستفادة من نتائج البحث العلمي في المجال التربوي. وهذه دراسة أخرى على مستوى الماجستير [٢٠٠٧] ^(٢)، تبحث في توصيات البحوث التربوية المقدمة بالأطروحات الجامعية السعودية المجازة في مجال الإشراف التربوي ومعوقات تطبيقها، وغيرها من دراسات أخرى، لم يحسن إثباتها هنا؛ خشية الإغراق والخروج عن الغاية المقصودة من وراء هذه المراجعة العلمية في الأصل.

وقد تناول الباحث نفسه في دراسة سابقة ^(٣) [٢٠١٣] أهمية أحد أساليب التفكير المستعارة من علم النفس المعرفي، وهو ما يعرف بالتفكير المنظومي، في محاولة لربطه ببعض القضايا المتعلقة بمجال المكتبات والمعلومات خصوصاً، والتي منها ما يتصل بالبحث العلمي وملاحظة الظواهر العلمية، مؤكداً أنه لا يسع المرء أن يفهم أية ظاهرة أو مشكلة بحثية ما بطريقة منفصلة مستقلة، وإنما يفهمها أو يجب أن يفهمها في ضوء العوامل المؤثرة فيها من كل وجه، وكذا يهديه التفكير المنظومي إلى فهم الظاهرة بصورة تكاملية من جميع أجزائها، بحيث يسعى إلى تقديم حلول كافية، تغطي مختلف الجوانب التي يمكن من خلالها النظر إلى المشكلة محل الدراسة.

وفي ضوء مراجعة الدراسات السابقة على نحو ما تقدم، لم يقف الباحث - في حدود علمه - على دراسة سابقة عربية أو أجنبية، تطرقت بصورة أو بأخرى إلى الحديث عن اتجاهات الباحثين في مجال تخصصي معين نحو مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية، اللهم إلا أن تذكر كتب مناهج البحث عموماً ما يساعد أي باحث علمي على اصطيد أو التقاط فكرته الجديدة. وبناءً عليه، يمكن الاطمئنان إلى أن فكرة الدراسة الحالية غير مسبقة بحال، كما يُرجى لها أن تمثل إضافة حقيقية إلى نسج المعرفة الإنسانية في مجال المكتبات والمعلومات، سيما ما اتصل منها بمنهجية إعداد الورقة البحثية، وأن تقدم دليلاً إرشادياً، يفيد كل باحثٍ أريب، يسعى إلى التماس فكرة بحثية جديدة في مجال اهتمامه.

١٠. الإطار النظري للدراسة:

رغم ارتباط موضوع "الإبداع" ارتباطاً شديداً بمجال علم النفس، إلا أن الباحث لم يشأ أن يجعل هذا الإطار النظري مغزقاً في الحديث عن الإبداع من وجهة نظر هذا العلم بوجه خاص، فيكفي ما قدمه الإنتاج الفكري المتخصص حول هذا الموضوع من أساس نظري. وبالتالي حرص الباحث في كثيرٍ من الأحيان، هنا، على عدم التحيز في المعالجة النظرية إلى علم معين؛ لأسباب تتعلق بالمقام الأول بأن هناك الكثير من الكتابات العلمية حول هذه القضية من وجهة النظر النفسية أو الاجتماعية أو الإدارية (إدارة الموارد البشرية)، حيث يمكن الرجوع إليها في مظانها؛ لمزيد من التفاصيل التخصصية الدقيقة. ومن ثم، حاول أن يقدم للقارئ بصورة موجزة وملخصة المقصود بالفكرة العلمية الإبداعية، وأهميتها، وكيفية النقاطها، وطرح بعض تجارب العلماء وأحياناً المبدعين بوجه عام في اختيارهم الأفكار العلمية الإبداعية أو الفنية، حسب مقتضيات الأحوال، وبحيث يخدم هذا الإطار النظري الدراسة في جانبها الميداني على وجه الخصوص.

^١ فيصل حميد عبد الله. (٢٠٠٧). المعوقات التي تواجه البحث العلمي التربوي وتحول دوره والاستفادة من نتائجه في تطوير التعليم والتدريب. مجلة اتحاد الجامعات العربية، (٤٩)، ٤٦٧-٥٤٠.

^٢ موزني بنت صقر التميمات. (٢٠٠٧). توصيات البحوث التربوية ومعوقات تطبيقها من وجهة نظر المشرقات التربويات: دراسة ميدانية في مدينة الرياض. إشراف عبد اللطيف بن عبد العزيز الرباح. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. كلية العلوم الاجتماعية - قسم التربية. [أطروحة ماجستير].

^٣ محمود شريف زكريا. (٢٠١٣). التفكير المنظومي وتوظيفه في فهم بعض القضايا المرتبطة بتخصص المكتبات والمعلومات: دراسة نظرية أساس. لاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، ٢٠ (٣٩)، ٣٠٢-٢٨٣.

١/١٠ أهمية الفكرة العلمية:

جاء بمقدمة كتاب "الحنين إلى الأوطان" للجاحظ عبارة تؤكد ضرورة التفكير العلمي وتدوين المعرفة الإنسانية في مختلف مجالات العلم، كي لا تذهب سدًى وهباءً، حيث يقول: "إنَّ لكلَّ شيءٍ من العلم، ونوع من الحكمة، وصنفٍ من الأدب، سبباً يدعو إلى تأليف ما كان فيه مشتتاً، ومعنى يدعو على جمع ما كان منه متفرقاً. ومتى أغفل حملة الأدب وأهل المعرفة تمييز الأخبار واستنباط الآثار، وضُمَّ كلُّ جوهرٍ نفيسٍ إلى شكله، وتأليف كلِّ نادر من الحكمة إلى مثله، بطلت الحكمة وضاع العلم، وأميت الأدب، ودرس مستور كلِّ نادر. ولولا تقييد العلماء خواطرهم على الدهر، ونقرهم آثار الأوائل في الصخر، لبطل أول العلم وضاع آخره" (١). يُفهم من قول الجاحظ أن هناك دائماً سبباً أو دافعاً، ما يدعو كل باحث أو مؤلف في فرع من فروع العلم إلى أعمال فكره والتأليف فيه، وإن تنوعت أسباب التأليف ودوافعه على نحو ما ذكر، فربما راقّت فكرة ما إلى مؤلف، تحمله على تأليف ما تشتت، أو جمع ما تفرق، أو التفكير بصورة إبداعية، بحيث يقدم المؤلف عملاً علمياً مبتكراً غير مسبوق.

وفي أواخر تسعينيات القرن العشرين، نشرت المجلة الأمريكية *New York Times* مقالاً بعنوان: "Best Idea: Eyes Wide Open"، حاول من خلاله ريتشارد باورز Powers كاتب المقال (٢) التأكيد على أبرز فكرة علمية قدمت إلى الإنسانية زهاء عشرة قرون خلت، حيث بدى الرجل فخوراً بتلك الحقبة الزمنية، معترفاً، بصورةٍ مقتضبةٍ، بتراث الحضارة الإسلامية، حتى اهتدى إلى أن أفضل فكرة هي تلك التي أبدعها العالم الفيزيائي المسلم الحسن بن الهيثم، في سياق اهتمامه بظاهرة الضوء وإقامة التجارب العلمية، بحيث قادت فكرته تلك إلى تأسيس منهج البحث التجريبي، وبذلك يعود إلى ابن الهيثم فضل فكرته الإبداعية التي مثلت أساساً لكل عالم أتى من بعده، مستعملاً طريقته العلمية الجديدة. وتلك هي ثمرة الفكرة العلمية؛ تخلد ذكرى صاحبها إلى الأبد. إن الفكرة الإبداعية التي آمن بها والت ديزني Disney قادت به إلى صناعة الترفيه والمرح بين أفراد الأسرة الواحدة، تاركةً وراها العلامة التجارية الأسطورية Disney (٣).

وتشير المرتبة الأولى من البحث العلمي إلى ما يعرف بالإبداع أو الابتكار، بحيث يأتي الباحث العلمي بشيء جديد غير مسبوق، فيكون له قصب السبق إلى إبداع إحدى الأفكار العلمية الجديدة. وقد أكد حاجي خليفة ذلك في مقدمة كتابه "كشف الظنون"، بينما كان يُقَدِّم مراتب الكتابة العلمية وأسباب التأليف، حيث أشار إلى سبع مراتب متباينة، يحسن بالباحث العلمي أن يتقلب فيما بينها طيلة حياته العلمية، ما استطاع سبيلاً إلى ذلك. وأشار زيد بن محمد الرماني في كتابه: "الأربعون من أسباب التأليف وأسرار التصانيف" (٤)، إلى مقاصد التأليف عند علماء المسلمين، والتي لم تخرج بصورة أو بأخرى عن المراتب السبع الشهيرة التي نوه إليها حاجي خليفة، كما تقدم من قبل. وعموماً، فإن كل فردٍ في بيئة عمله ومجال اهتمامه يسعى إلى البحث عن الأفكار المبتكرة الجديدة التي تعتبر مصدراً للإبداع.

٢/١٠ اختيار الفكرة العلمية الإبداعية:

تعد مرحلة اختيار الفكرة العلمية الإبداعية من أهم المراحل التي يمر بها مشروع البحث العلمي، بل تتأكد صعوبة هذا الاختيار حينما يتعلق الحديث بمجالات معينة مثل العلوم الاجتماعية والإنسانيات، حيث تبدو الظواهر والمتغيرات المرتبطة بتلك التخصصات متداخلة متأثرة بعضها ببعض، بحيث يكون

١ الجاحظ: أبو عثمان عمرو بن بحر بن محبوب. (١٩٨٢). الحنين إلى الأوطان. ط ٢. بيروت: دار راند العربي. (سلسلة اللغة والأدب؛ ١).

2 Powers, R. (1999). Best Idea; Eyes Wide Open. New York Times, April 18.

3 Darwin, Tommy and Alexander, Elizabeth. (2006). How to Find a Good Idea and Do Something With It. Austin: The Graduate School at The University of Texas.

٤ زيد بن محمد الرماني. (٢٠٠٣). الأربعون من أسباب التأليف وأسرار التصانيف. الرياض: مدار الوطن للنشر. ص ص ١٠-١٤.

الباحث العلمي، لا سيما طالب العلم المبتدئ، في حيرة من أمره إزاء تعيين مشكلة دراسته على وجه الدقة، فضلاً عن قلقه بشأن تحديد منهج البحث المناسب لدراسة هذه الظاهرة أو تلك. ولكن صعوبة اختيار المشكلة أو الفكرة العلمية ترجع إلى عددٍ من الأمور، أشارت إليها كتب مناهج البحث في هذا السياق بوجه عام، كما تناولها الباحث في الدراسة الميدانية بالقسم الرابع الخاص بمعوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات، فليرجع إليه لمزيد من التفاصيل المتعلقة بتلك المسألة خصوصاً.

وفيما يتصل بمسألة التفكير ومبدأ اختيار الأفكار بوجه عام، يذهب ديتكوف Ditkoff^(١) إلى أن هناك مدرستين على درجةٍ من الاختلاف، أولهما: المدرسة الغربية؛ والتي ترى أن أصل الفكرة يرجع إلى الوحي أو الإلهام الذي قد يحدث لأحد الأشخاص، عبر سلسلة من العمليات العقلانية الهادفة، مع وجود قدر كبير من التحيز إلى أهمية التفكير وإعمال العقل، على غرار ما أثر عن الفيلسوف الفرنسي رينيه ديكارت Descartes في مقولته الشهيرة: "أنا أفكر، إذاً أنا موجود". أما ثانيهما: المدرسة الشرقية؛ والتي تميل إلى أن الفكرة ذاتها تتولد من قوى عليا سامية، بحيث إنه لا يوجد إبداعٌ أو خلقٌ حقيقيٌّ للفكرة، بل إنها موجودةٌ بالفعل، غير أنها لا تصل إلا إلى من هو جديرٌ بقبول هذه الفكرة أو الرسالة، كما هو الحال مع الأنبياء والمرسلين. وبخلاف وجهة النظر الديكارتية المشار إليها أعلاه، يرى المناصرون للمدرسة الشرقية أن الواقع أنه: "أنا موجودٌ، إذاً أنا اعتقد". ويعود ديتكوف فيؤكد أن كلاً من المذهبين يعتبر صالحاً وفعالاً في الحياة اليومية، بل إنهما يستخدمان بصورة أو بأخرى في كثير من الأحيان، بحيث يتوقف ذلك على الحالة المزاجية التي يمر بها المرء، ووفقاً للظروف المحيطة به. ويشير حسن عيسى^(٢) إلى أن الجذور الأولى للرأي القائل بالإلهام، وفقاً للمدرسة الغربية، إنما تعود إلى فلاسفة اليونان القدماء. وبينما حاول علماء النفس تفسير هذه الرؤية، إلا أن جل ما وصلوا إليه أن هناك عاملاً مهماً يسبق عملية الإبداع؛ ألا وهو الإلهام.

وفي معرض حديثه عن العمليات الإبداعية، ينوه شاكر عبد الحميد^(٣) إلى ما يعرف بـ "عمليات التقاط الأفكار"، مؤكداً أن النقاط هذه الأفكار يمكن أن يحدث للمبدع دون سابق إنذار، كما يمكن أن يحدث نتيجة التأمل وإمعان الفكر أو تعمق الإدراك، حيث تمثل تلك الأفكار نقطة البداية الفعلية أمام الفرد المبدع، وما عليه أخيراً إلا أن يسعى إلى تجميعها وتنظيمها معاً وهضمها بصورة أكثر تكاملاً، بحيث يتبلور لدى المرء ماهية الفكرة الإبداعية التي سوف يتخذ قراره بالعمل عليها.

وقد ناقش حمزاوي^(٤) في دراسة له أربعة مستويات متباينة في التعامل مع الظواهر المختلفة، والتي يجب على الباحث العلمي أن ينقلب فيها حال اختيار مشكلة دراسته التي تعبر بالضرورة عن الفكرة العلمية التي يقوم على دراستها. وهذه المستويات الأربعة هي:

- **المستوى الأول:** فهم الظواهر المحيطة بالإنسان؛ وذلك من حيث فهم مضمون الظاهرة موضوع الدراسة وأوصافها وأبعادها وصورها وأوقات حدوثها، بحيث يمكن أن تقوم إحدى الدراسات العلمية على معالجة هذه الجوانب في الظاهرة محل الدراسة. ويبدو أن توجه نشاط البحث العلمي ينصرف بصورة كبيرة إلى معالجة هذه الجوانب في الظواهر التي يتم دراستها تحت هذا المستوى.
- **المستوى الثاني:** ويدور حول ما يتعلق بتفسير الظاهرة ومعرفة الأسباب التي أدت إلى حدوثها، وما إذا كان هناك ظواهر أخرى مرتبطة بها أو تتسبب في حدوثها على نحو ما. وهنا يجب

1 Ditkoff, M. (2008). 14 Ways to Get Breakthrough Ideas. Change This, 49 (6), p 2.

٢ حسن أحمد عيسى. (١٩٧٩). الإبداع في الفن والعلم. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. سلسلة عالم المعرفة؛ ٢٤. ص ٢١.

٣ شاكر عبد الحميد. (١٩٨٧). العملية الإبداعية في فن التصوير. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. سلسلة عالم المعرفة؛ ١٠٩. ص ١٢٥.

٤ محمد سيد حمزاوي. (٢٠١١). مرجع سابق، ص ٧-٩.

التأكيد على أن محاولة الباحث العلمي تفسير الظاهرة في هذا المستوى إنما تقوم على افتراض أن الظاهرة نفسها مفهومة ومحددة الأبعاد والملاح بالنسبة للباحث العلمي، على النحو المذكور بالمستوى الأول.

■ **المستوى الثالث:** يصل الباحث العلمي إلى هذا المستوى عندما يهدف إلى التنبؤ بمسار الظاهرة أو نتائجها أو تأثيرها على الظواهر الأخرى. وبالطبع، فإنه لا يمكن للباحث التنبؤ بالظاهرة على هذا الحال، إلا إذا أتم فهم الظاهرة وتفسيرها على النحو المشار إليه بالمستويين السابقين. وحتى يكون التنبؤ بمسار الظاهرة سهلاً ميسوراً على الباحث، فإنه يجب عليه المعرفة بوسائل قياس آثار هذه الظاهرة على الظواهر الأخرى، وهو ما يتطلب في معظم الأحيان عزل تأثير الظاهرة محل البحث عن تأثير الظواهر أو المتغيرات الأخرى؛ مثل حالة الظواهر المرتبطة بالعلوم الطبيعية على وجه الخصوص، دون العلوم الاجتماعية والإنسانيات، حيث يتم عزل تأثير الظاهرة محل البحث بالضرورة.

■ **المستوى الرابع:** ينصب اهتمام هذا المستوى على إمكانية التحكم في مصادر الظاهرة؛ ما يعني زيادتها، أو الحد منها، أو منع تأثيرها على الظواهر الأخرى، أو حتى توجيه الظاهرة في مسارات محددة مرغوبة. ولكن وصول الباحث العلمي إلى هذا المستوى يتطلب منه أن تكون الظاهرة مفهومةً بالنسبة إليه (المستوى الأول)، ويمكنه تفسيرها (المستوى الثاني)، والتنبؤ بآثارها وعلاقتها بالظواهر الأخرى (المستوى الثالث).

٣/١٠ بين الفكرة السيئة والفكرة الجيدة:

إن الفكرة السيئة قد تُؤدّد لدى الفرد مجموعة من المفاهيم المتكاملة حول المسألة التي يبحث عنها، بحيث إنها لن تقدم له في الواقع حلاً ناجحاً لمشكلته، بينما يتلخص دورها في كونها تدفعه إلى الأمام، محاولاً التماس حلٍ إبداعي، لم يتخيله أحدٌ من قبل. لذا، يُنصح الباحث العلمي أن يُؤدّد المزيد من تلك الأفكار السيئة، ولا يجب أن يسخط على الإطلاق كون أفكاره تبدو غريبة في بعض الأحيان^(١).

وتتفق هذه الرؤية، مع استراتيجية التعلم المبني على الخطأ، فكما أن عالماً شهيراً تدّين له الإنسانية جمعاء بفضل علمه، ألا وهو توماس إديسون Edison، الذي فكر كثيراً واختبر المزيد من التجارب من أجل اختراع المصباح الكهربائي، وأخطأ وفشل، حتى تم له الأمر، مكللاً بالنجاح في نهاية المطاف. ولقد لعبت التجارب الفاشلة دوراً جليلاً أيضاً بالنسبة لعالم شهير مثل أنيشتاين Einstein، في اكتشافه النظرية النسبية Relativity، حيث إنه اعتمد بصورة كبيرة على تجربة وصفت بكونها "فاشلة!". وقد أثر عن الرئيس الأمريكي الـ ٢٦ ثيودور روزفلت Theodore Roosevelt قوله: "إن الرجل الوحيد الذي لم يخطأ قط هو ذاك الذي لم يفعل شيئاً"^(٢). وبطبيعة الحال، فإن موقف العلم التجريبي في قطاع العلوم البحتة والتطبيقية يختلف كثيراً عن واقع الممارسات القائمة في قطاع العلوم الاجتماعية والإنسانيات، ومن بينها دراسات المكتبات وعلم المعلومات.

وإذًا، فإن الأفكار السيئة أو الرديئة تبدو ضرورية جداً من أجل تطوير الحلول الجيدة في المستقبل وإن طال مداها؛ ذلك أن الإبداع نفسه لا يتخذ خطأً مباشراً منذ ملاحظة المشكلة وحتى اكتشاف العلاج المناسب لها. وقد أكدت إحدى المناقشات العلمية^(٣) أهمية نظام التحكيم العلمي في قبول الأفكار

1 Thorpe, Scott. (2000). How to think like Einstein: simple ways to break the rules and discover your hidden genius. Illinois: Sourcebooks, Inc. P 48.

2 Loc.Cit.

3 Sense about Science (2004). Peer Review and the acceptance of new scientific ideas. London: Sense about Science. [Online]: <http://www.senseaboutscience.org/data/files/resources/17/peerReview.pdf>

الجديدة المقدمة للنشر بالدوريات التخصصية أو المقترحة للتسجيل لدرجة علمية ما، حيث إن هناك عدداً من المخاوف المتعلقة بقبول تلك الأفكار من عدمه، وما إذا كان لها من أثر ما في سياقها الذي تُقدم فيه، هنا يأتي دور التحكيم في التأكد من واقعية الأفكار الجديدة التي قدمها أصحابها. وعموماً، فإن هناك المزيد من التفاصيل التي يمكن للقارئ التماسها في موضعها بالمصدر المشار إليه بهذه الفقرة.

١٠/٤ العمر والتفكير الإبداعي:

اهتم كثيرٌ من العلماء، في مجال علم النفس خصوصاً^(١)، بدراسة العلاقة بين العمر وقدرة الفرد على التقاط الفكرة الإبداعية وإنتاجيته العلمية. وقد أشار روشكا Rouchka إلى أن بداية الإنتاج العلمي للباحث يمكن أن تحصل في سنٍ مبكرة، فقد خطَّ العالم باسكال Pascal كتابه "محاولات في دراسة المخاريط"، وهو في سن السادسة عشر من العمر، كما أعد جاليليو جاليلي Galilei Galileo قوانين البندول، وهو في سن الثامنة عشر بناءً على ملاحظاته، قبل عام، للاهتزازات التي كان يحدثها قنديل الكاتدرائية في مدينة بيزا الإيطالية. غير أن هذه الحالات تعتبر استثنائية ونادرة جداً، بيد أن احتمالات الإبداع لدى الأفراد تتزايد في سن التاسعة عشر والعشرين^(٢)، وذلك وفقاً لما انتهى إليه ليمن Lehman، في دراسة له^(٣).

بيد أن هذا الحال ليس شرطاً أن يرتبط بمختلف مجالات الإبداع الإنساني، وإن كانت السمة الغالبة أن الإنتاج الإبداعي يهبط تدريجياً مع التقدم في العمر تبعاً؛ وذلك لاعتبارات مختلفة، كتغير مستوى الدافعية نحو الإبداع من جانب الفرد نفسه، فضلاً عن تناقص الحيوية والنشاط مع التقدم في العمر، بجانب الهبوط في مستوى النشاط الفيزيائي وانخفاض مستوى الصحة العامة، كما أن التقدم في العمر يعني المزيد من الأعباء أو المهمات الإدارية والانشغال بحضور المؤتمرات وإدارة جلساتها، على الرغم من أن تلك الأعباء الإدارية تكسب الفرد مزيداً من الخبرات التي ربما كان لها أثرٌ في استكشاف الأفكار الإبداعية الجديدة. ووفقاً لدينيس Dennis^(٤)، فإن الإنتاجية العلمية التي تتم في سن متقدمة غالباً ما ترتبط بأولئك الذين بدؤوا مشوارهم البحثي في سنٍ مبكرة، بصرف النظر عن القيمة العلمية الحقيقية لهذا الإنتاج منذ بدايته. وخلاصة القول، كما أكد روشكا، أن التدريب المبكر على النشاط البحثي، أي قبل انحدار التطور العقلي ومرونة العمليات العصبية، من شأنه أن يساهم في تطور الأداءات العلمية للفرد في مرحلة مبكرة، ويكون ذلك بتوجيه الباحث العلمي المبتدئ وحثه على ممارسة البحث العلمي الأصيل في المرحلة الجامعية وما بعدها، بحيث يمكن أن تظهر النتائج الإبداعية للفرد في سنٍ مبكرة، وعلى مسارات زمنية طويلة^(٥).

1 See:

Cole, S. (1979). Age and Scientific Performance. American Journal of Sociology, 84, 958-977.

Horn, J. L. (1982). The Aging of Human Abilities. In B.J. Wolman (Ed.), Handbook of Developmental Psychology. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Horner, K. L., Rushton, J. P. & Vernon, P. A. (1986). Relation between Aging and Research Productivity of Academic Psychologists. Psychology and Aging, 1, 319-324.

Ruth, J. -E. & Birren, J. E. (1985). Creativity in Adulthood and Old Age: Relations to Intelligence, Sex and Mode of Testing. International Journal of Behavioural Development, 8, 99-109.

Simonton, D. K. (1988). Age and Outstanding Achievement: What do we Know After a Century of Research?. Psychological Bulletin, 104, 251-267.

Zhao, H., & Jiang, G. (1985). Shifting of world's scientific center and scientists' social ages. Scientometrics, 8, 59-80.

٢ روشكا، ألكسندرو. (١٩٨٩). الإبداع العام والخاص؛ ترجمة غسان عبد الحي أبو فخر. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. ص ص ١٢٥-١٢٦.

3 Lehman, H. C. (1953). Age and Achievement. Princeton: Princeton University Press

4 Dennis, W. (1966). Creative Productivity between the Ages of 20 and 80. Journal of Gerontology, 21, 1-8.

٥ روشكا، ألكسندرو. مرجع سابق. ص ص ١٣٤-١٣٥.

٥/١٠ بعض تجارب المبدعين في التقاط الفكرة العلمية الإبداعية:

مما يؤثر عن ألبرت أينشتاين قوله- متسائلاً-: "لماذا دائماً ما أحظى بالتقاط أفضل الأفكار العلمية أثناء الحلاقة؟"^(١)، وقد يكون جواب ذلك- في نظر الباحث- أنه أثناء هذه العملية يتوفر للمرء قدرٌ ما من التأمل أو التركيز، يمنحانه فرصةً جيدةً للتفكير بأمور حياته اليومية، والكشف عن المزيد من المشكلات التي تمثل اهتماماته الخاصة، وأنه لو أُجري استطلاعٌ رأي حول هذا السلوك، لربما كشفت النتائج عن حقيقة ذلك. بل إن ثمة مقالاً مثيراً للدهشة والسخرية أيضاً؛ حينما حمل في عنوانه ما يشير إلى أن تولّد الفكرة الجديدة غالباً ما يحدث لدى البعض أثناء الاستحمام!^(٢)، محاولاً البحث عن الأسباب الداعية إلى استلهاهم الفكرة وتأملها، والمرء على هذه الحال من التأمل والتفكير.

ويصف حسن عيسى^(٣) ما تمتع به عبقرى السينما الأشهر الفنان شارل شابلين Chaplin، في مذكراته الشخصية، في معرض حديثه عن كيفية حصوله على أفكار أفلامه الصامتة التي كان يكتبها بنفسه، قائلاً: "على مدى الأعوام لم اكتشف إلا أن الأفكار تأتي من خلال الرغبة الشديدة في إيجادها. فبالرغبة المتصلة يتحول العقل إلى برج مراقبة، يفتش عن الحوادث في الملابس التي تستثير الخيال. وقد تكون الموسيقى أحياناً، أو مشهد غروب الشمس مصدر إلهام بفكرة جديدة"، ثم يقول مرةً أخرى ناصحاً من يبحث عن الأفكار: "النقط أي موضوع يثير انتباهك، ثم طوره وعالج تفاصيله، فإذا وصلت به إلى مرحلة تعجز عن التقدم بعدها، أطره جانباً والنقط موضوعاً آخر؛ فغربة الأشياء المتراكمة والتخلص من بعضها، هو العملية التي تقودك إلى العثور على ما تريد". كما يقول أيضاً: "ويحصل الإنسان على الأفكار بمجرد الإصرار إلى حد الجنون، إذ لا بد أن يكون الإنسان قادراً على احتمال الألم والجهد والاحتفاظ بحماسة وقتاً طويلاً. ولعل بعض الناس يجدون المهمة أسهل مما يجدها البعض الآخر... وإن كنت أنا أشك في ذلك".

إن التفكير لم ينحصر فقط في فئة العلماء والباحثين وطلاب الدراسات العليا، بل هناك من دعى إلى ضرورة انخراط الأطفال والشباب في حلقة البحث العلمي، وتعليمهم كيف يفكرون، حيث عنيت مؤسسة التحالف البحثي الأسترالي للأطفال والشباب Australian Research Alliance for Children and Youth and لجنة جنوب ويلز الجديدة للأطفال والشباب New South Wales Commission for Involving children and Children and Young People، بهذه القضية، فأصدرتا كتاباً بعنوان: *young people in research*^(٤). كما ظهرت مجموعة من المنفردات العلمية التي تتناول بشكل عملي كيفية التفكير بالطريقة التي فكر بها أحد النابغين من العلماء والمشاهير، مثل ليناردو دافنشي DaVinci^(٥) وألبرت أينشتاين^(٦) وشارلوك هولمز Holmes^(٧) وغيرهم، تحمل عنواناً ثابتاً؛ مفاده: "How to Think Like...". كما وقف الباحث على كتاب من تأليف ماكسويل Maxwell، يتناول فيه أساليب التفكير التي يملكها الأشخاص الناجحون^(٨).

1 Ditkoff, M. (2008). Ibid. P 2.

2 Eikenberry, Kevin. (2015). Why You Get Your Best Ideas in the Shower (and Why Matters).

Available At: <http://blog.kevineikenberry.com/personal-professional-development/why-you-get-your-best-ideas-in-the-shower-and-why-matters/?print=pdf>

٣ حسن أحمد عيسى. (١٩٧٩). مرجع سابق، ص ٢٦.

4 Australian Research Alliance for Children and Youth & New South Wales Commission for Children and Young People. (2009) *Involving children and young people in research* [Electronic Resource].197 p.

5 Michael J. Gelb. (2001). *How To Think Like Leonardo Da Vinci: Seven Steps to Genius Every Day*. New York: Dell; Reissue edition.

6 Smith, Daniel. (2015). *How to Think Like Einstein*. London: Michael O'Mara Books Ltd.

7 Konnikova, Maria. (2013). *Mastermind: How to Think Like Sherlock Holmes*. New York: New York Times bestselling.

8 Houston, Kevin. (2009). *How to Think Like a Mathematician: A Companion to Undergraduate Mathematics*. Madrid: ambridge University Press.

9 Maxwell, John C. (2011). *How successful people think: Change your thinking, change your life*. New York: Center Street.

١.١. نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

جرى هنا معالجة نتائج الدراسة الميدانية وطرح المناقشات ضمناً، وفقاً لما تم إثباته بقسم مشكلة الدراسة وتساؤلاتها من قبل، وذلك في الأقسام الأربعة التالية:

- القسم الأول: السمات الديموجرافية المميزة لعينة الدراسة.
- القسم الثاني: مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات.
- القسم الثالث: دوافع البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات.
- القسم الرابع: معوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات.

١/١.١ القسم الأول: السمات الديموجرافية المميزة لعينة الدراسة:

كشفت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج الـ SPSS، ثم معالجتها بعد ذلك باستخدام برنامج الـ Excel عن توزيع مفردات عينة الدراسة، وفقاً لعددٍ من السمات الديموجرافية المطروحة بالفقرات الآتية:

١/١.١.١ توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً للنوع:

بالنظر إلى الجدول (٢)، يلاحظ أن استجابات مجتمع الدراسة من الذكور (٦٦.٤%) قد مثلت ضعف معدل استجابات الإناث (٣٣.٦%) في العالم العربي. وقد لا يحسن تفسير ذلك إلا من قبيل أن الاستبانة كانت مطروحة أمام مجتمع الدراسة، ولم تلق اهتماماً كبيراً إلا من جانب الذكور من أبناء التخصص في العالم العربي، وفقاً للاستجابات المسترجعة، رغم ما يُشاع من أن نسبة الإناث هي الغالبة في العمل المهني أو البحثي في هذا التخصص على المستوى العالمي. وهناك بعض الدراسات العلمية^(١) التي تصدت لهذه المسألة بعناية، في سياق الحديث عن متغير النوع والإسهامات العلمية في مجال المكتبات والمعلومات.

٢/١.١.١ توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً للعمر:

يظهر بالجدول (٢) توزيع عينة الدراسة وفقاً للفئات العمرية المتباينة، حيث يتضح أن أكثر أفراد العينة من حيث الاستجابات هم من فئة الشباب في عقد الثلاثينيات من العمر (٧٦ فرداً بنسبة ٣٤.٥%)، كما كان هناك تمثيل بارزٌ لجيل الشباب من عقد العشرينيات (٦٥ فرداً بنسبة ٢٩.٥%)، وكذا المشاركين من عقد الأربعينيات (٥٩ فرداً بنسبة ٢٦.٨%). وقليلٌ هم من شاركوا ممن تجاوزت أعمارهم سن الستين عاماً (٧ أفراد فقط بنسبة ٣.٢%).

٣/١.١.١ توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً للمؤهل الدراسي:

بالنظر إلى الجدول (٢)، يتبين أن أكثر المشاركين في هذه الدراسة هم من حملة شهادة الدكتوراه (٤٥.٩%)، ثم حملة الماجستير (٣٣.٦%). أما أقل المشاركين عدداً، فكانوا من حملة الدرجة الجامعية الأولى (٢٠.٥%)، والذين اشترط في اختيارهم أن يكونوا ممن سجلوا على الأقل لدرجة الماجستير أو

¹ See:

- Terry, J. L. (1996). Authorship in College & Research Libraries revisited: Gender, institutional affiliation, collaboration. *College & Research Libraries*, 57 (4), 377-383.
- Joswick, K. E. (1999). Article publication patterns of academic librarians: An Illinois case study. *College & Research Libraries*, 60 (4), 340-349.
- Ha'kanson, M. (2005). The impact of gender on citations: An analysis of College & Research Libraries, *Journal of Academic Librarianship, and Library Quarterly*. *College & Research Libraries*, 66 (4), 312-323.

مارسوا لونا من ألوان النشاط البحثي يوماً ما، ما يعني أنهم قد تعرضوا من قبل إلى اختيار فكرة علمية، واستشاروا بالطبع بعض المصادر التي توافرت أمامهم، من أجل اختيار مشكلة بحثية أو ما شابه.

٤/١/١١ توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً للوظيفة:

يوضح الجدول (٢) أن أكثر المشاركين من أفراد العينة هم من يعملون في البيئة الأكاديمية من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية، (١٤٧ عضواً بنسبة ٦٦.٨%)، حيث يتقلبون في الدرجات الأكاديمية المشار إليها بالجدول، وإن غلب عليهم أنهم يعملون في وظيفة مدرس (أستاذ مساعد)، ممن يحمل درجة الدكتوراه (بنسبة ١٩.١%). ويتضح من الجدول أن هناك مشاركة ملحوظة من جانب من يمارسون مهنة المكتبات، ولهم في ذات الوقت أنشطة بحثية مختلفة، وهم أخصائيو المكتبات والمعلومات (٦١ فرداً بنسبة ٢٧.٧%). وثمة فئة ثالثة شاركت في هذه الدراسة، ممن يعملون في مجالات قريبة من مهنة المكتبات (١٢ فرداً بنسبة ٥.٥%)، وإن لم يحرص بعضهم على إثبات طبيعة عمله، بيد أن لهم جميعاً إسهامات بحثية في مجال المكتبات والمعلومات بصورة أو بأخرى، لذا لم يتم استبعادهم من عينة الدراسة.

جدول (٢) توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً للسمات الديموجرافية- (إجمالي مفردات العينة = ٢٢٠ مبحوثاً)

م	المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة%
١	النوع	ذكر	146	66.4
		أنثى	74	33.6
٢	الفئة العمرية	40-31	76	34.5
		30-20	65	29.5
		50-41	59	26.8
		60-51	13	5.9
		69-60	7	3.2
		دكتوراه	101	45.9
٣	المؤهل الدراسي	ماجستير	74	33.6
		ليسانس/ بكالوريوس	45	20.5
		أخصائي مكتبات ومعلومات	61	27.7
٤	الوظيفة	مدرس/ أستاذ مساعد	42	19.1
		أستاذ مساعد/ مشارك	33	15.0
		مدرس مساعد/ محاضر	30	13.6
		معيد	27	12.3
		أستاذ	15	6.8
		أخرى	12	5.5
		5-1	105	47.7
٥	الخبرة البحثية	20-11	55	25.0
		10-6	42	19.1
		30-21	12	5.5
		40-31	5	2.3

م	المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة%
		50-41	1	0.5
		مصر	164	74.5
		الجزائر	31	14.1
		العراق	8	3.6
		السودان	4	1.8
		تونس	3	1.4
		اليمن	3	1.4
		سورية	2	0.9
		السعودية	2	0.9
		سلطنة عمان	1	0.5
		ليبيا	1	0.5
		فلسطين	1	0.5
٦	الجنسية			

٥/١/١١ توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لسنوات الخبرة البحثية:

يعكس الجدول (٢)- في قسم منه- الخبرات البحثية لعينة الدراسة وفقاً لسنوات الخبرة، منذ الحصول على آخر درجة جامعية، رغم تحفظ الباحث نفسه على فكرة أن الخبرة البحثية مرتبطة بشكل ما بالدرجة الجامعية أو نحو ذلك!!، ولكن الخبرة البحثية مطلقة، وإن كانت تشكل فروقاً فردية بين الباحثين، بحيث تتوقف على ما يملكه كل باحث من مهارات وقدرات وملكات خاصة في ممارسة البحث العلمي، حتى وإن لم يحصل بعد على درجة الدكتوراه أو غيرها. فالعبرة بما يتمتع به الباحث العلمي من إمكانات بحثية خاصة، وتأتي الدرجة الجامعية لتضفي عليها قدرًا من الشرعية والمصداقية والثقة، إن جاز التعبير. وعلى أي حال، يُظهر الجدول أن أكثر المشاركين من عينة الدراسة يتمتعون بخبرة بحثية تتراوح من (١-٥ سنوات)، وقد مثلوا ما نسبته ٤٧.٧%، تلاهم أولئك الذين يتمتعون بخبرة بحثية تتراوح من (١١-٢٠ سنة) بنسبة ٢٥%، ثم من يملكون خبرة بحثية تتراوح من (٦-١٠ سنوات) بنسبة ١٩.١%. وبشكل تدريجي، تقل نسبة مشاركة من يتمتعون بخبرة بحثية أكثر من ٢٠-٥٠ عامًا، لتصل إلى ما دون الـ ١%، كما توضحه معطيات الجدول، وبطبيعة الحال، فإن هذا متوقعٌ على مشاركة مجتمع الدراسة وتعاونهم مع الباحث على نحو جيد.

٦/١/١١ توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً للجنسية:

فيما يتعلق بجنسية أفراد العينة، يظهر الجدول (٢) أن أكثر الاستجابات تعود إلى الباحثين المصريين (٧٤.٥%)، ثم تأتي استجابات الباحثين الجزائريين (١٤.١%)، ثم العراقيين (٣.٦%). وقد يرجع ارتفاع هذه النسبة إلى أن مصر تعتبر أبرز الدول العربية التي تقدم عددًا أكبر من برامج الماجستير والدكتوراه، وبها عددٌ كبير من الحاصلين على المؤهلات العليا ممن تعاونوا مع الباحث. وفي ذيل القائمة، ترد استجابات قليلة من الإخوة العرب من سورية والسعودية وسلطنة عمان وليبيا وفلسطين. ولم يظهر من تحليل الجدول أن هناك أية استجابات للزملاء من بقية الدول العربية الأخرى؛ مثل: قطر والبحرين والكويت والمغرب والأردن والصومال وموريتانيا واليمن ولبنان؛ لأسباب قد تتوقف على حسب النشاط البحثي في مجال المكتبات والمعلومات في كل بلد، أو أن بعض الزملاء لم يستطع الوصول إلى الاستبانة رأسًا، أو لأسباب أخرى غير معلومة، لا يحسن التكهن بها من جانب الباحث.

٧/١/١١ خلاصة تحليل السمات الديموجرافية لعينة الدراسة:

- يظهر للمتأمل في الفقرات السابقة أن العينة- التي ستقوم عليها نتائج الدراسة في جانبها الميداني- تتمتع بالعديد من السمات الديموجرافية الجيدة والمفيدة بالنسبة للدراسة الحالية؛ حيث إنه:
- **أولاً: من الناحية العمرية،** بدى أن أكثر أفراد العينة من جيل الشباب في عقد العشرينيات والثلاثينيات (٦٤%)؛ وهذا مفيد في التعرف على الانطباعات والمشكلات التي قد تواجه هؤلاء، خصوصاً في مرحلة اختيار مشكلة الدراسة، وما ارتبط بذلك من تحديات.
 - **ثانياً: من ناحية المؤهل الدراسي،** ظهر أن أكثر أفراد العينة من حملة الشهادات العليا، على مستوى الماجستير والدكتوراه (٧٩.٥%)؛ ما يعني أنهم مارسوا البحث العلمي بصورة جيدة، تسمح لهم بإبداء آرائهم وانطباعاتهم نحو مشكلة الدراسة الحالية، على نحو جيد.
 - **ثالثاً: من ناحية الوظيفة أو المهنة،** كان هناك تمثيل كبير لأعضاء هيئة التدريس (٦٦.٨%)، وكذا أخصائيي المكتبات والمعلومات (٢٧.٧%)، ممن يتعاملون مع الواقع العملي عن كثب؛ وهذا مفيد أيضاً من أجل الجمع بين فريقين، أحدهما منشغل بالعمل الأكاديمي والأنشطة البحثية، والآخر يمارس المهنة بالفعل ويصير همومها عن قرب، فيحسن لدى كل فريق منهما النقاط الأفكار العلمية الإبداعية المناسبة للموقف الراهن.
 - **رابعاً: من ناحية الخبرة البحثية،** اكتسب أكثر أفراد العينة خبرة بحثية ناهزت العشرين عاماً أو يزيد (٧٢.٧%)؛ ما يعني أنه قد تكونت لديهم خبرة بحثية متميزة، تمكنهم من الإجابة على أداة الدراسة بواقعية وثقة.
- يتضح من جميع ذلك أن عينة الدراسة- من وجهة نظر الباحث- تبدو مناسبة بصورة جيدة، بحيث يمكن الاستناد إلى استجاباتهم في الكشف عن مشكلة الدراسة الحالية، وما طرح في ضوئها من تساؤلات عدة، تبحث عن حلول.

٢/١/١١ القسم الثاني: مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات:

يحلل الباحث في هذا القسم استجابات أفراد العينة عن السؤال رقم [٧] بالفقرة الثانية تحت عنوان: "مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية". هذا، ويعتبر هذا القسم محورياً في هذه الدراسة، كما يتضح من عنوانها سابقاً، وهذا ما يفسر عناية الباحث به وخدمته ومعالجته قدر المستطاع، بالمادة العلمية المطروحة بالسطور التالية. وقد عني هذا القسم بمناقشة مختلف مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية؛ من حيث التعريف بتلك المصادر وبيان وجه أهمية كل منها، فضلاً عن مناقشة اتجاهات عينة الدراسة من الباحثين العرب في مجال المكتبات والمعلومات نحو التعامل معها، في المرحلة الأولى من مشروع البحث العلمي.

وفيما يتعلق بنتائج الاختبار الإحصائي في ضوء حساب قيمة مربع كاي، وفقاً لما ورد بالجدول (٤)، اتضح للباحث أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة بشأن اتجاههم نحو مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$)؛ حيث إن قيمة χ^2 المحسوبة = 1680.412، وهي قيمة أكبر من قيمة χ^2 الجدولية = ٩.٤٨، ما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد العينة نحو عنايتهم باستشارة مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية المختلفة، أثناء اختيار مشكلات البحث. ووفقاً لنتائج مقياس ليكرت الخامس للاتجاهات- والذي تم الاستعانة به في أداة الدراسة، مع الأخذ في الاعتبار أن تدرج هذا المقياس تم استخدامه حال تكويد متغيرات العينة بالبرنامج الإحصائي SPSS- فإن قيم المتوسطات الحسابية المرجحة، والتي توصلت إليها نتائج التحليل الإحصائي، سوف تسهم في قراءة طبيعة اتجاهات أفراد العينة نحو اهتمامهم، أو تأثرهم بمصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات، على النحو المذكور بالجدول (٣) التالي:

جدول (٣) قياس الاتجاهات وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي

الكود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	٥	٤	٣	٢	١
قيمة الاتجاه	٥ - ٤.٢٠	٤.١٩ - ٣.٤٠	٣.٣٩ - ٢.٦٠	٢.٥٩ - ١.٨٠	١.٧٩ - ١

جدول (٤) توزيع اتجاهات عينة الدراسة نحو مصادر استقرار الأفكار العلمية الإبداعية- اختبار مربع كاي (*)

م	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
١	القراءة في مجال التخصص	٠	٠	٦	٥٤	١٦٠	4.7000	.51551	موافق بشدة
		%٠.٠	%٠.٠	%٢.٧	%٢٤.٥	%٧٢.٧			
٢	البحث في الإنتاج الفكري	٠	٣	١١	٨٦	١٢٠	4.4682	.65785	موافق بشدة
		%٠.٠	%١.٤	%٥.٠	%٣٩.١	%٥٤.٥			
٣	حضور اللقاءات العلمية	٠	٣	١٩	٨٤	١١٤	4.4045	.70548	موافق بشدة
		%٠.٠	%١.٤	%٨.٦	%٣٨.٢	%٥١.٨			
٤	ملاحظة الظواهر الواقعية	٠	٥	٢٩	٩٣	٩٣	4.2455	.76673	موافق بشدة
		%٠.٠	%٢.٣	%١٣.٢	%٤٢.٣	%٤٢.٣			
٥	تطوير فكرة سابقة في سياق جديد	٠	٥	٣١	١١٨	٦٦	4.1136	.72199	موافق
		%٠.٠	%٢.٣	%١٤.١	%٥٣.٦	%٣٠.٠			
٦	الجماعات البحثية	٠	١٢	٤٤	١٠٤	٦٠	3.9636	.83231	موافق
		%٠.٠	%٥.٥	%٢٠.٠	%٤٧.٣	%٢٧.٣			
٧	القراءة في غير مجال التخصص	٠	١٧	٤٧	١٠١	٥٥	3.8818	.87305	موافق
		%٠.٠	%٧.٧	%٢١.٤	%٤٥.٩	%٢٥.٠			
٨	وسائط	٠	٢٥	٦٥	١٠١	٢٩	3.6091	.85577	موافق

م	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	م.ف.م
	التواصل الاجتماعي	٠.٠%	١١.٤%	٢٩.٥%	٤٥.٩%	١٣.٢%			
٩	توصية العلماء والمتخصصين	٠.٠%	٦.٤%	٢٢.٣%	٤٩%	١٠.٠%	3.9091	.85523	موافق
١٠	مقترحات البحث بالدراسات السابقة	٠.٠%	٢.٣%	٢٢.٣%	٤٤.٥%	٦٨%	4.0409	.78987	موافق
١١	جلسات العصف الذهني	٠.٠%	٢.٧%	٢٨.٢%	٣٩.١%	٦٦%	3.9636	.83231	موافق
١٢	المصادفة	٠.٥%	١٥.٥%	٣٧.٧%	٣٣.٢%	١٣.٢%	3.4273	.93593	موافق
١٣	اقتراح مجلس القسم العلمي	٠.٠%	١٩.٥%	٤٢.٣%	٣٠.٩%	٧.٣%	3.2591	.85537	م.ف.م
١٤	مشروعات تخرج الطلاب	٠.٠%	٢٠.٠%	٤١.٨%	٣٠.٩%	٧.٣%	3.2545	.85940	م.ف.م
قيمة χ^2 المحسوبة		614.0016	259.7403	6.649351	620.0065	180.0146	1680.412		

- درجة الحرية $df = 4$ ؛
- قيمة χ^2 المحسوبة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $(\alpha = 0.05)$ ؛
- قيمة χ^2 الجدولية = ٩.٤٨. [المصدر: جدول توزيع مربع كاي].

وعلى العموم، يحسن الباحث أن يعالج هذه الاتجاهات ويفندھا وفقاً لمحتوى الجدول (٤) والأشكال البيانية المصاحبة: (١)، و(٢)، و(٣)، وذلك على النحو التالي:

١/٢/١١ مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية التي حظيت باتجاه "موافق بشدة":

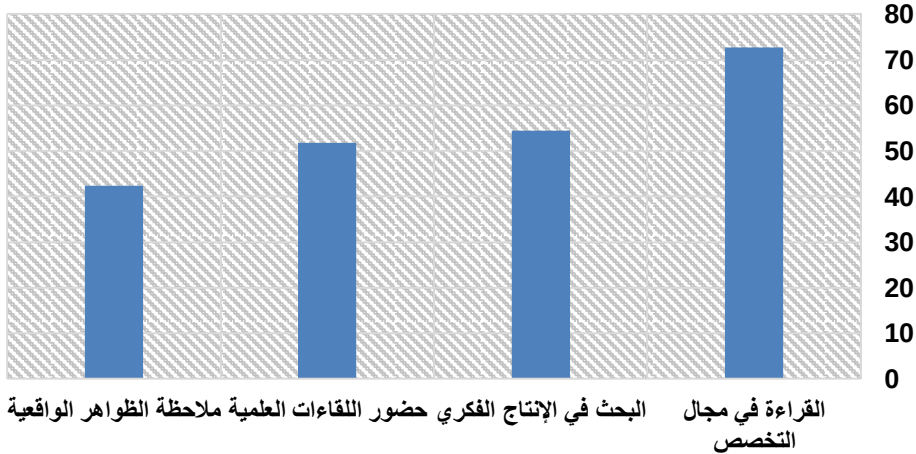
١. القراءة في مجال التخصص:

احتل مصدر "القراءة في مجال التخصص" أو القراءة التخصصية المرتبة الأولى (بنسبة ٧٢.٧%)، من حيث اتجاه أفراد العينة نحو الموافقة بشدة على أهميته مصدراً لاستقاء الأفكار العلمية

الإبداعية الجديدة. وفي الواقع، لا ينكر أحدُ الأهمية البالغة للقراءة والمطالعة في مجال التخصص، وما يترتب عليها من ثمرات جليلة؛ كالنضوج الفكري للباحث، والقدرة على التنظير والتعبير والكتابة العلمية والمعرفة المتميزة بمجال تخصصه وأكثر القضايا المطروحة للنقاش، بحيث تكسبه القراءة خبرة نوعية في معرفة ما تم معالجته من موضوعات وأفكار علمية بصورة معينة. وعن تجربة شخصية، فإن الباحث يتردد من حين لآخر على متابعة العناوين الجديدة للمقالات العلمية المنشورة في أبرز الدوريات العلمية الأجنبية المتخصصة في مجال المكتبات والمعلومات والمجالات قريبة الصلة، بحيث إن هذا السلوك ساعده كثيرًا على فهم واقع ممارسات البحث العلمي في مجال التخصص على الصعيد العالمي، ومن ثمَّ إتاحة الفرصة أمامه لالتقاط المزيد من الأفكار العلمية التي تناسب بيئة التطبيق في المجتمع العربي.

٢. البحث في الإنتاج الفكري:

حظي "البحث في الإنتاج الفكري" باتجاه الموافقة بشدة من جانب عينة الدراسة بنسبة ٥٤.٥%، فقد احتل المرتبة الثانية، من حيث أهميته مصدرًا مساعدًا على استقاء الأفكار العلمية الإبداعية. إن البحث في الإنتاج الفكري، بشقيه الراجع والجاري، يشكل معيّنًا هامًا في التعرف إلى ما كتبه السابقون في مجال اهتمام أحد الباحثين، أو الوقوف على المشكلات البحثية التي لم تزل بعد قيد البحث والدرس، ما يجعل الباحث العلمي على دراية بعيدة بمختلف المجالات البحثية التي تم التطرق إليها بحثًا ودراسة، وبالتالي يستطيع أن يحدد مجال بحثه الجدير بالاعتبار والأصالة، بحيث يساعده ذلك على اختيار فكرته العلمية بعناية ودقة. وبذلك أيضًا، يتفادى مختلف العقبات المتعلقة بال تكرار أو الاجترار، ومن ثمَّ يفرغ عقله لإعمال النظر في الأفكار العلمية الجديدة غير المسبوقة بحال. إن البحث في الإنتاج الفكري يحتاج من الباحث أن يكون لديه بعض المهارات الاستثنائية؛ بحيث لا يكتفي باستشارة محررات البحث العامة، وإنما يضع في اعتباره التردد مرةً بعد أخرى إلى أهم قواعد المعلومات المتخصصة في مجال اهتمامه، فهي أقرب إلى الحصر والضبط والتخصص من محررات البحث عمومًا. كما لا يسعه أيضًا أن يكون جاهلاً بأهم "استراتيجيات البحث" التي تسترجع له النتائج بصورة أقرب إلى الدقة.



شكل (١) مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية التي حظيت باتجاه "موافق بشدة"

٣. حضور اللقاءات العلمية:

احتل "حضور اللقاءات العلمية" المرتبة الثالثة، من حيث اتجاه أفراد العينة نحو الموافقة بشدة على أهميته بنسبة ٥١.٨%. في نظام الاتصال العلمي، تعتبر اللقاءات العلمية على اختلافها وتنوعها، (مثل حضور المؤتمرات والندوات وحلقات البحث والسمينارات ومناقشات الأطروحات الجامعية وورش العمل والدورات التدريبية، وغيرها من الأنشطة ذات الصلة العلمية)، من أهم قنوات الاتصال غير الوثائقي، كما أكد وليم جارفي Garvey حقيقة ذلك في كتابه المترجم بعنوان: "الاتصال أساس النشاط العلمي"؛ مشيرًا إلى أن الاتصالات الشخصية التي تحدث أثناء تلك المؤتمرات تسهم في تأسيس شبكات الاتصال غير الرسمي بين الباحثين والعلماء، بحيث يحدث تفاعل فيما بينهم، يترتب عليه إثارة فكرية، ناتجة عن التبادل المباشر للأفكار العلمية أثناء انعقاد المؤتمر^(١). كذا تعتبر المؤتمرات واللقاءات العلمية حدثًا هامًا، يجب أن يحرص الباحث العلمي على المشاركة فيها بصورة دائمة، حيث يمكن من خلال تلك اللقاءات مشاركة الأفكار العلمية الجديدة والوقوف على الاتجاهات الحديثة في مجال التخصص، فضلاً عن التعرف على أفضل الممارسات القائمة في المجال الذي يُعنى به الباحث العلمي^(٢).

إن مثل تلك اللقاءات من شأنها أن تتيح للباحث المزيد من الفرص للتعرف على زملائه، وتجاذب أطراف الحديث فيما بينهم، حول اهتماماتهم البحثية المختلفة، فضلاً عن أن المشاركة بالحضور أو التحدث أو حتى إدارة إحدى الجلسات على هامش أحد المؤتمرات أو الندوات يكفل للباحث الوقوف على الاتجاهات الحديثة في مجال اهتمامه، كما تقدم ذكره. كل تلك الممارسات تساعد الباحث العلمي المبتدئ والمتمرس كليهما على التقاط الفكرة العلمية الجديدة، كحصاد لهذه المشاركات وتلك الفعاليات.

٤. ملاحظة الظواهر الواقعية:

يرى بعض أفراد العينة أهمية "ملاحظة الظواهر الواقعية"، باعتبارها مصدراً مهماً، يساعد على التقاط الفكرة العلمية الإبداعية، حيث أكد ما نسبته ٤٢.٣% منهم موافقته بشدة على أهمية هذا المصدر. وفي الواقع، إن "الملاحظة" جديرة بأن تحظى بهذا القدر من اهتمام عينة الدراسة، فكم من الظواهر التي تحتاج إلى باحث حصيف، يتقن ملاحظتها، ويخرج من ورائها بفكرة علمية جديدة. إن كثيراً من العلماء النابهيين المبدعين استمدوا أفكارهم العلمية في الأصل من الملاحظة المباشرة لإحدى الظواهر، سواءً أكانت طبيعية أم اجتماعية أم سلوكية أم غير ذلك. ولكن ملاحظة الظواهر الواقعية أمر متفاوت بين الباحثين أنفسهم، حيث يذكر جارفي أنه لكي يكون هناك تقدم في النشاط العلمي، لا بد من اختلاف أنماط الملاحظة بين الباحثين، ويضرب مثلاً على ذلك بالأكسوجين؛ فقد لاحظ بعض العلماء، مفسرين إياه على أنه "اللاهوب"، بينما شاهد آخرون أحد الغازات الأولية، وفسروه على أنه "الأكسوجين"، وفي ضوء هذه الملاحظة تم تطوير الأبحاث العلمية التي أرست دعائم الكيمياء الحديثة^(٣). ويتضح لك إذاً كيف أن مصدراً مهماً من مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية- وهو الملاحظة- أسهم بفعالية في إرساء دعائم العلم في أحد القطاعات التخصصية، وربما كان سبباً في ظهور فروع جديدة من العلوم والمعارف الإنسانية الأخرى.

^١ جارفي، وليم. د. (١٩٨٣). الاتصال أساس النشاط العلمي: تيسير سبل تبادل المعلومات بين المكتبيين والباحثين والمهندسين والدارسين؛ ترجمة حشمت قاسم. بيروت: الدار العربية للموسوعات. ص ١٠٧.

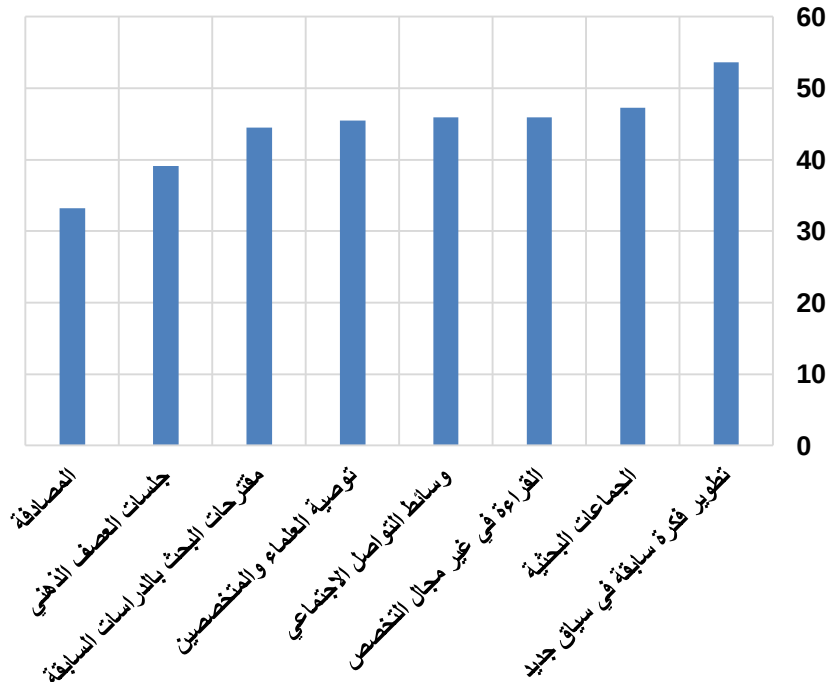
^٢ Elliott, S. L. (2015). From the Editor-in-Chief: Make Some Time to Share Your Creative Ideas and Best Practices!. Journal of Microbiology & Biology Education, 16 (1), 1-2.

^٣ جارفي، وليم. د. (١٩٨٣). مرجع سابق. ص ٣٧.

٢/٢/١١ مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية التي حظيت باتجاه "موافق":

٥. تطوير فكرة سابقة في سياق جديد:

أشار بعض أفراد العينة بنسبة ٥٣.٦% إلى اتجاههم بالموافقة على أهمية "تطوير فكرة سابقة في سياق جديد"، بحسبه سلوكاً لالتقاط الفكرة العلمية الجديدة. والواقع أنه في بعض الأحيان، يحدث للباحث العلمي حالة من إمعان التركيز في نتائج إحدى الدراسات العلمية التي عمل عليها من قبل، بحيث تؤدي به هذه الحالة إلى التقاط فكرة جديدة، كما لو أنه أراد إحداث تغيير في محتوى دراسته السابقة أو ربما الإضافة إليها، كما يحصل الأمر نفسه مع المؤلف، حينما يطرح الطبعة الأولى من كتابه في الأسواق، ثم يرى بعد مدة من الزمان أن يطور في محتوى هذا الكتاب، فيصدر طبعة ثانية وثالثة، وهكذا. وقد يتخذ هذا السلوك نمطاً شكلياً؛ مثل ما يحدث مع بعض الباحثين، بعد اجتياز مرحلة الدراسات العليا، فتجده يفكر في تطوير أطروحته الجامعية ليصدرها في شكل كتاب جديد. وبالطبع، يجب التفرقة بين تجديد فكرة سابقة وبين تكرارها مرة أخرى، فالتجديد قد يحمل معنى إحياء فكرة قديمة في قالب جديد وبرؤية جديدة، وهناك الكثير من الأمثلة المختلفة في كافة مجالات الحياة التي تؤكد هذا التصور؛ فكثير من الشركات العاملة في تقنيات المعلومات (مثل جوجل) تقوم بتطوير أفكار سابقة قامت بها شركات أخرى، مع إضفاء المزيد من التعديلات والتحسينات الجديدة. وهذا في حد ذاته يعد سلوكاً إبداعياً في التفكير، يُنصح أن يتوسل به الباحث العلمي، ويجعله أحد المصادر التي تساعده على التقاط الفكرة العلمية الجديدة.



شكل (٢) مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية التي حظيت باتجاه "موافق"

٦. الجماعات البحثية:

أفاد ٤٧.٣% من أفراد العينة اتجاههم بالموافقة على أهمية "الجماعات البحثية"، كمصدر لاستقاء الأفكار العلمية الإبداعية. ويمكن أن يُفسر وجه أهمية هذا المصدر من جهة أن من ينتمون إلى الجماعات البحثية يتوافر لديهم ما لا يتوافر لغيرهم من مزايا نوعية؛ مثل ميزة الاطلاع على كثير من مصادر المعلومات، كما يمكن أن يكون من بين أعضاء الجماعة البحثية من يعمل كرئيس تحرير أو محكم لأعلى الدوريات العلمية في مجال التخصص، وربما كان من بينهم أيضًا من هو مسئول عن مشروعات البحوث المقترحة، والمعنى أن عضوية الجماعة البحثية تكفل للباحث العلمي نفسه الوقوف على طبيعة الأنشطة العلمية الحاصلة في مجال تخصصه^(١)، بحيث يفيد ذلك في استقاء الأفكار العلمية الإبداعية الجديدة، وطرح الأفكار المكررة التي سبق نشرها جانبًا. إن العمل التعاوني، متمثلًا في الانضمام إلى جماعة بحثية يوفر على الباحث العلمي المزيد من الجهد في استقصاء الجهود العلمية المبذولة في مجال تخصصه، كما يكسبه المزيد من الخبرات البحثية التي تؤهله في النهاية إلى حسن التقاط الفكرة الجديدة، والقدرة على التمييز بين الجيد والردئ من الأفكار عموماً.

٧. القراءة في غير مجال التخصص:

أعرب ٤٥.٩% من أفراد العينة عن اتجاههم بالموافقة على أهمية مصدر "القراءة في غير مجال التخصص"؛ أي في المجالات العلمية البينية أو قريبة الصلة من مجال المكتبات والمعلومات، وأنه من الأمور المفيدة جدًا بالنسبة للباحث العلمي، بحيث تتسع إدراكاته المعرفية، ويبيث ملماً بكثير من الموضوعات البحثية ذات الصلة بتلك التخصصات، فربما راق له دراسة فكرة علمية جديدة، تربط بين مجال اهتمامه الأصلي وأحد المجالات المعرفية الأخرى. ولعل من أشهر المباحث التخصصية التي اجتهد الباحثون في محاولتهم للربط فيما بينها وتخصص المكتبات والمعلومات، ما يتعلق بعلوم الإدارة وتطبيقاتها المختلفة في مؤسسات المعلومات، مثل إدارة الجودة الشاملة وإدارة الوقت وإدارة ضغوط العمل والإدارة العلمية وإدارة المعلومات والإدارة الإلكترونية وإدارة الموارد البشرية، وغيرها من المباحث الفرعية ذات الصلة بتلك العلوم. وبوجه عام، يمكن للقارئ بمراجعة الإنتاج الفكري الوقوف على المزيد من الأفكار العلمية الإبداعية التي كانت ثمرة القراءة في غير مجال التخصص.

٨. وسائط التواصل الاجتماعي:

أكد ما نسبته ٤٥.٩% من أفراد العينة اتجاههم بالموافقة على أهمية "وسائط التواصل الاجتماعي"، كمصدر لاستقاء الأفكار العلمية الإبداعية. ويرى الباحث أنه من الجائز أن يكون لأدوات التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها دورٌ مفيد بالنسبة للباحثين، يساعدهم بصورة ما في التقاط الجديد من الأفكار العلمية الإبداعية، فمن المعلوم أنه يمكن إنشاء جماعات نقاش متخصصة من خلال الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك وغيرها، بحيث يمكن لأعضاء الجماعة الواحدة إبداء آرائهم بشأن إحدى المسائل البحثية المتخصصة فيما بينهم، فتحصل بذلك فرصة العثور على أفكار علمية، يمكن إفرادها في دراسات مستقبلية مستقلة. وفي الواقع، هناك العديد من الدراسات العلمية التي أكدت دور أدوات التواصل الاجتماعي تلك في البحث العلمي بوجه عام، لعل أبرزها التقرير الذي نشره بينجر Beninger وزملائه^(٢) حول استخدام الوسائط الاجتماعية في البحث العلمي من وجهة نظر عينة من الباحثين.

^١ نفس المرجع السابق. ص ٤٧.

2 Beninger, Kelsey., et.al. (2014). Research using Social Media; Users' Views. [Report]. London: NatCen Social Research. 40 p.

٩. توصية العلماء والمتخصصين:

كشف ٤٥.٥% من أفراد العينة عن اتجاههم نحو الموافقة على أهمية الاستعانة بـ "توصية العلماء والمتخصصين" حال اختيارهم الأفكار العلمية، بينما لم يزل الباحث العلمي في المراحل الأولى لتكوينه البحثي. وقد أوضح بيروتي Perotti^(١) في كتابه "ضرورة العلم"، أنه يجب على الباحث العلمي أن يكون على صلة بعالم ناضج فكرياً، يتخذه مشرفاً له، بحيث يحظى بشرف الدراسة عليه؛ ذلك أن المشرف الجيد يمكنه أن يقترح على تلميذه الأفكار العلمية الإبداعية الجيدة، كما يساعده على تقدمه ودعمه علمياً.

إن تشجيع الأستاذ المشرف تلامذته من شأنه أن يسهم في إثراء مهارات التفكير الإبداعي لديهم، كما أن نقده الشديد لأفكارهم المقترحة من شأنه أيضاً أن يترك أثراً سلبياً في مسارهم البحثي في المستقبل، فقد أشار روشكا إلى أنه في ضوء العلاقة بين الأستاذ والطالب، تم إجراء دراسة ميدانية للتعرف على العوامل الميسرة والمعيقة للقدرات الإبداعية أثناء الدراسة، حيث أكدت النتائج أن تشجيع الأستاذ للطالب، ومنحه قدرًا من الاستقلالية في التفكير، وقبوله الطالب على أنه زميل، من شأنه أن يعزز من القدرات الإبداعية لديه. وعلى العكس تمامًا، فإن عدم تشجيع الطالب ولومه كثيرًا ونقده، وكون الأستاذ يبدى اهتماماً ضيقاً بحدود تخصصه الدقيق، ولا يقبل أي اقتراح من قبل طلابه، فإن ذلك يؤثر في تقدمهم الإبداعي بالضرورة^(٢).

١٠. مقترحات البحث بالدراسات السابقة:

بدأت "مقترحات البحث بالدراسات السابقة" ذات أهمية، على النحو المذكور هنا، إذ أكد أفراد العينة بنسبة ٤٤.٥% اتجاههم نحو الموافقة على أهميتها، مصدرًا لاستقاء الأفكار العلمية الإبداعية. وقد جرت العادة المنهجية في البحث العلمي أن يختم المؤلف مقالته بطرح التوصيات المقترحة، من أجل تعديل مسار الظاهرة موضوع البحث، وربما تطرق أحدهم إلى طرح بعض التوصيات المرتبطة بإجراء المزيد من الدراسات العلمية المستقبلية، تحت أحد المباحث التي تم مناقشتها باقتضاب في دراسته. وهذا تصرف حسن من جانب الباحث نفسه، يضاف إلى حسناته بالطبع. وكذا، يسلم الباحث دفة البحث العلمي من جديد، وبطريقة قد تكون غير مقصودة، إلى زميل محتمل في المستقبل، يراعى هذه التوصيات، ويكون محلًا للعمل على تنفيذها في بحث جديد. من أجل ذلك، فإن مطالعة التوصيات المقترحة التي يسجلها الباحث العلمي بدراسته تبدو على درجة كبيرة

من الأهمية بالنسبة لجيل من الباحثين، ممن يشكون قلة الأفكار العلمية الإبداعية التي يمكن دراستها والعمل عليها، فتأتي تلك التوصيات لتكون قناة أو معينًا مهمًا أمامهم، يساعدهم على التقاط المزيد من الأفكار العلمية الإبداعية الجيدة.

١١. جلسات العصف الذهني:

أشار ٣٩.١% من المبحوثين إلى اتجاههم بالموافقة على أهمية "جلسات العصف الذهني"، كمصدر لاستقاء الأفكار العلمية الإبداعية الجديدة. إن فكرة العصف الذهني تقتضي إجراء مناقشات بين مجموعة من الزملاء حول قضية معينة، بحيث تسفر هذه المناقشات عن تصور شامل لهذه القضية، ويمكن لهذه المناقشات كذلك أن تسفر عن المزيد من الأفكار الجديدة المرتبطة بتلك القضية أو غيرها. وقد أكدت

١ ماكس بيروتي. (١٩٩٩). ضرورة العلم: دراسات في العلم والعلماء؛ ترجمة وائل أتاسي، بسام معصراني؛ مراجعة عدنان الحموي. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. سلسلة عالم المعرفة؛ ٢٤٥. ص ١٦٤.
٢ روشكا، ألكسندرو. مرجع سابق. ص ٧٣.

دراسات سابقة مدى فاعلية استخدام جلسات العصف الذهني في تنمية التفكير الإبداعي وتوليد الأفكار في المراحل التعليمية والدراسية المختلفة^(١). وعلى الرغم من أهمية جلسات العصف الذهني في إثراء الأفكار العلمية الإبداعية وتداعيتها، فقد أشار ديتكوف إلى أن هناك بعض المفكرين الذين يتسمون بالأنانية وحب الذات، فلا يرحبون بهذا اللون من الجلسات، حيث يميلون إلى التفكير من أجل أنفسهم، لأنهم يقدرون أفكارهم الشخصية ويقنعون بآرائهم وإبداعاتهم الفطرية وحسب، لذا يبدون تخوفاً كبيراً إزاء الفكر الجماعي الذي تطرحه جلسات العصف الذهني تلك. ولكن المتأمل في الأفكار الإبداعية التي أثّرت كثيراً في العالم يجد أنها ولدت من طريق التعاون والمشاركة في الحوار وتلاقح الخبرات، ومن النماذج المعبرة عن ذلك كلٌّ من: بيل جيتس Gates وبول ألن Allen (شركة ميكروسوفت)؛ وستيف جوبز Jobs وستيف وزنياك Wozniak (شركة أبل)؛ وواطسون Watson وكريك Crick (مكتشف الحمض النووي DNA)، وغيرهم. إن جلسة العصف الذهني تتوقف على تحديد موضوع المناقشة بجدية، واختيار الأشخاص المناسبين لحضور الجلسة، ممن يُتوقع أنهم سوف يثيرون النقاش بالمزيد من الأفكار الجديدة والمفيدة، ما يساهم في الجملة في تطوير الفكرة موضوع النقاش^(٢).

١٢. المصادفة:

لقد لعب عامل الصدفة أو المصادفة دوراً كبيراً في الاكتشافات العلمية، مثل اكتشاف المُلقّحات الكيميائية والمضادات الحيوية وغيرها، دون خوض في التفاصيل. وكي تكون للمصادفة أهميتها، فيجب أن تلقى محلاً للقبول، أعني الباحث العلمي نفسه الذي يجب أن يملك قدرة على الانتباه والإدراك لما يدور حوله من ظواهر، يحسن توزيعها للتوصل إلى الكشف العلمي الجديد^(٣)؛ أي مثلاً حصل مع إسحاق نيوتن وغيره من العلماء. ورغم أهمية الصدفة في التوصل إلى الاكتشافات العلمية الجديدة، إلا أنه يجب على الباحث أن يعمل عقله؛ بحيث يخضع الظاهرة التي لاحظها للاختبار والتجريب، كي يصل إلى نتيجة علمية، إذ يؤكد شعبان خليفة ذلك في كتابه "المحاورات"، مشيراً إلى أن سمة من سمات الباحث العلمي تتلخص في أن يكفر بالصدفة^(٤)، بمعنى ألا يسلم إلى الاعتقاد في الصدفة، فحينما يلاحظ حدثاً ما، يتكرر بنفس الطريقة في كل مرة، فيجب عليه التبصر فيما وراءه من قانون يحكمه، هنا يمكن للباحث العلمي أن يصل إلى كشفٍ علمي جديد، كان للصدفة دورٌ فيه بالطبع.

وعلى أي حال، فقد أعرب أفراد العينة بنسبة ٣٣.٢% عن اتجاههم بالموافقة على أهمية عامل "المصادفة"، كمصدر لاستقاء الأفكار العلمية الإبداعية الجديدة. وعلى ما يبدو أن المصادفة ربما ارتبطت كثيراً بالظواهر المتعلقة بالعلوم البحتة والتطبيقية مقارنة بالعلوم الاجتماعية والإنسانية، غير أن الباحث يرى أن المصادفة تلعب دورها بوجه عام في مختلف المعارف الإنسانية، ومنها مجال المكتبات والمعلومات دون تخصيص، حيث يمكن لباحث ما أن يلتقط فكرة علمية بطريق الصدفة، بينما كان يجري بحثاً في إحدى قواعد البيانات، أو يتصفح أرفف إحدى المكتبات، فيعثر على عمل علمي لم يكن يبحث عنه في الأصل، يلهمه حينها فكرة جديدة، وهذا سلوكٌ يمكنه وصفه بالمأثي الاعتباري، إن صح الوصف وصدق. رغم ذلك، فإن الفكر المبدع يرتكز بصورة أساسية على نوع من المثابرة العقلية والاطلاع الدؤوب، ولا يمكن أن يتحول "الباحث" إلى "عالم" بمجرد الاستناد إلى المصادفة^(٥)، وإنما يجب عليه أن يبذل جهداً كبيراً حال التقاط فكرته الإبداعية الجديدة، توسلاً بعامل الصدفة.

١ عبد ربه هاشم السمييري. (٢٠٠٦). أثر استخدام طريقة العصف الذهني لتدريس التعبير في تنمية التفكير الإبداعي لدى طالبات الصف الثامن الأساسي بمدينة غزة؛ إشراف عبد المعطي رمضان الأغا. غزة: قسم المناهج وطرق التدريس، كلية التربية، الجامعة الإسلامية. ص ٧٩-١١١. [أطروحة ماجستير].

٢ Ditkoff, M. (2008). Ibid. p 13.

٣ محمد الصاوي مبارك. (١٩٩٢). البحث العلمي: أسسه وطريقته كتابته. القاهرة: المكتبة الأكاديمية. ص ١٤-١٥.

٤ شعبان عبد العزيز خليفة. (٢٠١٠). المحاورات في مناهج البحث في علم المكتبات والمعلومات. ط ٥. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. ص ٦٦-٦٧.

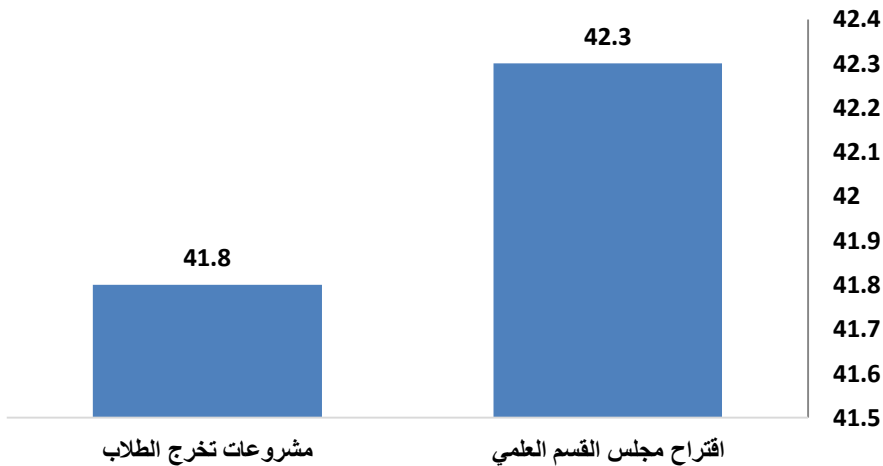
٥ ناريمان إسماعيل متولي. (٢٠٠٨). مرجع سابق. ص ٣٨-٣٩.

٣/٢/١١ مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية التي حظيت باتجاه "محايد":

١٣. اقتراح مجلس القسم العلمي:

أكد عددٌ من أفراد العينة (٩٣ مبحوثًا بنسبة ٤٢.٣%) حيادهم تجاه أهمية هذا المصدر عند اختيار الفكرة العلمية، بينما أبدى ٤٣ مبحوثًا بنسبة ١٩.٥% عدم موافقته بالكلية على أهمية هذا المصدر المقترح. في ضوء متطلبات نظم الجودة والاعتماد الأكاديمي، يتعين على المؤسسات الأكاديمية وضع ما يعرف بالخطة البحثية، بحيث تُطرح فيها، بوجه عام، أهم النقاط البحثية التي يجب الالتزام بها من جانب الباحثين الذين يبدون رغبةً في التسجيل لدرجة علمية لدى أحد الأقسام الأكاديمية، بحيث يختار فكرة أطروحته في ضوء هذه النقاط المقترحة بالخطة البحثية، وألا يحيد عن مسارها. وقد يفسر عدم موافقة بعض أفراد العينة وحياد البعض الآخر تجاه أهمية هذا المصدر من قبيل أن بعض الخطط البحثية ربما لم يتم إعدادها بدرجة كافية أو بشكل جيد، بحيث تواكب الاتجاهات الحديثة الحاصلة في مجال التخصص، أو أنه لم يتم تحديثها بعد انقضاء مدة زمنية معينة (خمس سنوات في الغالب)، أو أن أحد الباحثين لا يحب التقيد بخطة تلزمه بالعمل تحت مبحث تخصصي لا يوافق اهتماماته البحثية، أو غير ذلك من مبررات. وعمومًا، فقد تناول عماد عيسى في دراسة مستقلة له ^(١) هذه المسألة بشيءٍ من البسط، حيث يمكن الرجوع إليها لمزيد من التفاصيل.

والرأي الشخصي للباحث هنا أنه من الأنسب، بل الضروري وجود مثل تلك الخطط البحثية والعمل على تحديثها باستمرار، تماشيًا مع الخطة الاستراتيجية للمؤسسة الأكاديمية التي يتبعها الباحث العلمي، من أجل تحقيق أهدافها المنشودة في المجتمع. ولأنه لو ترك الأمر للباحث العلمي يعمل وفق ما يرى، دون انقياد بأصل الخطة والرجوع إليها، لوقع التكرار، ولربما وقع أيضًا التركيز على مجال بحثي دون آخر، وهذا جوهر المشكلة. علمًا بأن الخطط البحثية لا تقترح على الباحث العلمي التسجيل في موضوع بعينه إطلاقًا، وإنما تحدد له الإطار أو المجال الذي يمكنه العمل فيه، وعلى الباحث المجتهد أن يبدع في النقاط الفكرة الجيدة التي تناسب هذا الإطار أو غيره ضمن الخطة البحثية.



شكل (٣) مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية التي حظيت باتجاه "محايد"

^١ عماد عيسى صالح. (٢٠١١). الخطط البحثية لأقسام المكتبات والمعلومات: دراسة مسحية مقارنة مع التوجهات البحثية العالمية. *الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات*، ٧ (٣٦)، ١١٩-١٥٤.

١٤. مشروعات تخرج الطلاب:

إنه لا يجب أن يغفل المرء أهمية "مشروعات التخرج" التي يقوم عليها مجموعة من الطلاب الخريجين ضمن فريق عمل، والتي تكسب الطالب مهارة خاصة في ممارسة البحث العلمي بصورة عملية في المرحلة الجامعية الأولى، أو ربما في مرحلة الدراسات العليا، ضمن مقرر يسمى أحياناً بـ "قاعة البحث"، أو "مشروع التخرج"، بحيث يمكن لتلك المشروعات أن ينتج عنها المزيد من الأفكار العلمية الإبداعية، التي ربما لاحظها الطالب نفسه في هذه المرحلة، فيؤثر العمل عليها في المستقبل، أو قد يلاحظها الأستاذ المشرف على الطالب، فيطور هذه الفكرة في بحث مستقل له، أو حتى يقترح على الطالب تطوير هذه الفكرة في دراسة مستقلة. وعموماً، فقد أبدى أفراد العينة انطباعاً حيادياً فيما يتعلق بأهمية "مشروعات تخرج الطلاب"، مصدرًا لاستقاء الأفكار العلمية الإبداعية، وذلك بنسبة ٤١.٨%، بينما أبدى ٤٤ مبحوثاً بنسبة ٢٠% عدم موافقته على أهمية هذا المصدر المقترح، على غرار رفضهم لأهمية المصدر المتعلق باقتراح مجلس القسم العلمي، كما تقدم. وربما يعود السبب وراء ذلك أن تلك المشروعات قد لا تتحلى بقدر كبير من المنهجية العلمية المتبعة في الأبحاث العلمية المحكمة بالقدر المناسب، حيث إنها تتم في المرحلة الجامعية الأولى، وقد لا ترقى لمستوى الأبحاث العلمية المحكمة، كما أنها أقرب إلى التطبيق العملي المباشر من المعالجة المتأنية لإحدى المشكلات أو الظواهر الحاصلة في المجتمع.

وكذا تم الإجابة عن التساؤل الأول للدراسة؛ ما أبرز مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات عينة الدراسة من الباحثين العرب نحو استشارة تلك المصادر عند مستوى معنوية $(\alpha = 0.05)$ ؟

٣/١١ القسم الثالث: دوافع البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات:

يطرح جون ديكينسون Dickinson في كتابه المترجم إلى العربية " العلم والمشتغلون بالبحث العلمي في المجتمع الحديث" ^(١) وجهة نظر نقدية؛ تشير إلى أنه ومنذ منتصف القرن العشرين لم يعد أحد يتقبل، على مستوى الحكومات والمجتمعات، ممارسة البحث العلمي عموماً انطلاقاً من دافع حب الاستطلاع الفكري، وإنما يجب أن يخضع هذا الحب إلى نوع من التوجيه من جانب أطراف المجتمع، بحيث يحدث شكل من التوافق بين احتياجات الباحث العلمي ودوافعه وبين متطلبات المجتمع، وإن كان هناك بعض العوامل التي تتحكم في هذا الاقتراح؛ لعل منها ما يتصل بالمستوى الثقافي لأفراد المجتمع أنفسهم وطبيعة نتائج البحوث العلمية التي تمس الحياة اليومية للفرد بصورة مباشرة. يُفهم من هذا أن إبداع الأفكار العلمية الجديدة يجب أن يكون مرتبطاً بدافع ما، على درجة من الاعتبار والأهمية، بحيث لو طُرحت نتائج أحد المشروعات البحثية، فإنه يُفترض أن تحظى بقدر من القبول أو الترحيب من جانب أفراد المجتمع.

هذا، ويستند التحليل العلمي بهذا القسم إلى التوزيع التكراري المثبت بالجدول (5) والشكل (4) المصاحب، حيث يمثلان خلاصة ما تم إحصاؤه من استجابات أفراد العينة عن السؤال رقم [٨] بالفقرة الثالثة، تحت عنوان: "دوافع البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية". ولكن يجب الانتباه إلى أن هذا السؤال يعتبر من فئة الأسئلة متعددة الإجابات، بحيث يسمح للفرد الواحد اختيار أكثر من إجابة واحدة. وفيما يتعلق بنتائج الاختبار الإحصائي، في ضوء حساب قيمة مربع كاي ووفقاً لما هو مبين بالجدول (٥)، اتضح

^١ ديكينسون، ب. جون. (١٩٨٧). العلم والمشتغلون بالبحث العلمي في المجتمع الحديث؛ ترجمة شعبة الترجمة باليونيسكو. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. سلسلة عالم المعرفة؛ ١١٢. ص ١٧-١٨.

للباحث أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة، بشأن دوافعهم نحو البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$)؛ حيث إن قيمة χ^2 المحسوبة = 359.1818، وهي أكبر من قيمة χ^2 الجدولية = 16.91 بالطبع، ما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الدوافع التي أبدى المبحوثون انطباعهم نحوها. وفيما يلي تناول مركز لتلك الدوافع، والتعليق عليها من طرف الباحث:

١. شكلت "الإضافة الجديدة إلى المعرفة الإنسانية" دافعاً قوياً ومُبرِّراً لدى أفراد العينة نحو التفكير العلمي والتقاط الأفكار الجديدة، بنسبة 82.7%؛ ذلك أن الإبداع في مجال البحث العلمي يعني أن يرى الباحث الظواهر العادية بطريقة غير عادية، وأن يرى ما لا يراه الآخرون بطريقة غير مألوفة، بحيث يكون لديه بصيرة أو تبصر يفوق مرتبة البصر، كما وقع لإسحاق نيوتن حينما جال فكره في سبب سقوط الثمرة إلى الأرض وعدم صعودها، فاهتدى بدوره إلى قوانين الجاذبية الأرضية التي أحدثت أثراً بالغاً بعد ذلك في تطور علوم الطبيعة، مضيئاً بذلك شيئاً جديداً إلى المعرفة الإنسانية. إن الذي أثار فكر نيوتن في هذا الموقف إنما هي الظاهرة التي لاحظها على موعِدٍ قد فُدر، فجال بخاطره، وتداعت أفكاره تباغاً، ومن ثم قدم جديداً إلى المعرفة الإنسانية. ومن هنا، يحسن التنويه على الباحث العلمي الرشيد أن يسعى جاهداً وراء تقديم الأفكار الجديدة في أبحاثه العلمية، بحيث لا يبذل جهداً مبدولاً من قبل.

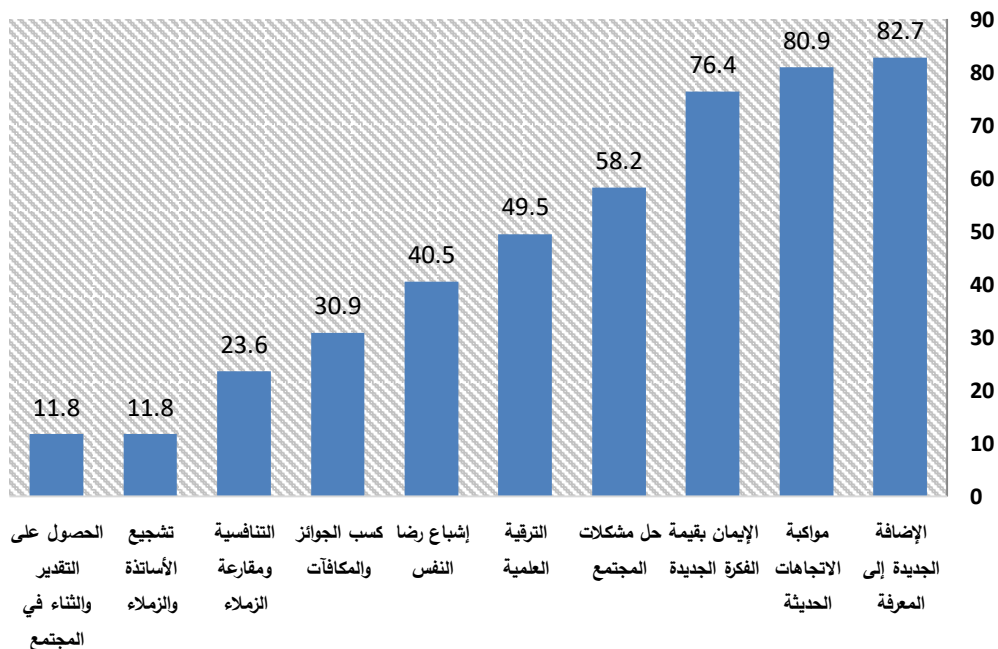
جدول (5) دوافع البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية- اختبار مربع كاي (*)

الدوافع	التكرارات	النسبة %	قيمة χ^2
١ الإضافة الجديدة إلى المعرفة الإنسانية	182	82.7	84.41099
٢ مواكبة الاتجاهات الحديثة	178	80.9	76.97194
٣ الإيمان بقيمة الفكرة الجديدة	168	76.4	59.87534
٤ حل مشكلات المجتمع	128	58.2	12.93206
٥ الترقية العلمية	109	49.5	2.652867
٦ إشباع رضا النفس	89	40.5	0.195485
٧ كسب الجوائز والمكافآت المالية	68	30.9	6.846498
٨ التنافسية ومقارعة الزملاء	52	23.6	18.2611
٩ تشجيع الأساتذة والزملاء	26	11.8	48.51778
١٠ الحصول على التقدير والثناء في المجتمع	26	11.8	48.51778
قيمة χ^2 المحسوبة = 359.1818			

- درجة الحرية $df = 9$ ؛
- قيمة χ^2 المحسوبة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$)؛
- قيمة χ^2 الجدولية = 16.91. [المصدر: جدول توزيع مربع كاي].

٢. احتل دافع "مواكبة الاتجاهات الحديثة" استجابةً كبيرة من جانب أفراد العينة، بلغت نسبتها نحو 80.9%؛ حيث يشهد مجال المكتبات والمعلومات من بين المجالات العلمية الجديد من الاتجاهات الحديثة، التي من شأنها أن تكون معيناً مثالياً لالتقاط الأفكار العلمية الإبداعية الجديدة. وتجدر الإشارة إلى أن هناك عدداً من التخصصات العلمية التي يمكن أن يفيد منها هذا المجال؛ سيما تقنيات المعلومات وتطبيقاتها، وعلوم الاجتماع والنفس والإعلام والعلوم الإدارية وغيرها، والتي تستقطب بدورها عدداً من الباحثين

الحريصين على الربط المنهجي بين اهتماماتهم البحثية في ذلك المجال وإحدى النظريات أو الأساليب العلمية المستندة إلى تلك العلوم الأخرى. كما أنه لا يوجد قيد يحكم الباحث، عمومًا، في أن يُلهم إحدى الأفكار البينية التي تربط بين أكثر من تخصص علمي واحد، بل إنه لو أقدم على ذلك لأصبح إبداعًا مستحسنًا ومرحبًا به في الوسط العلمي، بحيث ينضاف إلى رصيده من حسنات أو إسهامات.



شكل (4) دوافع البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية

٣. جاء دافع "الإيمان بقيمة الفكرة الجديدة" في المرتبة الثالثة بالنسبة لانطباع أفراد العينة نحوه، وذلك بنسبة ٧٦.٤%؛ حيث إن الإيمان بالشيء يعتبر دافعًا نحو تحقيقه يومًا ما. ويروي لنا تاريخ الاتصال العلمي قصصَ الكثير من العلماء الذين آمنوا بأفكارهم العلمية، بينما لقوا انتقاصًا لاذعًا من جانب الدولة والمجتمع، وربما انتهى الأمر لدى البعض منهم إلى الزج بهم في السجن أو القتل أو مصادرة أعمالهم العلمية، بسبب إيمان أصحابها بأفكارهم وتشبسهم بها. ومما يروى في ذلك أنه عندما صدر كتاب "رسول" من النجوم سنة ١٦١٠م، ليدون فيه عالم الفلك الشهير جاليليو خلاصة ملاحظاته الفلكية المهمة آنذاك، ما أثار اعتراض علماء اللاهوت، وترتب عليه محاكمته وتجريمه سنة ١٦٣٣م، وهو العام نفسه الذي تحفظ فيه ديكارت Descartes على نشر كتابه الموسوم "انسجام العالم"، حيث لم يصدر إلا بعد وفاته^(١). يفهم من ذلك وغيره أن الفكرة العلمية، وإن تعرض صاحبها للنقد والاضطهاد، فإنها قد تلقى سبيلها للنشر والإذاعة يومًا ما، في حياته أو بعد مماته، إذا كان لديه إيمانٌ حقيقيٌّ بفكرته تلك، وإذا كان له أتباعٌ من طلاب علم، يؤمنون به، ويحرصون على نشر أعماله والتعريف بها، وهذا ثابتٌ أيضًا في حق تراث علماء الحضارة الإسلامية عمومًا، دون الدخول في التفاصيل.

^١ نفليزي، ماريو. (٢٠١١). *الكتب الممنوعة*؛ ترجمة وفاء عبد الرؤوف البيه؛ مراجعة عز الدين عناية. أبو ظبي: هيئة أبو ظبي للثقافة والتراث. ص ٨٥، ٨٦.

٤. احتل دافع "حل مشكلات المجتمع" المرتبة الرابعة من حيث اهتمام أفراد العينة به، وذلك بنسبة قدرها ٥٨.٢%، إذ أنه دائماً ما تؤكد الخطط البحثية للجامعات وكتب مناهج البحث عموماً أن هدفاً أساسياً من أهداف البحث العلمي يتمثل في الدور الذي يلعبه مشروع البحث الجديد في خدمة المجتمع والكشف عن مشكلاته وتقديم الحلول الناجعة لها، بحيث يتم ربط البحث العلمي بأولويات المجتمع وتحدياته^(١)، وإلا ما كان للفكرة العلمية المقترحة وجه أهمية. وعلى الرغم من الاطمئنان إلى سلامة مقصد أفراد العينة فيما يتعلق بهذا الدافع خاصةً، إلا أن واقع البحث العلمي في مجال المكتبات والمعلومات على المستوى العربي يشهد عددًا من التحديات التي لا تتفق مع المقصد الحميد الكامن وراء ذلك الدافع المشار إليه، فكثيرًا ما يقف المرء على دراسات بحثية متنوعة، لا تمت بصلة إلى الواقع، ولا تهدف إلى رصد إحدى مشكلات المجتمع، والعمل على حلها بالفعل، إلا النذر اليسير. وليس من المناسب هنا ضرب أمثلة على ذلك، فربما خصصت هذه الفكرة المطروحة ذاتها في دراسة مستقلة.

٥. وفيما يتعلق بدافع "الترقية العلمية"، بلغت نسبة اتفاق أفراد العينة على أهميته نحو ٤٩.٥%. وربما ناسب هذا الدافع أعضاء هيئة التدريس، ممن يسعون إلى التدرج في السلم الأكاديمي، حتى يصلون إلى درجة الأستاذية بطبيعة الحال، وكذا أخصائيي المكتبات والمعلومات ممن يسعون أيضاً إلى الترقية لوظيفة إدارية أعلى. وفي الواقع، إن الدافعية نحو طلب الترقية العلمية أمرٌ محمودٌ لا ريب، ولكن يجب أن يكون مضبوطاً أيضاً بضوابط الاختيار الجيد للفكرة العلمية، بحيث لا يكون همُّ الواحد من الباحثين أن يسعى وراء الترقية لمجرد أنه يطلبها لمصلحة دنيوية أو ربما اجتماعية عاجلة، فيعجل في اختيار فكرة البحث، ويبدو مشتتاً، لا يحسن تحديد اهتماماته البحثية والعملية ابتداءً على الوجه الصحيح، ومن ثمَّ لا تتوافر لديه المؤهلات اللازمة لتكوين "مدرسة علمية" له في المستقبل، وإن نال ما نال من درجات أكاديمية وسمعة علمية.

٦. يظهر الشعور بالرضا لدى الباحث العلمي حينما ينشر ورقة بحثية، أو يساهم بفكرة إبداعية جديدة، تضيف إلى المعرفة الإنسانية في مجال اهتمامه. وقد أعرب عددٌ من أفراد العينة عن أن "إشباع رضا النفس" يعتبر دافعاً لهم نحو المزيد من العطاء، وذلك بنسبة ٤٠.٥%. ويؤكد جارفي وجود مزيج من العوامل النفسية والاجتماعية التي تتراوح ما بين المتعة الجمالية الناتجة عن تسجيل الباحث العلمي اكتشافات جديدة، أو إبداع معلومات غير مسبوقة من جهة، وبين المطالب العلمية، بحيث يحظى عمله العلمي بالنشر في إحدى الدوريات العلمية، من أجل دعم مكانته المهنية والاقتصادية من جهة أخرى^(٢). وكل ذلك من شأنه أن يحقق للباحث نفسه مزيجاً من القناعة والرضا عن النفس، وهذا من عاجل بشري الباحث العلمي المجتهد، ومن الثمرات المعنوية الخفية لممارسة البحث العلمي، والتي لا يدرك لذتها وكُنْهها إلا من هو دائم الصلة بتلك الممارسات أو الأنشطة العلمية. رغم ذلك، فإن إشباع رضا النفس الإنسانية غاية يجب ألا تكون مقصودة لذاتها أي إرضاء الأنا (الذات)؛ بمعنى أن دافعية الباحث العلمي نحو التفكير واختيار الفكرة العلمية الجيدة والعمل على دراستها، لا يجب أن تقف عند مجرد حصول الرضا لديه، وإنما خدمة العلم والإضافة إلى المعرفة الإنسانية في مجال اهتمامه هي الغاية البعيدة، فضلاً عن دعم مقومات ازدهار المؤسسة الأكاديمية التي ينتسب إليها. ويجمل بالباحث أن يذكر هنا ما جادل أورني Orne من أجله، حين قال- ناصحاً الباحث العلمي-^(٣):

١ حشمت قاسم. (٢٠٠٧). البحث العلمي بين التخطيط والتفويض: قراءة في خطة جامعة القاهرة الخمسية للبحث العلمي. دراسات عربية في المكتبات وعلم المعلومات، ١٢ (٢)، ص ١٥٧.

٢ جارفي، وليم. د. (١٩٨٣). مرجع سابق. ص ٥٤.

3 Orne, M.T. (1981). The why and how of a communication to the literature. International Journal of Clinical and Experimental Hypnosis, 29 (1), p 4.

"أود أن أحتك على الكتابة العلمية، لا لأجل أن ذلك أمرٌ جيد، وليس لأنه من المفيد أن ترى اسمك مطبوعاً، ولا حتى أنها تعبر عن عضويتك الكاملة في المجتمع البحثي، وإنما لأنك سوف تتعرف على التخصص الذي يمكنك أن تساهم فيه".

٧. حظي دافع "كسب الجوائز والمكافآت المالية" بمرتبة متأخرة، حيث أبدى أفراد العينة اهتمامهم بهذا الدافع بنسبة تكرر بلغت ٣٠.٩%. ولا شك أن في هذا الدافع العديد من المصالح، التي منها ما يعود على الباحث العلمي نفسه، ومنها ما يرفع من قيمة المؤسسة التي يعمل بها، لا سيما وأن التصنيف العالمية للمؤسسات الأكاديمية تضع في حساباتها- حال تقييم الجامعات والمراكز البحثية- معيار "الجوائز العلمية" التي تم منحها لأحد الباحثين المنتسبين لهذه المؤسسة أو تلك. وفي ضوء هذه المناقشة أيضاً، يؤكد روشكا أن من الأمور الهامة في عملية الإبداع العلمي ما يتعلق بالمكافآت المادية والمعنوية ^(١) التي تلعب دوراً كبيراً في دعم البحث العلمي وتحفيز الباحثين أنفسهم. وفيما يتصل بمجال المكتبات والمعلومات في العالم العربي، هناك عددٌ من الجوائز العلمية التي يتوقف كسبها أو الفوز بها على ما يقدمه الباحث العلمي من إنتاج علمي غير مسبوق في موضوع الجائزة. ومن الطريف أن ثمة أطروحة ماجستير، قيد البحث، تتعرض لهذه المسألة بشيء من البسط والمعالجة العلمية ^(٢).

٨. جاء دافع "التنافسية ومقارعة الزملاء" في مرتبة متأخرة من حيث انطباع أفراد العينة تجاهه، وذلك بنسبة قدرها ٢٣.٦%، رغم أنه لا غرو أن التنافس العلمي الشريف بين الباحثين يعتبر ظاهرة مقبولة في الوسط العلمي، طالما أنها تحمل كل باحث على الجد والكد والاجتهاد وتحقيق قصب السبق في مجال تخصصه، فقد كان المفكرون المسلمون يميلون كثيراً إلى إظهار تفوقهم الفكري على معاصريهم، ومن سبقهم من علماء ^(٣). وما المناظرات العلمية التي شهدتها الحضارة العربية الإسلامية في مختلف مناحي المعرفة الإنسانية من ذلك بعيد، ولعل من أشهرها مناظرات ثعلب والمبرد في مجال النحو، كما ألف العلماء كتباً، هدفها في الأصل أن تحض كتباً أو آراءً أخرى؛ لدوافع تنافسية أو عقائدية أحياناً، مثل قصة تأليف كتاب "تهافت التهافت" لابن رشد (٥٢٠-٥٩٥ هـ) في الرد على الغزالي (٤٥٠-٥٠٥ هـ) في كتابه الشهير "تهافت الفلاسفة"، لياثي ابن تيمية (٦٦١-٧٢٨ هـ) ليضع كتابه "نقض المنطق"، في صورة جمالية معبرة عن حالة التلاحق الفكري بين العلماء عبر الزمان، وهي ظاهرة جديرة بالدرس والبحث في عمل مستقل.

إذاً، كان الدافع متعلقاً بالتنافس ومقارعة الزملاء أو الأقران، لإظهار الحق من وجهة نظر صاحبه. ولا بأس في هذا السلوك الإنساني، ما لم يترتب عليه أي تجاوز من كتم علم، أو انتحال فكرة، أو سرقة علمية، أو، إدعاء كاذب، أو نحوه. وفي سياق الحديث عن دافع التنافسية ومقارعة الزملاء، يحسن أن يضرب الباحث مثلاً لحادثة علمية تؤكد أهمية هذا الدافع وأثره؛ فقد حدث أن التقى كلٌ من توماس إديسون ونيكولا تسلا في العام ١٨٨٤م، ليعرض الأخير على الأول صفقة حول تقنية كهربية مبتكرة. وبدلاً من تقدير اختراع تسلا المبتكر، ارتكب إديسون أكبر غلطة في حياته؛ حينما حاول أن يُفشل هذا الاختراع، ويحبط محاولات المخترع الصغير، مستخدماً بعض حيله في ذلك. ولكن، بحلول عام ١٨٨٨م، عثر تسلا على ممول آخر لمشروع اختراعه، ليعقد الصفقة معه. وبنهاية القرن التاسع عشر الميلادي،

١ روشكا، ألكسندرو. مرجع سابق. ص ٩٩.

٢ ياسمين أحمد فريد. (٢٠١٣، قيد البحث). دور الجوائز العلمية في تميز بحوث أعضاء هيئة التدريس: قطاع المكتبات والمعلومات نموذجاً؛ إشراف ثناء إبراهيم فرحات ومشاركة مشيرة أحمد صالح. جامعة عين شمس- كلية الآداب- قسم المكتبات والمعلومات. (أطروحة ماجستير مسجلة).

٣ رزونتال، فرانز. (١٩٦١). مناهج العلماء المسلمين في البحث العلمي؛ ترجمة أنيس فريجة؛ مراجعة وليد عرفات. بيروت: دار الثقافة. ص ١٣٩.

حقق اختراع تسلا انتصاراً عظيماً، وأصبحت التقنية الكهربائية الجديدة معتمدة في كافة أرجاء الولايات المتحدة^(١).

٩. كشف التحليل الإحصائي عن دافعين، حظيا بنفس التكرار من جانب عينة الدراسة، وهما كلٌّ من: "تشجيع الأساتذة والمعلمين" و"الحصول على التقدير والثناء في المجتمع"، حيث بلغت نسبة تكرار كلٍّ منهما نحو ١١.٨%. ويبدو أن هذين الدافعين مرتبطان بالأثر النفسي التي يقع لدى الباحث العلمي، حينما يلقى تشجيعاً أو ترحيباً بفكرته العلمية الجديدة من قبل أساتذته وزملائه، أثناء عمله عليها، وما يلقاه أيضاً من تقدير وثناء من جانب المجتمع البحثي، بعد فراغه من إنجاز فكرته. وهنا يجادل جارفى حول أهمية هذا الدافع؛ حيث يرى أنه عادةً ما يحرص الباحث العلمي على رسم مسار جهوده البحثية الجارية، من أجل إحراز الاعتراف الاجتماعي من جانب الأقران، نتيجة تحقيق إسهام علمي مناسب^(٢). ويتصور الباحث أن هذين الدافعين على درجة كبيرة من الأهمية، ذلك أن تشجيع الأقران والأساتذة وترحيب المجتمع من شأنه أن يحمل الباحث نفسه على مزيد من الإيمان بفكرته وأهميتها، بحيث يعمل بجد وكد على إنجاز مهامه البحثية باقتدار وثقة. وهذا ما لم تنتبه إليه الكنيسة والمجتمع الكنسي في أوروبا، أبان العصور الوسطى، حيث كانت تحارب كل ما يمت بصلة إلى الفكر والعلم والإبداع- كما تعلم-، في الوقت الذي كان المسلمون يدعمون الأفكار العلمية الإبداعية وأصحابها، ويفتحون على الثقافات الأجنبية المختلفة، قراءة وترجمةً ونشرًا.

١٠. وأخيراً، يحسن بالقارئ المتأمل أن يبصر أن الدوافع العشرة التي حملت أفراد العينة نحو التفكير والنقاط الأفكار العلمية الإبداعية الجديدة إنما تنقسم إلى قسمين من منظور فلسفي؛ أولهما: دوافع المصلحة العامة، وثانيهما: الدوافع البراجماتية النفعية. واتضح أن دوافع المصلحة العامة قد احتلت المراتب الأربع الأولى، لتشمل كلاً من: "الإضافة الجديدة إلى المعرفة الإنسانية"، و"مواكبة الاتجاهات الحديثة"، و"الإيمان بقيمة الفكرة الجديدة"، و"حل مشكلات المجتمع"، ما يعكس حرص الباحث العلمي العربي على خدمة مجتمعه والإضافة إلى تخصصه، بينما تأخرت الدوافع البراجماتية النفعية لتأتي في المراتب الدنيا، حيث إنها تدور حول ما يحصله الفرد لنفسه من جراء ممارسة البحث العلمي، لا سيما هذه الدوافع: "الترقية العلمية"، و"التنافسية ومقارعة الزملاء"، و"الحصول على التقدير والثناء في المجتمع"، و"إشباع رضا النفس"، و"كسب الجوائز والمكافآت المالية". وهي وإن كانت منفعة خاصة بالمقام الأول، إلا أن بعضها قد يسهم، من باب آخر، في رفع قيمة المؤسسة التي ينتسب إليها أحد الباحثين، كما هو الحال بالنسبة للجوائز العلمية على سبيل المثال.

وكذا تم الإجابة عن التساؤل الثاني للدراسة؛ وهو: ماذا عن دوافع الباحثين العرب عينة الدراسة نحو البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تلك الدوافع عند مستوى معنوية $(\alpha = 0.05)$ ؟

٤/١١ القسم الرابع: معوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات:

يحلل الباحث في هذا القسم استجابات أفراد العينة عن السؤال رقم [٩] بالفقرة الرابعة تحت عنوان: "معوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية". ويعد هذا السؤال من فئة الأسئلة متعددة الإجابات، بحيث يسمح للفرد الواحد اختيار أكثر من إجابة واحدة. ويستعرض الجدول (٦) والشكل (٥) المصاحب التوزيع

١ فييتسواران، فيجاي. ف. (٢٠٠٥). الطاقة للجمع: كيف ستغير ثورة الطاقة أسلوبنا في الحياة؛ ترجمة إيهاب عبد الرحيم، ومراجعة عاطف أحمد. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. سلسلة عالم المعرفة؛ ٣٢١. ص ص ٣٠-٣١.
٢ جارفى، وليم. د. (١٩٨٣). مرجع سابق. ص ص ٥٣-٥٤.

التكراري لاستجابات أفراد العينة حول تلك المعوقات. وفيما يتعلق بنتائج الاختبار الإحصائي في ضوء حساب قيمة مربع كاي، وفقاً لما ورد بالجدول (٦)، اتضح للباحث أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة بشأن معوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية، عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$)؛ حيث إن قيمة χ^2 المحسوبة = 76.68، وهي قيمة أكبر من قيمة χ^2 الجدولية = ١٨.٣٠، ما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المعوقات التي أبدى المبحوثون انطباعهم تجاهها، على النحو المذكور، مفصلاً، بالفقرات التالية:

١. أكد أفراد العينة بنسبة ٦٤.٥% أن "ضغوط العمل" تعد من أبرز المعوقات التي تحول دون التفرد للتفكير الإبداعي في المشكلات البحثية الجديدة في مجال اهتمامهم. وربما صدق هذا الحال بالنسبة لأعضاء هيئة التدريس ممن يقع على عاتقهم المزيد من الأعباء الوظيفية والإدارية المختلفة^(١)، كما أن أخصائيي المكتبات ربما تعرضوا لضغوط عمل بمؤسسات المعلومات التي يعملون بها^(٢)، ما يصرفهم أحياناً عن ممارسة النشاط العلمي، فضلاً عن إطلاق العقل فيما وراء الأفكار العلمية الإبداعية الجديدة. وإن كان الباحث ليرى أن ممارسة المهنة عن قرب ربما ساعد الباحث العلمي على التقاط الفكرة العلمية من واقعها وبيئتها، بحيث تعكس هذه الفكرة ظاهرة أو مشكلة ما سائدة في المجتمع الذي يعايشه المرء بالفعل^(٣)، وليس أحد أقدر على ملاحظة هذه الظاهرة إلا من هم على دراية بأعباء المهنة وهمومها، ومن ثم اكتشاف الكثير من القضايا التي تعد محلاً ثرياً للنقاش والمناظرة.

جدول (٦) معوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية- اختبار مربع كاي^(*)

المعوقات	التكرارات	النسبة %	قيمة χ^2
١ ضغوط العمل	١٤٢	٦٤.٥	21.29066225
٢ عدم توافر الدعم المادي المناسب	١٣٣	٦٠.٥	13.68014901
٣ عدم اكتراث المجتمع بأهمية الفكرة الإبداعية	١١٧	٥٣.٢	4.28942053
٤ التساهل والعجلة في اختيار مشكلة الدراسة	١٠٣	٤٦.٨	0.418559603
٥ عدم التمرس بالبحث العلمي	١٠١	٤٥.٩	0.196705298
٦ عدم مواكبة الاتجاهات الحديثة	٩٣	٤٢.٣	0.137102649
٧ الأزمات الاجتماعية والسياسية	٨٨	٤٠.٠	0.772450331
٨ الفتنور والكسل	٨٤	٣٨.٢	1.653245033
٩ إهدار الوقت في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي	٨٣	٣٧.٧	1.925182119
١٠ افتقار التخصص إلى النظريات العلمية	٧٣	٣٣.٢	5.782798013
١١ ضعف الثقة بالنفس	٤٦	٢٠.٩	26.53569536
قيمة χ^2 المحسوبة=			76.68

- درجة الحرية $df = 10$ ؛
- قيمة χ^2 المحسوبة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$)؛
- قيمة χ^2 الجدولية = ١٨.٣٠. [المصدر: جدول توزيع مربع كاي].

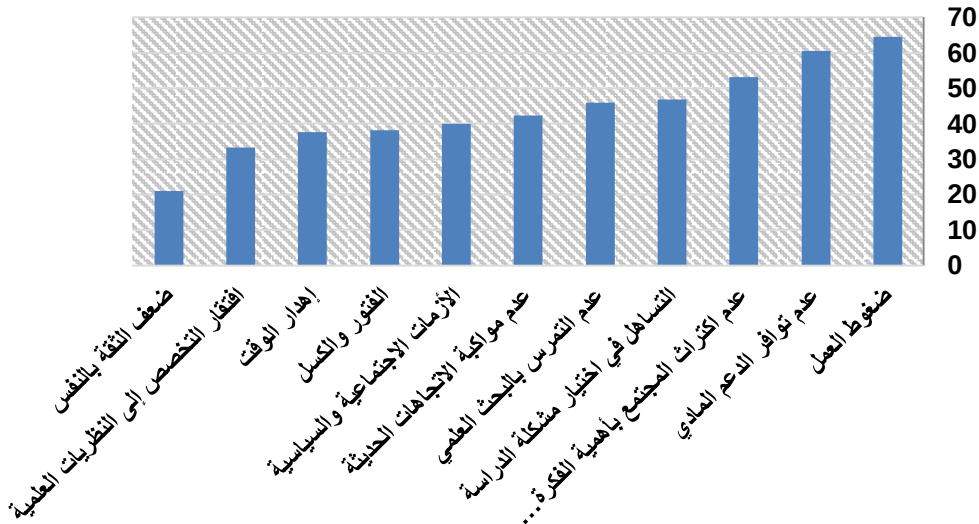
^١ نضال الحوامدة. (٢٠٠١). أثر مصادر ضغط العمل على مستوى الضغط المدرك لدى أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية الخاصة. مجلة النهضة، جامعة القاهرة، ٦، ص 34-69.

^٢ ثناء إبراهيم فرحات. (٢٠٠٦). ضغوط العمل المهنية في المكتبات الجامعية: دراسة ميدانية على العاملين في مكتبات كليات جامعة عين شمس (١). دراسات عربية في المكتبات وعلم المعلومات، ١١ (٢)، ص ٧٧ - ١٠٧.

^٣ Zakaria, M. SH. (201٠). Scholarly Productivity of Arab Librarians in LIS Journals from 1981 to 2010: An Analytical Study. IFLA Journal, 41 (1), 70-79.

٢. أعرب ٦٠.٥% من أفراد العينة عن قلقهم بشأن "عدم توافر الدعم المادي المناسب"، وأنه من أبرز التحديات التي تحول دون الاهتمام باستقاء الأفكار العلمية الإبداعية رأساً، فطالما أنه لا يوجد دعم مالي أو مادي لتنفيذ الفكرة المقترحة، فلا داعي إذاً من بذل المزيد من الجهد الذهني في استحضار مثل تلك الأفكار أو غيرها. ولكن هذه النظرة تبدو سلبية بعض الشيء، إذ يجب على الباحث العلمي أن يؤمن بفكرته، وإن لم يجد الدعم المناسب لتنفيذها، ولو اتفق أن جل الباحثين أو كلهم تبنوا هذا السلوك، لما قام للبحث العلمي في الأمم والمجتمعات قائمة.

٣. ومن التحديات التي يحسن أن تُلحق بالتحدي المذكور آنفاً، ما يتعلق بـ "عدم اكتراث المجتمع بأهمية الفكرة الإبداعية"، حيث يشكل الدعم المعنوي من جانب المجتمع - بكافة أطيافه- هنا عاملاً مؤثراً في شعور الباحث العلمي بقيمته وقدرته على التفكير الإبداعي واستقاء الأفكار العلمية الإبداعية المفيدة، وما تكون عليه أفكاره من أهمية وواقعية. وقد أكد أفراد العينة بنسبة ٥٣.٢% خطورة هذا التحدي الذي قد يحمل البعض على ترك البحث العلمي بالكلية. ومما يؤثر عن أفلاطون Plato في هذا قوله الشهير: "من يكن مكرماً في بلد ما، فسيكون إنتاجه لهذا البلد"، وهذا ما يفسر ظاهرة العقول المهاجرة أو هجرة العلماء أو تسرب العقول Brain Drain الذين لم يجدوا في بلادهم أرضاً خصبةً لتنفيذ مشروعاتهم العلمية وأفكارهم الإبداعية، فاتخذوا الهجرة سبيلاً إلى الدول المتقدمة التي تقدر البحث العلمي والإبداع، بحيث لا يقف الأمر عند مجرد تقديم الدعم المعنوي والمادي لهؤلاء الباحثين وحسب، وإنما هناك ما يدعو إلى إصرارهم على البقاء بتلك الدول، حيث تتوفر البيئة المناسبة التي يشعر فيها العالم بقيمته وقدرته على تحقيق الذات، بصرف النظر عن التطلعات المادية المجردة ^(١). وعلى أي حال، فقد تناول انطونيوس كرم، بتفصيل، بعض ما تعلق بظاهرة هجرة أو نزيف العقول، في أحد فصول كتابه: "العرب أمام تحديات التكنولوجيا" ^(٢)، حيث يمكنك الرجوع إليه لمزيد من المعلومات.



شكل (٥) معوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية

^١ فؤاد زكريا. (١٩٧٨). التفكير العلمي. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. سلسلة عالم المعرفة؛ ٣. ص ٢٢٢.
^٢ انطونيوس كرم. (١٩٨٢). العرب أمام تحديات التكنولوجيا. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. سلسلة عالم المعرفة؛ ٥٩. ص ١٦٥.

٤. ومن المعوقات التي تمنع التقاط الأفكار العلمية الإبداعية الجديدة في التوقيت المناسب ما يتعلق بـ "التساهل والعجلة في اختيار مشكلة الدراسة" بنسبة ٤٦.٨% من جانب بعض الباحثين. لسبب أو لآخر، قد يجعل الباحث العلمي في اختيار فكرة مشروع بحثه، فيخلط حينئذ بين أمور كثيرة؛ فربما اختار مشكلة بحثية كبيرة لا يمكن لفرد واحد العمل عليها، أو قد تكون مشكلة دراسته ضيقة جدًا يستحيل درستها، أو لا تعبر بالفعل عن إشكالية مطروحة في المجتمع، وبالطبع قد يكرر بحثًا أعد من قبل، وهو لا يدري، وغير ذلك من احتمالات تُنبأ عن كونه تعجل في اختيار مشكلة دراسته منذ البداية. كل هذا يؤكد أنه لم يهتم بمراجعة الإنتاج الفكري في مجال تخصصه، وقد تبين من قبل أن البحث في الإنتاج الفكري يعد مصدرًا هامًا للتقاط الفكرة العلمية أو حتى الاطمئنان إلى كونها غير مسبقة لم تدرس من قبل، أو أنه- بوجه عام- لم يطرق أي مصدر من المصادر المشار إليها بالقسم الثاني، كما تقدم. هذا، وتؤكد كوكس COX، بعد دراستها سير عينة من النابغين، أهمية المثابرة وعدم التعجل في سبيل تحقيق الإبداع لدى الفرد، حيث تقول: "إن الذكاء المرتفع لا المرتفع جدًا، مع درجة عالية من المثابرة يحققان الإبداع أكثر مما لو كان الذكاء مرتفعًا جدًا مع درجة منخفضة من المثابرة"، حيث استنتجت أن الذين حققوا إنجازات عظيمة ومميزة لا يتسمون بالاستعدادات العقلية (الذكاء) فحسب، وإنما يتسمون أيضًا بالدافعية القوية والجهد والثقة بالنفس^(١).

٥. أشار عددٌ من أفراد العينة بنسبة ٤٥.٩% إلى أن "عدم التمرس بالبحث العلمي" يعتبر تحديًا أمام الباحث العلمي، حينما يحاول التفكير بشأن التقاط الفكرة العلمية الجديدة، ولا شك أن هذا التحدي مرتبط أيضًا بالخبرة البحثية التي يتمتع بها الباحث العلمي طيلة حياته، حيث إن هناك علاقة طردية بين كلٍّ من الخبرة البحثية من جهة والقدرة على اختيار الفكرة العلمية الجيدة من جهة أخرى؛ إذ تتوافر لدى الفرد ذي الخبرة البحثية مهارة أو ملكة خاصة، تساعد على حسن اختيار الفكرة المناسبة من بين جملة الأفكار المطروحة. رغم ذلك، إلا أنه ليس شرطًا دائمًا أن يتوقف الاختيار الجيد للفكرة العلمية على ما لدى الفرد نفسه من خبرات بحثية، فربما تدخلت هنا عدة عوامل أخرى، كالمصادفة مثلاً. أقول: إن ومضة الإبداع التي وقعت لإسحاق نيوتن، حال تفكره بسبب سقوط الثمرة إلى الأسفل، إنما حدثت له من قبيل الملاحظة الجيدة للظاهرة وإطلاق العقل في التأمل فيما ورائها، من غير أن تكون الخبرة البحثية الطويلة شرطًا لحصول تلك الومضة لدى نيوتن، أو لدى غيره من النابغين والمبدعين، وقد تقدم حديث الباحث من قبل عن العلاقة بين كلٍّ من العمر والقدرة على التفكير الإبداعي، حيث تبين أنه ليس من شرط أن يرتبط الإبداع ببلوغ قدر معين من العمر، وقد سقت بعض النماذج الدالة على ذلك، فليرجع إليها في موضعها من الإطار النظري أعلاه.

٦. يعتبر "عدم مواكبة الاتجاهات الحديثة في مجال التخصص" واحدًا من المعوقات التي أكدها بعض أفراد العينة بنسبة ٤٢.٣%. ذلك أن مواكبة الاتجاهات الحديثة من شأنه أن يجعل الباحث العلمي مطلعًا على كل ما يجد على الساحة من أفكار جديدة، ربما ساحت له الفرصة التقاط بعضها. وبالطبع، لو عاش أحدهم منعزلًا عن متابعة مثل تلك الاتجاهات والوقوف عليها، لما تسنى له الخروج بفكرة علمية مبتكرة، ولبات يلث خاليًا وراء أفكار قديمة، عفى عليها الزمان. ولا ريب أن المشاركة في المؤتمرات والندوات العلمية محليًا وعالميًا وكذا حضور السيمينارات العلمية- وهي ضربٌ من الاتصال العلمي، كما تعلم-، من شأنه أن يجعل المرء واقفًا على الاتجاهات الحديثة في مجال تخصصه، ما يؤكد أهمية المصدر الذي سبق الإشارة إليه آنفًا بالقسم الثاني حول المشاركة في اللقاءات العلمية بوجه عام.

¹ Miles, Catharine Cox. (1934). Influence of Speed and Age on Intelligence Scores of Adults. *The Journal of General Psychology*, 10 (1), 208-210.

٧. إن "الأزمات الاجتماعية والسياسية" التي يمر بها المجتمع العربي تعد من جملة التحديات الخطيرة التي أشار إليها أفراد العينة بنسبة ٤٠%. ذلك أن الباحث العلمي يحتاج إلى بيئة آمنة مطمئنة، توفر له جواً مناسباً من الهدوء، كي يخلو بفكره متأملاً باحثاً عن الفكرة الإبداعية الجديدة. ولكن حصول ذلك لا يكون إطلاقاً والحالة هذه، حينما يعيش الباحث في مجتمع يعج بالمزيد من الاضطرابات والقلق على الساحة الاجتماعية والسياسية. ولا ريب— من وجهة نظر الباحث وعلى سبيل المثال— أن ثورات الربيع العربي التي اندلعت منذ مطلع ٢٠١١ قد باتت فسادها أبرز للعيان مما حققته من إصلاحات على كافة المستويات، بحيث ألحقت الخراب المادي والاجتماعي والنفسي إلى فئة كبيرة من الباحثين العرب، سيما من التقى قدرهم جغرافياً بأماكن وقوع هذه الثورات، وبخاصة بعض بلاد الهلال الخصيب وليبيا واليمن، حتى هذه اللحظة، فكانوا إلى المضرة والتألم أقرب. فكيف بإمكان المرء على هذا الحال أن يبدع ويطلق لعقله العنان، ملتقطاً فكرة إبداعية أو نحو ذلك؟!، بينما يبدو في الحقيقة منكباً على تضميد جراحه ومراقبة ما حلّ به وبمجتمعه من نكباتٍ وخرابٍ!، حتى أصبح مقتنعاً بأن البحث العلمي صار ترفاً فكرياً، لا ينشغل به إلا المترفون!.

ولكن، في معرض حديثه عن مرحلة النضوج العلمي التي يصل إليها الباحث العلمي، حينما يبدع اكتشافات جديدة تجعل منه رائداً علمياً في مجال تخصصه، يذكر جلال غندور أن التحديات العلمية وطموحات التغلب عليها لها أثر عظيم في توليد الأفكار العلمية الجديدة، بحيث لا يكون التحول الذي يطرأ على الباحث ليصير عالماً وليد الصدفة^(١). وهذا ما يؤكد أيضاً ما ذهب إليه الباحث في معرض حديثه عن عامل "المصادفة" مصدرًا لاستقاء الأفكار العلمية الإبداعية.

٨. احتج بعض أفراد العينة بنسبة ٣٨.٢% بأن "الفقر والكسل" يعتبر معوقاً أمام التفرد للنتائج الأفكار العلمية الإبداعية. وإنما استخدم الباحث هنا لفظة "احتج"، على سبيل الاستنكار لما عليه البعض من فتور ودعة، رغم توافر مستلزمات البحث العلمي لدى الكثير؛ من تقنيات حديثة وإتاحة حرة لمصادر المعلومات، فلا توجد معاناة في الحصول على المعلومات، إلا أن يبقى التكاسل مهيمناً على شخصية الباحث العلمي، فلا يصبح منتجاً أي فكرة جديدة. ولو أن أحدهم اطلع على سير علماء الحضارة الإسلامية الموسوعيين لتبين له أنهم لم يألوا جهداً في الكتابة العلمية، حتى زحرت أرفف المكتبات الإسلامية بالعديد من المصنفات في كافة فنون المعرفة الإنسانية، رغم المعاناة التي تكبدها في الحصول على أدوات الكتابة آنذاك.

٩. يعد "إهدار الوقت في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي" أحد المعوقات التي تزج بعض أفراد العينة بنسبة ٣٧.٧%، فقد حظيت مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة من اهتمام الفرد، بحيث باتت تأخذ حيزاً كبيراً من وقته. ولو أن باحثاً ما انساق وراء متابعة هذه المواقع طيلة يومه، لما وجد وقتاً للتفكير في مشكلة أو ظاهرة ما يدرسها. هذا، على الرغم مما أثبتته الباحث أعلاه في سياق الحديث عن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لاستقاء الأفكار العلمية الإبداعية، حيث إن المقصود حفظ الوقت وعدم إضاعته، لأنه من الممكن للمرء إنفاق وقته عبر شبكات التواصل الاجتماعي في غير مصلحة علمية مقصودة، وقد لا يترتب على زيارته المتكررة لتلك المواقع إلا الملل والاكتئاب والعزلة المجتمعية أو الاغتراب الاجتماعي، وغيرها من الظواهر السلبية الناجمة عن متابعة تلك المواقع بغير وعي.

١٠. قليلون هم من يرون (بنسبة ٣٣.٢%) أن "افتقار التخصص إلى النظريات العلمية" يعتبر عائقاً أمام الإبداع الفكري. والرأي— من وجهة نظر الباحث— أن مجال المكتبات والمعلومات يفتقر إلى النظريات العلمية التي يمكن أن ينطلق منها الباحث العلمي، بحيث تكون النظرية العلمية سنداً له، يرتكز إليها حال

^١ محمد جلال غندور. (٢٠٠١). تطور المنظور العلمي لدى الباحثين الأكاديميين وتأثيره على إنتاجهم الفكري: (١) مجال علوم المكتبات والمعلومات. مجلة المكتبات والمعلومات العربية، ٢١ (٤)، ص ٩٠-٩١.

دراسة الأفكار العلمية الإبداعية الجديدة، كما هو الحال في تخصصات علمية جديدة بالاحترام في قطاع العلوم الاجتماعية والإنسانيات خصوصاً؛ مثل علوم الاجتماع والنفس وعلوم الاتصال والإعلام والتاريخ والأنثروبولوجيا وغيرها، وإن كان علم المعلومات نفسه يعتبر مجالاً حرياً بالتنظير والبحث من أوجه عدة، وذلك من منطلق تعامله مع ظاهرة المعلومات؛ إنتاجاً وتجهيزاً وإثابة وإفادة. وربما يعود هذا الفقر في الأطر التنظيرية، عمومًا، إلى أسباب منها: أن مجال المكتبات والمعلومات يعتبر مجالاً علمياً بينياً Interdisciplinary، يفيد من أكثر من تخصص علمي واحد ويرتبط به، ولكن هذا السبب أدعى إلى التأثير بتلك المجالات ومحاولة توظيف أو اقتباس بعض النظريات الثابتة لديها، بحيث تتخذ قالباً جديداً في هذا التخصص، ما يمكن أن يؤدي إلى تلاقي الأفكار العلمية وميلاد علوم أو تخصصات بينية جديدة^(١). ومن الأسباب أيضاً: ما يتعلق بقلّة الباحثين والعلماء المثابرين، الذين يمكنهم التفرغ كثيراً من أجل تلك الغاية، فيضعون عملاً علمياً متكامل الأركان، يقدم التخصص في إطاره التنظيري، وإن كانت بعض كتب المقدمات أو المداخل قد قامت بجزء من هذا الدور الكبير. إن توافر النظريات العلمية يساعد الباحث عمومًا على النقاط الفكرة العلمية الجديدة، وذلك بعد أن تترسخ لديه هذه النظرية أو تلك ويقروها جيداً، بحيث يكون لدينا في النهاية مدارس علمية، تقوم في الأصل على تلك النظريات.

١١. أشار قلّة من أفراد العينة بنسبة ٢٠.٩% إلى أن "ضعف الثقة بالنفس" يعتبر عائقاً أمام قدرتهم على التفكير بطريقة إبداعية. وربما ارتبط القلق تجاه هذا التحدي بفئة صغار الباحثين، ممن لم يزالوا في مقتبل حياتهم البحثية خصوصاً. ولكن هذا العائق يتنافى بالطبع مع الخصال التي يجب أن يتحلى بها الباحث العلمي من مثابرة ورباطة جأش، ومتى فُقد عنصر الثقة من المرء فإنه لا يجب وصفه حينها بأنه باحث! وربما ارتبط ضعف الثقة بالنفس حيال استقاء الفكرة العلمية لدى البعض من جهة أن أحدهم لا يثق بما يقدمه من أفكار جديدة، بل قد يخشى أن تُقابل بالرفض من جانب المجتمع، وقد يكون ذلك نتيجة لتجربة أو أكثر من تجربة واحدة، تعرض فيها أحد الباحثين للنقد اللاذع من جانب أفراد مجتمعه، أو أنه لم يجد من يقدره ويدعمه معنوياً، فضلاً عن تقديم الدعم المادي له. فرجع الكلام مرةً أخرى إلى التحدي الخاص بـ "عدم اكتراث المجتمع بأهمية الفكرة الإبداعية"، والمشار إليه آنفاً. ولتفادي خطورة هذا التحدي، قد يكون مناسباً للباحث العلمي أن يؤمن بهدفه الذي يسعى إلى تحقيقه، فضلاً عن امثال بعض الدوافع المشار إليها بالقسم الثالث، كما تقدم، لا سيما كلاً من: إشباع رضا النفس، والإيمان بقيمة الفكرة الجديدة، والتصدي لمشكلات المجتمع ومحاولة حلها، وغير ذلك من دوافع، يمكن استحضارها بحسب كل موقف يمر به الباحث.

وكذا تم الإجابة عن التساؤل الثالث للدراسة؛ ما المعوقات التي تواجه عينة الدراسة من الباحثين العرب حال استقائهم الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تلك المعوقات عند مستوى معنوية $(\alpha = 0.05)$ ؟

١٢. خاتمة الدراسة:

إن مسألة اختيار الفكرة العلمية الجيدة تشكل أمراً مهماً للغاية في منظومة البحث العلمي في مجال المكتبات والمعلومات، بل وبالنسبة لمختلف التخصصات العلمية الأخرى بوجه عام. وإنه من منطلق الظواهر أو الممارسات السلبية التي لاحظها القريب والبعيد، فيما يُطرح على ساحة التخصص من موضوعات بحثية غير جديدة بالاعتبار لأسباب عدة، وحرصاً من الباحث على توجيه نشاط الكتابة العلمية في هذا التخصص، جاء هذا البحث الميداني، ليتناول مسألة اختيار الأفكار العلمية الإبداعية في مجال

^١ ناريمان إسماعيل متولي. (٢٠٠٨). مرجع سابق. ص ٤٤.

المكتبات والمعلومات؛ من حيث: أهم مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية التي حرص مجتمع الدراسة على استشارها بصورةٍ أو بأخرى، ودوافع الاختيار الجيد لفكرة العلمية والتحديات المتعلقة بذلك.

وعموماً، خلصت نتائج هذه الدراسة الميدانية إلى ما يلي:

١/١٢ فيما يتعلق بمصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية:

- بلغ عدد المصادر التي أكد أفراد العينة اتجاهاً نحو استشارها وأهميتها نحو ١٤ مصدرًا؛ جاء في مقدمتها من حيث الموافقة بشدة على أهميتها كلٌّ من: "القراءة في مجال التخصص" (٧٢.٧%)، و"البحث في الإنتاج الفكري" (٥٤.٥%)، و"حضور اللقاءات العلمية" (٥١.٨%)، و"ملاحظة الظواهر الواقعية" (٤٢.٣%).
- كما أكد أفراد العينة اتجاهاً بالموافقة على أهمية هذه المصادر بصفة خاصة: "تطوير فكرة سابقة في سياق جديد" (٥٣.٦%)، و"الجماعات البحثية" (٤٧.٣%)، و"القراءة في غير مجال التخصص" و"وسائط التواصل الاجتماعي" على السواء (٤٥.٩%)، و"توصية العلماء والمتخصصين" (٤٥.٥%)، وغيرها.
- وتراجعت المصادر التي أبدى أفراد العينة نظرةً حياديةً نحوها من حيث الأهمية، لتتمثل في كلٍّ من: "اقتراح مجلس القسم العلمي" (٤٢.٣%)، و"مشروعات تخرج الطلاب" (٤١.٨%).

٢/١٢ فيما يتعلق بدوافع البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية:

- تمثلت أبرز دوافع البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية، وفق ما أكده أفراد العينة في كلٍّ من: "الإضافة الجديدة إلى المعرفة الإنسانية" (٨٢.٧%)، و"مواكبة الاتجاهات الحديثة" (٨٠.٩%)، و"الإيمان بقيمة الفكرة الجديدة" (٧٦.٤%)، ثمَّ حلَّ دافع "مشكلات المجتمع" في المرتبة الرابعة (٥٨.٢%)، من حيث الأهمية.
- تراجعت الدوافع النفعية الشخصية للباحثين نحو الأفكار العلمية الإبداعية، لتأتي في آخر القائمة من حيث درجة اهتمامهم بها، سيما كلاً من: "إشباع رضا النفس" (٤٠.٥%)، و"كسب الجوائز العلمية والمكافآت المالية" (٣٠.٩%)، و"التنافسية ومقارعة الزملاء" (٢٣.٦%)، و"الحصول على التقدير والثناء في المجتمع" (١١.٨%).

٣/١٢ فيما يتعلق بمعوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية:

- تمثلت أبرز التحديات التي تحول الباحث العلمي دون توفيقه إلى التقاط الأفكار العلمية الإبداعية في كلٍّ من: "ضغوط العمل" (٦٤.٥%)، و"عدم توافر الدعم المادي المناسب" (٦٠.٥%)، و"عدم اكتراث المجتمع بأهمية الفكرة الإبداعية" (٥٣.٢%)، و"التساهل والعجلة في اختيار مشكلة الدراسة" (٤٦.٨%).
- وتأخرت التحديات التي تعوق الباحثين حال اختيارهم الأفكار العلمية الإبداعية لتتمثل في كلٍّ من: "الفتور والكسل" (٣٨.٢%)، و"إهدار الوقت في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي" (٣٧.٧%)، و"افتقار التخصص إلى النظريات العلمية" (٣٣.٢%)، و"ضعف الثقة بالنفس" (٢٠.٩%).

١٣ توصيات الدراسة:

- يحسن بالباحث العلمي المبتدئ أن يضع في حسبانته، حال بحثه عن فكرة يدرسها، أن يستشير المصادر التالية على وجه الخصوص: "القراءة"؛ سواءً في مجال التخصص أو خارج التخصص، و"حضور اللقاءات العلمية"، و"توصية العلماء والمتخصصين"، و"مقترحات البحث بالدراسات السابقة"، و"اقتراح مجلس القسم العلمي"؛ إذ أن تلك المصادر - من وجهة نظر الباحث - تعد من الأهمية والواقعية بمكان، بحيث يمكن للباحث المبتدئ استشارتها، مطمئناً إلى سلامة الثمرة أو الفكرة التي سوف يحصل عليها أو يلتقطها من بين جملة الأفكار في آخر الأمر.
- فيما يتعلق بدوافع البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية، والتي يحسن التأكيد على أهميتها، فضلاً عن توجيه الباحث العلمي إلى ضرورة استحضارها بصورة دائمة، يوصى الباحث بأهمية كلٍ من الدوافع التالية: "الإضافة الجديدة إلى المعرفة الإنسانية"، و"حل مشكلات المجتمع"، و"الترقية العلمية"، و"كسب الجوائز والمكافآت المالية"؛ حيث إن تلك الدوافع من شأنها أن تفيد في أكثر من سبيل؛ كالباحث نفسه، والمؤسسة التي يعمل بها، فضلاً عن الفائدة أو النفع الذي يحصل للمجتمع بوجه عام.
- وفيما يتعلق بمعوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية، يحسن بالباحث العلمي المبتدئ ألا يجعل هذه التحديات التالية، على وجه الخصوص، تحول دون حصوله على الفكرة العلمية الجديدة، وهي: "ضغوط العمل"، و"الأزمات الاجتماعية والسياسية"، و"الفقر والكسل"، و"إهدار الوقت في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي"، و"افتقار التخصص إلى النظريات العلمية"، و"ضعف الثقة بالنفس"، لا سيما أنها تعد أكثر التحديات التي قد يحتج بها فريق من الباحثين، بزعمه أنها تعوقه دون الوصول إلى فكرة جيدة، أو ربما أعاقته كليةً عن ممارسة النشاط العلمي. كما يرى الباحث أن هناك عوامل إضافية تساهم في ضعف قدرة الباحث العلمي على النقاط الأفكار الإبداعية الجديدة، منها ما يتعلق بالثقافة العلمية للباحث، وما يتمتع به من قدرات لغوية؛ أي إتقانه للغة البحث في مجال تخصصه، فضلاً عن قدراته ومهاراته التكنولوجية بالطبع، وغير ذلك من مهارات مختلفة، يحسن به اكتسابها طيلة حياته.
- كما يجب على الباحث العلمي، عموماً، أن يتحلى بالصفات والخصائص التي أثبتتها العلماء ودعوا إليها في كتب مناهج البحث، وهي كثيرة معلومة.
- يجب على الباحث العلمي أن يتعرف على الأساليب والتقنيات المختلفة التي تساعد على تنمية التفكير بطريقة إبداعية، كي يستطيع أن يُخرج أحسن ما لديه من أفكار علمية إبداعية، تخدم في حل المشكلات المتعلقة بدراسات المكتبات والمعلومات على وجه الخصوص، وقد قال أينشتاين أنه: "لا نستطيع حل مشكلاتنا بنفس مستوى التفكير الذي يوجد لدينا". ولعل أبرز تلك التقنيات المشار إليها يتمثل في كلٍ من: تقنية الخرائط الذهنية وأسلوب العصف الذهني وتقنية تدفق الصور Image Streaming، وتقنية احتضان الأحلام Dream Incubation، وأسلوب حل المشكلات^(١)، وغيرها من تقنيات يمكن التماسها في المؤلفات العلمية التي تحدثت عن التفكير الإبداعي بوجه عام.

^١ محمد خضر عبد المختار وإنجي صلاح عدوي. (٢٠١١). مرجع سابق. ص ٤٩-٦٤.

ومن الدراسات المستقبلية المقترحة:

- إعداد دراسة ترصد أبرز الأفكار العلمية الإبداعية أو المشروعات البحثية المتميزة التي قدمت في مجال المكتبات والمعلومات في العالم العربي، والتي أثرت في تطور هذا التخصص أو تطور العمل المهني بالمكتبات ومرافق المعلومات العربية؛ ولعل من أبرز ما يمكن أن يندرج تحت هذه الدراسة ما يتعلق بمشروع الفهرس العربي الموحد، على سبيل المثال، من غير حصر. وفي الواقع، هناك العديد من المشروعات والأعمال البارزة والرائدة التي تمثل سمعة هذا التخصص، وتعكس هويته في العالم العربي.
- من المباحث الجديرة بالمناقشة والدرس العملي في المستقبل ما يتعلق بظاهرة رفض بعض العلماء- المشرفون أو المحكمون خصوصاً- للأفكار العلمية الجديدة، سواءً أكانت إبداعية أم لا، وربما تمثلت صورة هذا الرفض- على سبيل المثال- فيما يتصل بالمقالات المقدمة للنشر بالدوريات العلمية، فربما ترفض هيئة التحكيم العلمي هذه المقالة أو تلك لاعتبارات معينة. إن مثل تلك القضية لتعدّ جديرة بالدراسة والبحث مستقبلاً، من حيث ماهية الأفكار التي قوبلت بالرفض وما دوافع الرفض، وما ترتب على ذلك من أثر في نفس الباحث العلمي صاحب الفكرة الجديدة.
- بوجه عام، يرى الباحث أن كل مرحلة من مراحل إعداد مشروع البحث العلمي جديرة بأن تفرد لها دراسة علمية مستقلة، ترصد أبعادها ومشكلاتها وتطرح الحلول وتضع التوصيات والإرشادات.

ملحق (١): الاستبانة

أخي الباحث الكريم والزميل الفاضل/

تحية طيبة وبعد ،،،

هذه استبانة بحثية قصد بها جمع البيانات من السادة الباحثين العرب في مجال المكتبات والمعلومات، حول انطباعاتهم نحو التفكير والإبداع في مجال البحث العلمي في التخصص، من أجل تحديد اتجاهاتهم نحو مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مرحلة الدراسات العليا وما تلاها، وذلك في إطار إعداد دراسة بعنوان: "مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية في مجال المكتبات والمعلومات: دراسة ميدانية لاتجاهات الباحثين العرب". لذا، يأمل الباحث من سعادتكم التكرم بتعبئة الاستبانة، بما يعبر عن وجهة نظركم إزاء الأسئلة المطروحة، فضلاً عن اقتراح ما ترونه مناسباً من ملاحظات ذات صلة بموضوع الاستبانة، علماً بأنه لن يُستفاد من استجاباتكم البحثية إلا في الأغراض العلمية فقط.

وتفضلوا بقبول وافر الاحترام والتقدير،،،

الفقرة الأولى: السمات الديموجرافية:

الاسم (اختياري):

١. النوع: () ذكر () أنثى

٢. العمر: () ٣٠-٢٠ () ٤٠-٣١ () ٥٠-٤١

() ٦٠-٥١ () أكثر من ٦٠

٣. المؤهل الدراسي: () ليسانس/ بكالوريوس () ماجستير () دكتوراه

٤. الوظيفة:

() أستاذ () أستاذ مساعد/ مشارك () مدرس/ أستاذ مساعد

() مدرس مساعد/ محاضر () معيد () أخصائي مكتبات ومعلومات

() أخرى [يرجى ذكرها]

٥. الخبرة البحثية (بالسنوات- من تاريخ الحصول على آخر درجة علمية):

() ٥-١ () ١٠-٦ () ٢٠-١١

() ٣٠-٢١ () ٤٠-٣١ () ٥٠-٤١ () أكثر من ٥٠

٦. الجنسية:

الفقرة الثانية: مصادر استقاء الأفكار العلمية الإبداعية:

٧. حدد درجة موافقتك على أهمية كل من مصادر استقاء الأفكار العلمية التالية:

درجة الموافقة					المصدر	
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					المصادفة	١
					القراءة في مجال التخصص	٢
					القراءة في غير مجال التخصص	٣
					ملاحظة الظواهر الواقعية	٤
					حضور اللقاءات العلمية	٥
					تطوير فكرة سابقة في سياق جديد	٦
					جلسات العصف الذهني	٧
					البحث في الإنتاج الفكري	٨
					مقترحات البحث بالدراسات السابقة	٩
					اقتراح مجلس القسم العلمي	١٠
					توصية العلماء والمتخصصين	١١
					الجماعات البحثية	١٢
					مشروعات تخرج الطلاب	١٣
					وسائط التواصل الاجتماعي (Facebook, Academia, إلخ)	١٤
					مصادر أخرى (يرجى تحديدها)	١٥

الفقرة الثالثة: دوافع البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية:

٨. حدد دافعك (دوافعك) نحو البحث عن الأفكار العلمية الإبداعية في مجال اهتمامك:

(ملحوظة: يمكن اختيار أكثر من مفردة)

☐ التنافسية ومقارعة الزملاء	☐ الحصول على التقدير والثناء في المجتمع
☐ الإيمان بقيمة الفكرة الجديدة	☐ كسب الجوائز والمكافآت المالية
☐ الإضافة الجديدة إلى المعرفة الإنسانية	☐ إشباع رضا النفس
☐ مواكبة الاتجاهات الحديثة	☐ الترقية العلمية
☐ حل مشكلات المجتمع	☐ أخرى (يرجى ذكرها)
☐ تشجيع الأساتذة والزملاء	

الفقرة الرابعة: معوقات استقاء الأفكار العلمية الإبداعية:

٩. ما المعوقات التي قد تواجهك كباحث علمي في مجال المكتبات والمعلومات حال استقاء الأفكار العلمية الإبداعية؟

(ملحوظة: يمكن اختيار أكثر من مفردة)

☐ عدم التمرس بالبحث العلمي	☐ إهدار الوقت في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي
☐ افتقار التخصص إلى النظريات العلمية	☐ الفتور والكسل
☐ عدم مواكبة الاتجاهات الحديثة	☐ ضعف الثقة بالنفس
☐ التساهل والعجلة في اختيار مشكلة الدراسة	☐ عدم اكتراث المجتمع بأهمية الفكرة الإبداعية
☐ ضغوط العمل	☐ الأزمات الاجتماعية والسياسية
☐ عدم توافر الدعم المادي المناسب	
☐ أخرى (يرجى ذكرها)	☐

١٠. سجل رأيك بشأن مسألة الإبداع في اختيار المشكلات البحثية الجديدة في مجال المكتبات والمعلومات.

.....

أشركم على حسن تعاونكم

الباحث

التجارة الإلكترونية في العالم العربي: دراسة حالة على موقع سوق.كوم مع رؤية مقترحة لتنمية التسويق الإلكتروني لأوعية المعلومات

اعداد

حسام الدين محمد رفعت أبوسريع

أستاذ مساعد علم المعلومات

كلية الآداب جامعة حلوان

كلية الآداب والعلوم

جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز ، المملكة العربية السعودية

* مستخلص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص الواقع الحالي للتجارة الإلكترونية في العالم العربي بهدف التعرف على الواقع الحالي ووضع تصور لتنمية التسويق الإلكتروني لأوعية المعلومات على شبكة الإنترنت. وللقيام بهذه الدراسة قام الباحث باختبار موقع سوق.كوم كعينة عمدية لإجراء الدراسة ، وذلك باعتباره من أشهر وأكبر المواقع العربية للتجارة والتسويق الإلكتروني على شبكة الإنترنت ، حيث يضم الموقع أكثر من ٤٠٠٠٠٠ منتج من مختلف الفئات ، ويجتذب الموقع أكثر من ٢٣ مليون زائر شهرياً ، وينمو بسرعة كبيرة بسبب ازدياد عدد المتسوقين عبر شبكة الإنترنت في العالم العربي. وقد أطلق على موقع سوق.كوم "أمازون الشرق الأوسط"، وهو يعمل كموقع للبيع بالتجزئة بالإضافة إلى عمله كسوق للبائعين من جهات خارجية.^١

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، وتعددت أدوات جمع البيانات المستخدمة في الدراسة ، حيث قام الباحث بتصميم قائمة المراجعة كأداة رئيسية لتقييم الموقع ، واستند في إعدادها على المفهوم الخماسي المعياري للمكتبات ، وهو المفهوم الذي نادى به الدكتور سعد الهجرسي والذي يشمل المكتبات ، والتنظيم ، والخدمات ، والإدارة ، والبيئة المحيطة ، واعتمد الباحث أيضاً على الملاحظة والمقابلة الشخصية لعينة عشوائية من المشترين للتعرف على انطباعاتهم وأبرز ملاحظاتهم عن الموقع ، كما قام الباحث أيضاً بالتعامل المباشر مع الموقع ، حيث قام بشراء بعض السلع للتعرف على مدي جودة خدمات الموقع ، وتطلب ذلك التسجيل في الموقع وإجراء العمليات المختلفة مثل التصفح والبحث والاسترجاع والشراء ، وذلك حتي تقترن الدراسة بالتطبيق العملي لفهم أوسع لطبيعة الخدمات المقدمة وللتعرف على نقاط القوة ومواطن الضعف في الموقع الإلكتروني موضوع الدراسة. وقام الباحث بتحكيم قائمة المراجعة بعرضها على عدد من الزملاء في التخصص مع إجراء ما يلزم من التعديلات الضرورية. وقام الباحث بدراسة الموقع في الدول الأربعة التي يقدم خدماته في بيئاتها ، وهي جمهورية مصر العربية ، والمملكة العربية السعودية ، ودولة الإمارات العربية المتحدة ، ودولة الكويت ، وخرجت الدراسة بعدة توصيات فيما يتعلق بالمعلومات التوثيقية للموقع ، ونقاط الإتاحة والاستخدام ، والعتاد والبرمجيات ، ومحتويات الموقع ، وأوعية المعلومات ، ومجالات التغطية ، والبحث والاسترجاع ، وطرق تنظيم الموقع ومدى استخدام المبتدئين ، وخدمات الموقع ، ووسائل تقييم السلع وتلقي المقترحات والشكاوي ، والتسويق الآمن وحماية حقوق المستهلك ، والعروض التسويقية. وقدمت الدراسة عدة مقترحات وتوصيات لتنمية تسويق أوعية المعلومات إلكترونياً على شبكة الإنترنت.

مصطلحات الدراسة: التجارة الإلكترونية ، التسويق الإلكتروني ، المواقع الإلكترونية ، أوعية المعلومات ، شبكة الإنترنت.

* تم دعم هذا البحث من قبل عمادة البحث العلمي بجامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز ، وذلك من خلال المقترح البحثي رقم 2015/02/4621.
١ سوق.كوم ، موسوعة الويكيبيديا ، متاح على الرابط التالي: <ar.wikipedia.org/wiki/سوق.كوم>

١- مقدمة الدراسة

شهد العالم في السنوات الأخيرة تغيرات جذرية في المحيط الاقتصادي والتجاري بفعل ثورة التقنية وتسارع صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، مما أدى إلى تغيير الوسائل التقليدية في أداء الأعمال لتحسين المنتجات وإدامة العلاقة مع البيئة على النحو الذي يحقق تعميق المنافسة في الأسواق العالمية التي تشهد انتشاراً وتسارعاً بسبب تطور تكنولوجيا المعلومات.^١ وتعتبر التجارة الإلكترونية من أهم التطورات العالمية الجديدة والتي ترتبت على التقدم العلمي الكبير وثورة الاتصالات والمعلومات والتكنولوجيا المتقدمة في مجال الحاسبات الآلية وشبكات المعلومات والنظم ،^٢ حيث تغيرت أنماط الممارسة التجارية نتيجة تطور الاتصالات منذ عام ١٩٨٠ ، ومع نهاية القرن العشرين وجدت الإنترنت كأداة تقنية للاتصال ثم تعاطم دورها التجاري ، وبلغت استئثار المستهلك بذلك ذروتها فكانت النتيجة أن فرضت التجارة الإلكترونية نفسها لتصبح بمثابة ثورة جديدة في نطاق أنظمة التجارة في التاريخ الإنساني.^٣ ثم انتشرت ظاهرة عالمية وهي التسوق الإلكتروني ، والشراء عبر شبكة الإنترنت في كل بلدان العالم المتقدم ، وبلغت مبيعات بعض المواقع الأمريكية واليابانية أرقاماً فلكية أدت إلى تغيير جذري في هيكل التجارة وسوق الوظائف في تلك البلدان ، وكانت هذه المبيعات نتيجة مباشرة لقوة الإعلانات ورخص الأسعار وإعفاءها من الضرائب ، كما كان أيضاً نتيجة الاعتماد على تكنولوجيا متطورة لتأمين سلامة وسرية البيانات والمعلومات المطلوبة لإتمام عمليات الشراء ، مما زاد من ثقة المستهلكين ، وتمكنت الشبكة من فرض نفسها كأساس قوي ، وصارت بمثابة القلب النابض للنظام الجديد للتجارة الإلكترونية ؛^٤ فصار العالم المترامي الأطراف قرية كونية تتناقل فيها المعلومات إلكترونياً وبسرعة فائقة عبر شبكة الإنترنت ، وأضحى العالم في سوق إلكترونية تنافسية واسعة لمختلف السلع والخدمات ، وأصبحت مجالاً خصباً أمام الدول للإفادة منها كوسيلة حديثة لزيادة حجم تجارتها الخارجية وتحقيق معدلات نمو أعلى في اقتصادها.^٥ وأصبحت الأسواق العالمية تزداد اتصالاً يوماً بعد يوم ، وتتلاشى الحدود مع تحرير التجارة وحرية رأس المال ، وأصبح من الواضح أن هذه التقنيات الحديثة تساعد على اندماج الأسواق عن بعد دون الحاجة إلى الوجود الفعلي بالأسواق نفسها ؛ فكل ما تحتاج إليه هو موقع تفاعلي سهل الاستخدام يساعد على إتمام التعاملات التجارية ويقوم بتوفير صفقات آمنة وضمانات كافية.^٦ وقد تعددت المجالات المتاحة للاستفادة من تطبيقات التجارة الإلكترونية ، وذلك على النحو التالي:^٧

- ١- قطاع الخدمات المصرفية: تقدم تقنية الإنترنت مجالاً واسعاً لقطاع الخدمات التمويلية والمصرفية في البلدان، حيث لعبت هذه التقنية دوراً جوهرياً في البلدان المتقدمة في إعادة هيكلة مستقبل القطاعات البنكية فيها.
- ٢- قطاع الصادرات: يعد قطاع التجارة الخارجية أكثر القطاعات الاقتصادية تأثراً بتقنية المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية ، حيث تؤدي تطبيقات التجارة الإلكترونية في قطاع الصادرات إلى زيادة حجم التجارة وتعزيز القدرة التنافسية للدولة في الأسواق الدولية.

١ محمد سليم الشورة (٢٠٠٩). التسوق الإلكتروني باستخدام الشبكة العالمية الإنترنت: المحفزات والعوائق أمام المستهلك الأردني. المجلة العربية للإدارة ، الأردن. مج ٢٩ ، ع ١ ، ص ٢

٢ حمدي عبد العظيم (٢٠١١). أبعاد التجارة الإلكترونية. مجلة البحوث الإدارية. مصر. مج ١٣ ، ع ١ ، ص ٦

٣ رباحي أحمد (٢٠١٣). الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني. مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية الإنسانية ، الجزائر. ع ١٠ ، ص ٩٧

٤ طارق محمود رباحي (٢٠٠١). التجارة الإلكترونية. مكتبات نت ، مصر . مج ٢ ، ع ١١ ، ص ١٣

٥ تركي بن محمد بن عبد الله الجبلي (٢٠١٣). مكافحة جرائم المعلوماتية في المملكة العربية السعودية. مجلة البحوث والدراسات الشرعية ، مصر. مج ٢ ، ع ٢ ، ص ٢٥٤

٦ بن صغير عبد المومن (٢٠١٣). واقع التجارة الإلكترونية وتأثيرها على الاقتصاد الرسمي والاقتصادي في الدول الإسلامية : العقبات ، التحديات والأمال. مجلة الفقه والقانون ، المغرب. ع ٨ ، ص ١٠٢

٧ خالد سعد زغول حلمي (٢٠٠٤). التجارة الإلكترونية : الآثار الاقتصادية والحماية القانونية. مجلة الكويت الاقتصادية ، الكويت. مج ١٧ ، ع ١١

٨ بن صغير عبد المومن. مصدر سابق ، ص ١٠٩-١١١

- ٣- قطاع المنشآت الصغيرة والمتوسطة: تقدم التجارة الإلكترونية مجالاً واسعاً ورحباً لقطاع المنشآت المتوسطة والصغيرة في تحويل أنماطها التجارية التقليدية إلى وسائل إلكترونية سريعة.
- ٤- قطاع النشر: يعد قطاع النشر من القطاعات الأخرى المتاحة لتطبيق التجارة الإلكترونية ، والذي يتمثل في إنتاج وتوزيع الأعمال الأدبية المكتوبة أو المطبوعة مثل الكتب والصحف والدوريات العلمية وغيرها من المطبوعات.

ومن الممكن تصنيف السلع التي يمكن أن يتم تبادلها من خلال التجارة الإلكترونية إلى فئتين أساسيتين ، الفئة الأولى وهي المنتجات التي يمكن التعامل بها إلكترونياً ، والتي تشمل كافة السلع والخدمات التي يمكن تبادلها أو تحويلها إلى ملفات إلكترونية في شكل بيانات أو معلومات رقمية مثل برامج الكمبيوتر والموسيقى والأفلام والألعاب والمواد الإعلامية ، أما النوع الثاني فهو السلع والخدمات التجارية ، والتي لا يمكن تسليمها إلكترونياً بسبب عدم إمكان تحويلها إلى ملفات أو معلومات وبيانات رقمية. ويشير القسم التالي إلى مفهوم وماهية التجارة الإلكترونية ، وفئات وأنواع التجارة الإلكترونية ، ومزايا التجارة الإلكترونية ، وخصائص التجارة الإلكترونية في العالم العربي.

(١/١) التجارة الإلكترونية: المفهوم والماهية

يعد مفهوم التجارة الإلكترونية Electronic Commerce أحد نتائج ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يشهدها العالم حالياً. وقد ظهرت عدة تعريفات يحاول كل منها أن يصف ويحدد طبيعة التجارة الإلكترونية وما يتعلق بها من أنشطة وممارسات ، وربما يرجع تعدد هذه التعريفات إلى أن تطبيقات التجارة الإلكترونية تشتمل على عدة مكونات أساسية لا بد من توفرها لتنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية مثل استخدام الحاسبات الآلية وتقنية الاتصالات ونظم المعلومات والبرمجيات وغيرها. ومفهوم التجارة الإلكترونية بعامة يندرج تحت مفهوم أوسع يسمى بالاقتصاد الرقمي Digital Economy حيث يشمل الأخير التجارة الإلكترونية والقطاعات المنتجة والمستخدمة لتقنية المعلومات وأجهزة الاتصالات وقطاع خدمات الاتصالات.^٣

وهناك من يعرف التجارة الإلكترونية على إنها استخدام شبكة المعلومات الدولية الإنترنت في عقد صفقات تجارية سواء داخل الدولة أو بين عدة دول مختلفة. وتستخدم الشبكة لتوفير معلومات عن الفرص التجارية وإجراء معاملات التسويق والترويج وخدمات ما قبل البيع وما بعده والنقل والصيانة والشحن والتفريغ وغيرها.^٤ وهناك من يعرفها بأنها "إتمام أي عملية تجارية عبر شبكات الحاسب الآلي الوسيطة والتي تتضمن تحويل أو نقل ملكية أو حقوق استخدام السلع والخدمات".^٥

وهناك من يعرفها وفقاً لمكوناتها أو الأطراف المشاركة فيها ، فمن وجهة نظر خبراء الاتصالات تمثل التجارة الإلكترونية وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر الشبكات العنكبوتية أو عبر أي وسيلة تقنية.^٦ ومن تعريفات التجارة الإلكترونية المتداولة في أدبيات

١ التجارة الإلكترونية : تطورها ومستقبلها: الاقتصاد والمحاسبة (٢٠٠٣). مصر. ع ٦٠٣ ، ص ص ٤٠ - ٤١

٢ خالد سعد زغلول حلمي. مصدر سابق ، ص ١١

3 See for example: Lall and Wignaraja (1998), OECD (1992), UNCTAD (1997), Lall (200), Mahmood (1999), Bhattacharyya (2000), IDB (2001) and OECD (1998). نقلا عن عبد المومن بن صغير

٤ حمدي عبد العظيم . مصدر سابق ، ص ٦

٥ Ibid, p. 248. نقلا عن عبد المومن بن صغير

٦ بن صغير عبد المومن . مصدر سابق ، ص ١٠٧

هذه الظاهرة أنها "ممارسة تجارة بيع السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات".^١

وهناك من يعرفها بأنها صفقات أو أعمال أو اتفاقيات تجارية تبرم بين بائع ومشتري لمنتج أو خدمة عبر شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) أو الوسائل الإلكترونية الأخرى. وتتم عملية التجارة الإلكترونية من خلال المتاجر الإلكترونية على شبكة الإنترنت ، والتي تمكن المستهلك من استعراض ما يسمى بالكتالوج الإلكتروني المعروف عبر الشبكة في مواقع الشركات المختلفة للتجول والتعرف على جميع السلع والخدمات المتاحة على الشبكة. ويضم الكتالوج الإلكتروني جميع البيانات والمعلومات الدقيقة والتفصيلية المتعلقة باسم المنتج وبلده ، ووصفه ونوعه وماركته وكيفية استخدامه وأسعاره ومصاريف النقل والشحن والرسوم الجمركية والتأمين وطرق التسليم.^٢

ويتضح مما سبق أن التجارة الإلكترونية هي شكل من أشكال التعاملات التجارية المستحدثة والتي يتم فيها التعامل بين طرفين ، الطرف الأول هو التاجر ، والطرف الثاني هو المستهلك ، ويتم فيها الاعتماد بشكل أساسي على تكنولوجيا الحاسبات والاتصالات وبرامج الحاسبات الآلية لإتمام الصفقات التجارية بشكل إلكتروني.

(٢/١) فئات التجارة الإلكترونية^٣

تقسم التجارة الإلكترونية إلى عدة فئات ؛ تتمثل الفئة الأولى في المعاملات التجارية بين وحدات الأعمال بعضها البعض (الشركات) Business to Business ، وهذه الفئة هي الأكثر شيوعاً في الوقت الحالي ، أما الفئة الثانية فتتمثل في المعاملات التجارية بين مؤسسة الأعمال (الشركة) والمستهلك (العميل) Business to Consumer ، وهو ما يطلق عليه في بعض الأحيان التسوق الإلكتروني E-Shopping ، أما الفئة الثالثة فتتمثل في المعاملات التجارية بين مؤسسة الأعمال والحكومة ، وهي لا تزال في مراحلها الأولى ، ولا تستخدم على نطاق واسع ، أما الفئة الرابعة فتتمثل في المعاملات المالية بين المستهلك والحكومة ، وهذه الفئة بدأت تظهر وتنتشر في الآونة الأخيرة ، وتتضمن العديد من الأنشطة أهمها دفع الضرائب إلكترونياً.

(٣/١) خصائص التجارة الإلكترونية في العالم العربي^٤

أظهرت إحصاءات التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط أن المتسوقين على شبكة الإنترنت يفضلون التسوق على شبكة الإنترنت على التسوق التقليدي ، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها توافر عروض أفضل ، وسهولة مقارنة المنتجات بعضها البعض ، وإتاحة الفرصة للمعاينة والاطلاع على مجموعة واسعة من المنتجات ، كما يمكن قراءة المراجعات الخاصة بالمشتريين السابقين ، وتوافر خيارات أكثر للدفع^٥. وأوضحت إحصاءات التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط أن جميع القطاعات بإمكانها العمل من خلال التجارة الإلكترونية ، فهذه التجارة ليس لها حدود وإمكاناتها مفتوحة الأبواب على مصراعها ، ولكن هناك بعض القطاعات التي تنصهر حجم الإنفاق فيها ، ومنها ما يلي:

١ نقلا عن عبد المومن بن صغير . 2002, E-commerce Development Report 2002, p. 248. UNCTAD

٢ التجارة الإلكترونية : تطورها ومستقبلها: الاقتصاد والمحاسبة ، مصدر سابق ، ص ٤٠ - ٤١

٣ نفس المصدر السابق والصفحة.

٤ حقيقة أرقام التجارة الإلكترونية العربية. عالم التقنية: أخبار التقنية بين يديك (٢٠١٥). متاح على الرابط التالي:

<http://www.tech-wd.com/wd/2015/02/15/<http://www.tech-wd.com/wd/2015/02/15/>حقيقةأرقامالتجارةالإلكترونيةالعر>>

٥ المصدر السابق.

- (١) المرتبة الأولى تذهب إلى قطاع السفريات ، حيث يتصدر هذا القطاع المرتبة الأولى في حجم التجارة الإلكترونية العربية ، وتسيطر على هذا القطاع الشركات الكبرى بشكل عام.
- (٢) يأتي قطاع الألعاب الإلكترونية في المرتبة الثانية من حيث تصدره للأرقام والإحصائيات ، مع العلم بوجود بعض الشركات العربية القليلة جدًا في هذا المجال.
- (٣) قطاع التعاملات التجارية عابرة القارات ، أو بمعنى آخر المشتريات والتعاملات من خلال مواقع أجنبية غير عربية ولا تتواجد فعليًا في السوق العربية. انظر الشكل رقم (١) .

متوسط حجم الإنفاق السنوي للفرد في قطاعات التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط لسنة 2012

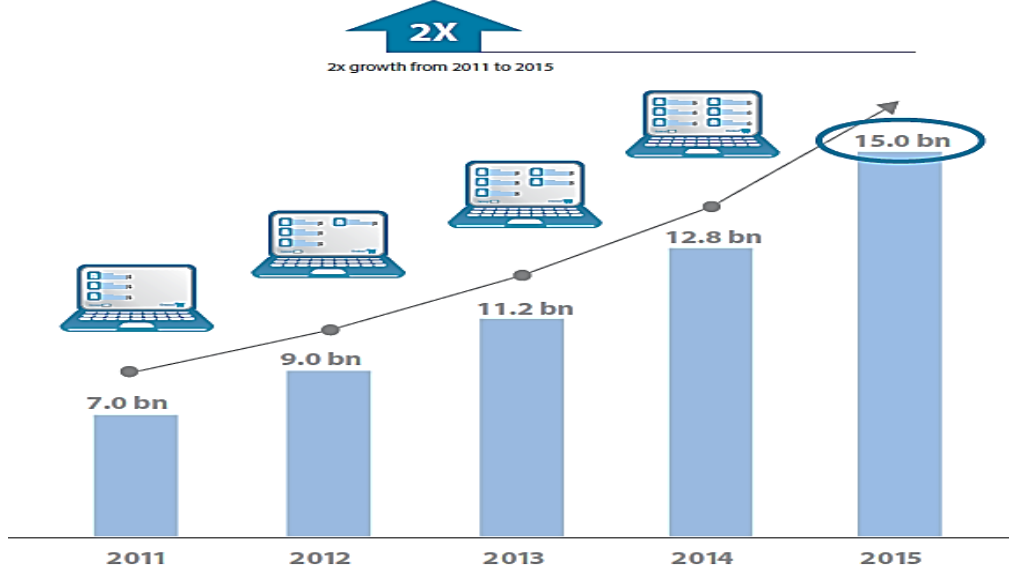


المصدر: تقرير "رؤى باي بال"
ترجمة: شهاب الفقيه @shehabalfakih

شكل رقم (١) متوسط إنفاق الفرد في التجارة الإلكترونية

ويلاحظ هنا استحواذ قطاع السفريات وقطاع الألعاب على أعلى معدلات إنفاق التجارة الإلكترونية ، ويشير تقرير رؤى باي بال: التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط بين عامي ٢٠١٢ و٢٠١٥ ، والصادر عن شركة باي بال وبالتعاون مع وكالة أيبسوس Ipsos للأبحاث أن سوق التجارة الإلكترونية في الطريق إلى تحقيق ١٥ مليار دولار بحلول العام ٢٠١٥.

ويلاحظ هنا أن قطاع السفر يحتل المرتبة الأولى في حجم الإنفاق وبمعدل تقريبي يساوي ٦٠% ، كما يشير التقرير إلى أن تذاكر السفر تمثل أعلى مجموع إنفاق عبر الإنترنت في دولة قطر ودولة الإمارات العربية المتحدة ، وبحصة بلغت ٦٧% وهي أعلى معدل سنوي للإنفاق عبر الإنترنت ، انظر الشكل رقم (٢) .



شكل رقم (٢) نمو التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا التقرير المُعنون "رؤى PayPal : التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط"، الذي تم إعداده بالاشتراك مع شركة إبسوس Ipsos

وتشير الإحصاءات الخاصة بالتجارة الإلكترونية إلى ما يلي:^٢

- (١) هناك ٩٠ مليون مستهلك في الوطن العربي والشرق الأوسط للتجارة الإلكترونية.
- (٢) هناك طفرة كبيرة في الدخول والعائدات من التجارة الإلكترونية منذ بداية ٢٠١٠.
- (٣) تزايد نسبة المتعاملين مع التجارة الإلكترونية في الوطن العربي من ١٥% إلى ٣٩% في الفترة الأخيرة.
- (٤) هناك حوالي ٨ ملايين زائر لموقع سوق دوت كوم يوميًا من العالم العربي ، وعلى جانب آخر فيصل عدد الذين يشتركون في الموقع شهريًا إلى ٣.٥ مليون مشترك.
- (٥) تصريحات شركة أراميكس عن حجم التجارة الإلكترونية ، والتي نصت على "إن التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط ارتفعت بنسبة ٣٠٠% في العام ٢٠١١". كما أن عدد شحنات الشركة كانت قد زادت بنسبة ٧٠%.
- (٦) إن طريقة الدفع عند الاستلام لا تزال نسبتها أكبر من طريقة الدفع عبر الإنترنت ، والتي بلغت نسبتها ٣٠%.
- (٧) بلغ إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية في دول الخليج في عام ٢٠١٠ ما يقارب ٣٣٢٠ مليون دولار ، أما في عام ٢٠١١ فقد بلغ إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية ٥٠٠٠ مليون دولار.
- (٨) ارتفع استخدام العرب للإنترنت بنسبة ٢٥٠٠% في العشر سنوات الأخيرة ، كما وصل عدد مستخدمي الإنترنت العرب إلى ٧٠ مليون مستخدم من أصل ٣٥٠ مليون.

١ رؤى PayPal التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط بين عامي 2012 و 2015 ، ص ٣

٢ التجارة الإلكترونية: إحصائيات وأرقام هامة ، متاح على الرابط التالي:

<<http://www.ip4s.com/prettyPhoto/#/التجارة-الإلكترونية-إحصائيات-وأرقام>>

٩) كما تشير الإحصائيات إلى أن ١٥ % من الأعمال في الشرق الأوسط لديها حضور على شبكة الإنترنت ، ومن المتوقع بلوغ حجم التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ١٥ مليار دولار سنوياً بعد عام ٢٠١٥.

١٠) إن قيمة التجارة الإلكترونية عبر الهواتف الذكية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا قد وصلت إلى ٤.٩ مليار دولار في عام ٢٠١٥ ، كما إن نصف الذين يتسوقون على شبكة الإنترنت يملكون بطاقات دفع^١.

١/٣/١) المتسوقون عبر شبكة الإنترنت حسب العمر

تشير الدراسات إلى أن ٥٢-٥٣ % من المتسوقين على شبكة الإنترنت في الشرق الأوسط من الذين تتخطى أعمارهم ال ٢٦ عاماً^٢.

٢/٣/١) المتسوقون عبر شبكة الإنترنت حسب النوع^٣

العمر	المتسوقون عبر الإنترنت
٦٨ %	الذكور
٣٢ %	الإناث
١٠٠ %	الإجمالي

جدول رقم (١) النسب المئوية للمتسوقين عبر الإنترنت حسب الجنس في منطقة الشرق الأوسط

ويتضح من الجدول التالي أن نسبة تسوق الذكور تزيد على ضعف نسبة تسوق الإناث على شبكة الإنترنت.

٣/٣/١) المتسوقون عبر شبكة الإنترنت حسب امتلاك بطاقات الدفع^٤

بطاقات الدفع	المتسوقون عبر الإنترنت
٤٧ %	يملكون بطاقات دفع
٥٣ %	لا يملكون بطاقات دفع
١٠٠ %	الإجمالي

جدول رقم (٢) النسب المئوية للمتسوقين عبر الإنترنت حسب امتلاك بطاقات الدفع في منطقة الشرق الأوسط

ويتضح من الجدول السابق تقارب نسبة المتسوقين على شبكة الإنترنت الذين يملكون بطاقات دفع مع المتسوقين على شبكة الإنترنت الذين لا يملكون بطاقات دفع ، كما يستنتج من ذلك أيضاً أن امتلاك بطاقات ليس شرطاً لإتمام عملية التسوق عبر شبكة الإنترنت ، وذلك لإتاحة بعض المواقع الفرصة للمتسوقين بالدفع بطرق متعددة ومنها الدفع بالطريقة التقليدية أو عند استلام السلع.

١ التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط: إحصاءات وتوجهات ، متاح على الرابط التالي:

<<http://www.tech-wd.com/wd/2013/08/04/e-commerce-mena/>>

٢ المصدر السابق

٣ المصدر السابق

٤ المصدر السابق

٤/٣/١ طرق الدفع^١

النسبة المئوية	عمليات الشراء والدفع
٨٠-٧٠ %	الدفع عند الاستلام
٣٠-٢٠ %	الدفع عبر شبكة الإنترنت
١٠٠ %	الإجمالي

جدول رقم (٣) النسب المئوية للمتسوقين عبر الإنترنت حسب طرق الدفع في منطقة الشرق الأوسط

يتضح من الجدول السابق أن غالبية فئة المتسوقين على شبكة الإنترنت تفضل الدفع عند الاستلام ، بينما تفضل الأقلية من المتسوقين الدفع عبر شبكة الإنترنت. وقد يرجع السبب وراء ذلك إلى عدم رغبة المتسوقين في تقديم بيانات البطاقات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت ، كما يمكن أن يشير أيضاً إلى أن الدفع عند الاستلام أكثر أماناً بالنسبة للشريحة الأكبر من المتسوقين.

٥/٣/١ البحث الإلكتروني باستخدام شبكة الإنترنت^٢

النسبة المئوية	البحث عن المنتجات والخدمات
٦٦ %	استخدام الإنترنت للبحث عن الخدمات
٣٤ %	عدم استخدام الإنترنت
١٠٠ %	الإجمالي

جدول رقم (٤) النسب المئوية للمتسوقين حسب البحث الإلكتروني باستخدام الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط

ويتضح من الجدول السابق أن غالبية المتسوقين يستخدمون الإنترنت في البحث عن الخدمات بدرجة أعلى ممن لا يستخدمون الإنترنت في البحث عن المنتجات والخدمات ، حيث يفضل أقلية من المشترين في عدم استخدام الإنترنت للبحث عن الخدمات ، وقد يرجع السبب وراء ذلك إلى أن شبكة الإنترنت تعمل على توفير الوقت والجهد والتكاليف في البحث عن الخدمات والسلع. وقد يرجع السبب أيضاً إلى ضعف استخدام الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت للفئة التي لا تستخدم الإنترنت في البحث.

٦/٣/١ فئات التسوق عبر شبكة الإنترنت^٣

م	فئات التسوق عبر الإنترنت	العدد	النسبة المئوية
١	ألعاب على الإنترنت	٤١	22.4 %
٢	برمجيات كمبيوتر	٣١	16.9 %
٣	إلكترونيات	٢٨	15.3 %
٤	ملابس	١٧	9.٣ %
٥	مواد تسلية	١٥	8.٢ %
٦	إكسسوارات	١٤	7.6 %
٧	الكتب والمجلات	١٣	7.1 %
٨	أجهزة منزلية	١١	6.01 %

١ المصدر السابق

٢ المصدر السابق

٣ المصدر السابق

م	فئات التسوق عبر الإنترنت	العدد	النسبة المئوية
٩	مواد تجميلية وصحية	٨	4.٤ %
١٠	مأكولات ومشروبات	٥	2.7 %
	الإجمالي	١٨٣	١٠٠ %

جدول رقم (٥) النسب المئوية للمتسوقين عبر الإنترنت حسب فئات التسوق عبر الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط

يتضح من الجدول السابق أن الكتب والمجلات تحتل المرتبة السابعة في التسوق الإلكتروني على شبكة الإنترنت ، وأن ألعاب الكمبيوتر وبرمجيات الكمبيوتر والإلكترونيات تحتل المرتبة الأولى والثانية والثالثة. ويتضح مما سبق أن المواد الترفيهية سبقت المواد التعليمية والثقافية في اهتمامات الجمهور في المنطقة العربية ، وذلك في حالة التسوق على شبكة الإنترنت.

٢- أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية تطبيق التجارة الإلكترونية ذاتها ، حيث إنها أصبحت عاملاً مؤثراً في نمو اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية ، وقد غدت وسيلة مهمة في زيادة المقدرة التنافسية من تسويق للمنتجات وتوفير المعلومات والخدمات الفورية للمتعاملين ، إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان من الربط الفوري للسلع والخدمات. ولذلك عنيت الدول المتقدمة وغيرها من الدول بتهيئة اقتصادها وبيئتها ومؤسساتها للتحويل من الاقتصاد الرقمي Digital Economy إلى الاقتصاد الافتراضي Virtual Economy ، وذلك من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت والعمل على الاستفادة القصوى منها. وتعد الدول العربية من الدول المتأخرة في هذا المجال ، وهي تعمل جاهدة على توظيف تقنية المعلومات والإفادة من التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت للنهوض باقتصادها وللحاق بالدول التي سبقتها في هذا المجال^١.

كما تمثل التجارة الإلكترونية نتيجة مباشرة لاستثمار الطاقات الذهنية والقدرات الفكرية والمعرفية للموارد البشرية تعرض فيها الشركات والمؤسسات المختلفة منتجاتها من سلع وخدمات وتستخدم كل فنون وأدوات العرض. وتعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة متميزة للوصول إلى أسواق العالم جميعها في وقت واحد وبأقل النفقات ، حيث تساعد البائعين على تخطي حواجز المسافات والوصول إلى أسواق بعيدة متنوعة ومتعددة الخواص ، كما أنها تساعد على تخطي حواجز الزمن والتعامل مع العملاء على مدار الساعة ؛ فالتجارة الإلكترونية تعتبر تطبيقاً حقيقياً لفكرة العولمة ، وأن العالم ما هو إلا قرية صغيرة لا تنقيد بحواجز المكان ولا الزمان ، ولها مشكلاتها وتحدياتها التي تفرض على من يتعامل بها أن يضمن التميز من خلال الالتزام بالسرعة في الوصول إلى العملاء بالجديد من السلع والخدمات ، والتجديد المستمر والمتواصل في الأساليب والشروط لخدمة العملاء ، والمصداقية في العرض وصحة البيانات والوفاء بالوعود، والمتابعة المستمرة للتطورات التقنية والاستثمار المتواصل في البرمجيات الجديدة^٢. وهناك من يعدد فوائد التجارة الإلكترونية في النقاط التالية^٣:

١ بن صغير عبد المومن. مصدر سابق ، ص ١٠٤

٢ مروة كامل مصطفى أحمد (٢٠٠٢) . الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية العربية من وجهة نظر أصحاب المتاجر الإلكترونية العربية. مجلة جامعة الملك سعود: العلوم الإدارية. مج ١٤ ، ع ٢ ، ص ٢٩٤

٣ نفس المصدر السابق والصفحة.

٤ حمدي عبد العظيم . مصدر سابق ، ص ٦

- (١) تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة لتوسيع نطاق الأسواق المحلية بحيث تتصل ببعضها البعض على مستوى العالم ، ومن ثم تسهم بكفاءة في تسويق السلع والخدمات على مستوى العالم .
- (٢) تساعد على سرعة الاستجابة لطلبات العملاء إذا ما قورنت بالمعاملات الورقية التقليدية التي تستغرق وقتاً أطول حتى يمكن تلقي أوامر الشراء والرد عليها.
- (٣) تعمل على تخفيض تكاليف المراسلات البريدية والدعاية والاعلان والتوزيع والتصميم والتصنيع بنسبة لا تقل عن ٨٠ % من التكلفة الكلية.
- (٤) تقليل المخاطر المرتبطة بتراكم المخزون من خلال تخفيض الزمن الذي يستغرقه معالجة البيانات أو المعاملات المتعلقة بالطلبات.
- (٥) تخفيض تكلفة إنشاء المتاجر الإلكترونية بالمقارنة بتكلفة إنشاء المتاجر التقليدية مما ينعكس إيجابياً على تكلفة إتمام الصفقة التجارية.
- (٦) تساعد التجارة الإلكترونية على توفير نظم معلومات اتخاذ القرارات الإدارية من خلال نظام تبادل المعلومات بدقة وبطريقة علمية تحقق القدرة على الرقابة والضبط المحاسبي.
- (٧) تحقق كفاءة عمل أسواق المنافسة الكاملة على مستوى العالم ، حيث تتيح الفرص المتكافئة أمام كافة المؤسسات الكبيرة والصغيرة على السواء لعرض منتجاتها أو خدماتها بحرية دون تمييز أو قيود.
- (٨) تغير صورة المشروعات من الصورة التقليدية التي تعتمد على استخدام عدد كبير من العمال وإنشاء مبان ضخمة واستخدام هياكل تنظيمية معقدة إلى الصورة الإلكترونية التي تحتاج إلى عمالة قليلة دون تقيد بوجود مواقع جغرافية أو مبان كبيرة الحجم.
- (٩) تعتبر التجارة الإلكترونية أحد الآليات المهمة التي تعتمد عليها عولمة المشروعات التجارية والانتاجية والبنوك والبورصات.
- (١٠) سهولة أداء المدفوعات الدولية المترتبة على الصفقات التجارية بواسطة النقود الإلكترونية المقبولة الدفع عالمياً وخلال فترة زمنية قصيرة.

وقد أدى التوسع الكبير في استخدام التجارة الإلكترونية إلى حدوث تغييرات في الوسائل التي تتم من خلالها الأعمال وتبادل السلع وعمليات الشراء والبيع بين الأفراد ، ويعتبر العامل الرئيس لهذا النمو ، والتوسع هو الانخفاض النسبي في العوائق والحواجز القانونية المنظمة ، حيث تطلق الحرية لأى شركة لكي تنشئ موقعاً لها على شبكة الإنترنت ، وتقدم من خلاله مختلف أنواع المنتجات سواء التقليدية أو المبتكرة استجابة لرغبات الأفراد والطلب المتزايد المتولد من اتساع السوق الإلكترونية ، مما يتيح للمستهلكين اتساع نطاق الاختيار سواء بين الشركات أو السلع والخدمات المختلفة. بالإضافة إلى الحصول على ما يسمى بالخدمة الخاصة أو الموجهة خصيصاً لطلب العميل ، بحيث تناسب رغباته واحتياجاته Customized Services ، وتعتبر أهم ميزة يمكن للعميل الحصول عليها من خلال التجارة الإلكترونية.^١

إلا إنه وعلى الرغم من المزايا والفوائد التي قدمتها التجارة الإلكترونية ؛ فهناك عديد من التحديات التي يجب وضعها في الاعتبار عند الإقدام على هذا الشكل المستحدث من التعاملات ، والتي تشمل عدم قدرة المستورد على رؤية أو فحص السلعة قبل طلب شرائها ، بالإضافة إلى إمكانية طلب استيراد سلع محظور استيرادها أو محظور بيعها في الأسواق المحلية للدولة المستوردة ومن ثم صعوبة تصريفها وضياع أموال مستورديها ، كما أن هناك احتمال لحدوث تعاقدات صورية باستخدام شبكة الإنترنت وحدث حالات نصب واحتيال بسبب عدم القدرة على التحقق من شخصية المتعاقدين ، ويضاف

١ التجارة الإلكترونية : تطورها ومستقبلها: الاقتصاد والمحاسبة ، مصدر سابق ، ص ٤٣

إلى ذلك عدم وجود مستندات ورقية مدعمة لطلبات الشراء أو إرسال البضائع يؤدي إلى صعوبة التمييز بين النسخ الأصلية والصور الإلكترونية مما يجعل من السهل حدوث تلاعب أو تزيف لبيانات النسخ الأصلية في ظل عدم وجود إمكانية التوقيع بخط اليد ، وهو ما يهدد الحقوق والمصالح للأفراد والمشروعات على السواء ، ويضاف إلى ذلك إمكانية اختراق شبكة الإنترنت وإفشاء أسرار العملاء والشركات والبنوك إلى منافسيهم ، واستخدام البطاقات الائتمانية المزيفة للشراء بواسطة شبكة الإنترنت عن طريق سرقة أرقام تلك البطاقات خلال تداولها عبر الشبكة ومن ثم تحمل أصحاب البطاقات أعباء عمليات شراء بضائع أو الحصول على خدمات لم يقوموا بطلبها أو تنفيذها.^١

٣- منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة موقع التسوق الإلكتروني سوق.كوم Souq.com ، وقد استخدم الباحث هذا المنهج للتعرف على النقاط الخمسة الأساسية لتقييم الموقع ، والتي تشمل مدى الالتزام بالبيانات والمعلومات التوثيقية للموقع ، وطبيعة المحتويات التي يغطيها الموقع ، وكيفية تنظيم الموقع ، وطبيعة الخدمات التي يقدمها الموقع ، والإجراءات التسويقية المتبعة في الموقع في فروعه الأربع التي تتواجد في جمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية ودولة الإمارات المتحدة ودولة الكويت.

وتعددت أدوات جمع البيانات المستخدمة في هذا البحث ، حيث قام الباحث بتصميم قائمة المراجعة كأداة رئيسة لتقييم الموقع ، واستند في إعدادها على المفهوم الخماسي المعياري للمكتبة وهو المفهوم الذي نادى به الدكتور سعد الهجرسي للتعرف على نقاط القوة ومواطن الضعف التي تكمن في الفئات الخمسة والتي تشمل المقتنيات والتنظيم والخدمات والإدارة والبيئة المحيطة. ولإعداد قائمة المراجعة رجع الباحث إلى عدد من الرسائل والأبحاث ، وبخاصة رسالة الدكتورة تغريد أبو الحسن في رسالتها لدرجة الدكتوراة ، بالإضافة قائمة المراجعة التي أعدتها إودي الخولي وغيرهما لاستنباط النقاط الرئيسة لقائمة المراجعة مع إجراء ما يلزم من تعديلات تتفق مع طبيعة البحث الحالي.

كما اعتمد الباحث أيضًا على الملاحظة والمقابلة الشخصية لعينة عشوائية من المشترين للتعرف على انطباعاتهم وأبرز ملاحظاتهم عن موقع سوق.كوم ، كما قام الباحث أيضًا بالتعامل المباشر مع الموقع ، حيث قام بشراء بعض السلع للتعرف على مدى جودة خدمات الموقع ، وتطلب ذلك التسجيل في الموقع وإجراء عمليات مختلفة مثل البحث والاسترجاع والتصفح والشراء ، وذلك حتي تقترن الدراسة بالتطبيق العملي لفهم أوسع لطبيعة الخدمات المقدمة وللتعرف على نقاط القوة ومواطن الضعف في الموقع الإلكتروني موضوع الدراسة. وقام الباحث بتحكيم قائمة المراجعة بعرضها على عدد من الأساتذة والزملاء في التخصص ، وإجراء ما يلزم من التعديلات الضرورية.

٤- أسئلة الدراسة

حاولت الدراسة الإجابة عن خمسة تساؤلات أساسية على النحو التالي ذكره:

(١) ما مدى الالتزام بالبيانات والمعلومات التوثيقية للموقع؟ وتشمل التحقق من توافر البيانات التالية: اسم الموقع ، ومحددات الموقع ، والبيانات التوثيقية للموقع ، وشعار الموقع ، والمسئول عن إعداد الموقع (شخص طبيعي / معنوي) ، وتاريخ الإنشاء ، ولغة / لغات الموقع ، وأهداف الموقع ، ومدى توافر استراتيجية مكتوبة ، ومدى تحديد الجمهور المستهدف من الموقع.

١ حمدي عبد العظيم. مصدر سابق ، ص ٦

٢) ما طبيعة المحتويات التي يغطيها موقع سوق.كوم؟ وتشمل دراسة والتحقق من توافر التالي:

المقدمة التي تعرف بأقسام الموقع المختلفة ، والخريطة التنظيمية ، وطبيعة محتويات مواقع سوق.كوم ، وطبيعة القطاعات التي يغطيها الموقع ، وفئات السلع المباعة عبر الموقع ، وأوعية المعلومات المطروحة للبيع على موقع سوق.كوم ، وأشكال أوعية المعلومات المطروحة للبيع ، ومجالات أوعية المعلومات المطروحة للبيع على موقع سوق.كوم ، والبيانات البيلوجرافية المستخدمة في عرض أوعية المعلومات المطروحة للبيع ومدى اكتمالها ، وطبيعة السلع المطروحة للبيع (جديدة ، مستعملة ، تم تجديدها) ، ومدى اهتمام الجمهور بالتجارة الإلكترونية لأوعية المعلومات المطروحة للبيع على موقع سوق.كوم.

٣) كيف يتم تنظيم موقع سوق.كوم؟ وتشمل بناء الموقع وتصميمه ، وأقسام الموقع ، ومدى

الالتزام باستخدام الميئاتادات في المواقع ، ومدى التزام مصممي مواقع سوق.كوم باستخدام الميئاتادات وإعدادها ، وحقول الميئاتادات الأساسية المستخدمة في مواقع سوق.كوم ، وتقييم موقع سوق.كوم باستخدام برنامج Meta Tag Analyzer.

٤) ما طبيعة الخدمات التي يقدمها موقع سوق.كوم؟ وتشمل خدمات الاطلاع والإتاحة في

الموقع ، وخدمات البحث عن السلع في الموقع ، وخدمات الإحاطة عن توافر السلع والمنتجات في الموقع.

٥) ما الإجراءات التسويقية المتبعة في موقع سوق.كوم؟ وتشمل التسجيل على الموقع والبيانات

المطلوبة للتسجيل ، والتكلفة المادية مقابل الإتاحة ، وطرق الشراء من الموقع ، ووسائل الاتصال لإتمام عملية الشراء ، وطرق الدعاية على الموقع ، ومدى توافر عروض ترويجية على السلع المباعة ، وتسويق السلع والمنتجات الخاصة بالأفراد ، وطرق الدفع المتاحة ، وطرق الشحن والاستلام ، والفترة الزمنية اللازمة لإتمام عملية الشراء ، وارجاع السلع في الموقع ، وسياسة ارجاع السلع ، وطرق ارجاع السلع ، وتقييم السلع والمقترحات والشكاوى في الموقع ، ومدى توافر وسائل تقييم السلع ومقترحات وشكاوى المستهلكين ، وأشكال التقييم وطرقه ، وحماية حقوق المستهلك ، وطبيعة التجارة الإلكترونية لأوعية المعلومات في الموقع ، وفئات أوعية المعلومات المطروحة للبيع ، ومجالات أوعية المعلومات ، وأشكال أوعية المعلومات المطروحة للبيع ، ووسائل التعريف بأوعية المعلومات ، وطبيعة البيانات البيلوجرافية المستخدمة ، ومدى اهتمام الجمهور بالبحث عن أوعية المعلومات المطروحة للبيع ، والدعاية والإعلان لأوعية المعلومات المطروحة للبيع ، ومدى توافر العروض الترويجية.

٥- حدود الدراسة

تمثلت الحدود الموضوعية لهذه الدراسة في التركيز على موضوع التجارة الإلكترونية للسلع والمنتجات بصفة عامة والتسوق الإلكتروني لأوعية المعلومات بصفة خاصة ، وتمثلت الحدود المكانية في التركيز على العالم العربي ، وبالتحديد في الدول الأربعة التي يقدم موقع سوق.كوم خدماته فيها ، وهي جمهورية مصر العربية ، والمملكة العربية السعودية ، ودولة الإمارات العربية المتحدة ، ودولة الكويت ، وتمثلت الحدود اللغوية في التركيز على اللغة العربية ، وتمثلت الحدود الكمية في التركيز على موقع واحد وهو موقع سوق.كوم ، وقد تم اختيار هذا الموقع لأنه أكبر موقع للتجارة الإلكترونية على مستوى العالم العربي ، ويضم أكثر من ٤٠٠٠٠٠ منتج من مختلف الفئات ، ويجذب سوق.كوم اليوم أكثر من ٢٣ مليون زائر شهرياً ، وينمو بسرعة كبيرة بسبب ازدياد عدد المتسوقين عبر شبكة الإنترنت في العالم العربي. وأطلق على موقع سوق.كوم أمازون الشرق الأوسط ، وهو يعمل كموقع للبيع بالتجزئة بالإضافة إلى عمله كسوق للبائعين من جهات خارجية. ويقدم الموقع تجربة تسوق آمنة مع إمكانية الدفع إما عبر شبكة

الإنترنت أو إمكانية الدفع نقدًا عند استلام السلع ، مع إمكانية إرجاع السلع مجانًا^١، وتمثلت الحدود الزمنية في الفترة التي أجريت فيها الدراسة وهي عام ٢٠١٥.

٦- الدراسات السابقة

تعددت الدراسات السابقة التي أجريت عن موضوع التجارة الإلكترونية ، كما تم تناول الموضوع من قبل مجالات متعددة مثل التجارة والاقتصاد والحقوق والتشريعات والمكتبات والمعلومات. ونشير في القسم التالي إلى أبرز الدراسات التي عالجت الموضوع وأهم النتائج التي توصلت إليها.

قامت دراسة مغاوري^٢ بالتعريف بالمُتاجر الإلكترونية على شبكة الإنترنت لمعرفة نمط الخدمات التي تقدمها وكيفية التعامل معها للاستفادة منها في تنمية مقتنيات المكتبات. واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي المقارن. وركزت الدراسة على أشهر مواقع التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت تخصصًا في تجارة الكتب وهما: Amazon.com و Barnes and Noble.com ، وذلك بهدف التعرف على خصائصهما وسماتهما المشتركة ، وما قد يكون بينهما من اختلافات. وأهم ما ركزت عليه الدراسة هو محتوى الموقع ومجاله ومجالات الاستفادة من الموقع وبناء الموقع وتصميمه ، حيث تعرض فيهما لهذين المتجربين من حيث تاريخ الإنشاء وأقسام الموقع ونظم البحث فيه ومجالات التغطية والروابط المدرجة بالموقعين والإعلانات التجارية وأخيرًا تكاليف الدفع والاستخدام ، ومن نتائج الدراسة وضع معايير تقييم المواقع موضوع الدراسة.

أما دراسة عبد المومن^٣ فقامت بتحليل ظاهرة التجارة الإلكترونية ودراسة واقع الدول الإسلامية إزاء هذه الظاهرة ومدى الاستفادة منها وتطبيقها على الاقتصاد الافتراضي ، وتحديدًا تركّز على مفهوم الاقتصاد الافتراضي من منظور إسلامي وعلاقته بالتجارة الإلكترونية ؛ ومفهوم التجارة الإلكترونية وأنواعها ومجالاتها وتطورها والمتطلبات اللازمة لها وآثارها الاقتصادية ، وتحديد معرفة أهم التحديات والعقبات التي تواجه الدول الإسلامية في استخدام التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الافتراضي ، وإبراز المجالات والقطاعات في الدول الإسلامية التي يمكن أن يستفاد فيها من تطبيقات التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الافتراضي. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج التي يجب الاهتمام بها مثل إعطاء الأولوية لقطاع العلوم وتقنية المعلومات في إعداد وصياغة برامج وخطط التعليم القومية ، وإنشاء مراكز وهيئات وطنية في مجال تقنية المعلومات والاتصالات ودعمها بالإمكانيات المادية والمعنوية بغرض تطوير القاعدة التكنولوجية والعلمية وتعزيز دور البحوث والتطوير في البلاد ، وتبني سياسة التنقيف التكنولوجي واستخدام تقنية المعلومات بين أفراد المجتمع ، وذلك من خلال برامج التدريب والتعليم في المؤسسات المهنية والإدارية مع الاهتمام بنشر الوعي التقني في المؤسسات التعليمية والأكاديمية وتحديث مناهج التعليم بما يتناسب والبيئة التكنولوجية.

أما دراسة الشميمري وأبو حمادة^٤؛ فسعت إلى تحقيق عدة أهداف كمعرفة مدى إدراك كل من المستهلك النهائي المصري والسعودي لمفهوم التسوق الإلكتروني مقارنة بالمفاهيم الإلكترونية الأخرى ، ومدى استخدامهما مقارنة بالمجالات الأخرى ومعرفة دوافع الاستخدام ، والمعوقات التي تواجه كلا من

١ سوق.كوم ، متاح على الرابط التالي: <http://saudi.souq.com/sa-ar/about-us/c>

٢ علاء عبد الستار مغاوري (٢٠٠٢). مواقع متاجر الكتب الإلكترونية للكتب على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة بين موقعي Amazon.com و Barnes and Noble.com مع إشارة إلى مواقع في المتاجر الإلكترونية العربية للكتب. المجلة العربية للمكتبات والمعلومات. س ٢٢ ، ع ٤ ، أكتوبر ٢٠٠٢. ص ص ١٥٩ - ١٧٤

٣ بن صغير عبد المومن. مصدر سابق. ص ص ١٠٢ - ١٢٥

٤ أحمد بن عبد الرحمن الشميمري ، عبد الموجود عبد المقصود أبو حمادة (٢٠٠٦). استخدام التسوق الإلكتروني من وجهة نظر المستهلك النهائي في جمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية. مجلة مركز صالح عبد الله كامل للاقتصاد الإسلامي ، مصر. مج ١٠ ، ع ٢٨. ص ص ٧١ - ١٤٢

المستهلك النهائي المصري والسعودي عند استخدام التسوق الإلكتروني، ومعرفة مدى الاختلاف بين المستهلك النهائي المصري والسعودي فيما يتعلق بمدى إدراك كل منهم لمفهوم التسوق الإلكتروني والمفاهيم الإلكترونية الأخرى ، ومدى استخدام كل منهم للمجالات المختلفة لاستخدام الإنترنت والأساليب المختلفة للتسويق ، ودوافع استخدام كل منهم للتسوق الإلكتروني ، والمعوقات التي تواجههم عند الاستخدام. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج للبحث وقسمت إلى ثلاثة فئات أساسية وهي توصيات لتحسين إدراك المستهلك للمفاهيم الإلكترونية المختلفة وتوصيات لتشجيع المستهلك نحو زيادة استخدامه للتسوق الإلكتروني ، وتوصيات للقضاء على معوقات استخدام التسوق الإلكتروني.

أما دراسة عبدالرحيم^١، فهدفت إلى فهم العوامل المؤثرة على تسوق المرأة الأردنية عبر الإنترنت ، واعتمدت الدراسة على نوعين رئيسيين من البيانات ، وهما: البيانات الثانوية المتمثلة بالمراجع والدراسات النظرية والميدانية السابقة والمتعلقة بموضوع البحث والبيانات الأولية ، حيث تم تصميم استبانة خاصة لهذه الدراسة تشتمل على المعلومات الديمغرافية المتعلقة بعينة الدراسة ، وخصائصها النفسية والاجتماعية ، بالإضافة إلى خصائص المتاجر الإلكترونية والمنتجات المقدمة من سلع وخدمات وطرق ترويجها والإعلان عنها. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: أن للمخاطرة المدركة أثرا كبيرا على قرار المرأة الأردنية في التسوق عبر الإنترنت وذلك نتيجة لقلة المعرفة والغموض المحيط باستخدام الإنترنت بشكل عام وباستخدامه كوسيط للتسوق بشكل خاص ، كما أشارت نتائج الدراسة عدم رغبة العديد من مجتمع الدراسة بتجربة التسوق عبر الإنترنت خوفا من سرقة معلوماتهم الشخصية والمالية.

وسعت دراسة أحمد^٢ إلى دراسة الطبيعة القانونية للعقود الإلكترونية ، وهي تلك العقود التي أفرزتها التقنيات الحديثة في عالم الاتصال ، والتي بدأت تعرف انتشارا واسعا في حياتنا ، نظرا لاستجابتها لمتطلبات الأشخاص على تنوعها ، وسرعة إبرامها وتنفيذها رغم ما تحويه من مخاطر معلومة. وتحاول الدراسة التعرف على طبيعة العقود وتحديد طبيعتها القانونية ، فهل هي عقود المساومة أو من عقود الإذعان؟ والأمر في حقيقته يكتسي أهمية علمية وعملية ؛ لأن في تحديد طبيعة العقد الإلكتروني بيانا لنوع الحماية الواجب توفيرها للمتعاقد بالوسائل الحديثة. وتحاول الدراسة بيان مضمون الآراء مع عرض أدلتها ومناقشتها. ووضحت الأهمية العملية والعلمية للعقد الإلكتروني ، وكشفت عن مدى الاختلاف القائم بين الفقهاء في تحديد طبيعته القانونية ، وإن النظر في الأسس والأدلة التي ساقها كل فريق بهذا الخصوص يدعونا إلى القول بأن العقود الإلكترونية تندرج ضمن طائفة من العقود التي توصف بأنها عقود إذعان .

أما دراسة آل عامر^٣ فهدفت إلى الوصول إلى توصيات تساعد كافة الأطراف ذات العلاقة (الحكومة-قطاع الأعمال) في نشر استخدام التجارة الإلكترونية بين كافة مستخدمي الإنترنت في المملكة العربية السعودية. وقامت هذه الدراسة باستطلاع رأى عينة قوامها ٥٠ مستخدما لشبكة الإنترنت بهدف الكشف عن الاستخدامات الرئيسية للشبكة. ووجدت أن الاستخدامات تتركز في متابعة المنتديات العامة والترفيه والتسليه والمحادثه ، تليها البحث عن المعلومات وتصفح البريد الإلكتروني ، ثم لأغراض العمل والدراسة والبحث العلمي ، ثم التصفح العام ومتابعة الأخبار. وشكل من يتعامل بالتجارة الإلكترونية نسبة بسيطة جدا حوالي ٢ % . ووضعت الدراسة عددا من التوصيات منها ضرورة قيام الجهات المعنية بالمملكة بنشر مفاهيم التجارة الإلكترونية ، وضرورة تطوير الأعمال التجارية ، وضرورة نشر القوانين والتشريعات اللازمة لتنظيم الأعمال الإلكترونية لحماية الأطراف المختلفة. والعمل على تحسين مستوى

١ أسيل غالب عبدالرحيم (٢٠٠٩). تحديد العوامل المؤثرة على استخدام الانترنت كوسيط للتسوق حالة دراسية عن المرأة الأردنية. الجامعة الاردنية ، الأردن.

٢ رباحي أحمد . مصدر سابق ، ص ٩٦ - ١٠٥

٣ علي بن سالم آل عامر (٢٠١٠). اتجاهات مستخدمي شبكة الانترنت في المملكة العربية السعودية : نحو التسوق الإلكتروني. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة - مصر . ع ٤ . ص 739 - 808

الخدمات المرتبطة بانتشار التجارة الإلكترونية مثل النقل والتوصيل والاستبدال. وضرورة إنشاء مواقع على شبكة الانترنت ، وتعنى البنوك في المملكة بنشر وسائل الدفع الإلكتروني بين أوساط المجتمع.

وتناولت دراسة محسن^١ مفهوم التجارة الإلكترونية وأنواعها ومتطلباتها العامة وأهم الدراسات النظرية والتطبيقية التي تناولت أهم الآثار الاقتصادية المترتبة عليها ، ومعالج التجارة الإلكترونية على المستوى العالمي والمقارنات الدولية حول مدى توافر استراتيجيات عامة لتنمية التجارة الإلكترونية ودرجة توافر المتطلبات العامة لممارستها ، وتحليل وضع التجارة الإلكترونية في مصر وأهم الجهود الحكومية لتنشيطها وتطويرها ثم تحليل أهم أسباب ضعفها والمعوقات التي تواجه نموها وأخيرًا مقترحات لتنمية التجارة الإلكترونية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها عدم كفاية البنية الأساسية لقطاع الاتصالات والمعلومات ، وارتفاع تكلفة الحصول على الحاسبات الآلية ، وضعف مستوى الانفاق على الاتصالات والمعلومات ، ونقص الكفاءات والكوادر المؤهلة للتعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية بصفة خاصة ، بطء التطور التكنولوجي للمنشآت والمستهلكين لممارسة التجارة الإلكترونية ، وعدم ملائمة مناخ الأعمال العام ، وعدم اكتمال التهيئة الشاملة للبيئة التشريعية والتنظيمية المؤسسية لتطبيقات التجارة الإلكترونية ، ونقص الخدمات المساندة والداعمة للتجارة الإلكترونية.

وركزت دراسة الزيادات^٢ على طبيعة العلاقة بين الثقافة والخدمات الإلكترونية في توجه الشركات الأردنية لاستخدام التجارة الإلكترونية مما يسهم في تعزيز القدرة التنافسية لهذه الشركات ، ولعرض تحقيق أهداف الدراسة فقد تم تطوير استبانة وزعت على عينة من مجتمع الدراسة شملت ٥٢ شركة منها الصناعية والتجارية والخدمية ، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الثقافة الإلكترونية واستخداماتها ، وكذلك وجود علاقة بين عمليات القبض والتحويل والدفع الإلكتروني ، وزيادة القدرة التنافسية ، كما دلت أيضًا النتائج على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاشتراك في العطاءات إلكترونياً وزيادة القدرة التنافسية ، وأن أكثر المواقع استخداماً من قبل الشركات الأردنية هي ياهو وجوجل.

أما دراسة الشورة^٣ فركزت على تحديد أثر العوامل الديموغرافية والمعلوماتية والمحفزات على استخدام الإنترنت للتسوق من قبل المستهلك الأردني ، وتهدف هذه الدراسة إلى المساهمة في تقديم قاعدة معلومات قد تسهم في تفعيل عملية السوق عبر الإنترنت في الأردن ، وقد استخدمت الدراسة الاستبيان لتجميع البيانات وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن تبني الإنترنت كوسيلة شرائية من قبل المستهلك الأردني لا يزال ضعيفاً ، وعدم الثقة بهذه الوسيلة وارتفاع تكاليف خدمة الإنترنت تحول دون استخدامه على الرغم من إدراك المستهلك الأردني لمزايا التسوق عبر الإنترنت ؛ فإن تأثير المعوقات يعتبر أكبر من تأثير المحفزات.

وقامت دراسة العدوان^٤ بالبقاء الضوء على العلاقة بين مجموعة العوامل الفردية والاجتماعية والتكنولوجية ومؤشرات اتجاهات المستهلكين حول التسوق عبر الإنترنت في الكويت. وقد دلت نتائج هذه الدراسة الميدانية على أهمية خلق اتجاهات إيجابية لدى المستهلكين في الكويت نحو التسوق عبر الإنترنت نظراً للدور المهم الذي تلعبه هذه الاتجاهات في خلق الرغبة المستقبلية لديهم لاستخدام هذه الخدمة

١ منار علي محسن (٢٠٠٥). التجارة الإلكترونية : متطلباتها واستراتيجيتها تميزتها مع الإشارة لمصر. مجلة النهضة. مصر. مج ٦ ، ٢٤ - ٢٠٠٥. ص ١ - ٣٢

٢ ممنوح الزيادات (٢٠٠٨). التجارة الإلكترونية : دراسة تحليلية وصفية لواقع استخداماتها في عينة الشركات الأردنية. مجلة كلية الآداب ، جامعة صنعاء ، اليمن. ع ٣١. ص ٣١٩ - ٣٥٩

٣ محمد سليم الشورة . مصدر سابق. ص ١ - ٢٤

٤ عادل محمد العدوان (٢٠٠٣). دراسة ميدانية عن التسوق عبر الإنترنت في الكويت. مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية ، الكويت. س ٢٩ ، ع ١٠٩. ص ٢٤٩

المتطورة. وقد أشارت النتائج الإحصائية كذلك إلى أهمية الخبرة في استخدام الإنترنت وسبل الدعم الاجتماعي المختلفة ، وكذلك متغيرات الاستفادة المرتبطة باستخدام الخدمة في تحديد اتجاهات المستهلكين في الكويت نحو خدمة التسوق عبر الإنترنت في الكويت، وتنتهي الدراسة ببعض التوصيات الإدارية ومقترحات للدراسات المستقبلية.

وقامت دراسة الفقهاء^١ بالبحث في العلاقة بين عضوية المستهلك في المجتمعات الافتراضية، والقيمة المدركة للمعلومات التي يحصل عليها بسبب عضويته في المجتمعات الافتراضية، ونواياه التسويقية عبر الإنترنت، واختبار الدور الوسيط للقيمة المدركة للمعلومات. ولتحقيق غرض الدراسة تم تطوير عدد من الفرضيات الصفرية حول تأثير متغيراتها وارتباطها، وتم جمع البيانات لعينة ملائمة اشتملت على 682 فرداً من أعضاء مواقع التواصل (Online Survey) الميدانية بطريقة المسح الإلكتروني الاجتماعي. وقد توصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي لعضوية المستهلك في المجتمعات الافتراضية في القيمة المدركة للمعلومات، وفي نواياه للقيام بالتسوق الإلكتروني، وإلى وجود تأثير معنوي للقيمة المدركة للمعلومات في نوايا التسوق الإلكتروني لدى المستهلك.

أما دراسة أحمد^٢ فهدفت إلى التعرف على الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية العربية من وجهة نظر عدد من أصحاب المتاجر الإلكترونية العربية ، وعلاقة هذه الصعوبات بعدد من المتغيرات ، وتنقسم الدراسة إلى جزأين: الجزء الأول: يتعلق بمعلومات عامة عن المتاجر الإلكترونية من حيث عمر المتجر والدولة التي يعمل بها ونوع التجارة وعمر المتجر على الإنترنت واللغة المستخدمة. أما الجزء الثاني فقد اشتمل على الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية، ووزع الاستبيان على أصحاب المتاجر الإلكترونية. ومن النتائج التي توصلت لها الدراسة ارتفاع تكاليف إقامة الموقع وتوافر الدفع الآمن وبطء شبكة الإنترنت الذي يؤدي إلى بطء التنقل عبر المواقع التجارية .

أما دراسة يوسف^٣ فأشارت إلى أنه مع تعاضد إمكانيات المحترفين الاقتصادية وسيطرة أصحاب رأس المال وظهور الشركات والمؤسسات الكبرى بدت العلاقة بين المستهلك والمحترف غير متوازنة تماماً ما استوجب تدخل المشرعين لإصدار قوانين خاصة بحماية المستهلك بغية إعادة التوازن إلى العلاقات التعاقدية بين المستهلك والمحترف، ولكن بعد ظهور شبكة الانترنت وتطور وسائل الاتصال وازدهار التجارة الإلكترونية زاد الخطر مما استوجب تعديل القوانين السابقة وتوسيعها لتشمل حماية المستهلك من الأخطار المستحدثة في التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت.

ويتضح مما سبق تعدد المجالات التي تناولت موضوع التجارة الإلكترونية وعالجته من زوايا ورؤى متنوعة ، وأن هناك قلة واضحة في عدد الدراسات التي عالجت التجارة الإلكترونية لأوعية المعلومات بصفة عامة والكتب بصفة خاصة ، كما يتضح أيضاً عدم وجود أي دراسة عن موقع سوق.كوم ، على الرغم من أهمية الموقع كواحد من أكبر وأشهر المواقع العربية للتسوق الإلكتروني في المنطقة العربية ، ومن ثم كان هناك ضرورة ملحة لإجراء هذه الدراسة لسد فجوة من فجوات المعرفة البشرية في هذا الموضوع. ويشير القسم التالي إلى ما توصلت إليه الدراسة.

١ سام عبدالقادر الفقهاء (٢٠١٣). دور القيمة المدركة للمعلومات كمتغير وسيط في العلاقة ما بين عضوية المستهلكين المجتمعات الافتراضية ونوايا التسوق الإلكتروني في فلسطين. المجلة الاردنية في إدارة الأعمال ، الاردن. مج ٩ ، ع ٢. ص ص ٢٩٤ - ٣٢٠

٢ مروة كامل مصطفى أحمد (٢٠٠٢). مصدر سابق . ص ص 291 - 326

٣ زروق يوسف (٢٠١٣). حماية المستهلك مدنياً من مخاطر التعاقد الإلكتروني: دراسة مقارنة. دفتار السياسة والقانون ، الجزائر. ع ٩ ، ص ص ١٤٠ - ١٤٣.

١) المعلومات الأساسية والتوثيقية عن موقع سوق.كوم

يعد موقع سوق.كوم شركة إماراتية يقع مقرها الرئيسي في دبي وهي إحدى مشاريع وشركات مجموعة مجموعة جبار (مكتوب سابقاً) ، وتعد واحدة من أكبر المتاجر الإلكترونية في الوطن العربي، ويضم أكثر من ٤٠٠٠٠٠ منتج ولها فروع في العديد من الدول العربية^١. وقد تأسس موقع سوق.كوم عام ٢٠٠٥ ، وكان رائداً في مجال التسوق عبر الإنترنت في المنطقة كموقع للمزاد العلني ، ومرتبطة ببوابة العرب للإنترنت "مكتوب". وعند استحواد ياهو على مكتوب في أغسطس ٢٠٠٩ ، لم يكن موقع سوق.كوم مشمولاً في الصفقة ، فانفصل عن موقع مكتوب ليقى جزءاً من مجموعة جبار للإنترنت. وفي أوائل عام ٢٠١١ ، تحول الموقع إلى نموذج سوق يبيع بأسعار ثابتة ، ثم أطلق قسم البيع بالتجزئة في أواخر عام ٢٠١١. وبالإضافة إلى مقره الرئيسي في دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة ؛ يلبي سوق.كوم احتياجات الأسواق المحلية بمكاتب تجارية له في كل من مصر والسعودية والكويت بالإضافة إلى مركز للتطوير التقني في الأردن والهند^٢.

سمى الموقع باسم سوق.كوم ، وباللغة الإنجليزية Souq.com ، ويشير الجدول التالي إلى محددات موقع سوق.كوم في الدول الأربعة التي يقدم خدماته فيها وهي جمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية ، ودولة الإمارات العربية المتحدة ، ودولة الكويت.

الدولة	محددات الموقع
المملكة العربية السعودية	http://saudi.souq.com/
دولة الإمارات العربية المتحدة	/http://uae.souq.com
جمهورية مصر العربية	http://egypt.souq.com/
دولة الكويت	http://kuwait.souq.com/

جدول رقم (٦) فروع موقع سوق.كوم

وقد تبين للباحث من خلال الدراسة عدم وجود بيانات توثيقية للموقع ، وتبين للباحث من خلال الدراسة أن شعار الموقع هو **سوق.كوم** مركزك للتسوق أونلاين ، وأن المسئول عن إعداد الموقع هو شركة سوق.كوم إف - زد - إل إل سي "souq.com FZ-LLC" ، كما تبين للباحث من خلال الدراسة أن الموقع تم إنشاؤه في عام ٢٠٠٥ ، وأن الموقع يقدم محتوياته بلغتين فقط وهما اللغة العربية واللغة الإنجليزية. وأظهرت الدراسة أن الموقع يعمل كموقع للبيع بالتجزئة بالإضافة إلى عمله كسوق للبائعين من جهات خارجية ، ويقدم موقع سوق.كوم تجربة تسوق آمنة مع إمكانية الدفع عبر الإنترنت وإمكانية الدفع نقداً عند استلام السلع ، كما يتيح الموقع إمكانية إرجاع مجانياً. وتبين أيضاً وجود استراتيجية مكتوبة للموقع ، كما أظهرت الدراسة أن موقع سوق.كوم يعمل كموقع للبيع بالتجزئة بالإضافة إلى عمله كسوق للبائعين من جهات خارجية ، ويقدم موقع سوق.كوم تجربة تسوق آمنة للمواطنين والمقيمين في الدول التالية: المملكة العربية السعودية ، جمهورية مصر العربية ، ودولة الإمارات العربية المتحدة ، ودولة الكويت ، ويجري الموقع حالياً دراسات لشحن المنتجات إلى الدول الأخرى في المنطقة.

١ سوق.كوم ، موسوعة الويكيبيديا . مصدر سابق.

٢ سوق.كوم ، متاح على الرابط التالي:

<<http://saudi.souq.com/sa-ar/about-us/c>>

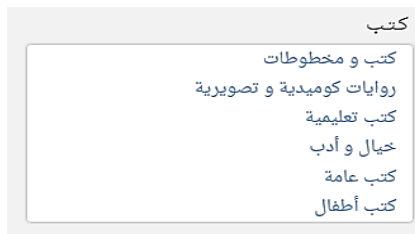
(٢) محتويات موقع سوق.كوم

تبين من خلال الدراسة وجود مقدمة مختصرة للتعريف بمحتويات الموقع ، إلا أنها لم ترد في الصفحة الرئيسية للموقع ، ووردت مع الدروس التعليمية والإرشادية التي تنظمها إدارة الموقع للتعريف بكيفية استخدامه . كما تبين من خلال الدراسة عدم وجود خريطة تنظيمية للموقع ، ويمكن لمتصفح الموقع التعرف على محتويات الموقع من خلال الضغط على جميع الفئات ، والتي يمكن من خلالها التعرف على كافة السلع والمنتجات التي يمكن تسويقها إلكترونياً ، وقد يرجع السبب في عدم وجود خريطة تنظيمية إلى سهولة وبساطة التصميم ، ومن ثم سهولة الوصول إلى كافة المحتويات والسلع المختلفة. وأظهرت الدراسة أن الموقع يضم أكثر من ٤٠٠٠٠٠٠ منتج من مختلف الفئات التي تشمل الإلكترونيات ، والأزياء ، والمنتجات المنزلية ، والساعات ، والعطور ، وغيرها. وقد استخدم الموقع قبل عام ٢٠١٥ في تسويق الأراضي والعقارات والسيارات ، إلا أن سياسة الموقع تغيرت مع بداية عام ٢٠١٥ واستبعدت هذه الفئات وأصبح قاصراً على الإلكترونيات والمنتجات والسلع ، مثل الحرف والمقتنيات والفنون ، والإلكترونيات السيارات واكسسواراتها ، والكمبيوتر والشبكات ، والصحة والجمال ، والأفلام والموسيقى ، والرياضة وأدواتها ، والطفل ، والملابس واكسسواراتها ، والإلكترونيات ، والمنزل والمطبخ والحدائق ، ومعدات وتجهيزات المكاتب ، والمجوهرات واكسسواراتها ، والكتب ، والعملات والطوابع والنقود الورقية ، والألعاب المتنوعة ، والموبايلات واكسسواراتها ، والأحذية والحقائب ، والساعات واكسسواراتها. انظر الشكل رقم (٣).

كما تبين أيضاً من خلال الدراسة أن فئات أوعية المعلومات المسوقة عبر موقع سوق.كوم في فروعه الأربعة السعودي والكويتي والمصري والإماراتي تختلف من دولة لأخرى ، إلا أنها تقع تحت الفئات الرئيسية الأربعة التالية: (١) الكتب ، (٢) حرف ومقتنيات وفنون ، (٣) عملات وطوابع ، (٤) أفلام وموسيقى. انظر القوائم (أ) ، (ب) ، (ج) ، (د).



شكل رقم (٣) القطاعات والسلع التي يغطيها موقع سوق . كوم



قائمة (أ) فئات الكتب المسوقة عبر موقع سوق .كوم

حرف و مقتنيات و فنون

أفنيكات
رسومات و لوحات
حرف يدوية، منحوتات وتحف فنية
إسلاميات ، أعراق و فنون رقمية
خرايط وأطالس و كرات أرضية
صور فوتوغرافية
ملصقات
مطبوعات

قائمة (ب) فئات الحرف والمقتنيات والفنون المسوقة عبر موقع سوق. كوم

عملات و طوابع و نقود ورقية

عملات نقدية
طوابع

قائمة (ج) فئات العملات والطوابع والنقود الورقية

أفلام و موسيقى

سي دي موسيقى
أفلام، مسلسلات ، مسرحيات
+ اكسسورات الأدوات الموسيقية
أدوات موسيقية

قائمة (د) الأفلام والموسيقى المسوقة عبر موقع سوق. كوم

كما تبين أيضًا عدم وجود مخطوطات متاحة للبيع في موقع سوق.كوم في فرعه المصري وفرعه الكويتي وفرعه الإماراتي ، إلا أنها متاحة في فرعه السعودي. وقد يرجع السبب وراء ذلك أن السياسة المتبعة بتبيح تجارة المخطوطات في بعض الدول وتحظرها في دول أخرى.

كما تبين أيضًا للباحث من خلال الدراسة أن السلع المباعة تشمل السلع الجديدة والمستعملة والتي تم تجديدها ، وينطبق ذلك على الأجهزة والإلكترونيات كالهواتف الذكية والحاسبات الإلكترونية سواء المكتبية أو المحمولة وغيرها ، أما في حالة أوعية المعلومات والكتب فهي تباع في الأعم الأغلب في حالتها الجديدة إذا كانت تابعة لجهة نشر معينة ، كما يمكن أن تكون مستعملة إذا كانت مقتنيات شخصية. والجهات التي تسوق السلع المختلفة قد تكون شركة سوق.كوم نفسها أو أفراد يستخدمون الموقع في التجارة الإلكترونية أو شركات تستخدم الموقع في تسويق منتجاتها نظير مقابل يدفع للمسؤولين عن الموقع.

(٣) طرق تنظيم موقع سوق.كوم

يتناول هذا القسم عدة نقاط تتعلق ببناء الموقع وتصميمه ، وأقسام الموقع ، ومدي التزام مصممي مواقع سوق.كوم باستخدام الميئاتادانا وإعدادها ، وحقول الميئاتادانا الأساسية المستخدمة في موقع سوق.كوم ، وتقييم موقع سوق.كوم باستخدام برنامج Meta Tag Analyzer. تبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم في فروعه الأربعة قد تم تقسيمه وفقاً لرؤوس موضوعات رئيسية ، وتم ادراج رؤوس الموضوعات الفرعية تحت رؤوس الموضوعات الرئيسية ، ويمكن للمتصفح أن يتعرف على محتويات الموقع كاملة بالضغط على جميع الفئات لتظهر له كل السلع والمنتجات المتاحة للبيع والتي تسوق عبر الموقع . ويمكن تصفح الموقع من خلال أجهزة الحاسبات المكتبية والمحمولة والهواتف الذكية بفئاتها المختلفة ، وباستخدام مختلف البرامج مثل الويندوز والأنرويد وابل آيباد ، كما يمكن تصفحه من خلال شبكة الإنترنت والشبكات الإجتماعية المختلفة.

وتم تقسيم الموقع وفقاً لرؤوس الموضوعات الرئيسية التي تضم السلع الأساسية ، وتم إدراج الفئات الفرعية تحت رؤوس الموضوعات الرئيسية ، وتم إدراج المحددات المختلفة على الهامش الأيمن للصفحة لتحديد فئات السلع المبحوث عنها واسترجاعها بسهولة ويسر. وتم إدراج مستطيل البحث في أعلى الصفحة ، وذلك لتمكين المستخدم من البحث والوصول إلى السلع المختلفة التي يبحث عنها وذلك في حالة عدم معرفته للفئات الموضوعية التي تدرج تحتها السلع المراد شراؤها. وفي أسفل الصفحة خصصت للروابط الخاصة بالإرشادات والتعليمات وسياسة الاستخدام والتدريب وترتيب فئات السلع المبحوث عنها بكثافة أو الأكثر بحثاً على الموقع من قبل المستخدمين ، وحسابات المستخدمين ، ومركز التعلم ، وخيارات التصفح المتاحة على الشبكات الاجتماعية الأخرى ، والتواصل مع المستخدمين ، وتعليمات الملكية الفكرية ، وطرق البيع والشراء على الموقع.

وقد قام الباحث بتقييم موقع سوق.كوم باستخدام موقع Meta Tag Analyzer للتعرف على مدي التزام معدي الموقع باستخدام الميئاتادانا وأبرز الملاحظات على تصميم الموقع. وتمثلت حقول الميئاتادانا التي تم دراستها في موقع سوق.كوم في الحقول الأساسية الخمسة وهي العنوان والوصف والكلمات المفتاحية والزاحف والمؤلف. وقام البرنامج بتحليل الموقع مع إضافة التوصيات المقترحة التي يجب وضعها في الاعتبار لكل حقل حتي يمكن عرض واسترجاع الموقع من قبل محركات البحث المختلفة. انظر الأشكال التالية رقم (٤) و(٥) و(٦) و(٧) لمزيد من التوضيح.

Meta tags report for: <http://saudi.souq.com/sa-ar/>

meta tag value

Title: تسوق، أفضل مكان للبيع و الشراء المفتوح في اسواق السعودية، الرياض، جدة، الخبر، مكة المدينة المنورة، السوق الالكتروني السعودي | سوق
Description: أكبر موقع للتجارة الإلكترونية في العالم العربي، شراء وبيع المنتجات عبر منصة موثوقة بها توفر مختلف خيارات الدفع المحلية وطرق التسليم المتكاملة
Keywords: تسوق، بيع، شراء، الرياض، جدة، خبر، مكة المدينة المنورة، السعودية، سوق، موبائل، جوال، مائيس، كمبيوتر، ألعاب، تسوق على الانترنت
Robots: index,follow
Viewport: width=device-width, initial-scale=1.0, maximum-scale = 1.0

Meta tags analysis.

Title: Webpage has a title.
The title is an important factor in the on-site search engine optimization. For best practice make use of your main keywords in the title.

Title Length: Title is greater than 60 characters (130 characters).
The title of your page has a length of 130 characters. Most search engines will truncate titles to 60 characters. Consider the use of a smaller title.

Description: Webpage has a description.
The description is an factor in the on-site search engine optimization. For best practice describe where your webpage is about in the description.

Description Length: Description is greater than 80 and smaller than 160 characters (140 characters).
The meta description of your page has a length of 140 characters. Most search engines prefer an meta descriptions between 80 and 160 characters.

Keywords: Webpage has a keywords meta tag.
The keywords meta tag is obsolete, and no search engines does use the keywords meta tag in their web ranking nowadays.

Robots: Webpage has no robots meta tag.
Spider robots are allowed to index and follow urls from the webpage.

Twitter Card: Twitter card is not used.
With Twitter Cards, you can attach rich photos, videos and media experience to Tweets that drive traffic to your website.

Google Plus Publisher: Publisher is not connected to Google Plus.
The publisher of the page is not connected to your Google Plus account to define the author of this one.

Open Graph: Open Graph is not used.
The Open Graph meta tags is not used. The Open Graph protocol enables any webpage to become a rich object in a social graph. For instance, this is used on Facebook to allow any webpage to have the same functionality as any other object on Facebook.

Web page analysis.

No frames where found.
A web page with frames is difficult to index by a search engine spider.

No adult words where found.
Adult words and can activate adult filters on search engines.

This page contains too many URLs.
This web page contains 865 urls. Some Search Engines have problems with more than 100 urls on a page.

The size of the web page.
The size of the web page is 318503 bytes.

The web page load time is slow.
The web page load time is 2.70 seconds.

شكل رقم (٤) التقرير الخاص بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم المتاح في المملكة العربية السعودية

- يتضح من التقييم الخاص بالموقع الإلكتروني Meta Tag Analyzer لموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم والذي يقدم خدماته بالمملكة العربية السعودية ما يلي:
- (١) تواجد حقل العنوان بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم ، إلا أن الملاحظ عليه طول الحقل حيث بلغ طوله ١٣٠ تمثيلية والحد المسموح به هو ٦٠ تمثيلية فقط .
 - (٢) تواجد حقل الوصف بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم ، والذي اشتمل على ١٤٠ تمثيلية ، وهو ما يقع ضمن الحدود المسموح بها من ٨٠ إلى ١٦٠ تمثيلية.
 - (٣) يشتمل موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم على حقل الكلمات المفتاحية ، وقد أشار التقرير إلى أن مواقع البحث لا تعتمد على الكلمات المفتاحية في الترتيب حاليًا.

٤) أشار التقرير إلى عدم اشتغال موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم على حقل الزاحف.

كما أشار التقرير إلى أن موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم لم يشتمل على إطار خارجي ، وهو يعد مقبولاً ، حيث تكون هناك صعوبة في استكشاف الصفحات التي تشتمل على أطر خارجية باستخدام الزاحف الخاص بمحركات البحث. ولا يشتمل الموقع على كلمات إباحية أو خارجة ، ومن ثم لن تكون هناك حاجة لاستخدام المرشحات Filters الخاصة بمحركات البحث لتصفية ما يتم استرجاعه ، كما أشار التقرير إلى أن الموقع الإلكتروني يشتمل على ٨٦٥ رابطاً ، وهذا يعد رقماً كبيراً يتجاوز الحدود المسموح بها ، حيث تكون هناك صعوبة في استرجاع الصفحات الإلكترونية التي تشتمل على أكثر من ١٠٠ رابط ، كما أشار التقرير إلى أن حجم الصفحة هو ٣١٨٥٠٣ بايت وهو ما يقع ضمن الحدود المسموح بها ، وكان الوقت اللازم للاسترجاع طويلاً نوعاً ما وبلغ ٢.٧ ثانية.

Meta tags report for: <http://uae.souq.com/ae-ar/>

meta tag value

Title: سوق.كوم أفضل مكان للتجارة الإلكترونية في الإمارات. السوق الإلكتروني الإماراتي | سوق.كوم
Description: أكثر مواقع للتجارة الإلكترونية في العالم العربي، توافر جميع المنتجات عبر منصة سوق.كوم بما في ذلك مختلف خدمات البيع الجملة وطرق التسليم المختلفة.
Keywords: سوق.كوم، الإمارات، دبي، أبو ظبي، موز، موبيل، جوال، مافين، كمبيوتر، ألعاب
Robots: index,follow
Viewport: width=device-width, initial-scale=1.0, maximum-scale=1.0

Meta tags analysis.

Title: Webpage has a title.
The title is an important factor in the on-site search engine optimization. For best practice make use of your main keywords in the title.

Title Length: Title is greater than 60 characters (107 characters).
The title of your page has a length of 107 characters. Most search engines will truncate titles to 60 characters. Consider the use of a smaller title.

Description: Webpage has a description.
The description is an factor in the on-site search engine optimization. For best practice describe where your webpage is about in the description.

Description Length: Description is greater than 80 and smaller than 160 characters (141 characters).
The meta description of your page has a length of 141 characters. Most search engines prefer an meta descriptions between 80 and 160 characters.

Keywords: Webpage has a keywords meta tag.
The keywords meta tag is obsolete, and no search engines does use the keywords meta tag in their web ranking nowadays.

Robots: Webpage has no robots meta tag.
Spider robots are allowed to index and follow urls from the webpage.

Twitter Card: Twitter card is not used.
With Twitter Cards, you can attach rich photos, videos and media experience to Tweets that drive traffic to your website.

Google Plus Publisher: Publisher is not connected to Google Plus.
The publisher of the page is not connected to your Google Plus account to define the author of this one.

Open Graph: Open Graph is not used.
The Open Graph meta tags is not used. The Open Graph protocol enables any webpage to become a rich object in a social graph. For instance, this is used on Facebook to allow any webpage to have the same functionality as any other object on Facebook.

Web page analysis.

No frames where found.
A web page with frames is difficult to index by a search engine spider.

No adult words where found.
Adult words and can activate adult filters on search engines.

This page contains too many URLs.
This web page contains 1094 urls. Some Search Engines have problems with more than 100 urls on a page.

The size of the web page.
The size of the web page is 348878 bytes.

The web page load time is slow.
The web page load time is 2.70 seconds.

شكل رقم (٥) التقرير الخاص بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم المتاح في دولة الإمارات العربية المتحدة

يتضح من التقييم الخاص بالموقع الإلكتروني Meta Tag Analyzer لموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم والذي يقدم خدماته دولة الإمارات العربية المتحدة ما يلي:

- (١) تواجد حقل العنوان بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم ، إلا أن الملاحظ عليه طول الحقل حيث بلغ طوله ١٠٧ تمثيلة والحد المسموح به هو ٦٠ تمثيلة فقط .
- (٢) تواجد حقل الوصف بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم ، والذي اشتمل على ١٤١ تمثيلة ، وهو ما يقع ضمن الحدود المسموح بها من ٨٠ إلى ١٦٠ تمثيلة.
- (٣) يشتمل موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم على حقل الكلمات المفتاحية ، وقد أشار التقرير إلى أن مواقع البحث لا تعتمد على الكلمات المفتاحية في الترتيب حاليًا.
- (٤) أشار التقرير إلى عدم اشتمال موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم على حقل الزاحف.

كما أشار التقرير إلى أن موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم لم يشتمل على إطار خارجي ، وهو يعد مقبولا ، حيث تكون هناك صعوبة في استكشاف الصفحات التي تشتمل على أطر خارجية باستخدام الزاحف الخاص بمحركات البحث. ولا يشتمل الموقع على كلمات إباحية أو خارجة ، ومن ثم لن تكون هناك حاجة لاستخدام المرشحات Filters الخاصة بمحركات البحث لتصفية ما يتم استرجاعه ، كما أشار التقرير إلى أن الموقع الإلكتروني يشتمل على ١٠٩٤ رابطاً ، وهذا يعد رقماً كبيراً يتجاوز الحدود المسموح بها ، حيث تكون هناك صعوبة في استرجاع الصفحات الإلكترونية التي تشتمل على أكثر من ١٠٠ رابط ، كما أشار التقرير إلى أن حجم الصفحة هو ٣٤٨٨٧٨ بايت وهو ما يقع ضمن الحدود المسموح بها ، وكان الوقت اللازم للاسترجاع طويلاً نوعاً ما وبلغ ٢.٧٠ ثانية.

Meta tags report for: <http://egypt.souq.com/eg-ar/>

meta tag value

Title: سوق، أفضل مكان للبيع و لشراء المنتجات في سوق مصر، القاهرة الإلكترونية، السوق الإلكتروني المصري | سوق
Description: أكبر موقع للتجارة الإلكترونية في العالم العربي، شراء وبيع المنتجات عبر منصة موثوقة بها توفر مختلف خيرات الدفع المحلية بطرق التسليم المخصصة:
Keywords: سوق، بيع، شراء، القاهرة الإلكترونية، مصر، سوق، عربات، جوال، ملابس، محسوسات، لعب
Robots: index,follow
Viewport: width=device-width, initial-scale=1.0, maximum-scale=1.0

Meta tags analysis.

Title: Webpage has a title.
The title is an important factor in the on-site search engine optimization. For best practice make use of your main keywords in the title.

Title Length: Title is greater than 60 characters (103 characters).
The title of your page has a length of 103 characters. Most search engines will truncate titles to 60 characters. Consider the use of a smaller title.

Description: Webpage has a description.
The description is an factor in the on-site search engine optimization. For best practice describe where your webpage is about in the description.

Description Length: Description is greater than 80 and smaller than 160 characters (141 characters).
The meta description of your page has a length of 141 characters. Most search engines prefer a meta descriptions between 80 and 160 characters.

Keywords: Webpage has a keywords meta tag.
The keywords meta tag is obsolete, and no search engines does use the keywords meta tag in their web ranking nowadays.

Robots: Webpage has no robots meta tag.
Spider robots are allowed to index and follow urls from the webpage.

Twitter Card: Twitter card is not used.
With Twitter Cards, you can attach rich photos, videos and media experience to Tweets that drive traffic to your website.

Google Plus Publisher: Publisher is not connected to Google Plus.
The publisher of the page is not connected to your Google Plus account to define the author of this one.

Open Graph: Open Graph is not used.
The Open Graph meta tags is not used. The Open Graph protocol enables any webpage to become a rich object in a social graph. For instance, this is used on Facebook to allow any webpage to have the same functionality as any other object on Facebook.

Web page analysis.

No frames where found.
A web page with frames is difficult to index by a search engine spider.

No adult words where found.
Adult words and can activate adult filters on search engines.

This page contains too many URLs.
This web page contains 927 urls. Some Search Engines have problems with more than 100 urls on a page.

The size of the web page.
The size of the web page is 422586 bytes.

The web page load time is slow.
The web page load time is 3.28 seconds.

شكل رقم (٦) التقرير الخاص بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم المتاح في جمهورية مصر العربية

يتضح من التقييم الخاص بالموقع الإلكتروني Meta Tag Analyzer لموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم والذي يقدم خدماته في جمهورية مصر العربية ما يلي:

- (١) تواجد حقل العنوان بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم ، إلا أن الملاحظ عليه طول الحقل حيث بلغ طوله ١٠٣ تمثيلة والحد المسموح به هو ٦٠ تمثيلة فقط .
- (٢) تواجد حقل الوصف بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم ، والذي اشتمل على ١٤١ تمثيلة ، وهو ما يقع ضمن الحدود المسموح بها من ٨٠ إلى ١٦٠ تمثيلة.
- (٣) يشتمل موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم على حقل الكلمات المفتاحية ، وقد أشار التقرير إلى أن مواقع البحث لا تعتمد على الكلمات المفتاحية في الترتيب حالياً.
- (٤) أشار التقرير إلى عدم اشتمال موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم على حقل الزاحف.

كما أشار التقرير إلى أن موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم لم يشتمل على إطار خارجي ، وهو يعد مقبولاً ، حيث تكون هناك صعوبة في استكشاف الصفحات التي تشتمل على أطر خارجية باستخدام الزاحف الخاص بمحركات البحث. ولا يشتمل الموقع على كلمات إباحية أو خارجة ، ومن ثم لن تكون هناك حاجة لاستخدام المرشحات Filters الخاصة بمحركات البحث لتصفية ما يتم استرجاعه ، كما أشار

التقرير إلى أن الموقع الإلكتروني يشتمل على ٩٢٧ رابطاً ، وهذا يعد رقماً كبيراً يتجاوز الحدود المسموح بها ، حيث تكون هناك صعوبة في استرجاع الصفحات الإلكترونية التي تشتمل على أكثر من ١٠٠ رابط ، كما أشار التقرير إلى أن حجم الصفحة هو ٤٢٢٥٨٦ بايت وهو ما يقع ضمن الحدود المسموح بها ، وكان الوقت اللازم للاسترجاع طويلاً نوعاً ما وبلغ ٣.٢٨ ثانية.

Meta tags report for: <http://kuwait.souq.com/kw-ar/>

meta tag value

Title: تسوق، أفضل مكان لتبيع و الشراء المفتوح في اسواق الكويت، السوق الإلكتروني الكويتي | سوق
Description: أكثر موقع للتجارة الإلكترونية في العالم العربي، شراء وبيع المنتجات عبر منصة موثوق بها توفر مختلف خيارات الدفع المحلية وطرق التسليم المتكاملة
Keywords: تسوق، بيع، شراء، الكويت، سوق، موبايل، جوال، مانيس، كمبيوتر، ألعاب
Robots: index,follow
Viewport: width=device-width, initial-scale=1.0, maximum-scale = 1.0

Meta tags analysis.

Title: Webpage has a title.

The title is an important factor in the on-site search engine optimization. For best practice make use of your main keywords in the title.

Title Length: Title is greater than 60 characters (86 characters).

The title of your page has a length of 86 characters. Most search engines will truncate titles to 60 characters. Consider the use of a smaller title.

Description: Webpage has a description.

The description is an factor in the on-site search engine optimization. For best practice describe where your webpage is about in the description.

Description Length: Description is greater than 80 and smaller than 160 characters (141 characters).

The meta description of your page has a length of 141 characters. Most search engines prefer an meta descriptions between 80 and 160 characters.

Keywords: Webpage has a keywords meta tag.

The keywords meta tag is obsolete, and no search engines does use the keywords meta tag in their web ranking nowadays.

Robots: Webpage has no robots meta tag.

Spider robots are allowed to index and follow urls from the webpage.

Twitter Card: Twitter card is not used.

With Twitter Cards, you can attach rich photos, videos and media experience to Tweets that drive traffic to your website.

Google Plus Publisher: Publisher is not connected to Google Plus.

The publisher of the page is not connected to your Google Plus account to define the author of this one.

Open Graph: Open Graph is not used.

The Open Graph meta tags is not used. The Open Graph protocol enables any webpage to become a rich object in a social graph. For instance, this is used on Facebook to allow any webpage to have the same functionality as any other object on Facebook.

Web page analysis.

No frames where found.

A web page with frames is difficult to index by a search engine spider.

No adult words where found.

Adult words and can activate adult filters on search engines.

This page contains too many URLs.

This web page contains 664 urls. Some Search Engines have problems with more than 100 urls on a page.

The size of the web page.

The size of the web page is 214264 bytes.

The web page load time is slow.

The web page load time is 2.07 seconds.

شكل رقم (٧) التقرير الخاص بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم المتاح في دولة الكويت

يتضح من التقييم الخاص بالموقع الإلكتروني Meta Tag Analyzer لموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم والذي يقدم خدماته في دولة الكويت ما يلي:

- (١) تواجد حقل العنوان بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم ، إلا أن الملاحظ عليه طول الحقل حيث بلغ طوله ٨٦ تمثيلية والحد المسموح به هو ٦٠ تمثيلية فقط .
- (٢) تواجد حقل الوصف بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم ، والذي اشتمل على ١٤١ تمثيلية ، وهو ما يقع ضمن الحدود المسموح بها من ٨٠ إلى ١٦٠ تمثيلية.
- (٣) يشتمل موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم على حقل الكلمات المفتاحية ، وقد أشار التقرير إلى أن مواقع البحث لا تعتمد على الكلمات المفتاحية في الترتيب حالياً.
- (٤) أشار التقرير إلى عدم اشتمال موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم على حقل الزاحف.

كما أشار التقرير إلى أن موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم لم يشتمل على إطار خارجي ، وهو يعد مقبولاً ، حيث تكون هناك صعوبة في استكشاف الصفحات التي تشتمل على أطر خارجية باستخدام الزاحف الخاص بمحركات البحث. ولا يشتمل الموقع على كلمات إباحية أو خارجة ، ومن ثم لن تكون هناك حاجة لاستخدام المرشحات Filters الخاصة بمحركات البحث لتصفية ما يتم استرجاعه ، كما أشار التقرير إلى أن الموقع الإلكتروني يشتمل على ٦٦٤ رابطاً ، وهذا يعد رقماً كبيراً يتجاوز الحدود المسموح بها ، حيث تكون هناك صعوبة في استرجاع الصفحات الإلكترونية التي تشتمل على أكثر من ١٠٠ رابط ، كما أشار التقرير إلى أن حجم الصفحة هو ٢١٤٢٦٤ بايت وهو ما يقع ضمن الحدود المسموح بها ، وكان الوقت اللازم للاسترجاع طويلاً نوعاً ما وبلغ ٢.٠٧ ثانية.

٤ خدمات موقع سوق.كوم

يشير هذا القسم إلى الخدمات الأساسية التي يقدمها موقع سوق.كوم ، والتي تتمثل في الاطلاع والإتاحة ، وخدمات البحث عن السلع في الموقع الرئيس ، وخدمات الإحاطة عن توافر السلع والمنتجات ، وخدمات التسجيل في الموقع ، وخدمات الرد على الاستفسارات ، وخدمات الإعلان عن المنتجات والسلع للجمهور والشركات الأخرى وتسويقها ، وخدمات تدريب الأفراد على الدعاية والإعلان وتسويق المنتجات.

١/٤ الاطلاع والإتاحة في موقع التجارة الإلكترونية (سوق.كوم)

تبين من خلال الدراسة أن الموقع متاح بشكل دائم ومنظم ، حيث يمكن الشراء في أي وقت ، ومواعيد العمل الرسمية التي يتم التعامل فيها مع الجمهور هي من الأحد إلى الخميس من ٨:٠٠ صباحاً - ١٠:٠٠ مساءً ، ويتم الشحن أيضاً خلال أيام العمل الرسمية ، ولا يتم خلال الإجازات الأسبوعية أو الإجازات الرسمية للدولة.

٢/٤ خدمات البحث عن السلع في موقع التجارة الإلكترونية (سوق.كوم)

يتناول هذا القسم طبيعة البحث عن السلع في موقع سوق.كوم (بحث موحد / متعدد) ، والبحث البسيط والبحث المتقدم ، ومحددات البحث (الربط البوليفاني ، اللغة ، السعر ، ...إلخ) ، والفرز التصاعدي والتنازلي ، وإمكانية التحكم في الكم المعروض.

تبين من خلال الدراسة تعدد طرق البحث في موقع سوق.كوم ؛ فهناك البحث حسب رؤوس الموضوعات في الواجهة الرئيسية للموقع ، والتي يمكن الوصول إليها عند اختيار تصفح جميع الفئات ، كما يتوافر البحث الموحد من خلال من خلال مستطيل البحث المتوافر على الواجهة الرئيسية للموقع. كما تبين أيضاً من خلال الدراسة إلى أن البحث البسيط هو المستخدم على واجهة الموقع ، ولا وجود للبحث المتقدم على الموقع ، والذي كان مستخدماً في فترة من الفترات السابقة ولم يعد متوافراً في الوقت الحالي. وتبين أيضاً من خلال الدراسة وجود محدّدات البحث بالموقع والتي تشير إلى السعر وحالة السلعة وماركتها ...إلخ ، ولا وجود لمحددات الخاصة بالربط البوليفاني. وتبين أيضاً من خلال الدراسة توافر أنماط الفرز التصاعدي والتنازلي بالموقع ، مثل الفرز حسب السعر من الأعلى إلى الأدنى أو العكس من الأدنى إلى الأعلى ، والفرز حسب الأكثر تطبيقاً. وتبين من خلال الدراسة عدم توافر إمكانية التحكم في الكم المعروض بالموقع والتي يمكن من خلالها عرض عدد معين من الفئات المعروضة على الموقع. كما يتوافر بالموقع إمكانية البحث باستخدام القائمة المنسدلة. ويمكن أيضاً البحث من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك Facebook وتويتر Twitter وجوجل بلس Google + . كما يمكن البحث من





شكل رقم (٧) البحث من خلال رؤوس الموضوعات

[دخول](#) | [شحن الى](#) | [إرجاع السلع مجاناً](#) \$ الدفع عند الإستلام

سوقا.م

ما الذي تبحث عنه؟

صفحة اليوم | بيع | جميع الفئات

الأكثر تطابقاً

كتب و مخطوطات

3 نتائج البحث في أوروبا كتب و مخطوطات

 The Art Book Of Thief 249.00 ريال	 The Art of Titanfall 249.00 ريال	 The Art of Battlefield 4 255.00 ريال
--	---	---

التحديدات المختاره

- ☒ أوروبا (3)
- المنشأ
- ☒ أوروبا (3)
- ☐ جميع أنحاء العالم (3)
- ☐ الشرق الأوسط (1)
- مسح
- الفئات
- (3) video game artwork
- حالة السلعة
- جديد (3)
- السعر
- 230 - 300 ريال

شكل رقم (٨) البحث من خلال مربعات البحث

[illegible]

شكل رقم (٩) البحث البسيط والبحث المتقدم

سوق.كوم

صفحة اليوم

SUKAR

مناجر

السيارات

العقارات

دخول | تسجيل | حسابي | بيع | اتصل بنا | English

الدفع مجانياً | ارجاع السلع | عدد الإصدارات

تصفح جميع الفئات

ابحث عن المنتج

الكل

جميع الفئات

أجهزة لوحية / تابلت

أجهزة

أدوات المطبخ والتخزين

أساور

أطقم مجوهرات

أقراط

ألعاب

أكسسوارات أجهزة لوحات

أكسسوارات الهواتف

الكراسي والمقاعد

حقائب كمبيوتر محمول

ساعات

سلاسل و عقود

شاحن

عطور

كاميرات رقمية

لاب توب و توت بوك

ماكياج

مستحضرات صحية و العناية للشخص

من

إلى

الكل

الأكثر تطابقاً

10

ابحث الآن

لوازم الأطفال

الحوالات والأكسسوارات

الكمبيوتر والأجهزة اللوحية

الإلكترونيات

الساعات

الجمال والصحة

الملابس والموضة

الألعاب

المنزل و الحديقة و التخييم

جميع الفئات

حدد بحثك بالخصائص الاختيارية التالية

أدخل المزيد من المعلومات في مكان البحث لتحديد لكلمة.

ADVERTISEMENT

الأكثر بحثاً

سوق بلاي

Z10

دخول / تسجيل

حسابي

البيع على سوق.كوم

خدمة المستخدمين

اتصل بنا

إبدأ البيع الآن

شكل رقم (١٠) البحث من خلال القائمة المنسدلة

٣/٤ خدمات الإحاطة عن توافر السلع والمنتجات في موقع التجارة سوق.كوم

يمكن للمستخدمين من موقع سوق.كوم الاشتراك في خدمة الإحاطة الجارية للتعرف على الصفقات والعروض سواء من خلال البريد الإلكتروني أو من خلال شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك. ويتطلب ذلك إدخال المستخدم بياناته عبر صفحة الاشتراك بالموقع. ويتم تلقي خدمات الإحاطة عند التسجيل في الموقع بصورة اختيارية ، ومن خلالها يلتقي المستهلك العروض بصورة دورية على البريد الإلكتروني الخاص به ، كما يتم التسجيل في خدمات الإحاطة عندما لا تتوافر السلع المبحوث عنها في الموقع من خلال البريد الإلكتروني ، ويرسل الموقع رسائل للمستهلك عندما ترد السلعة إلى مقر الشركة ، وبالتالي فإن الخدمة أشبه ما تكون بخدمة البث الانتقائي للمعلومات.

ويتم التسجيل في خدمة الإحاطة من خلال الموقع الإلكتروني على الموقع الإلكتروني. ويتم التسجيل في الموقع لإتمام عمليات البيع والشراء ، ومن ثم لا يمكن الشراء أو البيع على موقع سوق.كوم بدون التسجيل ، وللتسجيل في الموقع يتم إدخال البيانات الأساسية للمستخدم أو المستهلك في صفحة التسجيل سواء باستخدام البريد الإلكتروني على شبكة الإنترنت أو باستخدام الحساب الخاص بشبكة التواصل الاجتماعي.

(٤/٤) خدمات الرد على الاستفسارات

يمكن للمستهلكين تلقي خدمة الرد على الاستفسارات من خلال إرسال البيانات الخاصة بهم وموضوع الاستفسار إلى موقع شركة سوق.كوم ، وذلك من خلال الخيار اتصل بنا ، وفي حالة الأسئلة المتكررة أو الأكثر شيوعاً يمكن للمستهلكين الضغط على الرابط الخاص بالأسئلة الأكثر شيوعاً للحصول على إجابات فورية والمتاحة والمسجلة مسبقاً على الموقع.

(٥/٤) خدمات الإعلان عن المنتجات والسلع ، وخدمات التدريب

يُتيح موقع سوق.كوم للمستهلكين أو المستفيدين إمكانية الإعلان عن المنتجات والسلع لبيعها عبر الموقع ، سواء كانت هذه السلع جديدة أو مستعملة أو تم تجديدها ، وذلك نظير نسبة أو مبلغ يحصله الموقع نظير الخدمة ، ومن فوائد البيع عبر الموقع إمكانية الوصول إلى حوالي ١٠٠.٠٠٠ متسوق يوميًا ، وبالتالي ضمان الوصول لشريحة كبيرة من الجمهور ، وبالتالي ضمان عرض المنتجات للبيع بدرجة أعلى ، وللقيام بعملية البيع يقدم الموقع تدريب مجاني باستخدام الدروس التوضيحية لشرح كيفية الإعلان عن المنتجات والسلع للجمهور ، وكيفية البيع ورسوم البيع ، وعليه يمكن لجميع المسجلين بالموقع في فروعه الأربعة بمصر والسعودية والإمارات والكويت أن يسوقوا السلع المختلفة باستخدام الموقع.

(٥) طرق البيع والشراء في موقع التجارة الإلكترونية (سوق.كوم)

لكي تتم عملية البيع من خلال موقع سوق.كوم يجب على المستخدمين التسجيل في الموقع كبائعين ، ويتم ذلك من خلال صفحة التسجيل كبائع على موقع سوق.كوم ، ويتم فيه تحديد اسم الشركة ونوعية السلع المراد تسويقها عبر الموقع وأعدادها المتوافرة وتصنيفها ، ثم تحديد موقع البائع الإلكتروني.

تبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم يقدم برنامج البيع عبر الموقع الإلكتروني نظير مقابل مادي يتم تحديده سلفاً مع الأفراد والشركات التي ترغب في استخدام موقع سوق.كوم في التسويق ، وذلك لعرض السلع والمنتجات على ملايين من الزبائن شهرياً . ويتيح الموقع الفرصة للعرض المجاني للسلع والمنتجات ، ويقوم بتحصيل مبلغ أو نسبة مئوية مع كل عملية بيع تتم عبر الموقع. ومن مزايا البيع عبر الموقع الوصول إلى ١٠٠.٠٠٠ مشترٍ كل يوم ، عرض السلع للبيع مجاناً ، سهولة الإعداد ودعم عرض السلع ، تقديم خدمة دعم محلية للعملاء ، دعم مستمر للتسويق ، إتمام عملية الدفع والشحن من خلال موقع سوق.كوم ، ويتم البيع من خلال خمس خطوات أساسية ، ويمكن إيجازها في التالي:

- ١- يقوم البائع بعرض السلع للبيع من خلال سوق.كوم
- ٢- يقوم المشتري بطلب السلعة
- ٣- تقوم شركة الشحن باستلام السلعة من البائع
- ٤- تقوم الشركة بشحن السلعة
- ٥- يقوم البائع باستلام ثمن السلعة المباعة

يتم التواصل مع الشركة لإتمام عملية الشراء بطريقة إلكترونية في غالبية عملية الشراء ، ويقوم مندوب الشركة بالتواصل مع المشتري لتأكيد عملية الشراء وللتأكد من عنوان المشتري ، ويمكن للمشتري تتبع عملية الشراء إلكترونياً عبر الموقع ، ويتم ذلك من خلال الدخول على الحساب الإلكتروني لمعرفة مكان تواجد السلعة ، وعادة ما يستغرق وصول السلعة ما بين ٥-٩ أيام. ويخير المشتري بالدفع الإلكتروني عبر الموقع ، أو الدفع المباشر عند استلام السلعة.

تتم الدعاية على موقع سوق.كوم من خلال عرض صورة أو عدة صور للسلعة المراد تسويقها ، ثم يعرض الموقع مقدمة مختصرة عن خصائص السلعة وسعرها والمزايا التي تتوفر بها ، ويتيح الموقع الفرصة لتقييم السلع التي تم شرائها من قبل المشتريين لإعطاء صورة محايدة عن طبيعة السلعة ورأي المشتريين فيها ، ولتنشيط عملية التسويق يقدم الموقع عروضًا وتخفيضات على السلع في المناسبات المختلفة. ويتيح الموقع عدة طرق لعرض السلع عبر الموقع ، وهي العرض المميز ١٥.٠٠ ريال ، وذلك لجعل كل العروض المدرجة تظهر كعروض مميزة في صفحات قوائم السلع ، وصفحات نتائج البحث وصفحات السلع نفسها عند الاشتراك في خدمة العروض المميزة. ويتيح الموقع الفرصة لعرض السلع بطريقتين أساسيتين، الأولى عرضها بخلفية مميزة بإضافة خلفيه مميزه لها في صفحة السلعة نظير رسوم تقدر ١٥.٠٠ ريالاً ، مما يجعل العرض مميزاً عن غيره ، والعرض بإطار مميز نظير رسوم تقدر ١٠.٠٠ ريالاً ، مما يجذب المشتريين إلى العروض بإضافة إطار حول العرض في صفحة السلعة ، ، ويتم احتساب رسوم تحسين العرض فور الانتهاء من عملية عرض السلعة للبيع ، وهذه الرسوم غير قابلة للاسترداد بغض النظر إذا بيعت السلعة أم لا.

يتيح الموقع الفرصة للأفراد والشركات التي لها سلع ترغب في تسويقها أن تعرضها على الموقع مجاناً ، وبعد أن يتم بيعها سيتم تحصيل عمولة تحدد بحسب سعر بيع السلعة ، وعادة ما تكون هذه العمولة نسبة مئوية من قيمة البيع وبحد أدنى يبلغ ٥.٠٠ ريال على كل سلعة ، وذلك على النحو الموضح في الجدول رقم (٧).

جدول رقم (٧) رسوم العمولة التي يتلقاها الموقع على السلع المباعة من خلاله

الفئات	رسوم القيمة النهائية	
	الحد الأدنى	نسبة الرسوم
الهواتف المحمولة، الكاميرات والصور، الإلكترونيات، أجهزة الكمبيوتر الشخصية وأنظمة ألعاب الفيديو	٥.٠٠ ريال	٥ %
جميع الفئات الأخرى	٥.٠٠ ريال	١٠ %

وبالإضافة لهذه الرسوم ، يتم تحصيل ٥.٠٠ ريال كرسوم تجهيز للسلعة ، ولعرض السلعة المميز يتم تحصيل مبلغ قيمته ١٥.٠٠ ريال ، وذلك لجعل كل العروض المدرجة تظهر كعروض مميزة في صفحات قوائم السلع ، وصفحات نتائج البحث وصفحات السلع نفسها ، أو عرض بخلفية مميزة وذلك نظير مبلغ قيمته ١٠.٠٠ ريال ، وذلك لتمييز العرض عن غيرها بإضافة خلفية مميزة لها في صفحة السلعة ، أو العرض بإطار مميز نظير مبلغ قيمته ١٠.٠٠ ريال ، وذلك بإضافة إطار حول العرض في صفحة السلعة. ويتم احتساب رسوم تحسين العرض فور الانتهاء من عملية عرض السلعة للبيع ، وهذه الرسوم غير قابلة للاسترداد بغض النظر إذا بيعت السلعة أم لا.

أما بالنسبة للشراء فيتعين على كل مشتري يرغب في الشراء والتسوق أن يقوم بالتسجيل في الموقع لإتمام عملية الشراء ، كما يتعين عليه تحديد مكان ووقت الشحن وطرق التواصل معه ، وذلك وفقاً للبيانات الواردة في الصفحة التالية. ويتيح الموقع طرق دفع متعددة مثل الدفع عند الاستلام ، والدفع باستخدام بطاقات الفيزا VISA Card ، أو باستخدام ماستر كارد Master Card ، أو الدفع النقدي ، أو الدفع باستخدام نظام باي بال Pay Pal. وتختلف الرسوم التي يتم تحصيلها في حالة الدفع عند الاستلام ، حيث يتوجب على المشتري دفع رسوم أعلى في هذه الحالة مقارنة بطرق الدفع الإلكترونية الأخرى.

يقدم الموقع خدمات الشحن إلى عدة دول في المنطقة العربية غير تلك الدول الأربعة التي يقام بها ويقدم خدماته الأساسية فيها ، مصر والسعودية والإمارات والكويت ، حيث يقوم سوق.كوم الآن بالشحن

إلى قطر، والبحرين، وعمان، والأردن، ولبنان. وسوف يشمل المزيد من البلدان في وقت قريب، وعادة ما يتم شحن السلع لهذه الدول من دولة الإمارات العربية المتحدة. ويتم الشحن والاستلام في فترة زمنية تتراوح من ٥-٩ أيام، وفي هذه الأثناء يتم التواصل مع المشتري للتأكيد على عملية الشراء أو تعديلها أو إلغائها. ويقوم الموقع بإرسال رسالة للمشتري فور وصول السلعة لكي يقوم باستلامها ودفع ثمنها.

تبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم يشتمل على سياسة خاصة بالإرجاع، والتي تسمح بإرجاع وإعادة السلعة مجاناً خلال ثلاثة أيام من تاريخ الاستلام؛ فإذا لم يكن المستهلك راضياً تماماً عن السلعة التي قام بشرائها، فإنه يمكنه إرجاعها مجاناً واسترداد كافة الأموال التي قام بدفعها، وذلك من خلال التواصل مع الشركة، مع ضرورة التأكد من بقاء السلعة داخل تغليفها الأصلي وعلى نفس الحالة التي قام باستلامها بها دون استخدام. وعادة ما يخير المشتري بين استبدال السلعة بسلعة أخرى بدلاً من رد المبلغ المدفوع مقدماً، أو استرداد كامل المبلغ المدفوع. ويؤخذ على هذه العملية طول فترة الاسترداد والتي تصل إلى ٤٥ يوماً تقريباً.

٦) تقييم السلع والمقترحات والشكاوى

تبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم يتيح الفرصة لتقييم السلع المباعة للجمهور، ويتم ذلك من خلال إرسال رسائل إلكترونية للمشتريين لإبداء آرائهم حول السلع التي قاموا بشرائها، لتظهر بعد ذلك على الموقع نفسه، ويتم التقييم من خلال إعطاء درجة لتقييم السلعة (١: ٥)، كما يتيح أيضاً للجمهور إبداء الرأي والتعبير عن وجهة نظرهم حول مختلف السلع المعروضة، وفي ذلك إشارة لإدارة الموقع عن طبيعة وجودة السلع المعروضة والمتاحة للبيع على الموقع، وإشارة للجمهور عن مواصفات السلع المتاحة ورايهم فيها. ويعرض هذا التقييم على موقع سوق.كوم وبجوار السلع نفسها المراد تسويقها. وينص الموقع على عدم بيع المنتجات المقلدة أو المغشوشة، وينص صراحة على أنها غير قانونية وتخضع لإجراءات قانونية من قبل سوق.كوم وعقوبات مدنية وجنائية صارمة.

٧) التجارة الإلكترونية لأوعية المعلومات

تبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم يشتمل على عدة سلع خاصة بأوعية المعلومات مثل الكتب، والحرف والمقتنيات والفنون، والعملات والطوابع، والأفلام والموسيقى، وتبين أيضاً أن اهتمامات الجمهور على موقع سوق.كوم بأوعية المعلومات كانت ضعيفة للغاية، حيث تبين من الإحصاءات التي يعدها الموقع أن غالبية السلع التي يبحث الجمهور عنها تعلقت بالسلع الإلكترونية والترفيهية، ولا وجود لمؤشرات تذكر لأوعية المعلومات في اهتمامات الجمهور الرئيسية. كما تبين أيضاً من خلال الدراسة أن الشكل الغالب لتسويق أوعية المعلومات هو كتب الثقافة العامة والكتب التاريخية، والمواد السمعية البصرية الترفيهية التي يغلب عليها الطابع العام الذي يهتم جمهور المستفيدين، ولا وجود للأشكال الأخرى من أوعية المعلومات. وتبين للباحث أن البيانات المستخدمة في عرض الكتب هي بيانات مختصرة للغاية، وفي كثير من الأحيان تقتصر على العنوان والسعر. ولا تقدم بيانات تفصيلية عن الكتب المباعة، ويعد ذلك قصوراً واضحاً في عرض ما يتم تسويقه.

نتائج وتوصيات الدراسة

تمثلت نتائج وتوصيات الدراسة في عدة نقاط أساسية ونشير في القسم التالي إلى هذه النقاط بشيء من التوضيح.

(١) المعلومات التوثيقية للموقع

تبين من خلال الدراسة وضوح غالبية المعلومات الأساسية التوثيقية للموقع والتي تشمل اسم الموقع ، ومحددات الموقع ، وشعار الموقع ، والجهة المسؤولة عن إعداد الموقع ، وتاريخ إنشاء الموقع ، واللغات المتاحة بها الموقع. كما تم تحديد أهداف الموقع ، وتوافرت بالموقع استراتيجية مكتوبة ، كما تم تحديد الجمهور المستهدف من الموقع ، إلا أن الباحث لم يتبين له من خلال الدراسة البيانات التوثيقية للموقع. وبناء على ذلك يجب على إدارة الموقع إدراج المعلومات التوثيقية للموقع حتي تكتمل المعلومات التوثيقية للموقع.

(٢) نقاط الإتاحة والاستخدام والعتاد والبرمجيات

يتبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم يتاح على الشبكة الدولية للمعلومات الإنترنت طوال أيام الأسبوع ، كما يمكن أيضاً متابعة الموقع من خلال الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك وتويتر وجوجل بلس واليوتيوب ، وبذلك يمكن لمستخدمي شبكة الإنترنت الوصول إلى الموقع والتعرف على محتوياته من خلال عدة نقاط اتصال ، ومن ثم إتاحة الوصول إلى محتوياته من قبل شريحة أكبر من المستخدمين. كما تبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم يمكن تصفحه باستخدام الحاسبات المكتبية والمحمولة التي تستخدم برامج الويندوز ، كما يمكن تصفحه باستخدام الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية التي تستخدم تطبيقات وأنظمة الأندرويد وجوجل بلاي وتطبيقات ابل وويندوز ستور ، ومن ثم يمكن للمستخدمين تصفح الموقع والتعرف على محتوياته من خلال عدة نظم تشغيل ، وبالتالي تتعدد نقاط الاتصال المتاحة لاستخدام الموقع ، ومن ثم إتاحة الوصول إلى محتويات الموقع من قبل شريحة أكبر من المستخدمين.

(٣) محتويات الموقع

تبين من خلال الدراسة وجود مقدمة للتعريف بمحتويات الموقع ، إلا أنها لم ترد في الصفحة الرئيسية للموقع ، ووردت مع الدروس التعليمية والإرشادية التي تتيحها إدارة الموقع للتعريف بمحتوياته وكيفية استخدامه ، كما تبين من خلال الدراسة عدم وجود خريطة تنظيمية للموقع ، إلا أنه يمكن لمتصفح الموقع التعرف على محتويات الموقع من خلال الضغط على جميع الفئات والتي يمكن من خلالها التعرف على كافة السلع والمنتجات التي تسوق إلكترونياً . وبناء على ذلك يجب إدراج مقدمة توضيحية بمحتويات الموقع ويجب أن تكون في الصفحة الرئيسية للموقع حتي يسهل الوصول إليها والتعرف على محتويات الموقع. ويجب على إدارة الموقع أيضاً إدراج خريطة تنظيمية للموقع يمكن من خلالها التعرف والوصول إلى جميع محتويات الموقع.

(٤) أوعية المعلومات

تبين للباحث من خلال الدراسة أن فئات أوعية المعلومات المسوقة عبر موقع سوق.كوم في فروع الأربعة السعودي والكويتي والمصري والإماراتي تختلف من دولة لأخرى ، إلا أنها تقع تحت الفئات الرئيسية التالية: (١) كتب ، (٢) حرف ومقتنيات وفنون ، (٣) عمالات وطوابع ، (٤) أفلام وموسيقى. كما تبين أيضاً عدم وجود مخطوطات أو وثائق تاريخية متاحة للبيع في موقع سوق.كوم في الفروع بمصر

والكويت والإمارات ، إلا أنها متاحة في سوق.كوم في فرعه السعودي. وقد يرجع السبب وراء ذلك أن السياسة المتبعة قد تسمح بتجارة المخطوطات والوثائق النادرة في بعض الدول وتحظرها في دول أخرى. كما أظهرت الدراسة أن السلع المباعة تشمل السلع الجديدة والمستعملة والتي تم تجديدها ، وينطبق ذلك على الأجهزة والإلكترونيات كالهواتف الذكية والحاسبات الإلكترونية سواء المكتنية أو المحمولة ، أما في حالة أوعية المعلومات والكتب فهي تباع في الأعم الأغلب في حالتها الجديدة. وهذه المقتنيات التي تسوق على الموقع قد تكون مقتنيات شخصية أو تابعة لموقع سوق.كوم أو شركات تستخدم الموقع في تسويق منتجاتها عبر الموقع نظير مقابل يدفع لموقع سوق.كوم.

٥) اهتمامات الجمهور

أظهرت الدراسة أن اهتمامات الجمهور بأوعية المعلومات على موقع سوق.كوم كانت ضعيفة للغاية ، حيث تبين من المؤشرات الإحصائية لاهتمامات الجمهور التي يعدها الموقع أن غالبية السلع التي يبحث عنها الجمهور تعلقت بالسلع الإلكترونية والترفيهية ، ولا وجود لمؤشرات تذكر لأوعية المعلومات في اهتمامات الجمهور الرئيسية . كما تبين أيضاً من خلال الدراسة أن الشكل الغالب لتسويق أوعية المعلومات هو كتب الثقافة العامة والكتب التاريخية في شكلها التقليدي المطبوع التي تهتم الجمهور العام ، ولا يحتوي الموقع على كتب متخصصة ، كما تسوق الكتب في شكلها التقليدي ولا تسوق للكتب أو غيرها من أوعية المعلومات في شكلها الرقمي ، كما لاحظ الباحث عدم وجود أشكال أخرى غير الكتب مثل الدوريات أو المجلات . ويحتوي الموقع أيضاً على المواد السمعية البصرية الترفيهية التي تهتم الطابع العام ، ولا وجود لأشكال أخرى من أوعية المعلومات ، اللهم إلا في حالة الأسطوانات البصرية الخاصة بالموسيقى والأفلام والمسلسلات العامة الأجنبية المترجمة.

٦) مجالات تغطية

تبين للباحث من خلال الدراسة أن كتب الثقافة العامة التي تهتم الجمهور العام في الدولة هي الشكل السائد على موقع سوق.كوم ، ولا وجود لكتب متخصصة في الموقع ، وقد يرجع السبب وراء ذلك إلى أن كتب الثقافة العامة تجتذب شريحة أعرض من الجمهور بخلاف الكتب المتخصصة التي تهتم جمهوراً محدوداً. وتبين أيضاً أن موقع سوق.كوم محدود في تغطيته الجغرافية ؛ حيث يعمل في عدد محدود من الدول العربية وهي السعودية ومصر والإمارات والكويت. وقاصر في تغطيته اللغوية على العربية والإنجليزية فقط ، كما تبين من خلال الدراسة تنوع فئات السلع بالموقع وضخامة كم السلع المعروضة وتنوع الفئات المقدمة سواء التي تسوق من قبل الشركة نفسها أو التي يمكن أن يسوقها التجار أو مستخدمو الموقع أنفسهم . وتبين من خلال الدراسة أن المواقع الأربع موضوع الدراسة تقدم معلومات عن المواد الأكثر بحثاً وشراءً وتسوقاً في السعودية ومصر والكويت والإمارات. وأظهرت الدراسة أن فئات السلع الأكثر بيعاً وتسوقاً خاصة بـ مواد التسلية والترفيه في مجملها ولا توجد إشارات إلى بيع الكتب والمواد التعليمية . كما تبين من خلال الدراسة ضعف محتويات الموقع من الكتب والمواد التعليمية في المواقع الأربعة موضوع الدراسة ، وتبين أيضاً اختلاف الكتب المعروضة من دولة لأخرى وفقاً للاهتمامات المختلفة بكل منطقة ، إلا أنها تقع تحت فئات موضوعية واحدة. وتبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم استخدم في فترة من الفترات لتسويق العقارات والأراضي والسيارات ، وتغيرت سياسته بعد ذلك واستبعدت هذه الفئات مع بداية عام ٢٠١٥.

توصي الدراسة بضرورة زيادة عدد الكتب والمواد التعليمية وغيرها من أوعية المعلومات على الموقع الإلكتروني ، بحيث يجب ألا يقتصر الموقع على المواد الترفيهية والإلكترونيات والاحتياجات المنزلية فقط. كما توصي الدراسة بضرورة القيام بحملات دعائية وإعلانية عن مختلف أوعية المعلومات

أسوة ببرامج الدعاية والإعلان للسلع الأخرى بما يسمح بتنمية عمليات البيع لأوعية المعلومات. وضرورة تشجيع الناشرين العرب في ربط مواقعهم بموقع سوق.كوم لنشر وتسويق منتجاتهم في مختلف الدول. كما يمكن لموقع سوق.كوم أن يقوم بتوفير أوعية المعلومات في أشكالها التقليدية والإلكترونية ، بما يسمح للمستفيد بحرية الاختيار ما بين شراء المواد التي يحتاج إليها سواء في نسخة مطبوعة أو من خلال نسخة إلكترونية يمكن تحميلها من على الموقع. وإتاحة الموقع بلغات أخرى غير اللغتين الأساسيتين العربية والإنجليزية لكي يستوعب شريحة أوسع من الجمهور ، ولضمان مزيد من التسويق.

٧) البيانات البليوجرافية المتوافرة لعرض الكتب

تبين للباحث أن البيانات المستخدمة في عرض الكتب هي بيانات مختصرة للغاية ، وفي كثير من الأحيان تقتصر على العنوان والسعر ، ولا تقدم بيانات تفصيلية عن الكتب المباعة ، وبعد ذلك قصوراً واضحاً في عرض ما يتم تسويقه. ومن ثم توصي الدراسة بضرورة تقديم البيانات البليوجرافية الكاملة بما يسمح بتحديد ذاتية أوعية المعلومات وتمييزها عن غيرها من أوعية المعلومات على الموقع ، وتقديم خدمة الاستخلاص لأوعية المعلومات المتاحة بما يسمح للجمهور بالتعرف بدرجة أكبر على طبيعة محتويات أوعية المعلومات المراد تسويقها ، وتحفيزهم على الشراء.

٨) الوثائق التاريخية والقطع الأثرية والعملات النادرة

تبين من خلال الدراسة اختلاف السياسات المتبعة في التسوق عبر شبكة الإنترنت في فروع موقع سوق.كوم بالدول الأربعة موضوع الدراسة ، فبينما يمنع على سبيل المثال تسوق الوثائق التاريخية والنادرة والقطع الأثرية والعملات النادرة في مصر يسمح بذلك في السعودية .

٩) البحث والاسترجاع

تبين من خلال الدراسة سهولة استخدام موقع سوق.كوم ، حيث تبين أن الموقع بسيط ولا يحتوي على العديد من التفاصيل التي يصعب معها التوصل إلى منتج أو سلعة معينة ؛ فالموقع سهل في استخدامه وخاصة فيما يتعلق بالتصفح والاطلاع والبحث عن مختلف السلع . ويستخدم الموقع طريقتين في البحث فقط هما البحث البسيط والبحث من خلال رؤوس الموضوعات الرئيسية ، ولا يوجد بالموقع طرق البحث المتقدمة مثل البحث المركب والبحث المعقد ، كما تبين من خلال الدراسة أن الموقع لا يستخدم طرق البحث المتقدمة ، ويتوافر بالموقع طرق الفرز والترتيب حسب السعر ، والفرز حسب الشبوع والاستخدام ، والفرز حسب الأكثر تطبيقاً. وتبين من خلال الدراسة أن الموقع لا يتوافر به إمكانية تحديد والتحكم في الكم المعروض. ومن ثم توصي الدراسة بإدراج البحث المتقدم ضمن فئات البحث المسموح بها ، بما يسمح لبحث الموقع واسترجاع فئات أوعية المعلومات المختلفة ، ومن ثم تطوير محرك البحث الخاص بالموقع بما يسمح باستخدام البحث المركب والبحث المتقدم ، وألا يقتصر على البحث البسيط. وتطوير محرك البحث الخاص بالموقع بما يسمح بالبحث الموضوعي ، والبحث بجزء من الكلمة ، والبحث التصاعدي والتنازلي ، والبحث باستخدام الربط البولاني (و ، أو ، ليس) والبحث بالمحددات المختلفة...إلخ.

١٠) طرق تنظيم الموقع ومدى استخدام الميتاداتا

أشار التقرير الذي أعده برنامج Meta Tag Analyzer إلى جودة وصانف البيانات (الميتاداتا) المستخدمة في موقع التسوق الإلكتروني سوق.كوم ، مع تقارب النتائج في الفروع الأربع للموقع في الدول الأربعة التي يقدم خدماته فيها ، كما يوجد بعض الملاحظات في بعض الحقول ، حيث

وجد حقل العنوان بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم ، إلا أن الملاحظ عليه طول الحقل عن الحد المسموح به هو ٦٠ تمثيلة فقط ، كما وجد حقل الوصف بموقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم ، في الدول الأربعة موضوع الدراسة ، ووقعه ضمن الحدود المسموح بها من ٨٠ إلى ١٦٠ تمثيلة ، كما اشتمل موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم على حقل الكلمات المفتاحية ، وقد أشار التقرير إلى أن مواقع البحث لا تعتمد على الكلمات المفتاحية في الترتيب حاليًا. وأشار التقرير إلى عدم اشتمال موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم على حقل الزاحف. وأشار التقرير إلى أن موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم لم يشتمل على إطار خارجي ، وهو يعد مقبولاً ، حيث تكون هناك صعوبة في اكتشاف الصفحات التي تشتمل على أطر خارجية باستخدام الزاحف الخاص بمحركات البحث. ولا يشتمل الموقع على كلمات إباحية أو خارجة ، ومن ثم لن تكون هناك حاجة لاستخدام المرشحات Filters الخاصة بمحركات البحث لتصفية ما يتم استرجاعه ، كما أشار التقرير إلى أن الموقع الإلكتروني يشتمل على روابط تفوق وتتجاوز الحد المسموح به ، حيث تكون هناك صعوبة في استرجاع الصفحات الإلكترونية التي تشتمل على أكثر من ١٠٠ رابط ، كما أشار التقرير إلى أن حجم الموقع يقع ضمن الحدود المسموح بها ، وكان الوقت اللازم للاسترجاع طويلاً نوعاً ما والذي تجاوزو الثانيين.

(١١) خدمات الموقع

أظهرت الدراسة أن موقع سوق.كوم يقدم عديداً من الخدمات مثل الاطلاع والإتاحة ، حيث تبين من خلال الدراسة أن الموقع متاح بشكل دائم ومنظم ، ويقدم الموقع أيضاً خدمات البحث عن السلع ، حيث تعددت طرق البحث في موقع سوق.كوم ؛ فهناك البحث حسب رؤوس الموضوعات في الواجهة الرئيسية للموقع ، كما يتوافر البحث الموحد من خلال من خلال مربع / مستطيل البحث المتوافر على واجهة الموقع الرئيسية. ويمكن أيضاً البحث من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك Facebook وتويتر Twitter وجوجل بلس Google + . كما يمكن البحث من خلال سوق متجر جوجل ، سوق متجر ويندوز ، وسوق متجر تطبيقات أبل . ويقدم الموقع خدمات الإحاطة عن توافر السلع والمنتجات ، حيث يمكن للمستخدمين من موقع سوق.كوم الاشتراك في خدمة الإحاطة الجارية للتعرف على الصفقات والعروض سواء من خلال البريد الإلكتروني أو من خلال شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك ، ويتطلب ذلك ادخال المستخدم بياناته عبر صفحة الاشتراك بالموقع. ويقدم الموقع أيضاً خدمات الإحاطة عند التسجيل في الموقع بصورة اختيارية ، ومن خلالها يلتقى المستهلك العروض بصورة دورية على البريد الإلكتروني الخاص به ، كما يتم التسجيل في خدمات الإحاطة عندما لا تتوافر السلع المبحوث عنها في الموقع ، لكي يستقبل المسجلون بالموقع رسائل خاصة باهتماماتهم ، وبالتالي فإن الخدمة أشبه ما تكون بخدمة البث الانتقائي للمعلومات ، كما يقدم الموقع خدمات الرد على الاستفسارات ، حيث يمكن للمستخدمين تلقي خدمة الرد على الاستفسارات من خلال إرسال البيانات الخاصة بهم وموضوع الاستفسار إلى موقع شركة سوق.كوم ، وفي حالة الأسئلة المتكررة أو الأكثر شيوعاً يمكن للمستخدمين الضغط على الرابط الخاص بالأسئلة الأكثر شيوعاً للحصول على إجابات فورية المتاحة والمسجلة مسبقاً على الموقع ، ويتيح الموقع الإعلان عن المنتجات والسلع للجمهور والشركات وتسويقها ، ويتيح الموقع خدمات البيع ، ويتيح الموقع الفرصة للأفراد والشركات البيع من خلال الموقع الإلكتروني نظير مقابل مادي يتم تحديده سلفاً ، وذلك لعرض السلع والمنتجات على ملايين من الزبائن شهرياً ، ويقوم بتحصيل مبلغ أو نسبة مئوية مع كل عملية بيع تتم عبر الموقع ، ويقدم الموقع عروض وتخفيضات على السلع في المناسبات المختلفة .

(١٢) التسجيل والعضوية

تبين من خلال الدراسة سهولة التسجيل في الموقع ، حيث يمكن لأي فرد في المنطقة العربية التسجيل في الموقع واستخدامه وتصفحه والتعرف على محتوياته بصورة مجانية. ويعمل الموقع في

الأساس على خدمة المستهلكين ، إلا أنه يتيح الفرصة أيضاً للتجار لتسويق منتجاتهم وسلعهم ، وبالتالي تعدى دور الموقع من مجرد موقع إلكتروني لتسويق المنتجات والسلع إلى موقع يمكن من خلاله أن يسوق التجار سلعهم وبضائعهم عبر الموقع. وأظهرت الدراسة أيضاً ازدياد عدد المستخدمين لمواقع التجارة الإلكترونية في العالم العربي ، والذي يتنامى بمرور الوقت.

١٣) التدريب على استخدام الموقع والتدريب على التسويق الإلكتروني

تبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم يتيح للمستفيدين الفرصة لتلقي التدريب المناسب على استخدام الموقع والبحث فيه. ويتيح موقع سوق.كوم الفرصة لاستخدام الموقع في التسويق الإلكتروني ، حيث يقوم بتدريب المستخدمين على التسويق الإلكتروني للمنتجات من خلال الدروس والأفلام التوضيحية على الموقع نفسه ، كما تبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم يفتح المجال أمام التجار والشركات الأخرى لتسويق منتجاتهم نظير مقابل مادي بسيط .

١٤) الدفع والاستلام

يتيح الموقع طرق دفع متعددة مثل الدفع عند الاستلام ، والدفع باستخدام بطاقات الفيزا VISA Card ، أو باستخدام ماستر كارد Master Card ، أو الدفع النقدي (كاش) ، أو الدفع باستخدام نظام باي بال Pay Pal. ويقدم الموقع خدمات الشحن إلى عدة دول في المنطقة العربية غير تلك الدول الأربعة التي يقام بها ويقدم خدماته الأساسية فيها وهي مصر والسعودية والإمارات والكويت ، حيث يقوم موقع سوق.كوم بالشحن إلى قطر ، والبحرين وعمان والأردن ولبنان. وسوف يشمل المزيد من البلدان في وقت قريب ، وعادة ما يتم شحن السلع لهذه الدول من دولة الإمارات العربية المتحدة ، وتستغرق عملية الشحن والاستلام فترة زمنية تتراوح من ٥-٩ أيام.

١٥) سياسة إرجاع السلع

تبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم يشتمل على سياسة خاص بالإرجاع ، والتي تسمح بإرجاع وإعادة السلعة مجاناً خلال ثلاثة أيام من تاريخ الاستلام ؛ فإذا لم يكن المستهلك راضياً عن السلعة التي قام بشرائها ، فإنه يمكنه إرجاعها مجاناً واسترداد كافة الأموال التي قام بدفعها. وتبين للباحث من خلال المقابلة الشخصية مع بعض المتعاملين مع الموقع أن عملية استرجاع المبلغ المدفوع عادة ما تستغرق وقتاً طويلاً للاسترداد ، وعادة ما يخير المندوب المتعامل مع الجمهور باستبدال السلعة المراد إرجاعها بسلعة أخرى ، أو استرداد المبلغ المدفوع.

١٦) وسائل تقييم السلع وتلقي المقترحات والشكاوى

تبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم يتيح إمكانية تقييم السلع والاطلاع على آراء من قاموا بشراء السلعة ، وبهذه الطريقة يمكن للآخرين تكوين فكرة عن المنتج قبل الشراء ، حيث يتيح موقع سوق.كوم الفرصة لتقييم السلع المباعة للجمهور ، ويتم ذلك من خلال إرسال رسائل إلكترونية للمشتريين يتم من خلالها تقييم السلع التي قاموا بشرائها لتظهر تقييماتهم على الموقع نفسه ، ويتم التقييم من خلال إعطاء درجة لتقييم السلعة (١: ٥) ، كما يتاح أيضاً للجمهور إبداء الرأي والتعبير عن وجهة نظرهم في مختلف السلع المعروضة ، وفي ذلك إشارة لإدارة الموقع عن طبيعة وجودة السلع المباعة ، وإشارة للجمهور عن مواصفات السلع المتاحة وآرائهم فيها . ويعرض هذا التقييم على موقع سوق.كوم وبجوار السلع نفسها المراد تسويقها.

١٧) التسوق الآمن وحماية حقوق المستهلك

يتيح موقع سوق.كوم إمكانية التسوق الآمن على شبكة الإنترنت ، حيث يتيح الفرصة للدفع عند الاستلام ، كما يتيح الفرصة للدفع الإلكتروني من خلال شبكة الإنترنت. كما يتبع الموقع سياسة صارمة لحماية المستهلك ، وذلك من خلال مناهضة بيع وتسويق السلع المقلدة والمغشوشة ، ويتوعد المسوقين لها بالملاحقة القانونية ، وذلك من خلال التنبيه والنص على ذلك ، حيث ينص صراحة على أنها غير قانونية وتخضع لإجراءات قانونية من قبل سوق.كوم وعقوبات مدنية وجنائية صارمة.

١٨) العروض التسويقية

تبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم يحرص على تقديم العروض والخصومات على السلع بصفة دورية وفي المناسبات المختلفة ، وتبين من خلال الدراسة والملاحظة أن العروض التسويقية عادة ما تشمل الأجهزة الإلكترونية مثل الحاسبات الإلكترونية سواء المكتبية أو المحمولة و الأجهزة اللوحية و الهواتف الذكية. وقد يرجع السبب وراء ذلك إلى ظهور أجيال متطورة من الأجهزة الإلكترونية المختلفة بأسعار تنافسية ، ومن ثم لتجنب ركود الأجهزة المتواجدة بالموقع يتم طرحها للبيع بأسعار منخفضة ، وفي صورة عروض ترويجية. ومن ثم توصي الدراسة بضرورة تقديم العروض التشجيعية والأسعار التنافسية لأوعية المعلومات المدرجة على الموقع أسوة بالسلع الأخرى التي تسوق على الموقع ، وبما يسمح للموقع بتنمية حركة البيع والشراء لأوعية المعلومات المختلفة.

١٩) إحصاءات البيع

تبين من خلال الدراسة أن موقع سوق.كوم يعد إحصائيات مباشرة عن أكثر المنتجات تسويقاً على الموقع بصفة دورية ، ولا وجود للكتب ضمن أكثر المواد تسويقاً في موقع سوق.كوم في فروعه الأربع بمصر والسعودية والإمارات والكويت.

٢٠) التوسع والدخول في شراكة مع الشركات المناظرة

توصي الدراسة بضرورة إنشاء المزيد من فروع سوق.كوم في مختلف الدول العربية ، كمرحلة أولى ، ثم التوسع التدريجي بعد ذلك للوصول إلى مختلف الأسواق العالمية ، وذلك بما يسمح بتنمية حركة البيع والشراء عربياً ودولياً ، وبما يخدم شريحة أكبر من المستهلكين ، وبما يضمن عالمية التغطية. ويمكن أيضاً الدخول في شراكة واتفاقيات مع المواقع العالمية الأخرى ذات التوجه نفسه ، وذلك لتبادل المنفعة وبما يسمح بتحقيق عائدات أكبر .

قائمة المراجعة

(١) المعلومات التوثيقية الأساسية عن موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم

- (١) اسم الموقع
- (٢) محددات الموقع
- (٣) البيانات التوثيقية للموقع
- (٤) شعار الموقع
- (٥) المسئول عن إعداد الموقع (شخص طبيعي / معنوي)
- (٦) تاريخ الإنشاء
- (٧) لغة / لغات الموقع
- (٨) أهداف الموقع ، ومدى توافر استراتيجية مكتوبة
- (٩) الجمهور المستهدف من موقع سوق.كوم

(٢) محتويات موقع التجارة الإلكترونية سوق . كوم

- (١) مدى توافر مقدمة تعرف بأقسام الموقع
- (٢) مدى توافر الخريطة التنظيمية
- (٣) طبيعة محتويات مواقع سوق.كوم
- (٤) طبيعة القطاعات التي يغطيها الموقع
- (٥) فئات السلع المباعة عبر الموقع
- (٦) أوعية المعلومات المطروحة للبيع على موقع سوق.كوم
- (٧) أشكال أوعية المعلومات المطروحة للبيع على موقع سوق.كوم
- (٨) مجالات أوعية المعلومات المطروحة للبيع على موقع سوق.كوم
- (٩) البيانات البيلوجرافية المستخدمة في عرض أوعية المعلومات المطروحة للبيع ومدى اكتمالها
- (١٠) طبيعة السلع المطروحة للبيع (جديدة ، مستعملة ، تم تجديدها)
- (١١) مدى اهتمام الجمهور بالتجارة الإلكترونية لأوعية المعلومات المطروحة للبيع على موقع سوق.كوم

(٣) طرق تنظيم موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم

- (١) بناء الموقع وتصميمه
- (٢) أقسام الموقع
- (٣) مدى استخدام المبتدات في المواقع
- (٤) مدى التزام مصممي مواقع سوق.كوم باستخدام المبتدات وإعدادها
- (٥) حقول المبتدات الأساسية المستخدمة في مواقع سوق.كوم:
- (٦) تقييم موقع سوق.كوم باستخدام برنامج Meta Tag Analyzer

(٤) خدمات موقع التجارة الإلكترونية (سوق.كوم)

(١) الاطلاع والإتاحة في موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم

- (١) التسجيل في الموقع لتصفح محتوياته
- (٢) إتاحة الموقع
- (٣) مواعيد العمل الرسمية & مواعيد الإجازات
- (٤) مدى توافر امكانية الشراء أثناء فترة الإجازات

(٢) خدمات البحث عن السلع في موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم

- (١) طبيعة البحث (بحث موحد / متعدد)
- (٢) درجات البحث (البحث البسيط والبحث المركب والبحث المتقدم)

٣) محددات البحث : الربط البوليفي، اللغة، السعر، الفرز التصاعدي والتنازلي، إمكانية التحكم في الكم المعروض

٣) خدمات الإحاطة عن توافر السلع والمنتجات في موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم

- ١) أشكال الإحاطة: ١) الإحاطة الجارية ٢) البث الانتقائي
- ٢) وسيلة الاشتراك في الخدمة

٤) خدمات الرد على الاستفسارات

٥) خدمات الإعلان عن المنتجات والسلع

٥) طرق البيع والشراء في موقع التجارة الإلكترونية (سوق.كوم)

- ١) التسجيل على الموقع والبيانات المطلوبة للتسجيل
- ٢) التكلفة المادية مقابل الإتاحة
- ٣) طرق الشراء من الموقع
- ٤) وسائل الاتصال لإتمام عملية الشراء (١-تقليدية ٢-إلكترونية)
- ٥) طرق الدعاية على الموقع
 - مدى توافر عروض ترويجية على السلع المباعة (تخفيضات)
 - ٦) تسويق السلع والمنتجات الخاصة بالأفراد
 - ٧) الدفع والاستلام في موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم
 - طرق الدفع المتاحة (نقدًا ، شيكات ، الفيزا كارد...إلخ)
 - الشحن والاستلام
 - الفترة الزمنية اللازمة لإتمام عملية الشراء
 - ٨) ارجاع السلع في موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم
 - سياسة ارجاع السلع
 - طرق ارجاع السلع
 - ٩) تقييم السلع والمقترحات والشكاوي في موقع التجارة الإلكترونية (سوق.كوم)
 - مدى توافر وسائل تقييم السلع ومقترحات وشكاوى المستهلكين
 - أشكال التقييم وطرقه
 - حماية حقوق المستهلك
 - ١٠) التجارة الإلكترونية لأوعية المعلومات في موقع التجارة الإلكترونية سوق.كوم
 - فئات أوعية المعلومات المطروحة للبيع
 - مجالات أوعية المعلومات المطروحة للبيع
 - أشكال أوعية المعلومات المطروحة للبيع
 - وسائل التعريف بأوعية المعلومات المطروحة للبيع
 - البيانات البليوجرافية المستخدمة المطروحة للبيع
 - مدي اهتمام الجمهور بالبحث عن أوعية المعلومات المطروحة للبيع
 - الدعاية والإعلان لأوعية المعلومات المطروحة للبيع
 - مدي توافر العروض الترويجية لأوعية المعلومات المطروحة للبيع

جودة خدمات المعلومات في مكتبات جامعة أم القرى: دراسة تقييمية باستخدام مقياس (LibQual)

اعداد

د/خالد بن سليمان معنوق
أستاذ علم المعلومات المشارك
جامعة أم القرى
ksmatook@uqu.edu.sa

مستخلص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى قياس مستوى خدمات المعلومات التي تقدمها مكتبات جامعة أم القرى، وقد تكون مجتمع الدراسة من طلاب وطالبات بجميع المستويات بجامعة أم القرى بمكة المكرمة، بلغ حجم عينة الدراسة (٨٣١) مستجيباً، وقد اعتمدت الدراسة على استخدام المنهج التقييمي وذلك بهدف تقييم مدى جودة الخدمات المقدمة بمكتبات جامعة أم القرى وذلك باستخدام مقياس LibQual ، كما اعتمدت الدراسة في جزء منها على المنهج الوصفي (دراسة الحالة)، سجلت محاور الدراسة متوسطات مختلفة وجاءت بالترتيب التالي: محور الوصول للمعلومات قد سجل أعلى متوسط (٣.٥١)، يليه محور رضا المستفيدين (٣.٤٦)، ثم محور مستوى الخدمة بمتوسط (٣.١٦)، وجاء في المركزين الأخيرين كل من محور المبنى والتجهيزات (٢.٩٦) ومحور الاستخدام بمتوسط (٢.٧٣)، كشفت الدراسة عن وجود تباين بين آراء مجتمع الدراسة حول الخدمات التي تقدمها مكتبات جامعة أم القرى وفقاً لمتغير التخصص، وتبين أن هناك محدودية بالبرامج التعريفية والإرشادية لكيفية استخدام المكتبة، بالرغم من حداثة مباني وتجهيزات المكتبات المركزية ومكتبات الكليات، إلا أن مجتمع الدراسة طالبوا بضرورة الاهتمام بتجديد أو تحسين تلك التجهيزات، وكذلك كشفت الدراسة عن رضا مجتمع الدراسة عن الطرق التي أتاحتها مكتبات جامعة أم القرى للوصول إلى المعلومات، ومن توصيات الدراسة: عقد ورش عمل ومحاضرات وإقامة أساليب تعريفية (بشكل دوري) بدور المكتبة والخدمات التي تقدمها، ضرورة تعزيز مناهج أقسام علوم المكتبات والمعلومات بالجامعات العربية بمقرر دراسي عن التسويق في مؤسسات المعلومات.

الكلمات المفتاحية:

المكتبات الجامعية، تقويم وقياس، جامعة أم القرى، جودة خدمات المعلومات، خدمات المستفيدين، مقياس (LibQual)

المقدمة:

تعد المكتبة الأكاديمية هي الركيزة الأساسية في العملية التعليمية التي من خلالها تحقق الجامعات أهدافها، بل يتوقف نجاح العملية التعليمية أو فشلها على مدى نجاح المكتبة في تحقيق أهدافها، فالدور الذي تؤديه المكتبات الجامعية في دعم البرامج التدريسية والبحث وخدمة المجتمع جزء من رسالة الجامعة حتى أصبحت المكتبة الأكاديمية أحد أهم معايير تقييم الجامعات للاعتماد الأكاديمي والجودة الشاملة والاعتراف بها على المستوى الوطني والدولي، كما أن المكتبات ومراكز المعلومات وخاصة المكتبات الجامعية مع دخول الألفية الثالثة تجد نفسها أمام تحد يفرض عليها التغيير بهدف تحسين مستوى خدماتها، وذلك من خلال تبني سياسة الجودة التي تعتبر استراتيجية مهمة تساعد المكتبات على توفير خدمات راقية تلبي احتياجات ومتطلبات وتوقعات المستفيدين.

وتلتزم غالبية المكتبات الأكاديمية بإنشاء فروع لها بهدف تقديم خدمات متخصصة للمستخدمين من أعضاء هيئة التدريس والطلبة بمقار كلياتهم، وعادة ما تكون المجموعات متخصصة في التخصصات التي تقدمها الكلية، وأما الخدمات فهي مختلفة بين كلية وأخرى وذلك حسب: المساحة، عدد الموظفين، والإمكانات التقنية.

وتحتاج مؤسسات المعلومات في الوقت الحالي أكثر من السابق إلى لتقييم خدماتها بواسطة التعرف على آراء المستخدمين، وذلك نظراً للتحديات الكبيرة والمنافسة التي تشهدها من قبل التقنيات والاتصالات، ولذلك تسعى بمختلف أنواعها إلى تقديم خدمات معلومات تلبي احتياجات المستخدمين، وفي سبيل ذلك تنتهج شتى السبل المتاحة للوصول إلى درجة مقبولة من رضا المستخدمين، وقد شهدت خدمات المعلومات تطوراً ملحوظاً في طريقة تقديمها، حيث عملت المكتبات على الاستفادة من تقنيات المعلومات الحديثة وتوظيفها لتقديم خدمات المعلومات المختلفة.

هذا ويفرض عصر مجتمع المعلومات على مؤسسات المعلومات تبني سياسات لتقييم خدماتها بهدف الارتقاء بمستوى تلك الخدمات، وذلك بالاعتماد على المعايير العالمية التي ينتج عن تطبيقها الوقوف على مدى رضى المستخدمين عن الخدمات. وهناك العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي اهتمت بدراسة وتقييم خدمات المعلومات في مختلف أنواع مؤسسات المعلومات، البعض منها قام بقياس جودة الخدمات بواسطة المنهج المسحي المعتمد على الاستبانة، والبعض الآخر اعتمد على المعايير مثل: نموذج SERVQUAL أو مقياس LibQual.

ولقد شهدت جامعة أم القرى توسعاً كبيراً في عدد الكليات حتى وصلت اليوم إلى (٣٧ كلية) و (١٥) عمادة مساندة، وبلغ عدد الطلاب ما يقرب من (٧٩٨٤٥ طالباً وطالبة) وعدد أعضاء هيئة التدريس ما يقرب من (٤٢٩٥ عضواً)، صاحب هذا التوسع اهتمام بمكتبة الملك عبدالله بن عبدالعزيز الجامعية والتي تعتبر من أضخم المكتبات الجامعية في المملكة من حيث عدد مصادر المعلومات (الإلكترونية، و الورقية). حيث بلغ إجمالي عدد العناوين (٢٦٩٥٣٥) عنواناً، كما بلغ عدد قواعد المعلومات التي تشترك بها حوالي (٢٠٠) قاعدة معلومات، وبجامعة أم القرى بمكة المكرمة ثلاث مكتبات مركزية: الأولى للطلاب بالعابدية والثانية بمقر الطالبات بحي الزاهر، وأنشئت حديثاً مكتبة مركزية للعلوم الطبية، كما يوجد حالياً حوالي (٢٧) مكتبة فرعية موزعة على كليات الجامعة في مكة المكرمة وفروع الجامعة في الليث والقنفذة، بعضها للطلاب والبعض الآخر مخصص للطالبات، وتشرف عليها عمادة شؤون المكتبات، وجاري الآن التخطيط لإنشاء مكتبة مركزية جديدة بالبحر المحور الجامعي المزمع أنشاؤه قريباً بالعابدية.

وتسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على مدى رضاء المستخدمين عن الخدمات التي توفرها المكتبات موضوع الدراسة، وذلك باستخدام المقياس المعياري (LibQual) والذي سينتج عنه التعرف على واقع الاستخدام الفعلي لمكتبات جامعة أم القرى من قبل المجتمع الجامعي، وذلك بغرض توفير معلومات واقعية للمسؤولين بإدارة الجامعة وعمادة شؤون المكتبات تساعد وتساهم في رسم الخطط المستقبلية من ناحية تنمية المجموعات وتقديم الدعم اللازم لتلك المكتبات، والتي نتطلع أن تساهم في تحقيق رؤى وتطلعات وأهداف الجامعة.

مشكلة الدراسة:

من الملاحظ من قبل المسؤولين بعمادة شؤون المكتبات أن هناك عزوف من قبل مجتمع الجامعة عن استخدام مكتباتها، وذلك على الرغم من الاهتمام الكبير الذي توليه إدارة الجامعة بقطاع المكتبات من حيث المخصصات المالية والتجهيزات الأساسية مثل المباني والأثاث، إضافة إلى مجموعات مصادر المعلومات (الإلكترونية والورقية) التي تقتنيها المكتبة، أضف إلى ذلك مشاريع الرقمنة لمصادر

المعلومات، وأخيراً زيادة انتشار المكتبات الفرعية بالكليات، وكذلك تبني عمادة شؤون المكتبات وإدارة الجامعة برامج التقويم الذاتي الصادر عن الهيئة الوطنية السعودية للاعتماد الأكاديمي، ومشاريع التطوير المستمرة والتي كان آخرها هذا العام (٢٠١٦) مشروع استبدال نظام الميكنة "Alofuq" بنظام "serea".

وعلى حسب علم الباحث فإنه لم تحظ مكتبات جامعة أم القرى بالنصيب الكافي من الدراسات والبحوث وخاصة دراسات قياس جودة خدماتها التي تتناول هذه الإنجازات والخدمات التي تقدمها للمجتمع الجامعي مما يجعل موضوع هذه الدراسة يكشف جودة عن تلك الخدمات من وجهة نظر المستفيدين. وإيماناً من الباحث بضرورة قياس جودة خدمات المعلومات وبدور المكتبة في العملية التعليمية، الأمر الذي يستدعي التعرف عن قرب على مدى رضى المستفيدين. وبالتالي تحليل أسباب هذا العزوف عن المكتبة والوقوف على أهم المعوقات والمسببات التي أدت إلى ذلك من خلال إجراء دراسة علمية يستنتج منها معلومات واقعية عن مدى الاستخدام، والعوائق التي تقف أمام الطلبة، من خلال تطبيق مقياس معياري يتم بعدها تحليل النتائج التي تسفر عن المقترحات والتوصيات التي تحقق أهداف المكتبة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس هو التعرف على مدى رضى المستفيدين من مكتبات جامعة أم القرى عن الخدمات المقدمة لهم، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية والتي تتمثل فيما يلي:

١. قياس معدل استخدام مجتمع جامعة أم القرى بمكة المكرمة للمكتبات المركزية والمكتبات الفرعية (مكتبات الكليات)،
٢. الكشف عن دوافع عزوف الطلاب عن التردد إلى المكتبة واستخدامها.
٣. قياس مدى رضاء المستفيدين عن الخدمات المقدمة وأسباب ذلك.
٤. التعرف على الإيجابيات والسلبيات في تقديم الخدمات.
٥. قياس مدى كفاءة واستعداد أمناء المكتبة لتقديم خدمات المستفيدين.
٦. التعرف على مقترحات المستفيدين في تفعيل استخدام المكتبة للارتقاء بمستوى الخدمات.

تساؤلات الدراسة:

في ضوء الأهداف السابقة فإن الدراسة تسعى للتحقق من التساؤلات التالية والإجابة عليها :

١. ما مدى رضا المستفيدين عن المباني والتجهيزات والمرافق في مباني مكتبات الجامعة؟
٢. ما هي الطرق والوسائل التي تستخدمها مجتمع الدراسة في استخدام مصادر المعلومات مدى
٣. ما مدى تلبية احتياجات المستفيدين من مصادر المعلومات المتوفرة؟
٤. ما مدى رضا المستفيدين عن مستوى الخدمات التي توفرها لهم مكتبات الجامعة؟
٥. ما مدى رضا المستفيدين عن أداء موظفي المكتبات؟
٦. ما مدى استخدام طلبة جامعة أم القرى بمكة المكرمة للمكتبات المركزية والمكتبات الفرعية؟ (مكتبات الكليات).
٧. ما المعوقات التي تمنع أو تحد من استخدام المستفيدين لمكتبات الجامعة؟
٨. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ بين متوسطات آراء أفراد العينة حول " جودة الخدمة المكتبية ورضا الطلبة" تعزى إلى السمات الشخصية (العمر، الجنس، التخصص).

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من الاعتبارات التالية:

١. أهمية المكتبات الجامعية بما تحتويه وتتيحه من مصادر وخدمات معلوماتية، إذ أنها تمثل المحور الأول في العملية البحثية والتعليمية، وهو الدور الأساسي الذي أقيمت من أجله.
٢. كما تعد هذه الدراسة هي الأولى التي تقيس مدى رضا المستفيدين من مكتبات جامعة أم القرى عن الخدمات المقدمة لهم، عن طريق تطبيق مقياس معياري، إضافة إلى التعرف على استخدام مجتمع جامعة أم القرى للمكتبات المركزية والمكتبات الفرعية إضافة إلى مكتبات الكليات بمكة المكرمة، وبالتالي فإن النتائج التي ستتوصل إليها الدراسة سيتمخض عنها التوصيات والمقترحات التي من شأنها أن تسهم في الارتقاء بمستوى الخدمات التي تقدمها المكتبات موضوع الدراسة.
٣. أوصت العديد من الدراسات السابقة بأهمية إجراء دراسة حول الأغراض الفعلية لاستخدام المكتبة من قبل طلاب البكالوريوس ومنها دراسة حافظ (٢٠١٠).

مصطلحات الدراسة:

- المكتبة الجامعية: مؤسسة معلومات تنشئها مؤسسة أكاديمية بهدف دعم العملية التعليمية والبحثية وتقديم خدمات معلوماتية لمنسوبيها من أعضاء هيئة التدريس والطلبة.
- الخدمات: هي كافة التسهيلات والأنشطة والعمليات التي تقدمها مؤسسات المعلومات لتسهيل وصول المستفيدين إلى المعلومات التي تلبي حاجاتهم بأسرع الطرق وأيسرها (عليان، 2010).
- المستفيدون: يطلق مصطلح المستفيدين في هذه الدراسة على مجتمع الدراسة والمكون من (طلاب وطالبات الجامعة بمرحلة البكالوريوس في مختلف تخصصاتهم ومستوياتهم التعليمية).
- الجودة في المكتبات: حسب مواصفة (الأيزو ١١٦٢٠) هي المواصفات والخصائص التي تتصف بها خدمات المكتبة والتي تشكل في مجموعها الوسيلة التي تمكنها من تحقيق أهدافها سواء المعلنة أو المقصودة.

محددات الدراسة:

- المحدد الموضوعي: قياس جودة خدمات المعلومات المقدمة بمكتبات جامعة أم القرى.
- المحدد المكاني: تركيز الدراسة في مجالها الجغرافي على مكتبات جامعة أم القرى بمكة المكرمة (العابدية)، ومقر الطالبات (الزاهر)، إضافة إلى فرع الجامعة في مكة المكرمة (ربيع زاهر، الششة والعزيرية).
- المحدد البشري: جميع طلاب وطالبات مرحلة البكالوريوس بجامعة أم القرى، وبما أن مجتمع الدراسة يعتبر مجتمعاً متجانساً من حيث: الجنس، المستوى الدراسي، التخصص، فقد تم استخدام أسلوب العينة العشوائية الطبقية.
- المحدد الزمني: الفصل الدراسي الثاني (١٤٣٦/١٤٣٧)، (٢٠١٥/٢٠١٦).

الإطار النظري للدراسة:

خدمات المعلومات :

تقدم مؤسسات المعلومات مجموعة من الخدمات المعلوماتية الإلكترونية بهدف تيسير وصول واستخدام المستفيدين لمصادر المعلومات، وقد عرف عليان (2010) خدمات المعلومات بأنها كافة

التسهيلات والأنشطة والعمليات التي تقدمها مؤسسات المعلومات لتسهيل وصول المستفيدين إلى المعلومات التي تلبي حاجاتهم بأسرع الطرق وأيسرها، وأما تعريف خدمات المعلومات إجرائياً فقد عرفتها وقسمتها بامفلح (2009 ، 33): "كافة التسهيلات والأنشطة والعمليات التي تقوم بها المكتبات الجامعية ، والتي يمكن تقسيمها وفقاً للغرض منها على النحو التالي:

- خدمات لتزويد المستفيدين بالمعلومات منها (الخدمة المرجعية، الإعارة).
- خدمات لتيسير وصول المستفيدين للمعلومات وإفادتهم منها (التكشيف، الاستخلاص).
- خدمات إعلام المستفيدين وإحاطتهم بمعلومات حول المواد والموضوعات التي تهمهم (الإحاطة الجارية، البث الانتقائي للمعلومات).
- خدمات إرشاد المستفيدين".

وقد أهتمت مؤسسات بتقديم خدماتها من أدوات الويب ٢.٠ وتطبيقات الأجهزة الذكية ومواقع التواصل الاجتماعية، المدونات، العمل التعاوني: الويكي؛ RSS، واليوتيوب، ومن تلك المكتبات: المكتبة العامة لولاية كولومبيا الأمريكية DCPL Library Public Columbia of District ، المكتبة العامة Nashville بالولايات المتحدة ، وفي العالم العربي بدأت بعض المكتبات العربية في إتاحة خدماتها على الهواتف الذكية ضمن تطبيق الجامعة ومنها: جامعة طيبة، وجامعة الملك فيصل.

ومن الخدمات التي يمكن للمكتبات أن تقدمها من خلال الأجهزة الذكية وعلى مواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:

- الدخول إلى فهرس المكتبة.
- إتاحة مصادر المعلومات: وتشمل المصادر المسموعة، والكتب الإلكترونية، والمقاطع الموسيقية وأفلام الفيديو.
- الدخول إلى قواعد البيانات. حيث بدأت أنظمة إدارة قواعد البيانات بإتاحة قواعدها على الأنظمة الذكية، حيث نتيج العديد من تطبيقات على الأجهزة النقالة والمخصصة للبحث في قواعد البيانات.
- الإشعارات باستخدام الرسائل النصية SMS ويتم فيها توفير خدمات الإحاطة الجارية أو بموعد انتهاء فترة الاستعارة أو الخدمات المرجعية.

قياس جودة الخدمات:

تهدف عملية القياس والتقييم إلى تسليط الضوء على مراكز القوة والضعف في أداء المكتبة، وبالتالي تتضح الصورة لإصحاب القرار لاتخاذ الإجراءات الضرورية لرفع وتطوير كفاءة الخدمة وقد يتخذ قرار بإيقاف بعض الخدمات، وإيماناً من كثير من مؤسسات المعلومات بأهمية القياس والتقييم أنشأت إدارات هدفها إجراء الدراسات والتطوير والتخطيط، ونتيجة لهذه الخطوة المهمة استطاعت تلك المكتبات من الوصول إلى احتياجات المستفيدين وتطوير خدماتها لهم، بل استطاعت ترشيد نفقاتها، ومن أمثلة تلك المكتبات مكتبة الملك فهد الوطنية.

أساليب وطرق قياس الجودة في مؤسسات المعلومات:

قياس جودة خدمات المعلومات موضوع قديم حديث، ويبقى مطلب كل مؤسسة معلومات مهتمة بتطوير وتقديم خدمات أكثر وأرقى وأرفع في الجودة والمستوى، وذلك من خلال التعرف على آراء المستفيدين بهدف تطوير خدماتها، وفي ضوء التحديات والمنافسة الشديدة التي تواجه مؤسسات المعلومات من جهات عدة ومنها:

- انخفاض الميزانيات، تعدد واختلاف وتعقد احتياجات المستخدمين.
- إن إعداد المكتبة الجامعية الجيدة يستلزم مراعاة احتياجات المستخدمين وقياس مدى رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم، وعلى هذا الأساس عمليات القياس جزءاً من التطوير والتحسين الهادف إلى تحسين أداء وفعالية المكتبة الجامعية ورفع كفاءتها، وقد تعددت أساليب قياس جودة الخدمات.

وقد حصر النجار (٢٠٠٩) الطرق المتبعة في تقييم خدمات المعلومات فيما يلي:

- المسوحات والاستبيانات.
- الملاحظة.
- المقابلات المرجعية الفردية والجماعية البورية.
- دراسة الحالة.
- التحليل الإحصائي.

وتعددت الطرق والأدوات التي تقيس جودة خدمات المعلومات في مؤسسات المعلومات، ومن المهم في هذه الدراسة استعراض البعض منها:

: ServQUAL

هي أول أداة لقياس الجودة في الخدمات وقد قام Parasuraman بتصميمها، وتعتمد هذه الإدارة على قياس الفجوة ومداها بين توقعات المستخدمين وبين إدراك إدارة المؤسسة من خلال خمس أبعاد (الجوانب الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، السلامة، والتعاطف)، وتمت الاستفادة في الكثير من القطاعات المدنية والعسكرية في قياس جودة الخدمات في المكتبات، ومن أوائل مؤسسات المعلومات التي طبقت مكتبات المستشفيات العسكرية الأمريكية، كما استخدمت السلمي (٢٠٠٩) في دراستها على المكتبات الطبية بمدينة الرياض.

المواصفة الدولية لمعيار ISO برقم ١١٦٢٠ الخاصة بتقييم الأداء في المكتبات:

هي من إصدار المنظمة العالمية للقياس في سنة ١٩٩٨ بتقنين مؤشرات الأداء للمكتبات، ومراكز المعلومات أن تختار وتعتمد من هذه المؤشرات ما تراه نافعا لأغراضها ومتماشيا مع خدماتها بصفة عامة والتي تتلخص فيما يلي: ١٧ مؤشراً:

مؤشرات الأداء للمكتبات وفق متطلب ISO برقم 11620 والتي شملت الخدمات بصفة عامة لخصها (بلهوشات (٢٠١٤) :

١. رضى المستفيد من الخدمات التي تقدمها المكتبة.
٢. عدد مرات التردد إلى المكتبة.
٣. سرعة الوصول إلى المادة العلمية المطلوبة.
٤. سرعة استرجاع المعلومات.
٥. الإعارة: سرعتها وعددها.
٦. توفر الإعارة بين المكتبات .
٧. الوقت المستغرق لتبادل الإعارة بين المكتبات.
٨. خدمة المراجع (عدد مرات الرد على طلبات المستفيدين).
٩. توفر خدمة البحث الورقي (أعداد الببليوغرافيات) .
١٠. توفر خدمة البحث الإلكتروني.
١١. مدى استخدام الأجهزة الإلكترونية.

١٢. الخدمات الفنية (الفهرسة، التصنيف، التزويد ونسبة الإنجاز).
١٣. نسبة المخزون (المقتنيات غير المستخدمة خلال فترة محددة).
١٤. نسبة المخزون (المقتنيات) معيار النسبية الكمية ونسبة المجموعات المتوفرة فيها).
١٥. استخدام المقتنيات طبقاً لنوعية المستفيد.
١٦. الترتيب غير الصحيح على الرفوف.

مقياس LibQUAL+

وهذا المقياس من إصدار جمعية المكتبات البحثية "ARL "Association of Research Libraries"، وهو أداة معيارية لقياس "مجموعة من الخدمات صممت من قبل جمعية المكتبات البحثية ARL لتمكين المكتبات من تحري وتتبع انطباعات ووجهات نظر المستفيدين إزاء جودة ما تقدمه كل منها من خدمات، ومن ثم استيعابها واتخاذ التدابير اللازمة للإرتقاء بتلك الجودة وتحسينها" (متولي، ٢٠١٥)، يتضمن عدد (٢٢) سؤالاً موزعة على خمس محاور: المبنى والتجهيزات، الخدمات، الوصول إلى المعلومات، الاستخدام، ورضا المستفيدين، وفي عام (٢٠١٥) بلغ عدد المكتبات التي طبقت LibQUAL+ ما يزيد على ألف ومائتي مكتبة على مستوى العالم.

المعايير العربية:

ساهم الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات مساهمة فاعلة بإصداره مجموعة من المعايير العربية ومنها: المعيار العربي الموحد للمكتبات الجامعية، المعيار العربي الموحد للمكتبات المدرسية ومراكز مصادر التعلم، المعيار العربي الموحد للمكتبات العامة.

وجمع شاهين وزملاؤه (٢٠١٣) الإسهامات العربية في مجال معايير قياس ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي في الدول العربية، ولعل من أهمها: معيار اتحاد الجامعات العربية والخاص بالمكتبات الجامعية المكون من (٩) مؤشرات.

المعيار السعودي الصادر عن الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي والمكون من (١١) معياراً، وتناول المعيار السادس "مصادر التعلم" ومنها المكتبة. وأما في مصر، فقد أصدرت الهيئة القومية لضمان جودة التعليم دليل اعتماد مؤسسات التعليم العالي عام (٢٠١٠)، وقد جاءت المكتبة ضمن المعيار الثاني "الفعالية التعليمية".

مكتبات جامعة أم القرى:

- تأسست المكتبة الجامعية في سنة (١٣٨٨ هـ) وذلك بتوحيد مكتبتي كليتي الشريعة والتربية في مكتبة واحدة.
- في عام ١٣٩٤ هـ شيد للمكتبة الجامعية مبنى جديد مكون من ثلاثة طوابق بمقر الجامعة بالعزيرية.
- في عام ١٣٩٦ هـ أنشئت عمادة شئون المكتبات.
- في عام ١٤٢٤ هـ تم بناء مقر المكتبة في المدينة الجامعية العابدية.
- في عام ١٤٢٥ هـ تم افتتاح المكتبة المركزية بالعابدية.

المكتبات المركزية:

يوجد حالياً بالجامعة ثلاث مكتبات مركزية هي:

مكتبة الملك عبد الله بن عبد العزيز بالعابدية ومكتبة الملك عبد الله بن عبد العزيز فرع الطالبات بالزاهر، ومكتبة الكليات الطبية.

- أولاً: مكتبة الملك عبد الله بن عبد العزيز الجامعية بالعابدية (طلاب): عمادة شؤون المكتبات (١٤٣٦) ،المطرفي (١٤٣٧) ،المطرفي (١٤٣٦).

تعتبر المركز الرئيس لجميع العمليات الفنية من تزويد وتنظيم، وهي الجهة المشرفة على جميع المكتبات المركزية والمكتبات الفرعية، وتحتوي على الأقسام التالية:

- قسم الإجراءات الفنية: يعنى بتنمية مصادر المعلومات الإلكترونية والورقية للمكتبة الجامعية والمكتبات الفرعية.
 - قسم خدمات المعلومات: توفر المكتبة خدمة "إسأل أخصائي المكتبة" من خلال تطبيق برنامج " Kayalo " ويهتم بخدمات المستفيدين باستقبال والإجابة على الأسئلة المرجعية والإجابة عليها، وإضافة إلى خدمات الإحاطة الجارية.
 - قسم تقنية المعلومات والدعم الفني: يعنى بتقديم الخدمات الإلكترونية عبر موقع المكتبة على الإنترنت، وإدارة المكتبة الرقمية مع تقديم الدعم الفني لأقسام المكتبة والفروع.
 - قسم المكتبة الرقمية: يعنى بإدارة وإتاحة مصادر المعلومات الإلكترونية من خلال موقع المكتبة على الإنترنت.
 - قسم التقييم والترميم: يهتم بترميم الوثائق والمخطوطات الورقية، وترميم مصادر المعلومات.
 - قسم الجودة والتطوير الإداري: يعنى بإعداد البرامج التدريبية للموظفين، إضافة إلى إعداد الدراسات والتقارير السنوية.
 - التدريب والتوعية المعلوماتية: يهتم بإعداد وتقديم البرامج التدريبية لمختلف فئات المستفيدين من المكتبة من أعضاء هيئة التدريس والطلاب.
 - المستفيدون: بلغ إجمالي عدد مرتادي المكتبة لعام (٢٠١٥) ١١٨٨١٩ زائراً
 - المجموعات:
- بلغ إجمالي أعداد عناوين مصادر المعلومات موزعة حسب المكتبات المركزية :

٢٠٩١٠٢	• المكتبة المركزية
٨٤٧٤٩	• مكتبة الطالبات
٦٧٥٥	• مكتبة الكليات الطبية

- العاملون: بلغ عدد الموظفين بالمكتبة العابدية طلاب (٤١) موظفاً، الزاهر طالبات (٣٢) موظفة، مكتبة الكليات الطبية (١) موظفاً، والجدول رقم (١) يبين توزيعهم حسب التخصص ونوع الوظيفة، والدرجة العلمية، ونلاحظ أولاً العجز في أعداد الموظفين العاملين بالمكتبات المركزية بجامعة أم القرى، توصل عاشور من عام (٢٠٠٢) في دراسته التي طبق فيها معايير جمعية المكتبات الأمريكية على الموظفين في المكتبات الجامعية السعودية أن هناك نقصاً كبيراً في عدد المكتبيين بنسبة بلغت في جامعة أم القرى (٦٧) مكتبياً.

- ثانياً: نسبة المتخصصين إلى الغير المتخصصين، وقد استنتج باصقر (٢٠٠٧) في دراسته بأن هناك ضعفاً في القوى العاملة المؤهلة والقادرة على التجاوب مع المتطلبات المتزايدة والمتطورة في جميع المكتبات الجامعية السعودية.

جدول رقم (١) توزيع موظفي المكتبات المركزية بالجامعة

الفئات	المكتبة		
	العابدية طلاب	الزاهر طالبات	الكلية الطبية
متخصص	١٦	٧	١
غير متخصص	٢٥	٢٥	٠
المجموع	٤١	٣٢	١
توزيع الموظفين حسب المسمى الوظيفي:			
إداري	١٥	٨	٠
فني	٢٦	١٤	٠
مساند	٠	١٠	٠
المجموع	٤١	٣٢	٠
توزيع الموظفين حسب المؤهل العلمي:			
ماجستير	١	٣	٠
بكالوريوس	١٦	١٨	١
دبلوم	٤	٠	٠
ثانوية عامة	١٦	٤	٠
متوسط	٣	٤	٠
ابتدائي	١	٣	٠
المجموع	٤١	٣٢	٠

خدمات المكتبات موضوع الدراسة:

تقدم مكتبة الملك عبد الله بن عبد العزيز الجامعية جميع أنواع الخدمات المعلوماتية لمرتاديها (باحثين – أعضاء هيئة التدريس – طلاب مرحلة البكالوريوس – طلاب مرحلة الدراسات العليا – موظفي جامعة أم القرى ... إلخ)

وتحرص عمادة شؤون المكتبات أن تكون محوراً لخدمات المعلومات بجامعة أم القرى وذلك عن طريق تقديمها ما يلي من خدمات:

- خدمة البحث الآلي.
- خدمة الإعارة الآلية.
- خدمة التسديد الذاتي الآلي.
- خدمة موقع المكتبة الجامعية على الإنترنت.
- خدمة الفهرس الآلي عبر الإنترنت.
- قواعد المعلومات.
- الخدمات المرجعية.
- خدمة طلب مقالة علمية من المكتبات العالمية.
- خدمة طلب شراء كتاب.

- خدمة الإنترنت.
- الخدمة المرجعية.
- خدمة التصوير.
- التدريب والتوعية المعلوماتية.
- الإحاطة الجارية.
- خدمات القاعات والمطالعة.
- خدمات الشبكة اللاسلكية.
- خدمة الشبكات الاجتماعية.
- إدارة المكتبات الرقمية DSPACE .
- مركز الكتاب الجامعي بعمادة شؤون المكتبات.
- خدمة اتصل بنا .

وتشرف عمادة شؤون المكتبات فنياً على عدد (٢٥) مكتبة فرعية، ويوضح الجدول رقم (٢) وصف لحال تلك المكتبات الفرعية:

جدول رقم (٢) حالة المكتبات الفرعية بجامعة أم القرى

اسم المكتبة	عدد عناوين الكتب	عدد المجلدات الكتب	الموظفون		الحالة	مواعيد العمل
			العدد	المؤهل		
كلية الشريعة والدراسات الإسلامية (طلاب)	٩٧٤٢	١٤٥٥١	١	غير متخصص	مفعلة	٨-٢ ظهراً
كلية الدعوة	٨٤٢٢	١٦٣٣٧	٢	غير متخصصين	مفعلة	٨-٢ ظهراً
كلية اللغة العربية (طلال)	٩٥١٢	١٣٩٢٨	٣	غير متخصصين	مفعلة	٨-٢ ظهراً
كلية التربية (طلاب)	٩٥٤١	١٢٣٧٤	١	غير متخصصين	مفعلة	٨-٢ ظهراً
كلية العلوم الاجتماعية (طلاب)	٥٢٦٠	٦٥٩٥	لا يوجد	-	مغلقة	
كلية إدارة الأعمال (طلاب)	١٣٦٥	١٧٠١	لا يوجد	-	مغلقة	
كلية الحاسب الآلي ونظم المعلومات (طلاب)	٢٤٣٣	٤٠٢٢	لا يوجد	-	مغلقة	
كلية الهندسة والعمارة الإسلامية (طلاب)	٤٧٥٦	٦٧٤٦	لا يوجد	-	مفعلة	٨-٢ ظهراً
كلية العلوم التطبيقية (طلاب)	٦٨١٥	٧٧٩٦	١	غير متخصص	مفعلة	٨-٢ ظهراً
كلية الطب (طلاب وطالبات)	٦٧٥٥	١٤٧٠٩	١	متخصص	مفعلة	٨-٢ ظهراً
معهد البحوث العلمية وإحياء التراث الإسلامي (طلاب)	٢٣٧٣	٣٧٩٢	١	متخصص	مفعلة	٨-٢ ظهراً

اسم المكتبة	عدد عناوين الكتب	عدد المجلات الكتب	الموظفون		الحالة	مواعيد العمل
			العدد	المؤهل		
كلية العلوم التطبيقية-العزيفية- بنات	١٤٧٤	١٩٤٧	١	غير متخصصة	مفعلة	٢-٨ ظهراً
كلية التصاميم شارع المنصور- طالبات	١٣٧١	١٩٨٤	١	غير متخصصة	مفعلة	٢-٨ ظهراً
كلية الآداب والعلوم الإدارية-ريع ذاخر-طالبات	٥٣٧٥	١١٧٥٠	١	غير متخصصة	مفعلة	٢-٨ ظهراً
الكلية الجامعية بالليث (طلاب)	٤٩٨٥	٧٢٨٢	لا يوجد	-	غير مفعلة	
الكلية الجامعية بالليث (طالبات)	٩٠٤٧	١٤٥٥٦	لا يوجد	-	غير مفعلة	
كلية العلوم الصحية بالليث	١٢٢	٢٣٨	لا يوجد	-	مفعلة	٢-٨ ظهراً
كلية الهندسة بالليث	١٦٢	٢١٨	١	غير متخصص	مفعلة	٢-٨ ظهراً
كلية الحاسب الآلي بالليث	١٠٦	٢١١	١	غير متخصص	مفعلة	٢-٨ ظهراً
الكلية الجامعية بالقنفذة-طالبات	٨٩٣٩	١٤٤٢١	لا يوجد	-	غير مفعلة	
الكلية الجامعية بالقنفذة-طلاب	١٥٣٠	٢٤٦٥٧	٣	غير متخصصين	مفعلة	٢-٨ ظهراً
كلية العلوم الصحية بالقنفذة	٣٧٦	٧٨٣	لا يوجد	-	غير مفعلة	
كلية الحاسب الآلي بالقنفذة-طلاب	١٢٩	٢٣٩	لا يوجد	-	غير مفعلة	
كلية الحاسب الآلي بالقنفذة- طالبات	٨٣٤٩	١٥٩٣٦	لا يوجد	-	غير مفعلة	
كلية الهندسة بالقنفذة	٤٨	٥٢	لا يوجد	-	غير مفعلة	

الدراسات السابقة:

من خلال البحث في قائمة الإنتاج الفكري العربي في المكتبات والمعلومات، و قواعد المعلومات مثل المنهل، المعرفة، وغيرها، (edusearch, Eric, Lisa)، أستنتج الباحث أن هناك غزارة في الإنتاج الفكري في موضوع الدراسة باللغتين العربية والإنجليزية، وقد أبانت نتائج البحث توفر عدد جيد من الدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة " قياس جودة خدمات المعلومات" وتحت الكلمات المفتاحية: دراسات المستفيدين، خدمات المعلومات، خدمات المستفيدين، المكتبات الجامعية. وقد أبانت نتائج البحث أن موضوع الجودة وقياس الأداء في المكتبات ومراكز المعلومات خلال هذه السنوات الأخيرة قد حظي

بالعديد من الدراسات العربية، وسوف نذكر البعض من هذه الدراسات بهدف إثراء البحث الحالي. وقد حاول الباحث أن ينتقي ما هو قريب جداً من الدراسة، وعلى هذا فإن الدراسة الحالية تركز في استعراض الإنتاج الفكري في موضوع قياس خدمات المعلومات بالمكتبات الجامعية، وهذه بعض من تلك الدراسات حسب التسلسل التاريخي لها من الأحدث إلى الأقدم كالتالي:

قيم صادق (٢٠١٤) خدمات المعلومات المقدمة في مكتبة كلية الآداب بجامعة بغداد من وجهة مجتمع الدراسة طلاب الكلية، وذلك بواسطة أدوات جمع البيانات (الاستبانة والمقابلة الشخصية)، وفقاً لأداة (SERVQUAL)، وبعد تحليل نتائج عينة الدراسة التي تألفت من (١٥٠) مستجيباً، توصلت الدراسة إلى أن تقييم المستفيدين للخدمة كان سلبياً بسبب أنها لم ترق إلى مستوى توقعاتهم، وسجلت متغيرات جاذبية المواد المرتبطة بالخدمة مثل الكتيبات والنشرات، وفاء المكتبة بوعودها في الوقت المعين، إعلام المستفيدين بوقت تأدية الخدمة أعلى فرق بين بقية متغيرات الدراسة، وقد أوصت الدراسة بتكثيف البرامج التدريبية للمستفيدين، والاهتمام بالمعايير الخاصة بالجودة.

أجرى السويط (٢٠١٤) دراسة عن مدى استخدام طلبة جامعة الكويت للمكتبة الرقمية، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، تكونت عينة الدراسة من (١٨٠) من طلاب جامعة الكويت، (٩٠ طالباً) من الكليات العلمية، (٩٠ طالباً) من الكليات الأدبية، ومن نتائج الدراسة: أن طلاب جامعة الكويت من القسمين العلمي والأدبي يميلون إلى المكتبة الرقمية ويشعرون بأهميتها وقيمتها، مع وجود معوقات تحول دون استخدام طلاب جامعة الكويت للمكتبة الرقمية، أبرزها أن المكتبة الرقمية تعوق عملية الاتصال بين القارئ والكتاب المطبوع.

درس السردى (٢٠١٤) جودة خدمات المعلومات الرقمية في المكتبات الجامعية في الأردن، من خلال الإجابة على سؤال الدراسة "ما واقع قياس جودة خدمات المكتبات الجامعية في الأردن في الجامعات الحكومية من وجهة نظر العاملين ومجتمع المستفيدين من طلبة وأعضاء هيئة التدريس وهيئة الإدارة وسبل التطوير والتحسين"، ومن خلال عينة قدرها (162) مكونة من العاملين في مكتبات الجامعات الأردنية الحكومية والطلاب، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن مكتبات الجامعات الحكومية الأردنية بشكل عام ما زالت في بداية طريقها نحو توظيف معايير جودة المعلومات الرقمية، وأن معظم العاملين في المكتبات الجامعية (79.3 %) يؤيدون تطبيق معايير قياس جودة خدمات المعلومات الرقمية في حين أن هناك قلة لا تؤيد، كما توصلت الدراسة إلى وجود صعوبات في كيفية استخدام خدمات المعلومات الرقمية في المكتبات الجامعية لدى الموظفين والطلبة، وبناء على تلك النتائج أوصت الدراسة بضرورة إشراك الموظفين في المكتبات الجامعية في اتخاذ القرارات الإدارية فيما يخص جودة خدمات المعلومات الرقمية، كما أوصت بضرورة إنشاء قسم خاص بالمكتبة يكون من أهدافها الرئيسية تحقيق مؤشرات مقاييس الجودة.

وفي نفس السياق أجرت قموح وزملاؤها (٢٠١٤) دراسة عن جودة أداء المكتبات الجامعية الجزائرية بهدف التعرف على مدى كفاءة وفعالية خدمات المعلومات الإلكترونية التي تقدمها المكتبات الجامعية، ومن خلال عينة بلغت (٣٦) مستجيباً من مجتمع الدراسة الذي أشتمل على طلبة الدراسات العليا بمعهد علم المكتبات والتوثيق بجامعة قسنطينة، توصلت الدراسة إلى أن هناك ارتياح للمستفيدين عند استخدام موقع مكتبة الجامعة وإقبالهم على استخدامه والاستفادة من خدماته الإلكترونية وما تنتجها المكتبة من معلومات وخاصة قواعد المعلومات العالمية والمستودعات الرقمية للرسائل الجامعية، كما بينت عينة الدراسة أن استخدام موقع المكتبة وفر لهم الوقت وأحاطهم بمعلومات جديدة وأهم التطورات في تخصصاتهم، كما طالبت عينة الدراسة بتوفير خدمات "إسأل أخصائي المكتبة".

قام المحجوب (٢٠١٤) بإجراء دراسة بهدف التعرف على مراكز مصادر التعلم الجامعية ودورها في العملية التعليمية والبحثية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في كلية التربية بالودامي بجامعة شقراء في المملكة العربية السعودية، واستخدام المنهج الوصفي التحليلي، واعتمد البحث على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات؛ حيث تم توزيعها على عينة عشوائية مكونة من (٤٠) عضواً من أعضاء هيئة التدريس، كما تم إجراء مقابلات مع أمناء مراكز مصادر التعلم الجامعية، بجانب استخدام أسلوب الملاحظة أثناء عمل الباحث بالمكتبة، ومن نتائج الدراسة حاجة أعضاء هيئة التدريس لوجود مركز متكامل للمصادر التعليمية، وكذلك الحاجة إلى تزويد المكتبة بالكتب والمراجع اللازمة للعملية التعليمية والبحثية، وتشترك المكتبة الرقمية للجامعة في عدد كبير من قواعد البيانات العربية والأجنبية. محدودة الاستفادة من خدمات المكتبة الرقمية للجامعة على الأنترنت، ومحدودة الخدمات التي توفرها المكتبة.

درس إدريس (٢٠١٣) مستقبل خدمات المعلومات بمكتبة الأمير مشعل بن عبد الله بجامعة نجران، من خلال تطبيق أسلوب دلفي على عدد (١٦) خبيراً توصلت الدراسة إلى ترتيب خدمات المعلومات حسب أهميتها من وجهة نظر الخبراء في الجولة الثالثة والأخيرة على النحو التالي:

- ١- خدمات البحث بالاتصال المباشر.
- ٢- خدمات الإحاطة الجارية.
- ٣- خدمات الإعارة.
- ٤- الخدمات المرجعية والإرشادية.
- ٥- خدمة تدريب المستفيدين.
- ٦- خدمات التكشيف والاستخلاص.
- ٧- خدمات التصوير لمصادر المعلومات.
- ٨- خدمات الترجمة.

كما استنتج الباحث أن خدمات المعلومات بمختلف أنواعها وطرق تقديمها ستستمر معاً في المستقبل، مع ظهور الغلبة لبعض أنشطة خدمات المعلومات التي تقدم بطريقة إلكترونية مما ينبئ عن تميزها في المستقبل عن الأنشطة التي تقدم بطريقة تقليدية، وأوصت الدراسة الاهتمام بالبنية التحتية لخدمات المعلومات الإلكترونية.

وفي دراسة Odera-Kwach (٢٠١٣) تحققت من تأثير قياس الجودة في المكتبات الجامعية في كينيا، وقد تكون مجتمع الدراسة عن الجامعات الخاصة في كينيا، تم اختيار أربعة أمناء مكتبات كينية قصدية تم إجراء مقابلات شخصية معهم. أظهرت نتائج هذه الدراسة أن أمناء المكتبات الجامعية مهتمون بالغرض من إجراء قياس الجودة والاعتماد الأكاديمي، كما أظهرت النتائج أن هنالك مفاهيم مختلفة سلبية وإيجابية لدى أمناء المكتبات حول علمية الاعتماد، وأن غالبية أمناء المكتبات (86%) يرون أن الغرض الرئيس من الاعتماد هو ضمان الجودة. ومن أهم التوصيات أنه يجب على وزارة التعليم العالي بكينيا إنشاء أساليب جديدة لقياس الجودة.

قام الخوالدة والخياط (٢٠١٣) بإجراء دراسة لمعرفة مدى تطبيق مكتبات جامعة البلقاء في الأردن بتطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة، ومن خلال إعداد مقياس يتكون من (74) فقرة (خدمة)، تم تحليل إجابات عينة الدراسة التي بلغت (380) مستخدماً لتلك المكتبات، جاءت النتائج بأن أكثر المكتبات استخداماً هي المكتبة الرئيسية في الجامعة وهذا يدل على تركيز إدارة الجامعة على هذه المكتبة لزيادة استخدام الطل لها، وبينت النتائج عدم تقييد مكتبات الجامعة بتطبيق معايير الجودة الشاملة من وجهة نظر المستخدمين أنفسهم، كذلك عن رضا المستخدمين عن أوقات فتح المكتبات لأبوابها، وعدم اهتمام المكتبات

بتلبية حاجات المستخدمين المختلفة من مصادر المعلومات، وقد أوصت الدراسة بضرورة وضع تقنين لقياس الجودة الشاملة في الكليات الجامعية؛ وعمل خصائص سيكومترية مناسبة لها.

وفي دراسة عن أداء المكتبات. في ليتوانيا قام بها (Rudzioniene، 2012) ناقش وضع تقويم. تلك المكتبات باستخدام أداة المعيار العالمي (ISO) 11620 لمؤشرات أداء المكتبات، طبقت الدراسة على العاملين وطلاب مرحلة الماجستير في علوم المعلومات بجامعة فيلينيوس (Vilnius)، مثلت عينة الدراسة المكتبات الجامعية والعامة، وأهم نتائج الدراسة أكدت أن مجتمع الدراسة يرون أن معيار (ISO) ومؤشراته تناسب أداء المكتبات كوسيلة لتقويم أدائها، وهو مطلوب من بداية التدريس والتعليم في المستوى الجامعي الأول.

وفي دراسة أجرتها أمل وجيه (٢٠١٢) تعرفت فيها على آراء عدد (٢٥) من المكتبات التي استخدمت أداة لبيب كوال بلس من خلال استبانة وزعت على تلك المكتبات، ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة إجماع العينة أن استخدام لبيب كوال بلس كان له تأثيراً إيجابياً على العلاقة بين المكتبة والإدارة العليا في المؤسسة الأم من حيث الدعم والمساندة والمساعدة في الميزانيات والموظفين. كذلك كان لاستخدام لبيب كوال بلس تأثيراً متبادلاً على علاقة المكتبة بالمستفيدين حيث شعروا أن لهم رأي وأن أصواتهم مسموعة لدى إدارة المكتبة، كما أشارت عينة الدراسة إلى الفوائد التي تحققت في تطوير الخدمات وتنفيذ ما يتطلع له المستفيدون. وأوصت الدراسة بضرورة إتاحة نسخة عربية من الأداة، وأن تدرس موضوع القياس وأدواته في مدارس علوم المكتبات والمعلومات بالجامعات العربية.

وأجرى كلاً من الأحمد، والعض (٢٠١٢) دراسة تهدف إلى التعرف على نوعية الخدمات التي تقدمها المكتبات الجامعية بولاية الخرطوم والتعرف على أوجه الضعف والقصور، كما هدفت إلى إبراز التغييرات التي حدثت في خدمات المعلومات نتيجة لاستخدام التقنيات، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوثائقي للجانب النظري، والمنهج المسحي للجانب التطبيقي. وتكون مجتمع الدراسة من عينة من أعضاء هيئة التدريس والطلاب. توصلت الدراسة إلى أن هناك ضعفاً واضحاً في طرق تقديم خدمات المعلومات التقليدية مع عدم التركيز على خدمات مهمة مثل: التسويق والتعاون بين المكتبات. أما بالنسبة إلى خدمات المعلومات المقدمة فإن هناك تدن واضح في تقديمها، وتوصلت الدراسة بضرورة الاهتمام بدراسة احتياجات المستفيدين مع تذليل العقبات التي تواجههم في سبيل الاستفادة من المصادر والخدمات التي تقدمها مكتبات الجامعة.

وبحث الحربي (٢٠١٢) في رسالته لمرحلة الدكتوراه مدى رضى أعضاء هيئة التدريس والإداريين والطلاب نحو استخدام ثلاث مكتبات جامعية بالكويت، ومن خلال تحليل أدوات جمع البيانات: الاستبانة والمقابلات الشخصية، أسفرت نتائج الدراسة إلى أن انطباعات الأكاديميين والإداريين شبه إيجابية بالرغم من ذكر بعض الملاحظات مثل (مجموعات المكتبة لا ترتقي باحتياجات أعضاء هيئة التدريس، عدم توفر أجهزة الحاسب الآلي بالمكتبة، عدم توفر مصادر معلومات حديثة)، وأما الطلاب فكانوا غير راضين عن بعض خدمات المكتبات الأكاديمية مثل: التنظيم وحدثة المجموعات، وأما أكثر أشكال مصادر المعلومات استخداماً كانت المصادر الإلكترونية، وقد أوصت الدراسة بضرورة توفير برامج تدريبية على استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية من أعضاء هيئة التدريس والطلاب، كذلك أوصت الدراسة بضرورة اهتمام إدارة المكتبة بإتاحة مصادر المعلومات.

كما أجرى النزيل (٢٠١٢) دراسة عن اتجاهات طلاب جامعة الجزيرة نحو استخدام المكتبة ، وذلك من خلال متغيرات: المبنى والتجهيزات والأثاث ، القوى العاملة ، مصادر المعلومات ، خدمات المعلومات ، وتدريب المستفيدين. وقد توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد مكتبة مركزية بجامعة الجزيرة وإنما يوجد مكتبات أقسام، كما أن عدد العاملين بتلك المكتبات غير كاف وغير مؤهل، وأما من حيث المجموعات فهي لا تتناسب مع حجم عدد طلاب جامعة الجزيرة، إضافة إلى وجود ضعف في خدمات المعلومات المقدمة للمستفيدين، مع محدودية الاستفادة من التقنيات الحديثة بمكتبات جامعة الجزيرة.

وفي إيران أجرى Ghanbarabadi ،Modiramani (٢٠١١) دراسة لقياس مستوى خدمات المعلومات في (١٣) مكتبة طبية جامعية بمدينة مشهد الإيرانية، وذلك باستخدام نسخة (٢٠٠٤) من LibQUAL، تكون مجتمع الدراسة من (٤٠٢) مستجيباً من العاملين بتلك المستشفيات، وتوصلت الدراسة إلى إن معدل رضا العينة في عناصر "مستوى الخدمات" أعلى متوسط، و أدنى متوسط سجل لعناصر " المكتبة كمكان " وعناصر "السيطرة على المعلومات" هذا من وجهة نظر المستخدمين، ومن خلال تحليل جميع أبعاد أداة القياس أتضح أن معدل الرضا هو الغالب بين جميع أفراد عينة الدراسة. وأوصت الدراسة بضرورة أن تكون عمليات القياس والتقويم مستمرة، مع ضرورة تدريب العاملين بالمكتبات على تطبيق أدوات القياس.

درس ضوالبيت (٢٠١١) معوقات استخدام المكتبات الجامعية في السودان من خلال التعرف على مدى استخدامهم لها أو عزوفهم عن الاستخدام، وشمل مجتمع الدراسة (٥٨٥) مستجيباً ، شملت طلاب الدراسات العليا وعددهم (٨٤) مستجيباً ،أعضاء هيئة التدريس وعددهم (٣٤) مستجيباً، ومن طلاب المرحلة الجامعية (٥٣٣) مستجيباً، وأظهرت نتائج الدراسة أن الكتب والأترنت هما الأكثر استخداماً من قبل عينة الدراسة، (٨٠%) يرون أهمية المكتبة للبحث العلمي والتدريس، (٤٨%) من العينة يلجأون إلى الإنترنت كبديل لزيارة أو استخدام المكتبة، ومن النتائج الهامة أن (٨٦%) موافقون بأن هناك عزوفاً ظاهراً من الطلاب عن استخدام المكتبات وذلك بسبب المجموعات المكتبية والمناهج الدراسية، وأوصت الدراسة إلى أهمية توفير دورات تدريبية للمستفيدين مع الاهتمام بإنشاء الفهرس الألي، مع ضروره ربط المناهج الدراسية بالمكتبة.

وأجرى الدبس (٢٠١٠) دراسة عن واقع خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية بكل من الجامعة الأردنية وجامعة البلقان التطبيقية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس وطلبة الدراسات العليا، وأظهرت نتائج الدراسة أن نسبة (23.17 %) من مجموع الموظفين المؤهلين والمتخصصين في علم المكتبات والمعلومات وهذا يؤثر بشكل مباشر على مستوى الخدمات المقدمة للمستفيدين، هذا مع قلة اشتراك الموظفين المتخصصين في علم المكتبات والمعلومات في دورات تدريبية متخصصة في مجال خدمات المعلومات الحديثة، وأما من حيث خدمات المعلومات المتاحة فهي محدودة حيث لا تقدم المكتبات خدمة الإحاطة الجارية. ومن النتائج المهمة يتضح أن نسبة استثمار تقنيات المعلومات الحديثة تعتبر ضعيفة، محدودية المخصصات المالية، وقد أوصت الدراسة بمزيد من الاهتمام بعقد دورات لإعداد كوادر فنية قادرة على التعامل مع النظم الآلية والارتقاء بمستوى الأداء، والاهتمام بتطوير خدمات المعلومات بالشكل الذي يرضي المستفيدين وذلك من خلال الأخذ بالتوصيات التي نتجت عنها الدراسة.

وباستخدام المقياس المعياري LibQUAL درس السلمي (٢٠٠٩) جودة خدمات المعلومات في المكتبات الطبية بمدينة الرياض بالملكة العربية السعودية، وأظهرت النتائج عدم وجود خطط مكتوبة في المكتبات موضوع الدراسة تساعد في تطبيق مقاييس الجودة، وأما عن العقبات التي تواجههم في سبيل تطوير خدمات المعلومات، أهمها عدم وعي مجتمع الدراسة بأساليب القياس، تليها عدم دعم الإدارة وقلة عدد الموظفين. كما توصلت الدراسة إلى تفوق بعض المكتبات عن الأخرى من حيث الخدمات المقدمة.

وبحثت دراسة Whitmire (٢٠٠١) العوامل التي تؤثر على استخدام المكتبة الأكاديمية للطلاب الجامعيين "خلال السنوات الثلاث الأولى من الكلية. وتوقع استخدام مكتبة الطلاب الجامعيين، والتفاعلات بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، والتعلم النشط والتشارك في استخدام المكتبة لجميع السنوات الدراسية الثلاثة. وكان هناك علاقة مثيرة للاهتمام بين استخدام المكتبة الجامعية وبين طرق التفكير النقدي الذاتي. وتعتبر نتائج هذه الدراسة مفيدة لإعادة تصميم خدمات المكتبة الأكاديمية الحالية والبحوث والدراسات في المستقبل على سلوك المستفيدين نحو استخدام خدمات المعلومات.

أجرى اليوسف (٢٠٠٠) دراسة هدفت إلى التعرف على واقع استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة الزرقاء الأهلية في الأردن لمصادر وخدمات المعلومات في مكتبة الجامعة، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس المتفرغين للعمل، وقد أظهرت النتائج أن نسبة الاستخدام مرة واحدة أسبوعياً بلغت (٤١,٨%)، تليها مرة في الشهر (٣١,٦%)، أو نادراً (١٦,٤%). وأما فيما يتعلق بالغرض من الاستخدام فقد دلت النتائج على أن المرتبة الأولى جاءت لأغراض التدريس، ثم الاستخدام لأغراض البحث والدراسات، وجاء الاستخدام لغرض الإلمام بما يستجد من معلومات في المرتبة الثالثة. وبينت النتائج أيضاً أن الكتب والدوريات العلمية والمراجع المطبوعة هي أكثر المصادر استخداماً.

دراسة سلون Slone (٢٠٠٠) قامت الباحثة بالتعرف على سلوك المستفيدين نحو استخدام الفهارس الآلية في المكتبات العامة، وقياس مدى ارتياح المستفيدين لنتائج البحث في الفهارس الآلية. واستخدمت ثلاث طرق لجمع البيانات: الاستبانة، والمقابلات، والملاحظة، وتكون مجتمع الدراسة من (٢٣) مستخدماً من كلا الجنسين، توصلت الدراسة إلى أن شعور المستفيدين بالارتياح من نتائج البحث مختلفة على حسب طريقة البحث نفسها، وحددت بثلاث طرق هي: البحث عن مواد غير معروفة في الفهارس، السرعة والارتياح عند البحث عن كلمات في التخصص الدقيق للمستفيد. تميز البحث عن المواد المعروفة بالبساطة والسهولة. وخلصت الباحثة إلى أن المستفيدين الذين يبحثون في الفهارس الآلية عن مواد لا يعرفونها يواجهون مشاكل وإحباطاً شديدين.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بعد استعراض للدراسات السابقة، تبين تنوع أدوات قياس مستوى الخدمات:

- استخدام معايير (SERVQUAL) في دراستين : صادق (٢٠١٤)، السلمي (٢٠٠٩).
- استخدم أسلوب دلفي لقياس الخدمات في دراسة إدريس (٢٠١٣).
- المعيار العالمي (ISO) 11620 لمؤشرات أداء المكتبات طبق في دراسة (Rudzioniene, 2012).
- مقياس LibQUAL استخدم في دراسة (Ghanbarabadi, Modiramani, 2011).
- أداة المعيار العالمي (ISO) 11620 لمؤشرات أداء المكتبات، استخدم في دراسة قام بها (Rudzioniene, 2012).
- بقية الدراسات اعتمدت على تصميم أدواتها لقياس مستوى الخدمات.
- تكون مجتمع أكثر الدراسات على مجتمع الدراسة الذي أشتمل على طلبة الدراسات العليا وطلبة المرحلة الجامعية الأولى.
- وقد استفاد الباحث من الاطلاع على الدراسات السابقة في التعرف على المنهجية العلمية والأساليب الإحصائية.
- ويتضح أن جميع الدراسات السابقة مرتبطة بالدراسة الحالية في تقييم خدمات المعلومات بمؤسسات المعلومات.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة في الأساس على المنهج التقييمي بهدف تقييم مدى جودة الخدمات المقدمة بمكتبات جامعة أم القرى وذلك باستخدام مقياس LibQual ، كما اعتمدت الدراسة في جزء منها على المنهج الوصفي (دراسة الحالة)، حيث يتضح للباحث من خلال استقراء الدراسات السابقة، أنه هو المنهج الغالب ومنها: دراسات السويط (٢٠١٤)، المحجوب (٢٠١٤)، العمران (٢٠١٠)، الخثعمي (٢٠٠٨)، والسالمي (٢٠٠٨)، Whitmire (٢٠٠١).

أدوات جمع البيانات:

تمت الاستعانة بمقياس جودة الخدمات LibQUAL (هو عبارة عن استبانة مقننة مصممة مسبقاً يتم من خلالها قياس آراء المستفيدين عن واقع خدمات المعلومات، وقد استرشد الباحث بدراسات كل من الخثعمي (٢٠٠٨) والعمران (٢٠١٠) والتي اعتمدت في تصميم استبانتها على مقياس جودة خدمة المكتبة العالمي "LibQUAL"، مع إجراء بعض التعديلات عليها حتى تتناسب مع مجتمع الدراسة الحالية. وتكونت الأداة من ست محاور رئيسية:

- المحور الأول: المعلومات العامة:
 - المحور الثاني: مبنى المكتبة والتجهيزات: ويحتوي على (٧) أسئلة.
 - المحور الثالث: الاستخدام: ويحتوي على (٤) أسئلة.
 - المحور الرابع: الوصول إلى المعلومات: ويحتوي (١٠) أسئلة.
 - المحور الخامس: الخدمة: بخصص لذلك (٧) أسئلة تدور حول مدى الاستعداد لتوفير الخدمات المطلوبة، ومدى تعاون العاملين بالمكتبة.
 - المحور السادس: رضا المستفيدين: ويحتوي على (٦) أسئلة.
 - و تضمنت إلى سؤال مفتوح للمستجيبين لإضافة أي تعليقات عن خدمات المكتبة.
- كما اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على ما يلي:

- الاستبانة الإلكترونية.
- الملاحظة المباشرة: يتم اختيار فتره زمنية خلال مدة إجراء الدراسة ليتم فيها جمع بيانات عن استخدام المستفيدين للمكتبة ومصادر المعلومات، وسيتم فيها تناولها عند مناقشة النتائج.
- مصادر المعلومات: الإنتاج الفكري المنشور في موضوع الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع هذه الدراسة من طلاب وطالبات جامعة أم القرى بمكة المكرمة (العابدية، والظاهر)، وفروع الجامعة بمكة المكرمة، والذي بلغ عددهم (١٠٠.٠٠٠) طالبة وطالبة في مختلف المستويات الدراسية، (بكالوريوس، دراسات عليا).

عينة الدراسة:

من الصعب السيطرة على جميع مفردات مجتمع الدراسة لكونه مجتمع كبير، وبما أن مجتمع الدراسة يعتبر مجتمعاً متبايناً من حيث: الجنس، المستوى الدراسي، التخصص، وبناءً على ذلك فقد استخدم أسلوب العينة العشوائية الطبقية.

وقد أورد بدر (٢٠١٣) جدولاً لتحديد حجم العينة والذي يفيد بأنه في حالة كان حجم مجتمع الدراسة أكثر من (١٠٠٠.٠٠٠)، وبمستوى مصداقية (٩٥) مرة لكل (١٠٠) مستجيب، فتكون حجم عينة الدراسة (٣٨٤). ولكن استطاع الباحث أن يحصل على عدد (٨٣١) مستجيب.

خطوات إجراء الدراسة:

تم اتباع الخطوات التالية في إجراء هذه الدراسة:

- ١- تم حصر أعداد مجتمع الدراسة والمكون من طلبة مرحلة البكالوريوس.
- ٢- تم تصميم أداة جمع البيانات (الاستبانة) على موقع (servymonky).
- ٣- تم التأكد من مصداقية وثبات الأداة.

الإطار التقييمي للدراسة:

▪ صدق الأداة وثباتها:

- أولاً: صدق الأداة:

قام الباحث للتأكد من صدق المقياس بطريقتين:

(١) لاستخراج دلالات صدق البناء للمقياس، استخرجت معاملات ارتباط فقرات المقياس مع الدرجة الكلية في عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة تكونت من (40) طالباً من مجتمع الدراسة، حيث أن معامل الارتباط هنا يمثل دلالة للصدق بالنسبة لكل فقرة في صورة معامل ارتباط بين كل فقرة وبين الدرجة الكلية لكل محور، ويبين لنا الجدول رقم (٢) معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية لكل محور، وأن جميع معاملات الارتباط كانت ذات درجات مقبولة ودالة إحصائية، ولذلك لم يتم حذف أي من هذه الفقرات.

(٢) تم استخدام معامل ارتباط Cronbach's Alpha لقياس العلاقة بين كل عبارة والمحور الذي تنتمي إليه، وكذلك بين كل محور والدرجة الكلية للاستبانة، وكانت النتائج كما في الجدول رقم (٣) أن جميع معاملات الارتباط بين كل عبارة والمحور المنتمية إليه كانت موجبة ودالة إحصائية عند مستوى أقل من (٠.٠١). وهذا يدل على أن جميع عبارات الاستبانة كانت صادقة، ونقيس الهدف الذي وضعت من أجله.

جدول رقم (٣) معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية لكل محور

مبنى المكتبة والتجهيزات		الاستخدام		الوصول إلى المعلومات		الخدمة		رضا المستفيدين	
رقم الفقرة	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع الأداة
7	.66(**)	14	.79(**)	18	.58(**)	28	.70(**)	35	.85(**)
8	.72(**)	15	.73(**)	19	.81(**)	29	.90(**)	36	.75(**)
9	.82(**)	16	.84(**)	20	.64(**)	30	.86(**)	37	.80(**)
10	.62(**)	17	.57(**)	21	.77(**)	31	.75(**)	38	.86(**)

رضا المستفيدين		الخدمة		الوصول إلى المعلومات		الاستخدام		مبنى المكتبة والتجهيزات	
معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة
.71(**)	39	.75(**)	32	.67(**)	22			.79(**)	11
.72(**)	40	.89(**)	33	.53(**)	23			.67(**)	12
		.81(**)	34	.73(**)	24			.68(**)	13
				.77(**)	25				
				.74(**)	26				
				.56(**)	27				

** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠١).

- ثانياً: ثبات الاستبانة:

للتأكد من ثبات الأداة، تم حساب الاتساق الداخلي على عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة عددها (٤٠) طالباً حسب معادلة " (Cronbach's Alpha)، والجدول أدناه يبين هذه المعاملات، واعتبرت هذه النسب مناسبة لغايات هذه الدراسة، وهي قيم مرتفعة، مما يطمئن أن الاستبانة تتمتع بقدر مرتفع من الثبات.

جدول رقم (٤) معامل الاتساق الداخلي (Cronbach's Alpha) لكل محور من محاور الاستبيان

المحور	الاتساق الداخلي
مبنى المكتبة والتجهيزات	0.83
الاستخدام	0.69
الوصول إلى المعلومات	0.87
الخدمة	0.91
رضا المستفيدين	0.87

■ تحليل ومناقشة النتائج:

تم اعتماد سلم ليكرت الخماسي (Likert item) لتصحيح أدوات الدراسة، بإعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجاته الخمس (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة) وهي تمثل رقمياً (٥، ٤، ٣، ٢، ١) على الترتيب، وقد تم اعتماد المقياس التالي لأغراض تحليل النتائج:

- من ١.٠٠ - ٢.٣٣ منخفضة
- من ٢.٣٤ - ٣.٦٧ متوسطة
- من ٣.٦٨ - ٥.٠٠ مرتفعة

وقد تم احتساب المقياس من خلال استخدام المعادلة التالية:

الحد الأعلى للمقياس (٥) - الحد الأدنى للمقياس (١)	١-٥ = ١.٣٣
عدد الفئات المطلوبة (٣)	٣

مفردات وخصائص مجتمع الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية:

جدول رقم (٥) خصائص عينة الدراسة بحسب المتغيرات

المتغير	الفئة والسمات	ت	%
الجنس	ذكر	215	25.9
	أنثى	616	74.1
الجنسية	سعودي	804	96.8
	غير سعودي	27	3.2
العمر	١٨-٢٢ سنة	505	60.8
	٢٣-٣٠ سنة	323	38.9
	٣١-٤٥ سنة	3	.4
مقر الدراسة	العابديه	223	26.8
	الزاهر	563	67.7
	شارع المنصور	45	5.4
التخصص	الكلية الشرعية	167	20.1
	الكلية الاجتماعية والإنسانية	523	62.9
	الكلية الطبية والعلمية	141	17.0
المكتبة التي تستخدمها عينة الدراسة	المكتبة المركزية بالعابديه	189	22.7
	المكتبة المركزية بالزاهر	532	64.0
	مكتبة الكليات	110	13.2
المجموع		831	100.0

- النوع:

يبين جدول رقم (٥) ارتفاع نسبة المستجيبين من الطالبات حيث بلغت (٧٤.١%) وأما نسبة استجابة الطلاب بلغت (٢٥.٩%)، علماً بأن الاستبانة كانت إلكترونية ووزع الرابط على الجميع، ولكن في أغلب الدراسات السابقة يسجل الطالبات نسبة إجابة أكثر من الطلاب ومن تلك الدراسات (كليب، ٢٠١٠)، (حنا وغفر، ٢٠١٠)، وقد يرجع ذلك إلى درجة الاهتمام لدى الطالبات بصورة أفضل.

- المكتبة التي يستخدمونها:

يوجد بجامعة أم القرى بمكة المكرمة حالياً ثلاث مكتبات مركزية وعدد من مكتبات الكليات الفرعية وهي: مكتبة الملك عبد الله بن عبد العزيز بالعابدية و مكتبة الملك عبد الله بن عبد العزيز فرع الطالبات

بالزاهر، والمكتبة المركزية للكليات الطبية، وكما هو مبين بالجدول (٥) أن مكتبة الجامعة بالزاهر سجلت أعلى نسبة استخدام عن بقية مكتبات الجامعة بنسبة (٦٤.١%)، تليها المكتبة المركزية بالعابدية بنسبة (٢٢.٧%)، وأخيراً مكتبات الكليات بنسبة (١٣.٣%)، وكما تم توضيحه في الخلفية النظرية للدراسة عن وضع مكتبات الكليات حيث أن بعضها مغلق وأخرى مجموعاتها ضعيفة، ولهذا يكون اعتماد الطلبة على المكتبات المركزية بالعابدية والزاهر والتي تتوفر فيها كل الخدمات مثل الإعارة والتصوير إضافة إلى ساعات الدوام التي تمتد إلى الساعة (٨) مساءً.

- الأعمار:

وأما فيما يتعلق بأعمار عينة الدراسة فقد تركزت في الأعمار الطبيعية لطلاب مرحلة البكالوريوس ما بين (٢٢-١٨ سنة) وبنسبة (٦١.١%)، تليها الأعمار ما بين (٢٣-٣٠) سنة وبنسبة (٣٨.٩%).

- التخصصات:

قسم الباحث التخصصات بالجامعة على النحو التالي:

- التخصصات العلمية والطبية وتشمل كليات: الطب، التمريض، الأسنان، العلوم الطبية التطبيقية، الصيدلة، كلية الهندسة، الحاسب الآلي، العلوم التطبيقية، إدارة الأعمال، التصميم (هذا حسب نظام السنة التحضيرية بالجامعة).
- تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية وتشمل كليات: العلوم الاجتماعية، اللغة العربية، التربية، العلوم الاقتصادية.
- التخصصات الشرعية وتشمل كليات: الشريعة، الدعوة، الدراسات القضائية، المعهد العالي للأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

وكما هو موضح بالجدول رقم (٥) فإن طلاب التخصصات الاجتماعية والإنسانية سجلوا أعلى نسبة مشاركة (٦٧.٣%)، وتفسير ذلك يرجع إلى تعاون أعضاء هيئة التدريس بهذه الكليات مع الباحث في بحث الطلاب على الإجابة على أسئلة الاستبيان، يليهم طلاب الكليات الشرعية بنسبة (١٩.٩%)، وأخيراً طلاب الكليات العلمية بنسبة (١٢.٨%).

- الجنسية:

يدرس بجامعة أم القرى عدد من الطلاب غير السعوديين ولكن بنسبة بسيطة جداً وغالباً أنهم من طلاب معهد اللغة العربية الوافدين لدراسة اللغة العربية، كذلك هناك منح لبعض الطلب في كليات معينة مثل الشريعة والدعوة، ولهذا فمن الطبيعي أن تكون غالبية عينة الدراسة من السعوديون حيث بلغوا (٩٦.٧%) مقابل (٣.٣%) من غير السعوديين.

- البعد الثاني:

شملت أداة جمع بيانات الدراسة خمس محاور لقياس رأي مجتمع الدراسة في الخدمات التي تقدمها مكتبات جامعة أم القرى، وهي:

- محور مبنى المكتبة والتجهيزات.
- محور الاستخدام.
- محور الوصول إلى المعلومات.
- محور مستوى الخدمة.
- محور رضا المستفيدين.

وللتعرف على المتوسطات الحسابية بين تلك المحاور الخمس، يتبين من الجداول رقم (٦، ٧، ٨، ٩) أن محور الوصول للمعلومات قد سجل أعلى متوسط (٣.٥١)، يليه محور رضا المستفيدين (٣.٤٦)، ثم محور مستوى الخدمة بمتوسط (٣.١٦)، وجاء في المركزين الأخيرين كل من محور المبنى والتجهيزات (٢.٩٦) ومحور الاستخدام بمتوسط (٢.٧٣)، وفيما يلي سيتم عرض ومناقشة كل محور على حده حسب ترتيبها في الاستبانة:

• أولاً: المبنى والتجهيزات

يتضح من الجدول رقم (٦) والمتعلق برأي عينة الدراسة حول مبنى المكتبة وتجهيزاتها أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (2.75-3.12)، حيث جاءت الفقرة رقم (7) والتي تنص على "تشجع مساحة المكتبة على الدراسة والتعلم" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.12)، بينما جاءت الفقرة رقم (11) ونصها "توفر المكتبة مساحات للاستراحة" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (2.75). وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (2.97)، وجميع المتوسطات جاءت بدرجة تقدير متوسطة، ولكنها متباعدة فيما بينها فكانت بمتوسطات مرتفعة فكل من عبارات (تشجع مساحة المكتبة على الدراسة والتعلم، توجد في المكتبة أماكن هادئة للأنشطة الفردية، توفر المكتبة أماكن مريحة وهادئة للعمل الجماعي و يمكن الوصول إلى موقع المكتبة بسهولة)، فهذه النتيجة طبيعية جداً لأن طبيعة المكتبات الجامعية يغلب عليها الهدوء ومع وجود عدد لا بأس به من الطاولات والخوات الدراسية يعطي الطالب نوعاً من الخصوصية، كذلك ملائمة موقع المكتبة الجامعية حيث أنه من المهم أن يكون موقعها في وسط المدينة الجامعية ليسهل على المستفيدين الوصول إليها وتكون في موقع ومسافة قريبة من جميع الكليات، وكما أشير في الخلفية النظرية للدراسة فإن موقع مكتبة الجامعة بالعابدية تأتي في وسط المحور الأكاديمي للكليات والمعاهد والعمادات العلمية، وأما موقع مكتبة المركزية بمقر الطالبات بالزاهر يقع كذلك وسط المباني الأكاديمية، وبما أن تصميم مباني الكليات بالعابدية موحد فإن مكتبات الكليات جميعها يقع في مدخل الدور الأرضي لمبنى الكلية، وحسب آراء مجتمع الدراسة فالنتائج تؤكد رضاهم عن موقع المكتبة.

وجاءت عبارة "توفر الأثاث والمساحات الحرة للاستراحة" مثل (وجود كافيتيريا) بمتوسط منخفض في هذا المحور وكما يلاحظ أن عينة الدراسة غير راضية عن التجهيزات وقد يقصدون بها التجهيزات التقنية مثل النهايات الطرفية للبحث في الفهارس وقواعد المعلومات فهي محدودة فمثلاً عند الطالبات (هذا حسب إفادة الطالبات) عددها فقط (٤) وحدات طرفية، وأما الأثاث وبما أن كل مباني المكتبات سواء كانت في المكتبة المركزية بالعابدية أو بالزاهر وكذلك مكتبات الكليات فإنها المباني حديثة الإنشاء وبالتالي يعتبر أثاثها جديد، فيما عدا فرع الجامعة بشارع المنصور فهي من المباني التي ضمت إلى الجامعة من "الرئاسة العامة لتعليم البنات" وتصميمها يدخل ضمن فئات تصميم المدارس الثانوية.

تواجه غالبية مؤسسات المعلومات مشكلة في المساحة نظراً للزيادة المضطردة في أعداد مصادر المعلومات المطبوعة، الأمر الذي أدى إلى إما لتقليص المساحات الحرة أو إلى إلغائها، وقد أظهرت نتائج تحليل بيانات عنصر المساحات الحرة فقد سجلت أقل متوسط في هذا المحور (٢.٧٥)، وبالفعل لا يوجد مساحات حرة والمقصود هنا بالمساحات الحرة هي التي تخصص للاستراحة والاسترخاء وأماكن لتناول المشروبات والمأكولات الخفيفة، وهذه النتيجة تؤكد الملاحظات التي دونتها عينة الدراسة في الاستبيان فطالبوا بتوفير كافيتيريا أو مكان للاستراحة يسمح فيها بتناول بعض الوجبات الخفيفة وبالذات لدى الطالبات حيث يمنع دخولهن بحقائبهن اليدوية إلى داخل المكتبة، وهذا في اعتقاد الباحث عائق يجعل الطالبة إما أن تدخل للمكتبة للاستعارة والخروج أو عدم دخول المكتبة، بسبب عدم وجود مكان مهياً لترك حقائبهن

فالمتوفر الآن وحسب رواية الطالبات أنفسهن عبارة عن خزائن (مفتوحة) بدون درف فهي بهذا الشكل معرضة للعبث أو السرقة.

وأما مواعيد فتح المكتبة فهي تختلف كما ذكر في الخلفية النظرية بأن كل مكتبات الكليات تعمل من ٨ صباحاً إلى ٢ ظهراً، فيما عدا المكتبة المركزية بالعابدية فتستمر إلى الساعة التاسعة مساءً، علماً بأن المحاضرات لدى الطلاب تستمر حتى الساعة العاشرة ليلاً وعند الطالبات تستمر إلى السادسة مساءً.

جدول رقم (٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور مبنى المكتبة والتجهيزات مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
١	7	تشجع مساحة المكتبة على الدراسة والتعلم	3.12	1.236	متوسطة
٢	8	توجد في المكتبة أماكن هادئة للأنشطة الفردية	3.11	1.256	متوسطة
٣	9	توفر المكتبة أماكن مريحة وهادئة للعمل الجماعي	3.03	1.215	متوسطة
٤	10	يمكن الوصول إلى موقع المكتبة بسهولة	3.00	1.210	متوسطة
٥	13	مواعيد فتح المكتبة مناسبة	2.91	1.148	متوسطة
٦	12	توفر المكتبة الأثاث المريح والمناسب	2.87	1.176	متوسطة
٧	11	توفر المكتبة مساحات للاستراحة	2.75	1.147	متوسطة
		المتوسط العام للمحور	2.97	.862	متوسطة

• ثانياً: الاستخدام

يتاح للطالب الجامعي العديد من الخيارات للحصول على مصادر المعلومات، وأصبحت الإنترنت هي مصدره الأسهل والأقرب فيعتمد على مصادره المتاحة على محركات البحث في المركز الأول وقد يكون ذلك بعلمة بالقيمة العلمية لتلك المعلومات وما مدى مصداقيتها وأهميتها وقد يكون بدون علم ويظن أن المتوفر في تلك المحركات هو الأفضل ولا يوجد غيره.

وقد توصلت دراسة (شريف ويوسف، ٢٠١٣) إن ارتفاع نسبة استخدام طلبة جامعة الموصل لمحرك البحث (Google) كانت لأسباب تتعلق بسهولة التعامل معه، ويؤكد هذه النتيجة المشار إليها في الجدول رقم (٧) المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (2.35-3.80)، حيث جاءت معدلات استخدام محركات البحث وقواعد البيانات مثل: (Google)، المكتبات الرقمية وطرق أخرى غير المكتبة للحصول على المعلومات "في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.80)، وبدرجة تقدير مرتفعة، بينما جاء استخدام قواعد المعلومات من خلال موقع المكتبة على الإنترنت بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (2.35)، وبدرجة متوسطة. وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (2.74)، وبدرجة تقدير متوسطة، وهذا يبين أن استخدام مصادر المعلومات داخل المكتبة واستخدام قواعد المعلومات ضعيف مقارنة باستخدام محركات البحث، وتعتبر هذه النتيجة متوافقة مع دراسة (الخنمى، ٢٠٠٨) والتي بينت نتائج دراستها أن أغلب عينة الدراسة (طالبات جامعة الأميرة) يستخدمون مواقع أخرى غير المكتبة للحصول على المعلومات، ومن خلال تحليل بنية محاور نتائج الدراسة سيتضح الأسباب وراء هذه النتيجة، ولكن يتضح غياب دور المكتبة في توعية وتدريب الطلاب على كيفية الاستفادة من مصادر المعلومات، علماً بأنه قد بلغ عدد زوار المكتبة المركزية للطلاب بالعبدية خلال عام (٢٠١٥) (١١٨٨١٩) زائراً، وتمت

إعارة عدد (٣٥٥١٦) عنواناً وكان نصيب طلاب المرحلة الجامعية (١٧٨٨١) عنواناً، كما بلغ عدد مستخدمي جامعة أم القرى لقواعد المعلومات عن طريق المكتبة الرقمية السعودية قد بلغ (337,368) مستخدماً في عام (٢٠١٥)، ويبقى السؤال " هل سنتيح مؤسسات المعلومات فهارسها قريباً على محركات البحث؟"

جدول رقم (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحوّر الاستخدام مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
١	17	كم مرة تستخدم محركات البحث مثل: (Google) أو قواعد المعلومات، المكتبات الرقمية طرق أخرى غير المكتبة للحصول على المعلومات؟	3.80	1.317	مرتفعة
٢	14	كم مرة تستخدم مصادر المعلومات داخل مبنى المكتبة؟	2.45	1.033	متوسطة
٣	15	كم مرة تقوم بالدخول على مصادر المعلومات من خلال موقع المكتبة على الإنترنت؟	2.35	1.186	متوسطة
٤	16	كم مرة تستخدم قواعد المعلومات من خلال موقع المكتبة على الإنترنت	2.35	1.101	متوسطة
		المتوسط العام للمحوّر	2.74	.834	متوسطة

• ثالثاً: الوصول إلى المعلومات

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة طريقة وصول مجتمع الدراسة إلى المعلومات، وقد سجل هذا المحور أعلى متوسط حسابي بين بقية محاور الاستبانة (3.51) وقد شمل العبارات التي تبين كيفية وصول عينة الدراسة إلى المعلومات، حيث جاءت الفقرة رقم (27) والتي تنص على "تعتبر المكتبة بوابة للدراسة والتعلم والبحث" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.93)، وبدرجة تقدير مرتفعة، بينما جاءت الفقرة رقم (20) تقوم المكتبة دائماً بالتعريف بخدماتها" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.20)، وبدرجة متوسطة وبلغ المتوسط الحسابي للمحوّر ككل (3.51)، وبدرجة تقدير متوسطة.

وفي اعتقاد الباحث أن هذه النتيجة طبيعية من خلال استخدامه للخدمات التي توفرها المكتبة للمستفيدين من خلال البوابة الإلكترونية للمكتبة التي سجلت نسبة (93.93%) في حالات الأداء المتاحة لمقاييس أداء البوابات الإلكترونية (الصباحي والسليمان، ٢٠٠٩)، وقد شهدت الأنظمة التي توفرها المزيد من التطورات المتلاحقة، وأخرها تغيير نظام الميكنة (Sierra) والذي يعتبر من أحدث الأنظمة المعربة، كذلك طورت الجامعة بوابتها الإلكترونية وشمل هذا التطوير موقع المكتبة (Web.3)، وفي آخر تقارير عمادة شؤون المكتبات التي بينت أن عدد مستخدمي موقع المكتبة خلال عام (٢٠١٥) قد بلغ (٣٦,٧٦٨) مستخدماً وعدد جلسات العمل بلغت (٧٨,٥١٣) جلسة، وعدد مشاهدي الموقع (١٩٩.٤٢٤) مشاهداً (عمادة شؤون المكتبات، ٢٠١٥).

هذا وقد أحتلت جامعة أم القرى المرتبة السادسة بين المكتبات الجامعية السعودية في استخدام المكتبة الرقمية السعودية حسب إحصائيات (المكتبة الرقمية السعودية، ٢٠١٥) ، و تسمح سياسة عمادة شؤون المكتبات باستخدام طلاب مرحلة البكالوريوس لقواعد المعلومات والتي بلغ عددها (٢١٢) قاعدة معلومات في مختلف تخصصات الجامعة، كما يتضح من الجدول رقم (٨) أن المتوسطات بين العبارات متقاربة فتبدأ من (٣.٩٣-٣.٢٠) ولكن نلاحظ عدم موافقة نسبة كبيرة من عينة الدراسة على عبارة " تقوم المكتبة دائماً بالتعريف بخدماتها" وهذا يدل على ضعف تعريف المستفيدين بالخدمات التي تقدمها المكتبة، ويعني هذا أن المستفيدين افتقدوا المهارات اللازمة للتعلم الذاتي والتي أصبحت هامة في ظل خدمات المعلومات الإلكترونية التي تتطور بصفة مستمرة وسريعة مما يتطلب برامج إرشاد وتعريف مستمر لجميع فئات المستفيدين، خاصة عندما تقوم المكتبة بتغيير أو تطوير خدمة من الخدمات، وبالفعل فقد قامت عمادة شؤون المكتبات هذا العام (٢٠١٦) بتغيير نظام الميكنة وهذا يتطلب منها تكثيف البرامج الإرشادية والتعريفية بالخدمات المتاحة على هذا النظام حتى تمكن المستفيدين من استخدامه والاستفادة من إمكانياته.

جدول رقم (٨)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور الوصول إلى المعلومات مرتبة تنازلياً

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
١	27	تعتبر المكتبة بوابة للدراسة والتعلم والبحث	3.93	.995	مرتفعة
٢	22	توفر المكتبة أدوات ووسائل سهلة الاستخدام تتيح لي العثور على ما أريده بمفردتي (مثل الفهرس الآلي)	3.62	1.074	متوسطة
٣	18	تتيح المكتبة لي الوصول للمصادر المطبوعة التي احتاجها	3.60	.957	متوسطة
٤	23	تيسر المكتبة الوصول إلى المعلومات بغرض الاستخدام الفردي المستقل	3.60	1.002	متوسطة
٥	19	تتيح المكتبة لي الوصول لمصادر المعلومات الإلكترونية المفتوحة التي احتاجها	3.50	.993	متوسطة
٦	21	توفر المكتبة التجهيزات الحديثة التي تتيح الوصول بسهولة إلى المعلومات المطلوبة	3.48	1.061	متوسطة
٧	26	يساعد موقع المكتبة على الإنترنت في تحديد المعلومات التي أريدها من مكاني	3.46	1.066	متوسطة
٨	25	موقع المكتبة على الإنترنت سهل الاستخدام	3.39	1.096	متوسطة
٩	24	تتيح المكتبة لي الوصول للمصادر الإلكترونية من منزلي أو مكتبي	3.35	1.133	متوسطة
١٠	20	تقوم المكتبة دائماً بالتعريف بخدماتها	3.20	1.138	متوسطة
المتوسط العام للمحور			3.51	.777	متوسطة

• رابعاً: مستوى الخدمة

يتنامى دور أخصائي المعلومات بمؤسسات المعلومات في اكتساب رضا المستخدمين نحو الخدمات التي تقدمها المكتبة، فالعنصر البشري المتخصص والمؤهل علمياً وعملياً يستطيع أن يقدم خدمات بمستويات متقدمة لأن المعرفة والخبرة توفر الوقت والجهد على المستخدم وتقدم خدمة أفضل، وبالذات في مجال المعرفة وفي الخدمات الإلكترونية، وقد أكدت العديد من الدراسات هذا الدور ومنها (الرضي، ٢٠١٥ العمران، ٢٠١٠).

وركز هذا المحور على التعرف على آراء عينة الدراسة عن مستوى تعامل موظفي وموظفات المكتبات موضوع الدراسة، وبلغت المتوسطات الحسابية ما بين (3.08-3.22)، حيث جاءت الفقرة رقم (31) والتي تنص على "موظفو المكتبة لديهم تفهم لاحتياجات المستخدمين" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.22)، بينما جاءت الفقرة رقم (33) ونصها "موظفو المكتبة يغرسون الثقة لدى المستخدمين" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.08). وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (3.16)، وجميع المتوسطات جاءت بدرجة تقدير متوسطة، وبمقارنة تعليقات العينة التي وردت في الاستبيان ومن خلال تحليلها والتي أظهرت عدم رضاهم عن مستوى تعامل الموظفين مع المستخدمين ومنها على سبيل المثال: (يجب أن يتعاون الموظفات مع المستفيدات، لا تعجيني أسلوب الموظفات في التعامل مع المستفيدات، تعاون بعض الموظفين غير مرضي)، وفي دراسة (الطيبار، ٢٠٠٩) التي توصل فيها إلى (٨٢%) من العاملين بمكتبة الملك عبدالله بن عبدالعزيز الجامعية بجامعة أم القرى لهم الرغبة في ترك وظائفهم بسبب: الأجور، المسار الوظيفي، وفي اعتقاد الباحث أن درجة رضى المستخدمين مرتبط بمستوى رضى العاملين وهذا يتطلب من عمادة شؤون المكتبات زيادة وعي الموظفين والموظفات بدورهم تجاه المستخدمين، وبكيفية اكتساب رضاهم.

جدول رقم (٩)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور الخدمة مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
١	31	موظفو المكتبة لديهم تفهم لاحتياجات المستخدمين	3.22	1.097	متوسطة
٢	28	موظفو المكتبة يشعرونني برغبتهم في خدمتي	3.19	1.163	متوسطة
٣	32	موظفو المكتبة لديهم الاستعداد والمعرفة الكافية للإجابة عن أسئلة المستخدمين	3.19	1.105	متوسطة
٤	34	مستوى الخدمات التي تقدمها المكتبة متميزة	3.19	1.108	متوسطة
٥	29	موظفو المكتبة لديهم قدرة على التعامل مع المستخدمين بأسلوب راقى	3.15	1.129	متوسطة
٦	30	موظفو المكتبة يبدون اهتماماً خاصاً بكل مستفيد	3.12	1.133	متوسطة
٧	33	موظفو المكتبة يغرسون الثقة لدى المستخدمين	3.08	1.131	متوسطة
		المتوسط العام للمحور	3.16	0.944	متوسطة

• خامساً: رضا المستفيدين

يذكر (بيتر بورفي، ٢٠٠٨) أن مؤسسات المعلومات ذهبت للبحث عن مستوى "بهجة المستفيدين"، والفرق بين الرضا والبهجة يكمن في درجة الخدمات فكلما تمكنت مؤسسة المعلومات من تحقيق كل متطلبات المستفيدين تكون قد حققت البهجة، وأما الرضا فهو مستوى إحساس العميل الناتج عن المقارنة بين أداء الخدمة المتاحة وبين توقعات المستفيد. كما يعرف الرضا بأنه الفرق بين مستوى ما يحصل عليه الفرد والمستوى الذي يتوقع الفرد الحصول عليه.

ويعتبر التعرف على رضا المستفيدين من معايير القياس التي يمكن لمؤسسات المعلومات الاعتماد عليها، وتركز على زيادة درجة الرضا لدى المستفيد، وقد نصت كل معايير الجودة على قياس مدى رضا المستفيدين من مجمل الخدمات التي تقدمها لهم المكتبات ويتضح من الجدول رقم (١٠) أن هناك رضا عاماً من قبل عينة الدراسة عن مستوى خدمات المكتبات موضوع الدراسة حيث بلغت المتوسطات الحسابية ما بين (3.36-3.58)، حيث جاءت الفقرة رقم (38) والتي تنص على "تساعدني المكتبة في اكتساب مهارات استخدام المعلومات التي احتاجها في مجال عملي أو دراستي" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.58)، بينما جاءت الفقرة رقم (39) ونصها "تساعدني المكتبة في مواكبة التطورات المستجدة في مجالات اهتمامي" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.36). وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (3.47)، وجميع المتوسطات جاءت بدرجة تقدير متوسطة، ويدل هذا إلى أن عينة الدراسة مقتنعة بهذا المستوى من الخدمات، وهذه النتيجة في رأي الباحث متوقعة إذا ما راجعنا المستوى الحالي للمكتبات المركزية وخاصة الإتاحة الإلكترونية لمصادر المعلومات، وإذا ما أردنا أن نناقش خدمات المعلومات التي يجب أن توفرها تلك المكتبات للمستفيدين مثل خدمات الإحاطة الجارية والبلث الانتقائي للمعلومات وخدمات الوصول الحر للمعلومات (بحكم أن الباحث أحد المستفيدين من مكتبة الملك عبد الله بن عبدالعزيز الجامعية) تعتبر ضعيفة أو محدودة ولكن في ظل عدم توفر برامج الوعي المعلوماتي المناسب لطالب الجامعة يجعله يعتقد أن خدمات المعلومات تنحصر في توفير مصادر المعلومات والفهارس وخدمات الاستنساخ، ولهذا فهو راض عن هذا المستوى من الخدمات.

جدول رقم (١٠) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور رضى المستفيدين مرتبة تنازلياً

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
١	38	تساعدني المكتبة في اكتساب مهارات استخدام المعلومات التي احتاجها في مجال عملي أو دراستي	3.58	.985	متوسطة
٢	37	تساعدني المكتبة في الاختيار بين مصادر المعلومات	3.56	.971	متوسطة
٣	36	تساعدني المكتبة لأكون أكثر كفاءة في مجال تخصصي	3.53	1.014	متوسطة
٤	40	بشكل عام أنا راضٍ عن الطريقة التي تتم بها معاملتي في المكتبة	3.39	1.112	متوسطة
٥	35	تساعدني المكتبة في متابعة التطورات العلمية في مجال تخصصي	3.38	1.070	متوسطة
٦	39	تساعدني المكتبة في مواكبة التطورات المستجدة في مجالات اهتمامي	3.36	1.058	متوسطة
		المتوسط العام للمحور	3.47	.853	متوسطة

• الفروقات الإحصائية بين المتغيرات:

بهدف لإجابة على سؤال الدراسة المتعلق بأثر المتغيرات (الجنس، التخصص، مقر الدراسة، المكتبة التي يستخدمونها فقد تم حساب الفروقات الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت" تبعاً لمتغير الجنس، وتحليل التباين الاحادي لكل من التخصصات، ومقر الدراسة، والمكتبة التي يستخدمونها:

أولاً: الفروق بين عينة الدراسة حسب النوع

يلاحظ من الجدول رقم (١١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\square = 0.05$) تعزى لأثر النوع في محاور مبنى المكتبة والتجهيزات، والاستخدام، ورضاء المستفيدين، وجاءت الفروق لصالح الذكور، بينما لم تظهر فروق في محور الوصول إلى المعلومات، و الخدمة، وهذا يدل على أن مستوى مكتبات الطلاب سواء كانت المكتبات المركزية أو مكتبات الكليات وضعها أفضل من مكتبات الطالبات من ناحية المباني والتجهيزات ورضاء المستفيدين عن الخدمات، فهذه النتيجة ليس غريبة إذا ما قورنت بظروف مقر الطالبات من ناحية تأمين الطالبات والمستلزمات واتخاذ القرار.

- أولاً: مكتبات الطالبات مرتبطة إدارياً بعمادة شؤون المكتبات وهذا يجعل كل طالبات تلك المكتبات مركزية بيد إدارة عمادة شؤون المكتبات وهذه تقتضي فترة زمنية طويلة إلى حد ما إلى أن يتم تأمين الطالبات،

- ثانياً: يصعب إجراء عمليات الترميم والصيانة للمباني إلا في أوقات الإجازات الدراسية الطويلة لعدم إمكانية دخول العنصر الرجالي إلى مقر الطالبات،

- ثالثاً: من خلال حوار الباحث مع طالبته عن مستوى الخدمات التي توفرها مكتبة الجامعة اتضح أن هناك نظرة لدى موظفات المكتبة سلبية من ناحية الطالبات نشأ من خلالها حالة من النفور لدى الطالبات من تلك المعاملة وأولها عدم السماح لهن بدخول الحقائق الشخصية، عدم توفر أماكن للاستراحة، محدودية عدد النهايات الطرفية، محدودية عدد النسخ من الكتب، تعطل دائم لأجهزة النسخ، عدم توفر خدمات الإرشاد، وهذا يؤكد تحليل تعليقات عينة الدراسة من الطالبات في مستوى الخدمة التي تقدم لهن لأن معظم تعليقاتهن كانت تصب في مستوى الخدمة والتعامل معهن من قبل موظفات المكتبة.

جدول رقم (١١)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (T-Test) لأثر النوع على محاور الدراسة

المحور	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
مبنى المكتبة والتجهيزات	ذكر	215	3.10	.801	2.506	829	.012
	أنثى	616	2.93	.878			
الاستخدام	ذكر	215	2.89	.832	3.081	829	.002
	أنثى	616	2.68	.829			
الوصول إلى المعلومات	ذكر	215	3.58	.700	1.524	829	.128
	أنثى	616	3.49	.801			
الخدمة	ذكر	215	3.23	.956	1.145	829	.253
	أنثى	616	3.14	.940			

المحور	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
رضا المستفيدين	ذكر	215	3.59	.827	2.381	829	.018
	أنثى	616	3.43	.859			

ثانياً : الفروق بين عينة الدراسة حسب التخصص.

وزع الباحث التخصصات العلمية التي تدرس بجامعة أم القرى إلى ثلاث فئات هي:

- التخصصات العلمية والطبية وتشمل كليات: الطب، التمريض، الأسنان، العلوم الطبية التطبيقية، الصيدلة، الهندسة، الحاسب الآلي، العلوم التطبيقية، إدارة الأعمال، التصاميم (هذا حسب نظام السنة التحضيرية بالجامعة).
- تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية وتشمل كليات: العلوم الاجتماعية، اللغة العربية، التربية، العلوم الاقتصادية
- التخصصات الشرعية وتشمل كليات: الشريعة، الدعوة، الدراسات القضائية، المعهد العالي للأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

ويتبين الجدول رقم (١٢) يتبين أن هناك تبايناً ظاهرياً في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة بسبب اختلاف فئات متغير التخصص، ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام تحليل التباين الأحادي حسب الجدول (١٣) والذي يبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) تعزى للتخصص في جميع المحاور باستثناء محور الاستخدام، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة (Scheffe' Test) كما هو مبين في جدول رقم (١٤) الذي بين الفروقات التالية:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين التخصصات العلمية والتخصصات الشرعية، وجاءت الفروق لصالح التخصصات الشرعية في محور مبنى المكتبة والتجهيزات.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين التخصصات العلمية من جهة وكل من تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية و التخصصات الشرعية من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح كل من تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية و التخصصات الشرعية في محور الوصول إلى المعلومات .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية والتخصصات الشرعية، وجاءت الفروق لصالح التخصصات الشرعية في محور الخدمة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين التخصصات العلمية من جهة وكل من تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية والتخصصات الشرعية من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح كل من تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية و التخصصات الشرعية، و بين تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية والتخصصات الشرعية، وجاءت الفروق لصالح التخصصات الشرعية في محور رضا المستفيدين.

ويلاحظ من هذه النتائج أن معظم الفروق جاءت لصالح التخصصات النظرية (الشرعية والاجتماعية) في محور الخدمة، محور الوصول إلى المعلومات، ومحور رضا المستفيدين، وقد يرجع السبب في ذلك أن هذه التخصصات أكثر استخداماً للمكتبة وقد يعود السبب إلى ميلهم لاستخدام مصادر المعلومات الورقية، وأما المستفيدون في التخصصات العلمية حيث يوجد مكتبة مركزية للكليات نلاحظ أن نسبة الطلبة في التخصصات العلمية (١٥%) من نسبة الطلبة بالتخصصات الإنسانية والاجتماعية.

جدول رقم (١٢)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة حسب متغير التخصص

المحور	الفئات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مبنى المكتبة والتجهيزات	التخصصات العلمية	141	2.83	.930
	تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية	523	2.98	.827
	التخصصات الشرعية	167	3.07	.898
	المجموع	831	2.97	.862
الاستخدام	التخصصات العلمية	141	2.63	.881
	تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية	523	2.75	.833
	التخصصات الشرعية	167	2.79	.795
	المجموع	831	2.74	.834
الوصول إلى المعلومات	التخصصات العلمية	141	3.26	.972
	تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية	523	3.54	.718
	التخصصات الشرعية	167	3.65	.721
	المجموع	831	3.51	.777
الخدمة	التخصصات العلمية	141	3.21	.933
	تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية	523	3.07	.949
	التخصصات الشرعية	167	3.40	.900
	المجموع	831	3.16	.944
رضا المستفيدين	التخصصات العلمية	141	3.25	.987
	تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية	523	3.45	.846
	التخصصات الشرعية	167	3.71	.678
	المجموع	831	3.47	.853

جدول رقم (١٣) تحليل التباين الأحادي لأثر التخصص على محاور الدراسة

المحور	المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
مبنى المكتبة والتجهيزات	بين المجموعات	4.497	2	2.249	3.043	.048
	داخل المجموعات	611.825	828	.739		
	الكل	616.323	830			
الاستخدام	بين المجموعات	2.026	2	1.013	1.457	.233
	داخل المجموعات	575.647	828	.695		

المحور	المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
الوصول إلى المعلومات	الكلي	577.673	830			
	بين المجموعات	12.410	2	6.205	10.526	.000
	داخل المجموعات	488.092	828	.589		
الخدمة	الكلي	500.502	830			
	بين المجموعات	13.906	2	6.953	7.929	.000
	داخل المجموعات	726.061	828	.877		
رضا المستفيدين	الكلي	739.967	830			
	بين المجموعات	17.119	2	8.559	12.082	.000
	داخل المجموعات	586.568	828	.708		
	الكلي	603.687	830			

جدول رقم (١٤) المقارنات البعدية بطريقة 'Scheffe' Test لأثر التخصص على درجة محاور الدراسة

المحور	التخصصات	المتوسط الحسابي	التخصصات العلمية	تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية	التخصصات الشرعية
مبنى المكتبة والتجهيزات	التخصصات العلمية	2.83			
	تخصصات العلوم الاجتماعية الإنسانية	2.98	.15		
	التخصصات الشرعية	3.07	*.24	.09	
الوصول إلى المعلومات	التخصصات العلمية	3.26			
	تخصصات العلوم الاجتماعية الإنسانية	3.54	*.28		
	التخصصات الشرعية	3.65	*.39	.11	
الخدمة	التخصصات العلمية	3.21			
	تخصصات العلوم الاجتماعية الإنسانية	3.07	.14		
	التخصصات الشرعية	3.40	.19	*.33	
رضا المستفيدين	التخصصات العلمية	3.25			
	تخصصات العلوم الاجتماعية الإنسانية	3.45	*.20		
	التخصصات الشرعية	3.71	*.47	*.26	

ثالثاً: اختبار ف للتعرف على الفروق بين عينة الدراسة حسب مقر الدراسة.

لجامعة أم القرى عدد (٦) مقرات بمدينة مكة المكرمة للدراسة: مقر العابدية ويدرس به جميع الطلاب بالكلية العلمية إضافة إلى طالبات الكليات الطبية، مقر الزاهر وهو مخصص لطالبات، ومقر شارع منصور وبه كلية واحدة وهي كلية التصاميم للطالبات، ومقر الجموم وبه كلية واحدة للطلاب وهي الكلية الجامعية بالجموم، وأخيراً كلية إدارة الأعمال بالشيشة، وبغرض التعرف على الفروقات الإحصائية لمتغير مقر الدراسة عن رضا المستفيدين فقد تم سؤال عينة الدراسة عن مقرر دراستهم.

وللتعرف على الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطات رأي عينة الدراسة في خدمات المكتبات التي قد تُعزى إلى المعدل مقر الدراسة، فقد تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وبينت النتائج بجدول رقم (١٥) تبايناً ظاهرياً في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاوِر الدراسة بسبب اختلاف فئات متغير مقر الدراسة، و حسب الجدول (١٦) الذي يظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) تعزى لمقر الدراسة في جميع المحاور باستثناء محوري الاستخدام، و الخدمة، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شيفية كما هو مبين في الجدول (١٧) أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المقارنات التالية:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين شارع المنصور من جهة وكل من العابدية والزاهر من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح كل من العابدية والزاهر في محوري مبنى المكتبة والتجهيزات والوصول إلى المعلومات.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين العابدية وشارع المنصور، وجاءت الفروق لصالح العابدية في رضا المستفيدين.

وللدلالة على الفروقات بين المقر والمكتبة التي تستخدمها عينة الدراسة تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاوِر الدراسة بسبب اختلاف فئات متغير المكتبة المستخدمة، ويوضح جدول رقم (١٨) تبايناً ظاهراً في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاوِر الدراسة بسبب اختلاف فئات المقر والمكتبة التي تستخدمها، ولتفسير هذا التباين ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام تحليل التباين الأحادي وحسب الجدول رقم (١٩) الذي يوضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) تعزى إلى المكتبة التي تستخدمها في جميع المحاور باستثناء محوري الاستخدام، والوصول إلى المعلومات، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة (Scheffe' Test) كما هو مبين في الجدول (٢٠) يتبين الآتي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين المكتبة المركزية بالعابدية والمكتبة المركزية للطالبات بالزاهر، وجاءت الفروق لصالح المكتبة المركزية بالعابدية في الاستخدام.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين المكتبة المركزية للطالبات بالزاهر ومكتبة الكلية وجاءت الفروق لصالح المكتبة المركزية للطالبات بالزاهر في الوصول إلى المعلومات.

جدول رقم (١٥)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة حسب متغير مقر الدراسة

المحور	الفئات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مبنى المكتبة والتجهيزات	العابدية	223	3.03	.816
	الزاهر	563	2.97	.866
	شارع المنصور	45	2.61	.956
الاستخدام	المجموع	831	2.97	.862
	العابدية	223	2.84	.828
	الزاهر	563	2.71	.812
الوصول إلى المعلومات	شارع المنصور	45	2.59	1.073
	المجموع	831	2.74	.834
	العابدية	223	3.47	.765
الخدمة	الزاهر	563	3.56	.733
	شارع المنصور	45	3.15	1.180
	المجموع	831	3.51	.777
رضا المستفيدين	العابدية	223	3.19	.955
	الزاهر	563	3.17	.930
	شارع المنصور	45	2.89	1.037
	المجموع	831	3.16	.944
	العابدية	223	3.52	.875
	الزاهر	563	3.47	.801
	شارع المنصور	45	3.17	1.246
	المجموع	831	3.47	.853

جدول رقم (١٦) تحليل التباين الأحادي لأثر مقر الدراسة على محاور الدراسة

المحور	المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
مبنى المكتبة والتجهيزات	بين المجموعات	6.683	2	3.342	4.539	.011
	داخل المجموعات	609.639	828	.736		
	الكل	616.323	830			
الاستخدام	بين المجموعات	3.812	2	1.906	2.750	.065
	داخل المجموعات	573.862	828	.693		
	الكل	577.673	830			
الوصول إلى المعلومات	بين المجموعات	7.615	2	3.808	6.396	.002
	داخل المجموعات	492.887	828	.595		
	الكل	500.502	830			

المحور	المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة الإحصائية
الخدمة	بين المجموعات	3.547	2	1.774	1.994	.137
	داخل المجموعات	736.419	828	.889		
	الكل	739.967	830			
رضا المستفيدين	بين المجموعات	4.788	2	2.394	3.310	.037
	داخل المجموعات	598.899	828	.723		
	الكل	603.687	830			

جدول رقم (١٧) المقارنات البعدية بطريقة (Scheffe' Test) لأثر مقر الدراسة

المحور	المقر	المتوسط الحسابي	العابدية	الزاهر	شارع المنصور
مبنى المكتبة والتجهيزات	العابدية	3.03			
	الزاهر	2.97	.06		
	شارع المنصور	2.61	*.42	.36*	
الوصول إلى المعلومات	العابدية	3.47			
	الزاهر	3.56	.09		
	شارع المنصور	3.15	*.32	.41*	
رضا المستفيدين	العابدية	3.52			
	الزاهر	3.47	.05		
	شارع المنصور	3.17	.36*	.30	

(*) دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

جدول رقم (١٨)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاو الدراسة حسب متغير المكتبة التي تستخدمها

المحور	الفئات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مبنى المكتبة والتجهيزات	المكتبة المركزية بالعابدية	189	3.05	.800
	المكتبة المركزية للطالبات بالزاهر	532	2.97	.864
	مكتبة الكلية	110	2.81	.937
	المجموع	831	2.97	.862
الاستخدام	المكتبة المركزية بالعابدية	189	2.89	.818
	المكتبة المركزية للطالبات بالزاهر	532	2.70	.789
	مكتبة الكلية	110	2.66	1.031
	المجموع	831	2.74	.834

المحور	الفئات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الوصول إلى المعلومات	المكتبة المركزية بالعابدية	189	3.52	.711
	المكتبة المركزية للطالبات بالزاهر	532	3.56	.734
	مكتبة الكلية	110	3.29	1.018
	المجموع	831	3.51	.777
الخدمة	المكتبة المركزية بالعابدية	189	3.11	.982
	المكتبة المركزية للطالبات بالزاهر	532	3.15	.932
	مكتبة الكلية	110	3.31	.928
	المجموع	831	3.16	.944
رضا المستفيدين	المكتبة المركزية بالعابدية	189	3.52	.855
	المكتبة المركزية للطالبات بالزاهر	532	3.47	.818
	مكتبة الكلية	110	3.39	1.002
	المجموع	831	3.47	.853

جدول رقم (١٩) تحليل التباين الأحادي لأثر المكتبة التي تستخدمها على محاور الدراسة

المحور	المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
مبنى المكتبة والتجهيزات	بين المجموعات	4.065	2	2.032	2.749	.065
	داخل المجموعات	612.258	828	.739		
	الكل	616.323	830			
الاستخدام	بين المجموعات	5.578	2	2.789	4.037	.018
	داخل المجموعات	572.095	828	.691		
	الكل	577.673	830			
الوصول إلى المعلومات	بين المجموعات	6.518	2	3.259	5.463	.004
	داخل المجموعات	493.984	828	.597		
	الكل	500.502	830			
الخدمة	بين المجموعات	2.944	2	1.472	1.654	.192
	داخل المجموعات	737.022	828	.890		
	الكل	739.967	830			
رضا المستفيدين	بين المجموعات	1.179	2	.590	.810	.445
	داخل المجموعات	602.508	828	.728		
	الكل	603.687	830			

جدول رقم (٢٠)

المقارنات البعدية بطريقة (Scheffe' Test) لأثر المكتبة التي تستخدمها على درجة محاور الدراسة

المحور	المكتبة	المتوسط الحسابي	المكتبة المركزية بالعابدية	المكتبة المركزية للطالبات بالزاهر	مكتبة الكلية
الاستخدام	المكتبة المركزية بالعابدية	2.89			
	المكتبة المركزية للطالبات بالزاهر	2.70	.19(*)		
	مكتبة الكلية	2.66	.22	.04	
الوصول إلى المعلومات	المكتبة المركزية بالعابدية	3.52			
	المكتبة المركزية للطالبات بالزاهر	3.56	-.04		
	مكتبة الكلية	3.29	.23	.27(*)	

(*) دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

رابعاً: اختبار ف للتعرف على الفروق بين عينة الدراسة حسب العمر.

بلغ حجم العينة وفقاً لمتغير العمر كما هو موضح بالجدول رقم (٢١) الذي يبين أن ثلثي عينة الدراسة (٦١%) من أصحاب الأعمار ١٨-٢٢، وهي الأعمار الطبيعية لمرحلة الدراسة الجامعية، ولمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين محاور الدراسة ومتغير العمر، وتبين من خلال النتائج المعروضة بالجدول رقم (٢١) أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر في جميع المحاور.

جدول رقم (٢١)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر العمر على محاور الدراسة

المحور	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
مبنى المكتبة والتجهيزات	18-22	508	2.93	.821	-1.849	829	.065
	٢٣ فأكثر	323	3.04	.920			
الاستخدام	18-22	508	2.70	.849	-1.531	829	.126
	٢٣ فأكثر	323	2.79	.809			
الوصول إلى المعلومات	18-22	508	3.53	.787	.808	829	.420
	٢٣ فأكثر	323	3.49	.760			
الخدمة	18-22	508	3.17	.946	.380	829	.704
	٢٣ فأكثر	323	3.15	.942			
رضا المستفيدين	18-22	508	3.48	.857	.408	829	.683
	٢٣ فأكثر	323	3.45	.847			

النتائج والتوصيات:

بعد تحليل ومناقشة نتائج الدراسة، خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج تتلخص في الآتي:

1. سجلت محاور الدراسة متوسطات مختلفة وجاءت بالترتيب التالي: محور الوصول للمعلومات قد سجل أعلى متوسط (3.51)، يليه محور رضا المستفيدين (3.46)، ثم محور مستوى الخدمة بمتوسط (3.16)، وجاءت في المركزين الأخيرة كل من محور المبنى والتجهيزات (2.96) ومحور الاستخدام بمتوسط (2.73).
2. كشف الدراسة عن وجود تباين بين آراء مجتمع الدراسة حول الخدمات التي تقدمها مكتبات جامعة أم القرى وفقاً لمتغير التخصص، العمر، ومقر الدراسة.
3. تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\square = 0.05$) بين المكتبة المركزية بالعابدية والمكتبة المركزية للطالبات بالزاهر، وجاءت الفروق لصالح المكتبة المركزية بالعابدية في الاستخدام.
4. كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\square = 0.05$) بين المكتبة المركزية للطالبات بالزاهر ومكتبة الكلية وجاءت الفروق لصالح المكتبة المركزية للطالبات بالزاهر في الوصول إلى المعلومات.
5. وسجلت المكتبة المركزية بالعابدية ومكتبة الطالبات بالزاهر فروق لصالحهما ذات دلالة إحصائية ($\square = 0.05$) مع مكتبة كلية التصميم بشارع المنصور في محاور مبنى المكتبة والتجهيزات والوصول إلى المعلومات، ورضا المستفيدين.
6. كما سجلت كل من التخصصات الشرعية والعلوم الاجتماعية والانسانية فروق لصالحهم ذات دلالة إحصائية ($\square = 0.05$) بينها وبين التخصصات العلمية في محور مبنى المكتبة والتجهيزات ومحور الوصول إلى المعلومات.
7. سجل استخدام محركات البحث على الإنترنت متوسط حسابي مرتفع (3.80)، فحين جاء استخدام مصادر المعلومات داخل مبنى المكتبة واستخدام قواعد المعلومات من خلال موقع المكتبة بمتوسط الحسابي منخفض (2.35).
8. تبين أن هناك محدودية بالبرامج والأنشطة التعريفية والإرشادية لكيفية استخدام المكتبة.
9. بالرغم من حداثة مباني وتجهيزات المكتبات المركزية ومكتبات الكليات، إلا أن مجتمع الدراسة طالبوا بضرورة الاهتمام بتجديد أو تحسين تلك التجهيزات.
10. كشفت الدراسة عن رضا مجتمع الدراسة عن الطرق التي أتاحتها مكتبات جامعة أم القرى كوسائل للوصول للمعلومات.

وفي ضوء النتائج التي أسفرت عنها الدراسة ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة خلصت الدراسة إلى التوصيات التالية:

- من المهم جداً أن تعمل عمادة شؤون المكتبات بجامعة أم القرى على عقد ورش عمل ومحاضرات وإقامة أسابيع تعريفية (بشكل دوري) بدور المكتبة والخدمات التي تقدمها.
- ضرورة الاهتمام بتحسين الخدمات التي لم تلقى رضا من قبل المستفيدين، ومنها مواعيد فتح المكتبات، توفير أماكن للاستراحة، توفير أماكن لبيع الأطعمة والمشروبات الخفيفة أو توفير مكائن البيع الذاتي.
- ضرورة العمل على إعادة إجراء دراسات تقييم جودة خدمات المعلومات بشكل دوري، وذلك للتعرف على درجات الاختلاف في آراء مجتمع الدراسة، وللتأكد من أن المكتبة أخذت بنتائج الدراسة السابقة وعملت على معالجتها.

- زيادة اهتمام أقسام علوم المكتبات والمعلومات بالجامعات العربية بموضوع الجودة والقياس ضمن المناهج الدراسية، ويمكن أن تضاف من ضمن مفردات مقرر خدمات المعلومات.
- على الاتحادات والجمعيات المهنية المتخصصة الاهتمام بإصدار إدارة لقياس الجودة لمختلف قطاعات مؤسسات المعلومات العربية.
- إجراء المزيد من الدراسات حول تطبيقات معايير الجودة على مخلف أنواع مؤسسات المعلومات.
- العمل في عمادة شؤون المكتبات بجامعة أم القرى على وضع خطط وبرامج تهدف الى تسويق خدماتها بين مجتمع الجامعة.
- ضرورة تعزيز مناهج أقسام علوم المكتبات والمعلومات بالجامعات العربية بمقرر دراسي عن التسويق في مؤسسات المعلومات".

المراجع:

- اتحاد الجامعات العربية. (2008). دليل التقييم الذاتي والخارجي والاعتماد العام للجامعات العربية أعضاء اتحاد الجامعات العربية. -عمان: مجلس ضمان الجودة والاعتماد للجامعات العربية.
- بامفلح , فاتن (2009). خدمات المعلومات في ظل البيئة الإلكترونية , القاهرة :الدار المصرية اللبنانية.
- باصقر، محمد أحمد. (٢٠٠٧). القوى البشرية في المكتبات الجامعية السعودية. مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية -السعودية، مج ١٣، ع ١، 143. - 126(مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/34400>) تاريخ الزيارة (٢٠١٦/٦/٢).
- بدر، أحمد أنور ومتولي، ناريمان إسماعيل و عبد المنعم، غادة. (٢٠١٣). مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات في القرن الحادي والعشرين، القاهرة: المكتبة الأكاديمية، (٢٨٠) ص.
- بن السبتي، عبد المالك. (٢٠٠٦). تطبيق نظام الجودة في المؤسسات التوثيقية. مجلة المكتبات والمعلومات العربية. مج (٢)، ع (١)، صص (٣٠-٤٤).
- بلهوشات، الزبير و رحايلي، محمد (٢٠١٤). معيار إيزو ISO 11620 وتقييم أداء المكتبات: دراسة حالة كلية الهندسة المعمارية والعمران جامعة قسنطينة ٣ بالجزائر، ورقة عمل مقدمة المؤتمر الخامس والعشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم) .
- بروفي، بيتر ، ترجمة العقلا، سليمان بن صالح (٢٠٠٨) . قياس أداء المكتبة :المبادي والأساليب، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية: السلسلة الثانية (٦١).
- الدبس، محمد، (٢٠١٠). خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية في الأردن: تجربة الجامعة الأردنية وجامعة البلقاء التطبيقية، اعلم -السعودية، ع (٤)، صص (٢٠٧-٢٣٧).
- ديسلر، جاري. (٢٠٠٧). ترجمة محمد سيد عبد المتعال، إدارة الموارد البشرية، الرياض: دار المريخ، ٣٢٣ص.
- حافظ، عبدالرشيد (٢٠١٠). اتجاهات طلاب المرحلة الجامعية الأولى نحو استخدام المصادر الإلكترونية، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج (١٦)، ع (١)، صص (٣٩-٦٤).
- حمدي، أمل وجيه. (٢٠١٢). ليب كوال بلس®+ LIBQUAL أداة لرصد وتقييم جودة خدمات المكتبات والمعلومات من منظور المستفيدين، مجلة المكتبات والمعلومات العربية، س (٣٢)، ع (٤)، صص (١٠٢-٥١).

- الخثعمي، مسفرة بنت دخيل الله. (٢٠٠٨). جودة خدمات المعلومات في مؤسسات المعلومات السعودية: دراسة حالة للمكتبة المركزية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات مج (15)، ع(30) صص(289-313).
- الخوالده، محمود عبدالله، و الخياط، ماجد محمد. (٢٠١٣)، تقييم مدى تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة في المكتبات الجامعية من وجهة نظر المستخدمين: دراسة حالة لمكتبات جامعة البلقاء التطبيقية. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية -شؤون البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية - غزة - فلسطين، مج(٢١)، ع(١)، صص (533 – 501)، مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/649129>، تمت الزيارة في ٢٠١٦/٢/٥.
- السردى، محمد الدبس (٢٠١٤). قياس جودة خدمات المعلومات الرقمية في المكتبات الجامعية في الأردن: دراسة تطبيقية في الجامعات الحكومية الأردنية، من أعمال المؤتمر الخامس والعشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.
- سعد، وحيد موسى (٢٠٠٩). إدارة الجودة الشاملة في المكتبات: دراسة تطبيقية في بعض المكتبات المصرية، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، (٣٢٧)ص.
- السلمي، نهلة (٢٠٠٩)، قياس جودة المعلومات في المكتبات الطبية في مدينة الرياض: دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه، قسم المكتبات والمعلومات، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- السويط، عبدالعزيز. (٢٠١٤). استخدام الطلبة لمصادر المعلومات الرقمية : دراسة وصفية. مجلة العلوم الاجتماعية -الكويت ، مج ٤٢، ع ١، صص (١٤٥ - ١٦٦).
- شريف، رقية سامي ويوسف، بسام عبدالرحمن. (٢٠١٣). دور استخدام محركات البحث في تحقيق الإبداع الفردي: دراسة استطلاعية لأراء عينة من طلبة الدراسات العليا في كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل. تنمية الراغبين -العراق، مج٣٥، ع١١٤٤، 68 - 49مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/625212>، تمت الزيارة في (٢٠١٦/٦/٢١).
- الصبحي، حميدة و السليمانى، عبدالله. (٢٠٠٩). بوابة الإدارة الإلكترونية بمكتبة الملك عبدالله بن عبدالعزيز الجامعية بجامعة أم القرى بمكة المكرمة. أعمال المؤتمر العشرين للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات ، ٣٣٧ - ٣٦٥. مسترC062ع من <http://search.mandumah.com/Record/480621>، تمت الزيارة في (٢٠١٦/٦/٢١).
- ضوايب، حمد احمد رايح. (٢٠١١)، معوقات استخدام المستفيدين للمكتبات الجامعية في السودان رسالة ماجستير الآداب، بجامعة كردفان.
- الطيار، سليمان بن عبدالله. (٢٠٠٩). القوى العاملة في مجال المكتبات والمعلومات بالمملكة العربية السعودية: دراسة لواقعها ورؤية لمستقبلها، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية: السلسلة الأولى (٥٥).
- عاشور ، محمد صالح (٢٠٠٢). المكتبات الجامعية بالمملكة العربية السعودية: حاضرها ومستقبلها، دار المريخ: الرياض.
- عبد العاطي، أسامة غريب. (٢٠١٤). مؤشرات أداء المكتبات وطريقة أمثل للإدارة الحديثة، بحث مقدم للمؤتمر الخامس والعشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم) تونس

- عبدالهادي، محمد فتحي (٢٠١٢). مقدمة في علم المعلومات: نظرة جديدة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص (٢٨٥).
- العمران، حمد بن إبراهيم. (٢٠١٠). تقويم خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية: دراسة حالة لمكتبة جامعة الملك فهد للبترول والمعادن، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج (١٦)، ع (١)، صص (٣٨-٥).
- قاسم، حشمت (١٩٨٤م). خدمات المعلومات: مقوماتها وأشكالها، القاهرة: مكتبة غريب.
- قموح، ناجية وعز الدين، بودربان و بن الطيب، زينب. (٢٠١٤). قياس جودة أداء المكتبات الجامعية الجزائرية ومدى استجابتها لمعطيات العصر الرقمي: دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة، أعمال المؤتمر الخامس والعشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.
- الرضي، الحاج، وعطا المنان، محمد البخيت. (٢٠١٥). السمات المعرفية لأخصائي المعلومات كعمال للمعرفة وارتباطها بإدارة المعرفة: دراسة استطلاعية لأراء العاملين بمكتبات جامعة الجزيرة - السودان. أعمال المؤتمر السادس والعشرين للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات: إختصاصيو المكتبات والمعلومات كعمال للمعرفة -الأردن، الأردن: الاتحاد العربي للمكتبات و المعلومات، ٣٩٩ - ٤٢٠. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/678022>
- الزاحي، سمية. (٢٠١٤)، مكانة المكتبة الجامعية في سياسات تطوير التعليم العالي: دراسة ميدانية جامعات عنابة، قسنطينة وسكيكدة، مجلة اعلم -السعودية، ع (١٣)، صص (٢٢٥) (١٩٩)، مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/650402> (تمت الزيارة في ٢٠١٦/٢/٥).
- شاهين، شريف، وآخرون (٢٠١٣). المعيار العربي الموحد للمكتبات الجامعية، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، جدة.
- متولي، عبدالله حسين، (٢٠١٥). LibQual+ أداة معيارية لقياس مدى رضا المستفيدين عن خدمات المكتبات كميًا، (<http://blog.naseej.com/libqual>)، تمت الزيارة في (٢٠١٦/٦/١٩).
- محجوب، مزل عباس. (٢٠١٤). مراكز المؤتمر الدولي الأول بعنوان المكتبات ومراكز المعلومات في بيئة رقمية متغيرة -جمعية المكتبات والمعلومات الأردنية - الأردن- عمان، صص : ٢٧٩ - ٣٠٧.
- المكتبة الرقمية السعودية. (٢٠١٥). التقرير الإحصائي للمكتبة الرقمية السعودية (٢٠١٣-٢٠١٥)، إصدار خاص بجامعة أم القرى.
- النيل، عصمت عبد الرحمن أحمد حمد. (٢٠١٢). اتجاهات طلاب جامعة الجزيرة نحو استخدام المكتبة. جامعة أم درمان الإسلامية، <http://e-marifah.net/kwc/f?p=102:43:14912090576628::NO> تم الاطلاع ١٩/٢/٢٠١٤هـ
- الهيئة الوطنية للتقييم والاعتماد الأكاديمي-معايير الاعتماد الأكاديمي وتأكيد الجودة في مؤسسات التعليم العالي، (<http://www.ncaaa.org.sa/cmspage.aspx?id=3>)
- Asogwa, Brendan E. BEA. (2014). Use of ServQUAL in the evaluation of service quality of academic libraries in developing countries. Library Philosophy and Practice, (e-journal). Available (<http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1146>), visited (8/3/2016).

- Alharbi, Awadh. (2012). The relationship between academic library usage and perceived personal performance in Kuwait, PhD thesis, Queensland University of Technology.
- Derfert, Wolff, L, Gorski M. & Marcinek M.(2005). Quality of academic libraries –funding bodies, librarians and users perspective: a common project of Polish libraries on comparable measures. Proceeding of the World Library and Information Congress: 71th IFLA General Conference and Council, August 14 – 18th, Oslo, Norway.
- Hossain, Muhammad Jaber .(2014) . A Study of the Causes of User Dissatisfaction in Academic Libraries: A Case of University Students in a Developing Country, Journal of Library Administration,vol54.n6,pp 462-482.
- LibQUAL Survey <https://www.libqual.org/home>
- Slone, Debra J. (2000) Encounters with the OPAC: on-line searching in public libraries. Journal of the American Society for Information Science archive, vol. 51, Issue 8, P 757- 773.<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=341834>
- The ALA Glossary of Library and Information Science. (1983). Chicago: ALA and Winston
- Rudzioniene, Jurgita. (2012). Establishing Culture of Performance Evaluation: seeking the ways of better quality library management and university teaching methodology. Tiltai. No.(1). Available (journals.ku.lt/index.php/tiltai/article/download/.../368), visited (20/3/2016).
- Pedramnia, P and Ghanbarabadi, Ghavami. (2011). An analysis of service quality in academic libraries using LibQUAL scale
- Application oriented approach, a case study in Mashhad University of Medical Sciences (MUMS) libraries, Library Management, Vol. (33) no. (3), pp. (159-167).
- Whitmire, Ethelen (2001). The Relationship between Undergraduates' Background Characteristics and College Experiences and Their Academic Library Use. College & research libraries. vol. 62 NO. 6, pp 528 -540. <http://crl.acrl.org/content/62/6/528.short>

التشتت النوعي لمحرركات البحث ومدى الوعي بها والإفادة منها

إعداد

د. عزة فاروق جوهري

أستاذ مساعد قسم علوم المعلومات

جامعة بني سويف

تمهيد :

يعد عالم المعلومات في الشبكة العنكبوتية العالمية مشابهاً لبيئة المحيطات الواسعة . ورغم أنه يصعب السيطرة على هذه الشبكة، كما يصعب إعطاء رقم صحيح عن صفحاتها يمكن أن نعرف حدودها ، كما يمكن التكهن بأنها أصبحت بالمليارات ؛ وذلك لكونها تتغير كل ساعة ، بل كل دقيقة ؛ ومن ثم فكيف يتم الوصول للمعلومات ومصادر ها وسط هذا الفيض من المعلومات وهذا الكم والصفحات ؟ فالمعلومات التي يمكن الحصول عليها عبر استخدام شبكة الإنترنت متفاوتة الأهمية؛ لذلك جاء التنظيم متفاوتاً ويعتمد على أدوات ووسائل متنوعة تتناسب إلى حد ما مع ضخامة المحتوى المعلوماتي وأهميته وتنوع جمهور المستفيدين . ومن المنظور العام لتنظيم هذه البيئة المعلوماتية الرقمية نجد أن محرركات البحث أكبر الأدوات التي تنظم بيئة الإنترنت وتتيح مصادر ها للمستفيدين؛ لذا يمكن أن تعد مصادر معلومات ثانوية في البيئة الرقمية .

أهمية الدراسة :

لكي نفهم ، على الأرجح ، ما يمكن أن نسترجعه من معلومات عندما نبدأ في تنفيذ بحث في الويب نحن في حاجة إلى أن نضع في الحسبان الملامح التالية التي تشكل طبيعة الويب ، وهي:

- أنها تمثل وسيلة غير مكلفة لبث المعلومات على مستوى العالم .
- أن أي طرف يمتلك حاسباً آلياً مرتبطاً بالإنترنت بإمكانه أن ينشئ صفحة .
- أنه يمكن الوصول إلى المعلومات في أي وقت وتحديثها بشيء من اليسر .
- أن المعلومات تنمو وتتغير يومياً.
- لا توجد قواعد ملزمة بخصوص أسلوب تصميم مواقع الويب وطريقته .
- لا بد من أدوات لغزلة المعلومات وانتقائها .
- أن كل المعلومات المجانية المتوفرة في الإنترنت متاحة لكل الأطراف التي لها ارتباط به.
- أن سهولة نشر المعلومات بالويب هي التي تفسر ندرة المواقع الجيدة والتنوع الكبير في المعلومات المتاحة وكبر حجم المتاح منها.

فحجم المعلومات المتاحة على الإنترنت مدهش بالفعل . لكن ما جدوى ذلك إذا لم تكن قادرين على استرجاع المعلومات التي نرغب فيها ؟ إن العثور على معلومات مفيدة لا يعني أننا سنكون قادرين على استرجاعها مرة أخرى. ومن ثم فإن التعرف على كيفية استخدام أدوات البحث المتخصصة التي تم تصميمها للمساعدة على الحصول على ما نحتاجه من معلومات هو الوسيلة التي تمكننا من التعامل بفاعلية مع هذا المصدر الضخم للمعلومات والتغيرات أو التطورات السريعة التي يشهدها ، فالمهارة في البحث في الإنترنت تعتمد على القدرة على الملازمة بين المعرفة بأدوات البحث والفهم لطبيعة الويب ، فتعلم الاختيار بين أدوات البحث بالويب يشبه إلى حد كبير عملية اختيار أحد مصادر المعلومات الذي يمكن أن يكون معجماً، أو دائرة معارف ، أو أحد الأطالس؛ فالاختيار في نهاية الأمر يجب أن يتوقف على نوع المعلومات التي تبحث عنها في الأداة المناسبة لذلك .

مشكلة الدراسة :

إن الكم المعلوماتي الذي تحمله الويب لا يمكن الاستفادة منه إلا عن طريق التنظيم والإعداد من خلال أدوات تساعد في البحث، و لا تهدف أدوات البحث بالطبع إلى نشر معلومات. إنما يتمثل دور هذه الأدوات في تجميع وثائق الويب وتنظيمها . فعندما ننجز بحثاً بالويب فإننا نبحث عن المعلومات ضمن قاعدة بيانات أداة البحث التي اخترناها للغرض . وخلاصة القول إن الموصفات التي تنسم بها إحدى أدوات البحث هي التي تميزها عن غيرها وتحدد فاعليتها وكفاءة استخدامها . ورغم هذا فإن نوع العمل الذي تقوم به أدوات البحث هو واحد، ويشمل أربعة مجالات هي :

- تجميع المصادر.
- تكشيف المصادر.
- البحث في الكشاف.
- عرض النتائج .

ومع تطور بيئة الإنترنت وخدماتها بصفة عامة تطورت أدواتها ومنها محركات البحث كأكثر أدوات الإنترنت ، وتطورت أنواعها وتعددت خصائصها وأنماط استخدامها ، ربما دون وعي من جانب المستفيد العام ؛ ومن هنا تجسدت مشكلة الدراسة في التعرض لمحرركات البحث على وجه الخصوص متمثلة هذه المشكلة في السؤال التالي :

ما هي أنواع محركات البحث ؟ وما تصنيف محركات البحث اعتماداً على الآلية التي تعمل بها والمحتوى الذي تقدمه للباحث ؟ وهل يوجد وعي بها لدى الباحثين وطلاب العلم على وجه الخصوص ؟

أهداف الدراسة :

إنطلاقاً من مشكلة الدراسة تجسدت أهدافها فيما يلي:

١. التعريف بمحركات البحث وخصائصها ووظائفها.
٢. تصنيف محركات البحث وفقاً لخصائص كل منها وأنماطها في الاسترجاع .
٣. التعرف على مدى الوعي بأنواع محركات البحث .

تساؤلات الدراسة :

١. ما هي أنواع محركات البحث وما خصائصها ووظائفها ؟
٢. ما أوجه تصنيف محركات البحث وانماطها في الاسترجاع ؟
٣. هل يوجد وعي بأنواع محركات البحث لدى الباحثين ؟

منهج الدراسة :

تستخدم الدراسة منهج التحليل الوصفي ، الذي يقوم على جمع المعلومات المتعلقة بخصائص الظاهرة من واقع الإنتاج الفكري وواقع الاسترجاع ، ووصف طبيعتها ، وتحليلها ، وتفسيرها ؛ ومن ثم الخروج باستنتاجات منها .

مصطلحات الدراسة :

محرركات البحث:

هي أدوات بحث تستخدم برامج الحاسب الآلي ، ولها أسماء متعددة مثل العنكبوت spider ، أو الزاحف crawler ، أو الإنسان الآلي الروبوت robot ، والتي تقوم بتجميع المعلومات من الإنترنت في

المرحلة الأولى ثم تنظيمها في قاعدة البيانات كمرحلة ثانية ، وأخيرًا البحث في القاعدة التي تم جمع الصفحات فيها ، وتنظيمها تبعًا لذلك . (١)

أدوات البحث :

هي برامج آلية صممت للعمل في بيئة الإنترنت ، وتعد نظامًا لإدارة قواعد البيانات طورت بصفة خاصة للعمل على الإنترنت لتمثل وسيلة البحث عن المعلومات على الإنترنت . (٢)

مصادر المعلومات الثانوية :

عرفها محمد فتحي عبد الهادي بأنها " هي تلك التي تعد من مصادر أولية أو تشير إليها، أي أنها تقدم عرضًا لمعلومات منشورة ولا تقدم معلومات جديدة في العادة . وهي تتضمن معلومات ترتب وتنظم وفق خطة معينة؛ أي تقدم المعلومات المتاحة في المصادر الأولية بصورة أكثر ملاءمة للاستعمال " (٣)

الدراسات السابقة :

بعد البحث الإنتاج الفكري العربي والأجنبي توصلت الباحثة للكثير من الدراسات السابقة فيما يتعلق بالجوانب النظرية والتطبيقية للمحرركات البحثية بصفة فردية لكل نوع مستقل بذاته ، أو من خلال النقد والتحليل والمقارنة لمحرركات نوعية في مقابل محرركات من نفس النوع أو محرركات عامة كبيرة مثل جوجل ، وفيما يلي ذكر بعض الدراسات في هذا الشأن :

- كانت دراسة أندرو أجنو Andrew Agno عام ٢٠٠٠م (٤) من أوئل الدراسات التي سعت لتطبيق تقنيات استرجاع المعلومات من خلال البحث المتعدد في بيئة شبكة المعلومات العنكبوتية كوسيلة لتوفير نتائج ذات صلة باستفسار المستفيد عبر محرركات البحث المتعددة ، حيث أثبتت الدراسة أن استخدام خوارزميات دمج التغذية المرتدة المتصلة باهتمام المستفيد أفضل بكثير من تلك التي لا تستخدمها .
- تقدم ضياء الدين عبد الواحد بدراسة عام ٢٠٠٤م (٥) بعنوان (واجهات الاستخدام لنظم استرجاع المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت : دراسة تقييمية) هدف منها إلى تقييم واجهات استخدام محرركات البحث وجمعها خلال عدد من الخصائص والمعايير التي بلغت ٤٣٨ معيارًا وزعت على ١٦ قسمًا يتم من خلالها تقييم المحركات بصفة عامة .
- تقدم خالد عبد الفتاح بدراسة عام ٢٠٠٥م (٦) للوقوف على أهم الأسس والمعايير المستخدمة في مراحل بناء محرركات البحث المتعددة والتي ضمنها (١) اختيار محرركات البحث المستقلة وتجميعها في قائمة موحدة وترتيبها وفقًا لأولويات الدمج (٢) دمج النتائج المسترجعة (٣) ترتيب النتائج وفرزها واختتم الدراسة بالخطوات التي يجب تنفيذها عند بناء محرك بحث متعدد .

(١) عبد الرشيد عبد العزيز حافظ...واخ . التفكير والبحث العلمي .- ط ١ .- جدة : مركز النشر العلمي ، ٢٠٠٩ .- ص ١٤١ .

(٢) زين عبد الهادي . محرركات البحث على شبكة الإنترنت : دراسة تجريبية مقارنة ، مجلة المكتبات و المعلومات العربية ، ٢٤ (أبريل ٢٠٠٢) .- ص ١١ .

(٣) محمد فتحي عبد الهادي . مقدمة في علم المعلومات .- القاهرة : مكتبة غريب ، ١٩٨٤ .- ص ٨٣ .

4 (Agno, Andrew . An Intelligent Metasearch Engine For The World Wide Web. Master Degree , Faculty Of Computer Science , University Of Toronto ,Canada,2000.

(٥) ضياء الدين عبد الواحد . واجهات الاستخدام لنظم استرجاع المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت : دراسة تقييمية . - حلوان ، ٢٠٠٤ ، ٤١٢ ص- أطروحة ماجستير ، قسم المكتبات والمعلومات ، كلية الآداب ، جامعة حلوان .

(٦) خالد عبد الفتاح محمد . ما وراء محرركات البحث . الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات ، مج ١٢، ع ٢٣ ، ٢٠٠٥ .- ص ص ٣٧-٤٩ .

- قدم سيد ربيع سيد إبراهيم عام ٢٠٠٥م (١) دراسته عن محركات بحث المادة المصورة على الإنترنت ، هدفت هذه الدراسة إلى وضع ملامح عمل محركات بحث الصور على الويب ، وعمدت هذه الدراسة إلى تناول الخصائص المادية في تحليل اللون والشكل والبنية للصورة الرقمية ، إلى جانب تناول الخصائص الموضوعية وتحليل المحتوى؛ وذلك للخروج بأهم ملامح تنظيم الصور الرقمية داخل محركات البحث معتمدة في ذلك على دراسة المعايير الدولية الخاصة بتنظيم الصور الرقمية ، كما تطرقت الدراسة إلى خصائص محركات البحث كنظم لاسترجاع المعلومات الرقمية المصورة وما يتعلق بها من آليات للبحث تدعم تنظيم الصور الرقمية وبحثها .
- اقترحت دراسة رينر كرافت Reiner Kraft عام ٢٠٠٥م (٢) المتقدم بها لجامعة كاليفورنيا إعداد صيغ وأدوات مرنة لبناء محركات بحث متخصصة تعتمد على البحث المتقدم الذي يعني بتصفية النتائج المكررة وحذفها عن طريق مطوري الويب وبناء محرك بحث متخصص في أنواع معينة من الوثائق علاوة على معرفة دور برامج تصفية النتائج Iterative Filtering Metasearch IFM في بناء محركات متخصصة .
- تناولت دراسة بدوية البسيوني عام ٢٠٠٨ م (٣) التعريف بمحركات البحث المتعددة وخصائصها وآلية عملها للوصول إلى أهم المحركات المتعددة التي يمكن الاعتماد عليها في إجراء الأبحاث العلمية ، وتوصلت الدراسة إلى ٦٠ محرك بحث متعدد متاحة على الشبكة العنكبوتية مجاًاً ، و٤ محركات تتطلب التحميل على الحاسب الشخصي . وتم تقييم مجموعة المحركات عينة الدراسة وفقاً ل٤٣ معياراً قسمت إلى خمسة محاور : هي شهرة المحرك ، وتحديد مصادر البحث التي يتعامل معها المحرك ، والإمكانات البحثية ، وعرض النتائج ، والخدمات الإضافية التي يوفرها .
- كانت دراسة وي Wei عام ٢٠٠٨م (٤) متناولة بالتحليل والمقارنة تسعة محركات بحث دلالية، وناقشت خلالها أهداف كل محرك ومجال وبنيتها والآليات التي يعتمد عليها في معالجة الاستفسارات وتحليلها واستخلاص النتائج ، وتوصلت الدراسة إلى أن محركات البحث الدلالية تعد أفضل الأدوات البحثية على الإنترنت ؛ حيث تتكامل فيها المعلومات الدلالية مع خريطة المفاهيم والقاعدة المعرفية للوصول لأدق النتائج .وبنفس الأهداف والآلية والمنهج كانت دراستا أنوسري Anusree (عام ٢٠١١م) (٥) وصادبثي Sudeepthi عام ٢٠١٢م (٦) مع الاختلاف في محركات البحث الدلالية التي أجريت عليها الدراسات .
- كانت دراسة ديتز Dietze عام ٢٠٠٩م (٧) تهدف إلى مقارنة محركي البحث الدلالي GoWeb وGoPubmed ، ومحرك البحث العام Google بهدف قياس معدلات الدقة والاستدعاء بكل منها ، من خلال طرح ٢٦ سؤالاً عن الجينات ، وكانت النتائج لصالح المحرك الأول ؛ حيث أجاب عن

(١) سيد ربيع سيد إبراهيم . محركات بحث المادة المصورة على الإنترنت : دراسة تحليلية لوضع مواصفات محركات بحث صور ثابتة تدعم خصائص اللغة العربية. - بني سويف ، ٢٠٠٥ ، ٢٤٧ص- أطروحة ماجستير ، قسم المكتبات والوثائق ، كلية الآداب ، جامعة بني سويف .

(٢) Kraft, Reiner . Cost- Effective Creation Of Specialized Search Engines. University Of California ,Santa Cruz ,2005.-Phd 132p.

(٣) بدوية محمد البسيوني . محركات البحث المتعددة ودورها في استرجاع المعلومات من الشبكة العنكبوتية العالمية : دراسة تحليلية مقارنة . الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات ، مج ١٥ ، ع ٣٠ ، ٢٠٠٨ . - ص ١١-٦٩ .

(٤) wei, w. p. the anatomy and design of a semantic search engine, 2008 . available at :

<http://baggins.nottingham.edu.my/eyx6ww/pub/iris-jws.pdf> Access Date(10/2/2015)

(٥) Anusree , R . Semantic Search Engine : A survey .International Journal Computer Technical .Vol.2 ,No.6, 2011.- Pp1806-1811

(٦) Sudeepthi , G. . A Survey On Semantic Web Search Engine . International Journal Of Computer Science, Issues.9 , No. 2 , 2012.- Pp 241-245.

(٧) Dietze , H.M. Go Web :A Semantic Search Engine For The Life Science Web. Available At: <http://www.Biomedcentral.Com/1471-2105/10/S10/S7> , Access Date(18/2/2015)

٧٧% من الأسئلة بشكل صحيح ، تلاه Google بنسبة إجابة صحيحة ٦٢% ، ثم GoPubmed بنسبة ٥٠% ، حيث إنه ثبت امتلاك محرك GoWeb لخلفية معرفية إضافية عن الكيمياء الطبية ، فهو يدمج بين خريطة المفاهيم المتخصصة مع رؤوس الموضوعات الطبية . وهذا يدعم فكرة توافر المحرك الدلالي المتخصص ليكون أفضل تحقيقاً واستدعاءً.

- تناولت دراسة دانج ثانا Dang Trung Thanh عام ٢٠٠٩م (١) محاولة بناء محرك بحث ملفات الموسيقى الرقمية معتمداً على استفسارات اللغة الطبيعية ، ونظام تصنيف خاص للألحان ، لبناء قاعدة لاكتشاف طبيعة هذه الألحان والتعرف عليها ، واقتُرحت الدراسة بعض الوسائل الفعالة لاستخدام القصائد والميتاداتا في تصنيف الألحان .

- هدفت دراسة أنداجو Andago عام ٢٠١٠م (٢) مقارنة أداء محرك البحث الدلالي حكيا Hakia بمحرك جوجل لوصفه أشهر محركات البحث العامة بطرح ٣٠ استفساراً على كل منهما ، وقياس معدل الدقة في أول عشرين نتيجة ، والتي أثبتت الدراسة تفوق محرك حكيا بنسبة ١:٣ على جوجل في دقة النتائج ؛ وعليه وجدت من عينة البحث نسبة ٥٨% سوف يغيرون محركهم المفضل من جوجل إلى حكيا . ويعرفون أصدقاءهم به .

- أجرى جينجو Jingyu وزملاؤه عام ٢٠١٠م (٣) دراسة لعمل محرك بحث اجتماعي كنموذج تجريبي لهذا النمط من الأدوات التي تستخدم في البحث التعاوني وأطلق عليه "ExpertRec" سعياً لإيجاد وسيلة ملائمة للتشارك والإفادة من الخبرات التعاونية ، وعرض توصيات كل مستخدم وإظهارها ضمن قائمة البحث للمستخدم الذي يقوم بإجراء بحث ، وقد أظهرت النتائج أن طريقة البحث التعاوني للويب مقبولة للمستخدم وأن خبرات الآخرين حسنت من جودة البحث مقارنة بالتصنيف الرتبتي لنتائج جوجل .

- أجرى مصطفى حسنين دراسته حول محركات البحث الأكاديمية عام ٢٠١١م التي هدف من خلالها إلى التعرف على محركات البحث الأكاديمية وتحليلها وإيجاد معايير لتقييمها وإبراز الاختلافات بينها فضلاً عن قياس قدرتها على التكتشف في بعض المجالات للدوريات العلمية بالتطبيق على مجال المكتبات والمعلومات ، مع الكشف عن مدى إتاحتها في مواقع المكتبات الجامعية ، واستعان الباحث خلالها بالمنهج المسحي والمنهج المقارن مستخدماً جلسات المعاشة للمحركات عبر الشبكة للوقوف على نتائج الدراسة التي كان من أهمها أن محرك Google Scholar أفضل تغطية في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية ، بينما محرك Scirus تغطيته أفضل للمجالات العلمية والطبية ، في حين يعني Citeseerx بتكشيف الوثائق العلمية والاستشهادات المرجعية في مجالات الحاسب وعلم المعلومات. مما دفع بالتوصية بضرورة أن تعني المكتبات العربية الجامعية بإتاحة عدد من محركات البحث الأكاديمية ضمن مواقعها وذلك لأنها أدوات مهمة لخدمة الباحثين. (٤)

1 (Thanh , D Trung .A Natural Language Search Engine For Music Driven By Moods .Japan, Japan Advanced Institute Of Science And Technology ,2009.- Ms.-62p.

2 (Andago.M. . Evaluation Of Asemantic Search Engine Against A Keyword Search Engine Using First 20 Precision, International Journal For The Advancement Of Science & Arts ,Vol.1 ,No.2,2010 .-Pp55-63.

3 (Sun , J. , Yu, X . & Zhong ,N . Collaborative Web Search Utilizing Experts Experiences In Web Intelligence And Intelligent Agent Technology " WI-IAT" 2010. IEEE/WIC/ACM international Conference ,In, Vol.1 ,Pp.120-127.IEEE.

٤ (مصطفى حسنين . محركات البحث الأكاديمية : دراسة تحليلية مقارنة . الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات ، مج ١٦ ، ع ٣٥ (يناير ٢٠١١) . - ص ص ٢٧٤-٢٠٩ .

- كانت دراسة عائشة محمد عبد الحميد عام ٢٠١٢م (١) تهدف لإجراء دراسة شاملة وتحليلية لمحركات البحث المتعددة بداية من نشأتها وأنواعها ومزاياها وسلبياتها والحلول المقترحة والجهود المبذولة لأداء أفضل لهذه الأداة الاستراتيجية وتحليل عينة من أفضل المحركات المتعددة المختارة وفقاً لتقييمات بعض الأدوات الشهيرة في ذلك واعتمدت الباحثة خلال الدراسة كل من المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التجريبي والمنهج المقارن لدراسة ثمانية محركات بحث متعددة ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات خلاصتها أن محركات البحث المتعددة تعد مدخلاً ممتازاً للمستفيدين والباحثين عن المحركات المستقلة لتحسين كفاءة البحث ، فضلاً عن توافر خدمات إضافية بها تضيفي لها مزايا فريدة تجعلها أداة بحث لا يمكن الاستغناء عنها .

- قدم عماد عيسى صالح دراسة عام ٢٠١٤م (٢) حول تطبيقات البحث التعاوني متخذاً من محرك البحث Search Team نموذجاً لإبراز أهمية المحركات الاجتماعية ودورها في تشارك المعرفة ؛ حيث هدفت الدراسة لتتبع الأطر النظرية لهذا النمط من البحث وأدواته ، والإمكانيات البحثية التي يتيحها وتقييمها وأنشطة البحث التعاوني لدى عينة من المستفيدين الباحثين معتمداً على المنهج التجريبي لدراسة هذه الحالة على عينة قوامها ٢٢ طالباً من الدراسات العليا بجامعة الملك عبد العزيز ، وأبرز نتائج الدراسة أن ٨٠% من العينة أقرت بفاعلية محرك البحث بدرجة عالية ، كما أنهم جميعاً ينوون استخدام هذا المحرك في البحث عن المعلومات مستقبلاً لما له من ميزات حفظ النتائج وكتابة التعليقات وخاصة التقييم ، كما أوصت الدراسة بضرورة الدعم لهذا المحرك للغة العربية وإمكانية البحث بمحركات أخرى من داخل نفس المحرك للإفادة من تقنياته ، كما دعت الدراسة لإدراج موضوع أدوات البحث التعاوني على الويب ضمن برامج الوعي المعلوماتي بمرافق المعلومات المختلفة .

- قامت أميرة محمد قاسم (٣) بدراسة بعنوان : " محركات البحث المرئية على شبكة الإنترنت : دراسة تحليلية تقييمية " عام ٢٠١٤ م سعت خلالها إلى تحقيق الأهداف التالية:

التعرف على مفهوم "البحث المرئي"، ومفهوم "محركات البحث المرئية" ، وتطور محركات البحث المرئية وسماتها ومزاياها ووظائفها، ومدى عمق المعالجة لدى كل منها، وطبيعة المعلومات التي تقدمها، واستراتيجيات البحث التي تستخدمها، وكيفية استخدام كل محرك بحث مرئي على حدة. للارتقاء بإمكانات محركات البحث المرئية التي تعنى بعملية التصور المعلوماتي والنهوض بها والبحث المرئي الذي يتميز باستخدام العلاقات الترابطية Contextual Relationships بين الكلمات وإظهار هذه العلاقات في هيئة خرائط تفاعلية دلالية مرئية وكان من أهم النتائج التي توافرت بمحركات البحث المرئية محل الدراسة إمكانات حديثة ومتقدمة تختلف عن المحركات العامة في طريقة البحث ونتائجه وطريقة عرض هذه النتائج، حيث تنوعت أساليب عرض النتائج ما بين القائمة النصية List، والصور Images، ومقاطع الفيديو Videos، والأخبار News بعكس المحركات الأخرى التي تقتصر مخرجاتها على القوائم النصية فقط. وتوفر بعض محركات البحث المرئية خرائط مرئية غنية Visually Rich Maps توضح نتائج المحتوى، كما تستخدم عناصر مثل الحجم واللون وتحديد المواقع للتواصل مع مجموعة أكبر من المعلومات عن العناصر التي تم الحصول عليها بالفعل. وتمثلت نقطة الضعف الرئيسية في محركات البحث

(١) عائشة محمد عبد الحميد . استرجاع المعلومات في محركات البحث المتعددة : دراسة تحليلية . - بني سويف، ٢٠١٢- أطروحة ماجستير ، قسم المكتبات والوثائق ، كلية الآداب ، جامعة بني سويف ، ٢٥٠ ص.

(٢) عماد عيسى صالح . تطبيقات البحث التعاوني على الويب في تشارك المعرفة ومهارات البحث عن المعلومات :دراسة تقييمية لمحرك البحث Search Team نموذجاً . الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات ، مج ٢١، ع ٤١ (يوليو ٢٠١٤) ص ص ١١-٣٢.

(٣) أميرة محمد قاسم . محركات البحث المرئية على شبكة الإنترنت : دراسة تحليلية تقييمية . - الإسكندرية ، ٢٠١٤- أطروحة دكتوراه ، قسم المكتبات والمعلومات ، جامعة الإسكندرية . متاح على <http://alexisdept.blogspot.com/2014/09/visual-search-engines.html> تاريخ الاطلاع (٢٠١٥/١/٢٥)

المرئية محل الدراسة عدم توفيرها لعملية البحث باللغة العربية، واقتصارها على اللغات الأخرى ، وكان من أهم توصياتها أن تعنى المكتبات العربية بآتاحة روابط لعدد من محركات البحث المرئية ضمن مواقعها الإلكترونية؛ وذلك لأنها تعد أداة مميزة من أدوات البحث، خاصة للمستخدمين المهتمين بعملية البحث المرئي. فضلاً عن تخصيص مقرر علمي لطلاب أقسام المكتبات والمعلومات بالمرحلة الجامعية الأولى يعنى بدراسة محركات البحث المتاحة على شبكة الإنترنت وكيفية تقويمها، بهدف تمييز الغث من الثمين.

- قدمت بدوية محمد البسيوني عام ٢٠١٤م (١)دراسة بعنوان " محركات البحث الدلالية على الإنترنت ودورها في الاسترجاع المفاهيمي للمعلومات هدفت هذه الدراسة إلى حصر محركات البحث الدلالية على الإنترنت وتحليلها وتوزيعها موضوعياً وزمنياً وجغرافياً ونوعياً ، مع تحديد الإمكانات البحثية للفئات المختلفة منها والخدمات التفاعلية التي تقدمها ، معتمدة على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة ٥٠ محرك بحث دلالي من ٩٣ محركاً تم حصرها ، وكان من أهم النتائج أن بعض المحركات الدلالية موضوع الدراسة تقوم بعرض النتائج بشكل مرئي برسوم توضيحية تبرز علاقة مصطلح البحث بالموضوعات الأخرى المرتبطة به، وبعضها يعرضها بشكل شجري أو رسم بياني لإبراز العلاقات بين الموضوعات، وعند الضغط على أي مصطلح تظهر تفرعاته وعلاقاته ، فضلاً عن توافر ميزات وخدمات تفاعلية أخرى انفردت بها أنواع معينة من المحركات الدلالية ، وعليه أوصت الباحثة بضرورة زيادة الوعي المعلوماتي بكيفية الإفادة من محركات البحث الدلالية وأهميتها في مجال البحث العلمي والاسترجاع .

نبذة تاريخية عن محركات البحث :

ترجع المحركات البحثية إلى تكنولوجيا بحث الويب إلى أصول نظم استرجاع المعلومات ((Information Retrieval)) ، والتي يمكن إرجاعها إلى عمل Luhn في IBM خلال أواخر ١٩٥٠ حيث كان IR حقلاً نشطاً داخل علم المعلومات منذ ذلك الحين، ولقد زاد الاهتمام منذ ١٩٩٠ مع المتطلبات الجديدة التي أنتجت الويب. فالعديد من الأساليب المستخدمة من قبل محركات البحث الحالية يمكن إرجاعه إلى التطورات في نظام استرجاع المعلومات IR خلال ١٩٧٠ و ١٩٨٠ ، وربط استخراج البيانات بإدارة المعلومات على شبكة الإنترنت. فكان أول تطبيق فعلي لما يشبه محرك البحث هو أرشي Archie وكان ذلك في عام ١٩٩٠ باستخدام بروتوكول ال FTP ؛فقد كان عبارة عن ملف يضم عناوين فقط دون محتوى . وفي عام ١٩٩١ تم إنشاء محركين بحث متتاليين Jughead , Veronica كل منهما يعمل علي نظام ملفات الجوفر لتخزين عناوين لصفحات ومستندات نصية فقط ، وفي عام ١٩٩٢ تم إطلاق محرك بحث أطلق عليه Vlib يخزن العناوين الخاصة بالسفرات القليلة في ذلك الوقت ، وفي عام ١٩٩٣ ظهر محرك بحث متقدم باسم World wide web wanderer تلاه محرك بحث آخر هو Excite مع انتشار شبكة الإنترنت وخدمات الويب وظهور ما يعرف بالعناكب ، وفي عام ١٩٩٤ بدأت شبكة الإنترنت والويب في التوسع بقوة ومع هذا التوسع ظهرت أولى محركات البحث المتطورة نوعاً ما ، والكثير منها منذ هذا العام ومنها ياهو yahoo والتافيسا AltaVista وجالاكسي Galaxy وياهو سيرش Yahoo search و انفوسيك Info seek ولايكوس Lycos و محرك البحث جوجل Google وهوت بوت HotBot ، ثم ظهر محرك البحث أسك Ask.com باستخدام تقنية البحث باللغة الطبيعية بتقنية أكثر فعالية من السابقين له، وفي عام ١٩٩٨ ظهر محرك البحث MSN ، وفي عام ١٩٩٩ ظهر موقع ومحرك البحث All the web مستخدماً تقنيات محسنة وواجهة متطورة للبحث ، وفي عام ٢٠٠٦ تم إطلاق

(١) بدوية محمد البسيوني . محركات البحث الدلالية على الإنترنت ودورها في الاسترجاع المفاهيمي للمعلومات . الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات ، مج ٢١، ع ٤٢ (يناير ٢٠١٤) . - ص ص ٩١-١٣٧.

محرك البحث الخاص بميكروسوفت والمسمى لايف سيرش Microsoft Live search ، وفي منتصف عام ٢٠٠٩ تم إطلاق محرك البحث الخاص بميكروسوفت بينج Microsoft Bing (١).

وكان ظهور جوجل (www.google.com) في سبتمبر ١٩٩٨، عن طريق لاري بيج وسيرجي برين، وطلبة الدكتوراه في جامعة ستانفورد حيث عد جوجل محرك البحث الثالث الذي يستخدم على أساس منتظم، ومنذ أواخر عام ٢٠٠٤ عد جوجل محرك البحث الأكثر شعبية عالمياً؛ حيث يمتلك ثروة من المعلومات والميزات المبتكرة التي تجعله محرك البحث الأميز على محركات البحث الأخرى . (٢)

أهمية محركات البحث :

ذكر " لاري بيج ، أحد مؤسسي جوجل - هدفنا في الأساس، هو تنظيم معلومات العالم وجعلها مفيدة وفي متناول الجميع - وعليه يمكن حصر أهمية محركات البحث فيما يلي:

- تلبية احتياجات المستفيدين من المجتمع الافتراضي بالتعرف على سمات هذه المحركات وخصائصها .
- التعرف على الخصائص البحثية للمحركات وبالتالي يمكن التوجه لكل محرك حسب إمكاناته وخصائصه.

بناء وتنظيم محركات البحث :

- تتفق محركات البحث فى مكوناتها، حيث تستخدم برنامج العنكبوت Spider ، أو الزاحف Crawler ، الذى يجر فى الإنترنت لزيارة صفحات الويب والاطلاع على محتوياتها، ومن ثم إيجاد صفحات جديدة لإضافتها. ويأخذ هذا البرنامج مؤشرات المواقع من عنوان الصفحة Title، والكلمات المفتاحية Keywords، إضافة إلى محتويات محددات الميتا Meta Tags، إضافة إلى اهتمامه بروابط URL .

المشكلات التى تواجه محركات البحث :

تكتنف بعض المشكلات محركات البحث عند استخدامها كأدوات استرجاع ويمكن حصر هذه الصعوبات فيما يلي :

عدم القدرة على تحليل مصطلحات الاستفسار .

- عدم القدرة على استدعاء محتوى الويب بصورة كاملة فقد أثبتت الدراسات أن أضخم المحركات يغطي ١٥% فقط من محتوى الويب () .
- صعوبة التعامل مع الاستفسارات المعقدة (٣) .
- صعوبة التعامل مع الاستفسارات المتعلقة بكيانات معينة، وأشخاص، وأماكن ومعادلات...
- عدم القدرة على الاسترجاع بنسب تحقيق عليا (٤) .
- صعوبة إدراك النتائج المسترجعة وتوزيعها مفاهيمياً.

(١) باسم فرحان . تاريخ محركات البحث : كيف بدأت وتطورت محركات البحث ، مايو ٢٠١٤ . متاح على

http://www.webengteam.com/ar/post/history-of-search-engines ، تاريخ الاطلاع (٢١ / ٥ / ٢٠١٥)

2) Levene, Mark. An Introduction To Search Engines And Web Navigation.- London: A John Wiley & Sons, Inc., Publication, 2010.-Pp6-9

3) Mika, P . Micro search : An Interface For Semantic Search. Available At: Http://Gate.Ac.Uk/Sale/Dd/Relatedwork/2008%2bMika%2bmicrosearch.Pdf Access Date (17/2/2015)

4) Shanmugavadivu, M.D. Semantic Based Multiple Web Search Enginesearch Engine .International Journal On Computer Science And Engineering ,Vol.2, No.5,2010.- Pp1722-1728.

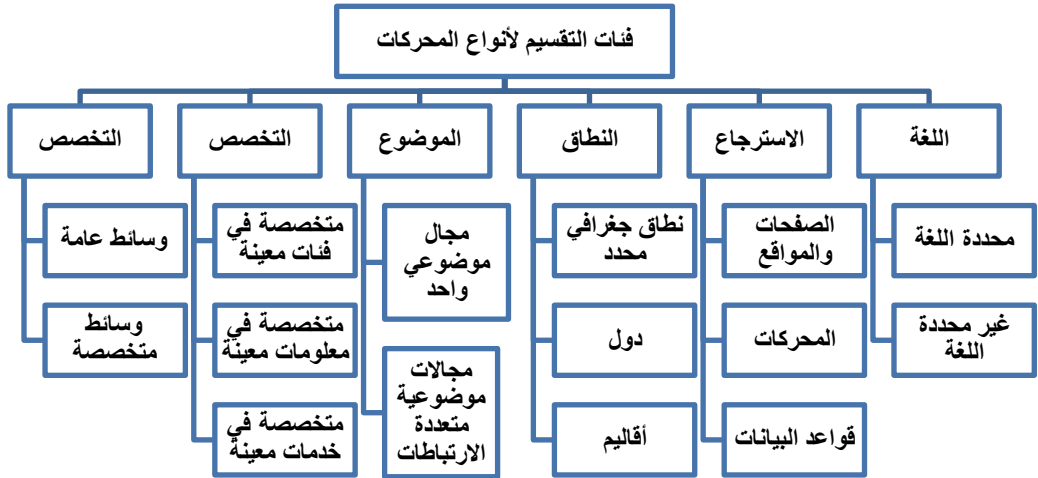
أساليب البحث والاسترجاع:

تعتمد محركات البحث على مجموعة محددة من أساليب البحث فيها ورغم أنها لا تتوافر جميعها بمحرك بحث واحد يمكن إجمالها فيما يلي: البحث باللغة الطبيعية، والبحث بالروابط البولينية، والبحث بالتقارب، والبحث بالعبارة، والبحث باستخدام المفاهيم، البحث بالبيتز، والبحث بالمطابقة، والبحث بالواصف (غير المطابق)، والبحث بالحقول، والبحث بالأمثلة، والبحث بالمتضادات، والبحث بالترادف، البحث بخطوات التتبع، والبحث بحساسية الأحرف، والبحث بالمكانز، والبحث باستخدام المعاملات الرقمية، والبحث باستخدام معامل المدى، وتتمتع بعض محركات البحث بخصائص معينة مما يعني أن لكل محرك بحث نمطه الفريد في البحث الذي يتوفر من خلاله نتائج تختلف من محرك لآخر. (١) (٢)

أنواع محركات البحث:

قسم سيد ربيع في دراسته عام ٢٠٠٧ م محركات البحث، ليس لإبراز التصنيف النوعي لأهميتها واسترجاعها ولكن لبيان الجوانب التي يمكن أن تتناول أنواع محركات البحث عن طريقها، كما يوضح الشكل التالي (٣):

تقسيم محركات البحث وفقاً للجوانب الشكلية والموضوعية والتغطية



وبالنظر لهذا التقسيم ترى الباحثة ثمة نقاط يمكن النظر إليها في هذا التقسيم وهي أنه يمثل جوانب التغطية والجوانب الشكلية أكثر من التقسيم الفئوي للاستخدام والاسترجاع؛ حيث يمكن أن تتوافر جوانب تغطية عدة في محرك واحد مثل Google، وجوانب أقل كثافة من هذه الفئات في محرك مثل AltaVista، كما ذكر الباحث ضمن التقسيم للفئات الستة عنصر التخصص في فئتين. وعليه ترى الباحثة ثمة تقسيم آخر للمحركات البحثية تقترحه الدراسة لكونها أدوات استرجاعية تتفرد بخصوصية في الأداء تميز كل

^١ (Sprink , Amanda , Bateman,Judy &Jansen,Bernard J. Searching The Web : A Survey Of Excites Users . Internet Research : Electronic Application And Policy , Vol.9 No.2 ,1999.- Pp117- 128.

^٢ (Thanh, Dang Trung. A Natural Language Search Engine For Music driven by Moods.- Japan: Japan Advanced Institute of Science and Technology , 2009.- 62P.

^٣ (سيد ربيع سيد إبراهيم . محركات بحث الصور الثابتة على الإنترنت : دراسة تحليلية .- الرياض : مكتبة الملك فهد الوطنية ، ٢٠٠٧ .- ص ٧٣.

نوع منها عن الآخر وفقاً لبنائها وما تقدمه من خدمات إضافية وتفاعلية، وقد حصرت الباحثة منها عشرة أنواع هي :

- (١) محركات البحث العامة (المستقلة / الفردية) General Search Engines
- (٢) محركات البحث المتخصصة (الأكاديمية) Specialized search engines
- (٣) محركات البحث الذكية Intelligent Search Engines
- (٤) محركات البحث المرئية Visual Search Engines
- (٥) محركات البحث الاجتماعي Social Search Engines
- (٦) محركات بحث الصور Image Search Engines
- (٧) محركات البحث الدلالية (المفاهيمية) Semantic Search Engines
- (٨) محركات البحث المتعددة Meta Search Engine
- (٩) محركات بحث المواقع Search Engines Sites
- (١٠) محركات بحث المواد الصوتية Sound Search Engines

وبيان ذلك فيما يلي :

(١) محركات البحث العامة: General search Engines

تعد الأصل في محركات البحث النوعية وهي التي لا ترتبط بتغطية معينة لصفحات الويب من حيث اللغة أو الوسائط أو التخصص أو النطاق الجغرافي، وهي الأكثر انتشاراً وتعد بمثابة محركات من الدرجة الأولى وتعمل على جمع مواقع وصفحات الويب وتنظيمها وبحثها بشكل مباشر من خلال الاطلاع على الميتاداتا الخاصة بها مثل url الخاص بالصفحة ومجموعة الوصفات التي تحدد هوية الموقع أو من خلال الكلمات الموضوعية بالصفحات ؛ و يمكن الاستفادة من خلالها بصفة عامة حيث توفر الاسترجاع في البحث عبرها عن الصفحات والمواقع المتاحة على الويب . وهذه تفيد في استدعاء واسترجاع عال وتحقيق أقل؛ ومن نماذجها محرك بحث Google و yahoo . ومن الجدير بالذكر تقدم محرك البحث جوجل على محركات المواد المصورة في عرض أكبر قدر من البيانات المصاحبة للنتائج وهي الوصفية التي تعطي وصفا لحجم وشكل ونوع الصورة والعنوان والمسار ، بينما تتساوى مع المحركات الخاصة بالصور من حيث البيانات التي تخدم التعامل مع الصورة التي تعرض الخيارات أمام المستخدم للتعامل مع الصور المسترجعة (١).

(٢) محركات البحث المتخصصة: Specialty Search Engines

محركات البحث المتخصصة هي أداة من أدوات البحث على الويب ، أطلق عليها عدة مسميات مثل محركات البحث الأكاديمية Academic Search Engines ، أو محركات البحث العلمية Scholarly Search Engines ، فضلاً عن محركات البحث المتخصصة Specialty Search Engines ، وجميع هذه المسميات تدور في محور مهم ، هو كون هذه المحركات تهتم بتغطية مجالات موضوعية متخصصة ؛ وبالتالي تهتم بفئة معينة من المستخدمين وهم الطلاب والباحثين الأكاديميين في مختلف المجالات الموضوعية ، فهي تسعى لتكثيف العديد من مصادر المعلومات المهمة على الويب كمقالات الدوريات المحكمة علمياً والأطروحات والصحف والمجلات العلمية والكتب وبراءات الاختراع والتقارير ووقائع المؤتمرات ومصادر الناشرين الأكاديميين ومصادر المكتبات والجمعيات المهنية

(١) سيد ربيع سيد إبراهيم . المصدر السابق .- ص ٣١٢.

والجامعات والمعاهد ومنها Google Scholar، و Scirus، و CiteSeerx (١) ويبنى عمل محركات البحث المتخصصة أو الأكاديمية على نفس المكونات للمحركات العامة إلا إنها تختلف في الإمكانيات والميزات الإضافية مع تركيز الزاحف الخاص بها على اهتمامه بروابط URL التي يكون مجالها أكاديمياً. EDU. أو حكومياً. GOV مع أخذ مؤشرات المواقع من العناوين والكلمات المفتاحية، كما يركز على كشف المواقع التي تضم محتوى علمياً بعمق وتتبع الروابط الموجودة فيها، وكذلك كشف الاستشهادات المرجعية داخل كل عمل كما يتم في محرك البحث Google Scholar الذي يكشف محتويات أكبر الناشرين العلميين في العالم، والدوريات ذات الوصول الحر (٢)

٣) محركات البحث الذكية :

يعد محرك البحث الذكي أحد أنواع المحركات الذي يوفر إجابة عن أسئلة مستخدميه مهما كانت نوعها (معادلات كيميائية، أو أسئلة حسابية، أو أسئلة عن أشخاص، أو أسئلة جغرافية، أو إحصائيات ورسوم بيانية، مقارنات ... إلخ) ومنها على سبيل المثال محرك البحث wolframalpha حيث يتميز بواجهة سهلة جداً للمستخدم وغير معقدة، يتيح محرك البحث وسائل إيضاحية لكيفية إدخال البيانات المراد الاستفسار عنها، ويقدم المحرك نصائح حول كيفية البحث بشكل أفضل، وكيفية الحصول على أفضل النتائج. (٣)

أما عن النتائج التي يسترجعها المحرك فهو يقدم كافة المعلومات التي تتوفر فيه عن الموضوع محل التساؤل، فعند إدخال استفسار عن مصر مثلاً قام المحرك باسترجاع كافة المعلومات عن مصر (الاسم بالكامل، واختصار اسم الدولة، والخرائط الخاصة بها، والعلم، والمساحة، وعدد السكان، وكثافة السكان في الكيلو متر المربع، والعملة، ومعدل النمو، ومتوسط العمر لدى السكان، والديانات الموجودة، وأشهر المدن، ومعلومات اقتصادية، و أيضاً عند السؤال عن معادلة كيميائية، أو مركب كيميائي أو معادلة رياضية فالموقع يقدم إجابة وافية عنها. كما يمكن من خلال هذا النوع من المحركات معرفة مصدر المعلومات التي استقي منها محرك البحث النتيجة التي ظهرت للباحث وإمكانية تحميل المعلومات على شكل ملف PDF على الحاسب الشخصي للمستخدم، ويوفر المحرك بجانب النتائج المسترجعة روابط إضافية في مواقع أخرى يمكن الاطلاع عليها لتحقيق أكبر قدر من الإفادة للباحثين، كما يتيح المحرك لمستخدميه إرسال تساؤلاتهم وتعليقاتهم في خطوة يري مطورو المحرك أنها مهمة لتحسين كفاءة المحرك في المستقبل، وعند البحث في المحرك عن موضوع جديد يكون قيد الدراسة يقترح عليك المحرك ترك بريدك الالكتروني لإعلامك عن كل ما يستجد في هذا الموضوع ومحركات البحث الذكية Intelligent Agents تجمع خصائصها بين محركات البحث العادية والمتخصصة ويفرد عنها بميزة مهمة جداً وهي إمكانية تحميل برامج مخصصة لهذه المحركات الذكية على جهاز الكمبيوتر من أهمها :

- نيوزروفر NewsRover: يعمل هذا البرنامج بشكل تلقائي بعد عملية إعداده. حيث يقوم باستخراج المعلومات عن طريق المجموعات الإخبارية. وهو يعد محركاً مختصاً بعالم الأخبار الشيق بكافة تفرعاته.

(١) مصطفى حسنين . محركات البحث الأكاديمية : دراسة تحليلية مقارنة . الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات ، مج ١٦، ع ٣٥ (يناير ٢٠١١). - ص ٢٧٤-٢٨٠.

(٢) Noruzi , Alireza . Google Scholar: The New Generation Of Citation Indexes . Libri, Vol.55, 2005. - Pp170-180 Available At: Http://Www.Librijournal.Org/Pdf/2005 . Access Date (11/5/2015)

(٣) تقنية المعلومات . محرك wolfram alpha متاح على https://wikitaibah.wikispaces.com / تاريخ الاطلاع (٢٠١٥/٢/١١)

- إنفوماجنييت: InfoMagnet وهي من التطبيقات الذكية لمحركات البحث المتعلقة بالمجال الصناعي. ويسهل هذا البرنامج ترتيب نتائج البحث و تصنيفها من خلال التقنية الذكية التي يتمتع بها.
- إنفو جيت: Infogate لعله أفضل هذه التطبيقات من ناحية سهولة الاستخدام وواجهة التطبيق الرائعة والمبسطة التي يمتاز بها، فضلاً عن سهولة تحميله على الكمبيوتر. ويمكن من خلال هذا البرنامج الرائع أن يتم التعامل مع كافة المجالات من الأخبار والرياضة والمال والأعمال وغيرها من القنوات الأخرى.(١)

٤) محركات البحث المرئية :

لقد ظهر مؤخراً نوع متميز من محركات البحث يسمى "محركات البحث المرئية Visual Search Engines يتميز هذا النوع من المحركات بأنه يقدم عرضاً بصرياً مرئياً Visual Display لنتائجه مخرجات بحثه، كما تعتمد بعض هذه المحركات على توفير خرائط دلالية Semantic Maps ، حيث ظهر أكثر النتائج قرباً من مصطلح البحث في منتصف الخريطة، وتأتى النتائج المتعلقة بها إلى جوارها وهكذا، فتعتمد المحركات المرئية على إظهار مدى قرب النتيجة من موضوع البحث. ورغم من أهميتها لكل الباحثين عن المعلومات لم تحظَ باهتمام ملحوظ

يحمل مصطلح Visual Search Engines فى طياته نوعين من محركات البحث ،هما:

- **محركات بحث الصور:** التى تعمل عن طريق إدخال صورة من الصور والبحث عن كل ما يتعلق بها على شبكة الإنترنت.

- **محركات البحث المرئية (التحليلية):** التى تتسم بالطابع التحليلي لنتائج البحث ومخرجاته. ونظرا لخصوصيتها في البناء والتصميم والتنظيم تنوعت مجالات تخصص المسؤولين عن محركات البحث المرئية ما بين علم الأعصاب، والشبكات العصبية، والأعمال المالية والتجارية، وتكنولوجيا المعلومات، والذكاء الاصطناعي، والاقتصاد. (٢)

مفهوم البحث المرئى :

يعد البحث المرئى أساس قيام محركات البحث المرئية، كما نوعا من المهام الإدراكية التى تتطلب الانتباه؛ حيث يعتمد على مسح فعال وشامل للبيئة البصرية المرئية عبر الإنترنت.

خصائص محركات البحث المرئية وسماتها :

توفر محركات البحث المرئية إمكانات حديثة ومتقدمة تختلف عن المحركات العامة فى طريقة البحث ونتائجه وطريقة عرض هذه النتائج، حيث تنوعت أساليب عرض النتائج ما بين القائمة النصية List، والصور Images، ومقاطع الفيديو Videos، والأخبار News بعكس المحركات الأخرى التى تقتصر مخرجاتها على القوائم النصية فقط .

كما توفر بعض محركات البحث المرئية خرائط مرئية جيدة Visually Rich Maps توضح نتائج المحتوى، كما تستخدم عناصر مثل الحجم واللون وتحديد المواقع للتواصل مع مجموعة أكبر من المعلومات عن العناصر التى تم الحصول عليها بالفعل.

١) أنواع محركات البحث . متاح على : <http://www.startimes.com/f.aspx?t=8882291> تاريخ الاطلاع (٢٠١٥ / ٨ / ٣١)

٢) أميرة محمد محمد قاسم . مصدر سابق ، تاريخ الاطلاع (٢٠١٥/١/٢٥)

- تتميز محركات البحث المرئية بجذب انتباه المستخدم لها نظرًا لظهور نتائج البحث بشكل يختلف عن القوائم النصية كأن تظهر في هيئة صور Graphical Form، حيث تجعل المستخدم يصل إلى ما يريد بسهولة وسرعة مما يعمل على توفير كثير من الوقت والجهد في الانتقال من نتائج البحث، ويزيد من الإقبال على استخدام هذا النوع من المحركات.
- تعد محركات البحث المرئية محركات متعددة التخصصات فلا تقتصر على مجال موضوعي محدد، وتعتمد على عدة مصادر في استقائها للمعلومات وفي عملية البحث بصفة عامة فتعتمد على الويب كما في محركي Bing, Oolone، ومنها ما يعتمد على محرك بحث آخر مثل Quintura الذي يعتمد على Yahoo، ومنها ما يعتمد على قواعد بيانات محددة مثل محرك Oskope.
- أن محركات البحث المرئية تراعي معيار الحداثة؛ حيث تسعى إلى تحديث مواقعها باستمرار، فضلاً عن توافر معايير الدقة وعنصر الصلة وعنصر الحياد والموضوعية مما يدل على اهتمام المحركات المرئية بالوصول إلى أكثر النتائج تلبية لحاجة المستخدمين في محتواها قدر الإمكان وإن لم تخف تحيزها للمواقع الأمريكية ومن ثم الثقافة الأمريكية نفسها.
- اتسمت محركات البحث المرئية بسرعة الحصول على نتائج البحث وسرعة التصفح، وإن تفوقت بعض هذه المحركات على غيرها في قصر زمن الاستجابة كمحركي Quintura, Bing. إلا أن المحركات التي تظهر نتائجها في هيئة صور مثل Oolone, Oskope تستغرق وقتاً أطول من المحركات التي تظهر نتائجها في هيئة قائمة نصية.
- تقدم محركات البحث المرئية قبل عرضها لنتائج البحث بشكل تفصيلي ملخصات Abstracts تهدف إلى التعريف بنتيجة البحث قبل استعراضها. وتتميز بكفاءة تلك الملخصات ووضوحها. (١)
- البناء والتنظيم والاسترجاع في محركات البحث المرئية :
- تعتمد بعض محركات البحث المرئية على محركات البحث الشهيرة مثل Google, Yahoo في عملية البحث، لذا تتشابه المحركات فيما بينها في البنية والتكوين وإجراءات البحث.
- لا تحتاج أغلب محركات البحث المرئية إلى برامج إضافية أو المساعد Plugin ليتم تثبيتها، بل يتيح كتابة كلمة البحث، ثم تسمح بالغوص داخل صفحات نتائجها التي تعرف بصفحات نتائج محركات البحث المرئية VSERP: Visual Search Engines Result Pages
- يتيح محركات البحث المرئية لمستخدميها عدة خيارات منها اختيار نوع التصور Visualization Type وإعادة ترتيب النتائج الخاصة به Re-arrange the results وتصنيفها وفق التاريخ، أو الأهمية، أو الصلة، أو غيرها من العوامل.
- تسمح بعض محركات البحث المرئية بالبحث في محتوى شبكة الإنترنت، إضافة إلى البحث في الصور، ومقاطع الفيديو، والمدونات الصوتية Podcasts.
- تعتمد محركات البحث المرئية في استراتيجيات البحث على البحث البسيط الأساسي، وبعضها مثل محرك Bing يتيح إمكانية البحث المتقدم، إضافة إلى البحث البسيط، كما تعتمد المحركات

(١) أميرة محمد محمد قاسم . المصدر السابق .

المرئية على البحث في الويب، وتتميز بعضها بالبحث داخل الصور ومقاطع الفيديو. كما أن جميع المحركات تتبع أسلوب البحث بالكلمات المفتاحية Keywords إلا أن محرك مثل Oskope يسمح بالبحث داخل قواعد محددة Amazon, ebay, flicker, fotolia, youtube مع إمكانية البحث بالكلمات المفتاحية ولكن داخل هذه القواعد فقط .

- تتعدد الخيارات التي تتيحها محركات البحث المرئية لعرض النتائج ما بين قائمة نصية، وصور، وموجزات، ورفوف متراسة، وشبكات ذات خطوط أفقية وعمودية، وكومة نتائج، ورسوم بيانية، ومقاطع فيديو، وأخبار . (١)

٥) محركات البحث الاجتماعي :

البحث الاجتماعي :

لقد ظهر اهتمام بحثي مكثف في الآونة الأخيرة ،بين أوساط المهتمين باسترجاع المعلومات ،بالقضايا المرتبطة بتطوير نظم تدعم تمكين عدة أفراد من المشاركة أو التعاون من أجل الحصول على مجموعة من نتائج البحث في الموضوعات ذات الاهتمام المشترك والإفادة من جلسات البحث المتعددة عن المعلومات ، ومن ثم ظهرت العديد من المصطلحات المرتبطة بالموضوع ذاته مثل الاسترجاع التعاوني للمعلومات collaborative information retrieval ، والبحث التعاوني عن المعلومات collaborative information seeking . (٢) والتمثل فيما يعرف بالبحث الاجتماعي . والذي يعد البحث التعاوني جزءاً منه . فقد ظهر مفهوم البحث الاجتماعي social search في الفترة ما بين ٢٠٠٤م ، ٢٠٠٥م ، ليعبر عن اتجاه البحث في الويب بالاعتماد على المستخدم في تحديد العلاقات بين الوثائق ، حيث تضع نتائج البحث في الحسبان مشاركة المستفيدين وتداخل الأفعال التي يقومون بها ، بغرض الإفادة من جهود الآخرين لتحسين عملية البحث عن المعلومات واسترجاعها عبر محركات أعدت لهذا الغرض (٣)

مفهوم البحث التعاوني : Collaborative Search

يعرف بأنه نوع محدد من البحث الاجتماعي ، حيث يتوافر لدى كل المشاركين نفس القدر من التشابه في المعلومات المطلوبة ، ويقومون بإجراء بحث بعينه معا من أجل تحقيق هدف بحثي مشترك (٤) في حين يرى آخرون أنه الإفادة من التكرار والانتظام ضمن حيز استفسارات مجتمع من الأفراد المتشابهين في التفكير والمتطلبات من أجل تحسين جودة ناتج البحث . (٥)

مميزات البحث الاجتماعي :

هناك عدة مميزات يمكن أن تتحقق للمستفيد باستخدام البحث الاجتماعي منها :

- ١ . أنه يقلل من الروابط الزائفة غير المرغوب فيها ؛أي يرفع نسبة التحقيق.
- ٢ . أنه يحقق زيادة صلة النتائج باستفسار المستفيد .
- ٣ . مقترحات المستفيدين تعتمد على حكم البشر الذي يعد أفضل من حكم الآلة على المصدر.
- ٤ . أنها تعكس رأي المستفيد حول صلة صفحات الويب باستفسار معين وليست أطراف أخرى.

(١) أميرة محمد محمد قاسم . المصدر السابق .

(٢) عماد عيسى صالح . مصدر سابق . - ص ١٢ .

(٣) فائق سعيد بامفلح . دراسات في الاتجاهات الحديثة لاسترجاع المعلومات . الرياض : مكتبة الملك فهد الوطنية ، ٢٠١٣م . - ص ٩٧ .

4 (Gossen ,T. Bade, K. & Nurnberger, A. A comparative study of Collaborative And Individual Web Search For Asociial Planning Task. LWA ,Magdeburg .2011.

5 (Smyth, B. , Balfe, E , Boydell , O. ,Bradley ,K. ,Briggs, P.Coyle, M. & Freyne, J. . A Live-User Evaluation Of collaborative Web Search In International Joint Conference On Artificial Intelligence , Vol.19 , P.1419.Lawrence Erlbaum Associates LTD

٥. أن نتائج البحث الاجتماعي أكثر حداثة من غيرها ، لكون محرك البحث دائم الحصول على تغذية راجعة باستمرار من المستخدمين .(١)
٦. أهم ما يميز أسلوب العمل في محركات البحث الاجتماعي ، هو تفاعل المستخدمين ومشاركة الأشخاص فيها ، فمحركات البحث الاجتماعي كغيرها من محركات البحث تتطوي على عمليات معينة تتمثل في الزحف ، و التكتشف ، وتوجيه الاستفسارات ، وترتيب النتائج ، إلا أن للبشر دوراً في تلك العمليات يمكن إيجاده في الخطوات التالية :

 - الزحف CRAWLING : يقوم الأفراد بعملية اكتشاف المحتوى من مواقع الويب المختلفة وإضافته إلى الكشاف الخاص بمحرك البحث .
 - التكتشف INDEXING : يقوم الأفراد بتحديد الوسيئات للمحتوى .
 - الاستفسار QUERY : يقوم البشر بتحليل الاستفسارات الواردة من المستخدمين إلى المحرك في بعض المحركات وبعضها الآخر يتم بشكل آلي .
 - الترتيب RANKING : يتم الاعتماد على مدخلات البشر بشكل مباشر في ترتيب نتائج البحث(٢)

٦. محركات بحث الصور:

تعد محركات بحث المادة المصورة ، واحدة من محركات البحث في الوسائط المتعددة التي لا تختلف في الكثير عن محركات البحث للنصوص ، حيث تعتمد محركات البحث عامة على بنية الوثيقة المكتوبة بلغة html في التعرف عليها وضمها إلى قاعدة بياناتها، فمن خلال استخدام إعداد ملف المياداتا الخاص بها يدون مصمم الصفحة كل التيجان المعبرة عن محتوى الموقع وموضوعه والتي تعتمد عليه المحركات في اكتشاف الموقع والبحث فيه من خلال واصفاته ، بيد أن تنظيم ملفات الصور الرقمية ومعالجتها يمكن أن يتعدى عناصر الوصف الفني إلى تقنيات تحليل ألوان الصور الرقمية وبنيتها وملفاتها ، وتسهم المعالجة الرقمية ، إلى جانب المعالجة الفنية للصورة ، في رفع درجات التحقيق باسترجاع صور ذات بنية وشكل محدد لنفس المحتوى الموضوعي ، وبذلك يمكن الجمع بين الاسترجاع المبني على المحتوى والاسترجاع المبني على النص .

وقد أكدت بولا براينستين Paula Berinstein أن محركات بحث المادة المصورة تتسم بالآتي: (٣)

- أن تعرض المادة المصورة كجزء من النتائج المسترجعة .
- أن يسمح بالبحث داخله باستخدام الكلمات المفتاحية وعناصر المادة المصورة .
- أن يبحث بقواعد البيانات الداخلية للمواقع الأخرى .

إلا أن بعض محركات بحث المواد المصورة لا تعمل على تزويد قاعدة بياناتها من الويب مباشرة وإنما من تتبع شركات لها مجموعات صور خاصة، أي بدون برنامج الزاحف .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الحديث لا يقتصر على الصور الفوتوغرافية فقط ولكن الملصقات ، والرسوم ، والرسوم البيانية ، والخرائط ، والشفافيات ، وغيرها من الوسائط ، وكلها تحمل قيمة معلوماتية عالية في الممارسة والتعلم والبحث العلمي في مجالات عدة منها التاريخ والسياحة والتجارة والإعلام

1 (Social Search . Available At: <http://En.Wikipedia.Org/Wiki/Social-Search> Access(6/2/2015)Date

2 (Approaches: Available At Egozi, Ofer.A Taxonomy Of Social Search <http://Blog.Delver.Com> . Access Date (7/1/2015)

3) berinstein , paula . turning visual:image search engines on the web ,on line inc.,1998 Available At: <http://onlineic.com/onlineimag/ol1998/berinstein5/html> . access date (11/4/2015)

والقانون والهندسة والطب وغيرها؛ حيث تمثل المادة المصورة المكمل للمادة النصية ، فهي قيمة مضافة للمعلومات بآليات تتمثل في : (١)

- أن دعم النصوص بالصور يدعم فهم المحتوى وتذكره .
- تدعم الصور قدرة التخزين والاسترجاع داخل الذاكرة .
- وجود الصورة تدعم التعبير الموجز عن المحتوى .
- أن الصور أحيانا تحل محل النصوص في حالة التعبير عن المعلومات غير الشفهية .
- أن الصور ذات المحتوى الأقرب إلى النص يمكنها أن ترفع كفاءة التعلم .

خدمات مضافة لمحركات بحث الصور :

تقدم محركات بحث الصور على الويب خدمات تفاعلية بخلاف التي تبنى على البحث فقط ، ومنها :

١. رسائل المتابعة في أثناء البحث ، والتي تعمل على إعطاء الشكل المناسب للبحث بالأداة.
٢. ترشيح الصور وفق سمات المستخدمين ، وذلك من خلال استخدام المستفيد للنتائج الأولية.
٣. مرشحات الصور أو الفلاتر؛ حيث تعتمد الأداة على قائمة توقف تحد من مرور الصور غير المناسبة .
٤. كثافة الصور ؛ أي تقنية اختيار الصور ذات الكثافة العالية للنقاط داخل البوصة ؛ حيث تؤدي زيادة كثافة النقاط لجودة العرض وجودة الطباعة، وهناك بعض المحركات الخاصة بالمادة المصورة تركز على هذه الآلية كخيار في الدمج والاسترجاع مثل محرك corbis .
٥. حفظ سمات البحث للمستفيد ، ومن ثم يمكن استخدامها في المرات اللاحقة بهذه الاستراتيجيات الثابتة .

استثمار احتياجات المستخدمين من المصادر المصورة في تقنين خدمات المحرك وتزويد برنامج

الزاحف به .(٢)

(٧) محركات البحث الدلالية :

مع الزيادة الهائلة في حجم المعلومات الرقمية والنمو المتزايد لصفحات الويب ، وعدم قدرة الكثير من المستخدمين على التعبير بدقة عن احتياجاتهم البحثية ، لم تعد محركات البحث العامة قادرة على التعامل مع هذا الزخم المعلوماتي واسترجاعه بشكل فعال ؛ لذلك ظهرت محركات البحث الدلالية خلال عامي ٢٠٠٩/٢٠١٠م التي تسعى إلى جعل المعلومات الرقمية قابلة للفهم والاستيعاب من جانب المحركات ليتمكنها مضاهاة المفهوم وليس مضاهاة المصطلح عن البحث والاسترجاع . ومن هنا أطلق عليها أيضا المفاهيمية فهي أدوات تحاول تقديم معنى لنتائج البحث اعتمادًا على سياقها ، وهي تتمكن من ذلك من خلال التعرف على البناء المفاهيمي للنصوص ، فإذا كنا نبحث مثلاً عن كلمة الانتخابات election فسوف تسترجع في النتائج الوثائق التي وردت فيها كلمات مثل تصويت vote و campaign الحملات الانتخابية .

(١) شعبان عبد العزيز خليفة ، ومجد عوض العادي . المواد السمعية والبصرية والمصغرات الفيلمية في المكتبات ومراكز المعلومات . - ط ٢ . - القاهرة : ٤٣-٣٣ .

(٢) سيد ربيع سيد إبراهيم . محركات بحث الصور الثابتة على الإنترنت : دراسة تحليلية . - الرياض : مكتبة الملك فهد الوطنية ، ٢٠٠٧ . - ص ص ٢١٦-٢١٩ .

مفهوم الويب الدلالي :

نظرًا لبعض الصعوبات التي تعوق محركات البحث عند استخدامها كأدوات استرجاع ظهر ما يسمى بالويب الدلالي بخصائص مختلفة عن الويب السابق له ، حيث عرفه الباحث ريان Riad بأنه الويب الذي تستطيع فيه الآلات فهم الجوانب المختلفة للمعلومة ، من خلال العلاقات والخرائط المفاهيمية لاسترجاع نتائج مفاهيمية أكثر دقة . (١)

وعليه يمكن أن يعرف محرك البحث الدلالي بأنه :

هو المحرك الذي يضع في الحسبان معاني المصطلحات ودلالاتها عند المضاهاة بين استفسار المستفيد وبين مصادر المعلومات التي يضمها النظام ، وبذلك فإن نتائجها تكون ذات صلة أكبر بالاستفسار . (٢)

مميزات محركات البحث الدلالية :

نظرًا لكونها تعمل على استخدام البحث بالمفهوم الذي يتطلب الكشف بالتعيين منذ البداية للمواقع التي تم تجميعها ضمن قاعدة معلومات المحرك ، الذي يعتمد في مجمله على كلمات تعبر عن مفاهيم تمثل محتوى المصدر ، تختلف محركات البحث الدلالية عن غيرها من محركات البحث في جوانب كثيرة منها ما يتعلق بتقنيات بناء تلك المحركات وآلية العمل بها والنتائج التي توفرها للمستفيد، ويمكن إجمال هذا في النقاط التالية :

- (١) تعمل محركات البحث الدلالي على ربط العلاقات بين المصادر والأشخاص والأماكن والأحداث ، وهذا يعني أن نتائج البحث الدلالي لا تقتصر على قائمة بالمصادر أو صفحات الويب فقط ، بل تتجاوز ذلك إلى تقديم البيانات ذات الصلة بالاستفسار . (٣)
- (٢) يتم تخزين المعلومات في محركات البحث الدلالية باستخدام تقنيات XML و RDF لتستوعب خرائط المفاهيم التي تشكل شبكة الدلالات بمتراذفات المعاني المتضمنة في المصادر . (٤)
- (٣) لا يتناسب البحث الدلالي مع طريقة البحث الملاحى باستخدام كلمات متفرقة بدون معنى لاسترجاع وثيقة ما ، بل يلائم البحث الموضوعي الذي يستخدم فيه المستفيد كلمات ذات مغزى كالأسماء والأماكن للوصول إلى معلومات حولها . (٥)
- (٤) تساعد في تحويل الويب الحالي من مجرد مستودع ضخم لأشكال مختلفة ومتنوعة من البيانات والمعلومات المجمعّة بشكل عشوائي إلى بيئة معرفية منظمة . (٦)
- (٥) يدعم تخطي الصعوبات التي يعاني منها الويب الحالي والمتمثلة في : (٧)
 - الافتقار للهيكلية الملائمة لتمثيل البيانات.
 - غموض المعلومات الناتجة عن الربط البيئي الضعيف بين المعلومات.

(١) Riad ,A. Web Image Retrieval Search Engine Based On Semantically Shared Annotation. International Journal Of Computer Science, Issues9, No.3, 2012.- Pp 223-228.

(٢) فائق سعيد بامفلح . مصدر سابق .- ص ٢٨.

6) Guha,R , Mccool ,Rob& Miller ,Eric . Semantic Search Available At: <http://www.2003.Org/Cdrom/Papers/Refered/P779/Ess.Html> . access date (7/12/2014)

4)what's semantic search? Can hakia compete with google? Available At: <http://www.bulentongun.com/what-is-semantic-search-hakia-vs-google> . access date (2/1/2015)

5 (Guha,R , Mccool ,Rob& Miller ,Eric . op.cit.

(٦) علي ذيب الأكلي . تطبيقات الويب الدلالي في بيئة المعرفة . مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية ، مج ١٨ ، ع ٢ ، ٢٠١٢ .- ص ص ٢٤٩-٢٥٨.

7 (Madhu ,G. .Intelligent Semantic Web Search Engines : A Brief Survey. International Journal Of Web & Semantic Technology , Vol.2, No.1,2011 .- Pp 34-42.

- عجز الآلات عن فهم المعلومات المتوافرة بتباين شكلي بالويب .
- ٦) تقدم حلولاً تدعم مشكلات التشغيل البيئي ، التي لا يمكن حلها بالاعتماد على تقنيات الويب الحالية .
- ٧) تدعم الاستكشاف الفعال .
- ٨) تحقق تكاملية الأداء . (١)

أوجه المقارنة بين محركات البحث التقليدية ومحركات البحث الدلالية (٢)

وجه المقارنة	المحرك التقليدي	المحرك الدلالي
الاستفسار	كلمات مفتاحية يتم الربط بينها بأي من مهارات البحث التي يستخدمها المحرك	كلمات يمكن للمحرك ان يستنبط علاقات بينها
النتائج	يسترجع الصفحات التي وردت بها مصطلحات الاستفسار	يسترجع الصفحات التي لها علاقة بمصطلحات الاستفسار سواء ظهرت بها تلك المصطلحات أو لم تظهر بهذه الصفحات
ترتيب النتائج	تعتمد على مدى تكرار مصطلح الاستفسار بالصفحة أو مكان وجود المصطلح بالصفحة والتي يعد مكانها في العنوان أقربها للاسترجاع	تعتمد في الترتيب على أساس عدد العلاقات التي تربط الصفحة بالمفاهيم

وبصفة عامة تتسم محركات البحث الدلالية الجيدة بعدة سمات منها سهولة الاستخدام ، ودقة النتائج المسترجعة ، وسرعة الاسترجاع ، والقدرة على التعامل مع الاستفسارات المعقدة ، ودعم إمكانات البحث المتقدم .

مكونات محرك البحث الدلالي وآلية العمل به :

يتكون محرك البحث الدلالي من

- الزاحف : القائم بتجميع الوثائق والصفحات الدلالية .
- معالج اللغة الطبيعية : الذي يمكن المحرك الدلالي من التعامل مع اللغات بطرق متقدمة على المستوى الشكلي والنحوي والدلالي .
- برمجيات العمل مع الصفحات الدلالية : تعتمد محركات البحث الدلالية على عدة أدوات للمساعدة في فهم صفحة الويب والعمل على الاسترجاع وترتيب النتائج منها برمجيات إحصائية ، ومعجم شبكي ، وخريطة مفاهيم ، وإطار لوصف المصادر ، وتعتمد آلية العمل على عدة خطوات تبدأ من الزاحف الذي يقوم بتجميع الصفحات من الويب وتخزينها في قاعدة بيانات ، ويقوم المحلل بإعداد الميئاتا وتحدد العلاقات بين المفاهيم باستخدام الأدوات السابقة الذكر ، وعند تلقي استفسار المستخدم يتم مضاهاة الاستفسار بالصفحات الدلالية ، وإظهار العلاقة بين الصفحات بشكل شجري ، وإعداد قائمة

(١) بدوية محمد البسيوني . محركات البحث الدلالية على الإنترنت ودورها في الاسترجاع المفاهيمي... مصدر سابق . - ص ١٠١-١٠٢ .
2 (Ranganathan , S.R. Relation Based Semantic Web Search Engine . International Journal Of Academic Research , Vol.2 ,No.3, 2010 . - Pp 96-102

مبدئية بالنتائج التي يتم ترتيبها من خلال كثافة العلاقات في الصفحات، واستبعاد الصفحات قليلة الصلة الموجودة بالأطراف (١).

***أنواع المحركات الدلالية :**

أثبتت الدراسات التحليلية أن المحركات الدلالية يمكن تقسيمها إلى عدة أنواع

أولاً : وفقاً لواجهة التعامل ،وتقسم إلى : (٢)

- محركات معتمدة على دلالة الكلمات المفتاحية.
- محركات معتمدة على النموذج .
- محركات معتمدة على العرض المرئي.
- محركات معتمدة على اللغة الطبيعية .

ثانياً: وفقاً لطريقة العمل وتقسم إلى : (٣)

- فئة تعتمد على تحليل سياق الاستخدام .
- فئة تعتمد على المنطق الاستدلالي .
- فئة تعتمد على فهم اللغة الطبيعية .
- فئة تعتمد على استخدام خرائط المفاهيم وهي الأكثر شيوعاً.

ثالثاً: وفقاً للتشتت الموضوعي والنوعي وتقسم إلى : (٤)

- محركات عامة وهي تمثل النسبة الأكبر.
- محركات متخصصة تقسم في موضوعات عدة منها الطب ،والتعليم والأدوية ،والرياضيات ،والاقتصاد ، والطعام ،و برامج الهاتف وحاسب وغيرها .
- محركات خاصة بمصادر وخدمات معينة كالدوريات ،والوسائط المتعددة ،و الأسئلة ، والويكي ، والأخبار ، والجامعات ، والشبكات الاجتماعية .

الخدمات التفاعلية للمحركات الدلالية :

يمكن أن توفر محركات البحث الدلالية خدمات تفاعلية متعددة وفقاً لإمكانات كل محرك على حدة ،

ومنها :

- إمكانية توفير تقديم تغذية مرتدة للمحرك فيما يختص بالنتائج .
- إمكانية توفير إنشاء صفحة شخصية بالتفضيلات الخاصة بالمستخدم والتعامل خلالها بحذف النتائج و وترتيبها وحفظ بعضها .
- إمكانية مشاركة نتائج البحث عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، و المدونات ، والبريد الإلكتروني.
- إمكانية تلقي المستخدم لأحدث النتائج التي وردت بالمحرك لاستفسار سابق دون زيارة المحرك .
- توفير خدمة ال RSS التي تسمح بتلقي أحدث النتائج من المحرك حول الاستفسارات السابقة .
- إمكانية توفير مصادر معلومات إضافية يمكن للمستخدم استخدامها للبحث .(١)

(١) بدوية محمد البسيوني . محركات البحث الدلالية على الإنترنت ودورها في الاسترجاع المفاهيمي... مصدر سابق .- ص ١٠٣-١٠٧ .

(٢) Yuanguai Lei,V.U . Semsearch :A Search Engine For The Semantic Web .Available At :

Http://Citeseerx.Ist.Psu.Edu/Viewdoc/Summary?Doi=10.1.1.98.3235 Access Date(6/3/2015)

(٣) Sudeepthi , G. . A Survey On Semantic Web Search Engine . International Journal Of Computer Science, Issues.9 , No. 2 , 2012.- Pp 241-245.

(٤) بدوية محمد البسيوني . محركات البحث الدلالية على الإنترنت ودورها في الاسترجاع المفاهيمي... مصدر سابق .- ص ١١٣-١٣٥ .

سليبيات محركات البحث الدلالية :

تعاني بعض محركات البحث الدلالية من بعض المشكلات منها :

* تتطلب بعض المحركات معرفة فنية من المستفيد بخريطة المفاهيم ، لكي يتمكن من صياغة الاستفسار أو فهم النتائج .(٢)

* ضعف بعض المحركات الدلالية عن الإجابة على الأسئلة المعقدة ، كما في المحركات المعتمدة على دلالة الكلمات المفتاحية .(٣)

٨)محركات البحث المتعددة :

نشأ أول محرك بحث متعدد على الويب عام ١٩٩٥ م، وعرف بمحرك ميتا كرولر MetaCrawler بقسم علوم الحاسبات والهندسة في جامعة واشنطن (٤) .ويقصد بمحركات البحث المتعددة بأنها أداة بحث تقوم بتلقي استفسارات المستفيدين وإرسالها إلى مجموعة منتقاة من محركات البحث المستقلة ، بالإضافة إلى أدلة الويب وأحيانا ما يعرف بالويب غير المرئي ، ثم تتلقى النتائج من هذه المحركات وتقوم بدمجها ومعالجتها ثم فرزها في قائمة مرتبة وفقاً لخوارزميات الدمج والترتيب ، هذا بالإضافة إلى بعض العمليات الأخرى مثل تحليل الاستفسارات وترجمتها لكي تتوافق مع إمكانيات البحث المختلفة للمحركات المشاركة في النظام . (٥)

وظهرت عدة مصطلحات تعبر عن هذه الأداة باللغة الانجليزية ومقابلات متعددة أيضا باللغة العربية ، فمن الإنجليزية Multiple search engines, Meta search engines على سبيل المثال لا الحصر. وفي العربي محركات بحث المحركات ، ومحركات البحث الكبرى ، ومحركات البحث المتعددة وتعد الأخيرة أشهرها وأكثرها تعبيراً ، كما ظهر لاحقا لها ما يعرف بمحركات البحث الموحدة ، التي تعد نوعاً مطوراً من أنواع محركات البحث المتعدد كما أنها تعمل بشكل أكثر كفاءة وتقدمًا منها .(٦)

بناء محركات البحث المتعددة :

يمر بناء محركات البحث المتعددة بأربع مراحل أساسية هي:(٧)

- اختيار محركات البحث المستقلة والأدلة البحثية .
- اختيار معيار البحث والاسترجاع.
- اختيار الطريقة المناسبة لدمج النتائج المستقاة من المحركات المستقلة والأدلة .
- اختيار طريقة الفرز والترتيب للعرض .

1 (Ranganathan , S.R. Relation Based Semantic Web Search Engine . International Journal Of Academic Research , Vol.2 ,No.3, 2010 .- Pp 96-102

٢) بدوية محمد البسيوني . محركات البحث الدلالية على الإنترنت ودورها في الاسترجاع المفاهيمي... مصدر سابق .- ص ١٠٨ .

3 (Yuanguai Lei,V.U . Semsearch :A Search Engine For The Semantic Web .Available At :
Http://Citeseerx.Ist.Psu.Edu/Viewdoc/Summary?Doi=10.1.1.98.3235 Access Date(26/2/2015)

4) Sonnenreich ,W. A History Of Search Engines. , 1997:Available At :
http://www.wiley.com/legacy/compbooks/sonnenreich/history.html, Access Date (20/5/2015)

٥) خالد عبد الفتاح محمد . مصدر سابق .- ص ٣٧ .

٦) عائشة محمد عبد الحميد . استرجاع المعلومات في محركات البحث المتعددة : دراسة تحليلية .- بني سويف، ٢٠١٢- أطروحة ماجستير ، قسم المكتبات والوثائق ، كلية الآداب ، جامعة بني سويف .- ص ص ٢٢٨-٢٢٩ .

٧) عائشة محمد عبد الحميد . مصدر سابق .- ص ٦٣ .

تقسيمات محركات البحث المتعددة :

تمكن الباحثون من تقسيم محركات البحث داخلياً إلى عدة أنواع منها : (١)

- محركات البحث المتعددة الأولية ، ومنها محرك بحث - Mamma
- محركات البحث المتعددة التي تحتفظ بقواعد البيانات ، ومنها محرك البحث - Dogpile .
- محركات البحث المتعددة القائمة على التصنيف ، ومنها محرك البحث - Clusty .
- محركات البحث المتعددة الدلالية ، ومنها محرك البحث - Textonomy advance .
- محركات البحث المتعددة المتحيزة ، ومنها محرك البحث - Myriad search .
- محركات البحث المتعددة المتخصصة ، ومنها محرك البحث - All in one news .
- محركات البحث المتعددة المرئية ، ومنها محرك البحث - surfwax
- محركات البحث المتعددة المعيارية ، ومنها محرك البحث - vivismo
- محركات البحث المتعددة البسيطة ، ومنها محرك البحث - Search Wiz

خدمات محركات البحث المتعددة للمستفيدين :

تعد خدمة المستفيد وتوفير جهده ووقته هي السبب الرئيسي لظهور الكثير من أدوات البحث والاسترجاع ومن بين هذه الأدوات محركات البحث المتعددة التي سعت لإرضاء المستفيد وتوفير مصادر المعلومات المختلفة له؛ وذلك من خلال تيسير عملية البحث والاسترجاع بالطرق التالية:

- تسمح بعض محركات البحث المتعددة للمستفيد باختيار محركات البحث المستقلة التي يرغب في توجيه استفساره إليها كما تسمح له بتعديل النتائج.
- بعض محركات البحث المتعددة تسمح للمستفيدين بتنقية النتائج filter و ترتيبها rate
- بأنفسهم لكي يتأكدوا من جودة هذه النتائج ومدى اتصالها بموضوع البحث. (٢)

مزايا محركات البحث المتعددة :

- تعد أداة بحث سريعة توفر وقت المستفيد ؛حيث لا يحتاج المستفيد إلا صفحة ويب واحدة لأداء بحثه من خلالها ، وكذلك التعامل مع واجهة بحث واحدة. (٣)
- توفر الوصول الطبيعي للويب غير المرئي، وبذلك لا يحتاج المستفيد لاستخدام محركات بحث بعينها لكي يصل لهذه الصفحات التي لا تستطيع المحركات المستقلة الوصول إليها.
- محرك البحث المتعدد لديه ميزة تفوق محرك البحث المستقل، و هي سهولة الاحتفاظ ببيانات الكشافات المحدثة ؛ذلك لأنه لا يحتفظ بالنتائج في قاعدة بيانات خاصة . إنما يسترجعها أولاً بأول للمستفيد حسب استفساره من كل محرك مستقل. (٤)
- توفر محركات البحث المتعددة نتائج عالية الجودة ؛حيث إنها تستخدم خوارزميات خاصة
- لتحديد أفضل النتائج المتصلة بما يتم البحث عنه. (١)

1) Cassidy, J. S . Search Engines and Algorithms : Meta Search Engines : A Tool for SEO., 2005. Available at : <http://www.seochat.com/c/a/search-engine-optimization-help/search-engines-and-Algorithms-metasearch-Engines-A-tool-for-SEO/1/> , Access Date(20/5/2015)

2) Chen , Hsinchun , Et.Al. Metaspider : Meta - Searching And Categorization Onthe Web .Journal Of The American Society For Information Scence And Technology ,Vol. 52,No. (3), 2001.- P.1135

3) Chamberlian , E.: MATASEARCH ENGINES., 2006. available at: <http://www.sc.edu/beaufort/library/pages/bones/lesson2.shtml> , Access Date(21/5/2015)

4) Mattsson , Peter .Federated Search : searching information across the Astrazeneca organization . Sweden: Department of informatics , 2004.- P.10 , available at: <http://www.handels.gu.se/epc/archive/00003948101/nr-3.pdf> , Access Date(10/5/2015)

(١) محركات بحث المواقع :

لا نبحث عن المعلومات في الويب مباشرة ولكن يتم البحث في قاعدة بيانات تحتوى على تسجيلات تصف جزءاً من صفحات موجودة على الويب أعدت بواسطة برامج كمبيوتر يطلق عليها العناكب أو الزواحف ليست منظمة بالفئات الموضوعية ولكن ترتب الصفحات بواسطة الكمبيوتر حيث يربط محتوى الصفحات بكلمات مفتاحية تساعد في العثور على الصفحات المطلوبة من خلال مطابقة كلمات البحث بالكلمات في هذه الصفحات داخل المواقع ، فمحرك البحث هو برنامج مصمم للمساعدة في العثور على المعلومات المخزنة على نظام معلوماتي يمثل الشبكة العالمية world wide web أو حاسب شخصي أو موقع ما . يسمح هذا المحرك للباحث أن يطلب المحتوى الذي يقابل معايير محددة (والقاعدة فيها تلك التي تحتوي على كلمة أو عبارة ما) ويستدعي قائمة بالنتائج توافق تلك المعايير. تستخدم محركات البحث مؤشرات/فهارس منتظمة التحديث لتعمل بسرعة وفعالية.

محركات بحث الصوت :

تزداد ملفات الوسائط المتعددة من صورة وصوت وفيديو على الويب، وذلك نتيجة لدعم شبكات المعلومات لمثل هذا النوع من الملفات .حتى بات بحث الوسائط على الويب أحد المجالات البحثية المهمة، خاصة مع استخدام الويب في التجارة الإلكترونية والنواحي الترفيهية؛ لذا نشأت الحاجة لنظم وتقنيات جديدة لبحث ملفات الوسائط المتعددة على الويب، وأصبح الاهتمام المتنامي بتوافر محركات بحث هذه الوسائط يفسر الزيادة السريعة في استخدام الوسائط الرقمية على الويب. وسعياً وراء البحث المكتمل عن الوسائط، أخذت بعض المحركات في استخدام أساليب أخرى غير النص للبحث تتوافق وخصائص تلك الوسائط ومحتواها. ونظراً لغموض الكلمات المفتاحية أحياناً وعدم دراية المستخدمين بها، أصبح النص وسيلة غير كافية للبحث وقد تكون مضللة بعض الشيء.

لذا نشأت محركات بحث ملفات الصوت لتكون كغيرها من محركات البحث الشكلية أو النوعية التي تعمل على جمع شكل من أشكال مواد المعلومات الرقمية على الإنترنت وتنظيمه وإتاحته.

يعمل محرك بحث الصوت من خلال برنامج الزاحف الذي يعرف بأنه برنامج يجمع مصادر المعلومات الرقمية داخل محرك البحث، وذلك من خلال ملف داخل هذا البرنامج يسمى Robot.txt، يحمل هذا الملف مجموعة من الوظائف والإجراءات يعمل من خلالها برنامج الزاحف . وهذا البرنامج له طبيعة عامة نوعاً ما في محركات البحث العامة، إلا أن له طبيعة خاصة في محركات البحث المتخصصة. وذلك وفق طبيعة وشكل مصدر المعلومات الذي يقوم محرك البحث بالعمل على إتاحتها. ففي محركات بحث الصوت يعمل برنامج الزاحف من خلال مهام محددة تبحث عن ملفات الصوت بشكل خاص دون غيرها من وسائط المعلومات. وذلك وفق أساليب حفظ رقمية (٢)

ومن أشهر محركات البحث الصوتية .

(www.allmusic.com) (www.mp3int.com) (www.songboxx.com)

1) Search Faster and Smarter with metasearch,2008.available at: <http://metasearch.wordpress.com/2008/01118/search-faster-and-smarter-withmetasearch-engines> , Access Date(21/5/2015)

2(, Tjondronegoro, Dian. Web search engine multimedia functionality Information Processing & Management ,Vol. 44, Issue 1, (January 2008)Pp340-357 available at: <http://www.sciencedirect.com/science> , Access Date (9/9/2015)

وفيما يلي المراحل التي يعمل من خلالها برنامج الزاحف داخل محرركات بحث الصوت على الويب 2 :

١. يبدأ الزاحف أولى مراحل من خلال قائمة المسارات المعدة مسبقاً والتي سيقضي أثرها بحثاً
٢. عن ملفات الصوت الرقمية.
٣. يختار الزاحف أحد هذه المسارات- وفق مجموعة الإجراءات التي يعمل من خلالها -ويتتبع
٤. هذا المسار.
٥. يصل الزاحف إلى محتوى هذا المسار.
٦. يبدأ الزاحف في عملية نسخ وتحليل لمحتوى ملفات هذا الرابط (ملفات الصوت الرقمية).
٧. يستخلص من المرحلة السابقة بعض المسارات أو الروابط- الجديدة -التي يدرجها داخل قائمة
٨. المسارات التي سيبدأ منها مرة أخرى.
٩. يضيف الزاحف ما تم الوصول إليه من ملفات الصوت الرقمية أو روابطها إلى قاعدة بيانات محرك البحث مضافاً إليها المعلومات الناتجة عن تحليل تلك الملفات. (١)

تطبيقات المادة الصوتية :

تتميز المواد الصوتية بأهميتها الكبيرة في نقل المعلومات التي لا تستطيع مواد المعلومات الأخرى نقلها. ونظراً لتمييز الوسيط الصوتي بسهولة التعامل مع محتواه سواء بالإرسال أو الاستقبال ، وإمكانية التعامل معه من مختلف المستفيدين دون التقيد بمعرفة القراءة كما في الوسيط النصي، أو الاقتصار على فئة المبصرين كما في الوسيط المرئي. إلا أن الصوت يتلقاه المتعلمون وغيرهم والمبصرون وغيرهم ، ونظراً لأهمية هذا النوع من وسائط المعلومات استخدم في العديد من المجالات منها: (٢)

- استخدامات المادة الصوتية في التعليم.
- التطبيقات الإعلامية.
- استخدامات المواد الصوتية في القانون.
- تطبيقات ذوي الاحتياجات الخاصة (الأكفاء).
- استخدامات المادة الصوتية في المكتبات.
- استخدامات الصوت في الاتصالات.
- استخدام الصوت في التأريخ.
- العلاج بالموسيقى.
- استخدام الصوت في الدعاية والإعلان.
- تحقيقات حوادث الطائرات.

¹ (Umbrich, Jurgen & Harth, Andreas. Four Heuristics to Guide Structured Content

Crawling, National University of Ireland, Galway, 2008, Available at :

<http://sw.deri.org/2008/01/webcontentsurvey/paper/paper.pdf> Access Date (10/9/2015)

(٢) سيد ربيع سيد إبراهيم. معالجة واسترجاع المعلومات للمادة الصوتية على الويب :دراسة تحليلية على التنظيم والبحث في محرركات بحث الصوت، دورية العلوم الإنسانية، كلية الآداب، جامعة بني سويف، ع18 أكتوبر 2010) - ص٢٦٧.

مميزات الصوت الرقمي :

هناك مميزات متنوعة للصوت الرقمي تشمل: (١)

- (١) القدرة على التخزين على وسيط غير مكلف.
- (٢) غير قابل للتلف.
- (٣) يمكن نقله عبر خط التليفون أو الإنترنت.
- (٤) يمكن نسخه أكثر من مرة دون فقد جودته حتى من خلال صيغ مختلفة.
- (٥) إذا نقلت البيانات الرقمية بدون خطأ رقمي فإنها لا تتغير.

استرجاع ملفات الصوت الرقمية

هناك العديد من أساليب استرجاع المواد الصوتية على الإنترنت، وذلك لتوافر أكثر من شكل لمعالجة هذا النوع من الوسائط ومن أكثر هذه الأساليب تطبيقاً نوعان هما : (٢)

(١) البحث الحر:

يعد البحث الحر أهم أشكال البحث انتشاراً واستخداماً لعناصر الميئات الخاصة بملفات الوسائط المتعددة، لاسيما ملفات الصوت الرقمية حيث يعتمد البحث الحر على استخدام الأوامر في عمليات البحث، سواء عن طريق المصطلحات أو الأوامر المعدة مسبقاً من نظام الاسترجاع. وينقسم البحث الحر في ملفات الصوت الرقمية على الإنترنت إلى شكلين هما:

- البحث المكتوب المتمثل في المصطلحات الواردة في تسجيلية الميئات للمادة الصوتية.
- البحث المنطوق الناتج عن التحليل التقني لملف الصوت الرقمي.

(أ) البحث المكتوب Written Search

إن ملفات الصوت الرقمية مثلها كمثل غيرها من وسائط حمل المعلومات على الإنترنت، من حيث الاسترجاع والبحث النصي الحر. فجميعها يعتمد على عناصر الميئات أو حقول الوصف- المعدة مسبقاً لوصف مادة المعلومات شكلاً وموضوعاً- في عملية البحث. حيث تتاح تلك العناصر أو الحقول كنقاط بحث، يستطيع المستفيد استرجاع ما يريده من خلالها. على هذا النحو، تعالج ملفات الصوت الرقمية فنياً باستخدام أحد معايير الميئات- دبلن كور أو مارك- لينتج عنها تسجيلية رقمية مقننة تحفظ داخل نظام الاسترجاع. وتستخدم حقولها- جميعها أو بعضها- كحقول بحثية وفقاً لسياسة نظام الاسترجاع.

(ب) البحث المنطوق Spoken Search

استحدثت نظم جديدة في تحليل المواد الصوتية على الإنترنت، تقوم على تحليل ملفات الصوت الرقمية إلى مجموعة من الخصائص الصوتية المميزة. ويقوم المستفيد بإدخال نموذج صوتي سواء من خارج نظام الاسترجاع أو من النماذج المعدة مسبقاً داخل النظام، حتى يتم مضاهاتها بقاعدة بيانات نظام الاسترجاع، ليقوم النظام باسترجاع ما تمت مضاهاتها وإظهاره في صفحة النتائج ليفاضل Query By Example (QBE) بينها المستفيد ويختار أكثرها فائدة لاستخدامه وتحقيقاً لما يبتغيه. وتسمى هذه الطريقة البحث بالمثل أو بالنموذج. ولكن عملية المضاهاة هنا تتم على تطابق الخصائص الرقمية للصوت أو تشابهها.

(١) أحمد سيد عبد المجيد . محرركات بحث المواد الصوتية على الإنترنت: دراسة تحليلية لآليات البحث والاسترجاع واقتراح مواصفات محرك صوت يدعم اللغة العربية. - بني سويف ، ٢٠١٤- أطروحة ماجستير ، قسم علوم المعلومات ، كلية الآداب ، جامعة بني سويف . - ص ص ٤٥-٤٦ .
(٢) المصدر السابق . - ص ص ٨٧-٩٢ .

(٢) البحث بالتصفح :

إن هذا الأسلوب من البحث يختلف تمامًا عن سابقه (البحث الحر)؛ حيث يوفر أسلوب البحث بالتصفح عرض بعض المعلومات عن المواد المخزنة بقاعدة بيانات النظام قبل استرجاعها من قبل المستخدم. وبذلك تتحقق قدرة عالية في تلبية احتياجات المستخدم من مواد المعلومات التي يريدها بالفعل في أقل وقت وأيسر الطرق. إلا أنه قد يعيبه تقبيد المستخدم بعناصر معينة يتصفح من خلالها مواد المعلومات، مع عدم توفر العناصر التي تدور بخلد المستخدم ، ويتوقع أن يتيحها له نظام الاسترجاع، وهذا ما يتلافاه البحث الحر.

مدى الوعي و الاستفادة بمحرركات البحث النوعية لدى مجتمع الدراسة :

تم اختيار عينة عشوائية منضبطة من مجتمع الباحثين العاملين بجامعة بني سويف (أعضاء هيئة التدريس ومعاونيه) تشكلت من ٢٠٠ مفردة مثلت أربع كليات هي ، الآداب والتجارة والعلوم والطب البشري لتغطي القطاعين النظري والعملي وتتوافر من خلالها العينة بخمس درجات علمية بداية من الأستاذ حتى المعيد ب ١٠ مفردات من كل درجة علمية ممثلة بالجنسين الذكور والإناث ، وتم طرح استبيان عليهم بقائمة تضم ٤٠ اسم محرك نوعي يمثل ثمانية أنواع للوقوف على مدى الوعي بها والمعرفة والاستخدام لهذه المحركات ، وقد أسفرت النتائج عما يلي :

جدول رقم (١) الوعي والاستخدام والإفادة من محركات البحث النوعية لدى عينة الدراسة

اسم المحرك	نوع المحرك	اعرفه	استخدمته	مفيد جدا	غير مفيد
http://www.Google.com	عام	٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	-
http://www.Altavista.com	عام	١١٧	٨٥	٣٥	٥٠
http://www.yahoo.com	عام	٢٠٠	٢٠٠	١٢٥	-
http://www.Lycos.com	عام	٩٥	٩٥	١٥	٨٠
http://www.MSN.com	عام	١١٠	١١٠	٣٠	٥٠
http://www.picsearch.com	صور	٢٠	٢٠	٢٠	-
http://www.freefoto.com	صور	-	-	-	-
http://www.corbisimages.com	صور	-	-	-	-
http://www.visoo.co.za	صور	٥	٥	٥	-
http://www.gograph.com	صور	١٠	١٠	٥	-
http://www.wolframalpha.com	ذكي	-	-	-	-
http://www.info-gate.com	ذكي	٣	٣	٣	-
http://www.infomagnet.com	ذكي	-	-	-	-
http://www.newsrover.com	ذكي	-	-	-	-
http://www.kngine.com	ذكي	-	-	-	-
http://www.gnome.com	متعدد	-	-	-	-
https://mamma.com	متعدد	٢٠	١٠	٥	٥

اسم المحرك	نوع المحرك	اعرفه	استخدمته	مفيد جدا	غير مفيد
/http://www.metacrawler.co.uk	متعدد	-	-	-	-
/http://www.dogpile.com	متعدد	٣٠	٣٠	٢٠	١٠
https://ixquick.com	متعدد	-	-	-	-
http://www.cnn.com	إخباري	٤٠	٢٠	٢٠	-
http://www.Go Web.com	طبي	٣٠	٣٠	٣٠	-
http://www.business.com	إدارة أعمال	٢٠	٢٠	١٠	-
http://www.info-world.com	سياحة	-	-	-	-
http://www.kidsites.net	أطفال	-	-	-	-
/http://www.kartoo.com	مرئي	-	-	-	-
/http://quinturakids.com	مرئي	-	-	-	-
/http://www.bing.com	مرئي	-	-	-	-
/http://www.oskope.com	مرئي	-	-	-	-
/http://www.searchme.com	مرئي	-	-	-	-
http://www.chacha.com	اجتماعي	-	-	-	-
http://infospace.com	اجتماعي	-	-	-	-
http://www.gravee.com	اجتماعي	-	-	-	-
http://www.mahalo.com	اجتماعي	-	-	-	-
http://www.irazoo.com	اجتماعي	-	-	-	-
/http://www.kngine.com	دلالي	-	-	-	-
/http://swoogle.umbc.edu	دلالي	١٥	١٥	١٥	-
/http://hakia.com	دلالي	-	-	-	-
http://xseek.asu.edu	دلالي	-	-	-	-
/http://www.evi.com	دلالي	-	-	-	-

من تحليل هذا الجدول اتضح :

- توافرت معرفة تامة لنوع واحد من المحركات وهي المحركات العامة التقليدية بمتوسط نسبته ٧٩.٢% للمحركات الخمس المطروحة، وبنسبة ١٠٠% لكل من محركي Google و Yahoo وتفاوتت النسب للمحركات الثلاث الباقية من نفس النوع، وبمتوسط استخدام لها يقدر ب ٦٩% ، وسجل محرك بحث جوجل أنه مفيد بنسبة ١٠٠% من العينة ، تلاه محرك بحث ياهو بنسبة إفادة ٦٢.٥% ، ومحرك MSN مفيد برأي ١٥% من العينة ، وسجلت المحركات الثلاث الباقية بأنها غير مفيدة وبرأي ٤٠% من العينة لمحرك LYCOS ، وبرأي ٢٥% لكل من محركي MSN, ALTAVISTA

- سجلت نسبة المعرفة بمحركات الصور متوسط قدر ب ١٧,٥ %، وكانت نفسها نسبة الاستخدام من قبل العينة التي عبرت عن الإفادة منها بنسبة ١٥ % فقط . ممثلة المعرفة والاستخدام لثلاثة محركات فقط من الخمسة المذكورة .
- سجلت نسبة ١,٥ % من العينة المعرفة والاستخدام والإفادة لمحرك بحث واحد من المحركات الذكية التي تم ذكرها في الاستبيان وهو محرك INFO- GATE
- حظيت محركات البحث المتعددة ولمحركين فقط مما تم عرضهم في الاستبيان بنسبة معرفة قدرت ب ٢٥ % من العينة ، واستخدم من قبل ٢٠ % وإفادة لنسبة ١٥ %، في حين تفوق محرك البحث DOGPIL على محرك البحث MAMMA في آراء العينة كما يوضحه الجدول السابق رقم (١)
- سجلت محركات البحث المتخصصة نسبة معرفة ٤٥ % من العينة ، ونسبة استخدام ٣٥ % ، ونسبة إفادة ٣٠ % من العينة .
- سجل محرك SWOOGLE ، كأحد المحركات الدلالية، نسبة معرفة تقدر ب ٧,٥ % من العينة ، وكذلك استخدام وإفادة بنفس النسبة .
- لم تسجل محركات البحث المرئية والاجتماعية أي نسب للمعرفة بها ، أو الاستخدام ، أو الإفادة من قبل عينة البحث .
- ذكرت نسبة ٧٤ % من العينة أنها لا تستخدم محركات بحث بخلاف المحركات العامة ، في مقابل ٢٦ % تستخدم محركات أخرى.
- شكلت نسبة المعرفة ال ١,٥ % للمحركات الذكية والمتمثلة في ثلاث مفردات من جانب كلية الآداب فقط ، والمعرفة للمحركات الدلالية المقدرة ب ٧,٥ % من العينة مشاركة ١٥ مفردة من كلية الآداب والعلوم والطب البشري ، بينما شاركت الكليات الأربع عينة الدراسة في معرفة واستخدام المحركات الأخرى .
- سجل الاستخدام لمحركات البحث النوعية ستة أنواع في مقدمتها العامة ، ثم المتخصصة ، ثم المتعددة فمحركات بحث الصور والدلالية فالذكية وبنسب ضئيلة جدا . لكافة الأنواع فيما عدا العامة والمتخصصة أي العلمية ، ربما لطبيعة عينة البحث وما يتوافر لها من وعي رقمي .
- ثبت من خلال هذه الدراسة ضعف الوعي والمعرفة والاستخدام للأنواع المختلفة من محركات البحث لعينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة بني سويف ، فمن بين ٤٠ محرك بحث نوعي تم التعرف على ١٥ محرك فقط وباستبعاد الخمس محركات العامة الأكثر معرفة تعد نسبة المعرفة ٢٨,٦ % فقط من الأنواع الأخرى المذكورة .
- سجلت المحركات العامة أعلى نسبة من حيث المعرفة والوعي والاستخدام والإفادة من قبل عينة البحث تلتها المحركات المتخصصة نظراً لطبيعة عينة الدراسة .
- لم تسجل نتائج معرفة نهائيا لمحركات البحث المرئية والاجتماعية من جانب عينة البحث .

النتائج والتوصيات :

النتائج :

- حصرت الدراسة عشرة أنواع من محركات البحث النوعية .
- وجدت الدراسة من مراجعة الإنتاج الفكري للدراسات التي تناولت نوعاً واحداً من المحركات أن كل نوع له تقسيمات خاصة به قد تكون شكلية ونوعية وجغرافية ويمكن أيضاً تخصصية .
- هناك مستويات لجودة الاسترجاع بين محركات البحث من النوع الواحد وفقاً لتقييماتها الفردية وخدماتها الإضافية والتفاعلية وإمكاناتها الاسترجاعية.
- هناك إشكالية في مصطلحات النوع الواحد كدأب أي مصطلح وافد يتم ترجمته إلى العربية ، فقد وجدت تعددية في اسم المحركات المتعددة يفوق ١٠ أسماء سواء بالعربية أو غيرها ، ومحركات البحث الأكاديمية والتي ثبت أنها المتخصصة ، ومحركات بحث الوسائط التي مثلت بمحركات الصور ، والصور المتحركة ، والصوت ، ومحرك البحث المرئي المرتبط بالصور وكذلك سمي بالتحليلي ، ومحركات البحث الاجتماعية والتي ارتبطت بالبحث التعاوني واشتقت مسمى منه ، وكذا محركات البحث العامة ، أو الفردية ، والدلالية أو المفاهيمية .
- ظهرت هذه المحركات على فترات مختلفة كل منها يسعى لإضافة ميزة تنافسية معتمداً على نوع من الأنواع السابقة عليه مثل المرئي والصور ، والدلالي والمفاهيمي والذكي ، والعام والمتعدد والمتخصص .
- ذكرت نسبة ٧٤% من العينة أنها لا تستخدم محركات بحث بخلاف المحركات العامة ، في مقابل ٢٦% تستخدم محركات أخرى.
- سجلت نسبة المعرفة بالمحركات غير العامة ٢٨,٦% فقط للأنواع الأخرى المذكورة ، وينسب استخدام وإفادة ضئيلة جداً .
- لم تسجل أي معرفة لدى عينة الدراسة لنوعين من المحركات البحثية ، وهي المرئية والاجتماعية ومعرفة ضئيلة جداً للمحركات الذكية .
- النسب الضئيلة المسجلة للمعرفة والاستخدام للمحركات بخلاف العامة لعينة متجانسة من مجتمع أكاديمي تؤكد بأن المعرفة اكتسبت ذاتياً وبجهود شخصية دون تدخل الإعداد المؤسسي .

التوصيات :

- يجب أن تهتم المكتبات العربية والجامعية منها خاصة ب إتاحة عدد من كافة أنواع محركات البحث ضمن مواقعها الإلكترونية ، لكون هذه المحركات أدوات بحث مهمة في تحقيق الاستفادة النوعية من خدمات الشبكة العنكبوتية .
- السعي تحت مظلة مجتمع المعرفة لغرس الوعي الكامل بمفاهيم التكشيف في البيئات الافتراضية من خلال مؤسسات المعلومات الخدمية ومؤسسات المعلومات التعليمية لاستثمار هذه الروافد المعلوماتية التي تكتنز ثروة معلوماتية يضعف استثمارها .
- إدراج موضوعات تتعلق بالاسترجاع والبحث الرقمي بصفة خاصة ضمن برامج الوعي المعلوماتي ، مثل البحث التعاوني لرفع كفاءة المستفيدين ومهاراتهم في التعامل مع الشبكة العنكبوتية واستثمار أدواتها.
- تضمين مقرر دراسي ضمن كافة البرامج الجامعية يهتم بأدوات البحث الرقمي وكيفية استثمار الوعي بها لدفع منظومة التعلم والبحث العلمي .

أخلاقيات مهنة المكتبات والمعلومات: برنامج تدريبي مقترح لرؤية طلاب قسم المكتبات والمعلومات في ضوء ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم)

اعداد

د. محمد فتحي محمود الجلاب

مدرس المكتبات والمعلومات

كلية الآداب - جامعة المنيا

elglab_777@yahoo.com

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بميثاق أخلاقيات المهنة الصادر عن الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، و التعريف بالعناصر الأربعة التي يتكون منها الميثاق الأخلاقي، ورفع كفاءة الطلاب في قسم المكتبات والمعلومات، والتحقق من فاعلية برنامج تدريبي مقترح لرؤية طلاب قسم المكتبات والمعلومات في ضوء ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم)، وأجريت الدراسة على عدد (٣٥) طالب وطالبة كمجموعة ضابطة، وعدد (٣٧) طالب وطالبة كمجموعة تجريبية لاستطلاع رؤاهم فيما يتعلق لهذا الميثاق، واستخدم الباحث منهجين دراسيين هما المنهج التجريبي ومنهج تحليل المضمون، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب المجموعتين التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي للاختبار وجميع عناصره لصالح طلاب المجموعة التجريبية، كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب المجموعة التجريبية قبل وبعد تطبيق البرنامج على جميع عناصر الميثاق الأخلاقي للمهنة لصالح التطبيق البعدي، وظهر هناك حجم تأثير كبير للبرنامج المقترح في تنمية مفاهيم ميثاق أخلاقيات المهنة ككل، كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات من أهمها: ضرورة توفير مقرر أو منهج دراسي لطلاب تخصص المكتبات والمعلومات بالجامعات لكي يتمكن الطلاب من الإلمام بأخلاقيات المهنة، والاستفادة من محتوى البرنامج التدريبي الذي أعده الباحث في تعليم الطلاب ميثاق أخلاقيات المهنة في كل أقسام المكتبات والمعلومات.

مقدمة:

تعد مهنة المكتبات رسالة رفيعة الشأن عالية المنزلة تحظى باهتمام الجميع، لما لها من تأثير عظيم في حاضر الأمة ومستقبلها، ويتجلى سمو هذه المهنة ورفعتها في مضمونها الأخلاقي الذي يحدد مسارها ونتائجها وعائدها على الفرد والمجتمع والإنسانية جمعاء، ولما كانت الأخلاق هي الركيزة الأساس التي يقيم عليها بنيان أى مهنة في أى مؤسسة، ومن بينها مؤسسات المكتبات والمعلومات، لأنها تسهم في توليد الكرامة المهنية وممارسة الواجبات وفقاً لمبادئ وقواعد مقننة متفق عليها من قبل العاملين في المهنة، وعلى الرغم من أن دخول تكنولوجيا المعلومات في المكتبات ومؤسسات المعلومات وفرت وسائل الراحة للعاملين في تلك المؤسسات وللمستفيدين والمجتمع ككل ولكنها أدت إلى ظهور مشكلة أخلاقيات المهنة بشكل كبير (Ying, 2015: p25).

وبما أن مؤسسات المكتبات والمعلومات تمثل الجهاز العصبي الذي يوجه عملية التنمية الوطنية، فإن تلك المؤسسات لن تنجح في مهمتها، إلا إذا توافرت صفات أخلاقية جيدة للعاملين بها، لذا كان لزاماً على هذه المؤسسات تنمية الوعي بأهمية هذه الأخلاقيات والعمل على دعمها، ويعود الاهتمام بالسلوك الأخلاقي في المهنة المكتبية بمفهومها الحديث إلى مطلع القرن العشرين حيث ظهرت الكتابات الأولى في الموضوع في الولايات المتحدة من خلال عدة دوريات منها نشرة جمعية المكتبات الأمريكية (Bulletin of the American library association) وجريدة المكتبة (The library journals)، وظهر موضوع أخلاقيات المهنة المكتبية لأول مرة عام ١٩٠٣ بواسطة بلامر (Plummer) حيث كان يرى أن النواحي

الأخلاقية في المهنة تركز على الأخلاق التي يجب أن يتحلى بها أمين المكتبة خلال أدائه لعمله (Plummer,1903)، كما اقترح (Bolton) عام ١٩٠٩ قواعد أخلاقية للمتخصصين في المكتبات تبنتها فيما بعد جمعية المكتبات الأمريكية كمبادئ أولية لأخلاقيات المهنة عام ١٩٢٩.

وواصلت جمعية المكتبات الأمريكية اهتمامها بتسطير المبادئ الأخلاقية والتنظير لها حتى أصدرت دستور عام ١٩٣٩ وبذلك منذ هذا التاريخ بدأ الاتجاه نحو التقنين والتشريع لهذه الأخلاقيات (Martha,1971)، وبعد هذا التاريخ نال موضوع أخلاقيات المهنة اهتمام العديد من الكتاب في الولايات المتحدة الأمريكية من بينهم ويليام غود (Good William) ١٩٦١، وصامويل روثسترن (Samuel Routhstern) ١٩٦٨، ودويز (Deweese) ١٩٧٣، كما صدرت فيما بعد العديد من الكتب المنحورة حول أخلاقيات المهنة المكتبية فمنها كتاب: الأخلاقيات المهنية والمكتبيين " Professional ethics and librarians" عام ١٩٨٥ للمؤلف جوناثان لندسي (Jonathan Lindsey,1985)، ودراسة والز (Walls,1987)، وفي عام ١٩٨٨ ظهر كتاب بعنوان: التحديات الأخلاقية في علم المعلومات "Ethical challenges in librarianship" لمؤلفه روبرت هوتمان (Hauptman,1988).

وجاءت دراسة وودز و دونا هوجان "Woods and Hogan,1989" واستعرضت هذه الدراسة المناخ العام الذي أدى الى المطالبة المتزايدة بالرقابة على المواد المكتبية ودعت الدراسة المكتبيين الى ضرورة اتباع الدستور الأخلاقي للمهنة، وفي التسعينات من القرن العشرين تبنت دراسات أخرى موضوع أخلاقيات المهنة منها دراسة هاردي وربنسون (Hardy and Robinson,1990) ودراسة وود (Wood,1991)، ودراسة جانسين (Jansen,1993) ودراسة سيمان (Seaman,1994) ودراسة ستراف (Strife,1994)، ودراسة باربرا كيس (Case,1994) ودراسة ريتشارد (Stichler,1998)، وبدأت هذه الدراسات في الزيادة مع بداية عام ٢٠٠١ بدراسة كاربو (Carbo andAlmagno,2001) وجاءت بعدها دراسة لأكوفينو (Lacovino,2002)، ودراسة كوهلر (Koehler,2003) وتناولت هذه الدراسات موضوع أخلاقيات المهنة وتأثيرها على مجتمع المستفيدين ومقارنتها بمجموعة من الوثائق التي تناولت هذا الموضوع في العديد من جمعيات المكتبات على مستوى العالم، ودراسة (Shachaf, 2005) وهي من الدراسات المهمة لأنها تناولت تحليل مقارن لمحتوى ٢٨ ميثاق في ٢٨ دولة مختلفة على مستوى العالم والمقارنة بين المبادئ التي تم تحديدها وتشترك فيها كل الموائيق، وأشارت نتائج دراسة Fallis, (2007) إلى مجموعة من المفاهيم التي من شأنها تساعد المهنيين في المكتبات في القرن العشرين على وضع أخلاقيات للمهنة، ووجود البرامج التدريبية للعاملين في المكتبات على أخلاقيات المهنة، وفي عام ٢٠١٣ جاءت دراسة (Igbeka, & Okoroma, 2013) وهي عن استطلاع لأراء العاملين في المكتبات النيجيرية لدرجه وعيهم وتطبيقهم للأخلاقيات المهنية.

وجاءت دراسة (Adejumo& Oye, 2015) وتناولت الدراسة أهمية وجود ميثاق لأخلاقيات المهنة في نيجيريا وتتفق مع المعايير الدولية ومعايير الأفلأ، ودراسة (Dutta,2015) وهي دراسة مقدمة للحصول على الماجستير وحرص الباحث فيها على تجميع مجموعة مشتركة من القيم المهنية ذات الصلة بالمهنة وتطبيق هذا الميثاق على المجتمع الهندي وتوصل الباحث الى وجود ١٦ قيمة يمكن تطبيقها في الميثاق على المجتمع الهندي، ومن خلال فحص الانتاج الفكري في الموضوع وجد الباحث أن من أحدث الدراسات في موضوع أخلاقيات المهنة دراسة (Ferguson& Gibb, 2016) وهي تقرير عن مشروع بحثي عن كيفية مواجهة العضلات الأخلاقية في المكتبات ومؤسسات المعلومات وخاصة مع دخول تكنولوجيا المعلومات الجديدة، وتم جمع البيانات من العاملين في المكتبات و الجمعيات المهنية في بريطانيا و استراليا و ايرلندا لمعرفة أثر البيئة الرقمية على الأخلاقيات داخل المهنة، وعلى الصعيد العربي فقد نال موضوع أخلاقيات المهنة قسطاً كبيراً من الأهتمام من قبل العديد من الدراسات وخاصة في الآونة

الأخيرة، وقد رصد الباحث من خلال مراجعته للانتاج الفكري في الموضوع وجود دراسة قديمة يعتبرها الباحث من أول الدراسات التي كان لها السبق في تناول موضوع أخلاقيات المهنة في المكتبات وهي دراسة (سلامة، ١٩٦٥) وقد وضعت هذه الدراسة الخطوط العريضة وألقت الضوء على ما يجب أن تكون عليه أخلاقيات المهنة على اعتبار أن المكتبي هو من يشارك في عقول الناس، وفي تشكيل مستقبله ولا بد من الصانع ان يكون ماهراً في صناعته.

وفي الثمانينات كانت دراسة (بدر، ١٩٨٥) والتي أشارت الى ضرورة وجود ميثاق اخلاقي للمهنة وتكون المرجعية فيه الأخلاقيات الواردة في الاديان السماوية خصوصاً القرآن الكريم والاحاديث النبوية، ثم جاءت في التسعينات دراسة (حشوة، ١٩٩٦) وهي من أول الدراسات التي دعت إلى وجود ميثاق وطني لأخلاقيات المهنة لعاملين في مجال المكتبات وأول الدراسات التي فرقت ما بين المسؤولية القانونية والمسؤولية الأخلاقية للمهنة، وجاءت بعدها دراسة (الهاللي، ١٩٩٥) ووضع تصوراً مبدئياً للدستور الأخلاقي للمهنة، ووجد الباحث أول الدراسات التي تناولت وجهات نظر الطلاب تجاه أخلاقيات المهنة للعاملين في المكتبات الجامعية كانت دراسة (همشري، ١٩٩٨)، وبعد ذلك ظهرت دراسات تدعو إلى وجود الميثاق منها دراسة (عبد الهادي، ٢٠٠٠)، ودراسة (عطية، ٢٠٠٠)، ودراسة (الهوش، ٢٠٠١) لوضع دستور أخلاقي لأخصائي المكتبات والمعلومات في الوطن العربي، ثم جاءت بعدها دراسة (قبلان، ٢٠٠٢) للتعرف على أهمية الميثاق من وجهة نظر العاملين في المكتبات.

وقدمت بعد ذلك دراسة للحصول على الماجستير للباحثة (خليل، ٢٠٠٤) وحددت فيها مجموعة من المبادئ العامة والقيم المشتركة والمعايير الأخلاقية والخطوط الرئيسية للعاملين في المكتبات ومؤسسات المعلومات، وتناولت بعد ذلك دراسة (الشائع و العمران، ٢٠٠٦) ترجمة لميثاق أخلاقيات المهنة البريطاني، وجاءت دراسة (عطية، ٢٠٠٧) لمعرفة رؤية الطلاب تجاه أخلاقيات المهنة التي وضعتها جمعية المكتبات الامريكية، وقدمت عام ٢٠٠٨ الباحثة (خليل، ٢٠٠٨) دراسة عن ميثاق مقترح للأخلاقيات المهنية لمجال المكتبات، وجاءت دراسة كلاً من (لبان و الديبان، ٢٠١٠) لمعرفة وجهة نظر العاملين في المكتبات الأكاديمية تجاه أخلاقيات المهنة، وجاءت دراسة (الهاللي والصقري، ٢٠١١) وقد عرضا فيها دستوراً أخلاقياً مقترحاً للعاملين في مؤسسات المعلومات العمانية، وقامت الباحثة نجلاء محمود خليل في عام ٢٠١٢ بأعداد أول كتاب عن أخلاقيات المهنة بعنوان " أخلاقيات مهنة المكتبات والمعلومات".

وفي دراسة بعنوان "نحو موائيق لأخلاقيات المكتبات والمعلومات في البلاد العربية" قدمها (عبد الهادي، ٢٠١٣) في المؤتمر الإقليمي الأول للاتحاد الدولي لجمعيات ومؤسسات المكتبات -الإفلا- وتناول فيها موقف مهنة المكتبات والمعلومات في العالم العربي من موائيق السلوك والأخلاقيات، وجاء بعد ذلك نتيجة العديد من التوصيات والنداءات من المتخصصين في الدراسات العلمية، وقام الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات بوضع ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي من خلال مجموعة من الخبراء في التخصص، ويتضمن هذا الميثاق الالتزامات الأخلاقية لمهنة المكتبات والمعلومات في البلاد العربية بهدف رفع الوعي المهني، وترقية المهنة، والاستخدام الأخلاقي للمعلومات، ومن أحدث الدراسات دراسة الباحثة (الزاحي، ٢٠١٥) هدفت من خلالها على رصد تطور مفهوم أخلاقيات المهنة المكتبية في العالم والعالم العربي وركزت الدراسة على ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، وتناولت الدراسة عناصر الميثاق الأربعة كدراسة استعراضية ولم تتطرق لتحليل أبعاد هذا الميثاق، والمستقرى للدراسات السابقة يلحظ أن جميع هذه الدراسات تناولت موضوع أخلاقيات المهنة بوجه عام

^١ مجموعة عمل منظمة تحت إشراف الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات مكونة من: أ. د.محمد فتحي عبد الهادي، د.نجلاء محمود خليل، إضافة إلى القائمين على مراجعته وهم: أ.د. عبد اللطيف صوفي، أ.د. محمد مجاهد، د. نجيب الشرجي، د. منى داخل السرجي، أ. هبة محمد اسماعيل.

بدون تحليل لعناصر الميثاق الأخلاقية وبالتالي حرص الباحث في هذه الدراسة على تناول تحليل للمحتوى الخاص بميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.

كما برزت فكرة هذه الدراسة في معرفة رأي الطلاب في قسم المكتبات والمعلومات بميثاق أخلاقيات المهنة ومدى توافقه مع ما تم دراسته من مناهج دراسية خلال دراسته الطلاب، حيث أن الطلاب هم البؤرة في أي عمل أكاديمي وهم المحور في المعادلة التعليمية والمهنية فلن يكن من المستغرب أن تتوجه البحوث في علم المكتبات والمعلومات إلى فهم العوامل التي من شأنها أن تحسن وتعزز العمل في المكتبات ومؤسسات المعلومات بالاعتماد على وجهة نظر طلاب قسم المكتبات والمعلومات على اعتبار أنهم أخصائيو المعلومات في المستقبل، وبالتالي تعتبر هذه الدراسة أول دراسة تقوم بمعرفة آراء الطلاب في أقسام المكتبات والمعلومات تجاه ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.

مشكلة الدراسة:

مهنة المكتبات مثل أي مهنة لها مشكلاتها ومتطلباتها التي ربما لاتجد السلطة العامة مبرراً للإنغماس فيها، فتعهد إلى مؤسسات مهنية مثل – النقابات أو الجمعيات المهنية – لأنها تكون أقرب منها إلى الواقع، وذلك بتنظيم شؤون المهنة وحل مشكلاتها والدفاع عن مصالحها، وتمثيلها أمام سلطات الدولة المختلفة، وأيضاً مع ظهور مجموعة من التحديات والتغيرات أمام العاملين في مؤسسات المعلومات مثل ثورة المعلومات والاتصالات، والتطور السريع والاهتمام بصناعة المعلومات وتجارتها وما نتج عن هذا التطور من سلبات عديدة تمثلت في كثرة جرائم المعلوماتية وتعدد أشكالها ومن هذا المنطلق قام الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات بإصدار ميثاق أخلاقيات المهنة ليكون مرجعاً للمكتبات ومؤسسات المعلومات في الوطن العربي، ولما كان الطلاب في التخصص هم شريكاً وطرفاً أساسياً من أطراف وضع الميثاق والقواعد المنظمة للعمل ويجب أن يكونا على علم بالقيم الأخلاقية الفاضلة، والعلاقات الانسانية الطيبة وهي من الأمور الأساسية التي نريد أن يكتسبها الطالب المتعلم ويتشربها ويخرج متصفاً بها في العمل المكتبي، وحتى تظل سلوكاً أصيلاً من سلوكياته وتصرفاته بعد ذلك في حياته العملية، وفي نجاح العمل، ولأهمية آراء الطلاب في الأمور الخاصة بالتخصص والتعرف على وجهات النظر المختلفة حرصت الجمعيات المتخصصة في مجال المكتبات والمعلومات بوجه عام والاتحاد العربي للمكتبات على وجه الخصوص على وضع منح للطلاب للمشاركة في المؤتمرات والفعاليات المهنية ومشاركة الطلاب بالأبحاث العلمية التي تثرى التخصص وتعكس وجهة نظر جيل قادم من المكتبيين والمديرين للمكتبات ومؤسسات المعلومات في المستقبل، وبالتالي حرص الباحث في هذه الدراسة على مشاركة آراء الطلاب ورؤيتهم تجاه الميثاق الأخلاقي للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، كما تتمحور مشكلة الدراسة هنا في السؤال الرئيس التالي: **ماهي رؤية طلاب قسم المكتبات والمعلومات عن أخلاقيات مهنة المكتبات والمعلومات في ضوء ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم)؟** من خلال فاعليه برنامج تدريبي مقترح، ومعرفة حجم تأثير هذا البرنامج المقترح في تنمية مفاهيم ميثاق أخلاقيات المهنة ككل وفي كل عنصر من عناصر الميثاق الفرعية على حدة في ضوء ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم).

أهداف الدراسة:

تنصب الأهداف التي ترمي هذه الدراسة الحالية إلى تحقيقها في النقاط التالية:

١. التعريف بميثاق أخلاقيات المهنة الصادر عن الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.
٢. التعريف بأهم الصفات المهنية التي ينبغي أن يتحلى بها العاملون في مؤسسات المكتبات والمعلومات وضرورة الالتزام بها بالإضافة إلى مسؤولياتهم تجاه المجتمع والمستفيدين.
٣. التعريف بالعناصر الأربعة التي يتكون منها الميثاق الأخلاقي للمهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.
٤. مدى ملائمة هذا الميثاق الأخلاقي للمهنة من الناحية النظرية، وتطبيقها عملياً، ورؤية طلاب قسم المكتبات والمعلومات تجاه هذا الميثاق.
٥. رفع كفاءة الطلاب في قسم المكتبات والمعلومات حيث يؤثر معرفة هذا الميثاق على أخلاقيات وسلوك ونوعيه العمل الذي يجب أن تُتبع داخل العمل المؤسسي على اعتبار انهم المستقبل المنتظر في العمل داخل المكتبات ومؤسسات المعلومات.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تتناوله، وهو فاعلية برنامج مقترح لرؤية طلاب قسم المكتبات والمعلومات عن أخلاقيات مهنة المكتبات والمعلومات في ضوء ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم)، وتعتبر هذه الدراسة هي أولى الدراسات - على حد علم الباحث - التي تهدف إلى معرفة وقياس ومدى تفاعل الطلاب في ضوء ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم)، وبالتالي تسهم هذه الدراسة في الآتي:

١. الكشف عن رؤية الطلاب الدارسين لتخصص المكتبات والمعلومات تجاه ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم) الذي وضع ليناسب احتياجات البيئة والعمل المكتبي في المجتمعات العربية.
٢. غرس القيم المهنية والأخلاقية وتعزيزها في نفوس الطلاب الدارسين لتخصص المكتبات والمعلومات.
٣. تساعد نتائج هذه الدراسة في وضع التخطيط المناسب لبرامج التدريب الخاصة بتنمية أخلاقيات المهنة لدى الطلاب الدارسين لتخصص المكتبات والمعلومات، وخاصة في ظل عدم وجود مقرر دراسي عن أخلاقيات المهنة في الخطة الدراسية لقسم المكتبات والمعلومات جامعة المنيا.
٤. تقديم برنامج تدريبي يمكن أن يحتذى به في إعداد البرامج التدريبية للطلاب في أقسام المكتبات والمعلومات.
٥. تسهم هذه الدراسة في إثراء الانتاج الفكري في التخصص عن موضوع أخلاقيات المهنة.

فروض الدراسة:

١. يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب المجموعتين التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي للاختبار وجميع عناصره (الكفاءة المهنية والرقمي بالمهنة، المعلومات والملكية الفكرية ، المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين، المسؤوليات المسلكية) لصالح طلاب المجموعة التجريبية.
٢. يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب المجموعة التجريبية قبل وبعد تطبيق البرنامج على جميع عناصر الميثاق الأخلاقي للمهنة (الكفاءة المهنية والرقمي بالمهنة، المعلومات والملكية الفكرية ، المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين، المسؤوليات المسلكية) لصالح التطبيق البعدي.

٣. هناك حجم تأثير كبير للبرنامج المقترح في تنمية مفاهيم ميثاق أخلاقيات المهنة ككل وفي (كل عنصر من عناصر الميثاق الفرعية على حدة).

حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة الحالية على الحدود الآتية:

- **الحدود الموضوعية:** معرفة رؤية الطلاب الدارسين لتخصص المكتبات والمعلومات تجاه أخلاقيات المهنة في ضوء الميثاق الأخلاقي للمهنة الصادر عن الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.
- **الحدود البشرية:** طلاب الفرقة الرابعة بقسم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب جامعة المنيا.
- **الحدود المكانية:** قسم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب جامعة المنيا.
- **الحدود الزمنية:** تم تطبيق الدراسة في الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي ٢٠١٥/٢٠١٦م.

مصطلحات الدراسة:

- أخلاقيات المهنة:

هناك العديد من التعريفات التي تناولت موضوع أخلاقيات المهنة فهناك من عرفها بأنها "هي مجموعة القواعد والأسس التي يجب التمسك بها، والعمل بمقتضاها ليكون ناجحاً في تعامله مع الناس" (لبان و الدبيات، ٢٠١٠)، وهناك من يُعرفها بأنها "جملة الأسس، والمبادئ، والقيم، والمثل التي يلتزم بها أفراد المهنة عند ممارستهم لمهنتهم، وذلك حفاظاً على مستوى المهنة وعلى حقوق المنتسبين لها) بطاح، (٢٠٠٦)، ويُعرفها الباحث بأنها "هي مجموعة من القيم والأعراف والتقاليد التي يتفق عليها أفراد مهنة ما حول ما هو خيرٌ وواضحٌ وعادلٌ من وجهة نظرهم، وما يعتبرونه أساساً لتعاملهم وتنظيم أمورهم وسلوكهم في إطار المهنة"

- البرنامج التدريبي:

هناك من يعرفه بأنه "هو مجموعة من الأنشطة المخططة المتتالية والمتكاملة والمتراصة التي تقدم خلال فترة زمنية محددة وتعمل على تحقيق الهدف العام للبرنامج" (السيد، ٢٠٠٤:ص ١٣)، وهنا نستطيع القول أنه ذلك البرنامج الذي أعدة الباحث وطبقه بهدف معرفة رؤية الطلاب الدارسين لتخصص المكتبات والمعلومات في ضوء ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم)، ويعرفه الباحث إجرائياً في هذا البحث بأنه "مجموعة من الخبرات والأنشطة المخططة والمنظمة التي تسهم في إكساب وتنمية مهارات الأسس والمبادئ والقيم لدى الطلاب بغرض رفع مستوى الوعي لأخلاقيات المهنة.

ثانياً: الإطار النظري للدراسة:

■ مفهوم الاخلاق لغةً واصطلاحاً:

يعرف ابن منظور الأخلاق في اللغة بأنها " من خُلُق ، خُلُق بالضم وبضميتين وهو السجية والطبع والمروءة، والدين، والطباع، والعادات، والطبيعة والجمع أخلاق (ابن منظور، محمد بن مكرم، ص: ٢٣٢).

إنَّ تعريف الأخلاق ليس بالأمر البسيط والهين، فهناك العديد من التعريفات التي وضعها مجموعة من المتخصصين والعلماء في التخصص، وعزف الطراونة الأخلاق بأنها " مجموعة من المبادئ، والمعايير التي تحكم سلوك الفرد (أو الجماعة)، وترتبط هذه المبادئ بتحديد ماهو خطأ أو ما هو صواب في موقفٍ معينٍ (الطراونة، ٢٠١٢:ص ١٣٨)، ويرى البشري أنَّ الأخلاق هي " عبارة عن مجموعة من القيم

والأعراف والتقاليد التي يتفق ويتعاون عليها أفراد المجتمع حول ما هو جيدٌ وحسنٌ، وما يعتبرونه أساساً لتعاملهم وتنظيم أمورهم وسلوكهم، وتتجلى مجموعة هذه المفاهيم في طريقة حياتهم اليومية وحكمهم على الأمور الحياتية والمستقبلية" (البشري، ٢٠١١، ص ٢٣)، ويضع ديكا و هاميتي تعريفاً مبسطاً للأخلاق بأنها " هو أحساسنا نحو ما نشعر به تجاه أنفسنا وما نفعله هل هو أخلاقي أو غير أخلاقي، هل هو خيرٌ أو شرٌ، هل هو مقبولٌ أو غير مقبولٍ "

(Dika & Hamiti, 2011:p1112) ومن خلال مراجعة الإنتاج الفكري وجد الباحث أن مصطلح الأخلاق المقابل لها في اللغة الانجليزية كلمة Ethics و كلمة Morality بمعنى واحد وتعود كلمة Ethics الى الكلمة اليونانية Ethos والتي تعنى شخصية الفرد، وكلمة Morality تعود لكلمة Mores وتعنى العادات والتقاليد الجماعية (طشوش ومزاهرة، ٢٠١٢: ص ٥٨٤).

ويُعرف الباحث إجرائياً الأخلاق بأنها " مجموعة من القواعد والمعايير الخاصة بالسلوك في مجتمع ما أو وسطٍ ما"، ويضع ياغي تعريفاً للأخلاقيات المهنة قائماً على مجموعة المهن والوظائف فعرّفها بأنها " هي مجموعة القواعد والأسس التي يجب على المهن التمسك بها والعمل بمقتضاها، ليكون ناجحاً في تعامله مع الناس، ناجحاً في مهنته ما دام قادراً على اكتساب ثقة زبائنه والمتعاملين معه من زملاء وروساء ومرؤوسين (ياغي، ٢٠١١: ص ٨)، كما حددها رضوان بأنها " مجموعة من القيم والأعراف والتقاليد التي يتفق ويتعاون عليها أفراد مهنة ما حول ما هو خيرٌ وواضحٌ وعادلٌ من وجهة نظرهم، وما يعتبرونه أساساً لتعاملهم وتنظيم أمورهم في إطار المهنة" (رضوان، ١٩٩٤، ص: ٣٤).

▪ تعريف ميثاق أخلاقيات المهنة:

من خلال استقراء الدراسات السابقة ، وجد الباحث هناك العديد من التعريفات لميثاق أخلاقيات المهنة فقد عرفها (أبو بكر، المرجع السابق: ص ١٢٣) بأنها " وثيقة تحدد المعايير الأخلاقية والسلوكية المهنية المطلوب أن يتبناها أفراد جمعية مهنية" كما عرفتها (الزاحي، المرجع السابق: ص ٩) بأنها " بيان بالمثل وقواعد السلوك المهني ، والذي يعمل كخطوط إرشادية للسلوك الواجب اتباعه من جانب أعضاء جماعة معينة"، كما عرفها (Fallis, 2007:p25) بأنها " هي عبارة عن قائمة من المبادئ التوجيهية للسلوك الأخلاقي".

▪ أهمية ميثاق أخلاقيات المهنة:

لا يستطيع أن ينهض أي مجتمع من المجتمعات بدون الاعتماد على مجموعة من القواعد التي تحكم العلاقات بين أفرادها ومؤسساته ، فتضبط سلوكهم وتحدد حقوقهم وواجباتهم (القبلان، المرجع السابق: ص ٩)، وبالتالي أصبح ميثاق أخلاقيات المهنة المكتبية أداة في أيدي المهنيين والمتخصصين، ويرى (بدر، ١٩٩٨: ص ١٤) بأن الميثاق الأخلاقي يخدم غرضين فبالنسبة لأعضاء الهيئة المهنية فهي توفر حماية أفضل للأعضاء كما أنها من ناحية أخرى توفر خدمة أفضل للجمهور المستفيد من خدمات المعلومات، وبالتالي يرى الباحث أن المكتبات والمؤسسات المعلوماتية أصبحت الآن تلعب دوراً كبيراً في التنمية الوطنية وبالذات التنمية المستدامة وبالتالي لم تنجح هذه المؤسسات في تحقيق غاياتها إلا في وجود مجموعة من الصفات الأخلاقية الجيدة لدى العاملين والقائمين على العمل في هذه المؤسسات ، وكما أشارت قبلا في دراستها أن ذلك يضمن حداً من الرقابة الذاتية يفوق ما تحققه أنواع الرقابات الأخرى، وقد تناولا كلاً من أوكوروما وليجيكا في دراستهم عن موضوع أخلاقيات المهنة وممارسة هذا الموضوع بين أمناء المكتبات في نيجيريا ووصلت الدراسة إلى أن وجود موثائق أخلاقية في المكتبات ومؤسسات المعلومات لاغني عنها في هذه المهنة، وتشير الدراسة إلى ضرورة أن يتم التمسك بهذه الأخلاقيات مثل باقي المهن والمهن والتخصصات، ويجب مراجعة هذه الموثائق بصفة مستمرة كي تتناسب مع المكتبات

ومؤسسات المعلومات والتغيرات التكنولوجية التي تطرأ على المجتمع المكتبي (Igbeka & Okoroma, 2013: p1276)، وقد توصلت دراسته (قمر) أن المبادئ الأخلاقية في المكتبات ومؤسسات المعلومات أصبحت الآن أكثر أهمية من أي وقت مضى، نظراً لما توجه تلك المؤسسات من تحديات جديدة، وتم تناول ما هو جديد في أخلاقيات المهنة (Garnar, 2015: p38)، كما ظهرت أهمية هذه المبادئ وخاصة في ظل ظهور بعض المشكلات في المكتبات ومؤسسات المعلومات، وظهور تحديات كثيرة أمام المسؤولين في المكتبات ومؤسسات المعلومات أدت إلى ضرورة وجود هذه المبادئ الأخلاقية، وقد تناول هذه التحديات دراسة (Heim, 1991؛ Rubin, 2010؛ Bake, 1992) وهي:

١. حجب المعلومات عمداً .
٢. الإدلاء ببيانات مضللة ومشوهة للمستفيدين.
٣. انتهاك خصوصية الأفراد والبيانات السرية للمستفيدين.
٤. التعامل بطريقة بها تمييز وعنصرية .

■ مضمون مبادئ أخلاقيات المهنة:

تحتوي مبادئ أخلاقيات المهنة على مجموعة من المبادئ والقواعد التي يجب أن يتبعها أخصائيو المكتبات ومؤسسات المعلومات وبالتالي يجب أن تحتوي هذه المبادئ على مجموعة من القواعد الأساسية هي: (Adejumo & Oye, 2015: p9-10)

١. توفير الوصول إلى المعلومات لجميع فئات المجتمع وجميع شخصياته .
٢. عدم وجود تفرقة وتمييز بين الأفراد في تقديم المعلومات تجاه الأفراد والمجتمع .
٣. احترام الخصوصية والسرية والشفافية في توفير المعلومات للمستفيدين ، وحماية بيانات المستفيدين الشخصية.
٤. مراعاة الملكية الفكرية للمؤلفين واحترام حقوق الطباعة والنشر.
٥. الحياد والمزاواة الشخصية والمهنية في توفير مصادر المعلومات للمستفيدين.
٦. الاحترام المتبادل بين الزملاء في العمل القائمة على السمعة الطيبة والاحترام المتبادل.

■ الأبعاد الأخلاقية التي تشتمل عليها المبادئ الأخلاقية:

في هذا الصدد يحدد كلاً من (Yalçin & Gençbüyür , 2015: p22) مجموعة من الأبعاد التي تعتمد عليها المبادئ الأخلاقية في وضع مبادئها وهي كالتالي:

١. القيم:

هناك مجموعة من الأفكار والأفعال يجب أن تسود داخل المكتبات ومؤسسات المعلومات وتحتوي على مفاهيم الحرية والعدالة والصدق والموضوعية والمسؤولية الفردية والتنظيمية تجاه المجتمع.

٢. المعايير والقواعد:

وهي مجموع الأفكار والمبادئ التي يقوم بها العاملون في المكتبات ومؤسسات المعلومات ، وتؤدي إلى أنشطة للمستفيدين والموظفين مع بعضهم البعض والسيطرة على أفعالهم في ظل القانون والأنظمة والقواعد التي تحكم ذلك.

٣. سلوك العمل:

وهي مجموعة الأنشطة التي تحكم وتنظم العمل بالمبادئ الأخلاقية وتنظم العمل داخل المكتبات ومؤسسات المعلومات ، وتنظم العمل بين المديرين والموظفين .

■ القيم التي تعتمد عليها المواثيق الأخلاقية:

هناك مجموعة من القيم التي تعتمد عليها المواثيق الأخلاقية وتم تناولها في العديد من أدبيات الموضوع وكانت من أهمها دراسة (Rubin& Froehlich,2010:p1750) التي تناولت هذه القيم كمايلي :

١. قيمة الصدق:

يجب أن يتصف أخصائيو المعلومات بالصدق في البحث عن المعلومات وفي توفير المعلومات لمحتاجيها ، لأن المعلومة هي أمانة ، ولا يقتصر الصدق في المعاملة على المستفيدين فقط بل يتعدى ذلك إلى العلاقات بين الزملاء في العمل لان ذلك ينعكس على العمل ككل داخل المكتبات ومؤسسات المعلومات.

٢. قيمة التسامح:

تعتبر قيمة التسامح هي موازية لقيمة الصدق التي يجب أن تتوافر في أخصائيو المعلومات في المكتبات ومؤسسات المعلومات ، ويجب أن تتوفر لديهم أيضا الديمقراطية في التعامل بحق المستفيدين بالحصول على المعلومات بكافة أشكالها.

٣. قيمة العدل:

تعتبر قيمة التسامح من أهم القيم التي تعتمد على نجاح عمل المؤسسة فهي تعني أن هناك مساواة بين جميع المواطنين في الحصول على الخدمات المكتبية ، والحصول على جودة عالية من الخدمات ، بغض النظر عن الجنس والنوع والانتماءات السياسية أو الدينية .

٤. قيمة الجمال:

قيمة الجمال لها أهمية كبيرة لدى أخصائيو المكتبات في توفير كل ما هو يحقق المتعة والجمال والترفية للمستفيدين سواء من ناحية توفير مصادر معلومات مناسبة للمستفيدين أو في المعاملة الانسانية مع المستفيدين مما يشعرهم بالمحبة وحب الآخرين وحب المكتبة .

■ الميثاق الأخلاقي للمهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم):

قام بإعداد الميثاق الأخلاقي للمهنة مجموعة عمل منظمة تحت إشراف الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات مكونة من: أ. د. محمد فتحي عبد الهادي ، د. نجلاء محمود خليل ، إضافة إلى القائمين على مراجعته وتدليله وهم: أ.د. عبد اللطيف صوفي ، أ.د. محمد مجاهد ، د. نجيب الشرجي ، د. منى داخل السريحي ، أ. هبة محمد اسماعيل.

يتضمن هذا الميثاق ، والالتزامات الأخلاقية لمهنة المكتبات والمعلومات في البلاد العربية ، وللمتخصصين في المكتبات والمعلومات العرب ، بهدف رفع الوعي المهني ، وترقية المهنة ، والاستخدام الأخلاقي للمعلومات ، بما يعني تطوير السياسات ، والأدوات اللازمة لذلك ، مع تقديم أفضل الخدمات للجمهور والمجتمع. ويمكن الاسترشاد بهذا الميثاق من قبل جمعيات المكتبات

والمعلومات العربية ، عند وضع الوثائق الخاصة بها، ويندرج هذا الميثاق ضمن أربعة عناصر رئيسية هي: الكفاءة المهنية ، المعلومات والملكية الفكرية ، المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين ، والمسؤوليات المسلكية،

- الكفاءة المهنية والرقى بالمهنة:

١. يجب على المتخصصين في المكتبات والمعلومات ، أن يؤديوا أعمالهم بدقة وكفاءة ، في المؤسسات التي يعملون بها ، وأن يخلصوا في عملهم ، ويتحلوا بيقظة الضمير ، وأن يلتزموا العمل الجاد ، من أجل الرقى بالمهنة ، والدفاع عنها ، وتطويرها.
٢. السعي لتحقيق أعلى مستوى من المعرفة المهنية ، والكفاءة ، والعمل على تطوير المهارات ، من خلال التنمية المهنية المستمرة ، ومتابعة التطورات في مجالات أعمالهم ، وتخصصاتهم ، إلى جانب الحرص على التكوين المتواصل والتطوير المهني.
٣. ضرورة امتلاك قدرات التعامل مع البيئة الرقمية ، ومهاراتها ، لتقديم خدمات فاعلة ، شاملة ، ومتجددة ، تتماشى مع روح العصر ، وثورة المعلومات.
٤. احترام اللوائح والنظم ، والقوانين ، والحرص على تطبيقها، لضمان سير العمل ، في إطار أخلاقي متوازن ، لا يخضع لأهواء شخصية ، أو مجالات ، وذلك حفاظا على كرامة المهنة ، وسمعتها الطيبة ، وسعيًا نحو ازدهارها، وتطويرها المتواصل.
٥. احترام أوقات العمل، وتخصيصها للواجبات المهنية، مع الحرص على مساعدة اختصاصي المكتبات الجدد لتحسين أدائهم.
٦. على المتخصصين في المكتبات والمعلومات ، إدراك قيمة مصادر المعلومات بجميع أنواعها ، والحرص على ممتلكات مؤسسة المعلومات التي يعملون به ، ومقتنياتها.
٧. الإيمان بمفهوم الخدمة والعمل على تحقيق أعلى درجات الجودة ، في الخدمات المقدمة للمستفيدين ، والسهر على التكوين المتواصل.
٨. التحلي بالأمانة التامة في تقديم المعلومات ، أو عند الإجابة عن الاستفسارات.
٩. التحلي بروح الشجاعة، واليقظة المعلوماتية، لمواكبة مطالب العصر، وآفاقه المتجددة، ومبتكراته الحديثة.
١٠. التحلي بروح المبادرة وتشجيع روح المشاركة في المعرفة والتعاون.
١١. العمل على عرض المهنة بروح علمية، وتحصيل مزيد من الدعم لها ، وللعاملين في مجالاتها، ورفع شأنها، مع الحرص على جعلها أكثر جاذبية، لتوسيع تسويقها.
١٢. التأمل في مسيرة المكتبة العربية، حفاظا على وجودها، وعلى عملها المتنوع المرن، والمتغير مع الزمن، حتى تستطيع مواجهة التحديات، بروح إيجابية، ونتائج مؤثرة.
١٣. دعم تقارب المكتبات، مع مراكز التقنية والحوسبة، الأقسام المتصلة بالموضوعات ذات الاهتمام كالإعلام والإدارة والقانون وغيرها في الجامعات العربية، قصد خلق خدمات معلوماتية جديدة، دون انعكاس ذلك سلبا على المكتبة، ووظائفها المعروفة.

المعلومات والملكية الفكرية :

١. ضمان إتاحة المعلومات للجميع من أجل التنمية الذاتية، والتعليم، والثقافة، والمشاركة في الأنشطة المجتمعية ، في إطار حماية الملكية الفكرية، وضمان أمن المعلومات ، وسلامتها.
٢. الحرص على تلبية حاجات المستفيدين أينما كانوا، والتطور معهم، بتطوير فضاءاتها المعروفة، لتساير اهتماماتهم، والدعاية ، والإعلان ، والترويج ، لمجموعات المكتبات ، وخدماتها.
٣. الحرص على امتلاك المرونة اللازمة، للتعامل مع التغيرات المستقبلية، وخلق محيط يمنح حقولوج المعلومات للجميع، دون عوائق ، وحق التدريب على حسن استخدامها، دون قيود.
٤. الحرص على معرفة آراء المستفيدين في الخدمات المقدمة لهم ، قصد ترقيةها باستمرار ، تبعاً لحاجاتهم ورغباتهم ، والحرص على حقوقهم في تحصيل المعلومات ، وفق أفضل السبل ، وأسهلها ، ضماناً لاستمرار ارتباطهم بالمكتبات ، وعدم عزوفهم عنها.
٥. تشجيع التداول الحر للمعلومات، والمصادر، والتراخيص المفتوحة، وغيرها من وسائل إتاحة المعلومات، بصورة عادلة، وسريعة، واقتصادية، ودعمها.
٦. مناهضة أى تقييد لحرية إتاحة المعلومات والأفكار، مع كل ما يعيق الوصول إليها في حدود النظم المعمول بها، عبر مراعاة قيم المجتمع، ومثله.
٧. اعتماد مبدأ الحياد الفكري، وعدم الإنحياز في تكوين مجموعات المقتنيات، وإتاحتها، وفي تقديم الخدمات، مع الالتزام بالنزاهة والموضوعية.
٨. ٧-على المتخصصين الفصل بين آرائهم الشخصية، وواجباتهم المهنية، والالتزام الموضوعية، والنزاهة، وعدم إقحام الأحكام الذاتية في أعمالهم المهنية.
٩. الحرص على نشر السياسات المتعلقة باختيار المعلومات وتنظيمها وحفظها وتقديمها ونشرها .
١٠. على المتخصصين حماية حق المستفيدين في الخصوصية والسرية لأنشطتهم المعلوماتية بالإضافة لاحترام بياناتهم الشخصية، مع الأخذ بعين الاعتبار، المسؤولية الاجتماعية، ووضع المصلحة العامة فوق المصلحة الخاصة.
١١. الحرص على مؤسسات المعلومات وممتلكاتها والحرص على حسن استخدامها.

المسؤوليات تجاه المجتمع و المستفيدين:

١. الحرص على تطوير المجتمع والتشجيع على كسب المعرفة مدى الحياة ، في مجتمع سريع التغير.
٢. التشجيع على القراءة والمطالعة بكافة السبل الإيجابية، وعلى كافة المستويات، والحث على نشر كتب الأطفال المناسبة وتوسيع النشر العلمي في الأفق العربية.
٣. مراعاة قيم المجتمع، وعاداته، وتقاليده، والعمل على إبراز دور المكتبة، وأهميتها في المجتمع، والتعامل مع الأحداث العامة من خلال الأنشطة المناسبة.
٤. حماية أفراد المجتمع من البيانات الضارة، والملوثة، وغير اللائقة، والمسيئة، واكتساب المهارات الجديدة التي تتعلق بمعرفة كيفية تحديد مكان المصادر من نقاط الإتاحة عبر شبكة الإنترنت،

- وكيفية الوصول إليها، فضلاً عن تقييمها، ومن ثم نقلها للآخرين، ومساعدتهم على استخدامها في إطار من الحماية والإرشاد والتوجيه السليم.
٥. تقديم الخدمات المتساوية لجميع المستفيدين بصرف النظر عن العمر، أو الجنس، أو المعتقدات السياسية، أو الدينية.
٦. إبراز دور مؤسسات المعلومات، وبيان أهميتها في خدمة المجتمع، والاعلام الواسع عن خدماتها.
٧. مساعدة المستفيدين في بحثهم عن المعلومات، ومساعدتهم لتنمية مهاراتهم في استخدام المعلومات، ومصادرهما، بشكل أخلاقي، ومساعدتهم في محو أميتهم القرائية، والمعلوماتية، دون تلقي مكافآت مادية منهم، عند تقديم الخدمات خلال ساعات الدوام الرسمي.
٨. الحرص على استمرار وجود الكتاب التقليدي، الى جانب الاهتمام الكبير بالمعلومات الإلكترونية وتطوير المكتبات والمستودعات الرقمية، وعدم دفع المكتبات العربية للعيش كلية في الكهوف الإلكترونية، وذلك دعماً لاستمرار وجود المكتبة بمعناها المعروف.
٩. الاسهام في وضع القوانين اللازمة لخدمات المكتبات عن بعد، ولتنظيم المعلومات، وحقوق التأليف الرقمية، وقوانين الاعلام.
١٠. الاسهام في دعم الاقتصاد الوطني، والحرص على التواجد داخل المنظومة الصحية، والاعلامية، وغيرها، قصد توفير المعلومات اللازمة لها، المواكبة للحدثة.

- المسؤوليات السلوكية :

١. الالتزام بمهنة المكتبات، والاخلاص لها، ومتابعة مهاراتها الجديدة، وتحمل مسؤولياتها.
٢. الالتزام التام بأخلاقيات المهنة، وبالتشريعات والقوانين، الخاصة بها والقواعد المنظمة لعملها.
٣. الحرص على أن تسود أجواء الاحترام، والمحبة، والمودة، والمنافسة الشريفة عند التعامل مع الزملاء، حرصاً على مصلحة العمل.
٤. على الرؤساء عدم التمييز بين الموظفين إلا على أساس الكفاءة والانتاج، والعمل بمبدأ العدل والمساواة بين العاملين بمؤسسات المعلومات، واعتماد الشفافية، وعدم التحيز.
٥. ضرورة مشاركة العاملين في مؤسسات المعلومات، في اتخاذ القرارات، مع ضرورة تشجيعهم على إبداء مقترحاتهم، لتطوير العمل، وحثهم على الابتكار.
٦. الحرص على الاعتماد أولاً على الموارد البشرية، قبل الوسائل الآلية، مع الحرص على جعل أخصائي المكتبات الرقمي، العمود الفقري، للمكتبة الرقمية، والاهتمام بالتكوين المستمر لهذه الموارد.
٧. الحرص على أوقات العمل، وأماكنه، وتكريس الوقت، لأداء الواجبات المهنية.
٨. الاسهام في خلق قنوات معرفية رقمية، ومصادر معرفية رقمية، تسمح بالتعاون، وتشاطر المعلومات، بين المكتبات العربية، وتدعم العمل العربي المشترك، بالإضافة الى التعاون على المستوى الدولي مع المؤسسات التي تخدم وتدعم المكتبات.

٩. العمل على متابعة الاستفادة، من قداماء المكتبيين العرب أصحاب الخبرة، حتى بعد خروجهم على التقاعد، قصد استمرار الافادة من خبراتهم، أطول مدة ممكنة.
١٠. العمل على دعم الاتحاد العربي للمكتبات، وتشجيع انشاء جمعيات وطنية، وإقليمية عربية، دعماً للمهنة، وسعيًا لتطويرها، والحرص على المشاركة في مناشطها، وأعمالها، مع الحرص على دعم العمل الجماعي، والتعاوني.
١١. الحرص على المشاركة الدولية في تطوير المكتبات، والتعاون، والإسهام في أعمال الاتحادات والجهات الدولية للمكتبات، والانخراط في مناشط ثقافية أخرى على هذا المستوى.

ثالثاً: منهجية الدراسة وإجراءاتها:

أولاً: منهج الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام منهجين في دراسته هما كما يلي:

- منهج تحليل المضمون:

استخدم الباحث منهج تحليل المضمون طبقاً لطبيعة الدراسة، فقد تناول الباحث تحليل ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم) بكل جوانبه وعناصره المختلفة، وبالتالي يستخدم هذا المنهج للوصف الموضوعي والمنهجي والكمي للمحتوى الظاهر، واستعان به الباحث لوصف محتويات هذا الميثاق.

- المنهج التجريبي:

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج التجريبي طبقاً لطبيعة الدراسة القائم على المقارنات القبلية والبعدية وفقاً لتصميم تجريبي ملائم قام به الباحث وتم تنفيذه على المجموعة التجريبية، وذلك لمعرفة فاعلية البرنامج التدريبي المقترح، وأثر هذا البرنامج على الطلاب محل الدراسة، ويرى فتحي عبد الهادي أن هذا المنهج تمثل فيه معالم الطريقة العلمية بصورة جلية أو واضحة فهو يبدأ بملاحظة الوقائع ويتلوها بالفرض، ويتبعها بتحقيق الفرض بواسطة التجربة، ثم يصل عن طريق هذه الخطوات إلى معرفة القوانين، التي تكشف عن العلاقات القائمة بين الظواهر (عبد الهادي، ٢٠٠٣: ص ١١٦)، وهذا ما يميز البحث التجريبي من حيث الهدف والأسلوب فالتجريب يهدف إلى إدخال تعديلات جديدة على الواقع من أجل قياس أثر هذه التعديلات فالباحث التجريبي لا يتعامل مع الواقع كما هو بل يتدخل فيه ويعدله ليرى ماذا ينتج عن هذه التعديل (سليمان، ٢٠٠٩: ص ٣٠١).

ثانياً: مجتمع الدراسة:

هناك من يرى أن مجتمع الدراسة "يقصد به كل ما يمكن أن تعمم عليه نتائج البحث سواء أكان مجموعة أفراد، أو كتب، أو مباني مدرسية.... إلخ؛ وذلك طبقاً للمجال الموضوعي لمشكلة البحث" (العساف، ٢٠٠٦م: ص ٩١)، كما هناك من يعرفه بأنه: "مجموع الوحدات التي تم اختيار العينة منها بالفعل" (القحطاني وآخرون، ٢٠٠٦: ص ٢٨٦)، ويتكون المجتمع الأصلي للدراسة الحالية من جميع طلاب قسم المكتبات والمعلومات الفرقة الرابعة خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ٢٠١٥/٢٠١٦.

ثالثاً: عينة الدراسة:

عينة الدراسة هي الممثلة لمجتمع الدراسة، وتكون انعكاساً شاملاً لصفاته وخصائصه (العساف، ٢٠٠٦م: ص ٩٣)، كما تُعرّف بأنها: "جزء من مجتمع البحث الأصلي، يختارها الباحث بأساليب مختلفة، وتضم عدداً من الأفراد من المجتمع الأصلي" (عدس وآخرون، ٢٠٠٥م: ص ١٣٢)، وقد استخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية الطبقية لطلاب الفرقة الرابعة في قسم المكتبات والمعلومات جامعة المنيا وذلك في العام الجامعي ٢٠١٥/٢٠١٦ م، وتم تحديد الطلاب المذكورين بناءً على طول الفترة التي قضاها في القسم مما يزيد احتمال تأثرهم بالمواد الدراسية التي درسوها، واختيار مفردات المجتمع المبحوث تم اتخاذ الخطوات التالية عند سحب وحدات عينة الدراسة :

- الحصول على قوائم بأعداد الطلبة في الفرقة الرابعة في قسم المكتبات والمعلومات جامعة المنيا وذلك في العام الجامعي ٢٠١٥/٢٠١٦ م، حيث بلغ عدد طلاب الفرقة الرابعة (١٦٠) طالباً وطالبة، وتم تقسيمهم إلى مجموعات وفئات وذلك لأن هذا الأسلوب يمثل تقديراً للمعانة العشوائية البسيطة وأن يُخفّض عدد الحالات المطلوبة لتحقيق درجة معينة من الدقة أو التمثيلية (عبد الهادي، المرجع السابق: ص ١٠٨).
- تحديد ما نسبته (٥٠%) من المجموع الكلي للطلاب عينة للدراسة .
- تم سحب العينة المراد دراستها من خلال تقسيم مجتمع الدراسة الى مجموعات والاختيار بصورة عشوائية.

وبناءً على ما سبق اتباعه من إجراءات فقد بلغ مجموع أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة (٨٠) طالباً وطالبة من الفرقة الرابعة من طلاب قسم المكتبات والمعلومات جامعة المنيا، وقد بلغت المجموعة التجريبية مجموعها ٤٠ طالب وطالبة سوف يتم تعريضهم للبرنامج التجريبي، وعدد ٤٠ طالب وطالبة قوام المجموعة الضابطة، وبعد استبعاد حالات عدم الانتظام والغياب في جلسات البرنامج وأثناء التقويم أصبح عدد المجموعة التجريبية (٣٧) طالب وطالبة، وعدد المجموعة الضابطة (٣٥) طالب وطالبة ، وبالتالي أصبح المجموع (٧٢).

رابعاً: متغيرات الدراسة:

تمثلت متغيرات الدراسة الحالية في الآتي:

- المتغير التابع: أخلاقيات مهنة المكتبات والمعلومات.
- المتغير المستقل: البرنامج التدريبي المقترح.

خامساً: خطوات الدراسة وإجراءاتها:

يعرض هذا الجزء خطوات الدراسة التجريبية وذلك من خلال الاجراءات الآتية:

أولاً: إعداد أداة الدراسة التجريبية: بناء البرنامج التجريبي للدراسة.

ثانياً: إجراءات الدراسة التجريبية: تتمثل في اختيار مجموعة البحث وإجراء المعالجة التجريبية.

ثالثاً: نتائج الدراسة التجريبية: من خلال مناقشتها وتفسيرها.

وفيما يلي عرض تفصيلي لذلك:

أولاً: إعداد أداة الدراسة التجريبية:

تتمثل في بناء برنامج تدريبي لتنمية قدرات الطلاب في قسم المكتبات والمعلومات جامعة المنيا على أخلاقيات مهنة المكتبات والمعلومات في ضوء ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم)، ومرت إجراءات بناء هذا البرنامج من خلال:

١. مبررات اختيار موضوع أخلاقيات المهنة في ضوء ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم):

تم اختيار هذا الموضوع للأسباب الرئيسية الآتية:

- جاء ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم) نتيجة العديد من التوصيات في الدراسات في التخصص والتي طالبت بهذا الميثاق ليكون مرجعاً عربياً يناسب المجتمعات العربية والمكتبات ومؤسسات المعلومات، وبالتالي حرص الباحث على معرفة امكانيه ومناسبة تطبيق هذا الميثاق في المكتبات ومؤسسات المعلومات العربية.
- معرفة رؤية الطلاب في قسم المكتبات والمعلومات تجاه ميثاق اخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات.
- معرفة مميزات وعيوب وامكانية تطبيق هذا الميثاق في المكتبات ومؤسسات المعلومات.
- أهمية هذا الموضوع في تناول موضوع مهم من الموضوعات المتخصصة والتي لم تتناولها العديد من الدراسات في التخصص.

٢. الهدف العام للبرنامج:

يهدف هذا البرنامج إلى التعريف بميثاق أخلاقيات المهنة الصادر عن الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم)، وتنمية مهارات اخلاقيات المهنة وإعدادهم من خلال برنامج تدريبي لكي يتعرفوا على الميثاق، ويتم غرس القيم المهنية والاخلاقية وتعزيزها في نفوس الطلاب الدارسين لتخصص المكتبات والمعلومات.

٣. مصادر البرنامج:

اتبع الباحث الخطوات التالية لإعداد البرنامج:

- التعرف وتحليل مضمون ميثاق أخلاقيات المهنة الصادر عن الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم).
- اطلع الباحث على بعض المؤلفات والانتاج الفكري التي تناولت موضوع اخلاقيات المهنة للمكتبات والمعلومات.
- اطلع الباحث على بعض الدراسات التي تناولت موضوع البرامج التدريبية والدراسات المتشابهة.
- استفاد الباحث من المتخصصين في المجال سواء الاكاديميين في مجال تخصص العلوم التربوية وطرق التدريس والمتخصصين في مجال المكتبات والمعلومات.

١. أهمية البرنامج:

تمثلت أهمية هذا البرنامج في:

- توفير نموذج لبرنامج تدريبي لطلاب قسم المكتبات والمعلومات على أخلاقيات المهنة في مجال المكتبات والمعلومات.
- تقديم خلفية علمية لموضوع أخلاقيات المهنة للطلاب تتلاءم واهتمامات وتطلعات عينة الدراسة من الطلاب في قسم المكتبات والمعلومات.

٥- أسس بناء وتطبيق البرنامج:

تم إعداد البرنامج في ضوء مجموعة من الأسس وهي:

- مراعاة خصائص وقدرات الباحث الطلاب في قسم المكتبات والمعلومات في إعداد البرنامج.
- اعتمد الباحث على فنيات عديدة تم ذكرها في الميثاق، وتبسيطها للطلاب في طريقة شيقة تجذب الطلاب.
- تضمن البرنامج مجموعة من الأنشطة المتنوعة التي تناسب قدرات الطلاب في توصيلهم للمعلومة.

٦- تطبيق البرنامج:

تم تطبيق البرنامج لمدة أسبوعين بواقع ثلاث جلسات كل أسبوع في خلال الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي ٢٠١٥/٢٠١٦.

٧- تقويم البرنامج:

- تم عرض البرنامج على مجموعة من المتخصصين في مجال طرق التدريس في العلوم التربوية، ومتخصصين في مجال المكتبات والمعلومات، وتم تعديل ما اقترحه المتخصصون.
- التقويم القبلي والبعدي، حيث تم استخدام التقويم القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية بعد تطبيق البرنامج.
- تم التحقق من معرفه تأثير البرنامج في تنمية مفاهيم ميثاق أخلاقيات المهنة ككل وفي (كل عنصر من عناصر الميثاق الفرعية على حدة).

٨- وصف البرنامج وأهدافه الإجرائية:

يحتوى البرنامج على ستة جلسات، وتتراوح زمن الجلسة بين ٤٥-٥٠ دقيقة بواقع ثلاث جلسات كل أسبوع ويبين الجدول التالي ذلك كما يلي:

جدول رقم (١) عدد جلسات البرنامج التدريبي المقترح لمعرفة رؤية الطلاب والهدف من الجلسات والفنيات وعدد الجلسات وزمن الجلسات المستخدمة

رقم الجلسة	الهدف من الجلسة	الفنيات المستخدمة	عدد الجلسات	زمن الجلسات
الأولي	جلسة تعارف- عرض محتوى البرنامج- تحديد مواعيد الجلسات	المناقشة للحث والتشجيع على حضور البرنامج	جلسة واحدة	٥٠ دقيقة

رقم الجلسة	الهدف من الجلسة	الفنيات المستخدمة	عدد الجلسات	زمن الجلسات
الثانية	شرح مفهوم اخلاقيات المهنة ، وتناول العنصر الأول في الميثاق بعنوان الكفاءة المهنية والرقى بالمهنة وعددها ١٣ عنصر من العناصر المكونة للميثاق	المناقشة الجماعية والمحاضرة ، وتناولت الامثلة عن الكفاءة المهنية والرقى بالمهنة	جلسة واحدة	٤٥ دقيقة
الثالثة	تناولت العنصر الثاني من الميثاق بعنوان المعلومات والملكية الفكرية، وتكونت من ١١ عنصر من العناصر المكونة للميثاق	المناقشة الجماعية والمحاضرة، وتناولت الأمثلة عن المعلومات والملكية الفكرية	جلسة واحدة	٤٥ دقيقة
الرابعة	تناولت العنصر الثالث من الميثاق بعنوان المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين، وتكونت من ١٠ عناصر من العناصر المكونة للميثاق	المناقشة الجماعية والمحاضرة، وتناولت الأمثلة عن المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين	جلسة واحدة	٤٥ دقيقة
الخامسة	تناولت العنصر الرابع من الميثاق بعنوان المسؤوليات المسلكية، وتكونت من ١١ عناصر من العناصر المكونة للميثاق	المناقشة الجماعية والمحاضرة، وتناولت الأمثلة عن المسؤوليات المسلكية	جلسة واحدة	٤٥ دقيقة
السادسة	ختام الجلسات ، تحديد موعد للقياس البعدي	المناقشة الجماعية والمحاضرة	جلسة واحدة	٥٠ دقيقة

٩- الوسائل والأدوات المستخدمة في البرنامج المقترح:

استعان الباحث بمجموعة من الادوات في تطبيق البرنامج

- لآب توب.
- داتا شو.
- نماذج ارشادية من الورق لأمثلة المعايير .
- ورق وأقلام للكتابة.

١٠- اعداد الاختبار:

مرت عملية اعداد الاختبار بمجموعة من الخطوات لمعرفة رؤية طلاب قسم المكتبات والمعلومات تجاه الميثاق الاخلاقي للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم) بالخطوات التالية:

١. **الهدف من الاختبار:** يهدف الاختبار الى الوقوف على رؤية الطلاب في قسم المكتبات والمعلومات على معرفتهم بالميثاق الاخلاقي لمهنة المكتبات والمعلومات.

٢. **تحديد عناصر الاختبار:** تم تحديد عناصر الاختبار وتضمن الاختبار أربعة عناصر رئيسية هي المكونة للميثاق محل الدراسة وهي: الكفاءة المهنية والرقى بالمهنة، المعلومات والملكية الفكرية، المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين، المسؤوليات المسلكية.

٣. **صياغة مفردات الاختبار:**

قام الباحث قبل وضع مفردات الاختبار في صورتها الأولية بدراسة فحص بعض اختبارات مشابهة في تخصص مناهج البحث في العلوم التربوية، وبسؤال المتخصصين في العلوم التربوية، وبناءً على ذلك قام الباحث بالاعتماد على أسئلة الاختبار من متعدد في صياغة مفردات الاختبار، وتكون كل سؤال من مقدمة وأربعة بدائل، ويتميز هذا النوع من الأسئلة بعدة مميزات منها أنه يتميز بسهولة التصحيح، ومما يتميز بمعالات صدق وثبات عالية.

وقد راعي الباحث عند صياغة مفردات الاختبار عدة اعتبارات منها:

- أن تعكس البنود طبيعة كل عنصر من عناصر الميثاق الأخلاقي للمكتبات والمعلومات للاتحاد العربي للمكتبات (اعلم).
- وضوح ودقة الألفاظ المستخدمة في صياغة المفردات، وخلوها من التعقيد، وكذلك وضوح وسهولة التعليمات.
- تزويد الاختبار ككل بمثال توضيحي يوضح للطلاب الطريقة التي يجب بها على مفردات الاختبار.
- أن تكون البدائل متساوية في الطول قدر الامكان ومرتبطة بمقدمة السؤال.
- أن تتجانس الاستجابات الخاطئة.

٤. **تعليمات الاختبار:**

أعد الباحث تعليمات الاختبار، وقد حرص الباحث عند صياغة هذه التعليمات أن يشرح هذه التعليمات ويفسرها للطلاب أثناء الاختبار ويراعي فيها:

١. سهولة ودقة الألفاظ المستخدمة وخلوها من التعقيد.
٢. أن تكون هذه التعليمات موجزة وتحدد الغرض من الاختبار.
٣. أن تشمل مثلاً يسترشد به الطلاب يوضح لهم كيفية الإجابة.

٥. **الضبط الإحصائي للاختبار:**

للتحقيق من صلاحية الاختبار للاستخدام والتطبيق على الطلاب، قام الباحث بعرض اختبار الميثاق الأخلاقي لمهنة المكتبات والمعلومات على مجموعة من المحكمين، وقام بتجربة استطلاعية على مجموعة من الطلاب بلغ عددهم (٢٠) طالب وذلك بهدف الحصول على بيانات تتعلق بالخصائص الإحصائية التالية:

١. **التحقق من ثبات الاختبار:**

تم حساب ثبات الاختبار بطريقتين:

- **طريقة التجزئة النصفية Split-half:** وتعتمد هذه الطريقة على تجزئة الاختبار المطلوب تعيين معامل ثباته على نصفين متكافئين وذلك بعد تطبيقه على مجموعة واحدة (حسن، ٢٠٠٦: ص ٣٤)، وحساب معامل الارتباط بين درجات الأسئلة بلغ

(٠,٥٧) وبمعالجة تلك القيمة باستخدام معادلة "سبيرمان - برون" Spearman - Brown بلغت قيمة معامل الثبات للاختبار ككل (٠,٧٣) وهو معامل ثبات مقبول.

- **طريقة معامل ألفا:** تم حساب ثبات الاختبار باستخدام معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach's ووجدت أنه يساوي ٠,٧٩ ، وهذا يعني أن المقياس يتمتع بدرجة مقبولة من الثبات.

٢. صدق الاختبار:

وقام الباحث بالاستعانة بالطرق الآتية للتأكد من صدق الاختبار:

- **صدق المحتوى :** من خلال عرض الصورة الأولية من الاختبار على مجموعة من السادة المحكمين للتعرف على آرائهم من حيث:

١. مدى سلامة صياغة المفردات ومدى اتساق البدائل في الاجابات داخل الاختبار.
٢. مدى ملائمة الصياغة اللفظية للاختبار لمستوى الطلاب .
٣. مدى ملائمة المفردات للهدف الذي وضعت من أجله.
٤. سلامة تعليمات الاختبار.

وفي ضوء آراء المحكمين ، تم تعديل بعض المفردات في الاختبار لعدم مطابقتهم وملاءمتهم للسباق ، واعتبر الباحث ان ذلك مؤشراً منطقياً لصدق الاختبار.

- **الصدق الداخلي (الاتساق الداخلي):** تراوحت معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لاختبار الميثاق الاخلاقي حيث بلغت العناصر الفرعية الأربعة المكونة للميثاق كالتالي (٠,٧٤١ ، ٠,٦٣٥ ، ٠,٦٠٧ ، ٠,٨٢٠) وهي جميعاً دالة عند مستوي دلالة (٠,٠١) مما يعطي مؤشراً جيداً على الصدق الداخلي للاختبار.

٣. معامل السهولة والصعوبة لكل مفردة في الاختبار:

وقام الباحث هنا بحساب المعاملات لمفردات هذا الاختبار من خلال المعادلات المخصصة لسهولة الاختبار وصعوبته كما حددها (البهي، ١٩٨٩:ص٤٥٢)، وقد وجد الباحث أن معاملات السهولة لمفردات الاختبار تراوحت ما بين (٠,٢٣ - ٠,٧٣) ومعاملات الصعوبة تراوحت بين (٠,٢٧ - ٠,٧٧)؛ وبذلك أصبح جميع مفردات الاختبار تقع داخل النطاق المحدد وأنها ليست شديدة السهولة وليست الصعوبة.

٤. تحديد الزمن اللازم للاختبار:

تم تحديد الزمن اللازم للاختبار، بعد التوصل الى الصورة النهائية للاختبار قام الباحث بتجربة استطلاعية على عينة من الطلاب بلغت ١٠ طلاب وذلك لحساب زمن الاختبار من خلال المعادلة التي اتفق عليها مجموعة من العلماء في الوصول إلى الزمن اللازم للاختبار ومنهم (Brown,1996:p2) وهي :

$$\text{الزمن الذي استغرقه أسرع طالب} + \frac{\text{الزمن الذي استغرقه أبطأ طالب}}{\text{زمن الاختبار}} =$$

ومن خلال النتيجة الاستطلاعية للاختبار تبين

$$٥٥ + ٦٠ = ٦٠ \text{ دقيقة}$$

وبالتالي حدد الباحث زمن الاختبار بزمن قدره ٦٠ دقيقة.

٥. تقدير درجات الاختبار:

قام الباحث برصد درجة واحدة للإجابة الصحيحة ، وصفر للإجابة الخاطئة وذلك لجميع مفردات الاختبار وبذلك تصبح الدرجة العظمى لاختبار الميثاق الأخلاقي للطلاب في قسم المكتبات والمعلومات محل الدراسة ٦٠ درجة وقد تم تصحيح الاختبار باستخدام مفتاح التصحيح المعد لهذا الغرض.

ثانياً: إجراءات الدراسة التجريبية:

١. تكافؤ عينة الدراسة:

على الرغم أن التوزيع العشوائي للعينة يضمن تكافؤ مجموعتي البحث إلا أنه زيادة في الحرص والسلامة الداخلية للبحث قام الباحث بإعتبار التقدير العام للطلاب في السنة السابقة (الثالثة) في نهاية عام ٢٠١٤/٢٠١٥م معياراً للتكافؤ بين المجموعتين التجريبية والضابطة ، وقد تراوح تقدير المجموعة التجريبية ما بين (٦٧%-٨٨%) ، بينما المجموعة الضابطة تراوحت ما بين (٦٥%-٧٦%) ، ويبين الجدول التالي نتائج اختبار "ت" لتكافؤ مجموعتي الدراسة بالنسبة للدرجات والتقدير الحاصل عليها الطلاب:

جدول رقم (٢) نتائج استخدام اختبار "ت" لتكافؤ مجموعتي الدراسة في التقدير والدرجات

المجموعة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	الدالة
الضابطة	٣٥	٧٣,٥	١١,٠٧	٠,٣٢٥	غير دالة عند ٠,٠٥
التجريبية	٣٧	٧١,٤	١٤,٧١		

تبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي التقديرات والدرجات بين طلاب المجموعة التجريبية ، والمجموعة الضابطة ، حيث بلغت قيمة "ت" ٠,٣٢٥ وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ ، مما يشير إلى تكافؤ المجموعتين التجريبية والضابطة في التقدير والدرجات خلال العام الماضي، مما يشير إلى تكافؤ المجموعتين دراسياً.

٢. التطبيق القبلي لأدوات البحث:

قام الباحث بالتطبيق القبلي للدراسة على ميثاق أخلاقيات المهنة على مجموعتي البحث التجريبية والضابطة يومى ٤/٥/٢٠١٦م ، وبعد أن انتهى الباحث من التطبيق القبلي ، وتصحيح ورصد درجات الطلاب محل الدراسة ، قام بالإستعانة بالحاسب الآلي مع حزمة برنامج SPSS ، وقام الباحث بحساب دلالة الفروق بين متوسطات الدرجات بين مجموعتي البحث في التطبيق القبلي باستخدام اختبار "ت" للفروق بين المتوسطات في اختبار رؤية الطلاب تجاه الميثاق الأخلاقي للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات ، ويوضح الجدول التالي نتائج التطبيق القبلي لاختبار الميثاق الأخلاقي.

جدول رقم (٣) المتوسط والانحراف المعياري وقيمة "ت" للفروق بين متوسطي درجات الطلاب في المجموعتين في التطبيق القبلي لاختبار الميثاق الأخلاقي ككل وفي عناصره الفرعية

الاختبار وعناصره الأربعة	المجموعة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	نوع الدلالة
الكفاءة المهنية والرقى بالمهنة	التجريبية	٣٧	٢,٥٣	١,١	٠,٩٢	غير دالة عند ٠.٠٥
	الضابطة	٣٥	٢,٢٤	١,٠٦		
المعلومات والملكية الفكرية	التجريبية	٣٧	١,٧	١,٢٣	٠,٣٦	غير دالة عند ٠.٠٥
	الضابطة	٣٥	١,٩٣	١,٣٥		
المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين	التجريبية	٣٧	٢,٠٥	١,٣	٠,٢٥	غير دالة عند ٠.٠٥
	الضابطة	٣٥	١,٩٤	١,١٥		
المسؤوليات المسلكية	التجريبية	٣٧	٢,١٦	١,١٩	٠,٨٧	غير دالة عند ٠.٠٥
	الضابطة	٣٥	١,٩٢	١,٢٢		
الدرجة الكلية	التجريبية	٣٧	٨,٤٣	١,٩٤	٠,٧٣	غير دالة عند ٠.٠٥
	الضابطة	٣٥	٨,٠٣	٢,٦٨		

يلاحظ من الجدول السابق أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الطلاب بين المجموعتين التجريبية والضابطة في التطبيق القبلي لاختبار الميثاق الأخلاقي ككل وعناصره الفرعية، مما يشير إلى تكافؤ المجموعتين في الميثاق الأخلاقي للمهنة .

٣. البدء في الدورات التدريبية لميثاق أخلاقيات المهنة:

قام الباحث بالبدء في الدورات التدريبية (البرنامج التدريبي) لميثاق أخلاقيات المهنة بعد الانتهاء من التطبيق القبلي لأدوات القياس، واستمرت الدورة التدريبية (البرنامج التدريبي)، ويحتوى البرنامج على ستة جلسات، وتتراوح زمن الجلسة بين ٤٥-٥٠ دقيقة أسبوعين (ثلاث جلسات كل أسبوع).

٤. التطبيق البعدي :

أعيد تطبيق اختبار الميثاق الأخلاقي على طلاب المجموعة التجريبية بعد الانتهاء من التجربة ، أمل المجموعة الضابطة فقد أعيد تطبيق هذا الاختبار عليهم بعد الانتهاء من البرنامج التدريبي مباشرة ، ثم قام الباحث برصد وتحليل البيانات واستخلاص النتائج :

ثالثاً: نتائج الدراسة التجريبية: من خلال مناقشتها وتفسيرها.

قام الباحث باستخدام التحليل الإحصائي للبيانات بالاستعانة بالحاسب الآلي مع حزمة (SPSS) للتحقق من صحة فروض الدراسة:

١. الفرض الأول:

"يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب المجموعتين التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي للاختبار وجميع عناصره (الكفاءة المهنية والرقى بالمهنة،

المعلومات والملكية الفكرية، المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين، المسؤوليات المسلكية) لصالح طلاب المجموعة التجريبية"

وللتحقق من صحة هذا الفرض، قام الباحث بحساب متوسطى درجات الطلاب في المجموعتين التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي للاختبار، والانحرافات المعيارية، وقيمة "ت" للفروق بين المتوسطين، وجاءت النتيجة كما يلي:

جدول رقم (٤) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيم "ت" للفروق بين متوسطي درجات طلاب المجموعتين في التطبيق البعدي لاختبار ميثاق أخلاقيات المهنة ككل وفي عناصره الفرعية

الاختبار وعناصره الأربعة	المجموعة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الكفاءة المهنية والرقى بالمهنة	التجريبية	٣٧	٥,٦٧	١,٠٧	٩,٨	دالة عند ٠,٠١
	الضابطة	٣٥	٢,٧٥	١,٢٥		
المعلومات والملكية الفكرية	التجريبية	٣٧	٥,٣٤	١,١٩	٨,٧٦	دالة عند ٠,٠١
	الضابطة	٣٥	٢,٦١	١,٣٥		
المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين	التجريبية	٣٧	٤,٨٤	١,٠٦	١١,٢٦	دالة عند ٠,٠١
	الضابطة	٣٥	١,٦٨	١,٢٧		
المسؤوليات المسلكية	التجريبية	٣٧	٥,٣٤	١,١٢	٩,٠٦	دالة عند ٠,٠١
	الضابطة	٣٥	٢,٤٥	١,٣٢		
الدرجة الكلية	التجريبية	٣٧	٢٣,٩٤	٣,٤٦	١٥,٦١	دالة عند ٠,٠١
	الضابطة	٣٥	٩,٤٩	٢,٧٣		

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى ٠,٠١ بين متوسطي درجات الطلاب في المجموعتين التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لاختبار الميثاق الأخلاقي، حيث بلغت قيمة "ت" في الاختبار ككل ما قيمته ١٥.٦١ وهذه القيمة توضح أن الفرق بين المجموعتين له دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ لصالح المجموعة التجريبية، وبالنسبة للعناصر الفرعية للميثاق جاءت كالتالي:

- جاء العنصر الأول للميثاق بعنوان الكفاءة المهنية والرقى بالمهنة فتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين متوسطي درجات الطلاب في المجموعتين التجريبية والضابطة حيث بلغت قيمة "ت" ٩,٨ وهذا يوضح أن هناك فرق ذو دلالة إحصائية لصالح المجموعة التجريبية.
- جاء العنصر الثاني للميثاق بعنوان المعلومات والملكية الفكرية فتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين متوسطي درجات الطلاب في المجموعتين التجريبية والضابطة حيث بلغت قيمة "ت" ٩,٠٦ وهذا يوضح أن هناك فرق ذو دلالة إحصائية لصالح المجموعة التجريبية، مما يثبت صحة الفرض الأول.
- جاء العنصر الثالث للميثاق بعنوان المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين فتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين متوسطي درجات الطلاب في المجموعتين التجريبية والضابطة حيث بلغت قيمة "ت" ١١,٢٦ وهذا يوضح أن هناك فرق ذو دلالة إحصائية لصالح المجموعة التجريبية.

- جاء العنصر الرابع للميثاق بعنوان **المسؤوليات المسلكية** فتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين متوسطي درجات الطلاب في المجموعتين التجريبية والضابطة حيث بلغت قيمة "ت" ١١,٢٦ وهذا يوضح أن هناك فرق ذو دلالة إحصائية لصالح المجموعة التجريبية.

٢. الفرض الثاني:

" يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب المجموعة التجريبية قبل وبعد تطبيق البرنامج على جميع عناصر الميثاق الأخلاقي للمهنة (الكفاءة المهنية والرقى بالمهنة، المعلومات والملكية الفكرية ، المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين، المسؤوليات المسلكية) لصالح التطبيق البعدي"

وللتحقق من صحة هذا الفرض ، قام الباحث بحساب متوسطي درجات الطلاب في المجموعتين التجريبية والضابطة في التطبيقين القبلي والبعدي لاختبار ميثاق الأخلاق، والانحرافات المعيارية، وقيمة "ت" للفروق بين المتوسطين، وجاءت النتيجة كما يلي:

جدول رقم (٥) المتوسط والانحراف المعياري وقيم "ت" للفروق بين متوسطي درجات الطلاب بالمجموعة التجريبية في التطبيقين القبلي والبعدي لاختبار حل ميثاق أخلاقيات المهنة ككل وفي عناصره الفرعية

الاختبار وعناصره الأربعة	المجموعة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الكفاءة المهنية والرقى بالمهنة	القبلي	٣٧	٢,٥	١,٢	٩,٨	دالة عند ٠,٠١
	البعدي	٣٥	٦,٦٧	١,٠٧		
المعلومات والملكية الفكرية	القبلي	٣٧	١,٧٦	١,١٧	١٣,٤٧	دالة عند ٠,٠١
	البعدي	٣٥	٥,٤٣	١,١٨		
المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين	القبلي	٣٧	٢,١١	١,١١	١١,٣٣	دالة عند ٠,٠١
	البعدي	٣٥	٤,٦٨	١,٠٣		
المسؤوليات المسلكية	القبلي	٣٧	٢,١٦	١,٦٧	١٢,٠٤	دالة عند ٠,٠١
	البعدي	٣٥	٥,٤٧	١,١٢		
الدرجة الكلية	القبلي	٣٧	٢٢,٢٥	١,٩٤	١٨,٨٥	دالة عند ٠,٠١
	البعدي	٣٥	٩,٤٩	٣,٣٧		

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين متوسطي درجات الطلاب في المجموعة التجريبية في التطبيقين لبقلي والبعدي رختبار الميثاق الأخلاقي، وذلك في الاختبار ككل حيث بلغت قيمة "ت" المحسوبة ١٨,٨٥ وهذا يوضح أن هناك فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ لصالح التطبيق البعدي، وبالنسبة للعناصر الفرعية للميثاق جاءت كالتالي:

- جاء العنصر الأول للميثاق بعنوان **الكفاءة المهنية والرقى بالمهنة** فتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين متوسطي درجات الطلاب في المجموعة التجريبية في التطبيقين القبلي والبعدي حيث بلغت قيمة "ت" ٩,٨ وهذا يوضح أن هناك فرق ذو دلالة إحصائية لصالح التطبيق البعدي .

- جاء العنصر الثاني للميثاق بعنوان **المعلومات والملكية الفكرية** فتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين متوسطي درجات الطلاب في المجموعة التجريبية في

التطبيقات القبلية والبعدي حيث بلغت قيمة "ت" ١٣,٤٧ وهذا يوضح أن هناك فرق ذو دلالة إحصائية لصالح التطبيق البعدي.

- جاء العنصر الثالث للميثاق بعنوان **المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين** فتمت وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين متوسطي درجات الطلاب في المجموعة التجريبية في التطبيقين القبلية والبعدي حيث بلغت قيمة "ت" ١١,٣٣ وهذا يوضح أن هناك فرق ذو دلالة إحصائية لصالح التطبيق البعدي.

- جاء العنصر الرابع للميثاق بعنوان **المسؤوليات السلوكية** فتمت وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين متوسطي درجات الطلاب في المجموعة التجريبية في التطبيقين القبلية والبعدي حيث بلغت قيمة "ت" ١٢,٠٤ وهذا يوضح أن هناك فرق ذو دلالة إحصائية لصالح التطبيق البعدي، مما يثبت صحة الفرض الثاني للدراسة.

٣. الفرض الثالث :

" هناك حجم تأثير كبير للبرنامج المقترح في تنمية مفاهيم ميثاق أخلاقيات المهنة ككل وفي (كل عنصر من عناصر الميثاق الفرعية على حدة)"

وللتأكد من صحة هذا الفرض الثالث ولكي تكتمل الصورة بالنسبة بالبرنامج التدريبي المقترح قام الباحث بحساب حجم التأثير **Effect Size** ؛ حيث إن مفهوم حجم التأثير جاء ليكمل مفهوم الدلالة الإحصائية للنتائج، حيث قام الباحث بتحويل قيمة "ت" للفارق بين متوسطي درجات الطلاب في المجموعتين التجريبية والضابطة في اختبار الميثاق الأخلاقي البعدي إلى مربع إيتا (η^2) وتحويلها إلى d والتي تعطي قيمتها مؤشراً لحجم التأثير، وهناك جدول مرجعي لمعرفة حجم التأثير (منصور، رشدي فام، ١٩٩٧: ص ٥٩) ؛ (Rosenthal, 1991) كما هو موضح فيما يلي:

جدول رقم (٦) يوضح الجدول المرجعي لحجم التأثير

d	Effect Size		
	Small	Medium	Large
	0.2	0.5	0.8

وبناءً على ذلك تم حساب حجم تأثير المتغير المستقل (البرنامج التدريبي) على الميثاق الأخلاقي للمهنة، ويوضح الجدول التالي مايلي:

جدول رقم (٧) حجم تأثير البرنامج التدريبي المقترح

حجم التأثير	d	η^2	df	"ت"	المتغير التابع	المتغير المستقل
كبير	٤,٩٨	١٣,٤٦	٢٩	١٣,٤٦	الكفاءة المهنية والرقى بالمهنة	برنامج مقترح لرؤية طلاب قسم المكتبات والمعلومات
كبير	٤,٢١	١١,٣٣	٢٩	١١,٣٣	المعلومات والملكية الفكرية	
كبير	٤,٤٧	١٢,٠٤	٢٩	١٢,٠٤	المسؤوليات تجاه المجتمع والمستفيدين	

المتغير المستقل	المتغير التابع	"ت"	df	η^2	d	حجم التأثير
	المسؤوليات المسلكية	١٠,٩١	٢٩	١٠,٩١	٤,٠٧	كبير
	اختبار ميثاق أخلاقيات المهنة (الدرجة الكلية)	١٨,٨٥	٢٩	١٨,٨٥	٨	كبير

ويتضح لنا من الجدول السابق:

وجود حجم تأثير كبير لاختبار البرنامج التدريبي المقترح لرؤية الطلاب عن الميثاق الأخلاقي ككل حيث بلغت قيمة d (٨) ، كما حصلت العناصر الفرعية للاختبار على حجم تأثير كبير فقد بلغت قيم d للعناصر الفرعية على "٤,٩٨، ٤,٤٧، ٤,٠٧، ٤,٢١" وهى قيم أكبر من القيمة المرجعية (٠,٨) ، وهذا يدل على وجود أثر قوي للبرنامج التدريبي المقترح على رؤية الطلاب تجاه الميثاق الاخلاقي للمكتبات والمعلومات الصادر عن الاتحاد الدولي للمكتبات والمعلومات (اعلم).

مما سبق فقد تحقق صحة فروض الدراسة، مما يدل على الأثر الإيجابي الذى أحدثه برنامج الميثاق الأخلاقي للطلاب محل الدراسة، ويرى الباحث أن تلك النتيجة تعزى إلى الأسباب التالية:

١. يوفر البرنامج التدريبي المقترح مناخاً تعليمياً يتسم بالسهولة، وتوصيل المعلومة؛ مما يجعل معرفة الطلاب لميثاق أخلاقيات المهنة الصادر من الاتحاد العربي للمكتبات (اعلم) ذات أهمية، ومما يثير اهتمام الطلاب ومشاعرهم ويجذب اهتمامهم نحو ميثاق أخلاقيات المهنة.
٢. حرص الطلاب على معرفة هذا الموضوع (أخلاقيات المهنة) المتعلق بالعمل فى المكتبات ومؤسسات المعلومات؛ وخاصة أنه لا توجد مادة دراسية تحمل نفس المسمى يقوم الطلاب بدراستها خلال فترة دراستهم بالقسم .
٣. اهتمام الطلاب بهذا الميثاق الاخلاقي للمهنة لأنه أول ميثاق للمهنة يصدر فى الوطن العربي من اتحاد المكتبات والمعلومات، ويناسب التطبيق فى المكتبات ومؤسسات المعلومات العربية.
٤. التدعيم والتشجيع الذي ظل خلال فترة البرنامج التدريبي والذي مثل تغذية راجعه ذات أثر إيجابي فى تنمية الخلفية العلمية للطلاب عن الميثاق الأخلاقي للمهنة.
٥. توفير خبرات بديلة من خلال رؤية الطلاب لبعضهن البعض فى أداء الأنشطة بنجاح.
٦. إكساب الطلاب مهارات التواصل الفعال والمشاركة مع زملائهم، واكتساب العديد من القيم والأخلاق التى ساعدت على سهولة توصيل المادة العلمية.
٧. تعتبر دراسة موضوع اخلاقيات المهنة من الموضوعات التى يميل الطلاب لدراستها، ويتابعونها بشغف واهتمام وحين يقدم الموضوع بشكل متعمق مستكماً جميع أركانه؛ فإن ذلك يؤدي إلى فهم كامل للطلاب لجميع جوانب الموضوع ، وذلك للطبيعة البشرية لمعرفة السلوك الأخلاقي الذى يجب أن ينتهجه أخصائيو المكتبات فى عملهم.

التوصيات:

- في ضوء نتائج الدراسة يوصي الباحث بما يأتي:
١. ضرورة توفير مقرر أو منهج دراسي لطلاب تخصص المكتبات والمعلومات بالجامعات لكي يتمكن الطلاب من الإلمام بأخلاقيات المهنة.
٢. ضرورة الاستفادة من محتوى البرنامج التدريبي الذي أعده الباحث في تعليم الطلاب ميثاق أخلاقيات المهنة في كل أقسام المكتبات والمعلومات.
٣. تطبيق ميثاق أخلاقيات المهنة الصادر عن الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات في جميع المكتبات ومؤسسات المعلومات، وذلك لأنها تتناسب مع هذه المكتبات.
٤. أن يزود أعضاء هيئة التدريس الطلبة بالقوة الحسنة والمثل الأعلى لطلابه، وأن يقدم لطلابه النصح والإرشاد والتوجيه التي يمكن تنعكس على سلوك الطلاب.
٥. ضرورة التعرف على آراء ومشاركة الطلاب في تخصص المكتبات والمعلومات عند وضع المواثيق الأخلاقية وذلك بإعتبارهم أخصائيو المستقبل وعلى اعتبار بأنهم عنصر فاعل في العملية المكتبية.

المراجع:

أولاً : المراجع العربية:

١. ابن منظور، محمد مكرم (٢٠٠٣). لسان العرب ، مج٧، دار الحديث ، القاهرة.
٢. بدر، أحمد (١٩٨٥). المدخل إلى علم المعلومات والمكتبات. الرياض: دار المريخ. ص. ٦٤.
٣. البشري، قدرية محمد (٢٠١١). أخلاقيات مهنة التعليم ، ط١، عمان، دار الخليج.
٤. بطاح، أحمد (٢٠٠٦). قضايا معاصرة في الإدارة التربوية، عمان، دار الشروق، الأردن.
٥. حشوة، بطرس (١٩٩٦). اخلاقيات المهنة للمكتبيين .رسالة المكتبة -الاردن، مج٣١، ع ٢، ١٩-٢٤.
٦. خليل، نجلاء محمود و محجوب، حسناء محمود (٢٠٠٤). أخلاقيات مهنة المكتبات والمعلومات .عالم المعلومات والمكتبات والنشر -مصر، مج ٦، ع ١، ٣٥٠-٣٥٧.
٧. الزاحي، سميرة (٢٠١٥). ميثاق أخلاقيات المهنة للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات: خطوة لتوثيق أخلاقيات المهنة المكتبية في الدول العربية في ضوء المواثيق العالمية Cybrarians Journal ، ع ٣٩، ٢٩-٣٩.
٨. سلامة، حبيب (١٩٦٥). أضواء: أخلاقيات المهنة .عالم المكتبات - مصر، مج ٧، ع ٣، ٣-٤.
٩. سليمان، سناء محمد (٢٠٠٩). مناهج البحث العلمي في التربية و علم النفس ومهاراته الأساسية، عالم الكتاب، القاهرة.
١٠. السيد، عبد النبي السيد (٢٠٠٤). البرامج التربوية لطفل ما قبل المدرسة المتخلف عقلياً و القابل للتعلم .خطوة - مصر، ع ٢٦، ١٠-٢٥.

١١. الشائع، عبد الله محمد و العمران، حمد (٢٠٠٦). ميثاق أخلاقيات اختصاصي المكتبات والمعلومات. المعلوماتية -السعودية، ع ١٥، ٢٤-٢٨.
١٢. الطراونة، تحسين (٢٠١٢). الفلسفة الأخلاقية وعلم القيادة وتطبيقاتها في قيادة فرق العمل الأمنية، ط١، مركز الدراسات والبحوث بجامعة الأمير نايف الأمنية.
١٣. طشطوش، رامي و المزاهرة، رانية عيسى (٢٠١٢). درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم في ضوء بعض المتغيرات. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية - شؤون البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية - غزة - فلسطين، مج ٢٠، ع ٢٤، ٥٨١-٦٢٣.
١٤. العساف، صالح. (٢٠٠٦). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية ، الرياض : مكتبة العبيكان
١٥. عبد الهادي ، محمد فتحي (٢٠٠٣). البحث العلمي ومناهجه في علم المكتبات والمعلومات، ط١، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
١٦. عبد الهادي، محمد فتحي (٢٠٠٠). أخلاقيات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات -مصر، مج ٧، ع ١٤، ٣٣-٤٠.
١٧. عبدالهادي، محمد فتحي (٢٠١٣). نحو مواثيق لأخلاقيات المكتبات والمعلومات في البلاد العربية. أعمال المؤتمر الإقليمي الأول للاتحاد الدولي لجمعيات و مؤسسات المكتبات -الإفلا- في المنطقة العربية - دور الجمعيات والمكتبات الوطنية في دعم حرية إتاحة المعلومات في ظل قوانين حقوق الملكية الفكرية - قطر،الاتحاد الدولي للجمعيات ومؤسسات المكتبات - الإفلا - والاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات ووزارة والتراث القطرية، ٧١ - ٩٠.
١٨. عدس، عبدالرحمن، وآخرون (٢٠٠٥م). البحث العلمي: مفهومه، أدواته، أساليبه. الطبعة الثالثة. الرياض: دار أسامة للنشر والتوزيع.
١٩. عطية، هاني محي الدين (٢٠٠٠). نحو دستور أخلاقي لأخصائيي المكتبات والمعلومات في الوطن العربي. عالم المعلومات والمكتبات والنشر -مصر، مج ١، ع ٢، ٦٩-١١١.
٢٠. عطية، هاني محي الدين (٢٠٠٧). تجربة في أخلاقيات المعلومات: دراسة استطلاعية لرؤية طلاب علم المعلومات. مجلة المكتبات والمعلومات العربية -السعودية، س ٢٧، ع ٣، ٥-٣٠.
٢١. القبلان، نجاح قبلان (٢٠٠٢). أخلاقيات المكتبة والمعلومات ومكانتها من وجهة نظر العاملين في مكتبة الملك فهد الوطنية. دراسات عربية في المكتبات وعلم المعلومات -مصر، مج ٧، ع ١، ٩-٥٧.
٢٢. لبنان، هند بنت على و الديبان، موزي بنت إبراهيم (٢٠١٠). أخلاقيات مهنة المكتبات والمعلومات: دراسة من وجهة نظر العاملين في المكتبات الأكاديمية في مدينة الرياض. دراسات عربية في المكتبات وعلم المعلومات -مصر، مج ١٥، ع ١، ٦٣-١٠١.
٢٣. نجلاء، محمود خليل(٢٠٠٨). منهج مقترح للأخلاقيات المهنية في مجال المكتبات وعلاقته مع المناهج التي تدرس بأقسام المكتبات والمعلومات - شبين الكوم، ٢٠٠٨ أطروحة دكتوراه - جامعة المنوفية.
٢٤. الهلالي، محمد مجاهد (١٩٩٥). الاخلاقيات المهنية للعاملين في مؤسسات المعلومات . مجلة المكتبات والمعلومات العربية -السعودية، س ١٥، ع ٢، ٩٧-١١١.

٢٥. الهلالي، محمد مجاهد و الصقري، محمد بن ناصر (٢٠١١). الأخلاقيات المهنية في مؤسسات المعلومات العمانية – العربية ٣٠٠٠- ص ١١، ع ٤٥، أكتوبر، ١٢٦-١٥٧.
٢٦. الهلالي، محمد مجاهد و الصقري، محمد ناصر (١٩٩٩). أخلاقيات التعامل مع شبكة المعلومات العالمية الانترنت. المؤتمر التاسع للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (الاستراتيجية العربية الموحدة للمعلومات في عصر الانترنت ودراسات أخرى) - سوريا، تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم والاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، ٤٥٣ - ٤٦١.
٢٧. همشري، عمر (١٩٩٨). أخلاقيات مهنة المكتبات والمعلومات لدى العاملين في مكتبة الجامعة الأردنية من وجهة نظر الطلبة. دراسات - العلوم التربوية -الأردن، مج ٢٥، ع ٢، ٣٦٥-٣٨٢.
٢٨. الهوش، أبو بكر (٢٠٠١). نحو ميثاق أخلاقي لمهنة المعلومات في الوطن العربي. وقائع المؤتمر العربي الثاني عشر للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (المكتبات العربية في مطلع الألفية الثالثة) - الامارات، مج ٢، الشارقة: الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات وجامعة الشارقة، ١١٧ - ١٤٤.
٢٩. ياغي، محمد عبد الفتاح (٢٠١٢). الأخلاقيات في الإدارة، ط١، عمان، دار وائل للنشر.

ثانياً المراجع الأجنبية:

1. Adejumo, F. E., & Oye, P. O. (2015). A critical examination of the Librarians Registration Council of Nigeria Code of Ethics in the Light of International best practices in Library and Information Science Professions. Library Philosophy and Practice, 1-28.
2. Baker, S. L. (1992). Needed: An ethical code for library administrators. Journal of Library Administration, 16(4), 1-17.
3. Bolton, C. K. (1992). The ethics of librarianship: a proposal for a revised code. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 138-146.
4. Carbo, T. Almango, s. (2001). Information ethics: The duty, privilege and challenge of educating information professionals. ILLINOIS, 49(3), 510-518.
5. Case, B., & Xu, Y. (1994). Access to special collections in the humanities: who's guarding the gates and why?. The Reference Librarian, 22(47), 129-146.
6. Dika, A., & Hamiti, M. (2011). Challenges of implementing the ethics through the use of information technologies in the university. Procedia- Social and Behavioral Sciences, 15, 1110-1114.
7. Dutta, N. (2015). Identifying values of special library professionals of India with reference to the JOCLAI Code of Ethics. Library Management, 36(1/2), 142-156.
8. Fallis, D. (2007). Information ethics for twenty-first century library professionals. Library Hi Tech, 25(1), 23-36.
9. Fallis, D. (2007). Information ethics for twenty-first century library professionals. Library Hi Tech, 25(1), 23-36.

10. Ferguson, S., Thornley, C., & Gibb, F. (2016). Beyond codes of ethics: how library and information professionals navigate ethical dilemmas in a complex and dynamic information environment. *International Journal of Information Management*, 36(4), 543-556.
11. Garnar, M. (2015). Ethics today: are our principles still relevant?. *Knowledge Quest*, 44(1), 36.
12. Goode, W. J. (1961). The librarian: from occupation to profession. *The Library Quarterly: Information, Community, Policy*, 31(4), 306-320.
13. Hardy, G. J., & Robinson, J. S. (1990). Reference services to students: a crucible for ethical inquiry. *RQ*, 82-87.
14. Hauptman, R. (1988). *Ethical challenges in librarianship*. Oryx Press.
15. Heim, K. M. (1991). *Human resources management: Ethics in personnel*. Allerton Park Institute (31st: 1989).
16. Iacovino, L. (2002). Ethical principles and information professionals: theory, practice and education. *Australian Academic & Research Libraries*, 33(2), 57-74.
17. Igbeka, J. U., & Okoroma, F. N. (2013). Awareness and practice of professional ethics amongst librarians in Nigeria. *Educational Research and Reviews*, 8(15), 1270.
18. Igbeka, J. U., & Okoroma, F. N. (2013). Awareness and practice of professional ethics amongst librarians in Nigeria. *Educational Research and Reviews*, 8(15), 1270.
19. Jansen, L. M., & Jansen, L. M. (1993). Welcome or not, here they come: Unaffiliated users of academic libraries. *Reference Services Review*, 21(1), 7-14.
20. Koehler, W. (2003). Professional Values and Ethics as Defined by "The LIS Discipline". *Journal of Education for Library and Information Science*, 99-119.
21. Lindsey, J. A. (1985). *Professional ethics and librarians*. Oryx Press.
22. Martha Boaz, Code of Ethics, professional in : *Encyclopedia of Library and information Science*, Allen Kent and Harold Lancour(eds), New York: Marcel Dekker, Inc., vol.5, 1971, p.249.
23. Plummer, M. W. (1903). The pros and cons of training for librarianship, *pub.lib*, 8MAY, 1903, P.208.
24. Rosenthal, R. (1991). *Meta-analytic procedures for social research* (Vol. 6). Sage.
25. Rubin, R., & Froehlich, T. J. (2010). Ethical aspects of library and information science. In *Encyclopedia of library and information sciences*, 1743-1757.
26. Rubin, R., & Froehlich, T. J. (2010). Ethical aspects of library and information science. In *Encyclopedia of library and information sciences* (pp. 1743-1757).

27. Seaman, S. (1994). Confidentiality of Patron Records in Electronic Library Circulation Systems.
28. Stichler, R. N. (1992). Reforming ALA's Code of Ethics. American Libraries, 23(1), 40-44.
29. Strife, M. L. (1994). Special libraries and diversity: Ethical considerations. The Reference Librarian, 21(45-46), 213-219.
30. Woods, L. B., & Hogan, D. R. (1989). Thrusting Greatness upon Us: Librarians Rising to Meet the Challenge of Censorship. Public Libraries, 28(4), 236-40.
31. Woods, L. B., & Hogan, D. R. (1989). Thrusting Greatness upon Us: Librarians Rising to Meet the Challenge of Censorship. Public Libraries, 28(4), 236-40.
32. Yalçın, Y., & Gençbüyük, H. (2015). Libraries in the light of the concepts of administrative ethics and organizational justice: Libraries in Izmir. Journal of Balkan Libraries Union, 3(2), 21
33. Ying, Z. E. N. G. (2015). On the Analysis of Library Information Ethics and the Standard Construction in the Era of Big Data. Studies in Literature and Language, 11(4), 25-28.

التخزين السحابي للبيانات وأمن المعلومات " دراسة تقييمية"

اعداد

د/ ممدوح علي محمود

مدرس المكتبات والمعلومات

كلية الآداب- جامعة سوهاج

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على التخزين السحابي للبيانات وأمن المعلومات من حيث مفهومه وأهميته ومميزاته وعيوبه، والتحديات التي تواجهه وكيفية الاستفادة منه في مجال المكتبات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في دراسة الموضوع، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج من أهمها: إمكانية الاستفادة من التخزين السحابي في جميع المؤسسات وخاصة المكتبات ، ويعد التخزين السحابي أحد أركان الحوسبة السحابية، كما أنه يقلل من نفقات الاستخدام بالنسبة للأفراد والمؤسسات، ويوفر الوقت والجهد في الحصول على البيانات والمعلومات من أي مكان في العالم دون التقيد بأجهزة محددة، وأوصت الدراسة بضرورة زيادة البحث الأكاديمي في مجال التخزين السحابي؛ لأن هذا المجال لازال بكراً، كما أوصت بضرورة تأمين البيانات أثناء التخزين السحابي، وتفعيل خدمة التخزين السحابي في جميع المؤسسات لما يتمتع به من مميزات.

الكلمات المفتاحية:

التخزين السحابي – الحوسبة السحابية – أمن المعلومات

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة:

لقد زاد حجم البيانات والمعلومات بنسبة كبيرة جداً في هذا العصر؛ نتيجة للتقدم العلمي والتطور التكنولوجي، وأصبحت عنصرًا هامًا و مؤثرًا في مختلف جوانب الحياة، وبالتالي بات من الضروري وجود نظم وآليات تتيح لنا التعامل مع هذه البيانات والمعلومات من حيث : التخزين و الاسترجاع، الحذف والإضافة، وتبادلها بين الأشخاص، ومع ظهور مفهوم السحابة Cloud بات بإمكان كل شخص أو مؤسسة امتلاك قدرة الوصول والتعامل والتحكم بمعلوماته الرقمية الخاصة والمهمة في أي وقت، وفي أي مكان، وبشكل آمن. وذلك بواسطة التخزين السحابي، الذي يعد من القضايا الساخنة في الوقت الحالي؛ لما يقدمه من حلول وتحديات في تخزين البيانات، كما يعد التخزين الآمن للبيانات التحدي الحقيقي الذي يواجه الأفراد والمؤسسات، مما يتطلب من مقدمي الخدمة توفير تأمين قوي للبيانات المخزنة.

لذا تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على التخزين السحابي للبيانات وأمن المعلومات، ومعرفة مميزاته وعيوبه، والتحديات التي تواجهه ومدى الاستفادة منه في مجال المكتبات.

1-1- مشكلة الدراسة:

يعد التخزين السحابي من أحدث تقنيات المعلومات، حيث يؤدي دورًا كبيرًا وفعلاً على المستوى الشخصي والمؤسسي في حفظ البيانات واسترجاعها، حيث يخفف من التكلفة على المؤسسات والأفراد، وكذلك عدم الحاجة إلى إدارة تلك التقنيات، بالإضافة إلى الوصول للبيانات من أي مكان في العالم دون الارتباط بأجهزة معينة، وبشكل آمن، ومن هنا تبدا مشكلة الدراسة التي نحاول من خلالها إلقاء الضوء على التخزين السحابي للبيانات وأمن المعلومات، وتقييم هذا الموضوع، من هذا المنطلق

يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: ما هو التخزين السحابي للبيانات ؟ وما هي عيوبه ومميزاته؟ وما التحديات التي تواجهه وكيفية الاستفادة منه في مجال المكتبات.

2-1- أهداف الدراسة:

هناك هدف رئيس للدراسة وهو دراسة التخزين السحابي للبيانات وأمن المعلومات ، وينتق منه أهداف فرعية أهمها:

- التعرف على مفهوم الحوسبة السحابية والتخزين السحابي والعلاقة بينهما.
- التعرف على مميزات التخزين السحابي وعيوبه وخدماته.
- التعرف على نماذج للإفادة من التخزين السحابي في مجال المكتبات.
- الإشارة إلى أسباب تطبيق المكتبات للتخزين السحابي.
- التعرف على التحديات التي تواجه التخزين السحابي.
- التعرف على أمن المعلومات في التخزين السحابي والتحديات التي تواجهه.

3-1- أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من النقاط التالية:

- ندرة الدراسات العربية في مجال التخزين السحابي للبيانات وأمن المعلومات.
- يعد التخزين السحابي من التقنيات الحديثة التي تحتاج إلى دراسة.
- الحاجة لدراسة التخزين السحابي، وأهميته ومميزاته وعيوبه، ومدى الاستفادة منه في مجال المكتبات.

4-1- تساؤلات الدراسة:

يحاول الباحث من خلال الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما المقصود بالحوسبة السحابية والتخزين السحابي والعلاقة بينهما ؟
- ما الايجابيات والسلبيات للتخزين السحابي؟
- هل استفادت المكتبات بالفعل من تطبيقات التخزين السحابي؟
- هل توجد نماذج من المكتبات استفادت من خدمة التخزين السحابي؟
- ما التحديات التي تواجه التخزين السحابي؟
- ما المقصود بأمن المعلومات؟ وما التحديات الأمنية التي تواجه التخزين السحابي؟

5-1- منهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على أساس تحديد خصائص الظاهرة، ووصف طبيعتها ، ونوعية العلاقة بين متغيراتها وأسبابها واتجاهاتها، بناءً على ذلك تم حصر الدراسات التي تناولت موضوع التخزين السحابي للبيانات وأمن المعلومات، ومن ثم تقييم هذه التقنية وكيفية الاستفادة منها في المؤسسات والمكتبات.

6-1- مصطلحات الدراسة:**التخزين السحابي: Cloud storage**

هو نموذج للتخزين على شبكة الإنترنت حيث يتم تخزين البيانات على خوادم ظاهرية متعددة، بدلاً من الاستضافة على خادم محدد، وتقدم من قبل طرف ثالث. وتقوم كبرى شركات الاستضافة التي تمتلك مراكز بيانات متقدمة بتأجير مساحات تخزين سحابية لعملائها بما يتواءم مع احتياجاتهم. (الموسوعة الحرة، 2015)، (التلواتي، 2014).

الحوسبة السحابية: Cloud Computing

يعرفها المركز القومي للمعايير والتكنولوجيا NIST بأنها نموذج لتوفير وصول مناسب بصفة مستمرة وفي أي وقت إلى الشبكة لمشاركة مجموعة كبيرة من مصادر الحوسبة، والتي يمكن نشرها وتوفيرها بدون مجهود أو تفاعل مع موفري الخدمة، ونموذج الحوسبة السحابية له خمسة خصائص أساسية، وثلاث نماذج للخدمة، وأربع نماذج للانتشار والتطبيق. (NIST، 2015)

أمن المعلومات: Information Security

هو العلم الذي يعمل على توفير الحماية للمعلومات من المخاطر التي تهددها أو الاعتداء عليها، وذلك من خلال توفير الأدوات والوسائل اللازمة لتوفيرها لحماية المعلومات من المخاطر الداخلية أو الخارجية. وهو المعايير والإجراءات المتخذة لمنع وصول المعلومات إلى أيدي أشخاص غير مخولين عبر الاتصالات ولضمان أصالة وصحة هذه الاتصالات. (الموسوعة الحرة، 2015)

7-1- الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على أدبيات موضوع الدراسة في المصادر التقليدية والإلكترونية، ومن خلال البحث في قواعد البيانات التالية: (LISA) ومستخلصات الرسائل الدولية (DAI) ومركز معلومات المصادر التربوية (ERIC) تبين ندرة الدراسات العربية في هذا الموضوع، ولكن معظم الدراسات تناولت الحوسبة السحابية من زوايا مختلفة، إضافة إلى قلة في الدراسات الأجنبية في هذا الموضوع، ونعرض لأهم الدراسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

أولاً: الدراسات العربية:

دراسة (البيسيوني، ٢٠١٥) بعنوان: "برمجيات الحوسبة السحابية ودورها في تطوير خدمات المعلومات: دراسة تطبيقية على مواقع التخزين السحابي بالإنترنت" هدفت الدراسة إلى حصر وتحليل مواقع التخزين السحابي المتاحة على الإنترنت، وتوزيعها نوعياً وجغرافياً وزمنياً وحسب الإتاحة، وبيان إمكاناتها وفتاتها المختلفة، وخصائصها والسمات المميزة بها وذلك من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى تحديد ثلاث فئات رئيسية من تلك المواقع، مثلت مواقع رفع الملفات ٣٩.٦%، بينما بلغت نسبة مواقع استضافة الملفات ٣١.٥%، وبلغت نسبة مواقع النسخ الاحتياطي ٢٨.٩%، وأظهرت النتائج أن جميع مواقع رفع الملفات موضوع الدراسة تسمح للمستفيد برفع الملفات الموجودة بجهازه الشخصي، أو وسائط التخزين الملحقة به، بينما حرصت ٢٧% منها على إتاحة رفع ملفات منشورة بالفعل على الإنترنت ولها عنوان URL خاص بها، وأن ٢٣.٤% من إجمالي مواقع استضافة الملفات تسمح بإنشاء الملفات وتحريرها من خلال اعتمادها على محررات خاصة.

دراسة (الكشكي، 2014) بعنوان: "التخزين الآمن للبيانات على الحوسبة السحابية" هدفت الدراسة إلى التعرف على الحوسبة السحابية وخصائصها وأنواعها، ومدى أهميتها في التخزين الآمن للمكتبات

ومؤسسات المعلومات، وتحديد أهم القضايا والتهديدات الأمنية للبيانات المخزنة على الحوسبة السحابية، ثم مناقشة عملية الحماية الأمنية للبيانات المخزنة على الحوسبة السحابية، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج من أهمها أنه يوجد اتجاه عالمي نحو استخدام الحوسبة السحابية في المؤسسات، وتعد النواحي التأمينية في الحوسبة السحابية الجانب الأضعف في هذه التقنية، وتوصلت إلى عدد من التوصيات منها: حث صانعي السياسات والهيئات على مواكبة أحدث التطورات التقنية والاجتماعية في الحوسبة السحابية.

دراسة (أحمد، 2013) هدفت الدراسة إلى حصر مكونات الحوسبة السحابية ودراسة إيجابياتها وسلبياتها، مع دراسة العلاقة بين الحوسبة السحابية والمصدر المفتوح، ثم تحليل بعض نظم الحوسبة السحابية مفتوحة المصدر مع عقد مقارنة بينها للوقوف على جوانب الاتفاق والاختلاف، واستخدمت الدراسة لتحقيق أهدافها ثلاثة مناهج: المنهج التاريخي للوصف والتسجيل، ثم منهج تحليل النظم لدراسة نظم الحوسبة السحابية مفتوحة المصدر، ثم المنهج المقارن للمقارنة بين نظم الحوسبة السحابية مفتوحة المصدر، وتوصلت إلى نتائج من أبرزها: أن نظام Eucalyptus يوفر منصة برامج سحب واسعة الانتشار لمنظمات تكنولوجيا المعلومات، وأوصت الدراسة بالبحث في مجال الحوسبة السحابية لأنه مازال بكرة.

دراسة (معوض، 2012) بعنوان الحوسبة السحابية وتطبيقاتها في بيئة المكتبات، هدفت الدراسة إلى التعرف على الحوسبة السحابية وكيفية استخدام الحوسبة السحابية من قبل المكتبات ومزايا وعيوب هذا التطبيق، وتوصلت الدراسة إلى أن المكتبات لديها الفرصة لتحسين خدماتها عن طريق استخدام هذه التقنية، وأوصت الدراسة بأن تكون المكتبات خالية من إدارة التكنولوجيا حتى تتمكن من التركيز على بناء المقتنيات وتحسين الخدمات.

دراسة (أبوسعدة، ٢٠١٢) هدفت إلى رصد مظاهر الحوسبة السحابية بمكتبات مصر العامة، وتحديد أنسب نماذج الحوسبة للتطبيق في المكتبات، وتحليل معوقات تنفيذها، وسبل التغلب عليها، وأظهرت الدراسة مجموعة من الخدمات العامة والخاصة بالمكتبات التي يمكن تقديمها من خلال الحوسبة السحابية، وعرضت الدراسة لبعض تجارب الدول العربية في مجال الحوسبة السحابية، وأوصت بضرورة تفعيل دور الجمعيات والاتحادات المهنية والفهرس العربي الموحد في تبني الحوسبة السحابية والعمل على نشرها.

دراسة (خفاجة، 2010) بعنوان: الحوسبة السحابية وتطبيقاتها في مجال المكتبات، هدفت الدراسة إلى التعرف على الحوسبة السحابية، وكذلك نماذج تطبيقاتها سواء في مجال المكتبات، أو لمستخدمي الانترنت بشكل عام، وتوصلت إلى عدد من النتائج منها: أن تقنيات الحوسبة السحابية مفيدة جداً للمكتبات في توفير النفقات وإتاحة خدمات جديدة.

ثانيًا: الدراسات الأجنبية:

دراسة (Han, Y. , 2015) بعنوان التخزين السحابي والحفظ الرقمي: الاستخدامات المثالية للآمازون S3 وهدفت الدراسة إلى تحليل التكاليف ومعرفة تكلفة نقل البيانات، ونماذج استرجاع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة بأن التخزين السحابي مفيد جداً في الحفظ الرقمي. وبينت أن له جاذبية من حيث التكاليف والنسخ الاحتياطي والتدرجية والموثوقية، وأوصى الباحث بوضع استراتيجيات لتقليل التكاليف، ويعتقد أن التخزين السحابي يستحق النظر فيه بجدية.

دراسة (Bhisikar, P., & Sahu, A., 2013) بعنوان: أمن البيانات وتخزينها على الحوسبة السحابية، حيث تناولت تأمين طرق نقل البيانات بين المستخدمين والخوادم، وناقشت بالتفصيل تأمين البيانات، وطرحته التحديات الأمنية الجديدة غير المتداولة بين المتخصصين، وتكشف هذه الدراسة الحواجز التي تحول دون تأمين البيانات وكيفية علاجها، وتوصلت الدراسة إلى اقتراح مخطط موزع يتسم بالمرونة والفاعلية لتأمين البيانات المخزنة وبيانات المستخدمين.

دراسة (Han, Y., 2013) بعنوان: خدمات الحوسبة السحابية للمكتبات والتخزين السحابي: هدفت إلى التعرف على الاستخدامات الحالية للحوسبة السحابية في مجال المكتبات، ومعالجة الفجوة التي تم تحديدها في دمج التخزين السحابي في مستوى IAAS، وقدمت لمحة عن استخدامات الحوسبة السحابية في المكتبات، كما ناقشت المستويات الثلاثة للحوسبة السحابية، ووضحت كيفية استخدامها في المكتبات طبقاً لهذه المستويات، كما ناقشت مميزات وعيوب الحوسبة السحابية، وأظهرت النتائج أن خدمات الحوسبة السحابية تتغير بسرعة وفقاً للعوامل والظروف التي تمر بها تقنيات الحوسبة.

دراسة (Bansode, S. Y., & Pujar, S. M., 2012) بعنوان: الحوسبة السحابية والمكتبات: هدفت إلى إعطاء لمحة عن الحوسبة السحابية: المزايا والعيوب ومجالات استخدامها في المكتبات وكيفية تعامل الموظفين معها. وكيفية الاستفادة منها من خلال مستوياتها الثلاثة، وأظهرت النتائج أن استخدام الحوسبة السحابية في المكتبات يؤدي إلى زيادة إنتاجية موظفي المكتبات، وسرعة تقديم خدمات المعلومات، وسهولة الحصول عليها وأوصت الدراسة بضرورة دراسة الحوسبة السحابية بشكل أوسع، والاستفادة منها في جميع المؤسسات لما تتمتع به من مزايا عديدة.

التعليق على الدراسات السابقة:

من الملاحظ أنه توجد عديد من الدراسات التي تناولت تطبيق الحوسبة السحابية في مجالات متعددة مثل: إدارة الأعمال، الطب، مجال البنوك والمال، مجال التعليم والجامعات، ولكن الباحث استعرض الدراسات في مجال المكتبات والمعلومات، وبناءً على ذلك تم عرض الدراسات السابقة، ويلاحظ الباحث على الدراسات السابقة ما يلي:

1. كثرة الدراسات التي تناولت الحوسبة السحابية وتطبيقاتها في مجالات متعددة، ونادرة الدراسات التي تناولت التخزين السحابي في مجال المكتبات وأمن المعلومات.
2. اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في التالي:

ناقشت الدراسة الحالية التخزين السحابي: مميزات وعيوبه والتحديات التي تواجهه، وأمن المعلومات وكيفية الاستفادة منه في مجال المكتبات، أما معظم الدراسات السابقة ناقشت الحوسبة السحابية التي يعد التخزين السحابي أحد أركانها.

ثانياً: الإطار النظري للدراسة والتقييم:

قبل أن تتعمق الدراسة في مفهوم التخزين السحابي لا بد أن نعرض على مفهوم الحوسبة السحابية، حيث تعد الحوسبة السحابية من التقنيات المهمة في البيئة الرقمية، وأحد أهم الموضوعات المطروحة على الساحة الآن، والتي يتم فيها تقديم المصادر الحاسوبية، ويمكن للمستخدمين الوصول إليها عن طريق شبكة الإنترنت، وإنه بالإمكان الاستفادة منها وبشكل كبير في جميع القطاعات، وخاصة في قطاع المكتبات والمعلومات.

فالحوسبة السحابية سلاطة جديدة من الخدمات المقدمة عبر الإنترنت (Bansode, S. Y., & Pujar, S. M, 2012)، وهي واحدة من التقنيات الاستراتيجية التي تتطور بسرعة وجذبت عديداً من المؤسسات والأفراد. (Kaliyamurthie, K. P, 2013). ولقد ذكر "Joshi" بأن الحوسبة السحابية تنذر بتغييراً كبيراً في كيفية تخزين المعلومات، وتشغيل التطبيقات بدلاً من تشغيل البرامج والبيانات عن طريق الأفراد، وتتيح لك الوصول إلى المستندات من أي مكان في العالم. (Joshi, M., & Moudgil, Y. S , 2011).

وتعتمد البنية التحتية للحوسبة السحابية على مراكز البيانات التي تقدم مساحات تخزين كبيرة للمستخدمين، كما أنها توفر لهم بعض البرامج الخدمية، وتعتمد في ذلك على الامكانيات التي وفرتها تقنيات ويب 2.0 (أحمد، 2013:ص21)

ويرى الباحث أن الحوسبة السحابية من أهم القضايا التي تحتاج إلى دراسة للاستفادة منها في جميع المؤسسات في الوقت الحالي.

تعريف الحوسبة السحابية:

الكثير منا يستخدم الخدمات السحابية دون أن يعي ذلك. مثال على ذلك استخدامنا خدمات البريد الإلكتروني مثل: Gmail، أو مستندات جوجل Google documents وغيرها من خدمات التخزين. فالحوسبة السحابية (Cloud computing) مصطلح يشير إلى المصادر والأنظمة الحاسوبية المتوفرة تحت الطلب عبر الشبكة، والتي تستطيع توفير عدد من الخدمات الحاسوبية المتكاملة دون التقيد بالموارد المحلية، بهدف التيسير على المستخدم، وتشمل تلك الموارد مساحة لتخزين البيانات والنسخ الاحتياطي والمزامنة الذاتية، كما تشمل قدرات معالجة برمجية وجدولة للمهام، ودفع البريد الإلكتروني، والطباعة عن بعد، ويستطيع المستخدم عند اتصاله بالشبكة التحكم في هذه الموارد عن طريق واجهة برمجية بسيطة تُبَسِّطُ وتتجاهل الكثير من التفاصيل والعمليات الداخلية. (الموسوعة الحرة: 2015م)

ويعرفها "Mavodza" بأنها عبارة عن تقديم الخدمات الإلكترونية مستضافة عبر شبكة الانترنت دون القلق من ملكية وإدارة موارد الشبكة والتطبيقات بعيداً عن الأجهزة الخاصة، ويمكن الوصول إلى المعلومات والبيانات المخزنة من أي مكان في العالم وفي أي وقت. (Mavodza, J, 2013)

ويعرفها "زروقي" بأنها تكنولوجيا تعتمد على نقل المعالجة ومساحة التخزين الخاصة بالحاسوب إلى ما يسمى السحابة، وهي أجهزة خوادم يتم الوصول إليها عن طريق الانترنت؛ لتتحول البرامج من منتجات إلى خدمات، ويتاح للمستخدمين الوصول إليها عبر الإنترنت دون الحاجة إلى امتلاك المعرفة والخبرة والتحكم بالعتاد. (زروقي: 2011م)

وهي استخدام لخدمات الانترنت؛ لتلبية احتياجات الحوسبة والتي قد تشمل استخدام تطبيقات البرمجيات وتخزين البيانات والوصول إلى حوسبة الاعلانات عن طريق استخدام منصة لبناء التطبيقات. (معوض، 2012)

وهي نقلة نوعية في التطبيقات التي تتم من خلال السيرفرات، حيث يصل العميل إلى بياناته من خلال متصفح الويب.. (Ateniese, G & Venturi, D, 2012)

وعرفتها "corrado" بأنها بيانات المكتبة والخدمات المصنفة خلف جدران المكتبة والتي يمكن الوصول إليها عبر الانترنت، وتعد المصادر الإلكترونية والبرمجيات التي تستخدم في المكتبات كلها مستضافة على السحابة (corrado, 2012).

ويرى الباحث أنه لا يوجد تعريف محدد أو اتفاق محدد على مفهوم الحوسبة السحابية فقد ظهرت تعريفات متعددة كما سبق ذكره.

الحوسبة السحابية والمكتبات:

تساعد الحوسبة السحابية المكتبات في الابتعاد عن امتلاك وتشغيل الخوادم والسيرفرات، وكذلك عدم التقيد بالبنية التحتية التكنولوجية (Marshall,Breeding,2012).

وتكتسب شعبيتها ليس فقط في المكتبات، ولكن أيضاً في غيرها من الصناعات على مر السنين، واستمرت الشركات المقدمة لها في تحسين بنيتها التحتية لتعزيز الخدمات القائمة، وفي نفس الوقت تقديم خدمات جديدة تتناول كل جانب من جوانب الحوسبة، على سبيل المثال: Map Reduce للأبحاث Hadoop، الذي صدر في عام 2009، ويدعم مجموعات البيانات الكبيرة والتطبيقات كثيفة البيانات الموزعة. أمازون Gov Cloud، وعرض في أغسطس 2011م، تم تصميمه خصيصاً للسماح للوكالات الحكومية الأميركية باستخدام التخزين السحابي للبيانات الحساسة، وفي أغسطس 2012م أعلنت أمازون تقديم خدمة أرشيف منخفضة التكلفة ضمن خدمات التخزين السحابي S3 (Han, Y,2013).

وقد ذكر "الآن سوايا" Alain Sawaya مدير عام شركة "سيسكو" Cisco الرائدة في مجال الحوسبة السحابية خلال الندوة التي نظمتها شركة عُمان للبيانات الرقمية في يناير الماضي قائلاً: "إن الحديث عن مصطلح "السحابة" كالحديث عن خدمات التخزين السحابي، والموسيقى السحابية، والتطبيقات السحابية، بل حتى أنظمة التشغيل السحابية، وسواء على أجهزة الحاسوب أو الحواسيب اللوحية أو الهواتف الذكية، يجعلك تشعر بأن "السحابة" تلاحقك في كل مكان، إن كان لديك حساب بريد إلكتروني على جيميل، أو ياهو أو هونتايل فأنت تُعد عملياً أحد مستخدمي الخدمات السحابية؛ لأنك تستفيد من الخدمة المقدمة لك على طبق من ذهب، دون أن تكتثرت لما خلف هذه الخدمة من آلاف المخدمات والتوصيلات والبرمجيات، والمهندسين الذين يتأكدون من أن كل هذا العتاد يعمل بالشكل الصحيح." (حاك:2013)

وتتندر الحوسبة السحابية بتغيير كبير في كيفية تخزين المعلومات وتشغيل التطبيقات بدلاً من استخدام البرامج على سطح المكتب للأجهزة الخاصة، فالحوسبة تحرر المستخدم من حدود سطح المكتب (jiyi Wu,2010) ويذكر "Casas" أن النظم القائمة على السحاب تكتسب شعبية هائلة بسبب عدد المنافع الموعودة منها: سهولة الاستخدام من حيث الانتشار والإدارة والصيانة والمرونة اللازمة لإنشاء خدمات جديدة. (Casas, P., & Schatz, R., 2014).

ويرى الباحث أنه لا يمكن الاستغناء عن التخزين السحابي، سواء على المستوى الشخصي، أو في جميع المؤسسات وخاصة المكتبات؛ لما يقدمه التخزين السحابي من فوائد متعددة لجميع الأطراف.

أنواع الحوسبة السحابية:

ذكر الكشكي (2014) أنه يمكن تقسيم الحوسبة السحابية من حيث نوع الخدمة إلى أربعة أنواع أساسية كالتالي:

- الحوسبة السحابية الخاصة (Private Cloud Computing).
- الحوسبة السحابية العامة (Public Cloud Computing).
- الحوسبة السحابية بالموبايل أو المشغل (Mobile Cloud Computing).
- الحوسبة السحابية الهجين (Hybrid Cloud Computing).

نماذج الخدمة للحوسبة السحابية: Services Models

لقد ذكر أبو سعدة (2013) أنه توجد ثلاثة نماذج للخدمة تمثل هرم من ثلاث طبقات، ويقلب الهرم طبقاً لمورد الخدمة أو المستفيد كالتالي:

1- البرمجيات كخدمة: Software/ storage as a service SaaS

تمثل هذه الخدمة قمة الهرم بالنسبة لمقدم الخدمة وقاعدة الهرم بالنسبة للمستخدم، وهي استضافة البرمجيات وتشغيلها من أجهزة المورد، ويقوم المورد بتوفير وسائط لتخزين البيانات، ومن أمثلة ذلك موقع: Slideshare, 4sharel، والبريد الإلكتروني.

2- المنصات كخدمة: platform as a Services paas

تمثل هذه الخدمة المنطقة الوسطى من الهرم، والمستخدم لديه الأجهزة ووسيلة الاتصال بالشركة مورد الخدمة، والتطبيقات تكون مثبتة على أجهزة المستخدم من الخدمة، ومن أمثلة ذلك: تطبيقات شركة جوجل: Google Apple، وتطبيقات مايكروسوفت.

3- البنية التحتية كخدمة: Infrastructure as a Service IaaS

تمثل هذه الخدمة رأس الهرم بالنسبة لمتلقي الخدمة، ولكنها قاعدة الهرم بالنسبة لمورد الخدمة، حيث تشتمل على تقديم المكونات المادية كأجهزة الخادم Server ووسائط التخزين والاتصال والبرمجيات والتطبيقات، ووسائل تأمين البيانات ويكون إدارة ما سبق، ويكون الاعتماد الأكبر على موارد الشركة المقدمة للخدمة أي أن المستخدم مستخدم فقط.

ومن أمثلة ذلك: نموذج IaaS خدمات أمازون Amazon web Services، حيث يستضيف مواقع الإنترنت، ويقدم لها الخدمات حسب طلب المستخدم سواء تخزين البيانات أو خدمات تفاعلية وإعداد النسخ الاحتياطية Backup وتأمين التعاملات على الموقع، ويتمشى هذا كثيراً مع المكتبات الرقمية، وهذا النموذج من الخدمة يفيد المكتبات الرقمية التي تحتاج إلى مساحات تخزين كبيرة للمحتوى الرقمي، ولا تستطيع توفيره بالشراء أو إدارته فنياً، وهذا النموذج مناسب للمكتبات التي تخدم جمهور عريض.

التخزين السحابي:

يعد التخزين السحابي من أبرز الخدمات التي تقدمها شركات الإنترنت في الفترة الحالية، وهو الشيء الذي لم يكن بالإمكان تخيله واقعاً؛ نظراً لكثير من العوائق التقنية والمادية المختلفة، وأصبح الآن بمقدور كل شخص أن يمتلك قدرة الوصول، والتعامل والتحكم بملفاته الرقمية الخاصة والمهمة في أي وقت، ومن أي مكان عبر عديد من المنصات المختلفة، من خلال الاتصال بالشبكة العالمية والاشتراك في خدمات التخزين السحابي.

ولقد ظهر مصطلح التخزين السحابي عام 1962م، لكنه بدأ في الانتشار على الإنترنت مؤخراً، بسبب الخدمات والفوائد التي يحصل عليها المستخدمون من الأفراد والمؤسسات، بيد أن تطبيقات الحوسبة السحابية لم تظهر بشكل فعلي إلا في بدايات عام 2000م عندما قامت شركة مايكروسوفت بتوسيع مفهوم استخدام البرمجيات من خلال شبكة الويب تبعثها بعد ذلك العديد من الشركات، غير أن أكثر الشركات التي قدمت دوراً مهماً في مجال الحوسبة السحابية هي شركة جوجل التي قامت بإطلاق العديد من الخدمات التي تعتمد على هذه التقنية (خفاجة، 2010).

هل التخزين السحابي هو الحوسبة السحابية؟

يعد التخزين السحابي أحد أساسيات الحوسبة السحابية، الفكرة أن حوسبة السحاب تقدم خدمات يمكن إستخدامها بشكل مباشر عبر الإنترنت دون الحاجة بشكل أساسي إلى تطبيقات أو أجهزة أو أنظمة محلية عند المستخدم، هذه الخدمات أي كان نوعها ينتج عنها بيانات والتي يتم تخزينها على السحاب؛ لذلك يعد التخزين أحد أساسيات الحوسبة السحابية. (Hard isk). (الحامدي:2015)

فالتخزين السحابي جزء أساسي من الحوسبة السحابية، حيث يتم توفير بيئة التخزين السحابي من قبل سيرفرات معدة من الشركات التي تقدم الخدمة، وهي مسؤولة عنها مسؤولية كاملة من حيث الإدارة والصيانة، ويتم بناء التخزين السحابي على بيئة الحوسبة السحابية (Kaliyamurthie, K. P, 2013)

كما يعد من أهم الخدمات التي تقدمها الحوسبة السحابية من خلال استضافة البيانات على السحابة، والتي قد يلحقها بعض المخاطر. (Yang, K., & Jia, X, 2014)

تعريف التخزين السحابي:

يعد التخزين السحابي ثورة حفظ البيانات والمعلومات على الانترنت، وهو بمثابة البنية التحتية للحوسبة السحابية. (Jiyi Wu, 2010) وهو واحد من العديد من الخدمات التي تقدمها الحوسبة السحابية. (Singh, J., & Jha, A, 2014)؛ لذلك فهو خدمة من خلالها يمكن للمستخدم الاستعانة بمصادر خارجية لتخزين البيانات الخاصة به. (Kaliyamurthie, K, 2013)

التخزين السحابي (Cloud Storage) هو التسمية التي تشير إلى تخزين البيانات على الإنترنت عوضاً عن تخزينها على قرص صلب على جهاز الحاسوب. (سايبير أرب: 2013)

وهو عملية تخزين المعلومات والبيانات على شبكة الإنترنت، حيث تخزن البيانات في مساحات معينة على خوادم عديد من الشركات التي تقدم مثل هذه الخدمة؛ لتكون بديلاً وحلاً لأسلوب التخزين التقليدي في الأقراص الصلبة الخاصة بالأجهزة الشخصية. (الحمود، 2015)

مميزات التخزين السحابي:

لقد ورد في المصادر التالية: (الموسوعة الحرة: 2015) (التلواتي، 2014)، (مدونة كيف، 2014)، (يحي: 2012) أنه يوجد عديد من المزايا الأخرى للتخزين السحابي غير خدمة تخزين الملفات أهمها: التالي:

- الدفع مقابل مساحة التخزين فقط.
- تخفيض التكاليف الخاصة بعتاد الشركات.
- تقليل من تكاليف صيانة البيانات، كالنسخ الاحتياطي.
- مرونة عالية في المساحة المشتركة بالزيادة أو النقص.
- سهولة إدارة الملفات والبيانات عبر تطبيقات متاحة على عدة أنظمة ومنها الهواتف النقالة.
- إمكانية استخدامها في ميدان التعليم بتكلفة صغيرة أو بشكل مجاني (الفصول الافتراضية).
- مشاركة الملفات: حجم الرسالة الإلكترونية لا يمكن أن يتجاوز MB25 وهذا يمثل مشكلة في إرسال ملفات كبيرة لهذا يمكنك رفع هذه الملفات على مواقع التخزين السحابي ثم إرسالها عبر البريد الإلكتروني.
- مزامنة الملفات: عندما ترفع ملف أو تعدله يمكن أن تصل إليه من أي جهاز كمبيوتر أو لوحي أو نقال تستخدمه.

- أخذ نسخة إضافية من الملفات والبيانات: إذا كانت لديك ملفات أو بيانات مهمة فالأفضل أن تقوم بعمل نسخة احتياطية عليها في حالة سرقة أو تعطل جهاز الكمبيوتر الخاص بك، أو بالعمل وأشهر الشركات التي تقدم هذه الخدمات هي Mozy و Carbonite
- حفظ و مشاركة الصور: جميعنا لدينا صور مهمة نرغب بالاحتفاظ بها، ويعد موقع flickr أشهر موقع يقدم خدمة تخزين و مشاركة الصور مع الأصدقاء أو مع بعض أو جميع الأشخاص.
- الوصول إلى جميع تطبيقاتك وخدماتك من أي مكان و في أي زمان عبر الإنترنت؛ لأن المعلومات ليست مخزنة على قرصك الصلب، بل على سيرفيرات الشركة المقدمة للخدمة.
- ضمان عمل الخدمة بشكل دائم، حيث تلتزم الشركة المقدمة لخدمة التخزين السحابي بالتأكد من أن الخدمة تعمل على مدار الساعة بأفضل شكل ممكن.
- يجعلك تسترجع البيانات من أي موقع في العالم وتستطيع التعديل فيها. (Notess,G,R,2012)

سلبيات التخزين السحابي :

- ذكر الترتوري(2014)وزروقي(2011) مجموعة من سلبيات التخزين السحابي تمثلت في التالي:
- **انقطاع الإنترنت:** يؤثر انقطاع الإنترنت على إمكانية العمل، لكن الشركات بدأت تتدارك هذا، وبفضل بعض تقنيات HTML وجافا سكربت الحديثة بات بالإمكان بناء تطبيقات ويب يمكن أن تعمل دون اتصال بالإنترنت، ثم القيام بالمزامنة لدى عودة الاتصال، لكن ما زلنا بحاجة إلى المزيد من الوقت كي تتطور هذه التطبيقات والتقنيات بشكل أكبر.
- **مخاوف أمنية :** من اختراق الخدمة أو بيع الشركة المستضيفة للبيانات، فالضمان الوحيد لذلك هو اللجوء إلى الشركات الكبيرة الموثوقة و ذات السمعة الجيدة في هذا المجال.
- معظم التطبيقات السحابية لم تصل بعد إلى مستوى تطبيقات سطح المكتب التقليدية، فمثلاً لم تصل تطبيقات تحرير الصور عبر الويب إلى مستويات تصاهي برنامج فوتوشوب التقليدي، ولم تصل أدوات تحرير المستندات عبر الويب إلى مستوى مايكروسوفت أوفيس، لكنها تقترب منها تدريجياً مع مرور السنوات.
- مشكلة حماية حقوق الملكية الفكرية التي تثير مخاوف المستخدمين، فلا يوجد ضمانات بعدم انتهاك هذه الحقوق.
- مشكلة أمن وخصوصية المعلومات فبعض المستخدمين يتخوفون من احتمالية اطلاع الآخرين علي معلوماتهم الخاصة.

ويرى الباحث أنه بالرغم من السلبيات التي ذكرت حول التخزين السحابي، إلا أنه حل مشكلات كثيرة متمثلة في الوصول إلى المعلومات وتخزينها، إلا أن درجة الأمان لازالت تحتاج إلى دراسة من جانب الشركات المتخصصة.

خدمات التخزين السحابي:

تعد خدمات التخزين السحابي Cloud Storage التوجه الحديث لعملية تخزين المعلومات والبيانات وحفظها على الشبكة، حيث تخزن البيانات في مساحات معينة على خوادم افتراضية للعديد من الشركات التي تقدم مثل هذه الخدمات، وبذلك تكون بديلاً لأسلوب التخزين التقليدي في الأقراص الصلبة وذاكرة الـ USB والفلاش وغيرها من وسائط التخزين، وتوجد نوعان من خدمات التخزين السحابي: واحدة مجانية

وأخرى يمكن استخدامها مقابل دفع مبلغ مالي دفعة واحدة، أو بشكل شهري أو سنوي، وهذه أمثلة للتخزين السحابي :

- خدمات تخزين سحابي ك (دروب-بوكس أو بوكس) يستطيع الطالب حفظ ملاحظاته و المواد المرئية و المسموعة لإسترجاعها وقتما يريد .
- خدمات المستندات السحابية ك (جوجل درايف) لتحرير المستندات و التقارير و الواجبات و مشاركتها .
- خدمات حفظ الملاحظات السحابية ك (ايفرنوت) لحفظ الملاحظات أثناء قراءة المحتوى التعليمي.
- خدمات العمل الإجتماعي لعمل واجبات أو تقارير أو أبحاث
- خدمات تحرير بحثية ك (مندلي)
- خدمات عمل الخرائط الذهنية ك (مايندميستر) (الأفل، ٢٠١٣)

ويرى الباحث أن هذه الخدمات تخدم جمهور كبير من الطلاب، لذلك ينبغي الاستفادة منها على أكبر مستوى. وخاصة في الجامعات والمدارس متمثلة في المكتبات بعد توفير الانترنت .

كيفية الاستفادة من خدمات التخزين السحابي:

للاستفادة من تلك الخدمات يتطلب الأمر فقط التسجيل فيها للحصول على مساحة مجانية للتخزين ومشاركة الملفات من خلالها والقيام بمهام أخرى، وفي حالة الحصول على مساحة أكبر، فإن تلك الخدمات تقبل ذلك بشرط الدفع شهرياً أو سنوياً؛ للحصول على المساحة المطلوبة.

ويرى الباحث أن وسائل حفظ المعلومات التقليدية (هارديسك، فلاش، سي دي) معرضة للتلف، والضياع، والسرقة، أو فقد المعلومات منها. كما أنها تظل محصورة في مكانها، قد تحتاج لمعلومة، أو صورة وثيقة، أو ملف... الخ وأنت في مكان بعيد عن جهازك، لا تستطيع الوصول إليها، إلا عن طريق التخزين السحابي.

أفضل خدمات التخزين السحابي:

تعد أفضل خدمات التخزين السحابي هي التي تعتمد سياسة تشفير الملفات و البيانات، و هو ما لا يسمح لأي أحد غير صاحبها الاطلاع عليها ، حتى الدعم الفني لتلك الخدمات لن يكون بإمكانه التوصل إلى طبيعة الملفات ومحتوياتها التي قمت بتخزينها هناك(أفشكو، 2013).

وإن كفاءة البيانات ودقتها وأمنها والحفاظ على خصوصيتها أهم ما يميز الشركات التي تقدم خدمة التخزين السحابي.(Yang, K., & Jia, X, 2014)

واجبات مزود خدمة التخزين السحابي:

ورد في الموسوعة الحرة (2015) أن بعض المتخصصين ذكر مجموعة من واجبات مزود خدمة التخزين السحابي تمثلت في التالي:

• حماية البيانات:

حماية البيانات data protection هي أن تكون البيانات محمية و مفصولة و مصانة عن الاختلاط بين المستخدمين، ويجب أن يتم التخزين بشكل آمن، وأن تكون البيانات قادرة على التحرك بشكل آمن من موقع إلى آخر، ومشفرة وفق أفضل تقنيات التشفير.

• الفصل بين الواجبات:

يجب الفصل الصحيح و الكامل بين الواجبات و الوظائف (segregation of duties) حتى يضمن أن خدمات المراقبة و الرصد والتدقيق يجب الفصل بينهم، وتطبيق نظام متكامل؛ لضمان عدم تسرب البيانات.

• إدارة الهوية:

توفير إدارة الهوية و التحكم بالدخول للمصادر المعلوماتية وموارد الخدمة، وفقاً لاحتياجات المستخدم على أن تقبل هذه الأنظمة التكامل وقابلية الدمج والتطوير مع أنظمة إدارة الهوية (Identity management) الخاصة بالمستخدم سواء أكانت تقليدية أو أنظمة مقدمة من مزود آخر للخدمة فيما يعرف بعملية الاتحاد (federation services).

• الأمن المادي (أمن الأجهزة والمعدات)

مزود الخدمة يجب أن يضمن أن الأجهزة و المعدات آمنة بشكل كافٍ، ولا يمكن الوصول إليها بأي شكل من الأشكال، ومفيدة بنظام دخول متكامل، وموثق للرجوع إليه عند الحاجة.

• التوافرية:

مزود الخدمة يضمن أن المستخدمين سوف يحصلون على توافرية للخدمات أو بصورة أخرى قابلية الوصول إلى البيانات والأنظمة والتطبيقات الخاصة بهم بشكل منتظم.

• أمن التطبيقات والأنظمة:

مزود الخدمة لا بد أن يضمن أمن وسلامة التطبيقات و الأنظمة المقدمة ضمن الخدمة من خلال تنفيذ الاختبارات وتطبيق السياسات والإجراءات و نظم الحماية متعددة الطبقات.

• السرية:

مزود الخدمة لا بد أن يضمن السرية التامة لمخدم البيانات بكل أنواعها، وعدم السماح بالوصول لها إلا للأشخاص المخولين من قبل المستخدم.

ويرى الباحث أن سرية البيانات وسلامتها من أخطر القضايا التي تهدد مالكي البيانات، والتي تحتاج إلى حلول سريعة من قبل الشركات المقدمة لخدمة التخزين السحابي، لأنه على قدر سرية البيانات والحفاظ عليها وعدم تهديدها يكون الاقبال على خدمة التخزين السحابي من قبل الأفراد والمؤسسات.

وقد أكدت بعض الدراسات أن معدل نقل البيانات وكذلك سرعة استرجاعها وسهولة استخدامها هي حاسمة لمجموع تكاليف التخزين السحابي. (Han, Y., 2015)

■ ما هي أفضل الشركات المقدمة للتخزين السحابي؟

ذكر "Notess, G. R, 2012" أن من أفضل الشركات التي تقدم خدمة التخزين السحابي هي التي تسمح لك بالتالي:

- توفر ملف النسخ الاحتياطي.
- التزامن.
- الوصول للبيانات من خلال أجهزة متعددة.

- تعديل البيانات من خلال أجهزة متعددة.
- مشاركة الملفات مع الجميع.
- تبادل الملفات المحمية بكلمات مرور.
- تقاسم المجلد بين الموظفين.
- الحد الأقصى لمساحة التخزين.
- خدمة جميع وظائف المؤسسة.

نماذج للإفادة من التخزين السحابي في مجال المكتبات:

لقد أصبحت المكتبات واحدة من أهم المؤسسات التي تستخدم التخزين السحابي لتلبية احتياجات المستخدمين؛ لذا وجب عليها معرفة التطورات التي تطرأ على هذه الخدمة بصفة مستمرة. (Mavodza,2013)

فمع تطور التقنيات المتاحة من خلال شبكة الويب بظهور الويب 2,0، والويب 3,0 والزيادة المطردة في سرعات الانترنت المتاحة للمستخدمين اتجهت عديد من المؤسسات إلى إتاحة تطبيقاتها للاستخدام من خلال شبكة الانترنت فيما يعرف باسم الحوسبة السحابية (Cloud computing)، ولم تكن المكتبات بعيدة عن الاستفادة من تلك التقنيات فاتجهت بعض المكتبات إلى الاشتراك في مشاريع الحوسبة التي أتاحت من خلال بعض المؤسسات التي تخصص خدماتها للمكتبات مثل مشروع Dura Cloud.

ويرى الخبراء أن المكتبات قد استفادت بالفعل من تطبيقات التخزين السحابي ربما حتى قبل انتشار هذا المفهوم لدي مستخدمي الحاسب الآلي والانترنت، فالكثير من المكتبات تعتمد على برامج مثبتة علي خوادم بعيدة؛ للقيام بكافة العمليات المكتبية من فهرسة وتصنيف وتقديم الخدمات للمستخدمين بدون الحاجة لوجود تلك البرامج علي الحاسبات الموجودة في المكتبة(خفاجة،2010).

وتقدم الحوسبة السحابية حلاً جديداً لتخزين الكتب والمقالات في المكتبات من خلال توزيع مستودعات صغيرة في أماكن مختلفة لإنشاء نسخ احتياطية للمصادر القيمة للمكتبة، ويمنح طريقة التخزين للمستخدمين فرصة للوصول إلى محتوى المكتبة من أي مكان افتراضياً.

الخدمات التي يمكن أن يقدمها التخزين السحابي للمكتبات مع بعض التجارب:

:Dura Cloud

هي خدمة استضافة تركز بشكل رئيس علي تقديم خدماتها للمكتبات، وتستخدم حاسبات أو سيرفرات بعيدة خاصة بها؛ لتقديم خدمات محلية للمكتبات المشتركة بالخدمة، مما يوفر علي تلك المكتبات مصاريف صيانة الأجهزة الخاصة بها، وتركز هذه الخدمة علي تقديم خدمات حفظ المجموعات الرقمية والوصول إليها ولا تقتصر علي ذلك فقط، بل أيضاً تتيح إمكانية مشاركة المجموعات التاريخية والإنسانية والعلمية المهمة مع المكتبات الأخرى، ويوجد عديد من المكتبات التي تعتمد علي هذه الخدمة لعل أشهرها :-

- (Biodiversity Heritage Library) وهي مكتبة رقمية خاصة بالدوريات والمجلات التاريخية في التنوع البيولوجي.
- (New York Public Library) مكتبة نيويورك العامة وهي من أكبر المكتبات في الولايات المتحدة التي تقدم خدماتها للجميع بدون مقابل.

خدمة إعارة الكتب الإلكترونية من مكتبة سحابة 3M:

تم تقديم خدمة إعارة الكتاب الإلكتروني من مكتبة سحابة ثري إم 3M cloud Library لأول مرة عام 2011م، وتوفر مكتبة سحابة 3m المحتوى الرقمي والأجهزة في المكتبة جنباً إلى جنب مع تطبيقات الإعارة والقراءة.(معوض،2012).

- تعد شركة over Drive من أكثر مزودي الكتب الإلكترونية المعروفة عالمياً مع المكتبات العامة والإلكترونية.
- تقدم إدارة Mendeley إدارة الاستشهاد المرجعي من خلال متصفح الانترنت من خلال تحميل البرنامج على الجهاز.
- تتيح شركة sirsi Dynix تطبيق بوك ماين النقال Book Myne Mobile لمستفيدي المكتبة للوصول إلى ما يحتاجونه من مصادر معلومات من خلال جوالاتهم، حيث يتم استخدام البرنامج من خلال الجوال.
- تمثل بعض شركات نظم المكتبات الآلية مثل: Sirsi Dynix حلاً شاملاً لتخفيف عبء الضغوط، حيث توفر الرعاية الشاملة المدارة بأسلوب من النهاية إلى النهاية لجميع أنواع المكتبات وأحجامها، وتشتمل هذه الخدمة على كل ما تحتاجه المكتبة لتزويد المستفيد بأحدث خدمات المكتبة التي يحتاجونها مثل: نظم رصد الأمن بصورة منتظمة ومصححة باستخدام أحدث نظم أمن واستقرار نظم التشغيل(معوض،2012)
- يشار إلى المصطلح Saas على أنه اختصار للتعبير عن المصطلح Storage as a service أي التخزين كخدمة، ويصف هذا المصطلح نمط التخزين حيث تقوم المؤسسات بتأجير مساحة للتخزين من طرف ثالث مزود لهذه الخدمة، ونقل البيانات من العميل إلى مزود الخدمة عن طريق الانترنت، ويمكن للعميل بعد ذلك الوصول إلى البيانات باستخدام برامج مقدمة من قبل الشركة المستضيفة.(معوض،2012).
- تستخدم عدد من المكتبات برنامج Google Analytics.
- الفهرس العربي الموحد يسعى لضم تسجيلات الانتاج الفكري العربي؛ ليقدم خدمة للمجتمع موفراً فيها الوقت والجهد وتحقيق المعيارية والتوحيد.
- فهرس اتحاد المكتبات الجامعية المصرية الذي يضم معظم المكتبات الجامعية في مكان واحد وبنظام آلي للمكتبات ، ويتم ادخال البيانات الببليوجرافية لكل مكتبة في أي كلية من أي جامعة من مكانها دون المسؤولية عن بيئة التشغيل في التخزين السحابي.

بعض خدمات المكتبات في Saas :

- الخدمات المرجعية، خدمة ارشاد القراء.
- برمجيات عقد المؤتمرات عبر الويب: Skype.
- النشر عبر الويب.
- بريد ياهو، Gmail.
- مشاركة الوثائق في المكتبات.
- برامج إدارة الاقتباس.
- مكتبة الكتاب الإلكتروني ebrary(معوض،2012)

أسباب تطبيق التخزين السحابي في المكتبات:

ذكر (أبو سعدة، 2012م) مجموعة من النقاط التي تدعو المكتبات إلى تطبيق التخزين السحابي بها منها:

- إمكانية استخدام نظام آلي معياري يتم الوصول إليه عبر شبكة الإنترنت.
- عدم إقبال المتخصصين للعمل بالمكتبات لتدني الأجور.
- الحفاظ على بيانات المكتبة الببليوغرافية، وكذلك بيانات المستفيدين.
- تقديم خدمات سريعة وذو جودة عالية.
- مواكبة التكنولوجيا واستخدام أحدث التقنيات.
- توفير الموارد والأجهزة مع دفع تكاليف الاستخدام فقط.
- التحديث المستمر لموارد تقنيات المعلومات.
- اختيار الشركة الموردة للخدمة حسب احتياجات المكتبة ورؤيتها.
- توفير تكاليف البنية التحتية بما يصل إلى 30%.

ويرى الباحث أن من فوائد استخدام المكتبات للتخزين السحابي الآتي: تواجد جمهور أوسع، واستجابة أسرع في الحصول على المعلومة دون الارتباط بجهاز معين، وزمن الاتصال مفتوح ومن أي مكان في العالم، نفقات أقل، مع عدم حاجة المكتبات إلى فريق عمل، أو فريق صيانة؛ لأن موفر خدمة التخزين السحابي هو المسؤول عن ذلك.

التحديات التي تواجه التخزين السحابي:

ذكر الملاح (2014) أنه توجد بعض التحديات التي تواجه التخزين السحابي تمثلت في التالي:

- **الأداء:** يفتقر التخزين السحابي للأداء المناسب، كما أن المستخدمين البعيدين عن مزودي السحابة ربما يواجهون تأخير وخمول عال.
- **الأمن والخصوصية:** لا تزال الشركات تشعر بالقلق إزاء الأمن عند استخدام التخزين السحابي.
- **التحكم:** مقدمي التخزين السحابي يمتلكون السيطرة الكاملة على المنصات.
- **تكاليف معدل نقل البيانات:** قد تكون تكلفة معدل نقل البيانات منخفضة بالنسبة لتطبيقات الإنترنت الصغيرة، والتي لا تُعد كثيفة البيانات، ولكنها يمكن أن ترتفع بشكل كبير بالنسبة لتطبيقات البيانات الكثيفة.
- **الدقة والموثوقية:** لا تزال الحوسبة السحابية لا تقدم موثوقية دائمة على مدار الساعة، حيث كانت هناك بعض الحالات التي تعاني فيها خدمات الحوسبة السحابية من انقطاع التيار لعدد قليل من الساعات، وقد أكد ذلك الكشكي (2014) بقوله: إن مشاكل الأمن والموثوقية هواجس وعوائق تحول دون التوسع في استخدام التخزين السحابي للبيانات، خصوصاً البيانات التي تكتسب صفة الأهمية بالنسبة للمستخدمين والمؤسسات على حد سواء. وقد أكد "Chen" أن النمو السريع للتخزين السحابي أدى إلى ظهور مجموعة من التحديات تمثلت في الموثوقية ومتطلبات العملاء المختلفة والمتنوعة. (Chen, Y. F. R, 2015)

أمن المعلومات:

تعد من أهم المشكلات التي تواجه تقنية التخزين السحابي ، حيث إن تقنية التخزين السحابي تتيج للمستفيد الوصول للنظام والتعامل مع جميع المعلومات الموجودة به ، وهذا يشكل خطراً في حماية هذه المعلومات والملفات الموجودة، ولذا يشكل موضوع أمن المعلومات جدلاً بين المتخصصين ، ولذا تزداد مشكلة الحفاظ على المعلومات وضمان أمنها في الوقت الذي تشير فيه التجارب والأحداث إلى تغلب كثير من المخربين على أكثر سياسات وأساليب حماية المعلومات شمولاً وأفضلها تنفيذاً.

وأثبتت التجارب أن معرفة مستخدمي المعلومات بأساليب وطرق حمايتها هو حجر الأساس؛ لنجاح أي استراتيجية أمن معلومات، وأن إيجاد واعي لدى المستخدمين بأهمية الحفاظ على أمنها في مكان بحثهم وعملهم، وتنفيذهم لأساليب حمايتها بشكل تلقائي هو الطريق الصحيح للحفاظ على أمن معلومات أي مؤسسة، وكذلك الضمان لنجاحها في تحقيق أمنها (جمعية المكتبات والمعلومات السعودية، 2010: 7)

ويمكن تعريف أمن المعلومات بأنه مجموعة واسعة من السياسات والتقنيات والضوابط لحماية البيانات المنتشرة والتطبيقات والبنية التحتية المرتبطة بها والمكونة للحوسبة السحابية، أو بصورة أخرى هي تكامل واندماج أغلب مجالات أمن المعلومات مثل: أمن الشبكات وأمن الأنظمة وأمن التطبيقات وغيرها في مجال جديد يعتمد كل جزء فيه على الجزء الآخر في تناغم تام. (الموسوعة الحرة، 2015م)

ولذا يعد أمن المعلومات أهم الأعظم بالنسبة للمؤسسات، وهو محاولة لفهم التحديات التي تواجه المؤسسات والتصدي لها ، والتخفيف من التهديدات التي تتعرض لها أصول المعلومات. Silic, & Back (2014).

لذا فرضت الحوسبة السحابية على العاملين بالمؤسسات وخاصة المكتبات معرفة إدارة الحقوق الرقمية وأمن المعلومات، والملكية والسيطرة على البيانات والخصوصية والآثار المترتبة على المؤسسة؛ لتفادي الأخطار المترتبة على التخزين السحابي. (Mavodza, J, 2013)، ولذلك سعت الدراسة للتعرف على أمن المعلومات المرتبط بالتخزين السحابي.

و يرى الباحث أن جميع الشركات المستضيفة تستطيع الاطلاع على جميع البيانات أو المعلومات المخزنة، ولذلك ينصح بعدم تخزين المعلومات المهمة أو السرية حرصاً من ضياعها أو الاطلاع عليها، أو ينبغي أن تضع الشركات صاحبة البيانات المخزنة الوسائل التي تمكنها من الحفاظ على أمن تلك المعلومات دون أن يطلع عليها أحد إلا صاحب الصلاحية.

ولقد أكد "Slamanig" على أنه ينبغي التأكيد من عنصر الأمان للبيانات في التخزين السحابي؛ لأن العديد من الشركات التي تقدم الخدمة لا توفر الوسائل الكافية لتأمين البيانات على السحب، ولذلك معظم الشركات تدرس زيادة وسائل الأمان. (Slamanig & Hanser, 2012) وقد ذكر "Chen" أن التخزين السحابي لا يقدر بثمن إذا قمنا بحل المشاكل الأمنية. (Chen & Xie, 2012)

كما يرى الباحث أن المؤسسات بصفة عامة والمكتبات بصفة خاصة جميعها في حاجة ماسة إلى استخدام التخزين السحابي شريطة توفر أمن المعلومات، حيث يجد الكثيرون من العاملين في مجال المكتبات صعوبة في إدارة تقنيات المعلومات؛ نظراً لضعف مستوياتهم ومهاراتهم في هذا الجانب، وكذلك عدم دعمهم من أقسام تقنيات المعلومات، مما يعيق العمل على أتمتة أنشطة تلك المكتبات، وتعطيل تطوير خدماتها، ولذلك حل التخزين السحابي تلك المشكلات.

مميزات الأمان في خدمات التخزين السحابي:

للتخفيف من الاطلاع على البيانات المخزنة؛ ولتحقيق أمن المعلومات تقوم معظم خدمات التخزين السحابي بتشفير البيانات في جميع مراحل عملية التخزين أو جزء منها، ولذلك يفضل البحث عن الشركات التي تقوم بالتشفير في كل المراحل، والتي تتيح للمستخدم قدرة التحكم بهذا التشفير، فمثلاً غوغل درايف تقوم بتشفيرها أثناء نقلها بين الحاسب وخدمات غوغل، لكنها فور وصولها إلى مكان التخزين على المخدمات، تصبح غير مشفرة، وهذا أمر غير مستحب.

وينصح الخبراء باستخدام أحد تطبيقات التشفير مثل: (تروكريب) لتشفير أي ملفات مهمة قبل تحميلها على أية خدمة تخزين سحابي، وبذلك تضمن عدم فتحها أو قراءة مضمونها حتى لو تم الوصول إليها، لكن هذه العملية ليست سهلة دائماً، وتحتاج إلى وقت إضافي، يجعل المستخدم يعزف عنها، لكنها تبقى واحدة من الأساليب الأفضل، وما يجب البحث عنه في الخدمات التي نختارها هو أمرين (سلامتك: 2015).

تقدم بعض الشركات حلولاً للتشفير حيث يتم التشفير محلياً على الجهاز الشخصي، وتنقل الملفات بشكل مشفر وتخزن مشفرة على مخدم الشركة، وهو أمر يزيد من الأمان والخصوصية. وتقوم بعض الشركات بتوزيع الملفات على عدد من مخدماتها حول العالم، ولا تضعه في مكان واحد مثل: شركة جوجل، وهذا يعني أنها في واقع الأمر لن تستطيع أن تحدد ملكية هذه الملفات.

وفي السنتين الأخيرتين سعت أغلب الشركات الكبيرة إلى تقديم خدمة التخزين لزبائنهم، حتى إن بعض الشركات جعلتها كامتياز مشجع لشراء بعض منتجاتها، فكثرة وتنوع خدمة التخزين السحابي جعلت المستخدم في حيرة من أمره، ما الذي يختاره؟ ومن أي شركة (جوداريز: 2013)

جدول يوضح ميزات الأمان في خدمات التخزين السحابي (سايبير أرب: 2014) و (سلامتك: 2015)

خدمات التخزين	المساحة المجانية	أين يحدث التشفير	وصول المزود إلى بيانات المستخدم
Dropbox	2GB	على الخادم	نعم
Google Drive	15GB	تخزن البيانات غير مشفرة	نعم
Skydrive	7GB	تخزن البيانات غير مشفرة	نعم
One Drive.com	7GB	تخزن البيانات غير مشفرة	نعم
Mega.co.nz	50GB	في المتصفح أو التطبيق على جهاز المستخدم	لا
Wuala.com	5GB	في التطبيق على جهاز المستخدم	لا
SpiderOak.com	2GB	في التطبيق على جهاز المستخدم	لا
TeamDrive.com	2GB	في التطبيق على جهاز المستخدم	لا
Tresorit.com	5GB	في التطبيق على جهاز المستخدم	لا

وينصح الخبراء باستخدام الخدمات التي تضع مسؤولية إدارة التشفير ومفاتيحه في أيدي المستخدم، فهذا النوع من التشفير هو الوحيد الذي يمكن القول عنه «أمن» بالفعل. (سايبير أرب: 2014)

ويرى الباحث أن الخدمات التي تشفر البيانات لا تعطي تأكيدات بعدم انتهاك الخصوصية، لذلك يجب على المستخدم أن يكون حذر في التعامل مع خدمات التخزين السحابي، ولا يضع بيانات حساسه يفترض أن لايعرفها أشخاص آخريين.

التحديات الأمنية المتعلقة بالتخزين السحابي:

■ تنقسم التحديات الأمنية المتعلقة بالتخزين السحابي إلى قسمين:

- المصاعب والتحديات الأمنية التي تواجه مزود خدمة التخزين السحابي.
- المصاعب والتحديات الأمنية التي تواجه مستخدم خدمة التخزين السحابي.

ولقد كتب "توم شاتفلد" الكاتب البريطاني في موقع بي بي سي الإلكتروني أن التخزين السحابي يتألف من غرف ضخمة تشبه الأقبية تملؤها الخوادم، وبمجرد أن يقرر المستخدم تحميل بياناته وملفاته إلى هذا المستودع العالمي يكون قد قبل بالتخلي عن الكثير من حقوق الملكية (الإمارات اليوم: 2014)

ولقد أشار "ستيف وزنيك" أحد مؤسسي شركة "أبل" عام 2013م أنه سوف تحدث مشكلات مروعة خلال الخمس سنوات المقبلة نتيجة التخزين السحابي (الإمارات اليوم: 2014)

ويرى الباحث أنه مع عالم السحاب الإلكتروني لا نملك أي شيء، بل ربما حدث تنازل عنه وقل التحكم فيه وأصبحنا تحت رحمة الشركات المستضيفة، نتحكم في بياناتنا كيف شأنا، ولذا ينصح بعدم رفع البيانات السرية والمهمة للشركات أو الأفراد على السحب الإلكتروني، كما يرى أن معرفة الآثار الأمنية المحتملة هو معيار مهم جداً في اختيار خدمة التخزين السحابي.

ولقد أجريت دراسة حديثة من قبل فريق من الخبراء بمعهد "فراونهور" الألماني لأمن تكنولوجيا المعلومات على بعض الشركات المقدمة لخدمات التخزين السحابي، فأظهرت النتائج أن تلك الشركات لا تقدم الحماية الكاملة والمطلوبة لبيانات ومعلومات المستخدمين، فقد أجرى المعهد عدة اختبارات مكثفة على خدمات مثل: "دروب بوكس"، و"Cloudme"، و"Crashplan"، و"Mozy"، و"Teamdrive"، و"Ubuntu One"، و"Wuala"، وكانت النتيجة أنه "لا توجد أي من الخدمات السابقة استطاعت أن تحقق المتطلبات الكاملة لأمن وحماية البيانات، ولم تضمن إيفائها بتوفير الدعام الأساسية لأمن بيئة التخزين السحابي بشكل كامل، كما تفتقر إلى التقنية التشفيرية الصحيحة وإدارة مفاتيحها بشكل جزئي. (صفوت، 2012).

ويمكن القول بأن مشاكل أمن المعلومات في التخزين السحابي تأتي من جهتين: أولها موفر الخدمة وهو الملزم والمسؤول بتوفير بنية تحتية قوية مؤمنة لا يستطيع الوصول إليها إلا بشروط، وثانيها العميل الذي يخضع لسياسة وشروط موفري الخدمة.

وفي الختام يرى الباحث أن مشاكل أمن المعلومات ربما يكون جزء منها هو اجس تحول دون استخدام تقنية التخزين السحابي، وبالرغم من ذلك يمكن القول: أن تقنيات التخزين السحابي لا يمكن الاستغناء عنها في جميع المؤسسات وخاصة المكتبات، حيث تساعد المكتبات في تقديم خدمات جديدة وجذابة وسريعة للمستفيدين، كما تبين من الدراسة أن المكتبات التي تستخدم التخزين السحابي لازالت قليلة جداً، وربما يرجع السبب في ذلك لعدم ضمان سرية المعلومات بصورة قوية أو ارتفاع التكلفة، كما يتطلب استخدام هذه التقنية ترتيبات خاصة من المكتبات متمثلة في تغيير اللوائح والسياسات، وهذا يتنافى مع ميزانيات المكتبات الضعيفة، كما يتطلب الأمر عناصر بشرية مدربة ومهيأة للعمل مع هذه التقنية، لكن يرى الباحث أن المستقبل سوف يفرض على كل المكتبات والمؤسسات استخدام هذه التقنية لما تقدمه من تسهيلات للمستفيدين.

وبعد هذا العرض تتضح أهمية التخزين السحابي للبيانات وأمن المعلومات على المستوى الشخصي والمؤسسي، وخاصة في مجال المكتبات، ولذلك ينصح الباحث بتولي الجهات المسؤولة والحكومات بتفعيل

خدمة التخزين السحابي على مستوى أوسع؛ لتقديم خدمات أفضل بتكاليف أقل. كذلك تدعو الدراسة إلى المزيد من الدراسات في هذا المجال البكر والإفادة منه في مجال المكتبات ومراكز المعلومات. ووضع قواعد وقوانين بين الجهات القائمة على خدمات التخزين السحابي والعملاء.

نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت في التالي:

- الحوسبة السحابية تقنية حديثة أثرت بقوة في الحياة اليومية، وأصبح الاتجاه عالمي نحو استخدامها في المؤسسات؛ لما توفره من خدمات تخزينية عالية مع انخفاض في تكاليف الخدمة.
- الحوسبة السحابية مصطلح جديد بمفهوم قديم .
- تمتاز الحوسبة السحابية بخمسة خصائص ولها ثلاثة نماذج.
- التخزين السحابي Cloud Storage أحد أركان الحوسبة السحابية.
- زيادة الوعي لدى المؤسسات والأفراد بأهمية التخزين السحابي.
- التخزين السحابي يقلل النفقات ويوفر الوقت والجهد في الحصول على المعلومات.
- التخزين السحابي يساعد في الوصول للمعلومات من أي مكان في العالم .
- التخزين السحابي يساعد في عملية إدارة المراجع مثل: برنامج مندلي.
- التخزين السحابي يجعل المكتبات رابطة واحدة إقليمياً وعالمياً.
- التخزين السحابي يقلل من نفقات تكنولوجيا المعلومات بالمؤسسات وخاصة المكتبات.
- عدم حاجة المؤسسات إلى خبرات فنية بتكنولوجيا المعلومات لإدارة التخزين السحابي.
- استفادت بعض المكتبات بشكل كبير من التخزين السحابي كما سبق ذكره.
- من أمثلة المكتبات التي استفادت من التخزين السحابي: مكتبة نيويورك العامة وهي من أكبر المكتبات في الولايات المتحدة التي تقدم خدماتها للجميع بدون مقابل.
- إتاحة بعض الخدمات المكتبية لمكتبات جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية على الجوال المحمول مثل: الاعارة وحجز الكتب والحصول على نسخة الكترونية من بعض المصادر الرقمية.
- التخزين السحابي يحتاج إلى تأمين للبيانات، وثقة في مورد الخدمة.
- التخزين السحابي يحتاج إلى معاونة كل المؤسسات.
- التخزين السحابي له مميزات ومخاوف ينبغي الحذر منها.
- معظم الشركات تحاول جاهدة البحث عن وسائل لتأمين المعلومات عبر السحب.
- يعد أمن المعلومات والسرية، وعدم الحماية الكاملة للبيانات والافتقار إلى التقنية التشفيرية الصحيحة من التحديات التي تواجه التخزين السحابي، ولكن هناك محاولات عديدة من بعض الشركات للتغلب على هذه التحديات.
- عدم وضوح المسؤوليات القانونية بين مقدمي خدمة التخزين السحابي والعملاء.
- عدم وضوح الجهات الرقابية المسؤولة عن خدمات التخزين السحابي.

توصيات الدراسة

بناءً على النتائج السابقة توصي الدراسة بالتالي:

- ينبغي زيادة الوعي المعلوماتي لدى المؤسسات والأفراد بأهمية تطبيقات التخزين السحابي ، وذلك من خلال عمل دورات تدريبية متخصصة.
- تخصيص مقرر للحوسبة السحابية بأقسام المكتبات والمعلومات لمتابعة الجديد في تقنية المعلومات.
- ضرورة عمل سحابة تخزين واحدة تشترك فيها المكتبات الجامعية بكل قطر.
- ينبغي تفعيل خدمة التخزين السحابي في جميع المؤسسات وخاصة المكتبات، لما تقدمه من فوائد.
- ينبغي تقديم الدعم من المسؤولين بالمؤسسات؛ لتفعيل خدمة التخزين السحابي.
- ضرورة اختيار مواقع التخزين السحابي التي توفر امكانات أمنية عالية للحفاظ على المعلومات.
- ضرورة توضيح أهمية التخزين السحابي بالنسبة للمؤسسات وخاصة المكتبات.
- ضرورة تأمين البيانات أثناء التخزين السحابي.
- ضرورة التعاون بين المؤسسات من خلال التخزين السحابي.
- ضرورة الشروع في ربط جميع المكتبات في منظومة واحدة من خلال التخزين السحابي.
- ضرورة البحث عن أحدث الوسائل لتأمين التخزين السحابي.
- البحث الأكاديمي في مجال التخزين السحابي؛ لأنه مجال بكر.
- التعاون مع المؤسسات المختصة لتطوير المكتبات وخاصة في مجال التخزين السحابي.
- تدريب المسؤولين عن المكتبات على الجديد في مجال التخزين السحابي.
- تعاون شركات التقنية في الوصول إلى حلول ؛ للتغلب على التحديات التي تواجه التخزين السحابي.
- ينبغي توفير الدعم الفني من الجهات المسؤولة لمشروع التخزين السحابي في مجال المكتبات.
- ينبغي توفير برمجيات وأجهزة متخصصة في الشركات والمكتبات لتأمين المعلومات والشبكات.
- ضرورة عمل بحوث لما يمكن أن يقدمه التخزين السحابي مستقبلاً.

المصادر والمراجع

١. أبو سعدة، أحمد أمين. (2012). الحوسبة السحابية: حلم المكتبات ودور الحكومات. أعمال المؤتمر الثالث والعشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم) (الحكومة والمجتمع والتكامل في بناء المجتمعات المعرفية العربية) - قطر، ج 2، الدوحة: وزارة الثقافة والفنون والتراث ، قطر و الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم)، 946 - 972. تاريخ الاطلاع: 2015/5/31 مسترجع من <http://search.mandumah.com>
٢. أحمد، رحاب فايز. (2013). نظم الحوسبة السحابية مفتوحة المصدر: دراسة تحليلية مقارنة. المجلة العراقية لتكنولوجيا المعلومات، مج5، ع2 تاريخ الاطلاع 2015/4/1م. متاح في: <http://www.academia.edu>
٣. الأفتل، عبدالله. (٢٠١٣). التقنية أحد حلول المكتبات الجامعية. تاريخ الاطلاع ٢٠١٥/١٢/٢٢م. متاح في: <http://www.tech-wd.com>
٤. أفشكو، أمناي. (2013). أفضل خدمات التخزين السحابي التي تحمي خصوصيتك. تاريخ الاطلاع 2015/4/13م. متاح في: <http://www.tech-wd.com>
٥. الإمارات اليوم. (٢٠١٤). التخزين السحابي للبيانات يفقد المستخدم الحق فيها. تاريخ الاطلاع 2015/4/22م. متاح في: <http://www.emaratayoum.com>
٦. البسيوني، ب. م. (٢٠١٥). برمجيات الحوسبة السحابية ودورها في تطوير خدمات المعلومات: دراسة تطبيقية على مواقع التخزين السحابي بالإنترنت. المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات - الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات - مصر، مج٢، ع٣، ١١ - ٥٦. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/6779205>
٧. التلواتي، رشيد. (2014). ماهو التخزين السحابي cloud storage وأدواته وكيف نستخدمه في التعليم تاريخ الاطلاع 2015/4/16م متاح في: <http://www.new-educ.com>
٨. جمعية المكتبات والمعلومات السعودية. (2010). الأمن المعلوماتي. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
٩. جوداريز، أمين. (2013). دليلك الارشادي لاختيار أفضل خدمة تخزين سحابي. تاريخ الاطلاع 2015/4/22 م. متاح في: <http://www.papyruscenter.com>
١٠. الحامدي، فهد. (2015). التخزين السحابي أم الحوسبة السحابية. تاريخ الاطلاع 2015/4/5م متاح في: <http://cloud-wd.com>
١١. حايك، هيام. (2013). الحوسبة السحابية تغزو مؤسسات التعليم العالي. تاريخ الاطلاع 2015/4/5م متاح في: <http://blog.naseej.com>
١٢. الحمود، سامي بن محمد. (2015). التخزين السحابي. تاريخ الاطلاع 2015/4/26م متاح في: <http://rs.ksu.edu.sa>
١٣. خفاجة، أحمد ماهر. (2010). الحوسبة السحابية وتطبيقاتها في مجال المكتبات -. Cybrarians Journal -. ع 22 (يونيو 2010) تاريخ الاطلاع 2015/3/4م متاح في: <http://www.journal.cybrarians.info>
١٤. زروقي، طه. (2011). ما الجديد في أمن الحوسبة السحابية. تاريخ الاطلاع 2015/4/21م متاح في: <http://itwadi.com>
١٥. سايبير أرب. (2014). خدمات التخزين السحابية ودرجة الأمان التي تقدمها. تاريخ الاطلاع 2015/4/6م. متاح في: <https://www.cyber-arabs.com>

١٦. سلامتك. (2015). التخزين السحابي. تاريخ الاطلاع 2015/4/10 متاح في:
<https://salamatechwiki.org>
١٧. صفوت، رشا. (2012). معهد "فراونهوفر" يحذر من مخاطر التخزين السحابي. تاريخ الاطلاع 2015/4/22 متاح في: <http://www.alarabiya.net>
١٨. الكشكي، ناصر أبوزيد. (2014). التخزين الآمن للبيانات باستخدام الحوسبة السحابية: دراسة تحليلية. مجلة التعليم عن بعد والتعليم المفتوح. مج2، ع2.
١٩. 19- مدونة كيف. (2014). ماهو التخزين السحابي cloud storage وأفضل الشركات المقدمة للخدمة. تاريخ الاطلاع 2015/3/20. متاح في: <http://kayfa-how.blogspot.com>
٢٠. معوض، محمد عبدالحميد. (2012). الحوسبة السحابية وتطبيقاتها في بيئة المكتبات. مؤتمر دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم والبحث العلمي: نحو تفعيل الحوسبة السحابية في مصر وتطبيقاتها. مركز المؤتمرات. جامعة القاهرة.
٢١. الملاح، تامر. (2014). الحوسبة السحابية cloud computing. تاريخ الاطلاع: 2015/4/22. متاح في: <http://kenanaonline.com>
٢٢. الموسوعة الحرة، ويكيديا. (2015). التخزين السحابي. تاريخ الاطلاع 2015/4/1 متاح في: <http://ar.wikipedia.org/wiki>
٢٣. يحيى، عماد. (2012). إنفوجرافيك: التخزين السحابي. تاريخ الاطلاع 2015/4/12. متاح في: <http://www.tech-wd.com>
24. Ateniese, G., Dagdelen ., Damgård, I., & Venturi, D. (2012). Entangled Cloud Storage. IACR Cryptology ePrint Archive, 2012, 511.
25. Bansode, S. Y., & Pujar, S. M. (2012). Cloud computing and libraries. DESIDOC Journal of Library & Information Technology, 32(6) Retrieved from <http://search.proquest.com>.
26. Bhisikar, P., & Sahu, A. (2013). Security in data storage and transmission in cloud computing. International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering, 3(3), 410-415.
27. Casas, P., & Schatz, R. (2014). Quality of experience in cloud services: Survey and measurements. Computer Networks, 68,149-165.
28. Chen, Y. F. R. (2015). The Growing Pains of Cloud Storage. IEEE Internet Computing, (1), 4-7.
29. Chen, W., Zhao, Y. L., Long, S. Q., & Xie, X. L. (2012). Research on cloud storage security. Applied Mechanics and Materials, 263-266, 3068. doi:<http://dx.doi.org>.
30. Han, Y. (2015). Cloud Storage for Digital Preservation: Optimal Uses of Amazon S3 and Glacier. Library Hi Tech, 33(2).
31. Han, Y. (2013). IaaS cloud computing services for libraries: Cloud storage and virtual machines. OCLC Systems and Services, 29(2), 87-100. doi:<http://dx.doi.org>.

32. Jiyi Wu; Lingdi Ping; Xiaoping Ge; Ya Wang.(2010). Cloud Storage as the Infrastructure of Cloud Computing 2015/5/3 available at:
<http://sdl.summon.serialssolutions.com>.
33. Joshi, M., & Moudgil, Y. S. (2011). Secure cloud storage. International Journal of Computer Science & Communication Networks, 1(2), 171-175
34. 34- Kaliyamurthie, K. P., Parameswari, D., & Udayakumar, R. (2013). Modelling Cloud Storage. Middle-East Journal of Scientific Research, 15(12), 1817-1821.
35. Lamouroux, M. (2011). Cloud computing for the libraries. Documentaliste - Sciences De l'Information, 48(3), 7. Retrieved from
<http://search.proquest.com>.
36. Marshall Breeding.(2012).Cloud computing for Libraries ..Chicago :An important of the American Library Association. Available at
<http://site.ebrary.com>.
37. Mavodza, J. (2013). The impact of cloud computing on the future of academic library practices and services. New Library World,114(3), 132-141. doi:<http://dx.doi.org>.
38. NIST.(2015) NIST Cloud Computing " Retrieved from
<http://www.nist.gov.31/5/2015>
39. Notess, G. R. (2012). Cloud storage and synchronization: Information management tools. Online, 36(5), 45-47. Retrieved from
<http://search.proquest.com>.
40. Singh, J., & Jha, A. (2014). Cloud Storage, Issues and Solution. International Journal of Engineering and Computer Science ISSN, 2319-7242.
41. Slamanig, D., & Hanser, C. (2012, December). On cloud storage and the cloud of clouds approach. In Internet Technology And Secured Transactions, 2012 International Conference for (pp. 649-655). IEEE.
42. Silic, M., & Back, A. (2014). Information security. Information Management & Computer Security, 22(3),Retrieved from <http://search.proquest.com>.
43. Yang, K., & Jia, X. (2014). Security for cloud storage systems. Springer-Verlag. 8/6/2015 Retrieved from <http://www.springer.com/>

صناعة النشر

إشراف

د. منى فاروق على

يهدف هذا الباب إلى نشر الدراسات والبحوث العلمية الأصيلة والأعمال الميدانية المنهجية ودراسات الحالة التقييمية التي تركز على صناعة أوعية المعلومات سواء تلك التقليدية أو تلك الإلكترونية الرقمية ، ويرحب الباب أيضا بالدراسات الببليوجرافية الببليومترية وتاريخ الكتاب ونشره

الممارسات المستخدمة في ترويج الكتب دراسة مسحية لدور النشر المصرية

اعداد

د. / رؤوف عبد الحفيظ هلال

أستاذ المكتبات والمعلومات المساعد

كلية الآداب – جامعة عين شمس

مستخلص:

يعد الترويج عنصرًا أساسيًا من عناصر صناعة النشر، بدونهِ سيظل الإنتاج الفكري بعيدًا عن مدخلات المكتبات ومتناول المستفيدين منه أينما وجدوا، وهو بذلك يساهم في علاج حل المشكلات المتعلقة بتسويق الكتاب في المجتمعات العربية، التي يرجع معظمها إلى صعوبات تتعلق بتدني نسبة بيع الكتاب والعزوف عن القراءة.

من هذه المنطلقات تهدف هذه الدراسة إلى توفير صورة واضحة ودقيقة عن الواقع الفعلي لممارسات الترويج المستخدمة في دور النشر المصرية، تمكن من تحليلها، ومن ثم تقويمها، وتعديل مساراتها، بحيث تصبح أداة فاعلة تدر عائداً اقتصادياً على الناشرين، وتساهم في حل كثير من المشكلات التي تتعلق بتسويق الكتب.

وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك خللاً في ممارسات الترويج المستخدمة في دور النشر محل الدراسة؛ تأتي نتيجة عدم وجود خطة للترويج يقوم على إعدادها وتنفيذها عمالة مؤهلة تأهيلاً مهنيًا في مجال النشر والترويج، وتناسب جميع فئات دور النشر، تراعي أهدافها وإمكانياتها المادية، كذلك المزيج الترويجي الملائم لها، وآليات التقييم المناسبة.

٠/٠ تمهيد:

يعد الترويج أحد أجنحة التسويق الأربعة، وهي: المنتج، والترويج، والتسعير، والتوزيع. وترجع أهمية الترويج في المزيج التسويقي إلى أنه يجيب عن سؤال رئيس هو: كيف يعرف المستهلك أن هذه السلعة أو الخدمة موجودة تنتجها أو تقدمها منشأة ما أو عدة منشآت؟. ويتفق كثير من الخبراء على أن الترويج تكمن أهميته في مجموعة من العناصر بعضها اقتصادية تهتم بزيادة المبيعات، والأخرى معنوية تتعلق بالمساهمة في وعي وتطور حياة الأفراد من خلال المعلومات التي تصل إليهم. إذًا يمثل الترويج لتسويق الكتب أهمية كبيرة في تعريف الجمهور بوجود الكتاب وأماكن وجوده، وهذا في حد ذاته يساعد على تسويق الكتاب ورواج حركة النشر.

أهمية الترويج هذه تفرض على الناشرين دورًا في غاية الأهمية يتمثل في العمل على تفعيل الترويج في تسويق مصادرهم من المعلومات؛ ولذلك من الأهمية أن يعرف مجتمع البحث العلمي والمهتمون بموضوع النشر، ممارسات الناشرين الفعلية للترويج لتسويق منتجاتهم من مصادر المعلومات بكل ما لها وما عليها، حتى تؤدي هذه العملية ثمارها. فهذا الدور على الرغم من أهميته إلا أنه مجهول لكثير من الباحثين، لم تشير إليه أي دراسة عربية سواء من قريب أو بعيد على حد علم الباحث.

إن معرفة ممارسات الناشرين في ترويج مصادر المعلومات يمكن أن يتمخض عنها كثير من الحقائق - سواء أكانت إيجابية أو سلبية - التي يمكن توظيفها لصالح الناشرين ومجتمع النشر في مصر بصفة خاصة، والدول العربية بصفة عامة.

أولاً : الإطار المنهجي للدراسة :

١/١ أهمية الدراسة:

يمثل الترويج أهمية خاصة لعلم المكتبات والمعلومات؛ حيث إنه يشكل أحد العناصر المهمة في صناعة النشر أو إنتاج المعلومات، فالفكرة أو المعلومة التي لا تنتقل إلى الآخرين تعتبر غير موجودة بالنسبة لهم، كما أن عمق وجودها يرتبط بالسرعة والمرونة التي تنتقل بها إلى الآخرين وبسمعة الانتشار للوسيط أو الوعاء المادي التي تنتقل من خلاله، وبدرجة استمرار هذا الوسيط وبقائه، وهذا يعني أن وظيفة إنتاج المعلومات تحتاج في عملها إلى عملية ترويج كي ينتقل هذا الإنتاج إلى الآخرين بصورة سهلة وسريعة وبسمعه، جيدة تجذب المستفيدين إليه. وعلى ذلك يبقى الترويج عنصراً أساسياً من عناصر صناعة النشر، بدونه سيظل الإنتاج الفكري بعيداً عن مدخلات المكتبات ومؤسسات المعلومات.

والحقيقة أن في ظل الثورة التقنية التي اجتاحت كل وظائف جناح الإنتاج وما نتج عنها من فيضان من المعلومات وعشوائية في إنتاجها، أصبح هناك حاجة ملحة إلى إدراك أهمية الترويج، ليس فقط لغرض إتمام عملية الاتصال بين مصادر المعلومات والمستفيدين منها، لكن أيضاً للتمييز بين الطيب والخبيث من هذه المصادر.

ولقد زادت أهمية الترويج لتسويق البضائع والخدمات، وحتى الأفكار، مع تطور وسائل الاتصال التي جعلت من العالم قرية صغيرة، وأيضاً التطور والتقدم في مختلف أشكال أوعية المعلومات فتح أمام دور النشر ومؤسسات الإنتاج المختلفة مجالات واسعة للنمو واقتحام الكثير من البلدان والأسواق التي كانت غير معروفة من قبل.

وساهمت المشكلات المتعلقة بتسويق الكتاب في المجتمعات العربية إلى تعاظم أهمية الترويج، فهذه المشكلات يرجع معظمها إلى صعوبات تتعلق بتدني نسبة بيع الكتاب والعزوف عن القراءة، والتي يكمن علاجها في الترويج والإعلان عن مصادر المعلومات.

٢/١ مشكلة الدراسة وتساؤلاتها :

يعاني الناشر في مصر والمنطقة العربية من مشكلة كبيرة تتعلق بتدني نسبة تسويق الكتب، وقد ألقت هذه المشكلة بظلالها على صناعة النشر في مصر والمنطقة العربية، وقد أشار العديد من الدراسات والمؤتمرات إلى هذه المشكلة، وحذر من عاقبتها على مهنة النشر بصفة عامة. وقد لاحظ الباحث أن معظم المشكلات المتعلقة بتسويق الكتاب - من حيث إنتاجه وتسعيه وتوزيعه - قد تم مناقشتها وتناولها بحثاً ونقداً ، أما الجانب المتعلق بالترويج فلم يتم تناوله ولم يحظ بالبحث مثل باقي المشكلات، على الرغم من أهميته في دعم وعي المجتمع بما تعرضه دور النشر من كتب وما يلائمه منها. إضافة إلى أن هناك دراسات كثيرة في مجال علم إدارة الأعمال أكدت على أهمية الترويج كعنصر مهم من عناصر التسويق، له انعكاس إيجابي على التسويق بصفة عامة، بما يمتلكه من العديد من الأساليب التي تستخدم وفقاً لإستراتيجية معينة تحددها المؤسسة؛ تبعاً لمجموعة من المتغيرات الاقتصادية والجغرافية والزمنية.

من هنا تأتي مشكلة هذه الدراسة التي تحاول الكشف عن ممارسات الترويج المستخدمة في ترويج الكتب في دور النشر المصرية؛ حيث إنها تعد سبباً في نقص الوعي المعلوماتي بين المعارض من الكتب والمجتمع الملائم لها، كذلك تأثيرها على تسويق الكتب؛ مما يعود بالسلب أو الإيجاب على الناشرين متمثلاً في مبيعاتهم. وعلى ذلك يمكن صياغة مشكلة هذه الدراسة في صورة التساؤل التالي: **ما الممارسات المستخدمة في ترويج الكتب في دور النشر المصرية؟**. للوصول إلى إجابة منهجية عن هذا التساؤل الرئيس، تطرح الدراسة الأسئلة الفرعية التالية:

١. ما مدى إدراك الناشرين المصريين لمفهوم الترويج للكتب؟ .
٢. ما إستراتيجيات الترويج المستخدمة في دور النشر المصرية؟ .
٣. ما أساليب قنوات الترويج المستخدمة في دور النشر المصرية، وما مدى تأثيرها على المبيعات؟ .
٤. ما ميزانيات الترويج التي ترصدها دور النشر المصرية لترويج الكتب؟ .
٥. ما قدرة الناشرين في مصر على إدارة وتخطيط عملية الترويج في مصر؟ .
٦. ما آليات تقييم الترويج المستخدمة في دور النشر في مصر؟ .
٧. ما التحديات التي تواجه الناشرين في ترويج الكتب في مصر؟ .

٣/١ أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى توفير صورة واضحة ودقيقة عن الواقع الفعلي لممارسات الترويج المستخدمة في دور النشر المصرية، تمكن من تحليلها، ومن ثم تقويمها، وتعديل مساراتها، بحيث تصبح أداة فاعلة تدر عائداً اقتصادياً على الناشرين، وتساهم في حل كثير من المشكلات التي تتعلق بتسويق الكتب، وذلك كله من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

١. قياس مدى إدراك الناشرين لمفهوم الترويج، وتحليل انعكاسه على الاستراتيجيات المستخدمة في ترويج الكتب .
٢. حصر وتحليل أساليب وقنوات الترويج المستخدمة في دور النشر، وتفسير العلاقة بينها وزيادة المبيعات من الكتب.
٣. الكشف عن ميزانيات الترويج المرصودة لترويج الكتب في دور النشر.
٤. تقييم إدارة عملية الترويج، والقدرة على التخطيط في دور النشر .
٥. التعرف على آليات تقييم الترويج المستخدمة في دور النشر.
٦. تحديد التحديات التي تواجه دور النشر في ترويج الكتب.

٤/١ مجال وحدود الدراسة :

تتناول هذه الدراسة من حيث المجال الجغرافي دور النشر في مصر، ومن حيث المجال الموضوعي نشر الكتب أو إنتاج مصادر المعلومات، ومن حيث المجال النوعي، فإنها تهتم بالترويج للكتب أو مصادر المعلومات، أما البعد الزمني لهذه الدراسة فإنه يركز على ممارسات الترويج المستخدمة من قبل الناشرين المصريين وقت كتابة هذه الدراسة عام ٢٠١٤ - ٢٠١٥ .

٥/١ منهج الدراسة :

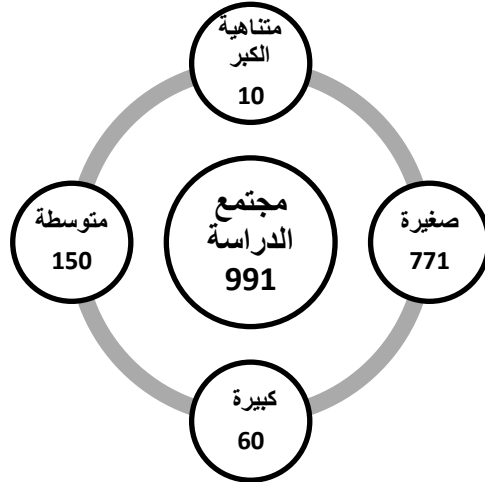
يعتبر المسح واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، وترجع أهمية هذا المنهج لهذه الدراسة ليس باعتباره منهجاً للحصول على الحقائق والمعلومات فحسب بل باعتباره منهجاً يمكن أن يستعان به في التعميم كذلك . فمن خلال هذا المنهج يمكن بيان العلاقة السببية بين زيادة مبيعات الناشرين من الكتب والأسلوب المستخدم في الترويج، كما يمكن أن يؤدي إلى مبادئ عامة صحيحة تصلح كأساس للعمل في المستقبل . ولنجاح هذا المنهج سوف يختار الباحث العينة اختياراً دقيقاً بحيث تكون ممثلة للمجتمع الكلي لموضوع الدراسة، وسوف يستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية بغرض تجميع البيانات.

١/٥/١ طرق جمع البيانات وتحليلها:

كي تتوافر كل صفات وخصائص المجتمع الأصلي في العينة، وتكون عينة الدراسة ممثلة لمجتمع الناشرين وتحقق الدراسة أهدافها، رأى الباحث أن اختيار العينة مباشرة من مجتمع الناشرين من خلال اتحاد الناشرين، لا تمثل المجتمع المستهدف، وبالتالي سوف لا تحقق أهداف الدراسة؛ حيث إن هناك أعدادًا كبيرة مسجلة بإتحاد الناشرين غير نشطة، أي متوقفة عن النشر ولا تمارس مهنة النشر. على ضوء ذلك ولهذه الأسباب، اعتمد الباحث على سجلات أرقام الإيداع بدار الكتب المصرية لتحديد مجتمع الدراسة الفعلي من الناشرين المصريين، فهذه السجلات ترصد حركة النشر الفعلية في مصر؛ حيث إن كل ناشر عند شروعه في نشر كتاب لا بد أن يحصل على رقم إيداع له من دار الكتب، وبذلك تؤكد الباحث من أن مجتمع الدراسة مجتمع نشط يمارس بالفعل مهنة النشر.

وقد استطاع الباحث من خلال سجلات الناشرين تحديد ٩٩١ ناشرًا قاموا بنشر كتب في عام ٢٠١٤ - في نفس العام الذي بدأ الباحث كتابة هذا البحث- وذلك بعد استبعاد الأفراد والمؤسسات والوزارات التي لا تمتن مهنة النشر، وقد لاحظ الباحث أن هذا العدد من الناشرين يمكن تقسيمه طبقًا وفقًا لعدد الكتب التي نشرها كل ناشر إلى (انظر الشكل رقم: ١) :

١. دور نشر صغيرة الحجم وتنشر من ١ - ٩ كتب، وقد وصل عددها ٧٧١ دار نشر .
٢. دور نشر متوسطة الحجم وتنشر من ١٠ - ٤٩ كتابًا، وقد وصل عددها ١٥٠ دار نشر.
٣. دور نشر كبيرة الحجم وتنشر من ٥٠ - ٩٩ كتابًا، وقد وصل عددها ٦٠ دار نشر.
٤. دور نشر متناهية الكبر وتنشر من ١٠٠ - ٥٠٠ كتاب، وقد وصل عددها ١٠ دور نشر.



(شكل رقم: ١)

توزيع مجتمع الدراسة طبقًا

ولضمان تمثيل جميع أفراد مجتمع الدراسة، اختار الباحث من هذا المجتمع عينة تمثل ١٠% منه، أي حوالي عدد ٩٩ ناشرًا. ولتحديد عينة الدراسة في كل طبقة من الطبقات الأربع للناشرين استخدم الباحث المعادلة التالية (١):

$$n \times \frac{N_h}{N} =$$

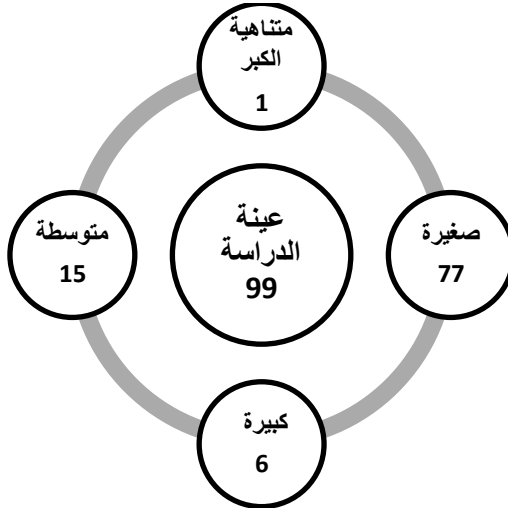
حيث إن n = حجم العينة المختارة ، وإن N_h = عدد العينة في الطبقة ، وإن N = حجم العينة الكلي . وبتعويض هذه المعادلة على الطبقات الأربع، تمكن الباحث من تقدير عدد العينات في كل طبقة (h)، كما يلي (انظر الشكل رقم: ١):

$$١. \text{ دور نشر صغيرة الحجم} = 99 \times \frac{771}{991} = ٧٧ \text{ تقريبًا}$$

$$٢. \text{ دور نشر متوسطة الحجم} = 99 \times \frac{150}{991} = ١٥ \text{ تقريبًا}$$

$$٣. \text{ دور نشر كبيرة الحجم وتنتشر} = 99 \times \frac{60}{991} = ٦ \text{ تقريبًا}$$

$$٤. \text{ دور نشر متناهية الكبر} = 99 \times \frac{1}{991} = ١ \text{ تقريبًا}$$



(شكل رقم: ٢)

توزيع عينة الدراسة طبقًا

بعد تحديد عينة الدراسة، قام الباحث بتوزيع الاستبيان - الذي أعد خصيصًا لأغراض الدراسة - على الناشرين (عينة الدراسة) من خلال قسم الإيداع بدار الكتب، حيث إن معظم الناشرين يأتون لأخذ أرقام إيداع لكتبهم، وقد استجاب من عينة الدراسة عدد ٧٠ ناشرًا بنسبة ٧١% من عينة الدراسة ، ونسبة ٧% من مجتمع الدراسة الكلي. وقد حرص الباحث على أن تمثل هذه النسبة كل طبقات العينة كما هو موضح في (الجدول رقم: ١) .

(جدول رقم: ١)

عدد أفراد العينة الفعلي الخاضع للدراسة

فئات الناشرين	عدد أفراد العينة	عدد أفراد العينة ممن استجابوا للبحث	النسبة المئوية من مجتمع الدراسة
دور نشر صغيرة الحجم	٧٧	٤٨	%٤.٨
دور نشر متوسطة الحجم	١٥	١٥	%١.٥
دور نشر كبيرة الحجم	٦	٦	%٠.٦
دور نشر متناهية الكبر	١	١	%٠.١
المجموع	٩٩	٧٠	%٧

٦/١ الدراسات السابقة والمثيلة:

بغرض إعداد المراجعة العلمية لموضوع الدراسة ، قام الباحث بمسح الإنتاج الفكري في أدب موضوع الدراسة مستخدماً الأدوات العربية والأجنبية التالية: قائمة الإنتاج الفكري العربي في مجال المكتبات والمعلومات للدكتور فتحي عبد الهادي، والمستودع الرقمي للرسائل الجامعية المتوفر على المكتبة الرقمية لشبكة اتحاد الجامعات المصرية، كذلك مسح الإنتاج الفكري المتوفر على قواعد البيانات الأجنبية التالية: LISA, Questia, Emerald, EBSCO, Proquest, Jstor ، وأيضاً مسح الإنتاج الفكري العربي والأجنبي من خلال محرك بحث Google. وقد أكدت نتيجة المسح على عدم وجود أي دراسة سابقة سواء أكانت عربية أم أجنبية في موضوع الدراسة .

أما الدراسات المثيلة فهناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع التسويق بصفة عامة، وهذا ليس له علاقة بموضوع الدراسة ، كذلك هناك العديد من الدراسات التي اهتمت باستخدام أساليب الترويج كأحد عناصر المزيج الترويجي، وهذه لها علاقة غير مباشرة بموضوع الدراسة، وقد ركزت معظمها على ترويج التالي: المواد الغذائية، والأجهزة الطبية والصيدلانية، والصناعية ، والمستلزمات المعيشية وغيرها من الخدمات^(٢)، وقد كان لمصادر المكتبات وخدماتها وتبادل المعلومات نصيب منها، ومن أهمها قيمة لهذه الدراسة ما يلي :

دراسة بعنوان:

Promotion and marketing communications in the information marketplace (1998):

اتصالات التسويق والترويج في سوق المعلومات: تكشف هذه الدراسة أهمية دور التسويق في الاتصال بالمستهلك وتقديم المنتج أو الخدمة له باحترام، وأن الترويج يعد واحداً من المفاتيح الأربعة للمزيج التسويقي له أهميته في مد السوق بالمعلومات عن المنتج. وتوصلت الدراسة إلى أن الترويج يؤثر على العائد المادي من المنتج ونجاح السوق^(٣) .

وهناك دراسة أخرى بعنوان:

Basic Marketing and Promotion Concepts (2007):

مفاهيم التسويق والترويج الأساسية: تناقش هذه الدراسة مفاهيم التسويق الأساسية، وكيف يمكن تطويع هذه المفاهيم لتستوعب مفهوم المكتبة التي لا تعتمد على الربح، وتؤكد هذه الدراسة على أهمية تبني أمناء المكتبات والمهتمين بهذا المجال مفاهيم التسويق والترويج لمساعدتهم على فهم وتفسير احتياجات

العملاء والتواصل معهم عند تقديم خدمات المعلومات . وتناولت الدراسة أساسيات بناء خطة التسويق والترويج وكيفية الاستفادة من المزيج التسويقي وخصوصاً عنصر الترويج في تطوير وتعزيز خدمات المكتبة. والحقيقة أن هذه الدراسة استطاعت ان تضع الأساس الذي يمكن أي كاتب أو مؤلف أن يوظف تقنيات الترويج لتطوير وتنفيذ الحملات الناجحة لترويج المصادر بصفة عامة والإلكترونية بصفة خاصة (4).

كذلك توجد دراسة بعنوان:

What are we really doing to market electronic resources (2011):

ماذا نفعل لتسويق المصادر الإلكترونية: توصلت هذه الدراسة إلى تحديد الأنشطة التسويقية المستخدمة في المكتبات لترويج المصادر الإلكترونية، ومعرفة إلى أي مدى استطاعت هذه المكتبات قياس نجاح أو فشل هذه الأنشطة. اعتمدت هذه الدراسة على منهج تحليل المضمون في تحقيق أهدافها وذلك من خلال تحليل مضمون عدد ٢٤ مقالة في أدبيات تسويق المصادر الإلكترونية في المكتبات. وترجع قيمة هذه الدراسة إلى أنها كشفت عن أن كل المكتبات تقريباً تستخدم أنشطة تسويقية لترويج مصادرha الإلكترونية، كذلك عدم إلمام هذه المكتبات بالمبادئ العامة؛ للتسويق مما انعكس على اختيار أنشطة التسويق التي تحقق أكثر أهدافها، وأيضاً العجز الواضح في عدم اختيار أدوات التقييم التي تقيس فاعلية هذه الأنشطة قبل البدء في عملية الترويج. والحقيقة أن هذه الدراسة مع اختلاف منهجها ومجتمع دراستها إلا أنها تتماثل مع أهداف دراستي هذه (5).

وأيضاً توجد دراسة بعنوان:

Marketing and promotion of e-books in academic libraries (2011):

التسويق والترويج للكتب الإلكترونية في المكتبات الأكاديمية: تكشف هذه الدراسة- بدقة متناهية - عن الممارسات المستخدمة في ترويج وتسويق الكتب الإلكترونية في المكتبات الأكاديمية، وقد توصلت الدراسة إلى أن المكتبات الأكاديمية محل الدراسة لا توجد لديها إستراتيجية تتعلق بترويج الكتب الإلكترونية وأن متخصصي هذه المكتبات لديهم معرفة بمجموعة من الأدوات التي يمكن استخدامها في ترويج الكتب الإلكترونية وأن البعض منهم لديه خطط لتحسين وتطوير الأنشطة الترويجية. وترجع أهمية هذه الدراسة إلى أنها وضعت منهجاً حياً لتسويق خدمات جديدة محتملة في المكتبات الأكاديمية، وكيفية توفير الفرص للحصول على الكتب الإلكترونية، وقد خرجت الدراسة بعدد من التوصيات المهمة التي من أبرزها أهمية التركيز على بناء وتنمية استراتيجية منهجية للتسويق والترويج وإدارة التوازن بين العرض والترويج كذلك أهمية الابتكار في أدوات الترويج، وأهمية الكلمة المنطوقة في الترويج سواء كانت تقليدية أو رقمية (6).

وأخيراً هناك دراسة تحمل عنوان:

Facebook as a medium for exchanging information among students:

شبكة الفيسبوك كوسيط لتبادل المعلومات بين الطلاب: تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أهم الوسائل التي يستخدمها الطلاب للتواصل فيما بينهم، في كلية الفلسفة بجامعة نوفي ساد بصربيا University of Novi Sad. وقد أثبتت الدراسة أن الفيسبوك يعد الوسيلة الأولى للتواصل بين الطلاب للتعبير عن آرائهم ومناقشاتهم وإبداء ملاحظاتهم والتصويت على شتى الموضوعات وتبادل المعلومات (7). تعد هذه الدراسة من أهم الدراسات التي تسلط الضوء على شبكة الفيسبوك كقناة اتصال مهمة لتبادل المعلومات؛ ومن ثم يمكن استخدامها كقناة من قنوات الترويج .

ثانياً: الإطار النظري للدراسة:

١/٢ مفهوم الترويج:

كلمة الترويج مشتقة من الكلمة العربية (روح للشيء) أي: عرف به، وهذا يعني أن الترويج هو الاتصال بالآخرين وتعريفهم بأنواع السلع والخدمات التي بحوزة البائع⁽⁷⁾. فالترويج هو شكل من أشكال الاتصال في التسويق، يخضع لعملية الاتصال التي تتكون من العناصر: مرسل الرسالة، طريق الاتصال، مستقبل الرسالة، النتائج، التشويش على عملية الاتصال⁽⁹⁾.

ويقصد بالترويج: مجموعة الجهود التسويقية المتعلقة بإمداد المستهلك بالمعلومات عن المزايا الخاصة بسلعة أو خدمة معينة، وإثارة اهتمامه بها وإقناعه بمقدرتها عن غيرها من السلع والخدمات الأخرى على إشباع احتياجاته، وذلك بهدف دفعه إلى اتخاذ قرار بشرائها، ثم الاستمرار في استعمالها في المستقبل⁽¹⁰⁾، والترويج هو أحد عناصر المزيج التسويقي؛ حيث لا يمكن الاستغناء عن النشاط الترويجي لتحقيق أهداف المشروع التسويقي⁽¹¹⁾. ويعرف الترويج أيضاً بأنه: جميع النشاطات التي تمارسها الشركة من أجل الاتصال بالمستهلكين المستهدفين ومحاولة إقناعهم بشراء المنتج ويشمل: الإعلان، والبيع الشخصي، وأدوات تنشيط المبيعات، والعلاقات العامة⁽¹²⁾.

وعلى ذلك يمكن تعريف الترويج لمصادر المعلومات بأنه: كل نشاط تمارسه المؤسسة المنتجة لمصادر المعلومات من أجل الاتصال بالمهتمين بها من الجمهور بغرض تعريفهم بشتى مصادر المعلومات التي تنتجها، ومحاولة إقناعهم بشرائها.

٢/٢ أهمية النشاط الترويجي لمصادر المعلومات:

في ظل ما يسمى بفيضان المعلومات وما نتج عنه من نتائج لا يمكن السيطرة عليه وتنوع مصادر المعلومات وتعدد أشكالها في الأسواق بصورة مستمرة، وكذلك ثورة الاتصالات التي حولت من عادات الإنسان وطرق معيشتة، وما صاحب ذلك من تطور هائل في حجم دور النشر وظهور أسواق جديدة للنشر دعا ذلك إلى القيام بالنشاط الترويجي الذي من خلاله يمكن الاتصال بين منتجي المعلومات والمستفيدين منها من الجمهور بسهولة ويسر.

وعليه يمكن إظهار أهمية النشاط الترويجي من خلال العناصر الآتية⁽¹³⁾:

١. المساهمة في تحقيق الاتصال والتفاهم بين منتجي المعلومات والمستفيدين منها من الجمهور رغم بعد المسافة بينهم.
٢. تنوع وزيادة الجمهور والوسطاء الذين يمكنهم الاستفادة من مصادر المعلومات.
٣. النشاط الترويجي يسمح بكسب الجولات التنافسية وتثبيت الوجود في السوق التجاري وذلك في حالة اشتداد المنافسة في السوق.
٤. يساهم الترويج في الحفاظ على مستوى الوعي والتطور في حياة الأفراد، وذلك من خلال ما يمددهم به من معلومات وبيانات عن كل ما يتعلق بالمعروض من مصادر وكل ما هو ذو فائدة لهم.

٥. إن المؤسسة المنتجة للمعلومات من خلال النشاط الترويجي ترمي إلى الوصول إلى مستوى عالٍ من المبيعات، وهذا سيؤدي في النهاية إلى تخفيض تكلفة الوحدة المنشورة، وبالتالي إلى تخفيض الأسعار من خلال توزيع التكاليف الثابتة على أكبر عدد ممكن من الوحدات المنشورة.

٦. إن ما يرصد من مبالغ لتغطية النشاط الترويجي يعتبر أكبر التخصصات في النشاط التسويقي بل إنه يأتي في المرتبة الثانية بعد تكاليف الإنتاج ومن هنا يبرز الاهتمام بهذا النشاط الحيوي في مجال النشاط التسويقي.

٧. يؤثر النشاط الترويجي على قرار الشراء بالنسبة للجمهور المستفيدين من مصادر المعلومات حيث يظهر ذلك في بعض الأحيان عندما يدخل أحد المستفيدين إلى إحدى دور النشر فترى أنه يشتري مصادر أخرى إضافة لما خطط له قبل دخوله إلى الدار، وهذا يرجع إلى تأثيرات الجهود الترويجية.

٣/٢ أهداف الترويج:

الترويج - وفقا لما سبق- هو شكل من أشكال الاتصال بالمستفيدين، من خلاله يتم إيصال المعلومات المناسبة إليهم والتي تدفعهم على اختيار ما يناسبهم من مصادر ومن ثم شرائها؛ لذلك يمكن أن يحقق الترويج ما يلي^(١٤):

١. تعريف المستفيدين بمصادر المعلومات، خصوصاً إذا كانت هذه المصادر جديدة حيث يعمل الترويج على تعريفهم باسم المصدر واسم الناشر وغيرها من البيانات التي تتعلق بعنوان وموضوع المصدر وأهميته.

٢. تذكير المستفيدين بمصادر المعلومات، وهذا يتم بالنسبة لمصادر المعلومات القائمة والموجودة في السوق؛ حيث يحتاج المستفيد - الذي يشتري المصدر أصلاً - إلى تذكيره به بين فترة وأخرى وبالتالي يعمل بعض الترويج على تعميق درجة الولاء نحو مصدر المعلومات.

٣. تغيير الآراء والاتجاهات السلبية للمستفيدين في الأسواق المستهدفة إلى آراء واتجاهات إيجابية.

٤. إقناع المستفيدين المستهدفين والمحتملين بالفوائد والمنافع التي تؤيدها مصادر المعلومات مما يؤدي إلى إشباع حاجاتهم ورغباتهم.

٤/٢ المزيج الترويجي:

يقصد بالمزيج الترويجي مجموع الأساليب أو الأنشطة أو الأدوات التي تستخدم وفقاً لاستراتيجية معينة يتم بواسطتها تحريك المنتجات إلى المستهلك الأخير^(١٥)، ويعرف أيضاً بأنه: مزيج من القنوات الترويجية التي تستخدم بغرض نشر الرسالة الترويجية وإيصالها إلى المستفيدين^(١٦).

والمزيج الترويجي المناسب ينبغي أن يعكس أهداف استراتيجية التسويق التي تتبناها المؤسسة؛ وبالتالي يستلزم ذلك أن يتم الاختيار بإحكام من بين مجموعة الأدوات المتاحة التي تشكل المزيج الترويجي. وتتمثل هذه الأساليب في الإعلان، والبيع الشخصي، وتنشيط المبيعات والنشر أو الدعاية. وتتميز هذه الأساليب بالتداخل والتكامل فيما بينها، وتعمل من أجل هدف واحد وهو الاتصال بالمستفيد أو المستهلك، وتنقسم تبعاً لقنوات الاتصال التي تعتمد عليها في الاتصال بالمستفيد إلى أساليب تعتمد على قنوات اتصال شخصية وأخرى غير شخصية^(١٧).

أولاً: الأساليب التي تعتمد على قنوات الاتصال الشخصي:

ويندرج تحت هذه الأساليب:

١ - **البيع الشخصي:** فهو يحتاج إلى مواجهة وجهًا لوجهه مع واحد أو أكثر من المشتريين المحتملين بغرض إتمام البيع، وغالبًا تكون الكلمة المنطوقة هي الأساس الذي تعتمد عليها عملية الاتصال، وبعد ذلك أمرًا شائعًا في المعاملات التجارية بين المؤسسات في مجال صناعة المعلومات، والتي يمثلها مندوب المبيعات، وتحتاج إلى دعمه بصفة مستمرة . ومن أهم القنوات التي يعتمد عليها هذا الجزء من المزيج ما يلي⁽¹⁸⁾:

- قناة الدفاع، ويمثلها رجل البيع أو العاملون في المبيعات في الشركة، أو قسم المبيعات في الشركة، وتعد المعارض ساحة مهمة في هذه القناة .
- قناة الخبراء، وتمثل الخبراء المستقلين ومستعرضي أو مراجعي البرمجيات والأقراص الضوئية القائمين على بناء وتشغيل كل ما يتعلق بالوسائط الخاصة بشرح وترويج المنتج.
- القنوات الاجتماعية والاستشارية، مثل: الأصدقاء والزملاء والمهنيين والشبكات المهنية.

والحقيقة أن أسلوب البيع الشخصي يعتمد في المقام الأول على رجل البيع ، الذي ينبغي أن يقوم بالاتصال ورؤية العملاء ومواجهتهم والعمل على إرضائهم، فيؤدي بذلك الحصول على ولائهم، ومن ثم يصبحون أداة فعالة لجلب المزيد من العملاء، ومن ثم نجاح خطة الترويج⁽¹⁹⁾.

ثانياً: الأساليب التي تعتمد على قنوات الاتصال غير الشخصي:

ويندرج تحت هذه الأساليب ما يلي :

١ - **الإعلان:** يعرف الإعلان بأنه: وسيلة غير شخصية لتقديم وترويج الأفكار أو السلع أو الخدمات من قبل جهة معلومة مقابل أجر مدفوع. فالإعلان هو وسيلة من وسائل البيع غير الشخصي وشكل من أشكاله؛ حيث يتم اتصال المعلن بالمستفيدين المرتقبين من خلال وسائل الدعاية العامة⁽²⁰⁾ .

وتتنوع الوسائل الإعلانية تبعًا لنوع الوسيط إلى: وسائل مطبوعة، وتشمل الصحف والمجلات والملصقات والإعلانات في وسائط النقل وغيره، ووسائل إذاعية ومرئية وتشمل: الراديو والتلفزيون والسينما، ووسائل إلكترونية وتشمل الإنترنت الذي أصبح الوسيلة الأكثر انتشارًا وقبولاً نظراً لتنوع أساليبها ورخص أسعارها مقارنة بالوسائل الأخرى⁽²¹⁾. ويتوقف اختيار أي من هذه الوسائل على معرفة خصائص كل وسيلة، فهذه الوسائل تتميز بالخصائص التالية:

- **الصحف:** تعتبر الصحف من أهم الوسائل الإعلانية في العصر الحديث من حيث حجم ما ينفق عن الإعلان فيها، الذي بلغت نسبته حوالي ٣٠% من إجمالي نفقات الإعلان، فهي تتميز عن غيرها من الوسائل بمرونة قراءتها إذا قورنت بمشاهدة التلفزيون، فالمرء يقرأ في أي وقت، أما الإعلان التلفزيوني أو الإذاعي فيذاع في وقت معين، كذلك يمكن توجيهه لجمهور محدد (صحف محلية أو رياضية... إلخ). وعلى الرغم من تميز هذه الوسيلة إلا أن البعض يتحفظ عليها كوسيلة إعلان وخصوصاً في جوانب عدم استخدامها الألوان وغياب الحركة كذلك تجاهلها من كثير من قراء الصحف⁽²²⁾.

- **المجلات:** بسبب ارتفاع الثقافة وارتفاع مستوى المعيشة وزيادة الإمكانات المادية لأفراد المجتمع أخذت المجلات تحتل مكانة عالية بين وسائل الإعلان في الوقت الحاضر. والمجلات منها ما هو عام يهتم بها فئات الشعب كافة، ومنها ما هو خاص يعني فئات معينة من الناس، مثل: مجلات النساء والشباب ورجال الأعمال؛ ولذلك فإن المجلات الخاصة تقدم لمنتجات بعض السلع فرصة طيبة للوصول إلى جمهور معين ومختار. وتعتبر المجلات من أفضل وسائل الإعلان عن السلع الجديدة التي يحتاج الترويج لها لكونها تقرأ في وقت الراحة وعلى مهل. ومن أهم مثالب الإعلان في المجلات عدم توافر المرونة اللازمة؛ مما يتعذر معه إجراء تغيير في تصميم الإعلان أو إلغاؤه، كما لا يتيح للمعلن فرصة متابعة الأحداث ومسيرة التطورات السوقية كما هو الحال بالنسبة للصحف اليومية والراديو (23).
- **اللافتات والملصقات:** ويقصد بها الإعلانات في اللافتات والملصقات التي غالباً ما تكون مطبوعة أو مرسومة، ويمكن وضعها في مواقع ووسائط نقل متغيرة. وتتميز هذه الوسيلة بمرونة عالية في اختيار المواقع وتجنيبها الإعلانات المنافسة باختيار موقع متميز، كذلك في معدلات تكرارها الكبيرة للعرض على الجمهور المستهدف للإعلان، إضافة إلى قلة تكلفتها مقارنة بالوسائل السابقة للإعلان. ومن أهم ما يؤخذ عليها، افتقارها إلى عنصر الحركة، كذلك عدم توجيهها لجمهور محدد (24).
- **البريد:** وهو استخدام البريد في إرسال رسائل وبطاقات ومواد إعلانية إلى الجمهور المستهدف. وتتميز هذه الوسيلة في التحكم في توجيهها إلى جمهور محدد، والمرونة العالية في شكل ومحتوى الرسالة الإعلانية وتوقيت إرسالها، كذلك تجنب المنافسة من الإعلانات الأخرى. أما أهم مثالب هذه الوسيلة، ارتفاع التكلفة نسبياً خاصة عند زيادة أعداد الجماهير المستهدفة، هذا إلى جانب أنه عند استخدام الإعلان البريدي بواسطة عدد كبير من المنشآت يبدأ الجمهور في تجاهله (25).
- **الإذاعة:** لا زال الراديو من الوسائل الإعلانية المهمة في جميع دول العالم لإبلاغ رسالة المعلن إلى جمهور المستهلكين؛ وذلك لتمييزه بطول فترات البث وتعدد البرامج التي يقدمها، وقدرته على الوصول إلى جماعات مختلفة من المستهلكين. وتتميز هذه الوسيلة بأنها أقل تكلفة مقارنة بالتلفزيون، هذا إلى جانب أنها أقل تكلفة وأكثر انتشاراً من وسائل أخرى. ومن عيوب الإعلان في الراديو احتمال ملل المستمعين بسبب طول الوقت الذي قد تستغرقه الإعلانات، والاستماع إلى الراديو غالباً ما يتم أثناء تأدية عمل ما وهذا معناه عدم التفريغ الذي قد يؤدي إلى عدم الانتباه إلى الإعلان (26).
- **التلفزيون:** ويتميز التلفزيون كوسيلة إعلانية بأثره الشديد على جمهور المشاهدين من مختلف الفئات فالأسرة كلها تشاهد التلفزيون وتتأثر بما يقدمه من مواد ترفيهية وثقافية مختلفة. ومن أهم سلبياتها ارتفاع نفقات الإعلان فيه؛ الأمر الذي يجعله في غير متناول المعلن الصغير، كذلك لا يمكن توجيهه إلى جمهور محددة فقط (27).
- **السينما:** تتخذ الإعلانات في السينما أشكالاً عديدة منها الإعلانات المتحركة والناطقة التي تعتبر من أفضل أنواع الإعلانات؛ وذلك لفاعليتها في تبليغ الرسالة الإعلانية. والنوع الآخر من الإعلانات هو الإعلانات غير المتحركة التي تسمى في - غالب الأحيان - بالصور الثابتة أو اللوحات الزجاجية الجامدة التي تناسب الإعلان التذكيري. وتأتي السينما في آخر قائمة الوسائل الإعلانية؛ لأن نصيبها من جملة الإنفاق الإعلاني نسبته ضئيلة، وهذه ظاهرة عامة في كل الدول و سببها يعود إلى التناقص المستمر في جمهور السينما. هذا إلى جانب تكلفة الإعلان فيها (28).

● **الإنترنت:** هناك العديد من التقنيات التي أفرزتها شبكة الإنترنت يمكن استخدامها في الترويج عن مصادر المعلومات، ومن أهم هذه التقنيات: الشبكات والوسائط الاجتماعية والمدونات والتسويق من خلال البريد الإلكتروني، وخدمة التقييم المرتد RSS التي يمكن استخدامها في المدونات والمواقع لإعلام الجمهور أو شريحة معينة من المستفيدين بما هو جديد في عالم الكتب، ويمكن أن يدخل في مجال اهتماماتهم، كذلك مواقع اليوتيوب، والتاتشر تيوب، والفيمو، YouTube، Vimeo، Teacher Tube، وهي مواقع تسمح بالعرض المرئي والتدوين والبيث الصوتي، يمكن استخدامها في الترويج للكتب أو مصادر المعلومات ويمكن استخدامه منفردًا أو مجتمعًا مع وسائل أخرى مثل المدونات أو المواقع الخاصة بالناشرين، وهناك رمز الاستجابة السريع QR Codes، وهو أحد أكثر أنواع الباركود الثنائية الأبعاد الذي تم تصميمه لفك شفرته بسرعة عالية يمكن استخدامه للإحالة إلى قوائم الناشرين⁽²⁹⁾.

الحقيقة أن الإنترنت تعد الآن من أهم القنوات على الإطلاق التي تستخدم في الترويج نظرًا لمرونتها وقلة تكلفتها. وعلى الرغم من أنها وسيلة غير شخصية للاتصال، إلا أنها تلتزم الاستجابة من الجمهور أو مستفيدين معينين أو محتملين، هذا إلى جانب الإمكانات المتاحة والتي توفرها الشبكة لعرض وتدوين الملفات المرئية والصوتية، والتي يمكنها استخدام الكلمات المنطوقة، وبذلك يكون تأثيرها قريبًا من القنوات الشخصية على الرغم من أنها قناة غير شخصية.

وبعد الترويج الإلكتروني من خلال الإنترنت اتجاه حديث تظهر استخداماته بوضوح في دور نشر معظم البلدان المتقدمة، ومن أهم أساليب استخدامه - من خلال الشبكات الاجتماعية والبريد الإلكتروني - ما يطلق عليه التسويق الإحالة والتسويق الفيروسي.

التسويق الإحالة هو: رسالة - منطوقة أو غير منطوقة - موجهة من دار النشر إلى العملاء الحاليين عن إصدار معين تقدمه دار النشر، وقد يتطور الأمر لطلب دار النشر من العملاء الحاليين المساهمة في ترويج الإصدار من خلال تقاسمهم الرسائل الترويجية مع معارفهم، وذلك مقابل جوائز عينية أو خصومات على إصداراتها. أما التسويق الفيروسي فهو يعتمد في تسويق المنتج على الرسالة المنطوقة أو غير المنطوقة - التي ترسل من دار النشر إلى شرائح معينة من المجتمع مصحوبة بتسليية أو أغنية أو غيرها من الأشياء الجاذبة البسيطة التي تدفع الأشخاص إلى تقاسم الرسالة مع أفراد آخرين، مما يساعد على نشر الرسالة بسرعة فائقة⁽³⁰⁾، ومن أهم خصائص الرسالة في التسويق الفيروسي ما يلي⁽³¹⁾:

- شائقة مثيرة للاهتمام.
- تسعد الجمهور، مدعومة بمعلومة جديدة بالاهتمام، تضيف خبره جديدة.
- تعمل على كسب الثقة والاحترام.
- سهلة الإعداد وتساعد الناس على تقاسمها.

٢- **تنشيط المبيعات:** ويقصد بها الهدايا أو الحوافز القصيرة الأجل التي تستخدم لتشجيع شراء المنتج أو الخدمة، ومن أهم قنواتها⁽³²⁾:

- العينات المجانية.
- المسابقات.
- الهدايا المرتبطة بشراء أكثر من وحدة من السلعة.
- تخفيضات في السعر في حالة شراء أكثر من وحدة.

- تخفيضات في فترة زمنية معينة، على سبيل المثال: تخصيص الدخول على قواعد البيانات لمدة محددة.
- جائزة لأحسن موزع.
- وسائل مساعدة لعرض السلع.
- هدايا في حالة سحب كميات كبيرة من المخزون وبيعها في نفس الفترة الزمنية السابقة.

٣ - **الدعاية والنشر:** وهو برنامج يصمم بغرض ترويج أو تحسين صورة الشركة أو كلتا الحالتين للمنتج : ومن أهم قنواتها(33) :

- المعارض.
- المقالات التي تروج للمؤسسة أو المنتج، والتي يتم نشرها في النشرات المهنية.
- المنشورات الخاصة بالمنتج.

٥/٢ تصميم استراتيجية الاتصال(34):

تبدأ عملية تصميم استراتيجية الاتصال التي تدعم أهداف الترويج، عندما تنتج المؤسسة منتجاً جديداً أو إعادة إنتاج منتج بشكل جديد أو تحديثه. وتشمل استراتيجية الاتصال عدداً من الخطوات تشكل مراحل، ومن ثم ملامح الحملة الترويجية لأي مؤسسة أو منظمة ، هذه المراحل تشتمل على ما يلي :

١ - تحديد الجمهور المستهدف:

ويقصد به توصيف الجمهور المستهدف هل هو شريحة كاملة من السوق الموجه إليه منتج المؤسسة او المنظمة، أم هو شريحة أكثر ضيقاً كفئة متخصصة داخل شريحة أوسع . فالرسالة يتم اختيارها وفقاً لذلك؛ حيث إن الرسالة هنا سوف تواجه في طريقها إلى الشريحة المحددة من الجمهور شرائح أخرى غير معنية بالمنتج قد تنفر من الرسالة التسويقية فلذلك ينبغي فهم خصائص الجمهور كذلك لكسب مزيد من الجمهور ينبغي فهم أنواع الرسائل التسويقية والتمييز بين الرسائل التي تهتم بجودة المنتج أو السعر فكل رسالة لها جمهورها ، هذا إضافة إلى أنها تحافظ على الصورة الحالية للشركة ومنتجاتها.

٢ - تحديد أهداف الاتصال :

هي عملية مهمة في تصميم استراتيجية الاتصال ، وتعتمد عملية تصنيف الأهداف وبالتالي بناؤها على ما يعرف بنماذج عمليات الاتصال أو الترويج ، وأشهر هذه النماذج هو ما يعرف بـ _____ AIDA وهو يشتمل على أربعة مستويات هي:

- الانتباه؛ حيث يصبح العميل على دراية بالمنتج.
- الاهتمام؛ وعندها يتطور اهتمام العميل بالمنتج.
- الرغبة؛ وعندها تتطور رغبة العميل إلى طلب المنتج.
- الإجراء؛ حيث يتجه العميل لشراء المنتج.

ومن هنا وبناءً على هذه الأهداف يمكن تصميم استراتيجية الاتصال، فيمكن تحديد هدف الاستراتيجية هل هو لفت الانتباه، أم زرع الاهتمام، أم تحفيز الرغبة بالشراء، أم الحث على اتخاذ قرار الشراء .

٣- تصميم الرسالة:

تعتمد أي استراتيجية اتصالات على رسالة تسويقية، هذه الرسالة ينبغي أن تتسجم مع أهداف الاتصال، وغالباً ما تعكس رسالة التسويق مجموعة فريدة من الفوائد التي يعتقد صاحب المنتج أن منتجه يقدمها للعملاء وسوف يجذبهم بها. وتشكل العلامة التجارية وصورة المؤسسة أساس أي رسالة تسويق. وعلى كل الأحوال ينبغي أن يوضع في الاعتبار العناصر التالية عند تصميم الرسالة:

- المحتوى: ماذا أقول ؟
- الهيكل: كيف أقول ذلك منطقياً ؟
- الشكل: كيف أقول ذلك رمزياً ؟
- المصدر: من الذي يمكنه قول ذلك (ممثل الشركة، أو الناطق باسمها) ؟

٤- تحديد قنوات الاتصال:

يمكن للمؤسسة أن تختار من بين العديد من قنوات الاتصال الشخصية وغير الشخصية التي تحقق أعلى فاعلية ترويجية في ضوء ميزانيتها المحددة للترويج. وهناك مجموعة من العوامل التي يجب أن تؤخذ في الحسبان عند الاختيار من بين قنوات الاتصال، أهمها: التكلفة، ودرجة تغطية الشريحة المستهدفة من الجمهور، ودرجة وصول الرسالة التسويقية، وإمكانية تكرار الرسالة أو أداء الرسالة نفسها (وهي درجة تعرض الجمهور للرسالة)، الأثر الإقناعي لقناة الاتصال (كما هو الحال في قوة تأثير الإعلان في التلفزيون عن غيره من الوسائل) والوقت المنقضي بين وصول الرسالة لقناة الاتصال وبين ظهورها فيها. وهكذا يمكن المقارنة بين قنوات الاتصال المختلفة على ضوء هذه المعايير.

٥- إنشاء الميزانية الترويجية:

من أهم المقومات التي تؤثر على نجاح أي خطة ترويج أو برنامج هو مقدار الأموال المتاحة؛ فكلما كانت ميزانية الترويج كبيرة يدفع ذلك إلى اختيار وتحديد المزيج الترويجي المؤثر، مثل: الإعلان بمختلف صوره، أما القدرة المالية المحدودة فتدفع الناشر إلى استخدام وسائل محدودة، مثل: البيع الشخصي والمعارض؛ فقصور النواحي المادية يؤدي أو يدفع الناشر إلى استخدام وسائل ترويجية غير فعالة .

وعلى كل الأحوال يمكن القول: إن معظم الميزانيات تقديرية ، وتعتمد المؤسسات على منهجية محتملة للحساب توضع وفقاً لما يلي:

- ما هو الذي يمكن رصده، أو ما هو متاح.
- توضع الميزانية على أساس نسبة من المبيعات.
- توضع الميزانية على أساس محاولة التقدم أو التكافؤ مع المنافسين.
- توضع الميزانية كنتيجة لتحليل الأهداف المرغوبة والمهام المطلوبة لإنجاز هذه الأهداف.

٦- تقرير المزيج الترويجي:

يشتمل المزيج التسويقي، كما سبق شرحه، على أكثر من أداة أو أسلوب، يشكل كل منها استراتيجية للتسويق، ولتقرير استخدام أي استراتيجية أو أداة من هذا المزيج هناك عدد من العوامل التي ينبغي أن توضع في الاعتبار، وهي:

- الميزانية المتاحة: تتحكم الميزانية في أدوات وقنوات الترويج المستخدمة، فهناك أدوات وقنوات فاعلة ومؤثرة لكنها مكلفة وتحتاج إلى ميزانية كبيرة، كذلك بالمثل هناك قنوات غير مكلفة ويمكن استخدامها في الترويج، وتؤدي إلى نتائج إيجابية إلى حد كبير.
- الرسالة التسويقية: هناك رسائل تتطلب أدوات وقنوات معينة نظرا لطبيعة الرسالة من حيث المحتوى الخاص بأي رسالة الذي يعتمد على الرؤية الاستراتيجية للمؤسسة، كذلك التصميم والشكل من حيث كونها مسموعة أو مقروءة أو مرئية.
- تعقيد المنتج أو الخدمة: ويقصد بذلك طبيعة المنتج محل الترويج من حيث التعقيد الفني أو ارتفاع الثمن بالنسبة لميزانية المستهلك، وبمعنى آخر يؤدي الإقدام على شراء المنتج بدرجة من المخاطرة بالمقارنة بشراء سلعة ميسرة معروفة للمستهلك ومحدودة الثمن.
- حجم ومكان السوق: حيث نجد أن البيع الشخصي يكون مناسباً بالنسبة للسوق المحلي المحدود ولكن باتساع السوق جغرافيا يصبح للإعلان دور مهم في تغطية معظم أجزاء السوق.
- توزيع المنتج: ويقصد به القدرة على وصول المنتج إلى المستفيد أو العميل النهائي من خلال الوسطاء الذين يملكون القدرة على التعامل مع كم كبير من العملاء، فهؤلاء الوسطاء يمكن أن يحتاجوا فقط إلى أدوات معينة، مثل رجل البيع.
- مرحلة دورة حياة المنتج: حيث تمر المنتجات بدورة حياة تبدأ من النمو إلى التدهور تمامًا كما يحدث مع الكائنات الحية.
- المنافسة : كلما زادت قوة المنافس استدعى ذلك استخدام أدوات وقنوات ترويج فاعلة ومؤثره على العملاء مثل الإذاعة والتلفزيون وغيرهما من الأدوات والقنوات التي تؤثر على العملاء.

٧- قياس النتائج:

يعد الاستثمار في الترويج من الأمور المهمة والكبيرة التي تصعب على كثير من المؤسسات؛ ولذلك من المهم قياس نتائجها ومدى العائد على المؤسسة منها. في أوقات كثيرة تكون هناك صعوبة في التفريق بين تأثير الترويج وعناصر المزيج التسويقي الأخرى؛ لذلك من المهم رصد تأثير الترويج بالنظر إلى أرقام المبيعات أو أي مقاييس أخرى متاحة⁽³⁵⁾.

ثالثاً: الإطار الميداني للدراسة :

يتناول هذا الجزء من الدراسة نتائج الاستبيان الذي تم توزيعه على عينة الدراسة من الناشرين انظر (ملحق رقم: ١)، وقد بلغ عدد الاستثمارات التي أخضعت للتحليل ٧٠ استثماراً تمثل جميع فئات الناشرين في جمهورية مصر العربية كما هو موضح في (الملحق رقم: ٢):

١/٣ إدراك الناشرين لمفهوم الترويج:

من خلال تحليل السؤال الأول الذي وجه للناشرين محل الدراسة، وقياس مدى إدراك الناشرين محل الدراسة لمفهوم الترويج انظر (الملحق رقم: ١)، وجد الباحث أن كل الناشرين محل الدراسة يدركون مفهوم الترويج، إلا أنهم اختلفوا فيما بينهم لدرجة الفهم الكامل لهذا المفهوم، فكما هو مبين في (الجدول رقم: ١) يوجد اختلاف بين الناشرين لمفهوم الترويج، وقد جاء هذا الاختلاف بنسب متقاربة لحد كبير؛ حيث إن المدركين لمفهوم الترويج لحد ما، جاءت نسبتهم ٢٧%، وهم الذين اختاروا الإجابة (ب) " أحد عناصر المزيج التسويقي حيث لا يمكن الاستغناء عن النشاط الترويجي لتحقيق أهداف المشروع التسويقية". والذين

يدركون مفهوم الترويج جاءت نسبتهم ١٦% وهم الذين اختاروا الإجابة (أ) " جميع الأنشطة التي تمارسها الشركة من أجل الاتصال بالمستهلكين المستهدفين ومحاولة إقناعهم بشراء المنتج". والذين يدركون تمامًا مفهوم الترويج جاءت نسبتهم ٢٧%، وهم الذين اختاروا الإجابة (ت) " كل نشاط تمارسه المؤسسة المنتجة لمصادر المعلومات من أجل الاتصال بالمهتمين بها من الجمهور بغرض تعريفهم بشتى مصادر المعلومات التي تنتجها، ومحاولة إقناعهم بشرائها". وإن دل ذلك على شيء فإنه يدل على أن هناك إدراكًا لمفهوم الترويج بين الناشرين، إلا أن هذا الإدراك يتفاوت إلى حد الفهم الكامل بينهم؛ مما قد يؤثر عند تطبيقه في تسويق الكتب، وفقًا لدرجة هذا الفهم.

مدى إدراك الناشرين لمفهوم الترويج

عينة الدراسة	مدركة إلى حد ما	مدركة	مدركة تمامًا
٧٠	٢٧	١٦	٢٧
١٠٠%	٣٨.٥%	٢٣%	٣٨.٥%
المجموع	٧٠		

٢/٣ إستراتيجيات الترويج المستخدمة في دور النشر:

١- مدى وجود خطط للترويج لدى الناشرين لترويج كتبهم:

من خلال تحليل إجابات الناشرين عن السؤال الثاني (رقم: ١)، تبين أن نسبة من دور النشر ليست قليلة وصلت إلى حد ٦٤.٣% لديهم خطط لترويج كتبهم، وأن هناك نسبة قليلة تصل إلى ٣٥.٧% ليس لديها خطة لترويج الكتب انظر (الجدول رقم: ٣). وهذا يعني أن هناك محاولات لممارسة الترويج في دور النشر، ولكن ليس من الضرورة أن يعني أنها مؤشرات مؤكدة على أن عمليات الترويج تتم وفق أساليب مدروسة، أو أن هناك اقتناعًا بعملية الترويج وخصوصًا بين دور النشر الصغيرة .

(جدول رقم: ٣)

مدى استخدام الناشرين لخطط الترويج

الخطة	يوجد خطة	لا يوجد خطة
توزيع عينة الدراسة	٤٥	٢٥
النسبة المئوية	٦٤.٣%	٣٥.٧%
المجموع	٧٠	

٢- عناصر خطة الترويج المستخدمة في دور النشر:

وبسؤال الناشرين الذين لديهم خطط للترويج عن عناصر هذه الخطط (السؤال الثاني رقم: ٢) ، وجد الباحث تفاوتًا كبيرًا في أختياراتهم لعناصر الخطة. فعلى الرغم من أن هذه العناصر ينبغي ان تتوافر جميعها في أي خطة ترويج ناجحة انظر (الجدول رقم: ٤)، إلا أن الناشرين اتفقوا على وجود الجمهور المستهدف في الخطة ، واختلفوا في وجود العناصر الأخرى.

وكان الاختلاف واضحًا في أهمية وجود أساليب المزيغ الترويجي في الخطة، فعلى الرغم من أهمية تحديد نوعية أسلوب الترويج المستخدم في الخطة، إلا ان الناشرين لم يهتموا بهذا العنصر، وكما هو مبين

في الجدول اهتم الناشر بوجود عنصر قنوات الاتصال بنسبة ٩١%، وهذا العنصر بطبيعته يعتمد على تحديد نوع المزيج الترويجي المستخدم، وهذا ما لم يهتم به الناشر ولم يلتفت إليه، وان دل ذلك على شيء فإنما يدل على أنه على الرغم من وجود خطة للترويج لدى الناشرين بنسبة ٦٤.٣%، فإن هذه الخطة غير فاعلة لتجاهل الكثير من الناشرين لبعض عناصرها المهمة مثل الترويج، والميزانية، كذلك تجاهل بعضهم أهداف الاتصال، وتصميم الرسالة، وقياس النتائج كما هو موضح بالجدول.

(جدول رقم: ٤)

مدى التزام الناشرين بعناصر خطط الترويج

عناصر الخطة	الجمهور المستهدف	أهداف الاتصال	تصميم الرسالة	قنوات الاتصال	الميزانية	المزيج الترويجي	قياس النتائج
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	٤٥	٢٧	٢٧	٤١	١٨	١٤	٢٧
النسبة المئوية	١٠٠%	٦٠%	٦٠%	٩١%	٤٠%	٣١%	٦٠%

٣/٣ أساليب الترويج المستخدمة في دور النشر:

تبين من إجابات الناشرين عن السؤال رقم (٣)، أنهم يفضلون استخدام أسلوب البيع الشخصي في الترويج، وذلك لسرعة نتائجه وتداوله بينهم. وقد جاء استخدام تنشيط المبيعات والدعاية والنشر في المرتبة الثانية في الاستخدام. وأتى الإعلان في المرتبة الثالثة، وهذا يدل على أن هناك تجاهلاً بنسبة كبيرة من الناشرين لأسلوب الإعلان، على الرغم من أنه الأسلوب الأمثل في الترويج وخصوصاً في حالة بعد الأسواق المستهدفة، ويرى الباحث أن هذا يمكن أن ينعكس على مبيعات الناشرين انظر (الجدول رقم: ٥).

(جدول رقم: ٥)

الأساليب الرئيسية للمزيج الترويجي المستخدمة في دور النشر

المزيج الترويجي	البيع الشخصي	الإعلان	تنشيط المبيعات	الدعاية والنشر
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	٧٠	٤٠	٤٥	٤٥
النسبة المئوية	١٠٠%	٥٧.١%	٦٤.٢%	٦٤.٢%

١/٣/٣ قنوات البيع الشخصي المستخدمة في دور النشر:

بسؤال الناشرين عن القنوات التي يستخدمونها عند استخدام أسلوب البيع الشخصي، تبين أنهم يفضلون أيضًا استخدام رجل البيع مباشرة كما هو موضح في (الجدول رقم: ٦). وقد أتت القنوات الاجتماعية في المرتبة الثانية، والخبراء في المرتبة الثالثة. والحقيقة أنه ينبغي تنوع استخدام قنوات البيع الشخصي؛ لأن التركيز على استخدام قناة رجل البيع، تمثل عبئًا ماديًا على دار النشر، إضافة إلى كونها غير فاعلة في حالة استهداف أسواق بعيدة.

(جدول رقم: ٦)

قنوات البيع الشخصي المستخدمة في دور النشر

المزيج الترويجي	رجل البيع	الخبراء	القنوات الاجتماعية
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	٧٠	١٥	٢٥
النسبة المئوية	%١٠٠	%١٠.٥	%١٧.٥

٢/٣/٣ قنوات الإعلان المستخدمة في دور النشر:

من خلال الجدول السابق (جدول: رقم: ٥) يتبين أن أعداد دور النشر التي تستخدم الإعلان حوالي (٤٠) دار نشر من عينة الدراسة، بنسبة ٥٧.١%، ولقد تبين من خلال تحليل إجابات السؤال الثالث بالاستبيان (ملحق رقم: ١)، أن الإنترنت من أهم القنوات التي تحظى باستخدام دور النشر، وهذا في حد ذاته يعد شيئًا جيدًا؛ لأن الإنترنت قناة مرنة غير مكلفة، بالإضافة إلى أنها تلتصق بالاستجابة من الجمهور أو مستفيدين معينين أو محتملين، وتمكن من استخدام الكلمات المنطوقة، وبذلك يكون تأثيرها قريبًا من القنوات الشخصية، على الرغم من أنها قناة غير شخصية. ويأتي استخدام الصحف والمجلات واللافئات في المركز الثاني من حيث الاستخدام بنسب متساوية وصلت إلى حوالي ٢٠%، وهذا أيضا يعد جيدًا حيث تعد من الوسائل ذات المردود الجيد من حيث الترويج، إضافة إلى قلة تكلفتها مقارنة بالوسائل الأخرى، مثل: الإذاعة والتلفزيون، وقد جاءت قناة كلٍّ من البريد والتلفزيون في المركز الثالث من حيث الاستخدام بنسب متساوية وصلت ١٠% . والحقيقة أن ترتيب استخدام هذه القنوات يعد مقبولاً من الناحية الاقتصادية، وكذلك من حيث التأثير الترويجي.

(جدول رقم: ٧)

قنوات الإعلان المستخدمة في دور النشر

المزيج الترويجي	الصحف والمجلات	اللافئات	البريد	التلفزيون	الترقية	السينما
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	٢٠	٢٠	١٠	-	١٠	٤٠
النسبة المئوية	%٥٠	%٥٠	%٢٥	%٠	%٢٥	%١٠٠

١/٢/٣/٣ الشبكات الاجتماعية المستخدمة في الترويج في دور النشر:

بسؤال دور النشر - التي تستخدم الإنترنت في ترويج كتبها - عن مدى إستخدامها الشبكات الاجتماعية في ترويج كتبها السؤال الثالث (رقم: ٣)، تبين أن العدد الأكبر منها، يستخدم الشبكات الاجتماعية (الجدول رقم: ٨)، وتبين للباحث من خلال تحليل إجاباتهم أنهم يفضلون استخدام شبكة الفيسبوك Facebook في الترويج. هذه النسبة من المستخدمين كما هي موضحة في الجدول، وإن كانت هي الأكبر، إلا أنه ما زال هناك نسبة ٣٧.٥% ليس لديها معرفة بإيجابيات الترويج من خلال الشبكات الاجتماعية، وقد تبين من إجاباتهم أنها تفضل استخدام مواقع لها أو تكتفي باستخدام البريد الإلكتروني في الترويج .

(جدول رقم: ٨)

مدى استخدام الناشرين للشبكات الاجتماعية في الترويج

استخدام الشبكات	تستخدم	لا تستخدم
توزيع عينة الدراسة	٢٥	١٥
النسبة المئوية	٦٢.٥%	٣٧.٥%
المجموع	٤٠	

١ - استخدام الرسالة المنطوقة في الترويج من خلال الشبكات الاجتماعية :

كذلك تم توجيه سؤال إلى العينة محل الدراسة التي تستخدم الإنترنت: عن مدى استخدامهم للرسالة المنطوقة في ترويج كتبهم (السؤال الثالث رقم: ٤)، فكانت الإجابة كما يبينها (الجدول رقم: ٩): أن من يعرف الرسالة المنطوقة عدد قليل، تصل نسبتهم ٢٢.٥%، وهذا يعني أن هناك جهلاً باستخدام الرسالة المنطوقة وإيجابياتها بين دور النشر.

(جدول رقم: ٩)

مدى استخدام الناشرين للرسالة المنطوقة في الترويج من خلال الشبكات الاجتماعية

استخدام الرسالة المنطوقة	تستخدم	لا تستخدم
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	٩	٣١
النسبة المئوية	٢٢.٥%	٧٧.٥%
المجموع	٤٠	

٢ - تأثير استخدام الرسالة المنطوقة على المبيعات :

وبسؤال أفراد العينة التي تستخدم الرسالة المنطوقة في الترويج عن مدى تأثيرها على المبيعات (السؤال الثالث رقم: ٥)، تبين أن العدد الأكبر من المستخدمين، يرون أنها ليست ذات تأثير انظر (جدول رقم: ١٠)، والحقيقة أن ذلك يؤكد ما سبق وما يراه الباحث أن هناك جهلاً بين دور النشر باستخدام الرسالة المنطوقة وإيجابياتها.

(جدول رقم: ١٠)

مدى تأثير استخدام الرسالة المنطوقة على المبيعات في دور النشر

تأثير استخدام الرسالة المنطوقة	لها تأثير	ليس لها تأثير
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	٤	5
المجموع	٩	

٣/٣/٣ قنوات تنشيط المبيعات المستخدمة في دور النشر:

تبين من خلال إجابات السؤال الثالث، أن دور النشر التي تستخدم أسلوب تنشيط المبيعات- والتي يصل عددها ٤٥ دار نشر (جدول رقم: ٥)- تفضل استخدام التخفيضات كأسلوب لتنشيط المبيعات ، ويأتي استخدام العينات المجانية والهدايا في المرتبة الثانية، أما الوسائل المساعدة لعرض السلع فتأتي في المرتبة الثالثة، ومن ثم المسابقات في المرتبة الرابعة، وأخيراً تأتي الجوائز انظر (الجدول رقم: ١١). والحقيقة أنه على الرغم من أهمية استخدام وسيلة التخفيضات بأنواعها المختلفة نظراً لفاعليتها، إلا أن الباحث يرى، أنه ينبغي على الناشرين استخدام الوسائل الأخرى، مثل: المسابقات والجوائز؛ لأن هذه الوسائل تعزز من دور الناشرين لدى الدولة في تنمية الوعي الثقافي.

(جدول رقم: ١١)

أشكال قنوات تنشيط المبيعات المستخدمة في دور النشر

وسائل مساعدة	الجوائز	التخفيضات	الهدايا	المسابقات	العينات المجانية	قنوات تنشيط المبيعات
١٤	٤	٤٥	٣٢	٧	٣٢	التوزيع التكراري لعينة الدراسة
٣١.١%	٩%	١٠٠%	٧١.١%	١٥.٥%	٧١.١%	النسبة المئوية

٤/٣/٣ قنوات الدعاية والنشر المستخدمة في دور النشر:

وفقاً لإجابات الناشرين عن السؤال الثالث في الجزء الخاص بالدعاية والنشر، تبين أن دور النشر التي تستخدم أسلوب الدعاية والنشر في ترويج الكتب- والتي يصل عددها حوالي (٤٥) دار نشر- تفضل معظمها استخدام قناة المعارض، والتي جاءت نسبة استخدامها حوالي ٨٨.٨%، وأتت في المرحلة الثانية قناة المنشورات بنسبة ٧٧.٧%، وأخيراً قناة المقالات بنسبة ٤٨.٨% انظر (الجدول رقم: ١٢). وبالقراءة النقدية لهذه البيانات، يرى الباحث أن هناك قصوراً في استخدام قناة المنشورات؛ لأنها هي القناة الرئيسية للناشرين، وأهم وسائلهم التي تستخدم في التعريف بمطبوعاتهم، فهذه القناة تشمل قوائم الناشرين، وأيضاً بعض المنشورات التعريفية بالناشرين. كذلك ينبغي أن تصل نسبة استخدام قناة المعارض في الترويج إلى ١٠٠% . أما قناة المقالات فهذه القناة تعتمد على حجم دار النشر ومدى مقدار الميزانية المرصودة للترويج.

(جدول رقم: ١٢)

أشكال قنوات الدعاية والنشر المستخدمة في دور النشر

المنشورات	المقالات	المعارض	قنوات الدعاية والنشر
٣٥	٢٢	٤٠	التوزيع التكراري لعينة الدراسة
%٧٧.٧	%٤٨.٨	%٨٨.٨	النسبة المئوية

٥/٣/٣ أساليب أخرى تستخدمها دور النشر في ترويج الكتب:

بسؤال الناشرين عن استخدامهم لوسائل أخرى في الترويج غير الوسائل المقننة للمزيج الترويجي أنظر (الجدول رقم: ٥)، تبين أن هناك بعض دور النشر تستخدم وسائل أخرى تصل نسبتها حوالي ٣٥.٣% من عينة الدراسة، انظر (الجدول رقم: ١٣)، هذه الوسائل تبعًا لإجابات الناشرين عن السؤال الثالث (رقم: ٦) يمكن تلخيصها في ما يلي :

١. إقامة ندوات في بعض الأماكن غير التقليدية في موضوعات الكتب المختلفة، يحاضر فيها مؤلفو الكتب، هذه الأماكن تشمل النوادي والجامعات والمكتبات وغيرها من المنابر الثقافية.
٢. التركيز على حفلات توقيع الكتب في الأماكن المستهدفة التي تهتم بالمجال الموضوعي للكتاب.
٣. الإعلان على الإنترنت، في مواقع ذات إهتمام بالمجالات الموضوعية للكتب .

هذه الوسائل يرى الباحث أنها تدخل ضمن أساليب المزيج الترويجي، وأنها ليست أساليب أخرى غير مقننة، بل إنها تطوير لأساليب الترويج المقننة، وهذا في حد ذاته مقبول يساعد على تفعيل عملية الترويج وتحقيق أهدافها. فالندوات تعقد على هامش المعارض، كذلك حفلات التوقيع، أما الإعلان في المواقع فهو إحدى قنوات الترويج من خلال أسلوب الإعلان.

(جدول رقم: ١٣)

أعداد الناشرين التي تستخدم أساليب أخرى في ترويج الكتب

الناشرون	تستخدم أساليب أخرى	لا تستخدم أساليب أخرى
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	٢٥	٤٥
النسبة المئوية	%٣٥.٧	%٦٤.٣
المجموع	%١٠٠ = ٧٠	

٤/٣ تأثير أساليب الترويج المستخدمة على مبيعات دور النشر :

للكشف عن تأثير أساليب الترويج وقنواتها المختلفة التي استخدمها الناشر على حركة بيع الكتب، تم توجيه السؤال الثالث (رقم: ٢)، والحقيقة أن إجابات الناشرين كانت معظمها تدل على أن هناك تأثيرًا ما جراء استخدام أساليب الترويج، وهذا ما يوضحه (الجدول رقم: ١٤)، وكما هو موضح في الجدول فإن دور النشر التي ترى أن هناك تأثيرًا، وصل نسبتها حوالي ٧١.٤% من حجم العينة، ويتفاوت هذا التأثير من وجهة نظر ما بين: ضعيف، ومتوسط، وكبير. وعلى الرغم من المؤشرات المبينة في الجدول، فإن الباحث يرى من خلال القراءة النقدية لها أنها غير كافية، نتيجة لخلل في عملية الترويج جراء عدم استخدام أساليب المزيج الترويجي المناسبة في عملية الترويج. فمن الملاحظ من بيانات هذا الجدول أن مجموع

حجم العينات الموزعة على: ضعيف، ومتوسط أكثر من حجم العينة التي ترى ان له تأثيرًا كبيرًا، وكان المفترض أن تكون أقل من ذلك، هذا إضافة إلى حجم عينة الناشرين التي ترى انه ليس هناك تأثير والتي وصلت نسبتها ٢٨.٦%. والمعروف أن عملية الترويج ذات التخطيط الجيد لها تأثير كبير على مبيعات الناشرين، وهذا ما لا يعكسه (الجدول رقم: ١٤) بتفاصيله المختلفة.

(جدول رقم: ١٤)

مدى تأثير أساليب الترويج المستخدمة على مبيعات دور النشر

تأثير أساليب الترويج	لها تأثير			ليس لها تأثير
	ضعيف	متوسط	كبير	
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	١٥	٢٠	١٥	٢٠
المجموع	٥٠			٢٠
النسبة المئوية	٧١.٤%			٢٨.٦%

٥/٣ ميزانيات الترويج في دور النشر:

كشف تحليل إجابات السؤال الرابع، عن أن هناك نسبة كبيرة من دور النشر لا تخصص ميزانيات لعملية الترويج انظر (الجدول: رقم ١٥)، وأن نسبة دور النشر التي تخصص ميزانية لعملية الترويج، لم تستطع تحديد مقدار هذه الميزانية، إلا أن البعض القليل منها أشار إلى أن ميزانية الترويج تقدر بحوالي ٢.٥% من صافي ربح مبيعاتها من الكتب. ويرى الباحث أن بيانات (الجدول رقم: ١٥) تعكس عدم اهتمام دور النشر محل الدراسة، برصد ميزانيات لعملية الترويج، وينظر معظمها (خصوصًا دور النشر الصغيرة) أن عملية الترويج ما هي إلا عملية ترفيفية، يمكن أن تتم بدون ميزانية من خلال الوسائل المتاحة التي لا تكلفها مخصصات مالية.

(جدول رقم: ١٥)

دور النشر التي ترصد ميزانيات لترويج الكتب

ميزانيات الترويج	ناشرون يرصدون ميزانيات	ناشرون لا يرصدون ميزانيات
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	٢٠	٥٠
النسبة المئوية	٢٨.٦%	٧١.٤%
المجموع	٧٠	

٦/٣ إدارة عملية الترويج في دور النشر:

معرفة القائمين على عملية الترويج في دور النشر محل الدراسة، من حيث أعدادهم ومؤهلاتهم، كذلك قدرتهم على التخطيط لتطوير أدوات جديدة لترويج الكتب، يمكن أن تكشف عن جانب مهم من الغموض الذي يحيط بإدارة الناشرين لعملية الترويج، وهي كما يلي تعد من الممارسات المستخدمة في ترويج الكتب.

١/٦/٣ القائمون على عملية الترويج في دور النشر:

عند سؤال الناشرين عن مدى مناسبة أعداد القائمين على عملية الترويج، كانت أغلبية إجاباتهم تؤكد على عدم مناسبة أعدادهم، وهذا ما يوضحه (الجدول رقم: ١٦)، ويرجع بعض الناشرين قلة أعداد العمالة هذه إلى زيادة الأعباء المالية المتمثلة في دفع الأجور. ويرى الباحث ان تدني نسبة القائمين على عملية

الترويج من العمال سوف يؤثر قطعاً في تبني خطة للترويج متكاملة، فعملية الترويج تقوم على عدد مناسب من العمالة مؤهلة تأهيلاً مناسباً، ولديهم القدرة على التعامل وتطبيق أساليب وقنوات الترويج المختلفة.

(جدول رقم: ١٦)
مدى مناسبة أعداد القائمين على الترويج

القائمون على عملية النشر	أعداد مناسبة	أعداد غير مناسبة
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	١٥	٥٥
النسبة المئوية	%٢١.٤	%٧٨.٦
المجموع	%١٠٠=٧٠	

فبالنظر إلى (الجدول رقم: ١٧) الذي يوضح مدى مناسبة مؤهلات القائمين على الترويج في دور النشر محل الدراسة، يتضح أن دور النشر التي لديها عمالة مؤهلة تأهيلاً مناسباً، لا تتجاوز ٢٨.٦%، وهذا كما سبق ذكره سوف ينعكس على عملية الترويج في دور النشر التي لا يتوافر بها مثل هذه العمالة.

أما العمالة المؤهلة تأهيلاً عالياً - كما يوضحها الجدول - فهي موجودة بنسبة ٤٢.٨% في دور النشر محل الدراسة، والحقيقة أن هذه النوعية من العمالة يمكنها تلقي التدريب المناسب على الترويج، وبذلك يمكنهم أن يقوموا بدور فعال في عملية الترويج. كذلك الحال بالنسبة لدور النشر التي يعمل لديها عمالة متوسطة في مجال الترويج، فهذه الدور تصل نسبتها كما يوضحها الجدول إلى حوالي ٢٨.٦%، فهي قطعاً سوف تتأثر بتلك العمالة؛ حيث إنها ليس لديها القدرة على التعامل وتطبيق أساليب وقنوات الترويج المناسبة، ويرى الباحث كما سبق ذكره أن يتم تدريب هذه العمالة على الترويج، وتحاول دور النشر بقدر المستطاع أن تستفيد منهم في الأعمال المساعدة في الترويج، وتحاول أن توفر العمالة المدربة على ممارسة الترويج.

(جدول رقم: ١٧)
مدى مناسبة مؤهلات القائمين على الترويج

مؤهلات القائمين على الترويج	مؤهل متوسط	مؤهل عال	مؤهل عال مناسب
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	٢٠	٣٠	٢٠
النسبة المئوية	%٢٨.٦	%٤٢.٨	%٢٨.٦
المجموع	%١٠٠=٧٠		

٢/٦/٣ قدرة الناشرين على التخطيط لتطوير أدوات جديدة لترويج الكتب:

يبدو واضحاً من بيانات (الجدول رقم: ١٨) أن قلة العمالة المؤهلة تأهيلاً مناسباً، أثرت تأثيراً كبيراً على قدرة دور النشر على التخطيط لتطوير أدوات جديدة للترويج، فعملية التخطيط سواء أكانت في مجال الترويج أم في أي مجال لن يكتب لها النجاح إذا قام بها شخص ليس لديه دراية بالمجال نفسه. فمن خلال (الجدول رقم: ١٨) يتضح أن معظم دور النشر ليس لديها القدرة على التخطيط بنسبة ٦٤.٣%، وهي نسبة كبيرة نسبياً. أما دور النشر التي لديها القدرة على التخطيط فقد وصلت نسبتها حوالي ٣٥.٧% وهذه النسبة يرى الباحث أنها تمثل المكتبات الكبيرة وبعض المتوسطة، حيث لديها القدرة - بما لديها من إمكانات مادية ومعنوية - على أن تجذب العمالة المؤهلة القادرة على التخطيط لتطوير أدوات جديدة لترويج الكتب.

(جدول رقم: ١٨)
مدى قدرة الناشرين على التخطيط لتطوير أدوات جديدة لترويج الكتب

قدرة الناشرين على التخطيط لأساليب أخرى	وجود قدرة على التخطيط	لا يوجد قدرة على التخطيط
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	٢٥	٤٥
النسبة المئوية	٣٥.٧%	٦٤.٣%
المجموع	٧٠=١٠٠%	

٧/٣ آليات تقييم الترويج المستخدمة في دور النشر:

تبين من خلال إجابات السؤال السادس، أن معظم دور النشر لا توجد بها أساليب أو طرق يمكن بها قياس نجاح خطة الترويج وما حققته من عائد مالي، وهذا ما يوضحه (الجدول رقم: ١٩)، فمن خلال هذا الجدول نجد أن دور النشر التي تتوافر لديها آليات لتقييم أو قياس عملية الترويج لا تتعدى نسبتها عن ٢١.٤%، وهذه نسبة ضعيفة جداً تشير إلى أن معظم دور النشر لم تأخذ عملية الترويج بأساليبها وقنواتها وآليات قياسها على محمل الجد.

(جدول رقم: ١٩)
مدى توافر آليات لتقييم أساليب الترويج في دور النشر

آليات التقييم	يوجد آليات	لا يوجد آليات
التوزيع التكراري لعينة الدراسة	١٥	٥٥
النسبة المئوية	٢١.٤%	٧٨.٦%
المجموع	٧٠	

٨/٣ التحديات التي تواجه الناشرين في ترويج الكتب:

تتفق معظم دور النشر على أن هناك تحديات تواجهها عند ترويج كتبها، فمن خلال (الجدول رقم: ٢٠) الذي يحلل إجابات دور النشر عن السؤال السابع (رقم: ١)، يتضح أن دور النشر التي تواجه تحديات عند ترويج كتبها وصلت حوالي ٧٨.٦%، أما دور النشر التي لا تواجه تحديات، فقد وصلت نسبتها إلى ٢١.٤%. هذه النسب تؤكد على أهمية تقويم ممارسات الترويج المستخدمة في دور النشر محل الدراسة.

(جدول رقم: ٢٠)
مدى وجود تحديات من وجهة نظر الناشرين عند ترويج الكتب

تحديات الترويج	يوجد تحديات	لا يوجد تحديات
توزيع عينة الدراسة	٥٥	١٥
النسبة المئوية	٧٨.٦%	٢١.٤%
المجموع	٧٠=١٠٠%	

١/٨/٣ نوعية التحديات التي تواجه الناشرين في ترويج الكتب:

استطاع الباحث - من خلال تحليل إجابات السؤال السابع (رقم: ٢) - تحديد عدد من التحديات التي تواجه دور النشر محل الدراسة عند ترويج كتبها، هذه التحديات من وجهة نظرها هي:

١. شدة المنافسة بين دور النشر .
٢. عدم وجود مردود لعملية الترويج .
٣. ضعف سلعة الثقافة في المجتمع المصري .
٤. ارتفاع تكلفة عملية الترويج وخصوصاً في القنوات التي لها تأثير، مثل: الإذاعة والتلفزيون.
٥. ارتفاع تكلفة صناعة الكتب؛ الأمر الذي لا يحتمل معه أي مصروفات أخرى خاصة بترويجها.
٦. قلة المعارض المناسبة لإمكانيات الناشرين المادية .
٧. ندرة العمالة المؤهلة للعمل في مجال النشر وترويج الكتب.
٨. عجز دور النشر عن مواكبة النشر الرقمي؛ حيث أصبح الكتاب الإلكتروني السلعة الأكثر قبولاً من الكتاب الورقي.

القراءة التحليلية لهذه التحديات تؤكد أن هناك خللاً في ممارسات الترويج المستخدمة في دور النشر محل الدراسة، تستدعي ضرورة اهتمامها بوضع خطة للترويج تناسب جميع فئاتها، يقوم علي إعدادها وتنفيذها عمالة مؤهلة تأهيلاً مهنيًا في مجال النشر والترويج.

٩/٣ النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج:

١. هناك إدراك لمفهوم الترويج بين الناشرين، إلا أن هذا الإدراك يتفاوت إلى حد الفهم الكامل بينهم؛ مما قد يؤثر عند تطبيقه في تسويق الكتب، وفقاً لدرجة هذا الفهم.
٢. هناك نسبة من دور النشر ليست قليلة وصلت إلى حد ٦٤.٣% لديها خطط لترويج كتبها، وهذا يعني أن هناك محاولات لممارسة الترويج في دور النشر، ولكن ليس من الضرورة أن يعني أنها مؤشرات مؤكدة على أن عمليات الترويج تتم وفق أساليب مدروسة، أو أن هناك اقتناعاً بعملية الترويج وخصوصاً بين دور النشر الصغيرة .
٣. على الرغم من وجود خطة للترويج لدى الناشرين بنسبة ٦٤.٣%، إلا أن هذه الخطة غير فاعلة لتجاهل الكثير من الناشرين بعض عناصرها المهمة، مثل: الترويج، والميزانية، كذلك تجاهل بعضهم أهداف الاتصال، وتصميم الرسالة، وقياس النتائج.
٤. هناك تجاهل بنسبة كبيرة من دور النشر لأسلوب الإعلان، على الرغم من أنه الأسلوب الأمثل في الترويج، وخصوصاً في حالة بعد الأسواق المستهدفة، وفي المقابل هناك تفضيل منها لأسلوب البيع الشخصي في الترويج، وذلك لسرعة نتائجه وتداوله بينها.
٥. ليس هناك تنوع في استخدام قنوات أسلوب البيع الشخصي بين دور النشر، مما قد يسبب عبئاً مادياً عليها، إضافة إلى غير فاعليته في حالة استهداف أسواق بعيدة.

٦. يعد الإنترنت من أهم قنوات الإعلان، التي تحظى باستخدام دور النشر التي تستخدم أسلوب الإعلان، حيث يستخدمها نسبة ٥٧.١% من دور النشر، وأن شبكة الفيسبوك Facebook هي أكثر الشبكات المستخدمة في الترويج، يستخدمها ٣٥.٧% من دور النشر. وعلى الرغم من تلك المؤشرات، إلا أن الباحث يرى أنها ضعيفة، وأن استخدام الإنترنت والشبكات الاجتماعية يحتاج إعادة نظر من قبل دور النشر، وخصوصاً استخدام الرسالة المنطوقة.
٧. تفضل دور النشر، التي تستخدم أسلوب تنشيط المبيعات، استخدام التخفيضات كأسلوب لتنشيط المبيعات، في المقابل هناك قلة في استخدام الوسائل الأخرى، مثل: المسابقات والجوائز، رغم أهميتها في تعزيز دور الناشرين لدى الدولة في جانب تنمية الوعي الثقافي.
٨. تفضل دور النشر، التي تستخدم أسلوب الدعاية والنشر في ترويج الكتب، استخدام قناة المعارض، في المقابل هناك قصور في استخدام قناة المنشورات؛ لأنها هي القناة الرئيسية للناشرين وأهم وسائلهم التي تستخدم في التعريف بمطبوعاتهم، فهذه القناة تشمل قوائم الناشرين، وأيضاً بعض المنشورات التعريفية بالناشرين.
٩. الوسائل الأخرى التي تستخدمها دور النشر في ترويج الكتب، تدخل ضمن أساليب المزيج الترويجي، ويرى الباحث أنها ليست أساليب أخرى غير مقننة، بل إنها تطوير لأساليب الترويج المقننة، وهذا في حد ذاته مقبول يساعد على تفعيل عملية الترويج وتحقيق أهدافها.
١٠. هناك تأثير ما جراء استخدام أساليب الترويج، ويتفاوت هذا التأثير من وجهة نظر دور النشر ما بين: ضعيف، ومتوسط، وكبير. يرى الباحث أن ذلك نتيجة خلل في عملية الترويج جراء عدم استخدام أساليب المزيج الترويجي المناسبة في عملية الترويج.
١١. هناك نسبة كبيرة من دور النشر لا تخصص ميزانيات لعملية الترويج، وأن نسبة دور النشر التي تخصص ميزانية لعملية الترويج، لم تستطع تحديد مقدار هذه الميزانية.
١٢. عدم مناسبة أعداد ومؤهلات القائمين على عملية الترويج نتيجة زيادة الأعباء المالية المتمثلة في دفع الأجور.
١٣. أثرت قلة العمالة المؤهلة تأهيلاً مناسباً، تأثيراً كبيراً على قدرة دور النشر على التخطيط لتطوير أدوات جديدة للترويج؛ فعملية التخطيط سواء أكانت في مجال الترويج أم في أي مجال لن يكتب لها النجاح إذا قام بها شخص ليس لديه دراية بالمجال نفسه.
١٤. تفتقر معظم دور النشر إلى أساليب أو طرق يمكن بها قياس نجاح خطة الترويج وما حققته من عائد مالي.
١٥. تتفق معظم دور النشر على أن هناك تحديات تواجهها عند ترويج كتبها، ويرى الباحث أن هذه التحديات تؤكد أن هناك خللاً في ممارسات الترويج المستخدمة في دور النشر محل الدراسة، تستدعي ضرورة اهتمامها بوضع خطة للترويج تناسب جميع فئاتها، يقوم على إعدادها وتنفيذها عمالة مؤهلة تأهيلاً مهنياً في مجال النشر والترويج.

ثانيًا: التوصيات:

١. نشر ثقافة الترويج بين دور النشر من خلال إتحاد الناشرين المصريين، وأن يعمل على مساعدة دور النشر في ترويج كتبها، وخصوصاً دور النشر الصغيرة والمتوسطة.
٢. ضرورة اهتمام دور النشر بوضع خطط لترويج منتجاتهم من مصادر المعلومات، يراعى فيها أهدافها وإمكانياتها المادية، ومن ثم المزيج الترويجي الملائم، وآليات التقييم المناسبة.
٣. ضرورة اهتمام دور النشر بأسلوب الإعلان؛ لأنه الأسلوب الأمثل في الترويج، وخصوصاً في حالة بعد الأسواق المستهدفة، وأخص بالذكر هنا قناة الإنترنت؛ لأنها قناة مرنة غير مكلفة، هذا إلى أنها تلتصق بالاستجابة من الجمهور أو مستفيدين معينين أو محتملين، وتمكن من استخدام الكلمات المنطوقة، وبذلك يكون تأثيرها قريباً من القنوات الشخصية على الرغم من أنها قناة غير شخصية.
٤. ضرورة إهتمام دور النشر بتأهيل العاملين لديها، وخصوصاً القائمين على عملية الترويج، من خلال إبتعاثهم لدراسة برنامج النشر المتاح من خلال التعليم المفتوح بجامعة القاهرة.

قائمة الحواشي:

١. حكومة ابو ظبي (٢٠١٥) . - دليل المعاينة الإحصائية . - دولة الإمارات العربية المتحدة : مركز الإحصاء . - ص ١٨ . - متاح على :
<https://www.scad.ae/MethodologyDocumentLib/%D8%AF%D9%84%D9%8A%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%8A%D9%86%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9%20.pdf>
2. Shah, SFH (2013) . - The Impact of E-Promotion and Social Networking on E-Business: Case Study of Vectone.com./ Syed Fida Hussain Shah, Tahira Nazir, Khalid Zaman . - In: Journal of American Science. - Vol.9(6). - pp. 95-100 . - Available at: <http://www.jofamericanscience.org>.
3. Fam, Kim Shyan (2003). - Managing an effective promotion campaign: lessons from retail advertisers in New Zealand, Portugal and Hungary. - In: Marketing Intelligence & Planning. - Vol. 21 Iss: 5. - pp.282 – 291.
- 4- Rowley, Jennifer (1998). - Promotion and marketing communications in the information marketplace. -In: Library Review. - Vol. 47 Iss: 8 . - pp.383 – 387. - Available at:
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=859538>
- 5- Dubicki, E. (2007). - Basic Marketing and Promotion Concepts. - In: Serials Librarian . - 53(3). - pp 5-15.
- 6- Kennedy, Marie (2011) . - What are we really doing to market electronic resources. - In: Library Management . - Vol. 32 Iss: 3. - pp.144 – 158 . -

Available at:

<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1907193>

7- Vasileiou, Magdalini (2011). - Marketing and promotion of e-books in academic libraries/ Magdalini Vasileiou , Jennifer Rowley. –In: Journal of Documentation . - Vol. 67 Iss: 4 . - pp.624 – 643. - Available at: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1941398&>

8- Janjic, Ivana(2012) . - Facebook as a medium for exchanging information among students / Ivana Janjic, Rodica Ursulescu-Milicic, Laura Spariosu . – In : The 8th International Scientific Conference eLearning and software for Education Bucharest, April 26-27, 2012.- Available at: <file:///C:/Users/user/Downloads/CEEOL%20Article.PDF>

٩- عمر وصفي عقيلي (١٩٩٦). - مبادئ التسويق (مدخل متكامل) // عمر وصفي عقيلي، قطان بدر العبدلي، حمد راشد الغدير. - الأردن دار زهران للنشر. - ص ١٩٠.

١٠- عمر وصفي عقيلي (١٩٩٦). - نفس المرجع السابق . - ص ١٩٤.

١١- صديق محمد عفيفي(١٩٧٣). - التسويق الدولي. - القاهرة: مكتبة الطليعة. - ص ١٢.

١٢- عمر وصفي عقيلي (١٩٩٦). - مرجع سابق. - ص ١٩٠.

١٣- فهد سليم الخطيب (٢٠٠٠). - مبادئ التسويق (مفاهيم أساسية) // فهد سليم الخطيب ، محمد سليمان عواد. - الأردن: دار الفكر. - ص 60.

١٤- عمر وصفي عقيلي (١٩٩٦). - مرجع سابق . - ص ١٩٢.

١٥- نفس المرجع السابق .- ص ١٩٥.

١٦- محمد صالح المؤذن (٢٠٠٠). - مبادئ التسويق . - الأردن : دار الثقافة للنشر والتوزيع. - ص ٤٢٨.

17- Rowley, Jennifer (1998) . - Loc.Cit.

18- Loc.Cit.

19- Loc.Cit.

20- David, Lourdes T. (2012). - Increasing awareness and use of the library's resources and facilities through relationship marketing strategies /Lourdes T. David, Karryl Kim A. Sagun. – In: Library Management. - Vol. 33 Iss: 4/5. - pp.292 – 296 . - Available at: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17031991>

٢١- السيد المتولي حسن (١٩٩٠) التسويق المبادئ والاستراتيجية . - الرياض : المؤلف . - ص ٣١٥.

٢٢- نفس المصدر السابق ونفس الصفحة.

٢٣- نفس المصدر السابق ونفس الصفحة.

24- Sparkman, R.M.(1985). - Cost Effectiveness of Advertising Optimizing the Use of Colour Size and Bleed in Consumer Magazine Advertisements . - In: International Journal of Advertising.- Vol.4, No.2, .- pp. 131 – 141. – available at : <http://www.internationaljournalofadvertising.com/ArticleViewer.aspx?ID=5019&Search=True>

25- Rowley, Jennifer (1998) .- Loc.Cit.

٢٦- السيد المتولي حسن (١٩٩٠). - مصدر سابق . - ص ٣٢٣.

27- Sewall, M.A. (1986). - Characteristics of Radio Commercials and their Recall Effectiveness / M.A. Sewall, D. Sarel . – In: Journal of Marketing . - vol. 50, No. 1 January 1986. - pp.52 – 60 .- Available at: <http://www.jstor.org/stable/1251278?seq=1>

٢٨- السيد المتولي حسن (١٩٩٠). - نفس المصدر السابق ونفس الصفحة.

٢٩- محمد صالح المؤذن (٢٠٠٠) . - مصدر سابق. - ص ٤٣٢.

30- Anderson, Katie (2010). - Marketing Electronic Resources Techniques, Tools and Examples / Katie Anderson, Theo Haynes . - Camden: Paul Robeson Library . - Available at:<https://www.google.com.eg/#q=Marketing+Electronic+Resources+Techniques%2C+Tools+and+Examples>

31- Shelton, Mark E. (2010) . - Marketing and Promoting Electronic Resources: Creating the E-buzz!. – In: Collection Building. -Vol. 29 Iss: 2. - pp.79 – 79.

32- Buczynski, James (2007). - Referral Marketing Campaigns: Slashdotting Digital Library Resources .- Presentation . - Available at: https://smartech.gatech.edu/bitstream/handle/1853/13617/222-thurs-11_05.pdf?sequence=1

٣٣- عوض بدير الحداد (١٩٩٩). - مبادئ التسويق والبيع/ عوض بدير الحداد، عبد المنعم محمد رشاد . - القاهرة: دن. – ص ٢٧١.

٣٤- توفيق محمد عبد المحسن (١٩٩٧). - التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير . - القاهرة : دار النهضة العربية . - ص ص ٢٧١ - ٢٧٢ .

35- Lake, Laura (2014). - 7 Steps to Planning a Productive and Successful Promotional. - Available at: Campaign <http://marketing.about.com/od/positioning/a/promocampaign.htm>

36- Kennedy, Marie R. (2010) . - Cycling Through: Paths Libraries Take to Marketing Electronic Resources. – In : Library Assessment Conference.

Baltimore, MD. – Available

at:<https://www.google.com.eg/#q=Kennedy%2C+Marie+R.+2010.+%E2%80%9C9CCycling+Through:+Paths+Libraries+Take+to+Marketing+Electronic+Resources.%E2%80%9D+Paper+presented+at+the+Library+Assessment+Conference.+Baltimore%2C+MD.>

مصادر الدراسة:

أولاً: المصادر العربية:

- ١- توفيق محمد عبد المحسن (١٩٩٧). - التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير . - القاهرة : دار النهضة العربية.
- ٢- حكومة ابو ظبي (٢٠١٥) . - دليل المعاينة الإحصائية . - دولة الإمارات العربية المتحدة : مركز الإحصاء . - متاح على :
<https://www.scad.ae/MethodologyDocumentLib/%D8%AF%D9%84%D9%8A%D9%84%D9%84%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%8A%D9%86%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9%20.pdf>
- ٣- السيد المتولي حسن (١٩٩٠). - التسويق المبادئ والإستراتيجية . - الرياض : المؤلف .
- ٤- صديق محمد عفيفي (١٩٧٣). - التسويق الدولي. - القاهرة: مكتبة الطليعة.
- ٥- عمر وصفي عقيلي (١٩٩٦). - مبادئ التسويق (مدخل متكامل) / عمر وصفي عقيلي، قحطان بدر العبدلي، حمد راشد الغدير. - الأردن: دار زهران للنشر.
- ٦- عوض بدير الحداد (١٩٩٩) مبادئ التسويق والبيع / عوض بدير الحداد، عبد المنعم محمد رشاد . - القاهرة: د.ن.
- ٧- فهد سليم الخطيب (٢٠٠٠). - مبادئ التسويق (مفاهيم أساسية) / فهد سليم الخطيب، محمد سليمان عواد . - الأردن: دار الفكر.
- ٨- محمد صالح المؤذن (٢٠٠٠). - مبادئ التسويق . - الأردن : دار الثقافة للنشر والتوزيع.

ثانياً: المصادر الأجنبية:

- 9- Anderson, Katie (2010). - Marketing Electronic Resources Techniques, Tools and Examples / Katie Anderson, Theo Haynes . - Camden: Paul Robeson Library . - Available
at:<https://www.google.com.eg/#q=Marketing+Electronic+Resources+Techniques%2C+Tools+and+Examples>
- 10- Buczynski, James (2007). - Referral Marketing Campaigns: Slashdotting Digital Library Resources . - Presentation . - Available at:
https://smartech.gatech.edu/bitstream/handle/1853/13617/222-thurs-11_05.pdf?sequence=1

- 11- David, Lourdes T. (2012). - Increasing awareness and use of the library's resources and facilities through relationship marketing strategies /Lourdes T. David, Karryl Kim A. Sagun. – In: Library Management. - Vol. 33 Iss: 4/5. - Available at:
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17031991>
- 12- Dubicki, E. (2007). - Basic Marketing and Promotion Concepts. - In: Serials Librarian. - 53(3).
- 13- Fam, Kim Shyan (2003). - Managing an effective promotion campaign: lessons from retail advertisers in New Zealand, Portugal and Hungary. – In: Marketing Intelligence & Planning. - Vol. 21 Iss: 5.
- 14- Janjic, Ivana(2012). - Facebook as a medium for exchanging information among students / Ivana Janjic, Rodica Ursulescu-Milicic, Laura Spariosu . – In : The 8th International Scientific Conference eLearning and software for Education Bucharest, April 26-27, 2012.- Available at:
<file:///C:/Users/user/Downloads/CEEOL%20Article.PDF>
- 15- Kennedy, Marie R. (2010) . - Cycling Through: Paths Libraries Take to Marketing Electronic Resources. – In : Library Assessment Conference. Baltimore, MD. – Available
[at:https://www.google.com.eg/#q=Kennedy%2C+Marie+R.+2010.+%E2%80%9CCycling+Through:+Paths+Libraries+Take+to+Marketing+Electronic+Resources.%E2%80%9D+Paper+presented+at+the+Library+Assessment+Conference.+Baltimore%2C+MD](https://www.google.com.eg/#q=Kennedy%2C+Marie+R.+2010.+%E2%80%9CCycling+Through:+Paths+Libraries+Take+to+Marketing+Electronic+Resources.%E2%80%9D+Paper+presented+at+the+Library+Assessment+Conference.+Baltimore%2C+MD).
- 16- Kennedy, Marie (2011) . - What are we really doing to market electronic resources. – In: Library Management . - Vol. 32 Iss: 3. - **Available at:**
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1907193>
- 17- Lake, Laura (2014). - 7 Steps to Planning a Productive and Successful Promotional. - Available at: Campaign
<http://marketing.about.com/od/positioning/a/promocampaign.htm>
- 18- Rowley, Jennifer (1998). - Promotion and marketing communications in the information marketplace. –In: Library Review. - Vol. 47 Iss: 8. – Available at:
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=859538>
- 19- Sewall, M.A. (1986). - Characteristics of Radio Commercials and their Recall Effectiveness / M.A. Sewall, D. Sarel . – In: Journal of Marketing . - vol. 50, No. 1 January 1986. .- Available at:
<http://www.jstor.org/stable/1251278?seq=1>

- 20- Shah, SFH (2013) . - The Impact of E-Promotion and Social Networking on E-Business: Case Study of Vectone.com./ Syed Fida Hussain Shah, Tahira Nazir, Khalid Zaman . – In: Journal of American Science. – Vol.9(6). - Available at: <http://www.jofamericanscience.org>
- 21- Shelton, Mark E. (2010) . - Marketing and Promoting Electronic Resources: Creating the E-buzz!. – In: Collection Building. -Vol. 29 Iss: 2.
- 22- Sparkman, R.M.(1985). - Cost Effectiveness of Advertising Optimizing the Use of Colour Size and Bleed in Consumer Magazine Advertisements . - In: International Journal of Advertising.- Vol.4, No.2, 1985. – available at:
- 23- <http://www.internationaljournalofadvertising.com/ArticleViewer.aspx?ID=5019&Search=True>
- 24- 23 - Vasileiou, Magdalini (2011). - Marketing and promotion of e-books in academic libraries/ Magdalini Vasileiou , Jennifer Rowley. –In: Journal of Documentation . - Vol. 67 Iss: 4 . - Available at: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1941398&>

(ملحق رقم: ١)

استبيان عن ممارسات دور النشر المستخدمة في ترويج الكتب

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع أكبر قدر ممكن من البيانات عن الممارسات التي تستخدمها دور النشر في مصر في ترويج الكتب وذلك لاستخدامها في دراسة بعنوان: ممارسات الترويج المستخدمة في تسويق الكتب: دراسة مسحية لدور النشر المصرية. تهدف هذه الدراسة إلى نقل صورة واضحة ودقيقة عن الواقع الفعلي لممارسات الترويج المستخدمة في دور النشر المصرية، تمكن من تحليلها، ومن ثم تقويمها، وتعديل مساراتها، بحيث تصبح أداة تدر عائداً اقتصادياً على الناشرين، وتساهم في حل كثير من المشكلات التي تتعلق بتسويق الكتب.

لذلك يتمنى الباحث من الأخوة الناشرين أن تعبر إجاباتهم عن ممارساتهم الحقيقية في الترويج للكتب، وأن يساهموا في دعم موضوع البحث بكل ما هو مؤثر من وجهة نظرهم على ترويج الكتاب، حيث إن كل إضافة أو تعديل أو اقتراح سوف يثري هذا البحث ويحقق أهدافه التي يمكن ان تعود بالنفع على سائر الناشرين بصفة عامة ومصر بصفة خاصة. مع التأكيد على أن المعلومات التي سوف يتم جمعها سوف تخصص لأغراض الدراسة والبحث فقط.

أولاً : البيانات العامة :

اسم دار النشر :

تاريخ مزاولة النشاط، إن أمكن :

تخصص الدار، إن أمكن :

ثانياً : أسئلة الاستبيان:

السؤال الأول: مفهوم الترويج عند الناشرين:

ماذا يعني مفهوم الترويج بالنسبة لك؟

أ. جميع الأنشطة التي تمارسها الشركة من أجل الاتصال بالمستهلكين المستهدفين ومحاولة إقناعهم بشراء المنتج.

ب. أحد عناصر المزيج التسويقي حيث لا يمكن الاستغناء عن النشاط الترويجي لتحقيق أهداف المشروع التسويقية.

ت. كل نشاط تمارسه المؤسسة المنتجة لمصادر المعلومات من أجل الاتصال بالمهتمين بها من الجمهور بغرض تعريفهم بثتى مصادر المعلومات التي تنتجها، ومحاولة إقناعهم بشرائها.

ث. أخرى (اكتبها)

السؤال الثاني: استراتيجيات الترويج المستخدمة في دور النشر:

١- هل هناك خطة وضعت خصيصاً لترويج الكتب في دار النشر؟

لا ☐

نعم ☐

■ إذا كان الجواب بنعم:

٢- هل هذه الخطة تشتمل على أي من العناصر التالية؟:

- الجمهور المستهدف.
- أهداف الاتصال.
- تصميم الرسالة.
- قنوات الاتصال.
- الميزانية الترويجية.
- المزيج الترويجي.
- قياس النتائج.

السؤال الثالث: أدوات الترويج المستخدمة في دور النشر:

١- أي من الأساليب والقنوات التالية التي تستخدمها دار النشر في الترويج ؟.

• (البيع الشخصي): ويشمل :

- ☐ - رجل البيع أو العاملين في المبيعات
- ☐ - الخبراء المستقلين ومستعرضي البرامج الخاصة بالمنتج
- ☐ - القنوات الاجتماعية والاستشارية، مثل: الأصدقاء،
والزملاء والمهنيين والشبكات المهنية

• (الإعلان) : ويشمل :

- ☐ - الصحف والمجلات
- ☐ - اللفتات والملصقات
- ☐ - البريد
- ☐ - الراديو
- ☐ - التلفزيون
- ☐ - السينما
- ☐ - الإنترنت

• (تنشيط المبيعات) : ويشمل :

- ☐ - العينات المجانية
- ☐ - المسابقات
- ☐ - الهدايا المرتبطة بشراء أكثر من وحدة من السلعة
- ☐ - تخفيضات في السعر في حالة شراء أكثر من وحدة
- ☐ - تخفيضات في فترة زمنية معينة
- ☐ - جائزة لأحسن موزع
- ☐ - وسائل مساعدة لعرض السلع
- ☐ - هدايا في حالة سحب كميات كبيرة من المخزون وبيعها في نفس الفترة الزمنية السابقة

• (الدعاية والنشر) : وتشمل :

- ☐ - المعارض
- ☐ - المقالات التي تروج للمؤسسة أو المنتج والتي يتم نشرها في النشرات المهنية
- ☐ - أدبيات المنتج

٢- ما تأثير هذه الأدوات والأساليب على مبيعاتك من الكتب ؟

لا يوجد تأثير ☐ يوجد تأثير بسيط ☐ يوجد تأثير متوسط ☐ يوجد تأثير كبير ☐

٣- هل قمت بترويج كتبك من خلال الشبكات الاجتماعية؟

نعم ☐ لا ☐

■ إذا كان الجواب بنعم، الرجاء ذكر اسم الشبكة:

٤- هل قمت بعمل رساله ترويجية تعتمد على الكلمة المنطوقة (صوتية أو مرئية) لترويج كتبك من خلال الشبكات الاجتماعية؟

نعم ☐ لا ☐

■ إذا كان الجواب بنعم :

٥- ما هو تأثير هذه الرسالة على مبيعاتك من الكتب؟

لا يوجد تأثير ☐ يوجد تأثير بسيط ☐ يوجد تأثير متوسط ☐ يوجد تأثير كبير ☐

٦- هل توجد أدوات وأساليب أخرى تستخدم في دار النشر لترويج الكتب؟

نعم ☐ لا ☐

■ إذا كان الجواب بنعم، الرجاء ذكرها :

-

-

السؤال الرابع: ميزانيات الترويج التي ترصدها دور النشر لترويج الكتب:

١- هل هناك ميزانية مرصودة للترويج ؟

نعم ☐ لا ☐

■ إذا كان الجواب بنعم:

٢- ما مقدار الميزانية المرصودة للترويج؟

السؤال الخامس: إدارة عملية الترويج في دور النشر:

- ١- ما هو عدد عمالة الدار؟ ()
- ٢- ما هو عدد القائمين على الترويج؟ ()
- ما مدى مناسبة هذا العدد لعملية الترويج؟ .
☐ مناسب: ☐ غير مناسب:
- ٣- ما مؤهلات القائمين على الترويج؟ .
الرجاء توزيعهم وفقاً للفئات التالية:
☐ مؤهل متوسط
☐ مؤهل عال
☐ مؤهل عال مناسب
- ٤- هل يمتلك القائمون على الترويج القدرة على التخطيط لأساليب ترويج جديدة لمواجهة مشكلات تسويق الكتب؟
☐ نعم ☐ لا
إذا كان الجواب بنعم، اذكر بعضاً من هذه الخطط:

-
-

السؤال السادس: آليات تقييم الترويج المستخدمة في دور النشر في مصر:

- هل توجد أساليب أو طرق يمكن بها قياس نجاح خطة الترويج وما حققته من عائد مالي؟
- ☐ نعم ☐ لا
- إذا كان الجواب بنعم، اذكر بعضاً من هذه الأساليب أو الطرق؟.

-
-

السؤال السابع: التحديات التي تواجه الناشرين في ترويج الكتب في مصر:

- ١- هل توجد تحديات تواجهك عند ترويج كتبك؟
☐ نعم ☐ لا
 - إذا كان الجواب بنعم:
 - ٢- ما هي التحديات من وجهة نظرك التي تواجه الناشرين عند ترويج الكتب في مصر؟
-

ملحق رقم: ٢ (دور النشر محل الدراسة)

أولاً: دور نشر صغيرة الحجم:			
م	اسم دار النشر	م	اسم دار النشر
١	بداية للنشر والتوزيع	٢٥	مكتبة دار الفرقان المصرية
٢	دار آتون للنشر	٢٦	دار الكتب الجامعية
٣	دار السندس للتراث الإسلامي	٢٧	مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع
٤	ابيس . كوم للنشر والتوزيع	٢٨	دار المنار للطباعة والنشر والتوزيع
٥	مكتبة الخانجي	٢٩	دار الميدان للنشر
٦	مكتبة الدار الرائدة للتربية	٣٠	دار النيل للطباعة والنشر
٧	مكتبة الدار العربية للكتاب	٣١	دار الكتب القانونية
٨	مكتبة الديار	٣٢	دار النابغة للنشر والتوزيع
٩	مكتبة الرشيد	٣٣	مكتبة دار العلم للنشر
١٠	مكتبة إبراهيم الغنيمي	٣٤	دار صلاح الدين للطبع والنشر والتوزيع
١١	دار المنهاج	٣٥	دار فيرن للنشر
١٢	دار الميدان للنشر والتوزيع	٣٦	دار ميراث السلف للنشر والتوزيع
١٣	دار النابغة للنشر والتوزيع	٣٧	دار الجندی للطبع والنشر
١٤	دار الناس للنشر	٣٨	دار الفيروز للنشر والتوزيع
١٥	مكتبة الهدى	٣٩	دار النهار للنشر والتوزيع
١٦	دار المطبوعات الجامعية	٤٠	مؤسسة كتابي
١٧	مكتبة عرفات	٤١	مؤسسة كرنفال للثقافة والعلوم
١٨	حور للنشر	٤٢	مؤسسة مالك للطباعة والنشر والتوزيع
١٩	دار ابن عباس	٤٣	مؤسسة هندواي للتعليم والثقافة
٢٠	دار الفكر والقانون	٤٤	مؤسسة وعد للنشر والتوزيع
٢١	مكتبة الايمان للطبع والنشر والتوزيع	٤٥	مؤسسة الطوبجى للطباعة والنشر
٢٢	مكتبة الثقافة للنشر	٤٦	مؤسسة العالم العربي للدراسات والنشر
٢٣	مكتبة الزهراء	٤٧	مؤسسة العروبة للطباعة والنشر والتوزيع
٢٤	مكتبة الشاعر	٤٨	مؤسسة العليا للنشر والتوزيع
ثانياً: دور نشر متوسطة الحجم:			
١	دار إتراك للطباعة والنشر	٨	دار النابغة للنشر والتوزيع
٢	شركة سنابل للكتاب	٩	مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع
٣	شركة الأمل للطباعة والنشر	١٠	الدار العالمية للكتب والنشر
٤	دار كلمة للنشر والتوزيع	١١	العربي للنشر والتوزيع
٥	إبداع للنشر والتوزيع	١٢	شمس للنشر والإعلام
٦	دار كيان للنشر والتوزيع	١٣	شركة النور للطباعة والنشر والتوزيع
٧	شركة البشائر للنشر والتوزيع	١٤	دار العلم والإيمان

مكتبة ناس			٨
ثالثاً: دور نشر كبيرة الحجم:			
المكتب العربي للمعارف	٤	دار الفاروق للاستثمارات الثقافية	١
مكتبة الأنجلو المصرية	٥	الدار المصرية اللبنانية	٢
دار نهضة مصر للنشر	٦	الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع	٣
رابعاً: دور نشر متناهية الكبر:			
مؤسسة دار المعارف			١

عروض وقراءات متخصصة

إشراف

أ.د. أماني جمال مجاهد

يهدف هذا الباب إلى الاطلالة على سوق النشر بكافة أشكاله وفئاته في تخصص المكتبات والمعلومات والتعريف بأحدث ما صدر فيه ، فهو يعرض أحدث وأهم الاصدارات الورقية وأحدث وأهم الإنتاج الفكرى الفكرى الرقمى على الإنترنت من مواقع ومصادر ومحركات بحث وأدلة ... وما إلى ذلك . ولا يقتصر على المقالات التعريفية للوعاء فقط ، بل يرحب بالمقالات التقييمية والمقالات التى تقدم نصائح تتعلق بالاقتناء والاستخدام.

زينب بن الطيب . تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية : بين الواقع والتطلعات . مكتبات جامعات الشرق الجزائري نموذجا . - الجزائر: ز. الطيب ، ٢٠١٥ . أطروحة دكتوراه ، معهد علم المكتبات والتوثيق ، جامعة قسنطينة ٢

عرض
د. زينب الطيب
جامعة باتنة ١ ، الجزائر

مقدمة :

لا يخف على أحد أنّ مصادر المعلومات باختلاف أشكالها وتعدد أنواعها وتشعب مجالاتها العلمية التي تغطيها وتباين فئات المجتمع الموجهة لهم ، تبقى الركيزة والقاعدة الأولى والأساسية التي على أساسها نحكم على المكتبة من عدمه، فبدون مصادر معلومات لا وجود لمكتبة ودون مكتبة لا وجود للمعلومات والمعرفة ودون هذين الأخيرين لا وجود للتطور والتنمية .

إضافة إلى ذلك ظهرت أشكال حديثة جدا من المكتبات مختلفة تماما عما ألفناه من أشكال المكتبات التقليدية كنتيجة أخرى لتغير وتطور طرق إنتاج المعلومات وحفظها وإتاحتها على أساس إلكتروني شبكي، فظهرت المكتبات الإلكترونية والمكتبات الرقمية والمكتبات الافتراضية وأصبحت تنافس المكتبات التقليدية وبشراصة في قضية توفير مصادر المعلومات الأحدث والأدق والأجود لاستقطاب المستفيدين إليها بأكبر عدد ممكن، فما كان من المكتبات التقليدية بما فيها المكتبات الجامعية قليلة نخبة المجتمع من الباحثين إلا قبول خوض تحدي الحفاظ على مستفيديها وإبقاء ترددهم عليها بنفس الوتيرة وببنفس العدد ولما لا أكثر ذلك أنها تخدم ساعدي التطور لأي دولة والمتمثلين في التعليم الجامعي والبحث العلمي، وهذا بتوجهها نحو استحداث نمط جديد من مجموعاتها لمصادر المعلومات تُضاف إلى مجموعاتها لمصادر المعلومات التقليدية من خلال بناء وتنمية مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية ، هذه المجموعات التي تعتمد أساسا على اقتناء مصادر معلومات ذات طبيعة إلكترونية إما المخزنة على الوسائط المادية وإما المتاحة على الخط المباشر وإما مزيج متنوع من كلا النوعين.

والمكتبات الجامعية الجزائرية واحدة من بين العديد من مكتبات جامعات العالم التي خطت هته الخطوة نحو خلق مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية في السنوات الأخيرة هذا سعيا منها إلى المشاركة الفعالة والمساهمة الناجعة والمفيدة في التنمية الوطنية الشاملة من خلال تمويل الباحثين أساتذة وطلبة بمصادر المعلومات العلمية والتقنية الحديثة والجيدة التي ستساعدهم بكل تأكيد على تطوير بحوثهم ودراساتهم ما سينعكس لا محالة على تطوير وترقية مختلف قطاعات الدولة الجزائرية والدفع بها على ركب الدول المتقدمة ، ناهيك عما تُنفقه الدولة الجزائرية من أموال طائلة تحقيقا لهذه المساعي الهامة.

تأسيسا لما سبق جاءت دراستنا هذه كمحاولة للوقوف والتعرف على واقع عملية تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية الجزائرية والتعرف أيضا على التطلعات المستقبلية لتطوير سياسة تنمية هته المجموعات بشكل يخدم ويدعم البحث العلمي في ظل التجربة الفنية التي مرت بها والخبرة المعتبرة التي اكتسبتها في شوط قرابة الخمس سنوات، فما هي يا ترى أبعاد حرص المكتبات الجامعية على تنمية مجموعاتها من هته المصادر الحديثة للمعلومات ، وما هي متطلبات هذه العملية ، وهل تتوفر المكتبات الجامعية على خطة مكتوبة وواضحة المعالم فيما يتعلق بتنمية مجموعاتها من مصادر المعلومات الإلكترونية ، وما هي العوامل التي تتحكم في عملية انتقاء واقتناء هذه المصادر الإلكترونية بالمكتبات الجامعية وما هي الإضافة التي يمكن لمصادر المعلومات الإلكترونية تقديمها للمكتبات الجامعية فيما يتعلق بتطوير خدماتها وتنويعها أيضا؟ وهل ستنتج مجموعات المصادر الإلكترونية هذه أدوارا جديدة للمكتبات الجامعية من شأنها إبقاء التواصل بينها وبين مستفيديها؟ هذه الأسئلة وأخرى حاولنا الإحاطة بها

وسعينا إلى الإجابة عنها من خلال وضع **إطار منهجي للدراسة** يتضمن إشكالية الدراسة وفرضياتها الرئيسية التي انبثقت منها أربع فرضيات جزئية، إضافة إلى الأهداف التي تصبو الباحثة الوصول إليها، و التطرق أيضا إلى أهمية الدراسة و أسباب اختيار هذا الموضوع ، ناهيك عن اعتمادنا على منهج علمي يمكننا من معالجة مجريات هذه الدراسة وفق أسس علمية واضحة مبنية على الوصف والتحليل والاستنباط علميا ألا وهو المنهج الوصفي ، زيادة على رجوعنا إلى عدد من الدراسات السابقة التي تطرقت بشكل أو بآخر إلى موضوع الدراسة ومن جانب أو آخر ، مع ضبط لمصطلحات الدراسة في ختام هذا الفصل الأول.

بعدها جاء **الإطار النظري** للدراسة موزّعا على ثلاثة فصول ، تضمن **الفصل الثاني** مصادر المعلومات الإلكترونية من حيث تعريفها ومراحل ظهورها وتطورها وكذا تقسيماتها و أنواع هذه المصادر وأشكالها ، بالإضافة إلى استعراض دورة حياة مصدر المعلومات الإلكتروني ، وبعدها الانتقال إلى عرض مزايا و عيوب هذه المصادر الإلكترونية و كذا التطرق إلى كل من أهمية الأخيرة في المكتبات ومراكز المعلومات وتأثيرها على تنمية مجموعات المكتبات ناهيك عن الحديث أيضا في هذا الفصل عن مصادر المعلومات وحقوق الملكية الفكرية ، واختتم هذا الفصل بالتعرض إلى بعض صعوبات ومعوّقات التعامل مع هذه المصادر الحديثة للمعلومات.

ليأتي **الفصل الثالث** معنونا بـ "مجموعات المكتبات وتنميتها في ظل البيئة الإلكترونية" والذي تناولت فيه الباحثة مفهوم مجموعات المكتبات ، ثم مفهوم تنمية المجموعات في المكتبات وتطور تعريفات هذا المفهوم، لينتقل بعدها إلى الحديث عن تنمية مجموعات المكتبات والعوامل المتحركة فيها، ثم تنمية مجموعات المكتبات والتطورات التقنية و أهداف المكتبات الجامعية من بناء مجموعات المصادر الإلكترونية ، وكذا تطرق هذا الفصل أيضا إلى مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية وسياسة تنميتها بما فيها من أهمية هذه السياسة ومبررات وضع وصياغة سياسة مكتوبة لتنمية المجموعات الإلكترونية في المكتبة، ثم الانتقال إلى الحديث عن عناصر تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية ، وجوانب وضع وصياغة هذه السياسة وكذا خطواتها ، ثم التطرق بعدها إلى التعاون بين المكتبات في تنمية المجموعات الإلكترونية، يليه الحديث عن الإنترنت واستخداماتها في تنمية المجموعات الإلكترونية للمكتبات ، ثم القضايا والتوقعات المستقبلية حول تنمية المجموعات الإلكترونية للمكتبات .

أما **الفصل الرابع** من الدراسة فقد تناول المكتبات الجامعية والبيئة الإلكترونية من حيث تعريف المكتبة الجامعية وتطورها تاريخيا ، وكذا تطرّق إلى سماتها وخصائصها و أهدافها أيضا، ثم انتقلت الباحثة في هذا الفصل إلى الحديث عن المكتبات الجامعية واتجاهات التطوير من حيث المفهوم والوظائف وخدمات المعلومات ، وبعدها تطرّقت إلى مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية وانعكاساتها على المكتبات الجامعية من حيث الإتاحة الإلكترونية لهذه المصادر من جهة، ومن جهة ثانية من حيث مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية والدور الجديد للمكتبيين ومن ناحية ثالثة من حيث مواصفات مكتبي المكتبات الجامعية ضمن المحيط الإلكتروني ومهاراتهم في ظل البيئة الإلكترونية ، ليعقبه حديث عن التكوين المهني للمكتبيين والبيئة الإلكترونية من متطلباته وكذا تحديات تكوين المكتبيين ومجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية .

وتجدر الإشارة أنّ كل فصل من الفصول الثلاثة السالفة الذكر افتتح بفقرة تمهيدية توضح محاوره العامة التي سيتناولها، كما اختتم كل فصل بخلاصة تجمع أهم الأفكار والاستنتاجات التي خرجت بها الباحثة من معالجتها لفكرة الفصل عرضا وتحليلا.

ليأتي بعدها **الفصل الخامس** للدراسة ليضع قواعد و أسس الإطار الميداني للدراسة والذي حاولت فيه الباحثة - قدر المستطاع - إجراء مقارنة بين ما تم التطرق إليه وتناوله نظريا من معلومات

توضيحية لجوانب وحيثيات موضوع الدراسة وإسقاطها على الواقع ، من خلال اختيار مجتمع الدراسة والمتمثل في المكتبات المركزية لجامعات الشرق الجزائري والبالغ عددها ١٣ جامعة من مجموع ١٠٥ مؤسسة تعليم عالي منها ٥٠ جامعة موزعة على التراب الوطني ، أُخْتِيرَت منها ٠٧ جامعات توافقت مكنتها المركزية مع متطلبات دراستنا هذه من حيث امتلاكها لمجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية أولاً ، و أيضاً امتلاكها لموقع إلكتروني نشط على شبكة الإنترنت ، وما عدا ذلك فقد استُبعدت كل مكتبة مركزية جامعية لا تستجيب لهذين الشرطين ، وعليه فعينة الدراسة شملت المكتبيين العاملين في المكتبات المركزية لجامعات كل من قسنطينة ٢ ، أم البواقي ، الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ، سطيف ١ ، سطيف ٢ ، عنابة و باتنة ، بحيث أجريت الدراسة مع كلٍّ من محافظي هته المكتبات محل الدراسة وكذا رؤساء المصالح فيها ، وعليه فقد بلغت عينة الدراسة ٢٨ مبحوثاً .

١. إشكالية الدراسة :

تعاظمت أهمية المعلومات ودورها في حياتنا المعاصرة مع التزايد الكبير في الإنتاج الفكري الإنساني ، وتعدد قنوات تخزينه وتناقله بدء من الألواح الطينية و أوراق البردي و جلود الحيوانات مروراً بالورق وصولاً إلى تدوين المعلومات إلكترونياً ، ذلك أن أكثر ما يتسم به العصر الحالي التطور السريع خاصة في مجالات العلوم والتكنولوجيا والنشر العلمي ، ما تمخض عنه انفجار معلوماتي كبير زادت دائرته اتساعاً مع ظهور شبكة الإنترنت ودخولها عالم المعلومات من بابه الواسع فيما يخص نشرها و توزيعها و إتاحتها .

ومصادر المعلومات الإلكترونية تعتبر بمثابة النقلة النوعية و المرحلة الانتقالية في المسار التطوري للمعلومات ، ذلك أنها تمثل زبدة التطورات التي مست المعلومات طبيعة و شكلاً ، خاصة و أن العصر الحالي يعيش تطوراً هائلاً في مختلف الجوانب المتعلقة بإنتاج و اقتناء و معالجة و حفظ و استرجاع المعلومات ، مما جعل هذه المصادر الحديثة للمعلومات منبعاً معلوماتياً مهماً و رائج الاستعمال يستخدمه الأفراد بمختلف مستوياتهم و تعدد تخصصاتهم ، وكذا اختلاف احتياجاتهم البحثية و المعرفية .

و المكتبات الجامعية من أوائل المعنيين الذين تأثروا و لا زالوا يتأثرون بهذه التطورات والمستجدات من خلال تبنيها لتطبيق مفرزات هذا التكنولوجيات في مختلف مصالحها و وظائفها ، سعياً منها إلى الاستفادة من إمكاناتها المتميزة في تقديم خدمات معلومات أفضل و أسرع لمستفيديها ، هؤلاء الذين يدور أساس وجود واستمرار المكتبات الجامعية عليهم ، على اعتبار أنها من بين أهم المؤسسات الفاعلة في توفير المعلومات بمختلف مصادرها لأفراد المجتمع .

و عليه فالمكتبات الجامعية أصبحت في ظل التطورات السريعة و المتلاحقة التي فرضتها عليها تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ، والتي غيّرت الكثير في بيئة العمل المكتبي المألوفة ، و جعلتها في مواجهة الكثير من التحديات الجديدة أهمها صعوبة اقتناء و توفير مصادر المعلومات التي تخدم المستفيدين و تستجيب لاحتياجاتهم البحثية من جهة ، و تتناسب و حجم ميزانيتها المخصصة للاقتناء من جهة ثانية ، وذلك انطلاقاً من مشكلات اختيار مصادر المعلومات الإلكترونية المناسبة ، مروراً بصعوبات تقييمها و تحديد فوائدها العلمية و العملية المتوقعة ، وصولاً إلى تعقيدات مرحلة اقتنائها و ما يتبعها من تحديات مراجعة قيمتها الفعلية التي يحددها المستفيدون عند استخدامهم لهذه المصادر الإلكترونية ، ومن ثم الحكم على فائدتها من عدمها ، وأخيراً صعوبة اتخاذ قرار الاستمرار باقتنائها و إتاحتها أو العدول عن ذلك ، إضافة إلى مشكلة صعوبة الموازنة و التكامل بين اقتناء كل من مصادر المعلومات الإلكترونية و نظيرتها من مصادر المعلومات المطبوعة .

من هنا برزت الحاجة إلى التساؤل عن واقع تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية الجزائرية وما هي التطلعات المستقبلية لتطوير سياسة تنمية هذه المجموعات بشكل يخدم ويدعم البحث العلمي.

و هو ما يدعونا إلى طرح التساؤلات التالية:

- أ. هل يمكن اعتبار اهتمام المكتبات الجامعية بتنمية مجموعاتها من مصادر المعلومات الإلكترونية ضرورة حتمية تفرضها عليها التغيرات الحالية؟
- ب. ما هي متطلبات تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية ؟
- ج. هل تتوافر المكتبات الجامعية على خطة مكتوبة وواضحة المعالم فيما يتعلق بتنمية مجموعاتها من مصادر المعلومات الإلكترونية ؟
- د. ما هي مصادر التزويد التي تعتمد عليها المكتبة الجامعية في تنمية مجموعاتها من مصادر المعلومات الإلكترونية ؟
- هـ. ما هي الإضافات التي يمكن لمصادر المعلومات الإلكترونية تقديمها للمكتبة الجامعية فيما يتعلق بتطوير خدماتها وتنويعها ؟
- و. هل ستنجح مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية أدوارا جديدة للمكتبات الجامعية من شأنها إبقاء التواصل بينها وبين المستفيد؟

٢. فرضيات الدراسة :

للإجابة على هذه التساؤلات قمنا بصياغة الفرضية الرئيسية التالية :

إن تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية يتطلب تبني خطة موحدة من شأنها تدعيم جهود المكتبات الجامعية في مساندة التطورات الحاصلة في مجال المعلومات من جهة ، وفي خدمة المستفيدين من جهة أخرى .

و قد انبثقت منها الفرضيات الثانوية التالية :

- **الفرضية الأولى :** أمام التدفق اللا محدود للمعلومات في الشكل الإلكتروني ، أصبح ضروريا على المكتبات الجامعية التوجه نحو بناء وتنمية مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية بهدف تطوير خدماتها وتنويعها.
- **الفرضية الثانية :** إن وضع خطة موحدة بين المكتبات الجامعية لتنمية مجموعاتها من مصادر المعلومات الإلكترونية يساهم بشكل كبير في تحقيق استفادة أفضل من هذه المجموعات .
- **الفرضية الثالثة :** تعتمد المكتبات الجامعية في إتاحة مجموعاتها لمصادر المعلومات الإلكترونية اعتمادا كبيرا على بواباتها الإلكترونية تسهيلا لنفاذ المستفيدين إليها .
- **الفرضية الرابعة :** تمتاز مصادر المعلومات الإلكترونية بخصائص عديدة تمنح لهذه المجموعات الجديدة الفعالية اللازمة التي يحتاجها المستفيدون .

٣. أهداف الدراسة :

و تتلخص أهداف الدراسة فيما يلي :

- الوقوف على واقع تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية الجزائرية محل الدراسة.
- محاولة التعرف على تأثير طبيعة و حجم مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية على خدمات المعلومات التي تقدمها هذه المكتبات الجامعية لجمهور مستفيديها .
- تسليط الضوء على الإجراءات التي يتم وفقها تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية .
- محاولة إبراز مدى نجاعة الأساليب المستخدمة حاليا في تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية .
- التعرف على مدى توافق مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية مع الاحتياجات البحثية و العلمية للمستفيدين المترددين عليها .
- الوقوف على أبرز الصعوبات والعراقيل التي تعيق عملية تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية و محاولة إيجاد حلول تساعد على تجاوزها .

٤. أهمية الدراسة :

أصبحت مصادر المعلومات الإلكترونية جزءا فاعلا و مؤثرا في كيان المكتبات و مراكز المعلومات و سمة أساسية من سمات هذا العصر ، كما أن قدرتها على توفير المعلومات الحديثة بأسرع وقت و بأيسر السبل، مقارنة بنظيرتها من مصادر المعلومات الورقية جعلتها تحظى بأهمية كبيرة لدى الباحثين و الدارسين.

لذا فإن مصادر المعلومات الإلكترونية على اختلاف أشكالها و تعدد أنماط إتاحتها ، أصبحت اليوم تحتل حيزا هاما من سياسات تنمية المجموعات بمؤسسات المعلومات و على رأسها المكتبات الجامعية، هذه الأخيرة التي تسعى إلى توفير مصادر المعلومات التي تخدم المستفيد و تستجيب لاحتياجاته البحثية بما فيها مصادر المعلومات الإلكترونية كونها أصبحت تلعب دورا هاما في تطوير خدمات المعلومات التي تقدمها مختلف المكتبات .

و بما أن مجموعات المكتبات تعتبر عاملا مهما من عوامل نجاح أي مكتبة، ذلك أن وجود مكتبة دون احتوائها لمصادر يجعل منها مكتبة عاجزة عن خدمة روادها و تحقيق الأهداف و الأغراض التي وجدت من أجلها.

٥. منهج الدراسة :

تعتمد أساسيات القيام بأي بحث علمي على المنهج المتبع – بالدرجة الأولى- والذي يحدده و يختاره الباحث وفق ضوابط معينة بحيث يكون ملائما لمضمون دراسته، وتحديد أبعادها بشكل شامل بغية الوصول إلى نتائج منطقية و محددة.

و يرتبط المنهج العلمي بالعمليات العقلية اللازمة لحل مشكلة من المشكلات.

إذن فهو مجموعة من الإجراءات المتبعة في دراسة الظاهرة أو مشكلة البحث من خلال الإجابة على الأسئلة المثارة خلال البحث ، وهذه الإجراءات تتضمن وصف الظاهرة المتعلقة بالمشكلة محل الدراسة شاملا هذا الوصف بالتحليل والتفسير للبيانات والمعلومات لاكتشاف الحقائق وإثباتها للآخرين .

و قد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي وهو من أكثر المناهج استعمالا في البحوث الاجتماعية، كما أنه يعتمد على العديد من أدوات البحث المتمثلة في الاستبيان والمقابلة والملاحظة، الأمر الذي جعل اختيارنا لهذا المنهج دون سواه وذلك لتوافقه مع موضوع دراستنا.

فالمنهج الوصفي يسمح لنا بوصف الظاهرة أو المشكلة وتحليلها و من ثم استنباط النتائج المختلفة.

٦. الدراسات السابقة :

تمكن الدراسات السابقة الباحث من تكوين خلفية نظرية عن الموضوع، كما تساهم في تبصير الباحث أخطاء من سبقوه إلى مثل هذه الدراسة ، والانطلاق من النقطة التي وصل إليها غيره ليعتمدها كأساس لبداية الدراسة التي هو بصدد معالجتها.

وقد سلطنا الضوء على جملة من الدراسات العربية والأجنبية بمجموع إثني عشر دراسة ، تناولت موضوع دراستنا هذه من ناحية أو أخرى، وفيمايلي سنستعرض بعضا منها :

دراسة عصام منصور، يعقوب ملا يوسف. بناء و تنمية المجموعات المكتبية في البيئة الرقمية. الكويت : مكتبة دار الأفاق ، ٢٠١١.

تغطي هذه الدراسة الجوانب النظرية المختلفة لبناء و تنمية المجموعات من خلال مقدمة عامة حول بناء و تنمية المجموعات في البيئة الرقمية ، وسياسات بناء و تنمية هذه المجموعات المكتبية في البيئة الرقمية من خلال عرض عناصر صياغة هذه السياسة و الحديث بالتفصيل عن المراحل والخطوات المتبعة عند القيام بعملية تنمية المجموعات الإلكترونية ، و يشرح أيضا جوانب عملية عن انتقاء هذه المجموعات و التزويد الإلكتروني ، كما يقدم أيضا تقييما للمجموعات المكتبية الرقمية إضافة إلى تطرقه إلى الاقتناء التعاوني . ناهيك و أن الكتاب قد تطرق إلى قضايا التراخيص و حقوق الملكية الفكرية للمصادر الإلكترونية وما يعترضها من تعقيد و أهم المبادرات الدولية لمعالجة هذه القضايا و المشاكل.

دراسة أمل وجيه حمدي . تنمية و إدارة مصادر المعلومات الإلكترونية في المكتبات و مراكز المعلومات المصرية : دراسة للواقع و التخطيط للمستقبل. دكتوراه: علم المكتبات: جامعة القاهرة، ٢٠٠٦ .

جاءت هذه الدراسة بهدف رصد و تقييم واقع التعامل مع المصادر الإلكترونية في المكتبات و مراكز المعلومات المصرية على ضوء الإنتاج الفكري المنشور حول هذا الموضوع، والمعايير المطبقة في هذا المجال و الخبرة الميدانية التي اكتسبتها الباحثة من خلال معاشتها لمكتبات الولايات المتحدة الأمريكية. و قد استعانت الدراسة بالمنهج المسحي الميداني الذي تم تطبيقه على عينة طبقية عمدية تمثل فئات مختلفة من المكتبات في كل من الولايات المتحدة الأمريكية و مصر . و قد انقسمت الدراسة إلى سبعة فصول موزعة بين ثلاثة أبواب ، شمل الباب الأول فصلين يختص الفصل الأول بالمقدمة المنهجية أما الفصل الثاني فيتعلق بمدخل تعريفى لمفاهيمي لمصادر المعلومات الإلكترونية من حيث مفهومها و أهميتها بالنسبة للمكتبات و مراكز المعلومات و مراحل تطورها و فئاتها و دورة حياتها و أساليب إتاحتها و قضايا الترخيص. أما الباب الثاني فيشتمل على : نماذج لاتجاهات المكتبات الأمريكية نحو تنمية وإدارة مصادر المعلومات الإلكترونية و قد اشتمل على فصلين استعرضت الباحثة فيهما تجربة المكتبات الأكاديمية الأمريكية في التعامل مع مصادر المعلومات الإلكترونية وهو منظومة المكتبات الأكاديمية لجامعة شمال

كارولينا بمدينة تشابل هيل بالولايات المتحدة الأمريكية، وكيفية إدارة هذه المكتبات لمصادر المعلومات الإلكترونية من حيث التعريف والأنواع، والعاملين بهذه المكتبات وسياسة تنمية المقتنيات بها والتوزيعات الكمية والنوعية واللغوية والموضوعية لمقتنيات هذه المكتبات وبيان نسبة مصادر المعلومات الإلكترونية بها وعمليات الاستبعاد، ثم تنظيم هذه المصادر من حيث الفهرسة والتصنيف والخدمات المرتبطة بمصادر المعلومات الإلكترونية وأبرز المشروعات المرتبطة بمصادر المعلومات الإلكترونية.

دراسة ستوارت لي، فرانسيس بويل . تنمية مجموعة المصادر الإلكترونية : دليل عملي. ترجمة عبد الله محمد الشائع، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠٠٨ .

تركز هذه الدراسة بشكل أساسي على موضوع اقتناء و تنمية مجموعة مصادر المعلومات الإلكترونية وذلك من خلال خمسة فصول تناول الفصل الأول منها قضايا أولية للخلفيات الأساسية للموضوع، أما الفصل الثاني فيقدم مشهدا عاما لمصادر المعلومات الإلكترونية من حيث ماهيتها وأنواعها وأشكالها... الخ، أما الفصل الثالث فيختص بالكتب و المجالات الإلكترونية ، و الفصل الرابع فيتطرق إلى تقييم و اقتناء مصادر المعلومات الإلكترونية ، بينما الفصل الخامس من الدراسة فيتناول موضوع توصيل مصادر المعلومات الإلكترونية، حيث تطرق الكتاب بكثير من التفصيل إلى المعايير الأساسية التي يجب على المكتبات التي تريد تنمية مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية اعتمادها و العمل بها، كما ركزت الدراسة على التراخيص و الاتفاقيات التي تتم بين الموردين وبين المكتبات و كيفية إبرامها و الجوانب التي يجب أن تنتبه إليها المكتبة .

دراسة: Bradky L, Schaffer. Electronic resources : a wolf in sheep' s clothing ? Reseach libraries, May 2001. PP239- 249.

تناول هذه الدراسة ما للمقتنيات الإلكترونية على المصادر الإلكترونية في مكتبات البحث ، وتشمل هذه التحديات تكلفة الحصول على الأشكال الإلكترونية، وما لمثل هذه التكلفة من تأثير في الخدمات الأخرى للمكتبات، وفي ممارسات تنمية المجموعات.

كذلك وتستكشف هذه الدراسة ما أخذته المصادر الإلكترونية من تغير في طرق استخدامها من قبل الطلبة والباحثين العلميين ، كما تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على التقنيات الإلكترونية بوصفها ببساطة أداة ضمن أدوات أخرى يمكن أن تستخدم في بث المعلومات، ومن ثم فإن مصادر المعلومات الإلكترونية ينبغي أن تكون مكملة لغيرها من مصادر المعلومات لا بديلا عنها جميعا.

٧. الإطار الميداني للدراسة :

١. منهجية تحصيل المعلومات :

إن أي دراسة وصفية تحليلية تتطلب ضرورة توفر المعلومات التي يمكن جمعها من مصادر العينات المدروسة، هذه المعلومات تستلزم اعتماد على أدوات البحث العلمية التي تنتج بين الملاحظة العلمية و الاستبانة إضافة إلى إجراء مقابلات و لقاءات علمية مع متخصصين ، زيادة على ذلك قمنا بدراسة ميدانية في المكتبات المركزية لجامعات الشرق التي تتوفر على مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية في شكلها المتاح على الخط والمخزن على الوسائط ، حتى تتمكن من معرفة واقع عملية تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية في المكتبات الجامعية، ما دفعنا إلى إعداد استمارة البحث مع مراعاة كيفية طرح الأسئلة التي ينبغي أن تكون واضحة ، سهلة وفي متناول جميع أفراد العينة، كما قمنا باختيار عينة قصدية من فئة المكتبيين الحاصلين على شهادة جامعية في علم المكتبات من محافظتي

المكتبات و كذا رؤساء المصالح الذين لهم علاقة مباشرة بعملية تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية .

١.١ استثمار البحث :

تعد الاستبانة أهم تقنية و أفضل أداة من جملة ما يسخره البحث العلمي خدمة للدراسات الميدانية، وقد اعتمدنا عليها في تحصيل البيانات من عينة الدراسة كونها الوسيلة التي بإمكانها أن تتيح لنا من خلال الإجابة على أسئلتها المقننة التعرف عن قرب عن حقيقة وواقع اتجاهات المبحوثين حول مواقف محددة تتعلق باهتمامهم وتعاملهم مع المعرفة في محيط العمل.

لقد تم إعداد أسئلة الاستبانة بطريقة تنطبق على ما جاء في الشق النظري من الدراسة في محاولة لإسقاط ما قدمته الدراسة النظرية على الواقع الميداني ، فإذا كانت الدراسة النظرية جاءت في ثلاثة فصول نظرية اعتبرناها مراحل لبناء إستراتيجية لتنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية بصفة عامة وكان كل فصل يبحث عن حل لجزء من الإشكالية العامة والكلية للبحث، فإن هذه الاستبانة جاءت للإجابة عن هذه الأخيرة في أربعة محاور أساسية موزعة كالآتي :

المحور الأول ب ١٧ سؤالاً من ١ إلى ١٧

المحور الثاني ب ١٢ سؤالاً من ١٨ إلى ٢٩

المحور الثالث ب ٠٧ أسئلة من ٣٠ إلى ٣٦

المحور الرابع ب ٠٩ سؤالاً من ٣٧ إلى ٤٥ .

٢.١ الوثائق :

تعتبر الوثائق من الوسائل والأدوات التي تساعد الباحث من الحصول على معلومات وبيانات إضافية ومن جوانب عدة حول موضوع الدراسة ، وقد حاولت الباحثة الحصول على القدر المستطاع من هذه الوثائق للاستفادة منها في البحث سواء ما تعلق بالإطار النظري للدراسة بالاعتماد على أسلوب المسح في جمع المادة العلمية و المراجع التي ترتبط بالموضوع من نواحي عدة ، إذ تم تجميع الإنتاج الفكري المتعلق بتنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية والموجودة في صورة كتب ، مقالات، رسائل جامعية باللغات العربية والفرنسية و كذا الإنجليزية و في الصيغتين الورقية والإلكترونية أكثر وقد دامت هذه العملية أي عملية تجميع المادة العلمية ما يقارب السنة والنصف ، ثم قامت الباحثة بتصنيفها تبعاً لدرجة ارتباط مضمونها بكل فصل من فصول الإطار النظري للدراسة حتى يسهل ذلك تحرير وكتابة كل فصل بكل يسر و سلاسة .

أما بالنسبة للوثائق المستعان بها في الجانب الميداني للدراسة فمنها ما كان في شكل أدلة ورقية للمكتبات الجامعية محل الدراسة أو من خلال تحميل معلومات عن طريق تصفح البوابات الإلكترونية لهذه المكتبات ، إضافة إلى تصفح موقع مركز البحث العلمي والتقني CERIST الموجود مقره بالجزائر العاصمة و موقع المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي DGRSDT وكذا تصفح البوابة الإلكترونية النظام الوطني للتوثيق على الخط SNDL ، ناهيك عن الاستعانة بجملة من التقارير حول قواعد المعلومات الإلكترونية وحول SNDL والتي زودتنا بها محافظة المكتبة المركزية لجامعة قسنطينة ٢ ، كل هذا من أجل استيفاء المعلومات اللازمة لإثراء محتوى الدراسة .

٣.١ لقاءات مع متخصصين في مجال المكتبات والمعلومات :

إضافة إلى ما سبق من أدوات جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، قامت الباحثة بعدة لقاءات مع عدد من الأساتذة في تخصص علم المكتبات من بعض الدول العربية أخرى شقيقة ، هذه اللقاءات منها ما كان مباشرا وحضوريا : الدكتور سليمان الرباعي - عميد مكتبات جامعة الجوف بالملكة العربية السعودية - بالدوحة في ٢٠١٣ / ٠٦ / ١١ والذي أجابنا أيضا بعدها على الكثير والكثير من الأسئلة عبر البريد الإلكتروني ، وكل من الدكتور أمل وجيه حمدي مدرس بقسم المكتبات والمعلومات والوثائق بكلية الآداب جامعة القاهرة (مصر) و الدكتورة منى السيد من جامعة الاسكندرية بتونس بتاريخ ٣٠ / ١٠ / ٢٠١٤ ، و منها ما كان عن طريق شبكة التواصل الاجتماعي " الفيسبوك" و هؤلاء الأساتذة هم : الدكتور حشمت قاسم (مصر) ، الدكتور عبد الستار سلمان (العراق)، وهذا بالتناوب معهم حول موضوع أطروحتي و حول أهم النقاط والمحاو ذات الأهمية البالغة به و الاستفادة من آرائهم العلمية و خبرتهم المهنية و التدريسية في هذا الإطار.

إضافة إلى إجراء مقابلة عبر البريد الإلكتروني المخصص لاستفسارات مستخدمي النظام الوطني للتوثيق على الخط SNDL لإعطائنا وتزويدنا قدر المستطاع بمعلومات حول هذا النظام من خلال الإجابة على عدد محدد من الأسئلة التي أرسلت إليه بتاريخ ٢٠١٥/٠١/٠٧ و استرجع الرد عليها بتاريخ ٢٠١٥/٠٦/٣٠ .

٢. حدود الدراسة ومجالاتها :

١.٢ المجال المكاني للدراسة :

لقد غطت الدراسة المكتبات المركزية لجامعات الشرق الجزائري التي تمتلك مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية وقد استطعنا تحديدها بعد إجراء عدة دراسات استطلاعية كان الهدف منها تحديد المكتبات المركزية من جامعات الشرق التي تستجيب لمتطلبات موضوع الدراسة والتي يمكن إجراء الجانب الميداني للدراسة فيها، وعليه فقد تمخضت هذه الدراسة الاستطلاعية عن انتقاء المكتبات المركزية لجامعات كل من : قسنطينة ٢ ، الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ، أم البواقي، سطيف ١ ، سطيف ٢ ، عنابة و باتنة، باعتبارها تخدم أغراض البحث ، و أعقبه تعريف موجز بكل واحدة من المكتبات الجامعية المركزية محل الدراسة.

٢.٢ المجال الزمني للدراسة :

وتتمثل في المجال الزمني الذي استغرقته الدراسة بدء بمرحلة التفكير في موضوع الدراسة و تحديده و الاتفاق عليه و على خطة العمل المبدئية مع الأستاذ المشرف والتي دامت ما يقارب ٠٦ أشهر، مروراً بالشروع في جمع المادة العلمية للجانب النظري للدراسة وتحريره والتي دامت ١٤ أشهر، ووصولاً إلى إجراء الدراسات الاستطلاعية الميدانية لاختيار عينة الدراسة ومن ثم تصميم الاستبانة و تصحيحه و انتقالاً إلى توزيعه ومن ثم تفريغ الاستمارات وتحليل البيانات المتوصل إليها بعد تمثيلها في جداول بيانية والتعليق عليها وقد قُدرت فترة دراستنا الميدانية بما يقارب العشرة أشهر أخرى .

٣.٢ المجال البشري للدراسة:

بما أن الدراسة جاءت للتعرف على واقع تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بمكتبات جامعات الشرق الجزائرية ، فإن مجتمع الدراسة سينحصر في المكتبات المركزية لجامعات الشرق الجزائري وبالبالغ عددها ١٣ جامعة و التي تمثل ٣٤.٢١ % من العدد الإجمالي للجامعات

الجزائرية ، والتي يُفترض أن يشملها جميعا الجانب الميداني للدراسة ، غير أنه وبعد قيامنا بزيارات ميدانية استطلاعية للمكتبات الجامعية ٢٢ دامت طيلة سنة ٢٠١٣، توصلنا إلى اختيار ٠٧ جامعات من مجموع الـ ٢٢ جامعة الشرق الجزائري فقط ، بمعدل $0.32 = 22 / 0.7$ جامعة وما نسبته $22/0.7 \times 100 = 32\%$ ، وقد وقع اختيارنا على هذه الجامعات بالتحديد بناء على :

- وجودها بمنطقة الشرق الجزائري .
- توفرها على مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية في شكلها متاح على الخط المباشر و المخزنة على الأقراص الضوئية .
- امتلاكها لبوابة إلكترونية على شبكة الإنترنت.

وبإسقاط هذه الشروط المذكورة أعلاه على مكتبات جامعات الشرق الـ ٢٢ ، وجدنا أن ٠٧ مكتبات مركزية لجامعات الشرق تستجيب لهذه الشروط ، وهذه الجامعات محل الدراسة تتمثل في : مكتبات جامعات قسنطينة ٢، الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، أم البواقي ، سطيف ١، سطيف ٢، باتنة و عنابة.

عينة الدراسة :

بعدما قمنا باختيار المكتبات المركزية لجامعات الشرق التي تستجيب لموضوع الدراسة ، قمنا بعدها بتحديد أفراد عينة الدراسة من بين كل موظفيها وذلك :

- **أولا** بناء على تحصيلهم على شهادات جامعية في تخصص علم المكتبات من الدكتوراه إلى الماجستير و الماستر والليسانس (كلاسيكي / ل م د) و الدراسات الجامعية التطبيقية DEUA .
- **وثانيا** بناء على ارتباط عملهم ووظائفهم في هذه المكتبات بنشاط تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية، وعليه فإن العينة المختارة هي **عينة قصدية** اختيرت اعتمادا على الشرطين المذكورين أعلاه.

و الجدول التالي يوضح توزيع أفراد العينة تبعا للمكتبة المركزية التي يعملون بها :

جدول رقم (٠١) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكتبة الجامعة التي يعملون بها.

المكتبة المركزية لجامعات	قسنطينة ٢	العلوم الإسلامية	الأمير عبد القادر	أم البواقي	سطيف ١	سطيف ٢	باتنة	عنابة	المجموع
عدد أفراد العينة فيها	٠٢	٠٤	٠٥	٠٥	٠٥	٠٥	٠٤	٠٣	٢٨

والجدول الموالي يوضح توزيع أفراد العينة تبعا لرتبتهم الوظيفية :

جدول رقم (٠٢) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب رتبهم الوظيفية بمكتبات الجامعات محل الدراسة.

المكتبات المركزية لجامعات الرتب الوظيفية	فلسطينية ٢	الأخير عبد القادر	أم البواقي	سطينف ١	سطينف ٢	باتنة	غابية	المجموع
محافظ رئيسي	٠١	٠١	٠١	٠١	-	٠١	٠١	٠٦
مدير مكتبة بالنيابة	-	-	-	-	٠١	-	-	٠١
رئيس مصلحة	٠١	٠٣	٠٤	٠٤	٠٤	٠٣	٠٢	٢١
المجموع	٠٢	٠٤	٠٥	٠٥	٠٥	٠٤	٠٣	٢٨

أما عن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الشهادات الجامعية التي يحملونها في تخصص علم المكتبات فيوضحها الجدول أدناه :

جدول رقم (٠٣) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب شهاداتهم الجامعية في تخصص علم المكتبات.

المكتبة المركزية لجامعة	فلسطينية ٢	الأخير عبد القادر	أم البواقي	سطينف ١	سطينف ٢	باتنة	غابية	المجموع
الشهادة الجامعية المحصل عليها								
دكتوراه علوم	-	-	٠١	-	-	-	-	٠١
ماستر	٠١	-	-	-	٠١	-	-	٠٢
ليسانس (كلاسيك/ ل م د)	٠١	٠٤	٠٤	٠٤	٠٣	٠٤	٠٣	٢٣
شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية	-	-	-	٠١	٠١	٠٠	-	٠٢
المجموع	٠٢	٠٤	٠٥	٠٥	٠٥	٠٤	٠٣	٢٨

٤. نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات :

بعد تحليل نتائج كل أسئلة المحاور الأربعة لاستبانة الدراسة ، نتنقل في هذا الجزء إلى استقراء هذه النتائج المتحصل عليها ومن ثم إسقاطها على الفرضيات الفرعية الأربع للدراسة لاستنباط مدى تحقق هذه الفرضيات من عدمه :

١.٤ النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الأولى :

بناءً على النتائج المتحصل عليها من أسئلة المحور الأول من الاستبانة الموزعة وبعد تحليل هذه النتائج واعتماداً على الاستنتاجات المتوصل إليها ، يتضح لنا الفرضية الأولى والمتمثلة في " أمام التدفق اللا محدود للمعلومات في الشكل الإلكتروني ، أصبح ضرورياً على المكتبات الجامعية التوجه نحو بناء وتنمية مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية بهدف تطوير خدماتها وتنويعها " وقد تحققت بصفة كلية وهذا من خلال ما تعكسه نتائج كل من الجدول رقم (١٩) بنسبة ١٠٠ % من إجماع مبحوثي الدراسة على أن المكتبة عند قيامها باقتناء مصادر المعلومات الإلكترونية وإتاحة فهارس إلكترونية تقوم بتدريب مستفيديها بين فترة وأخرى على كيفية استخدام هذه المصادر الإلكترونية والفهارس الإلكترونية وعلى كيفية البحث فيها وكذا نتائج الجدول رقم (٢٠) الذي يوضح اتفاق وبشدة للمبحوثين على أن توجه المكتبة الجامعية نحو بناء وتنمية مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية يفرض عليها ضرورة الاستفادة من

تطبيقات شبكة الإنترنت لتعزيز خدماتها الموجهة للمستفيدين وذلك بنسبة ١٠٠ % وتعزز نتائج الجدول رقم (٢٢) النتائج السابقة من خلال إجماع كلي لعينة الدراسة على بناء مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية يفيد المكتبة كثيرا في تطوير خدماتها وهذا ما عبّرت عنه النسبة ١٠٠ % ، كما جاءت نتائج الجدول رقم (٢٣) هي الأخرى لتزيد من تأكيد تحقق الفرضية الأولى للدراسة من خلال الاتفاق بشدة لأفراد العينة على أن بناء مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية متنوّعة الأشكال من شأنه السماح للمكتبة الجامعية بتتويج خدماتها المعلوماتية معبّراً عن ذلك بنسبة ١٠٠ % .

٢.٢ النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الثانية :

من خلال التعليق على نتائج المحور الثاني لاستبانة الدراسة وما استنتجناه يمكن القول أنّ الفرضية الثانية والمتمثلة في : " إنّ وضع خطة موحدة بين المكتبات الجامعية لتنمية مجموعاتها من مصادر المعلومات الإلكترونية يُساهم بشكل كبير في تحقيق استفادة أفضل من هذه المجموعات " قد تحققت وبصفة عالية وهذا بناء على نتائج كل من الجدول رقم (٢٨) الذي يؤكد إجماع ١٠٠ % من المبحوثين وباتفاق شديد على أنّ عملية تنمية مجموعات المعلومات الإلكترونية في المكتبات الجامعية تكون أفضل بوجود خطة موحدة ، و أنّ هذه الخطة الموحدة تحتاج إلى العمل مع المكتبات الجامعية و توسيع العمل مع مختلف أنواع المكتبات الأخرى إضافة إلى إقامة شراكة مع مؤسسات معلومات أخرى وهذا ما عبّرت عنه النسبة ١٠٠ % بناء على نتائج الجدول رقم (٢٩) ، ناهيك عن وجود تنسيق وطني لتنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية تحت رعاية هيئة رسمية والذي تؤكد النسبة ١٠٠ % من نتائج الجدول رقم (٣٠)، ذلك أنّ وجود خطة موحدة لهذه العملية من شأنه تقديم خدمات معلومات أكبر شريحة من مستخدمي المكتبات الجامعية بنسبة ٢٤.٢١ % ومن جهة ثانية تخفيف الأعباء المالية بنسبة ٢١.٠٥ % ، وتقليص وقت وجهد اقتناء المصادر الإلكترونية بنسبة ٢٠ % من جهة أخرى و أيضا تسهيل إتاحة مصادر المعلومات الإلكترونية بنسبة ٢٠ % من خلال نتائج الجدول رقم (٣١) ، و أنّ وضع هذه الخطة يتطلب مشاركة مسؤولي المكتبات الجامعية ٣٢.٠٥ % و كل المكتبيين بمختلف رتبهم الوظيفية بنسبة ٢٩.٤٥ % و كذا الباحثين والأساتذة بنسبة ٢٩.٤٣ % وهذا انطلاقاً من نتائج الجدول رقم (٣٢) .

٣.٤ النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الثالثة :

من خلال استقراء نتائج المحور الثالث للاستبانة وتحليلها يمكننا القول أنّ الفرضية الثالثة للدراسة والتي مفادها : " تعتمد المكتبات الجامعية في إتاحة مجموعاتها لمصادر المعلومات الإلكترونية اعتماداً كبيراً على بواباتها الإلكترونية تسهيلاً لنفاذ المستفيدين إلى هذه المجموعات" قد تحققت بصفة عالية وكبيرة من خلال نتائج الجدول رقم (٣٥) التي يتبين لنا أن الدافع الأول لإنشاء المكتبات الجامعية لموقع إلكتروني لها على شبكة الإنترنت يتمثل في كونه وسيلة مهمة وضرورية للتواصل مع المستفيدين بنسبة ٢٦.٦٠ % ، و أيضا لكونه وسيلة مهمة لعرض خدمات المكتبات بنسبة ٢٢.٣٤ % فجمع النسبتين يكون إجماع المبحوثين على أهمية إنشاء المكتبات الجامعية لموقع إلكتروني ما نسبته ٤٨.٩٤ % ، و أن إنشاء هذا الموقع الإلكتروني كان بمبادرة شخصية من مسؤولي المكتبة وهذا ما عبّرت عنه النسبة ١٠٠ % بناء على نتائج الجدول رقم (٤١) .

٤.٤ النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الرابعة :

من خلال نتائج أسئلة المحور الرابع لاستبانة الدراسة و بعد استقرارها نتوصل إلى أنّ الفرضية الرابعة التي تتمثل في : " تمتاز مصادر المعلومات الإلكترونية بخصائص عديدة تمنح لهذه المجموعات الجديدة الفعالية اللازمة التي يحتاجها المستفيدون " قد تحققت هي الأخرى وبنسبة عالية جدا و بصفة كلية بناءً على نتائج الجدول رقم (٤٨) والذي بينت النسبة ٥٦ % أن مجموعات مصادر المعلومات

الإلكترونية تُعنى أكثر بالتحول إلى نظام الإتاحة اللا محدودة للمعلومات ، وأن مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية للمكتبة تُمكن المستخدمين من تخطي الحدود المكانية و الزمانية في الولوج إليها واسترجاع المعلومات منها وهذا باتفاق وبشدة من كل المبحوثين بنسبة ١٠٠ % الموضحة في نتائج الجدول رقم (٤٩) ، كما أن نتائج الجدول رقم (٥٠) قد أجمعوا باتفاق وبشدة بنسبة ١٠٠ % على أن مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية تمتاز بقدرتها على توفير المعلومات الحديثة بشكل أسرع من نظيرتها المطبوعة، كما ان نسبة ٨٩.٢٩ % قد وافقوا وبشدة على أن هذه المجموعات الإلكترونية توفر للمستخدمين المرونة والسهولة في تناقلها وتداولها بناء على نتائج الجدول رقم (٥١)، أما نتائج الجدول رقم (٥٢) فتظهر أن ١٠٠ % من المبحوثين ينفقون وبشدة على أن مجموعات المصادر الإلكترونية للمعلومات تفيد في القضاء على مشكلة الحيز المكاني للتخزين .

٥. النتائج العامة للدراسة :

اعتمادا على حيثيات معالجة موضوع " تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية الجزائرية : بين الواقع والتطلعات، مكتبات جامعات الشرق الجزائري نموذجاً " وانطلاقاً من تحليل البيانات والمعلومات المستقاة من الإطارين النظري والميداني له وبناء على النتائج المستنبطة على ضوء الفرضيات الجزئية الأربع للدراسة فإنه أمكننا التوصل إلى استقراء جملة من النتائج العامة للدراسة المتمثلة في :

- السبب الرئيسي الذي دفع بالمكتبات الجامعية إلى التوجه نحو تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية يرجع أساساً إلى رغبتها في مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة ومسايرتها ، إضافة إلى سعيها نحو توفير ما يحتاجه المستخدمون من معلومات ناهيك عن الرغبة في تطوير هته المكتبات وجعلها متماشية مع متطلبات العصر الحالي .
- وعي المكتبيين العاملين بالمكتبات الجامعية محل الدراسة من مسؤولين ورؤساء مصالح بمدى أهمية توجه مكتباتهم نحو بناء مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية وتنميتها، وأن هذا التوجه يعد أمراً أساسياً و ضرورياً بالنظر لما تتمتع به هذه المصادر المعلوماتية الحديثة من خصائص ومزايا جد متفردة و متميزة في توفير المعلومات وإمكانات إتاحتها وتشاطرها وتبادلها بمرونة وسهولة، و أيضاً للتماشي مع توجه الدولة الجزائرية بمختلف مؤسساتها المتعددة القطاعات نحو توفير أكبر قدر من الخدمات في صيغة إلكترونية.
- تتنوع الطرق التي تتبعها المكتبات الجامعية الجزائرية لبناء مجموعات من مصادر المعلومات بين الإيداع الإجباري لنسخ إلكترونية من مذكرات الماجستير و أطروحات الدكتوراه وبين الاشتراك المركزي إضافة إلى كل من الاشتراك التعاوني و الاشتراك الفردي ، مع تجربة فتيحة و محدودة في اعتماد طريقة الشراء لتنمية مجموعات للمصادر الإلكترونية.
- يتأتى تطوير خدمات المعلومات الحالية للمكتبة أولاً برفع مستوى جودة هته الخدمات الحالية، وبتحسين نوعيتها أيضاً بالإضافة إلى توسيع شريحة الرواد المستخدمين من هته الخدمات.
- التحسين من نوعية خدمات المكتبات يكون بالاهتمام بتكوين المكتبيين على استخدام التكنولوجيات الحديثة من جهة وتكوينهم أيضاً على كيفية التحكم في مصادر المعلومات الإلكترونية، إضافة إلى تسهيل إتاحة هذه الخدمات الحالية على شبكة الإنترنت من جهة أخرى.
- قيام المكتبات الجامعية بين الفترة والأخرى عند اقتناء مصادر المعلومات الإلكترونية بتدريب مستفيديها على كيفية استخدام هذه الفهارس وكيفية البحث فيها ، هذه العملية تتنوع طرقها أكثر

بين الإرشاد الفردي لكل مستفيد على حدا و تنظيم دورات تدريبية ، إضافة إلى تصميم بعض المكتبات لنشرات إرشادية موضوعة على الموقع الإلكتروني للمكتبة.

■ المكتبة الجامعية وعلى ضوء توجهها الجاد ومسعاها الحثيث نحو تنمية مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية أصبحت ملزمة ضرورة الاستفادة من تطبيقات شبكة الإنترنت أكثر استفادة و أوسعها، لأن هذه التطبيقات من شأنها إفادة المكتبة ومساعدتها كثيرا في تقريب وتعزيز تواصلها مع مستفيديها ومن بين هذه التطبيقات التي نلمس استفادتها الواضحة والكبيرة بالنسبة للمكتبات الجامعية الجزائرية نذكر خدمة البريد الإلكتروني و خدمة مواقع التواصل الاجتماعي.

■ إن توجه المكتبات الجامعية نحو بناء وتنمية مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية سيفيدها كثيرا في تطوير خدماتها، ناهيك و أن تنوع المكتبات لأشكال المصادر الإلكترونية التي تقتنيها ينعكس إيجابا على تنوع خدمات معلومات التي تتيحها المكتبات في كل من الخدمة المرجعية الرقمية ، خدمة البحث بالاتصال المباشر في الفهارس الإلكترونية ، خدمة الإحاطة الجارية وكذا خدمة الإرشاد والتوجيه. وتطوير هذه الخدمات من حيث اختصار الوقت بين طلب المعلومة وبين الحصول عليها إضافة إلى تسريع وصول المستفيد إلى ما يحتاجه من معلومات زيادة على التحسين من جودة هذه الخدمات أيضا.

■ تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية تقوم أساسا على اقتناء مصادر المعلومات الإلكترونية بشكل تعاوني وطني ، هذا التعاون الوطني في اقتناء المصادر الإلكترونية تمخض عنه وضع خطة موحدة لذلك، والتي تحتاج إلى توسيع العمل والتعاون مع باقي أنواع المكتبات الأخرى من وطنية و خاصة ومتخصصة وحتى المدرسية ، إضافة إلى إقامة شراكة وتعاون مع مؤسسات معلومات أخرى لإنجاح هذه الخطة ولتنويع آليات تنمية هذه المجموعات.

■ تتولى المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي عملية الإشراف على تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بالتعاون إدارة و تسييرا مع مركز البحث حول الإعلام العلمي والتقني .

■ إن وضع خطة موحدة لتنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية بين مكتبات مؤسسات التعليم العالي بالجزائر بالمستوى المطلوب يفرض عند صياغتها وإعدادها إشراك كل من مسؤولي المكتبات الجامعية وباقي المكتبيين الآخرين بمختلف رتبهم الوظيفية ، وكذا إشراك عينة من مجتمع الباحثين والأساتذة ، إضافة إلى إشراك البعض من ممثلي وزارة التعليم العالي و البحث العلمي وكذا موردي المصادر الإلكترونية ذلك أن التنويع في الأطراف المشاركة في الإعداد والصياغة من شأنه أن يضيفي على هذه الخطة التميز والتجديد فيها من حيث المحتوى و من حيث الصياغة.

■ يعتبر النظام الوطني للتوثيق على الخط الموسوم ب SNDL والذي كانت انطلاقته في ديسمبر ٢٠١٠ أهم و أبرز أشكال التعاون بين المكتبات الجامعية فيما يتعلق بعملية تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية ، وهو نتاج تطوّر جهود هذه العملية سابقا بشكل جهوي بين هذه المكتبات، وتتعدد أنواع مصادر المعلومات الإلكترونية الموجودة ضمن هذا النظام بين مصادر معلومات إلكترونية يُشترك فيها ماديا بناء على اتفاقيات و تراخيص ، وبين مصادر معلومات إلكترونية قيد التجربة في إطار الإتاحة المجانية المحددة بفترات زمنية معينة، وبين نوع آخر من مصادر المعلومات الإلكترونية التي تتمثل في مصادر المعلومات الإلكترونية ذات الإتاحة والوصول الحر والمجاني Open Access و أيضا بين مصادر المعلومات الإلكترونية من إنتاج

مؤسسات علمية وبحثية جزائرية متنوعة ومتعددة على رأسها مركز البحث حول الإعلام العلمي والتقني .

- الخطة الموحدة لتنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية يجب أن تحدد أساسا معايير انتقاء هذه المصادر الإلكترونية التي سيتم اقتناؤها والاشتراك فيها، و أن تحدد أيضا جمهور المستفيدين الموجهة لهم إتاحة هذه المصادر الإلكترونية، إضافة إلى تحديد مدة الاشتراك بين ثلاثة أشهر وستة أشهر وسنة.
- هناك اختلاف نسبي بين وضع خطة لتنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية مقارنة بوضع تنمية مجموعات مصادر المعلومات التقليدية ، هذا الاختلاف النسبي بين الخطتين يكون في كل من إجراءات الانتقاء وإجراءات الاقتناء، وكذا إجراءات الإتاحة أيضا.
- إن وضع خطة موحدة لتنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية يحتاج إلى إجراء مراجعة دورية منتظمة لها من شأنها أن تساعد على تحديد دقيق للمراحل والخطوات التي أنجزت من تلك التي لم تنجز ومدى إمكانية إنهاء تنفيذ الخطة بكل مراحلها في الوقت المطلوب و بالنجاعة والفائدة المرجوة والمسطرة في أهداف الخطة عند صياغتها.
- إن وضع خطة موحدة لتنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية يتطلب من مكاتب المكتبات المشاركة فيها توجيه اهتمامهم أكثر نحو تطوير مهاراتهم المعلوماتية وكذا نحو تطوير الخدمات الحالية المقدمة إلى جانب تطوير مهاراتهم اللغوية مع ضرورة توجيه اهتماماتهم أكثر نحو التفكير في ابتكار خدمات معلومات جديدة.
- وبالرجوع لنتائج الدراسات السابقة المذكورة آنفا، نجد أن أغلبية هذه الدراسات تناولت مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية من جانب استخدامها من قبل المستفيدين و جوانب استفادتهم منها ، كما هو الحال في الدراسة التي أجراها عصام توفيق أحمد ملحم و توصل فيها إلى أن استخدام مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية تصل إلى نسبة ٥٤ % ، و أن هذه المجموعات تفيدهم بنسبة ٨٠ % في أعمالهم البحثية، وكذلك دراسة هالة السنوسي النور والتي تناولت هي الأخرى على مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية من حيث الاستخدام و مدى تلبية محتوى هذه المجموعات للاحتياجات البحثية للمستفيدين دون التطرق إلى عملية تنمية هذه المجموعات من حيث الطرق و المراحل و المعايير.

وهناك فقط دراستين عالجتا موضوع "تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية في المكتبات" بتفصيل لكن في المكتبات العامة ، وهما دراسة أمل حمدي وجيه التي عرضت تجربة عينة مكتبات عامة أمريكية و أخرى مصرية حول الكيفية التي تتبعها هذه المكتبات العامة في تنمية مجموعاتها من مصادر المعلومات الإلكترونية ، و أن هذه المكتبات محل الدراسة لا تقوم بهذه العملية بناءً على سياسة مكتوبة لتنمية مجموعاتها من مصادر المعلومات الإلكترونية مما دفع بالباحثة إلى اقتراح نموذج لسياسة مكتوبة توضح كل إجراءات وخطوات تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية في المكتبات الجوانب الإدارية، والميزانية، والعاملين، عمليات الاختيار والاقتناء، واتفاقيات الترخيص، وعمليات الترقية والاستبعاد والصيانة والحفظ، وأسس التنظيم، ومتطلبات تقديم الخدمات المعتمدة على هذه المصادر الإلكترونية. والأمر نفسه لتوصلت إليه الباحثة هند عافية عند معالجتها لموضوع تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية في المكتبات العامة السعودية.

وهو ما دفع بالباحثة إلى تقديم جملة من التوجيهات والأسس العلمية التي من شأنها المساعدة على وضع سياسة مكتوبة لعملية تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية في المكتبات الجامعية متضمنة للخطوات والإجراءات والمعايير المعتمدة في كل مرحلة .

٦. مقترحات الدراسة :

اعتمادا على ما توصلت إليه دراستنا هذه من تحليلات و نتائج، ارتأينا إدراج جملة من المقترحات والتوصيات والتي نأمل لو أخذت بعين الاعتبار أن تحسن من واقع عملية تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية حتى تتمكن من الوصول إلى تحقيق تطلعاتها التطويرية المستقبلية :

- ضرورة إعطاء الأهمية الكافية واللازمة لتكوين المستفيدين حول كيفية استخدام مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية من خلال تكثيف دورات تكوينهم وتدريبهم ، و توسيع شريحة المستفيدين المكّونين من جهة وتطوير وتنويع طرق تدريبهم.
- ضرورة التحول نحو صياغة مكتوبة لخطّة تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية صياغة دقيقة ومفصلة شارحة لمختلف مراحلها وإجراءاتها المتعددة ، والاهتمام بإجراء مراجعة دورية لهذه الخطّة بصفة منتظمة ، لأن ذلك من شأنه متابعة جادة وملموسة لوتيرة تنفيذها عن قرب و بشكل أفضل.
- ضرورة العمل على تطوير وتنويع خدمات المعلومات الإلكترونية التي تقدمها المكتبة الجامعية الجزائرية على بواباتها الإلكترونية.
- ضرورة التطوير من محتوى المواقع الإلكترونية لهذه المكتبات الجامعية بما يجعله أكثر استجابة وتوافق مع متطلبات العصر المعلوماتي الحالي.
- ضرورة إجراء دراسات تقييمية للمصادر المضافة إلى المجموعات الإلكترونية للمكتبات سنويا وفق معايير معدلي الاستفادة والاستخدام.
- التركيز في إجراءات على انتقاء مصادر المعلومات الإلكترونية التي ستُقتنى حديثاً على إتّباع المعايير العالمية لضمان انتقاء الأفضل والأجود .
- فسح المجال أكثر للمكتبات الجامعية ممثلة في مسؤوليها للمشاركة في مختلف مراحل وخطوات عملية تنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية ذات البعد التعاوني وطنيا وعلى رأسها النظام الوطني للتوثيق على الخط SNDL .
- محاولة الاستفادة من عملية الشراء في تنمية مجموعات المصادر المطبوعة في دعم عملية تنمية نظيرتها من مجموعات المصادر الإلكترونية عن طريق التركيز أكثر على انتقاء واقتناء المصادر المطبوعة المرفوقة بنسخ إلكترونية في شكل أقراص ضوئية، ما من شأنه إثراء ودعم العمليتين معا.

مراجع الدراسة :

وصل عددها الإجمالي إلى ٢٠٣ مرجعا ، موزعة كالآتي :

جدول يبين حجم ونوع المصادر المستعملة في الأطروحة .

المراجع باللغة العربية		المراجع باللغات الأجنبية (الإنجليزية + الفرنسية)	
كتب	٦٧	كتب	١٢
مقالات الدوريات	٢٨	رسائل جامعية	٠١
أعمال المؤتمرات والندوات	٠٨	ويبوغرافيا	١٩
الرسائل الجامعية	١٤		
المراسيم والقرارات القانونية	٠٧		
منشورات الهيئات	٠٢		
الويبوغرافيا	٤٥		
المجموع	١٧١	المجموع	٣٢
المجموع الكلي		٢٠٣	

الملاحق :

كما أرفقت الأطروحة بمجلة من الملاحق التي تنوعت بين :

- قائمة بالمختصرات الأجنبية.
- كشاف الجداول والتي وصل عددها إلى ٥٦ جدولا: عنوان الجدول ورقم صفحته في الأطروحة.
- كشاف الأشكال والتي وصل عددها إلى ٠٩ أشكال: عنوان الشكل ورقم صفحته في الأطروحة.
- ملحق استمارة الاستبانة.

ليليها إدراج مستخلص للأطروحة باللغات : الفرنسية، الإنجليزية و العربية.

خاتمة :

توجّه المكتبات الجامعية نحو تنمية مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية يُعدّ خطوة جديدة عليها ومختلفة عن الكيفية والطريقة التي ألفتها هذه الأخيرة من خطوات ومراحل و إجراءات تمر بها فيما يتعلق ببناء مجموعات لمصادر المعلومات التقليدية ، هذا الاختلاف لا يكون في أهداف كل مرحلة وكل إجراء و إنما يمس أكثر مضمونها بالنظر إلى تباين طبيعة كلا النمطين من مصادر المعلومات من التقليدية إلى الإلكترونية .

ناهيك و أنّ نجاح المكتبة الجامعية في بناء مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية ذات قيمة وفائدة علمية يصبو إليها المستفيدون يحتاج منها الاعتماد في هذه العملية على سياسة مكتوبة لتنمية هذه المجموعات الحديثة يُصاغ محتواها ويوضع بدقة وتفصيل من قبل فريق عمل يجمع أفرادها بين تخصص علم المكتبات و تقنيات المعلومات ويضطلعون بتقنيين و تراخيص الإتاحة، مع الحرص على الاهتمام المتواصل بمراجعة هذه الخطة المكتوبة مراجعة دورية منتظمة مع القيام بالتقييم عند الانتهاء من تنفيذ كل

مرحلة لضمان نجاعة في المستوى للنتائج المحققة مع معرفة النقص وتحديد سبب التراجع و التأخر فيها ومعالجته وتقويمه أنيا.

ومنذ أواخر سنة ٢٠١٠ والمكتبات الجامعية الجزائرية أخذت تخوض غمار خطوة التوجه نحو تنمية مجموعات لمصادر المعلومات الإلكترونية ملزما ذلك إياها ما يعيشه قطاع صناعة المعلومات من تطورات سريعة وتغيرات كثيرة ما تَفَتُّ تمس مجال المكتبات والمعلومات بين كل تطور و آخر ، هذا التوجه الذي بدأت بذوره الأولى بمبادرات في شكل فردي لهته المكتبات كل واحدة تعمل على حدا، لكن مع ارتفاع تكاليف اقتناء مصادر المعلومات الإلكترونية والاشتراك فيها مع الزيادة المطردة في عدد المستفيدين المنتسبين إليها وما تتكبده الدولة الجزائرية من مبالغ ضخمة في هذا الشأن، تفتنت وزارة التعليم العالي و البحث العلمي إلى توحيد جهود تنمية مجموعات المصادر الإلكترونية للمعلومات في كل مكتبات مؤسسات التعليم العالي الموزعة على كل التراب الجزائري والمقدر عددها ب١٠٥ مؤسسة تعليم عالية منها ٥٠ جامعة تحت لواء المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي بالتعاون مع مركز البحث حول الإعلام العلمية التقني بهدف إفادة أوسع و مردودية أفضل فيما يتعلق بتطوير البحث العلمي و التعليم الجامعي في الجزائر بوتيرة تسمح لها بالحقاق بركب التقدم الحضاري للدول الكبرى و السير معها فيه، ونشير إلى أن مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية لهذا التكتل الثلاثي الأطراف تتنوع بين مصادر معلومات إلكترونية ذات اشتراك مالي سنوي، ومصادر معلومات إلكترونية قيد التجريب المجاني المحدد بفترة زمنية ، ومصادر معلومات إلكترونية ذات الوصول الحر المجاني ، ومصادر معلومات إلكترونية من إنتاج مختلف مؤسسات ومراكز البحث العلمي بالجزائر في شكل مستودعات رقمية للرسائل الجامعية و الدوريات العلمية و غيرها.

يبقى أن نضيف أن التجربة الجزائرية في هذا المجال تبقى فتية وحديثة جدا و أن متابعة تنفيذها والسهر على تطويرها بشكل فعال و في أعلى مستوى يحتاج الارتكاز على الأسس العلمية و إرفاقها بدراسات تقييمية دورية : منها ما يُقيم نجاعة المصادر الإلكترونية المقتناة ومنها ما يُقيم نجاعة الخطة الموضوعية لتنفيذ هذه العملية ، ذلك أن التقييم يحمي المكتبات الجامعية و الهيئات المشاركة معها من الوقوع في فخ العشوائية في القيام بتنمية هذه المجموعات الحديثة للمصادر الإلكترونية من جهة و من جهة أخرى فهو يُعد ركيزة وقاعدة يُحتَكَمُ إليها عند تقرير تجديد اقتناء المصادر الإلكترونية المقتناة لهذه السنة في السنة المقبلة أم الاستغناء بناء على حجم ونسبة الإقبال عليها ودرجة الاستفادة منها من قبل المستفيدين

وجدير بالذكر أن نُتَوِّه في الأخير إلى أن الباحثة وفي غمار إجراء هذه الدراسة واجهتها جملة من الصعوبات تمثلت أساسا في قلة المصادر التي تتصل بموضوع البحث بشكل مباشر ووثيق خاصة تلك المتعلقة بمعايير الانتقاء والاقتناء من جهة، ومن جهة أخرى ندرة الدراسات الميدانية التطبيقية التي تناولت إجراءات و مراحل قيام المكتبات بتنمية مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية وفق سياسة خطة محددة ومعدة ، ذلك أن أغلب الدراسات و البحوث سلطت الضوء على استخدامات مجموعات مصادر المعلومات الإلكترونية و أوجه إفادة المستفيدين منها ، و أثر ذلك في الرفع من جودة الخدمات المقدمة لهؤلاء المستفيدين، بالإضافة إلى الصعوبات المرتبطة بالحصول على بعض الإحصائيات والمعلومات المهمة للبحث حول قواعد المعلومات الإلكترونية من حيث معدل الاستخدام و طرق الاختيار. و الأكيد أن هناك نواحي أخرى من موضوع هذا البحث تحتاج إلى تسليط الضوء والمعالجة ، فإنني أتمنى أن يواصل باحثون آخرون دراستها والتعمق أكثر فيها إثراء و تدعيما للموضوع.

سليمان فياض . الدليل اللغوي العام : معجم شامل في الأدوات والتراكيب والمهارات الكتابية . -
القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠١٥ .

مراجعة علمية نقدية

أ.د. خالد فهمي

كلية الآداب جامعة المنوفية

مدخل: في النقد ازدهار العلم.

يمثل النقد المعجمي أحد أهم أركان البحث المعجمي المعاصر، وفق أحدث تطوراته الراهنة، وهو الأمر الذي يقرره، مثلاً، هارتمان في كتابه: المعاجم عبر الثقافات [ترجمة الدكتور محمد حلمي هليل، الكويت، ٢٠٠٤م، (ص:٧٤)] عندما يقول إن البحث في النقد المعجمي أحد أهم حقول تخصص البحث المعجمي.

ويكشف عن عدد من وظائفه ومقاصده المعرفية التي يمكن تلخيصها في الكيات التالية:

- أولاً- تقويم المعاجم(ص: ٤٩)، يقول: "لقد سعى النقد المعجمي جاهداً لوضع المعايير(لتقويم المعاجم)"
- ثانياً- ترقية الوعي العام بالمعاجم.
- ثالثاً- النهوض بمستوى الأعمال المعجمية، يقول: (ص: ٦٢): "والنقد المعجمي يمكن أن يكون وسيلة فعالة من وسائل زيادة الوعي العام بالمعاجم، والنهوض بمستوى النتاج المعجمي".
- رابعاً- الإسهام في رسم الصورة الكلية للمعجم.
- خامساً- الإسهام في إنجاز التقييم للمعاجم المنجزة، يقول(ص:٧٤): "البحث في النقد المعجمي هو الذي يدرس سياق التقييم المرجعي، ويتولد عنه من بين أشياء أخرى صورة كلية للمعجم".
- سادساً- ترسيخ معايير النقد المعجمي، يقرر هارتمان إن استقرار النقد المعجمي من شأنه أن يسهم في ترسيخ المعايير المنظومة في تقييم المعاجم وغيرها من الأعمال المرجعية، بحيث يصير الاتفاق عليها عاماً ودولياً.

وتتبدى هذه المعايير المنظومية في ما يلي:

١. المظاهر المعيارية (الاستيعاب/الشكل/المجال/الحجم/العنوان/التأليف)(ص:٧٨-٧٩).
٢. المظاهر المنهجية والتصنيفية (البنية الكبرى / البنية الصغرى/ والتحليل النقدي للمصادر/ وطرق التوثيق).
٣. المظاهر الاستعمالية والوظائفية (مواضعه لطبيعة المستعملين/وظائفه).

وفحص كتاب هارتمان يكشف عن أن عروض نقد المعاجم تدرج ضمن بحوث المعجمية في جانب الصناعة المعجمية.

والحق أن الثقافة اللسانية العربية المعاصرة عرفت النقد المعجمي في صورتين عامتين هما:

أولاً- النقد المعجمي العام للمعجمات التراثية العربية، وأخذ موقعه في نوعين من الأدبيات المعاصرة في الثقافة العربية:

١. أدبيات فقه اللغة أو اللسانيات التراثية، التي انشغلت بالبحث الدلالي، أو فقه اللغة في التراث العربي منذ منجز إبراهيم أنيس وحتى اليوم.

٢. أدبيات الدرس المعجمي والدلالي العامة (المسحية).

وقد اتسمت معالجات النقد المعجمي في هذه الأدبيات بالسمات التالية:

- أ. الانطباعية وعدم الخضوع لمعايير منظومية منضبطة.
- ب. الميل نحو النقد المعجمي السلبي.
- ت. العموم وعدم التفصيل.

ثانيا- النقد المعجمي الخاص بمعجم بعينه، وقد برز في هذا السياق أسماء لعدد من اللسانيين التراثيين المعاصرين، من أمثال:

١. أحمد فارس الشدياق.
٢. الأستاذ أحمد تيمور.
٣. الأستاذ عبد السلام هارون.

ثالثا- الدراسات المعجمية الأكاديمية، الخاصة بقطاع من الأعمال المعجمية أو بمعجم بعينه.

وهذه الشرعية تمثل البداية لتجليات النقد المعجمي معاصر تستهدف خدمة مجال النقد المعجمي للمقاصد العامة التي سبقت في هذه الفقرة.

ويعالج هذا المبحث المطالب التالية:

١. الدليل اللغوي العام: مادته/وانتماؤه المعرفي.
٢. الدليل اللغوي العام: مقالة في البنية.
- أ- البنية الكبرى
- ب- البنية الصغرى.
٣. الدليل اللغوي العام: مقالة في الوظائف.

٤. الخاتمة.

وفي ما يلي بيان مفصل لهذه المطالب، تستهدف خدمة حقل النقد المعجمي بالتقدم نحو النماذج المعاصرة من المعجمات نقدياً.

١. الدليل اللغوي العام : مادته وانتماؤه المعرفي.

ونعتمد في هذه المراجعة العلمية النقدية لكتاب : الدليل اللغوي العام: معجم عام شامل في الأدوات والتراكيب والمهارات الكتابية، لسليمان فياض، على طبعة مكتبة الأسرة، فرع العلوم الاجتماعية، التي تصدرها الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠١٥م ٣٢١×ص.

(١/١) ويضم هذا الدليل المعجم مجموعة من المداخل يرى صانعه أنها جميعاً مما يندرج في إطار ما يسميه باسم المشكلات في اللغة العربية؛ يقول (ص:٧): " وهذا الدليل اللغوي خاص بالألفاظ والأدوات والتراكيب المشكلات في اللغة العربية".

وهو يضم المجموعات التالية من المداخل موزعة على المستويات اللغوية المختلفة:

- أولاً- مداخل لمعلومات صوتية؛ تحيط بأصوات العربية، وبيان مداخلها، وخصائصها وسماتها المانزة.
- ثانيا- مداخل صرفية؛ تحيط بطبيعة الكلمات وأنواعها، ووظائفها.

- **ثالثا-** مداخل لمعلومات نحوية تركيبية؛ تعنى ببيان بعض إعرابات عدد من الكلمات والتركيب الشائعة الاستعمال في لغة المعاصرين، وبعضها مهجور غير مستعمل.
 - **رابعا-** مداخل لمعلومات معجمية؛ تحرص على العناية بمعاني الكلمات في اللغة العامة.
 - **خامسا-** مداخل لمعلومات كتابية (الخطاطة) ؛ تعنى بالقواعد التي تحكم كتابة عدد من الكلمات والتركيب؛ مما يمكن أن يمثل قدرا من الصعوبة على قطاع من المستعملين غير المختصين أو من غير الخبراء في اللسان العربي وقواعده وقوانين الكتابة فيه.
 - **سادسا-** مداخل لمعلومات بلاغية ودلالية؛ قد تعرج على بيان بعض المعلومات البلاغية والدلالية مما يصعب التوصل إليها في المصادر والمراجع المختصة.
 - **سابعا-** مداخل لمعلومات سياقية تحاصر مشكلات اللحن والخطأ في اللغة والأسلوب.
- وقد تكسر الدليل على تسعة وعشرين بابا على حروف المعجم، مع أفراد باب مستقل للمداخل المبدوءة بحرف الألف، وقع قبل بابي الواو والياء وبعد الهاء!

وقد بلغت كثافة مداخل الأبواب مجتمعة : ٧٣٣ مدخلا أما تفصيلات ورودها فكما يلي:

١. باب الهمزة: ٢١٠ مدخلا	١١. باب الزاء: ثلاثة مدخل.	٢١. باب القاف: ١٧ مدخلا.
٢. باب الباء: ٣٤ مدخلا.	١٢. باب السين: ٣٨ مدخلا.	٢٢. باب الكاف: ٣١ مدخلا.
٣. باب التاء: ٢٧ مدخلا.	١٣. باب الشين: خمسة مدخل.	٢٣. باب اللام: ٢٩ مدخلا.
٤. باب الثاء: ٤٠ مدخلا.	١٤. باب الصاد: أربعة مدخل.	٢٤. باب الميم: ٢٥ مدخلا.
٥. باب الجيم أحد عشر مدخل	١٥. باب الضاد: مدخل واحد.	٢٥. باب النون: ثمانية مدخل.
٦. باب الحاء: ٣٤ مدخلا.	١٦. باب الطاء: أربعة مدخل	٢٦. باب الهاء: ٣٣ مدخلا.
٧. باب الخاء: ٢٠ مدخلا.	١٧. باب الظاء: ثلاثة مدخل.	٢٧. باب الألف: مدخل واحد.
٨. باب الدال: خمسة مدخل.	١٨. باب العين: ٢٤ مدخلا.	٢٨. باب الواو: ٢٢ مدخلا.
٩. باب الذال: ١٤ مدخلا.	١٩. باب الغين: سبعة مدخل.	٣٠. باب الياء: ١٠ مدخلا.
١٠. باب الراء: ٢٠ مدخلا.	٢٠. باب الفاء: ١٢ مدخلا.	

(٢/١) وينتمي هذا الدليل/ المعجم في ظاهر التصنيف إلى مجال المعجم، بدليل ما يلي:

- **أولا-** العنوان، فقد جاء العنوان الجانبي للكتاب: " معجم عام شامل في الأدوات والتركيب والمهارات الكتابية".
 - **ثانيا-** المقدمة، فقد قرر صانعه: (ص:٧) أنه دليل عام شامل.
 - **ثالثا-** منهجية بنائه؛ فقد اتخذ شكلا معجميا عند صدوره؛ إذ تصمم على هيئة المعجم، مكونا من نهريين:
- أ. استقل الأول للمداخل، مميزة بانفصالها في حيز مكاني مستقل.
- ب. واستقل الأخير: لمعلومات التعليق على المداخل.
- **رابعا-** منهجية ترتيب مداخله، حيث رتبت المداخل ترتيبا ألفبائيا هجائيا جذعيا؛ أي من غير تجريد، ووفق منطوق المداخل، مع مراعاة الحرف الأول فالثاني ثم الثالث، وما يليها.
- والكتاب مع انتمائه الظاهر لمجال المعجم، صالح لأن ينتمي إلى عدد آخر من الانتماءات المعرفية، يمكن تلمسها في ما يلي:

أولاً- الصوتيات العربية.

كان من عناية الدليل اللغوي العام بالصوتيات العربية- افتتاحه كل باب (حرف) ببيان خصائص الصوت/ علم الباب، مع النص على المجال العلمي للمعلومات الواردة، فهو مثلاً يفتتح باب الهمزة بقوله(ص:١١) : " ء صوتيا : صوت شديد، مخرجه من الحنجرة".

ويقول في وصف صوت الباء في افتتاح الباب الثاني:ص(٨٧) : " ب صوتيا: ... مخرجه من بين الشفتين، وهو ... مجهور شديد". وهكذا في افتتاحيات الأبواب جميعا : (ت:١٠١/ ث:١٠٩/ ج:١١٩/ ح:١٢٣/ خ:١٣٠/ د:١٤٥/ ذ:١٤٩/ ر:١٥٧/ ز:١٦٥/ س:١٦٩/ ش:١٧٧/ ص:١٧٩/ ض:١٧٩/ ظ:١٨٣/ ط:١٨٥/ ع:١٨٧/ غ:١٩٩/ ف:٢٠٣/ ق:٢١١/ ك:٢١٩/ ل:٢٣٣/ م:٢٥٥/ ن:٢٦٥/ هـ:٢٦٩/ الألف(اللينة): ٢٧٧/ و:٢٨٥/ ي:٢٩٧).

ولم تنحصر المعلومات التي يقدمها هذا الدليل على الصوتيات المجردة(الفوناتيك)، وإنما يتجاوز في أحيان إلى الصوتيات الوظيفية (الفونولوجيا).

ويرتبط بهذا الانتماء عنايته الظاهرة بمعلومات التجويد ، بما هو صوتيات خاصة بالكتاب العزيز .

ثانيا- الصرف.

ومما أظهر الدليل اللغوي العام نحوه عناية خاصة كذلك- المعلومات الصرفية، وقد ميزها بمؤشرات دالة على مجالها.

ثالثا- النحو.

وقد كانت عناية الدليل اللغوي العام بالمعلومات النحوية مركزية ظاهرة في:

أ. العنوان،(معجم عام شامل في ... التراكيب).

ب. المقدمة، يقول(ص:٧): " وهذا الدليل اللغوي خاص بالتراكيب المشكلات في اللغة العربية التي ينسى أكثر متعلمي العربية معانيها، وكيفية استخدامها اللغوي... ومع أوجه البناء والإعراب".

ت. التوزع الكثيف لمعالجات المداخل من منظور نحوي، مؤشر دال على المجال.

رابعا- الخطاطة، أو علم الرسم.

إن الدليل اللغوي العام محكوم في أهداف صناعته بالعناية بدعم المهارات الكتابية، وتنمية مهارات الكتابة الصحيحة. وهو ما يفسره ظهور النص على هذا المجال في:

أ. العنوان،(معجم عام شامل في... المهارات الكتابية).

ب. المقدمة، يقول(ص:٨) إن من أهداف هذا الدليل هو إغناء خبرة مستعلميه في مجال الإملاء والمهارات الكتابية.

ت. التوزع الظاهر لقوانين الكتابة أو الرسم في كثير من التعليقات على مداخل المعجم.

خامسا- اللهجات.

كان مما اعتنى به الدليل اللغوي العام حرصه على إيراد بعض الاختلافات اللهجية، ولاسيما في يخص أشكال نطق عدد من الأصوات العربية.

ومن أمثلة ذلك ما أورده في سياق بيان وصف صوت الجيم، فقد قرر لها الصور النقطية التالية: (ص: ١١٩):

أ. الجيم المزودة، وهي الفصحى.

ب. الجيم السامية (القاهرية)؛ الشديدة المجهورة.

ت. الجيم الشامية؛ الرخوة المجهورة.

سادسا- البلاغة العربية

ويخدم هذا الدليل، وإن بدرجة أقل، مستعملين من جهة ما يحتويه من بعض المعلومات البلاغية.

إن تعيين هذه الانتماءات المعرفية لهذا الدليل، وإن انصبت في المقام الأول في باب تصنيفه معجما- فإن تسمية بالدليل ربما تجعله نمطا متميزا بعض الشيء من الأعمال المرجعية، يترادف مع المعجم ترادفا شبه تام.

والدليل، من منظور علم المراجع، وعاء من أوعية المعلومات، وهو في هذه الحالة وعاء جعل : الأدوات، والتراكيب، ومهارات الكتابة مشغلته الأساسية، وهو ما ميزه بدرجة ما عن المعجم.

(١) الدليل اللغوي العام: مقالة في البنية:

يمثل تحليل بنية المعجم (الكبرى/الصغرى) أول تطبيق للالتزام المعايير المنظومة في النقد المعجمي، ووفقا لأطروحة هارتمان، حول بنية المعجم، فإنها تتوزع نوعين هما:

١/٢. البنية الكبرى، أو الهيكل العام المصمم عليه المعجم، بما يضمه من:

واجهة المعجم/ وترتيب مداخله (خارجيا/و داخليا) وملاحقة وكشافاته.

٢/٢. البنية الصغرى، الموزعة بدورها على:

أ. معلومات التعليق على الشكل.

ب. معلومات التعليق على المعنى.

وفي هذا الجزء من المراجعة العلمية النقدية للدليل اللغوي العام نتوقف أمام فحص هذه البنية، وقياس ما تحقق من مبادئها المستقرة في البحث المعجمي على مستوى التصنيف المعجمي تعيينا.

١/٢. البنية الكبرى للدليل اللغوي العام:

ضم الدليل اللغوي العام مشغلة هذه المراجعة ثلاثة أقسام هي:

أ. المقدمة.

ب. جسم الدليل (صلبه).

ت. فهرس (أو كشاف) المداخل.

(١/١/٢) كشف تحليل مقدمة الدليل على عنايتها بالمعلومات التالية:

- أولا- التعريف بالدليل، وأنه تطوير لمحاولة سابقة موجزة أنجزت ١٩٨٧م، وأن هذا التطوير ارتفع بكثافة المداخل إلى ثلاثة أضعاف، يقول: (ص: ٧): " هذه الطبعة من " الدليل اللغوي " دليل

عام شامل بقدر المستطاع، بعد دليلنا اللغوي الموجز في طبعة الأولى. وتربو مواد هذا الدليل اللغوي على ثلاثة أمثال الدليل الموجز الذي أصدرناه سنة ١٩٨٧م".

- **ثانيا- طبيعة الدليل**، وأنه "خاص بالألفاظ والأدوات والتراكيب المشكلات في اللغة العربية". (ص:٧).
 - **ثالثا- الغاية من إنجاز الدليل**، وأنه يأتي من أجل (الإسهام في تيسير خبرائنا بالعربية وإغنائها، حتى لا نخطئ كثيرا في كيفية استخدامات هذه المواد" (ص:٨).
 - بالإضافة إلى التيسير على المستعملين الذين يصعب عليهم العثور على كثير مما تضمنه.
 - **رابعا- بيان نظام ترتيب المداخل**، وإن جاء سريعا مخلا جذاً، مع بيان الغاية من تطبيقات هذا النظام يقول: (ص:٨): "والكشف فيه (أي هذا الدليل) عن هذه المواد والتراكيب سريع؛ بفضل ترتيبه الهجائي!"
- وهذه المقدمة/ واجهة المعجم أخلت بعدد من المبادئ المستقرة في برامج إنجاز مقدمات المعاجم، وهي:

- أولا- التقصير في بيان طبيعة المنهج أو نظام الترتيب تفصيلا.
- ثانيا- التقصير في بيان إرشادات الاستعمال.
- ثالثا- إغفال مصادر استمداد مادة الدليل.
- رابعا- إغفال بيان منهجية ترتيب معلومات ما تحت المداخل.
- خامسا- السكوت عن بيان طريقة جمع المادة.
- سادسا- إغفال بيان طبيعة المستعملين المستهدفين.

(١/٢) متن الدليل.

مثل متن الدليل، أو صلبه القسم الثاني من بنية المعجم الكبرى. وقد أشارت واجهة المعجم بصورة عرضية عابرة أن مداخله رتبت ترتيبا هجائيا.

والحق أن نظام ترتيب المداخل جاء ألفبائيا هجائيا جذعيا؛ أي وفق صورة المدخل النهائية في الاستعمال، من دون الرد إلى الجذور، أو التجريد، مراعاة الثواني والثالث من حروف كل مدخل، وإن طالت صورته الشكلية وانتقل من النمط الحرفي، إلى ما بعد من الأنماط الفردية أو التركيبية بأنواعها المختلفة من: إضافية أو وصفية أو عطفية؛ إلخ.

وهذا النظام الترتيبي واحد من نتائج رعاية منظور المستعمل user perspective الذي تحرص عليه الصناعة المعجمية الحديثة.

وهذا النظام الترتيبي للمداخل راعى الحرف الأول من المدخل، بحيث أصبح شكل النظام هو:

- أولا- توزيع المداخل على تسعة وعشرين بابا وفق الحرف الأول من المداخل وهو الترتيب الخارجي للمداخل.
- ثانيا- توزيع المداخل في الباب الواحد توزيعا ألفبائيا يراعى انتظام الحروف الثواني والثالث، إلخ. وهو الترتيب الداخلي للمدخل.

والحق أن ترتيب المداخل؛ خارجيا/ داخليا خضع لمراجعة أظهرت تمتعه بقدر ظاهر من الضبط والإتقان والجودة.

وإن كان ثمة ملاحظ نقدية سلبية، فهي قليلة، ويمكن حصرها في ما يلي:

- أولاً- صنع باب مستقل للألف اللينة، وهي حركة طويلة، وليست صامتة.
- ثانياً- بعض الاضطراب النادر في ترتيب معلومات التعليق على المداخل، فقد بدا من فحص المعجم التزام ترتيب المعلومات وفق المنهج التالي:
- أ- المعلومات الصوتية. ث- المعلومات الكتابية.
- ب- المعلومات المعجمية. ج- المعلومات النحوية.
- ت- المعلومات الصرفية. ح- المعلومات الإعرابية.

وهو الترتيب الذي ظهر من تأمل معلومات التعليق على المداخل، صحيح أن هذه المعلومات جاء ظهورها متفاوتاً من مدخل الآخر، لكن الفحص أظهر بعض الاضطراب في ترتيب إيرادها؛ ففي معلومات التعليق على مدخل (الهمزة) جاء الترتيب كما يلي:

- أ- المعلومات الصوتية. ت- المعلومات الصرفية
- ب- المعلومات النحوية ث- المعلومات الكتابية

وهو ما شهد تقديم المعلومات النحو على الصرف والكتابة

- ثالثاً- اضطراب في ترتيب بعض المداخل داخليا.

صحيح أن أمثلة هذه الاضطراب جاءت نادرة جداً، لكنها موجودة: ففي باب الألف، وقع الدخـل(أمت) [ص:٦٥] بتشديد الميم بعد المدخل(أمامك) وقبل المدخل (امرؤ)(ص:٦٦) والصواب نقله ليقع بعد المدخل:(أمس؛ص:٦٧) وقبل المدخل: (أنبا، ص:٦٦) نظراً لتشديد الميم؛ إذ الملاحظ أن يعد المشدد حرفين!

ومن أمثلة أيضاً في الباب نفسه ورد المدخل(أنتما)؛ص:٦٨) قبل المدخل(أنتم:ص:٦٨) والصواب التبديل، بحيث يتقدم المدخل(أنتم) لتكونه من أربعة حروف، وتأخر المدخل(أنتما) لتكونه من خمسة حروف! ويمكن ملاحظة أمثلة من هذا الاضطراب في ما يلي:

(أوه/أواه/آه؛ص:٧٧)! والصواب ورودها(آه/أواه/ أوه)!

(ج/١/٢) فهرس(كشاف) المداخل.

استقر النظر في الأعمال المرجعية على تقدير قيمة الكشافات لما لها من عوائد من جهتي: توفير الوقت، وتوفير الجهد معاً. وهو الأمر الذي يرقى برتبة الأعمال المرجعية التي تعنتي بصناعة الكشافات للمكونات الصغرى مما نورده من معلومات.

وقد صنع الدليل اللغوي العام كشافاً واحداً لمداخله، أعاد فيه سردها وأضعا أمامها المؤشر المكانى لموضع ورودها في داخل المعجم.

وفي المجمل فإن البنية الكبرى للمعجم جاءت وفق المعايير المنظومة المقترحة هنا لنقد الدليل جاءت جيدة، باستثناء الملاحظ السلبية التي ظهرت في قسمي : المقدمة /والمتن.

(٢/٢) البنية الصغرى للدليل اللغوي العام.

تبعاً لنموذج هارتمان فإن البنية الصغرى تتشكل من ركنين هما:

(١/٢/٢) ركن التعليق على شكل المداخل.

(٢/٢/٢) ركن التعليق على معنى المداخل.

وفي ما يلي تحليل لعمل الأستاذ/ سليمان فياض في البنية الصغرى للدليل اللغوي العام، الذي هو معجم عام شامل في الأدوات والتراكيب والمهارات الكتابية:

(١/٢/٢) التعليق على الشكل.

يتناول ركن التعليق على الشكل معالجة المعلومات الخاصة بصيغة المدخل من جهة:

هجائه/وضبط/ وماهيته الصرفية والمورفولوجية.

إن فحص عمل صاحب هذا المعجم/ الدليل يلحظ من السمات طبعت تعامله مع معلومات التعليق على شكل مداخله، وهي هذه الملامح التي يمكن إجمالها في ما يلي:

- أولاً- اضطراب ظهور الضبط في المداخل؛ فقد تفاوتت نسب ظهور الضبط في هذا الدليل المعجم، واتضح أن هذا الاضطراب مرجعه إلى عدم إحكام معايير توظيفه، فقد ظهر نوع ضبط في عدد من المداخل في مثل الحالات التالية:

أ- الضبط للتفريق بين الحالات الإعرابية، في مثل:

- أبت(ص:٢٤) بفتح الهمزة والباء المهملة وكسر التاء المثناة الفوقية/ منادى منصوب مضاف محذوف الياء).
- وأبت(ص:٢٤) بفتح جميع حروفها/ منادى منصوب /مضاف محذوف الياء).

ب- الضبط لبيان خصائص صرفية نحوية في مثل:

- آحاد(ص:٣٣) بضم مفتتح / (للدلالة على وزن المعدول الممنوع من الصرف).

ت- الضبط للتفريق بين صيغتين متداخلتين رسماً، والضبط هو السبيل لتمييز الوظائف النحوية الدلالية؛ في مثل:

- أما، بفتح الهمزة والميم/ التي هي حرف استفتاح.
- أما، بفتح الهمزة وتشديد الميم المفتوحة/ التي هي حرف تفصيل أو إباحة، أو شك؛ أو تخيير، أو إيهام.
- وانظر: (ثم/ثم.ص:١١٤): بالفتح: اسم إشارة/ وبالضم:/ حرف عطف).

- ثانياً- اضطراب العناية بمعلومات الصرف.

ركز هذا الدليل على العناية (كما جاء في مقدمته) بالمعلومات الصرفية، بما هي جزء من غايات الكشف عن صنعه، ووضعه.

وقد ظهرت العناية بمعلومات الصرف على مستويين هما:

أ- مستوى تأسيسي، تعيّن بتعبير خاص دال على مستوى الاستعمال وتعين المجال، بكلمة: (صرفيا) قبل إيراد المعلومات المقصود ببيانها أمام عدد كبير من المداخل؛ كما نرى مثلا في:

▪ أبدأ (ص:٢٥) صرفيا: جمع: "آباد"، "أبود"

▪ أولى (ص:٧٥) أولى صرفيا: مؤنث: أول

ب- مستوى عارض، تذكر فيه بعض المعلومات الصرفية عرضا.

- **ثالثا-** الاضطراب في إيراد المعلومات الصرفية والنحوية تحت المجال كان مما ظهرت العناية من معلومات التعليق على الشكل ظهور الرعاية للمعلومات النحوية، تحت عدد كبير جدا من المداخل في هذا الدليل / المعجم، وإن اتسم التعامل معها بالاضطراب؛ فقد جاء تحت مجال تعين المعلومات النحوية المشار إليه بالمؤشر المتمثل في: (نحويا)، ثلاثة الأنواع التالية من المعلومات:

أ- المعلومات التركيبية.

ب- المعلومات الصرفية (معلومات نوع الألفاظ).

ت- المعلومات الإعرابية والبنائية.

ففي التعليق على المدخل (عندك) نرى المعجم يقرر:

- أنه اسم فعل أمر (١٩٥).

- مبنى على الفتح.

- إعرابها.

والوفاء للحدود العلمية تجعل بيان مسألة البناء/ والإعراب من مسائل علم النحو، وبيان نوع المدخل الشكلي (المورفولوجي)، مع أنها في بنية العلم التراثية من معلومات المقدمات النحوية، فإنها في سياق تحليل البنية الصغرى من معلومات التعليق على الشكل في بند التعليق على المعلومات الصرفية للمدخل. ومثل ذلك في التعليق على المدخل (أخرى: ص:٣٥) في العنصر المعجمي بذكر (مؤنث) وهي من معلومات الشكل (الصرفي)!

وتأمل معالجة البنية الصغرى (في فرع التعليق على الشكل، ينتج الملاحظ السلبية التالية:

- **أولا-** عدم الاستيعاب في ضبط جميع المداخل.
- **ثانيا-** عدم الاستيعاب في ذكر المعلومات الصرفية.
- **ثالثا-** عدم الاستيعاب في ذكر المعلومات الهجائية.
- **رابعا-** عدم اعتماد معايير لطريقة معالجة الدليل لمعلومات التعليق على الشكل، بما هي الركن الأول من ركني البنية الصغرى للمعجم.
- **خامسا-** اضطراب التعامل مع معلومات هذا الركن في:
 - أ- موضع ذكرها تحت المداخل.
 - ب- نسب ظهورها من باب الباب.
 - ت- عدم انضباط وظائف استعمالها.

٢/٢/٢) ركن التعليق على معنى المداخل

يتضمن ركن التعليق على المعنى وفق مخطط هارتمان في معجمه لمصطلحية صناعة المعجم:

- أ- شرح المعنى وتفسيره.
- ب- المعلومات الاشتقاقية الإستمولوجية.
- ت- معلومات مستوى الاستعمال.

وقد تميزت معالجة الدليل/ المعجم لعناصر هذا الركن بما يلي: (مقارنة بمعلومات الركن السابق):

- أولاً- الاستيعاب.
- ثانياً- الوضوح.
- ثالثاً- الانضباط.

(أ) لقد انتظم الوفاء، بمعلومات شرح معاني المداخل، بمؤشر شبه منتظم يعبر عنه اللفظ (معجمياً)؛ وقد غلب في بيان المعنى استعمال طريقة الشرح بالمرادف، في مثل:

- أخذ(ص:٣٠/أي : ابتدأ.
- أدرج(ص:٣٧/ بمعنى : الطرق).
- انبرى(ص:٦٧/ بمعنى: شرع).

وهذه طريقة متقدمة في برامج تقييم طرق شرح المعنى في المعجمية المختصة، نظراً لأنها لا تفي بذكر السمات الدلالة الفارقة.

ولعل لجوء صانع الدليل إليها مرجعه، إلى التعويض الحاصل بذكر بقية المعلومات والسمات الفارقة في المظان: الصرفية النحوية والكتابية، في معلومات ما تحت المداخل.

(ب) كما رعى هذا الدليل الوفاء بعدد من المعلومات الاشتقاقية الإستمولوجية التي استهدفت أمرين هما:

١. بيان أصول عدد من المداخل، عن طريق بيان التأصيل اللغوي.
٢. بيان أصول المعنى من طريق الكشف عن جذوره.

وهو ما يمكن التمثيل عليه بما جاء تحت المدخل: حبذا/(ص:١٢٥): يقول: حبذا: فعل مركب : حب/ وذا الإشارية، ففي هذا التعليق بيان لتأصيل المدخل والكشف عن تكوينه من عنصرين.

وقد أظهرت كذلك أنه من الفعل (حب) الذي لإنشاء المدح وتأسيسه.

(ج) وتعد العناية بمعلومات مستوى الاستعمال أظهر المناطق التي ظهر فيها:

- الوفاء بها كل مدخل عن طريق ألفاظ مؤشرة للكشف عن طبيعتها، هي: معجمياً؛ لبيان المعنى اللغوي العام.

- صرفياً، لبيان المعلومات الصرفية المورفولوجية.
- نحويًا، لبيان المعلومات التركيبية والإعرابية.
- كتابية، لبيان المعلومات الخاصة بالرسم والكتابة والهجاء.

وظهرت ملامح العناية بمعلومات هذا الجانب المنضبطة في توافر الخصائص التالية:

- أ- الإطراء والانتظام، حيث ظهرت مع كل مدخل.

ب- الوضوح والتأكيد، حيث كتبت مؤشراتنا بحجم طباعي مائز/ وفي موقع ظاهر.

(٣) الدليل اللغوي العام: مقالة في الوظائف

لقد كشف تحليل الدليل اللغوي العام في بنيته الكبرى والصغرى على أنه من الأعمال المرجعية التي يمكن أن تسهم في تحقيق الوظائف التالية:

أولاً- الوظيفة المعرفية.

ويقصد بها خدمة المجال المعرفي الذي ظهر من أجله، وهو تقديم قطاع من المعلومات اللغوية الموزعة على المستويات الصوتية والصرفية والنحوية والمعجمية والدلالية.

وقد ظهر من مقدمة الدليل أنه يستهدف في سياق هذه الوظيفة ما يلي:

١. تنظيم معلومات قطاعات كثيرة من ميادينه.
٢. تجميع معلومات قطاعات كثيرة من ميادينه.
٣. توضيح كثير من صعوبات المعلومات في هذه القطاعات.

ثانياً- الوظيفة التعليمية.

صرح صاحب الدليل / المعجم بأن واحدة من وظائف هذا الدليل ماثل في الوظيفة التعليمية الببليوجرافية في الميدان اللغوي بمستوياته المختلفة، مع تطوير مهارات تعلم الكتابة أو الرسم.

كما أنه من جانب آخر يسهم في تطوير تعليم العربية، صوتياً، وصرفياً، ونحوياً، وكتابياً.

ثالثاً- الوظيفة الاقتصادية.

إن تراكم ظهور الأدلة / المعاجم بما هي أوعية نوعية للمعلومات من شأنه أن يسهم في توفير على مستوى الوقت، وعلى مستوى الجهد، وهو ما ينتج بطبيعة توفيراً على المستوى الاقتصادي.

وقد أثبتت البحوث أن كل تطوير وتراكم وترقية في ميدان خدمة المعلومات اللغوية وتنمية الكتابة أو الرسم له عائد اقتصادي إيجابي.

رابعاً- الوظيفة الحضارية والقومية.

إن هذا الدليل بما يحققه من تيسير المعرفة اللغوية، وبما يطمح إليه من تطوير الكتابة والرسم يصب في خدمة الوعي من جانب، والارتباط باللسان بعد تيسير تعلمه، وتيسير تحصيل قضاياه، وتيسير التغلب على مشكلاته، وبما يوفره من عوائد اقتصادية من جانب آخر. وهذه جميعاً تسهم في ترقية الحضارة والشعور القومي.

(٤) خاتمة

حرصت هذه المراجعة النقدية للدليل اللغوي العام، لسليمان فياض على دعم سياسات تقدم بحوث النقد المعجمي في الثقافة اللسانية العربية المعاصرة.

وحاولت أن تدعم التوجه نحو توطيق المعايير المنظومية لمجال النقد المعجمي في الدرس المعاصر.

وقد توقفت هذه المراجعة النقدية أمام ما يلي:

- أولاً- نقد المحاولات المعجمية المعاصرة طريق مهمة لبناء وعي عام بالمعاجم.

- ثانيا- تمثل دراسات نقد المعجم بابا مهما وجيدا لترسيم الصورة الكلية للمعجم في الثقافة العربية المعاصرة.
- ثالثا- لقد سعت هذه المراجعة إلى ترسيخ معايير النقد المعجمي، والكشف عن إمكان ضبطها من جهتي المظاهر المعيارية (الاستيعاب والشكل، والمجال والحجم، (العنوان، إلخ)، والمظاهر المنهجية التصنيفية.
- رابعا- دعم الدراسات النقد المعجمي بعيدا عن العموم والانطباعية.
- خامسا- بيان مادة المعجم / الدليل.
- سادسا- تنوع الانتماءات المعرفية للمعجم/ الدليل.
- سابعا- كشفت المراجعة عن إمكان استقلال الدليل اللغوي، ليكون نوعا مائزا من المراجع، وإن اشترك مع المعجم في بعض الخصائص بصورة واضحة.
- ثامنا- كشفت الدراسة تراجع الدليل من جهة البنية الكبرى والصغرى ولاسيما على مستوى الاضطراب، وعدم الاستيعاب.
- تاسعا- كشفت المراجعة على تقديم العناية بمعلومات التعليق على المعنى مقارنة بمعلومات التعليق على الشكل.
- عاشرا- يمثل الدليل اللغوي العام خطوة جيدة على طريق المراجع الخادمة للعربية، ومعلوماتها في المستويات المختلفة.

المراجع:

١. الدليل اللغوي العام، لسليمان فياض، مكتبة الأسلوم (علوم اجتماعية)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠١٥م.
٢. مدخل لدراسة المراجع، للدكتور عبد الستار الحلوجي، والدكتور منى شاكِر عبد اللطيف، مكتبة الإمام البخاري، القاهرة، ١٤٣٣هـ=٢٠١٢م.
٣. المعاجم عبر الثقافات : دراسات في المعجمية، لهارتمان، ترجمة الدكتور محمد حمدي هليل، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، (الكتب المترجمة) الكويت، ٢٠٠٤م.
4. Dictionary of lexicography, by R.R.K. Hartman, and Gergory James, Routledge press, London and New York,1998.

عرض وتحليل
د. إيمان محمد محمود
مكتب الفهرس العربي الموحد بالقاهرة

١. تمهيد

إن مراحل تطور الإنترنت قد تم على مراحل، فمنذ الحرب العالمية الثانية وحتى مطلع التسعينيات من القرن الماضي كانت الشبكة حكراً على الاستخدامات والتطبيقات العسكرية، وبالتحديد لدى الجيش الأمريكي. ثم كان هناك قرار استراتيجي بفتح باب الاستخدام للتطبيقات المدنية في أواخر الثمانينيات وأوائل تسعينيات من القرن الماضي، ومع انتشار تكنولوجيا الهواتف النقالة كشكل جديد من أشكال التكنولوجيا، وظهور أيضاً تكنولوجيا الهواتف الذكية، وأجيال من خدمات نقل البيانات عبر الهاتف، فتح الباب على مصراعيه لتوسع ظاهرة التواصل الاجتماعي الإلكتروني (بشقيها المسموع والمرئي)، فأدى كل ذلك إلى بروز الجيل الثالث من الإنترنت وهو (جيل الإنترنت الدلالي [Semantic web](#)) وبالتوازي مع ذلك، حدث توسع في استخدام تكنولوجيات المعدات الذكية والمزودة بالمستشعرات والخوارزميات البرمجية البسيطة والفعالة، والأجهزة التي تعمل بنظام تحديد الموقع العالمي (GPS) وتكنولوجيا الاستشعار عن قرب وعن بعد، وبالتوصيل السلكي واللاسلكي، وهذا ما أثار حماسة كبيرة لدى الأفراد والمؤسسات للإفادة من هذه الخدمات. الأمر الذي مكن من بروز ظاهرة التخاطب والاتصال عبر الإنترنت فيما بين الأجهزة بعضها ببعض، وساعد ذلك أيضاً ظهور التطور في تقنيات «البلوتوث» التي تحاول تطوير كيفية قيام الأشخاص بالتفاعل مع الأشياء اليومية وأماكنها، ومع نظام تشغيل «آي أو إس ٧» IOS كشفت «أبل» النقاب عن «آي بيكون» (iBeacon)، وهي سمة جديدة تستخدم «بلوتوث ٤.٠»، التي تعتمد على تقنية تحديد الأماكن. حيث تشكل هذه المنارات الإلكترونية نظاماً ملاحياً مخصصاً لتحديد المواقع داخل المباني. ويمكن للمستشعرات الموجودة فيه تحري مكان وجود الهاتف العامل على نظام التشغيل بحدود بضعة سنتيمترات، وهذا ما يفتح الباب على مصراعيه لخدمات رائدة من شأنها أن تغير الحياة اليومية للإنسان بشكل عام. ومن ثم أيضاً يمكن من استغلال هذه التقنية في مجال المكتبات وتطوير الخدمات المعلوماتية داخل المكتبة.

٢. نبذة عن الآي بيكون

إن تقنية الآي بيكون (iBeacon)، هي تقنية الإحساس بالمكان، وهي تكنولوجيا جديدة أعلنت عنها شركة أبل عام ٢٠١٣ في مؤتمر أبل العالمي للمطورين، وتعتمد هذه التقنية على جهاز يستخدم تقنية البلوتوث منخفض الطاقة الموجود في الإصدار الرابع من البلوتوث؛ حيث أنه يصل الانخفاض إلى ٩٠% من الطاقة وتقنيته تمكن الجهاز من التوصيل بأكثر من جهاز في نفس الوقت واستقبال البيانات منهم.

وتعمل هذه التقنية كنوع من الـ GPS للبيانات المغلقة؛ حيث تفقد الـ GPS فعاليتها في هذه الحالة، حيث تتميز بالقدرة على تحديد المسافات القريبة بدقة.

وأوضحت شركة أبل كيف يمكن للشركات استخدام هذه الميزة للاستهداف والإعلان. وعلى سبيل المثال، عند مرور مستخدم الآيفون بجوار رف معين داخل متجر ماء؛ فسيتم تسويق المنتج المتواجد عليه من خلال إرسال إعلانات على هاتف المستهلك.

وأوضحت شركة أبل أن النظام لديه القدرة على جمع المعلومات حول مستخدمي آيفون، بما في ذلك عناوين المنازل، وذكرت أن "هذه المعلومات الشخصية قد تشمل بيانات تعتمد على الموقع، والعناوين، ومعرفات حسابات المشتركين، أو بيانات شخصية أخرى.

٣. تقنيات الآي بيكون

تعتمد تقنية الآي بيكون (iBeacon) على استغلال تقنية البلوتوث منخفض الطاقة Bluetooth Low Energy والموجودة في [البلوتوث 4](#) والتي شملت كما كبيرا من التطوير، والتي تتعلق باستخدام البلوتوث في تطبيقات تحتاج استطاعة منخفضة مع مدى ٥٠ متر، ومعدل تبادل بيانات ٢٧ Mbps، وبهذا يتم توفير الطاقة على حساب السرعة، وهو يستهدف في هذه الوضعية الأجهزة المحيطة التي تعمل بالبطاريات، ولا تحتاج سرعات تبادل بيانات عالية أو ثابتة، كذلك تعتمد تقنية الآي بيكون على إرسال واستقبال إشارات لاسلكية عن طريق تقنية [البلوتوث](#)، وتحتوي هذه الإشارات على موقع واتجاهات الشخص، وتقنية الآي بيكون (iBeacon) عبارة عن برمجيات تعالج هذه الإشارات مجتمعة لتعمل (مرشد لاسلكي) أو منارة تقوم بإرشاد المستقبل عن أماكن معينة، وبذلك تفتح أفقاً جديداً في عمل تطبيقات إرشادية أو تسويقية، بالإضافة إلى استغلال هذه التقنية في التحكم عن بعد بالأجهزة، وعمليات الدفع من خلال جهاز الهاتف.

٤. كيف تعمل تقنية الآي بيكون

تعمل تقنية الآي بيكون (iBeacon) بواسطة مزج إمكانيات GPS مع عنوان IP لإنتاج معرف فريد يتكون من ثلاث مكونات وهي:

- **UUID** وهو يشير إلى المرشد اللاسلكي أو البائع في هذه الحالة.
- **Major** وهو يشير إلى منطقة معينة مثل المتجر أو الموقع المطلوب.
- **Minor** وهو يشير إلى منطقة فرعية داخل المكان مثل أقسام المتجر

٥. تطبيقات تقنية الآي بيكون العامة

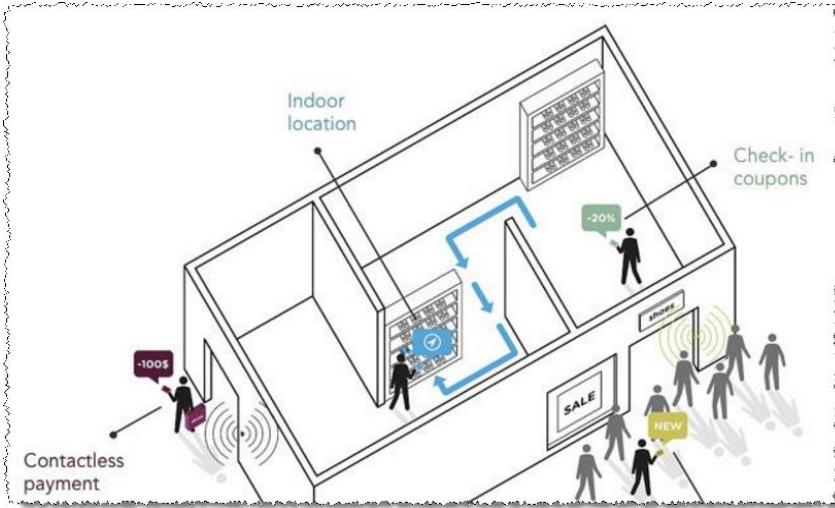
١/٥ الخرائط الداخلية

تساعد تقنية الآي بيكون (iBeacon) في تحديد الأماكن القريبة، فعند الدخول لأحد المباني تفقد GPS فعاليتها، وهنا يأتي دور الآي بيكون (iBeacon) والتي يمكن الاستفادة منها في التوجيه داخل المباني المغلقة وتحديد المسافات بدقة كبيرة، بالإضافة إلى تحديد الخرائط الداخلية لأي مكان يمكن زيارته، فعند الذهاب لأي مجمع فإنه يتم التوجه مباشرة للتعرف على خريطة المجمع، وأماكن المحلات، أو المطاعم التي يمكن الدخول عليها، وهذه التقنية سوف تسمح بإرسال [خريطة](#) المجمع إلى الهاتف المحمول، بمجرد الدخول إلى هذا المجمع وتصفح مواقع المحلات والمطاعم من الهاتف.



٢/٥. التسويق والإعلان

تفيد هذه التقنية في زيادة فرصة التسويق والإعلان، فعلى سبيل المثال تذكير المتسوقين بمنتجات تنال إعجابهم، مثلاً عندما يكون المشتري في المنزل ويتصفح المنتجات المعروضة في المتجر، فإذا وضع إشارة إعجاب على أحد المنتجات، ثم ذهب إلى المتجر فسيقوم الجهاز بالتذكير بهذه المنتجات لحظة دخول المتجر، كذلك يمكن عند الاقتراب من مكان محل ما، فإنه من خلال هذه التقنية يمكن إرسال إعلان على الهاتف يفيد وجود عروض على أحد المنتجات المعروضة، كما يمكن لأحد المطاعم من إرسال كوبونات خصم على الهاتف لتذوق إحدى المأكولات كنوع من الدعاية، كما يمكن أن تعمل على إرسال إشعارات للعملاء القدامى عند تواجدهم بالقرب من المكان لاستقطابهم للمكان مرة أخرى، فضلاً عن إعطاء فرصة للموظفين بداخل المتجر بقراءة معلومات سريعة حول العميل مثل (اسمه/العناصر التي يفضلها / الأشياء التي قام بشرائها آخر زيارة له) حتى يمكنهم من الحصول على المعلومات والبيانات ذات الصلة بأيام العطلة للعميل لتحسين فرصة العروض والخدمات.



٣/٥. التحكم عن بعد

يمكن الاستفادة من الآي بيكون (iBeacon) في مجال إنترنت الأشياء ؛ حيث يمكنها إدارة المنازل وفتح الأبواب والتحكم في الإضاءة والأجهزة الكهربائية وغيرها .



٤/٥ السفر

-تطبيق "أي بيكون" في المطارات يساعد المسافرين في الإرشاد إلى الطريق، وتزويدهم بمعلومات حول العروض الترويجية وذلك بهدف منح تجربة سفر متميزة، كما تستطيع هذه التقنية، بعد القيام بإجراء مسح بسيط على بطاقة الصعود إلى الطائرة واختيار إذن الكشف عن الموقع، وتوفير معلومات فورية عن وضع الرحلة واستلام الأمتعة، وتوقيت الصعود إلى الطائرة، وتحديد الاتجاهات إلى بوابة الصعود، وكذلك جميع العروض الترويجية الخاصة بالمأكولات والمشروبات ومتاجر البيع في السوق الحرة.



٥/٥ حركة القطارات

تطبيق الآي بيكون في حركة القطارات ؛ حيث يساعد المسافرين حول تلقي معلومات عن مواعيد الرحلات واتجاهاتها، والحصول على معلومات عن القطارات المتأخرة وما هي القطارات البديلة، كذلك تنفيذ التقنية في محطات مترو الأنفاق من تتبع الأفراد أثناء المرور من البوابات الإلكترونية، كما يمكن أن تستفيد الوكالات والشركات السياحية في استخدام البيانات السابقة للعملاء وإرسال العروض الخاصة بالرحلات .

٦/٥ السياحة والمعالم السياحية

تقوم الآي بيكون (iBeacon) بالإرشاد إلى الأماكن التي يريد الزائر معرفتها وتقديم معلومات عنها بمجرد الاقتراب من هذا المكان، فمثلا عند زيارة لأحد المتاحف وبمجرد الاقتراب من هذا المكان ستظهر على شاشة الهاتف المحمول معلومات عن المتحف وأقسامه، كما يتيح للزائر استلام خرائط إرشادية بكيفية التجوال داخل المكان والحصول على المعلومات المفيدة والأحداث المستقبلية التي ستقام في المكان، كما تفيد هذه التقنية عملية الإرشاد السياحي بإعطاء خلفية للمرشد عن اللغة التي يتحدث بها السائح، وذلك من خلال إعدادات اللغة الموجودة بالهاتف المحمول.



٧/٥ الشواطئ

تظهر معلومات حول طقس اليوم وخريطة المواقع الهامة المجاورة للشاطئ مثل (أقسام الشرطة – المستشفيات- الصيدليات –المطاعم ...)

٨/٥ التعليم

يتيح فرصة للمدرسين بتوصيل جهاز الأيباد بتطبيق الآي بيكون، ومشاركة أكبر قدر ممكن من النصوص والفيديو والصور وملفات البي دي أف (PDF) وروابط المواقع الإلكترونية لأكثر قدر ممكن للطلاب على الأجهزة اللوحية (Tablet) ويمكن وضع تقنية الآي بيكون بأكثر من مكان خارج الفصول

الدراسية أو حول نطاق المدرسة لإنشاء مناطق تعليمية و / أو نقاط معلوماتية والتي تساعد الطلبة بتجميع المعلومات اللازمة حول المناهج الدراسية .

وتستخدم تقنية الآي بيكون في إعداد اللوحات والإعلانات الرقمية للدورات.

كما تساعد معرفة الطلاب المتأخرين عن حضور الحصص الدراسية أو الطوابير اليومية.

كما تساعد المدرسين على نشر معلومات حول الفصول الدراسية وخطة المناهج ومحتويات الحصة الدراسية وما بها من عناصر ومحاوور بالإضافة إلى مواعيد الامتحانات بنهاية العام الدراسي .



٩/٥ المستشفيات والمؤسسات الطبية

تفيد تقنية الآي بيكون في عرض الخرائط التفصيلية لمبنى المستشفى (المساعد والأقسام وكيفية التجوال داخل المستشفى)، بالإضافة للمساعدة في الإعلان عن الأحداث الموجودة بالمستشفى (مثل تحديد يوم مفتوح للنساء الحوامل... إلخ) كما تمكن سيارات الإسعاف من إرسال تنبيهات للسيارات الأمامية في صفوف المرور، كما تساعد أيضا بمزامنة الحالة الصحية في الفترة الأخيرة مع أجهزة المستشفى.

١٠/٥ الشركات والهيئات الاعتبارية

يمكن لأرباب العمل الاستفادة من تقنية الآي بيكون (iBeacon) باستخدام خاصية السياج الجغرافي **Geofencing** حيث يستطيعون من خلالها تتبع حركة دخول وخروج الموظفين داخل وخارج الشركة. كما يمكن تساعد في تنظيم غرفة الاجتماعات وبت حالة الغرفة (محمولة أو فارغة) أو بت أجندة الاجتماعات، وبنود الاجتماع والحاضرين ومواعيد الاجتماع.

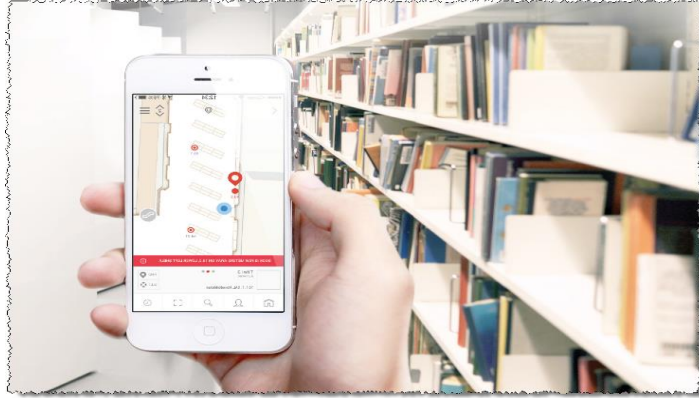
٦. تطبيقات الآي بيكون في مجال المكتبات والمعلومات

بعد الاستثمار الذكي لتطبيقات الآي بيكون في المجالات العامة، يمكن أيضا الاستفادة من نفس التقنيات في المجالات الخاصة ومنها مجال المكتبات مثل :-

- ١/٦ **خدمة الإعارة** : تفيد المستفيد بإرسال إشعارات عن الكتب المراد إرجاعها ومواعيد الرجوع، وكذلك تواريخ التجديد، والكتب المحجوزة، وأي بيانات أخرى ذات صلة بإعارة الكتب، ويقوم المستفيد باستلام هذه الإشعارات بمجرد المرور أمام مدخل المكتبة أو مدخل قسم الإعارة .
- ٢/٦ **متابعة الأحداث** : إرسال إشعارات للمستفيدين حول الأحداث المختلفة التي تقام داخل المكتبة .
- ٣/٦ **ملاحظات إخبارية** : إرسال إشعارات إلى المستفيدين عن المناطق المجاورة بالمكتبة .
- ٤/٦ **المساعدة في التنقل** : الحصول على إشعارات بخريطة المكتبة للمساعدة في كيفية التجوال داخل أقسام المكتبة المختلفة .



- ٥/٦ **الرفوف** : إرسال إشعارات للمستفيد بالأوعية الموجودة على الرف، وذلك بمجرد المرور أمام رف معين من الكتب، ومن ثم يمكن الاستفادة في عرض الإصدارات الحديثة الواردة للمكتبة، وذلك عند مرور المستفيد من أمام تلك الأوعية.



- ٦/٦ **مساعدة المستخدم** : يمكن إخطار أخصائي المكتبات بالمدة التي يقضيها المستفيد داخل مكان ما؛ مما يعطي انتباه لأخصائي المكتبات بالتوجه إلى المستفيد لمساعدته في أي إنجاز أي من المهام الصعبة أثناء استخدامه للمكتبة.
- ٧/٦ **التتبع** : يمكن لموظفي المكتبة تتبع المستفيد في جميع أنحاء المكتبة والأماكن التي يقوم بزيارتها والمدة التي يقضيها داخل المكتبة .

أخبار وتحقيقات وتقارير

إشراف

د. محمد السيد النجار

يهدف هذا الباب إلى تحليل واستبطان التطورات والتغيرات والاتجاهات التي تموج بها حركة المكتبات والمعلومات في مصر والعالم العربي وسائر أنحاء العالم لاطلاع القارئ على الجديد من الاخبار والاحداث وتقارير المؤتمرات وتوصياتها ، والبرمجيات والعتاد الجديدة والمصطلحات والمختصرات الهامة وأنشطة الجمعيات والاتحادات المهنية.

أخبار المكتبات من واقع المواقع الإلكترونية الإخبارية

طارت أخبار المكتبات بين المواقع الإلكترونية وقد تخبرنا منها تلك الأخبار

مكتبة الملك فهد الوطنية تشارك في الجناح السعودي بمعرض إندونيسيا الدولي للكتاب

أهدت مكتبة الملك فهد الوطنية جناح المملكة العربية السعودية بمعرض إندونيسيا الدولي للكتاب والذي تشرف عليه جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ممثلة في معهد العلوم الإسلامية والعربية في إندونيسيا الذي أقيم خلال المدة من ٢٨ سبتمبر إلى ٢ أكتوبر ٢٠١٦م في أرض المعارض بجاكرتا، عدداً من الكتب الإسلامية واللغة العربية والثقافية وإصدارات عن المملكة العربية السعودية وال الحرمين الشريفين والمقدسات الإسلامية وعن تاريخ المملكة بالإضافة إلى بعض الصور عن مكة المكرمة والمدينة المنورة، وذلك لعرضها في جناح المعهد في المعرض.

العثور على مصحف تاريخي نادر في مكتبة مسجد بالبصرة

أعلنت وزارة الأوقاف العثور على مصحف تاريخي نادر بمكتبة مسجد سيدي عطية أبو الريش بدمنهو بمحافظة البحيرة يرجع إلى القرن العاشر الهجري، ويمتاز بالجمع بين النص القرآني والتفسير وعلم القراءات وينفرد في الخاتمة بفهرس لحصر الحروف الأبجدية طبقاً لعددها في القرآن الكريم.

وأوضح وزير الأوقاف الدكتور محمد مختار جمعة ، أن لجنة خاصة بفحص جميع المكتبات والمخطوطات والوثائق والكتب النادرة على مستوى الجمهورية عثرت على هذا المصحف النادر في العالم ومعه بعض المخطوطات النادرة.

وأكد أنه اتفق مع وزيرى الآثار والثقافة على عرض هذا المصحف فى معارض الكتب والآثار النادرة لتوسيع الاستفادة مما جاء به مع توثيقه والحفاظ عليه.

كان وزير الأوقاف الدكتور «محمد مختار جمعة» قد كلف الدكتور ماهر جبر مدير مكتبة السيدة زينب للمخطوطات، والدكتور ياسر الصردى مدير عام الدعوة والإرشاد بتشكيل لجنة لفحص جميع المكتبات على مستوى الجمهورية، وجميع المخطوطات والوثائق والكتب النادرة لحفظها وصيانتها بما يتناسب مع قيمتها التاريخية فى إطار العناية بجمع تراثها المخطوط وحفظه، وتمكنت اللجنة من العثور على هذا المصحف النادر وكذلك على الجزئين الأول والثانى من أطلس الأوقاف الخيرية والأهلية بالوجهين البحرى والقبلى وسيتم عرضهما بالمعارض المتخصصة.

في تركيا.. مكتبة تذهب للقراء بدلا من مجيئهم إليها



سعيًا منها لنشر عادة القراءة بين مختلف شرائح المجتمع، ترسل مكتبة في تركيا أحد موظفيها محملا بالكتب للمحال التجارية، ليشجع أصحابها والعاملين بها على الاستعارة وقراءة الكتب بشكل منتظم. وبدأت الفكرة بمبادرة من قائمقام منطقة "إغيردير" في ولاية إسبارطة جنوب غربي تركيا، لتتحول إلى حملة حملت اسم "التاجر القارئ". وقال قائمقام إغيردير، عبد الله أقداش، في تصريح للأناضول، إن المكتبات في العادة تكون غنية بالكتب المتنوعة إلا أنها تعاني من قلة الزوار، ومن هنا ولدت فكرة الخروج بالمكتبة من كونها مؤسسة ذات مكان ثابت، والوصول بها إلى أماكن تواجد المواطنين.

وأوضح أقداش، أن أحد موظفي المكتبة يتجول حاملا حقيبة مليئة بالكتب، على المحال التجارية في كل منطقة في يوم ثابت بالأسبوع، حيث يقوم أصحاب المحلات والعاملين بها بالاختيار بين الكتب التي يحملها واستعارة ما يروق لهم منها، وعندما يعود الموظف في الأسبوع التالي يمكنهم أن يعيدوا الكتب التي انتهوا من قراءتها ويستعبروا كتبًا جديدة.

وضمن وسائل تشجيع العاملين في التجارة على القراءة، يتم خلال "أسبوع المكتبات"، منح جوائز لأكثر ثلاثة استعاروا كتبًا من المكتبة، ووصل عدد المشاركين في حملة "التاجر القارئ"، ١٦٠ شخصا، وفقا لأقداش.

وعن طريقة عمل الحملة، قال الموظف في مكتبة إغيردير، علي غولاريوز، إنه يتجول على المحال التجارية حاملا حقيبة تسوق مليئة بالكتب، ويعرض فكرة الحملة على أصحاب المحال والعاملين بها، ويقوم بإنهاء إجراءات تسجيل المهتمين ومنحهم بطاقة عضوية في المكتبة، ومن ثم يكون بإمكانهم استعارة الكتب التي يرغبون بها.

وبين المشاركين في الحملة، فاطمة كوبورلو، التي تعمل مديرة أحد مراكز التسوق في المنطقة، وقالت للأناضول، إنها تستعير الكتب بشكل منتظم من موظف المكتبة الذي يأتي لزيارتهم أسبوعيا. وأضافت كوبورلو أن الحملة ساهمت في اكتسابها عادة القراءة، حيث تقرأ خلال وقت الفراغ في العمل كما

تقرأ في المنزل أيضا. بدوره وجه التاجر نور الله تشتين، الشكر للقائمين على الحملة، قائلا إنه يستعير كل أسبوع كتابا ضمن الحملة، وأكد أن القراءة توسع مدارك الإنسان وتسهم في إنضاجه.

مكتبة مغربية من القرن التاسع تدخل العصر الرقمي



تدخل مكتبة القرويين في المغرب والتي ترجع إلى القرن التاسع - ويعتقد على نطاق واسع أنها الأقدم في العالم- العصر الرقمي لنتيج كنوزها العتيقة إلى شريحة أوسع من الجمهور.

وتضم مكتبة القرويين في مدينة فاس عاصمة المغرب سابقا بعضا من أندر المخطوطات وأكثرها تفردا في العالم والتي يقتصر الوصول إليها في بعض الحالات الخاصة على أمين المكتبة فقط، بحسب رويترز.

لكن المكتبة أنشأت مختبرا جديدا هذا العام للإشراف على حماية أربعة آلاف مخطوطة وتحويلها إلى الشكل الرقمي بالتعاون مع معهد اللغويات الحاسوبية في إيطاليا.

وقال فيتو بيريللي من المعهد الإيطالي "الهدف الرئيسي هو توفير السبل والأدوات في مجالات الأجهزة والبرامج لتحويل هذا التراث الثقافي إلى الشكل الرقمي وإتاحته بشكل مفتوح للعالم."

وجرى مسح نحو ٢٠ في المئة من المخطوطات حتى الآن بآلات تستطيع أيضا رصد الثقوب التي تحتاج لعلاج في المخطوطات القديمة.

والمشروع الرقمي هو جزء من مشروع كبير لإعادة ترميم المكتبة التي من المتوقع أن يعاد فتحها أمام الجماهير في أوائل ٢٠١٧.

وفد نسائي تابع لمكتبة الحرم المكي الشريف يزور جمعية أم القرى للإعلام والاتصال ٢٠١٧-٠٢-١٤هـ

سعيًا لتطوير الخدمات المكتبية وتبادل الخبرات بين الجهات المختصة زار وفد نسائي تابع لمكتبة الحرم المكي الشريف جمعية أم القرى بمكة المكرمة.

ترأس الوفد رئيسة قسم الأنشطة سعادة الأستاذة تهاني السلمي، وسعادة الأستاذة بيان عطار، وهدفت تلك الزيارة إلى التعرف على النشاطات الخارجية للجمعية وأيضاً على مدى توظيف الخدمات التقنية في خدمة المستفيد.

الجدير بالذكر أنه تم التوصل إلى مذكرة تعاون وتفعيل ركن المكتبة للتعريف بها وبأنشطتها خلال أيام معرض الكتاب المقام في جمعية أم القرى، وأيضاً إقامة بعض من الأنشطة الثقافية المتبادلة بين المكتبة وجمعية أم القرى.

وتحظى المكتبة بعناية فائقة واهتمام بالغ من معالي الرئيس العام لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الشيخ الدكتور عبدالرحمن بن عبدالعزيز السديس ومعالي نائبه لشؤون المسجد الحرام الشيخ الدكتور محمد بن ناصر الخزيم وذلك تحقيقاً لتطلعات ولادة الأمر -حفظهم الله-.

تربية وتعليم الوسطى تحتفل بانطلاق فعاليات أسبوع المكتبات المدرسية

احتفلت مديرية التربية والتعليم بالوسطى بانطلاق فعاليات أسبوع المكتبات المدرسية خلال احتفال نظمته مدرستي عبد الله بن رواحة الأساسية للبنين والبنات بمشاركة وفد من وزارة التربية والتعليم العالي ضم كل من نائب مدير عام التقنيات التربوية د. أحمد أبو ندى ومدير دائرة المكتبات المدرسية ماجد لولو ورئيس قسم المكتبات الإلكترونية فرج السرحي، ومدير الدائرة الفنية ناصر السوداني ورئيس قسم التقنيات أحمد أبو سويرح ورئيس قسم العلاقات العامة أحمد دلول ومشرفة المكتبات آمال شاهين ومديرا المدرستين إبراهيم خطاب وأمل حسن.

وفي بداية الاحتفال رحب السوداني بالمشاركين وبوفد الوزارة، وأثنى على جهود مدرستي عبد الله بن رواحة وعلى تعاونهما لتنظيم هذه الفعالية وهذا الاحتفال الذي نبداً به سلسلة من الفعاليات والبرامج والأنشطة المتنوعة التي تهدف إلى تفعيل المكتبة المدرسية وتعزيز دورها كأحد مصادر العلم والمعرفة، وأضاف بان النظريات العلمية الحديثة تنبج إلى التعليم الذاتي والذي يعتمد فيه الطالب على نفسه بالبحث وتحصيل المعلومات باستخدام الكتب والمصادر الأخرى .

بدوره تحدث د. أبو ندى عن أهمية المكتبات المدرسية وضرورة تفعيلها والاستفادة منها وألا تكون مجرد شعار، وشدد على تعزيز القراءة والاطلاع لدى الطلب لان القراءة والمعرفة هي التي تبني الأوطان والأجيال، موضحاً بأن الوزارة تقوم بالعديد من الخطط والبرامج لتعزيز القراءة وتفعيل المكتبات ومنها أسبوع المكتبات المدرسية والذي ينطلق في كافة المدارس والمديريات بهدف تشجيع القراءة والاطلاع ولمساندة أمناء المكتبات ومساعدتهم على تطوير عملهم وأنشطتهم وبرامجهم داخل المدرسة لتكون المكتبة مساندة ومعززة للمنهج وشارحه له بمزيد من البحث والمعرفة.

وفي كلمة المدرسة رحب خطاب بالحضور شاكرأ لوزارة التربية والتعليم ومديرية الوسطى اهتمامهم بتطوير المسيرة التعليمية وتطبيق أحدث النظريات العلمية والتربوية الحديثة في التعليم والتي تركز على الطالب كمحور للعملية التعليمية، وفي هذا السياق تأتي المكتبة كأحد أهم مصادر المعرفة والبحث ومساندة رئيسية للمعلم والمنهج.

وفي ذات السياق قام وفد الإدارة العامة للتقنيات التربوية والمديرية بزيارة لمدرسة سكيانة بنت الحسين الثانوية للبنات لحضور مبادرة إعادة تدوير المواد المستخدمة وإعداد مكتبة بشكل جميل

أنشطة المكتبة العامة في أبها

حققت المكتبة العامة في أبها تقدماً كبيراً أنعكس على تفاعل كبير من قبل مرتاديها للإطلاع على محتوياتها المقدرة بأكثر من (٦٠٠٠٠) ألف كتاب عربي وعدد الكتب الأجنبية ما يقارب من (٢٠٠٠) كتاب موزعة على مساحة قدرها ٢١٠٠ متر مربع إضافة لجميع مجالات المعرفة وخاصة العلوم الإسلامية والعربية .

كما تحتوي على كتب ومراجع ودوريات وتقارير ونشرات وصور ولوحات ومخطوطات ووثائق و مواد سمعية وبصرية .

وتتكون المكتبة من ثلاثة أدوار حيث يضم الدور الأول قاعة مطالعة أطفال وقاعة مصادر التعلم فيما خصص الدور الثاني للمطالعة بأربع قاعات للكتب العربية العامة و جهاز الدور الثالث بقاعة للمراجع العربية والأجنبية وكذلك قاعة للمطبوعات والإصدارات الحكومية إضافة لمركز للوثائق والمخطوطات . أم الدور الأرضي فيحتوي على مركز للاستعلامات وقاعة للدوريات و أخرى للمحاضرات ومصلى ومستودع الكتب إضافة لورشة تجليد وجانب لأرشيف الدوريات والصحف اليومية .

وتقدم المكتبة العامة في أبها الية للخدمة المرجعية التي تسهل على الزائر البحث في المراجع و المجلات وفق تنظيم يسهل الحصول على المعلومة ببسر و سهولة من خلال شبكة حاسب الي تم إدخال بيانات الكتب الببليوجرافية فيها . فيما يسمح العرض بنظام الأرفف المفتوحة بالإطلاع المباشر خلال فترات العمل الصباحية والمسائية .

ولجذب أكبر عدد من الزوار تقدم المكتبة خدمات عدة من أبرزها التصوير و خدمة الإعارة للجميع (وفق ضوابط معينة) وحجز الكتب والخلوات للباحثين و تقديم الاستشارات الفنية في مجال المكتبات للمدارس التي تطلب ذلك .

وتبرز للمكتبة العامة في أبها نشاطات مميزة على مدار العام تتنوع من مؤتمرات وندوات ومعارض ومحاضرات وورش ولقاءات تربية . فيما تشهد زيارات متكررة لوفود طلابية من جميع المدارس والكليات .

أخبار المعارض والمؤتمرات

الملتقى الأول للشبكة الدولية لقادة المكتبات المبدعين الناشئين – الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
بألمانيا في الفترة من ١ – ٧ أكتوبر ٢٠١٦



كتب محمد مهدي أحمد على موقع الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات :

عقد الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات برئاسة الدكتور خالد الحلبي الملتقى الأول لبرنامج الشبكة الدولية لقادة المكتبات المبدعين الناشئين – الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وذلك خلال الفترة من ١ – ٧ أكتوبر بألمانيا. وهدف الملتقى إلى:

- مشاركة المستجدات على المستوى الإقليمي والدروس المستفادة منها.
- رصد وتحديد التحديات التي تواجهها المكتبات العامة، واستكشاف أفضل الممارسات والحلول الواجب تبنيها للتغلب عليها.
- تطبيق استراتيجيات العصف الذهني لتعزيز مشاركة المعرفة بين المستفيدين من الشبكة الدولية.
- وشهد الملتقى مشاركات قيمة لكل من زولا ماديسون (مسئول البرنامج بمبادرة المكتبات العالمية بمؤسسة بيل وميلندا جيتس) وكلمتها عن التشبيك والإبتكار: مكونات للتغيير، إضافة لمايكل داولينج) مدير العلاقات الدولية بجمعية المكتبات الأمريكية) وكلمته عن حملة جمعية المكتبات الأمريكية "المكتبات تتحول"، وكذلك مشاركة باربرا شليهاجن (المدير التنفيذي لجمعية المكتبات الألمانية) وكلمتها عن القيادة والتغيير وبرامج القيادة بالاتحاد الدولي للمكتبات والمعلومات.

وتتضمن الملتقى العديد من الزيارات الميدانية إلى كل من مكتبة هامبورج العامة Kinderbibliothek Hamburg (Kibi)، ومكتبة (Zentral- und Landesbibliothek Berlin (ZLB) – فرع Amerika- Gedenkbibliothek، ومكتبة staatsbibliothek zu berlin، بالإضافة إلى التوجه إلى معهد المكتبات والمعلومات ببرلين (Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft (IBI) والاستماع إلى محاضرة من قبل مايكل سيدل (عميد المعهد)

يجدر الإشارة إلى أن البرنامج يتبنى مبادرة المكتبات العالمية - الشبكة الدولية لقادة المكتبات المبدعين الناشئين ((INELI) – ولكن باللغة العربية من خلال إنشاء وحدات تعليمية عبر الإنترنت لرفع مهارات وكفاءات أخصائي المكتبات العامة، وستتضمن الوحدات التعليمية: بناء فريق عمل ناجح؛ الإبداع؛ إدارة المخاطر؛ وحل النزاعات؛ إدارة التغيير؛ المكتبات والتنمية؛ مشروعات الفرق.

الجدير بالذكر ان الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم) قد اطلق يوم ١٥ ديسمبر ٢٠١٥ بالشراكة مع مؤسسة بيل وميلندا جيتس مشروع "[الشبكة الدولية لقادة المكتبات المبدعين الناشئين – الشرق الأوسط وشمال إفريقيا](#)"، وذلك بمشاركة ٣٢ مشاركا من ١٦ دولة عربية ويستمر البرنامج حتي اكتوبر ٢٠١٧.

الملتقى الأول لجمعية المكتبات والمعلومات البحرينية

نظمت جمعية المكتبات والمعلومات البحرينية الملتقى الأول للمتخصصين والعاملين في مجال المكتبات والمعلومات.

وأقيمت هذه الفعالية إيماناً من مجلس إدارة الجمعية بأهمية هذه اللقاءات التي تجمع العاملين في مجال المكتبات والمعلومات ذكر ذلك الرئيس الفخري للجمعية منصور سرحان.

وأشار إلى أن تم في اللقاء مناقشة وتقييم أداء الجمعية من أجل تطوير وتفعيل نشاطها وتقديم المزيد من الدورات التدريبية للعاملين في مجال المكتبات.

وأشاد سرحان بالتطور الحاصل بالمكتبات على اختلاف أنواعها في مملكة البحرين انطلاقاً من أهمية المكتبات ومراكز المعلومات في تقديم خدمات البحث العلمي ونشر الوعي الثقافي بين جميع أبناء المجتمع. وقال أن جمعية المكتبات والمعلومات البحرينية حظيت ولا تزال تحظى باهتمام المسؤولين في حكومتنا الرشيدة باعتبارها جمعية ثقافية صرفة تعمل على تطوير مهارات العاملين في مجال المكتبات والمعلومات بغية تقديم خدمات مكتبية فاعلة تتماشى وظروف المرحلة التي نعيشها.

وقدم الرئيس الفخري للجمعية شكره لمجلس إدارة الجمعية وإلى شركة النظم العربية المتطورة (نسيج) لمساهمتها في إقامة هذا اللقاء البالغ الخصوصية. وفي ختام اللقاء تم تكريم مجموعة من الأعضاء والمؤسسين للجمعية، كما تم تكريم شركة النظم العربية عرفاناً بدورها في المشاركة بتنظيم الملتقى الأول لجمعية المكتبات والمعلومات البحرينية.

مؤتمر "تراثنا المعرض للخطر: التحديات وكيفية التعامل معها" بمكتبة الإسكندرية

تحت شعار "تراثنا المعرض للخطر: التحديات وكيفية التعامل معها" عقدت مكتبة الإسكندرية مؤتمرا يومي ٢٣ و ٢٤ أكتوبر تشرين الأول لمناقشة مواجهة الكوارث وكيفية التخطيط المسبق لحفظ التراث في المكتبات والمتاحف بالدول العربية.

وشهد المؤتمر مشاركة مجموعة من أمناء المكتبات والمتاحف الذين عاشوا تجربة فقدان التراث الثقافي بسبب كوارث طبيعية أو حروب إضافة إلى مجموعة من الخبراء في إدارة الكوارث في المكتبات والمتاحف ومراكز حفظ الوثائق من المنظمات الدولية مثل منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة "اليونسكو".

ومن أبرز المشاركين أندرو مكدونالد عضو مجلس إدارة الاتحاد الدولي لجمعيات ومؤسسات المكتبات (الإفلا) ود. خالد الحلبي رئيس الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم)

وتطرقت جلسات المؤتمر للقضايا الرئيسية المتعلقة بطرق وتقنيات حماية التراث الثقافي وكيفية وضع خطة لإدارة الكوارث كما ستناقش أحدث أساليب الحفظ الرقمي.

وحملت الجلسة الأولى عنوان (الدروس المستخلصة من الكوارث الطبيعية والبشرية) وتحدث فيها علاء أبو الحسن العلق مدير مكتبة العراق الوطنية وزاهد تاج الدين خبير ومستشار الترميم بكلية لندن الجامعية.

أما الجلسة الثانية فحملت عنوان (طرق وتقنيات حماية التراث الثقافي) وتحدث فيها عبد الرزاق النجار الأمين العام للجنة الوطنية المصرية للمجلس الدولي للمتاحف.

وفي اليوم الثاني للمؤتمر أقيمت الجلسة الثالثة تحت عنوان (التخفيف من حدة المخاطر والحد من وقوع الخسائر) وتحدث فيها عبد الحميد صلاح مؤسس فريق إنقاذ التراث المصري.

وفي الجلسة الرابعة التي تحمل عنوان (التراث الثقافي والحفظ الرقمي) تحدث فيها د. إسماعيل سراج الدين مدير مكتبة الإسكندرية.

أقيم المؤتمر في المسرح الصغير لمركز المؤتمرات بمكتبة الإسكندرية.

إنعقاد مؤتمر مجلس توصيل شبكات الألياف الضوئية للمنزل في الكويت

تحت رعاية هيئة تنظيم الاتصالات وتقنية المعلومات (CITRA) في دولة الكويت، وبدعم من وزارة المواصلات، تنعقد الدورة الثامنة لمؤتمر مجلس توصيل شبكات الألياف الضوئية للمنزل في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا FTTH وذلك في الفترة من ٧ إلى ٩ نوفمبر ٢٠١٦ في فندق ريجنسي الكويت.

ويواكب المؤتمر جولة تعريفية، وعروض توضيحية لخدمات FTTH وورش عمل، بالإضافة إلى برنامج المؤتمر الذي تجري فعالياته على مدار يومين تحت شعار "مجلس توصيل شبكات الألياف الضوئية إلى المنازل في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا - التطور نحو مجتمع رقمي".

من المزمع أن يفتتح فعاليات المؤتمر سعادة المهندس سالم الأذينة، رئيس الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات، وسيعقب حفل الافتتاح انعقاد جلسة خاصة تتناول دراسة العوامل الرئيسية والتقدم المحرز في تطوير استراتيجيات شبكة الحزمة العريضة الوطنية، يحضرها قيادات الهيئة، وممثلو شركات

"عمان للنطاق العريض"، والشركة القطرية لشبكة الحزمة العريضة، والاتحاد العالمي للاتصالات ITU. ويسلط المؤتمر الضوء على أهمية دور التقدم الرأسي في مجال توصيل الألياف الضوئية للمنازل، وأفضل النماذج التنظيمية، مع عرض أحدث الدراسات التي أجراها المجلس.

جدير بالذكر أن الدراسة الشاملة التي نفذاها المجلس أظهرت أن منطقة الشرق الأوسط قد حسنت من معدلات استخدامها للألياف خلال الإثنى عشر شهراً الماضية، في ظل اشتراك ما يقرب من ٤٥٪ من المنازل في تكنولوجيا الألياف في الربع الثالث من العام ٢٠١٦. وتزايدت أعداد المشتركين في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا إلى ٣٨.١٪، بالمقارنة بنسبة ٢٠٪ في العام الماضي. وتشير معدلات النمو للمنازل التي اشتركت في المنطقة إلى أن دولاً مثل البحرين والمغرب والسعودية وتونس قد شهدت زيادة قدرها أكثر من ١٥٪.

وتستهدف الكويت زيادة عدد المشتركين بنسبة ٣٥٪ وضمان استمرار النمو الذي تجاوز ١١.٧٪ خلال عام ٢٠١٦. وتظهر الدراسة أيضاً نمواً في قطر؛ حيث وصل عدد المشتركين إلى ٢٩٥ ألف مشترك و ٣٧٥ ألف منزل بحلول سبتمبر ٢٠١٦، في حين وصل في دولة الإمارات إلى أكثر من ١.٥ مليون مشترك و ١.٧ مليون وحدة سكنية بنسبة ٨٨.٨٪.

ويلقب سعادة المهندس سالم الأذينة، رئيس الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات، على هذا الحدث بقوله: "تستخدم الكويت الاتصالات لتعزيز مكانتها بين دول مجلس التعاون الخليجي وبقيّة العالم من خلال تحقيق أهداف الهيئة. ونطمح ونعمل بلا كلل من أجل تجاوز المعايير الإقليمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. كما أننا عازمون على تحقيق نفس المستوى من الخدمة في الشبكة الثابتة من خلال التطوير المستمر لمبادرة شبكة الألياف الضوئية التي تبنتها وزارة الاتصالات".

المؤتمر العلمي السادس للجمعية السودانية للمكتبات والمعلومات

ذكر موقع الجمعية السودانية للمكتبات والمعلومات أنه برعاية كريمة من الدكتور/ محمد طاهر إيلا والي ولاية الجزيرة وبتشريف الأستاذة/ إنعام حسن عبدالحفيظ وزير الثقافة والإعلام بالولاية؛ انعقد بمقر هيئة البحوث الزراعية بومدني حاضرة ولاية الجزيرة، المؤتمر العلمي السادس للجمعية السودانية للمكتبات والمعلومات خلال الفترة من ١٣ إلى ١٥ أكتوبر ٢٠١٦ بعنوان "نظم وخدمات المعلومات المتخصصة في ظل الحكومة الإلكترونية: الواقع والتحديات والطموحات" تحت شعار "نحو ريادة علمية في مجال المكتبات والمعلومات"

بلغ عدد المشاركين في المؤتمر أربعة وتسعون ومائة (١٩٤) مشاركاً من ست وثلاثون (٣٦) جهة حكومية وخاصة من الجامعات والكليات ومراكز البحوث يمثلون اختصاصيي المكتبات والمعلومات وتقانة المعلومات في الجامعات والمعاهد العليا والوزارات والمؤسسات وطلاب أقسام المكتبات والمعلومات بالجامعات في كافة ولايات السودان.

وقدمت خلال المؤتمر واحد وعشرون (٢١) ورقة علمية في ست (٦) جلسات علمية غطت كافة محاور المؤتمر.

الجلسة الافتتاحية:

بدأت الجلسة عند الخامسة والنصف مساءً بتلاوة مباركة من كتاب الله العزيز بصوت د. وحيد على محمد على عميد مكتبات جامعة وادي النيل، ومن ثم عرض فيلم توثيقي عن نشاطات الجمعية السودانية للمكتبات والمعلومات.

أعقبه كلمة رئيس الجمعية د. نادية مصطفى العيدروس شكرت في مستهلها السيد/ الوالي وحكومة الولاية وهيئة البحوث الزراعية وجامعة الجزيرة وجامعة القرآن الكريم وتأسيس العلوم الإسلامية بولاية الجزيرة وجميع الداعمين للمؤتمر من المؤسسات والشركات وكذلك الحضور القادمين من الخرطوم والولايات الأخرى كما قدمت الشكر لفرعية الجمعية بولاية الجزيرة على جهودها التي بذلتها في قيام المؤتمر.

أعقبها كلمة السيد/ نائب مدير عام هيئة البحوث الزراعية أ.د. عادل عمر صالح ثمن فيها انعقاد هذا المؤتمر ولأول مرة خارج ولاية الخرطوم وتحدث عن أهمية موضوع المؤتمر وارتباطه بتطوير البحث العلمي في كافة المجالات وبخاصة المجال الزراعي.

ثم تحدث نائب مدير جامعة الجزيرة أ.د. محمد السنوسي أشاد بالمؤتمر وأهميته العلمية والعملية في تطوير المكتبات ومراكز المعلومات والبحث العلمي وإلتزام جامعة الجزيرة بتنفيذ توصياته.

ومن بعد تحدث السيد/ رئيس الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (أعلم) د. خالد الحلبي شكر في بدايتها الحضور والقائمين على أمر المؤتمر والداعمين له والراعيين، أشاد بالجمعية ونشاطاتها في المؤتمرات السنوية للجمعية وأشاد تحديداً بنجاحها في استضافة المؤتمر الحادي والعشرين للاتحاد الذي انعقد في الخرطوم عام ٢٠١١ وحصولها على جائزة أفضل جمعية علي مستوى الوطن العربي، كما أكد على تعاون الاتحاد مع الجمعية مبنياً جهد المكتب التنفيذي في تنسيب ثلاثة من الشباب في البرنامج الدولي للمبدعين الشباب وتكفل الاتحاد بكافة المنصرفات الخاصة بهذا البرنامج. وكذلك أعلن تكفل الاتحاد بسداد اشتراك الجمعية في الاتحاد الدولي للمكتبات ومؤسسات المعلومات (إفلا)

أعقب ذلك توقيع بروتوكول تعاون بين الجمعية السودانية للمكتبات والمعلومات والاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، كما تم تكريم نفر كريم من الرواد القدامى في مجال المكتبات والمعلومات بولاية الجزيرة،

- محمد يسين شوقي.

- محمد الهادي بسيوني.

- مضوي الحاج.

كما كرمت هيئة البحوث الزراعية وجامعة الجزيرة وجامعة القرآن الكريم وتأسيس العلوم، كما تم تكريم قيادات العمل بالولاية ممثلة في وزارتي الثقافة والشباب والرياضة.

خاطبت من بعد ذلك المؤتمرين الأستاذة/ إنعام حسن عبدالحفيظ وزير الثقافة والإعلام بالولاية رحبت في مستهلها بالحضور وبخاصة ضيوف البلاد من الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات وتضمنت دور الجمعية في النهوض بقطاع المكتبات والمعلومات وأكدت على تعاون ومساندة الجمعية في نشر خدمات المكتبات العامة في كافة مدن وأحياء وأرياف ولاية الجزيرة.

ختم الكلمات كانت كلمة السيد/ وزير الشباب والرياضة الأستاذ/ الهندي الريح النور ممثل السيد/ والي ولاية الجزيرة رحب في كلمته بالحضور وأشاد بنشاطات الجمعية متمنياً نجاح المؤتمر وخروجه بتوصيات تكون بإذن الله محل اهتمام الولاية وبخاصة أن الموضوع المطروح يعالج قضايا التحول نحو الحكومة الإلكترونية والتي قطعت فيها الولاية شوطاً مقدراً وذلك بتحويل الكتاب المدرسي إلى كتاب رقمي وتأمّل حكومة الولاية أن تسهم مخرجات هذا المؤتمر متزامنة مع مخرجات الحوار الوطني حلاً جذرية لكل المشكلات ممهدة الطريق نحو سودان النهضة والتطور والنماء والرفاهية لمواطنيه.

المؤتمر القومي التاسع عشر للمكتبات والمعلومات

استضافت مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء وبالتعاون مع الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات المؤتمر القومي التاسع عشر للمكتبات والمعلومات في الفترة من ٢٠ وحتى ٢٢ سبتمبر بعنوان " دور المكتبات ومراكز المعلومات في التنمية الوطنية " تحت شعار " المكتبة ركيزة التنمية " وتناول المؤتمر العديد من المحاور منها

- دور المكتبات كركيزة التنمية الوطنية .
- دور العاملين في مجال المكتبات والمعلومات في تنمية الوعي الثقافي للمعلوماتي.
- تجارب وتحديات المكتبات لتحقيق التنمية الوطنية.
- دور تكنولوجيا المعلومات وتقنية الاتصالات في التنمية الوطنية .

وهدف المؤتمر الى تعزيز دور المكتبات في التنمية الوطنية من خلال توفير المعلومات بكافة أنواعها وأشكالها بالإضافة إلى إتاحة الفرصة للمكتبيين للقاء والتعاون وتبادل المعارف والخبرات . وشارك في فعاليات المؤتمر العديد من المتخصصين في مجال المكتبات والمعلومات من مختلف الهيئات المصرية والعربية والجامعات المصرية

وشهدت فعاليات الجلسة العلمية الأولى من اليوم الثاني للمؤتمر بحث د. إيمان رمضان والذي كان بعنوان "برمجيات المستودعات الرقمية مفتوحة المصدر بالمكتبات الجامعية ودورها في دعم التنمية الاقتصادية" كما تناولت د. دعاء أحمد خلف موضوع " دور مكتبة طه حسين للمكفوفين بمكتبة الإسكندرية في التنمية الوطنية" وتناول أ. أيمن الدسوقي موضوع " إدارة الأداء الاستراتيجي للمكتبات العامة المصرية كمدخل للتنمية الوطنية المستدامة: مكتبة القاهرة الكبرى نموذجاً"

وشهد المؤتمر العديد من الجلسات التسويقية منها

- جلسة تسويقية لمركز تقنية الاتصالات والمعلومات بجامعة المنصورة تناولت الحديث عن نظام المستقبل وبعض التطبيقات الأخرى التي يقدمها المركز
- جلسة لشركة سمات بزنس كورسيز تناولت أهم المراكز التي تقدم الدورات التدريبية والأشخاص المعنيين بالتدريب
- جلسة تسويقية لشركة المنهل للحديث عن قواعد بيانات شركه المنهل
- جلسة تسويقية لشركة دار المنظومة تناولت قواعد بيانات دار المنظومة

كما شهد المؤتمر منصة النقاش حول أهمية مهنة أخصائي النظم الآلية في المكتبات وشارك فيها كل من المهندس أحمد أمين والأستاذ أشرف برزي والأستاذ عبد الرحمن حجازي و د. هشام مكي.

كما شهدت الجلسة العلمية الثانية فى اليوم الثانى للمؤتمر العديد من الأبحاث منها

- استخدامات بنك المعرفة المصري لدي طلاب الدراسات العليا للباحث ايهاب سعيد رجب
- المكتبات ومراكز المعلومات ركيزة التنمية الوطنية والمستدامة والتي تناولها د.محمد مجاهد الهاللي

ودارت فعاليات **الجلسة العلمية الثالثة** في اليوم الثالث من المؤتمر على النحو التالى:

- قام الأستاذ الدكتور حسني الشيمي بعرض بحثه بعنوان " أمين المكتبة المدرسية وغراس الثقافة المعلوماتية "
- قامت الباحثة رشا رشدان بعرض بحثها والذي كان بعنوان " دور المكتبات المدرسية في دعم ثقافة الاختلاف وقبول الآخر لدي طلاب المدارس
- ناقش د.رمضان الصفتي اقتراح لائحة للمكتبات والمعاهد الأزهرية
- تناول د.خالد الجابري مقترحات لتطوير لوائح المكتبات المدرسية والمعاهد الأزهرية
- وتناولت **الجلسة العلمية الرابعة** التي رأسها د. صلاح حجازى العديد من الموضوعات منها
- قاعدة البيانات الجغرافية للمكتبات العامة المصرية الجامعية والتي طرحها الأستاذ ابراهيم صبرى
- تناول أ. طارق فوزي كيفية تطوير لوائح المكتبات الجامعية المصرية
- تناول الأستاذ مصطفى جنبه - الفهرس الموحد للمكتبات المدرسية

أخبار سريعة

البرنامج التطويري لأخصائيي المكتبات المدرسية والمكتبات العامة

نظمت الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات "البرنامج التطويري لأخصائيي المكتبات المدرسية والمكتبات العامة" في الفترة من ٢٠ الي ٢٥ أغسطس ٢٠١٦ في مكتبة القاهرة الكبرى بالزمالك وذلك بحضور حوالي أكثر من ٧٠ أخصائي مكتبات مدرسية وعامة من مختلف محافظات الجمهورية وقام بتقديم البرنامج التدريبي د. هشام محمد الشريف أستاذ علوم المكتبات والمعلومات ومدير مكتبة بومونوك بمكتبة كوينز العامة بنيويورك و د. هشام مكي نائب رئيس قسم الكمبيوتر بمكتب مكتبة الكونجرس بالقاهرة و د. سلوى المعوض أستاذ علوم المكتبات والمعلومات ومدير مكتبة وايتستون بمكتبة كوينز العامة بنيويورك وكان الهدف من البرنامج هو طرح أنشطة مكتبية حديثة لتقديمها داخل نطاق المكتبات المدرسية الى جانب رفع مهارات أخصائي المكتبات المدرسية في التعامل مع الطلاب ، والتدريب على نظم الفهرسة الحديثة وكيفية إجراء الأبحاث العلمية والتعامل مع المصادر الالكترونية الحديثة وكيفية التعامل مع الطفل في مراحل التعليم الأساسي ودور أخصائي المكتبات بالنهوض بمنظومة التعليم ونظم التزويد وآلياتها الحديثة، أيضا هدف التدريب الى عرض للمشكلات الميدانية التي تواجه أخصائي المكتبات المدرسية والتعاون في إيجاد حلول لتلك المشكلات وشهدت الدورة التدريبية إقامة العديد من ورش العمل المصاحبة للتدريب للتأكد من استيعاب المتدربين للمحتوى التدريبي المقدم اليهم

الاجتماع الرابع للجنة التسيير الخاصة بمشروع بوابة الشبكة العربية للمعلومات

في يوم الثلاثاء ٢٥/١٠/٢٠١٦، تم عقد الاجتماع الرابع للجنة التسيير الخاصة بمشروع بوابة الشبكة العربية للمعلومات بمقر الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، بحضور ممثلين عن تسعة منظمات عربية متخصصة (منظمة المرأة العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، منظمة العمل العربية، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، الأمانة الفنية لمجلس وزراء الداخلية العرب، مجلس الوحدة الاقتصادية العربية)، بالإضافة إلى ممثلين من الأمانة العامة لجامعة الدول العربية عن إدارة المعلومات والتوثيق والترجمة (الإدارة المسؤولة عن المشروع) وإدارة الحاسب الآلي (الإدارة الفنية المنفذة للمشروع) وإدارة الإحصاء وقواعد المعلومات (لجنة التسويق والنشر).

وقد تناول الاجتماع العديد من النقاط الهامة المتعلقة بتفاصيل الخطة التنفيذية للمرحلة الثانية من بوابة الشبكة العربية للمعلومات، إضافة إلى وجوب الاستمرار في عملية تطوير البوابة شكلاً وموضوعاً وآلية وفقاً للمقترحات التي تم طرحها من قبل السادة الحاضرين.

التجربة اليابانية في تشجيع القراءة: الأطفال هم البداية

حققت اليابان ثالث أكبر اقتصاد في العالم، نمواً ثقافياً وعلمياً ملحوظاً في النصف الثاني من القرن العشرين، رغم الدمار الذي خلفته الحرب العالمية الثانية.

وتبلغ نسبة التعليم في اليابان ٩٩%، ويلعب الكتاب دوراً بارزاً في حياة الفرد الياباني، كما تصدر مؤسسات النشر اليابانية ٣٥٠ ألف عنوان جديد في كل سنة تقريباً، كما تصدر اليابان قائمة الدول الأعلى بمعدلات القراءة عالمياً إذ يبلغ معدل القراءة الأسبوعي للفرد نحو ٤ ساعات.

وتشمل التجربة اليابانية بالدرجة الأولى على تعزيز تشجيع الأطفال على القراءة، ودعم المكتبات المدرسية والمجانية.

وتترجم اليابان سنوياً ٢٠٠ كتاب في أدب الطفل إلى اللغة اليابانية، وفي كل عام، يسافر فريق ياباني متخصص إلى معرض ميونيخ الدولي للكتاب في ألمانيا، لدراسة جميع ما هو معروض من كتب الأطفال بجميع اللغات وبحث ودراسة المناسب منها لترجمته إلى اللغة اليابانية، كي يصبح كل طفل على أرض اليابان ملماً بما يحصل عليه أطفال العالم من معلومات.

وترجع نسبة القراءة المرتفعة في اليابان إلى خطة بدأتها الحكومة اليابانية منذ عام ١٩٤٧، مع إعلانها قانون التعليم الأساسي الإلزامي للأطفال حتى سن ١٥، وإعلان أول أسبوع للقراءة.

"الحلم" يمثل مكتبة مصر الجديدة في مهرجان كيميت للمسرحيات القصيرة

أكد رئيس مجلس إدارة جمعية مصر الجديدة د.فاروق الجوهري، أن فريق مسرح مكتبة مصر الجديدة وقع اختياره للمشاركة في مهرجان "كيميت ٢٠"، للمسرحيات القصيرة في نسخته الثالثة، وذلك من بين ١٠٣ عرضاً مسرحياً قصيراً لا يتعدى عشرين دقيقة شاركوا في تصفيات لجان المشاهدة فاز منهم ٢٠ عرض فقط لتقديم عروضهم الفنية في المهرجان. وكان فريق مكتبة مصر الجديدة قد اشترك في مرحلة المشاهدة بعرض بعنوان "الحلم" من إخراج فادي عاطف وآلاء حسيب.

من جانبه بين د.نبيل حلمي سكرتير عام جمعية مصر الجديدة، أن اختيار العرض المسرحي "الحلم" لفريق مسرح مصر الجديدة يأتي تأكيداً للنجاحات التي حققها العرض خلال مشاركته في العديد من الفعاليات الفنية والثقافية، مشيراً إلى أن تلك النجاحات نتاج للدورات التدريبية وورش العمل التي نفذت للأطفال الموهبين في شتى الفنون، الموسيقى والغناء والرقص الفلكلوري، والتي تهدف إلى تنمية مواهب الأطفال وإبراز قدراتهم في مجالات الفنون المختلفة والتي نفذت بإشراف مروة عبدالرحمن مديرة مكتبة الطفل ويسرا الشرقاوي وفاطمة عبدالهادي ونادية محمدي أمناء مكتبة الطفل.

النشاط الثقافي لمكتبة قطر خلال نوفمبر



خلال شهر نوفمبر القادم سوف تواصل مكتبة قطر الوطنية تقديم فعاليات الشهرية ، بتنظيم سلسلة من الورش التعليمية والفعاليات المجتمعية، التي تهدف إلى تطوير مهارات الأكاديميين، وتعزيز الإبداع في المجتمع القطري. وتستهل مكتبة قطر الوطنية برامجها الشهرية بتنظيم فعالية مخصصة للعائلات، وذلك في سياق انطلاق العام الثقافي "قطر - الصين ٢٠١٦". وتتضمن الفعالية مجموعة من الأنشطة الممتعة مثل قراءة القصص والحرف اليدوية على غرار صناعة التنين. وسيكون بإمكان الأطفال وعائلاتهم الاستمتاع بهذه الفعالية المليئة بالمتعة والفائدة. وتجدر الإشارة إلى أن العام الثقافي "قطر- الصين ٢٠١٦" هو برنامج للتبادل الثقافي، يمتد على مدار عام كامل، ويهدف إلى تعزيز أواصر الصداقة والتعاون بين الشعبين في دولة قطر وجمهورية الصين الشعبية.

تفاحة القلب

وتتابع مكتبة قطر الوطنية سلسلتها الشهرية من الحلقات النقاشية للكتب، والتي تهدف لنشر ثقافة القراءة لدى الشباب والمجتمع. وتناقش الحلقة المخصصة لشهر نوفمبر كتاب "تفاحة القلب"، من تأليف نصره المحرزي. وتقدم المؤلفة في هذا الكتاب للفتيات دروساً تربوية مستوحاة من سورة يوسف عليه السلام، وما تصوّره أحداثها من مشاعر غيرة وحقد وحسد وإحسان، وصراع بين الحق والباطل. وقد اقتبست المؤلفة عنوان كتابها "تفاحة القلب" من لقب أطلقه العرب على الفتاة للدلالة على عظيم مكانتها في النفوس.

مرحلة الكتابة الحرة

وفي إطار جهودها لدعم طلاب المرحلة الجامعية، تنظم المكتبة ورشة عملية مجانية حول "مرحلة الكتابة الحرة كإحدى مهارات الكتابة"، والتي تهدف إلى تعزيز مهاراتهم في مجال "الكتابة الحرة". ستتضمن ورشة العمل جلسة للتعريف بمفهوم "الكتابة الحرة" كخطوة أساسية تسبق مرحلة كتابة النص النهائي، تتبعها أنشطة عملية تُتيح للمشاركين فرصة العمل في مجموعات لتبادل الأفكار وتحويلها إلى نصوص مكتوبة وتحريرها وتطويرها ومعرفة الآراء حولها.

قواعد البيانات الإلكترونية

وتنظم مكتبة قطر الوطنية جلسات تدريبية عملية مجانية حول الاستخدام الأمثل لمجموعة من قواعد البيانات الإلكترونية التي توفرها في المجالات العلمية، وهي: "ساينس دايركت"، و"سكوباس" وقاعدة بيانات مجلة "الطبيعة" و"سبرينجرلنك"، وقاعدة بيانات "تيلور أند فرنسيس". إضافة إلى تنظيمها لورشة تدريبية حول "استخدام برنامج مايكروسوفت إكسل" التي ستوفر تدريباً عملياً حول الوظائف الأساسية للبرنامج، وخصائص التنسيق، والصيغ المختلفة، والتحليل والإحصاء.

الورشة التعليمية

كما تقدم المكتبة خلال شهر نوفمبر الورشة التعليمية حول مهارات البحث العلمي، التي تُعقد شهرياً تحت عنوان "كيفية القيام بالبحوث"، وتهدف إلى تطوير مهارات كتابة البحوث لدى طلاب الجامعات والباحثين. وتركز على مهارات البحث الأساسية التي تنطبق على مجموعة واسعة من التخصصات وفروع المعرفة، وتغطي أربع وحدات هي: الحقيقة البحثية، وأساليب وإستراتيجيات البحث، وأساسيات الاستشهادات المرجعية، وكتابة الورقة البحثية.

الرقمنة والتراث الثقافي

وانطلاقاً من الجهود التي تبذلها في مجال الحفاظ على مواد التراث الثقافي وإتاحتها للأجيال القادمة، نظمت مكتبة قطر الوطنية، بالتعاون مع سفارة الولايات المتحدة الأمريكية في دولة قطر، مؤخراً، ندوة بعنوان "الرقمنة وحفظ مواد التراث الثقافي ونشرها: الاتجاهات العالمية والتطبيق المحلي".

طرح مجموعة من الكتب السينمائية في الدورة الـ ٣٨ لمهرجان القاهرة

قررت إدارة مهرجان القاهرة السينمائي الدولي إصدار مجموعة من الكتب السينمائية جنباً إلى جنب مع العروض الفيلمية والندوات والتظاهرات السينمائية التي تُعقد في إطار الدورة الثامنة والثلاثين لمهرجان القاهرة السينمائي الدولي التي تنطلق في الفترة من ١٥ - ٢٤ نوفمبر ٢٠١٦.

وذكرت رئيس المهرجان أن ذلك يأتي تأكيداً للوجه الثقافي للمهرجان، ومن بينها كتاب «شكسبير فنان كل العصور» للناقد عصام زكريا، و«نظرة على السينما الصينية» للناقد الفرنسي المعروف جان - ميشيل فرودان، ويصدر باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية، بالإضافة إلى كتابي التكريم «حلمي.. خارج السرب» للناقد طارق الشناوي، و«سينما محمد خان.. البحث عن فارس» للناقد محمود عبد الشكور، الذي يُصدر المهرجان ملخصاً له باللغة الإنجليزية. يُشرف على المطبوعات وإصدارات المهرجان الناقد محمد عبدالفتاح .

معرض الشارقة يناقش ظاهرة "الكتب الخيالية"

استضاف معرض الشارقة الدولي للكتاب، الكاتبة كاساندر كليلر لمناقشة الكتب الخيالية الأكثر مبيعا في قائمة كتب صحيفة "نيويورك تايمز" الأميركية. وتحدثت كاساندر، التي تعشق القراءة والكتابة، مع سيث روسو من شركة "سايمون وشوستر" الأميركية لطباعة الكتب وتغليفها، عن ظاهرة الكتب الخيالية، وكتابة وتطوير مؤلفاتها، وكيف يساهم السفر في تغيير القراءة والكتابة، خاصة في ظل الثقافة العالمية الموحدة.

وكانت "نيويورك تايمز" أدرجت الكاتبة كاساندر كليلر ضمن قائمة الكتاب الأكثر مبيعا، وذلك عن سلسلة كتب البالغين الصغار التي ألفتها، وتحمل عنوان "الأدوات المميّنة".

ووصفت صحيفة "ول ستريت جورنال" الكاتبة كاساندر بأنها "ملكة الكتابة الخيالية الجديدة"، التي تستلهم مادة كتبها الخيالية من أحداث ووقائع حقيقية، بما في ذلك ذكرها لأماكن حقيقية في ولاية نيويورك. وعملت كاساندر كصحفية وبائعة كتب أطفال قبل أن تتركس كل وقتها للكتابة.

بمناسبة احتفالات حرب أكتوبر.. خصومات على إصدارات دار الكتب والوثائق القومية

قرر الدكتور شريف كامل شاهين، رئيس مجلس إدارة دار الكتب والوثائق القومية، منح ٥٠% خصماً على إصدارات ومطبوعات دار الكتب، بمناسبة الاحتفال بالذكرى السادسة من أكتوبر، وذلك بداية من أول أكتوبر بمنفذ البيع الرئيسي بمقر الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية، كورنيش النيل، رملة بولاق.

يذكر أن إصدارات دار الكتب والوثائق القومية تشتمل على العديد من سلاسل الكتب والمطبوعات المهمة، منها سلسلة "مصر النهضة" التي صدر عنها مؤخراً كتاب "مصر والقدس في العصر العثماني"، وسلسلة "دراسات وثائقية" التي صدر عنها مؤخراً كتاب "الدبلوماسية المصرية في مواجهة: يوميات تأميم شركة قناة السويس ١٩٥٦م"، إضافة إلى إصدارات الدار الأخرى الصادرة عن "مركز تحقيق التراث" ومنها "إعطاء الحفا"، و"مركز تاريخ مصر المعاصر" ومنها "، و"نخائر دار الكتب المصرية"، وإصدارات الأحداث الوطنية المهمة ومنها الكتاب التجميعي لما نشرته الصحف من إعداد الإدارة المركزية لدار الكتب بعنوان: "يوميات تأميم قناة السويس" ومؤخراً صدر كتاب "مجتمع علماء الأزهر: إبان الحكم العثماني ١٥١٧-١٧٩٧م". فضلاً عن المجالات العلمية ومنها: الفهرست، والروزنامة، ومجلة مصر الحديثة وأدب الأطفال، وتراثيات.. هذا إلى جانب الفهارس والبيبلوجرافيات المتخصصة في مجالات عديدة.

كما تضم الإصدارات سلسلة الكتب غير الدورية، "الثورة والحرية"، التي تم إطلاقها في أبريل ٢٠١١م، ويشرف على إصدارها الدكتور أحمد زكريا الشلق، وتتناول كلاسيكيات الكتب التي عالجت تاريخ الحرية والثورات العالمية "الفرنسية والروسية والأمريكية.. إلخ"، وجوانبها السياسية والاجتماعية والفكرية، وعيون الكتب التي تناولت نضال الشعب المصري وتاريخه وأصول الشخصية المصرية وجوانبها الحضارية والثقافية والاجتماعية المتعددة.

مبادرة تعزيز لثقافة القراءة لدى السجين

لاقت مبادرة توزيع آلاف الكتب على بعض السجون و مراكز الإصلاح التونسية التي تبنتها الناشطة الحقوقية ليلى بن مهني تفاعلاً كبيراً لدى الشارع التونسي الذي رحب بالفكرة

للتذكير فإن هذه المبادرة سبقتها حملة بدأت منذ شهر فيفري الماضي لتجميع الكتب من كافة ولايات الجمهورية أطلقتها الناشطة ليلى بن مهني رفقة أبيها الصادق بن مهني على مواقع التواصل الاجتماعي حيث تمّ تجميع أكثر من ١٥ ألف من الكتب المتنوعة بين علمية وأدبية و تثقيفية و كتب أطفال و توزيع ١٠ آلاف منها على بعض السجون و الإصلاحيات بالتعاون مع المنظمة العالمية لمناهضة التعذيب و إدارة السجون و الإصلاح بتونس في انتظار تعميمها على بقية السجون بالجهات.

و تعكس هذه المبادرة أهمية وجود المكتبات في السجون، حيث تمثل نوعاً من الترويح الضروري للسجناء، ويمكن الاستفادة منها في عمليتي الإصلاح والتعليم والخروج من قيود و ضغوط السجن.

كما تعكس أهمية وجود المكتبة بالسجون ودورها في عملية الإصلاح والتثذيب وتدعيم أهداف البرامج الإصلاحية و تعزيز ثقافة القراءة لدى السجين كما يندرج ذلك ضمن القواعد النموذجية لمعاملة نزلاء السجن والإصلاحيات و المساهمة في تهذيب أفكارهم و تطويرها.

ولا ننسى أن القانون التونسي ينص على "ضرورة تزويد كل سجن بمكتبة مخصصة لمختلف فئات السجناء تضم قدراً وافياً من الكتب الترفيهية و التثقيفية على السواء. و يشجع السجناء على الاستفادة منها إلى أبعد حد ممكن".

أخبار تكنولوجيا المعلومات

رصد باب الأخبار هذه الأخبار الخاصة بالإنترنت من المواقع الإخبارية التقنية والتكنولوجية

إسيت تطلق منتجات أمن الإنترنت الجديدة للمستخدم المنزلي

أعلنت إسيت، الشركة العالمية العاملة في مجال البرمجيات الأمنية الاستباقية ومنتجات الحماية، عن توفر مجموعتها المتميزة من الحلول الأمنية الموجهة للمستخدم المنزلي - 'إسيت سمارت سكيوريتي' المميز، ويستند هذا المنتج الجديد إلى تكنولوجيا 'نود ٣٢' الحائزة على العديد من الجوائز والتي توفر أفضل مزيج من قدرات اكتشاف التهديدات والسرعة وسهولة الاستخدام.

وبالإضافة إلى ذلك، يوفر هذا المنتج الذي ينتمي إلى مجموعة منتجات الصف الأول الخاصة بالشركة أداة لإدارة كلمات السر من 'إسيت' التي تقدم مستوى أعلى من المصادقة وأكثر أمناً، فضلاً عن خاصية 'إسيت تأمين البيانات' لتشفير البيانات بصورة آمنة وسهلة.

وبهذا الصدد، قال ديميتريس ريكوس، مدير عام شركة 'إسيت الشرق الأوسط': "نظراً لتزايد عدوانية وتنوع تهديدات الإنترنت فقد أصبح المستخدمون بحاجة إلى حزم برمجيات أمنية أكثر تعقيداً مع مزاياً تركز على حماية بياناتهم. وتتضمن محفظة منتجاتنا الجديدة جميع هذه الأدوات التي تعزز مستويات الحرية والخصوصية على شبكة الإنترنت".

ومع برنامج 'إسيت سمارت سكيوريتي' المميز، أصبح بمقدور المستخدمين للمرة الأولى الاستفادة من مزايا برنامج 'إسيت إنترنت سكيوريتي' الجديد كلياً، في حين يبقى مضاد الفيروسات الأسطوري 'إسيت نود ٣٢' أنثي فابروس ١٠، الخيار المثالي لهواة ألعاب الفيديو مع مستوى معزز من الحماية ضد الهجمات النصية.

ومع مجموعة المنتجات الجديدة، تؤكد 'إسيت' على أهمية الخصوصية أثناء تشغيل أجهزة الكمبيوتر. وبالإضافة إلى الميزات المتوفرة كحماية الخدمات المصرفية والمدفوعات ومكافحة برمجيات التجسس والتصيد ومانع الاختراق و جدار الحماية الشخصي المتقدم ونظام التقييم 'إسيت لايف جريد'، قامت الشركة بإضافة ميزة حماية كاميرا الويب المتوفرة مع برنامجي 'إسيت سمارت سكيوريتي' المميز و 'إسيت إنترنت سكيوريتي'، والتي تقوم بتنظيم الوصول إلى كاميرا الويب لتوفير حماية شاملة. وتتيح هذه الميزة للمستخدم إمكانية مشاهدة وحجب/السماح بوصول العمليات والتطبيقات وإيقاف تشغيل الكاميرا الخاصة بجهاز الكمبيوتر بحيث لا تعود هذه العمليات قادرة على الوصول إليها.

وأضاف ريكوس: "تعمل طبقات الحماية الجديدة التي يوفرها برنامج 'إسيت سمارت سكيوريتي' المميز، على تعزيز مستوى الحماية الأمنية الإجمالية للعملاء. وإلى جانب توفير أعلى مستويات الحماية ضد تهديدات البرمجيات الخبيثة، يمكن الآن لعملاء إسيت حماية الملفات وكلمات المرور وكاميرات الويب وشبكتهم المنزلية بأكملها، كل هذا وأكثر بواسطة حل متكامل وحيد".

ويشتمل برنامج 'إسيت سمارت سكيوريتي' المميز، على أداة لإدارة كلمات المرور من 'إسيت'. وتقوم هذه الأداة بتخزين جميع كلمات المرور الخاصة بالمستخدم وتوليد وتخزين كلمات مرور جديدة فائقة القوة في كل مرة يحتاج المستخدم لذلك. وبالإضافة إلى ذلك، يتضمن المنتج الجديد أداة تأمين البيانات وهي أداة تشفير قوية ومريحة تعمل على حماية المستخدمين ضد سرقة البيانات في حال فقدان وحدة تخزين USB أو الكمبيوتر المحمول والسماح بعمليات آمنة لمشاركة البيانات.

وتشتمل قائمة المزايا الأخرى على كل من الحماية ضد الهجمات النصية، والتي توفر للمستخدمين حماية استباقية ضد الهجمات النصية والهجمات الخبيثة غير التقليدية؛ وميزة حماية الشبكة المنزلية التي تعمل على حماية أجهزة الكمبيوتر من الهجمات الخبيثة القادمة عبر الشبكة إلى جانب تمكين اختبارات نقاط الضعف على أجهزة التوجيه المنزلية وتحسين كلمات المرور الضعيفة أو البرامج الثابتة غير المحدثة؛ وميزة حماية كاميرا الويب التي تتحكم بالعمليات والتطبيقات التي تتمتع بإمكانية الوصول إلى كاميرات الويب المتصلة بأجهزة الكمبيوتر وعرض الإشعارات عندما يحاول أحد التطبيقات غير المرغوب بها الوصول إلى الكاميرا.

ومع نجاحها الدائم في الاختبارات المستقلة، حصلت 'إسيت' على جائزة 'فايروس بوليتين ١٠٠' المرموقة ٩٨ مرة - وهو أكثر عدد جوائز يحصل عليه مزود منتجات واحد. وحتى وقت قريب، كانت 'إسيت' الحل الأمني الوحيد الذي يتمتع بحماية بنسبة ١٠٠% بين جميع المنتجات التي خضعت لاختبار 'إس إي لابز' لمنتجات الحماية المنزلية ضد البرمجيات الخبيثة، كما حققت الشركة أعلى الدرجات بين جميع منتجات أمن الإنترنت في اختبار 'أيه في كومبارا تيفز بيرفورمانس تيست'. وأخيراً، تبوأ 'إسيت' المرتبة الأولى بلا منازع في مجال الحماية ضد الرسائل المزججة وهيمنت على صدارة اختبار 'فايروس بوليتين سبام تيست' واختبار 'أيه في كومبارا تيفز أنتي سبام تيست' بشكل مستمر.

مايكروسوفت تعلن عن خدمة إدارة فرق العمل Microsoft Teams

أعلنت مايكروسوفت رسمياً عن إطلاق خدمة جديدة تدعى Microsoft teams تهدف من خلالها منافسة خدمات مثل Slack التي تؤمن بين تواصل بين أعضاء فرق العمل بسهولة. Microsoft teams هو عبارة عن تطبيق ضمن أوفيس ٣٦٥ يقدم عدة خدمات من مايكروسوفت في مكان واحد. مثل تطبيقات الأوفيس والملاحظات وسكايب وغيرها. يمكن القول أن الخدمة تؤمن بيئة عمل تعتمد على الدردشة.

تقدم الخدمة ميزة التبويبات والتي تسمح بدمج عدة خدمات سحابية للإستفادة منها، لم توضح مايكروسوفت أسماء تلك الخدمات لكن يمكن أن نتوقع خدمات تخزين سحابي مثل قوقل درايف ودروب بوكس وغيرها.

كما في سلاك، هناك نظام للإشعارات وإمكانية الإشارة للمستخدمين الآخرين عبر الرمز @. ما يميز هذه الخدمة عن سلاك أن المحادثات يتم تنظيمها بطريقة أفضل.

من المنطقي أن يكون هناك تكامل لخدمات أوفيس عبر تطبيقاتها الجديد، يمكنك فتح أي مستند وتحريره مباشرة داخل التطبيق بدون الحاجة لمغادرته. كما تدعم الخدمة البوتات مثلاً هناك بوت يدعى WhoBot يمكنك من خلاله الإستفسار عن الشخص الذي يجب أن تتواصل معه ضمن شركتك إذا أردت مساعدة حول مهمة ما.

الخدمة الجديدة متاحة للمعاينة للمستخدمين من ١٨١ بلد يتحدثون ١٨ لغة وستتاح رسمياً للجميع في الربع الأول من العام القادم.

جهاز جديد لقراءة الكتب دون فتحها

قام علماء الفيزياء الأمريكيون في مختبر "MIT" بتصميم جهاز يمكنهم من قراءة الكتب دون أن يفتحوها، وذلك باستخدام إشعاع "نيراهرتز".

ولفتت التكنولوجيا الجديدة انتباه متحف نيويورك، الذي يريد خبراءه إلقاء نظرة إلى داخل كتب قديمة، يخشون من مسيئتها لقدمها البالغ، خوفاً من اهتراء صفحاتها. وقد أعلن العالم "هشامات" الذي أطلق اسمه على الماسح الضوئي أنّ جهازه حتى الآن يسمح بقراءة كتاب مؤلف من ٢٠ صفحة أو تصفح ٢٠ صفحة في داخل مجلدات سميكة.

ويرى العلماء أنّ علماء الآثار هم أول من سيهتم بتلك التكنولوجيا بالدرجة الأولى بالإضافة إلى المحققين في الشرطة، الذين يستخدمون كتباً يحظر مسّها. كما يمكن استخدامها، على سبيل المثال، لقراءة البرديات المصرية القديمة وتحليل مكونات الرقائق الإلكترونية والتأكد من جودة تصنيع أجزاء الأجهزة الفضائية.

AIReader : قراءة ثلاثية الأبعاد



قارئ كتب صمم في الأساس للكتب الخيالية. يتيح قراءة العديد من الصيغ، بجانب إمكانية دعم القواميس الخارجية، وكذلك تحويل النص إلى كلام.

اختر من بين المؤلفين، وسلاسل الكتب، والعناوين، وسنة النشر، والنوع. وقم بأخذ الاقتباسات، وتحديد النصوص، وإرسال النص المحدد إلى برامج خارجية. بالإضافة لإنشاء اختصارات للكتب على الشاشة الرئيسية. تدعم واجهة التطبيق بلغات مختلفة وتشمل: «الروسية، والإنجليزية، والألمانية، واليونانية، والأوكرانية، والبيلاروسية، والبولندية، والصينية، والبلاغرية، والتركية».

يوفر التطبيق أنماطاً متنوعة للواجهة؛ يمكن التحكم من خلالها في الخط وحجمه واللون والسطوع. والتبديل ما بين صفحة واحدة أو صفحتين، والتحكم في أنماط العرض وإظهار العناوين، والاستشهادات، والملخصات، وما إلى ذلك.

بالإضافة إلى التمرير التلقائي للصفحات، والتقليب بينها بتقنية ثلاثية الأبعاد.

eReader Prestigio : تطبيق يقرأ لك



إذا كنت تبحث عن كتب إلكترونية مجانية أو كتب التلوين أو كتب صوتية؛ فهذا التطبيق يوفر لك مكتبة تحتوي أكثر من ٥٠ ألف كتاب ونص صوتي.

فيمكنك أن تسترخي بينما تستمتع إلى الملفات الصوتية وتشاهد ملفات الفيديو وكذلك تريح عينيك وتدع القارئ الصوتي الآلي يقرأ لك كتابك.

يتميز البرنامج بواجهة متعددة اللغات، بأكثر من ٢٥ لغة حية عالمية. كذلك يستطيع البرنامج التعامل مع حجم كبير من الملفات ذات الصيغ المختلفة، مثل: « HTML, FB2, FB2.ZIP, TXT, PDF, EPUB, MOBI, EPUB3, djvu »

يمكنك تخصيص البرنامج، والتحكم في أنماط الخطوط والألوان، والتحويل للوضع الليلي، وإنشاء وتحرير وتخزين الكتب، والمزامنة بين مختلف الأجهزة.

Universal Book Reader : لإنشاء مكتبتك الخاصة



يقدم لك التطبيق تجربة مريحة للقراءة على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية. يوفر متصفح الملفات بالتطبيق إضافة أي كتب إلكترونية مخزنة على جهازك، أو عبر البريد الإلكتروني، أو من خلال متجر Feedbooks.com على الإنترنت.

يتميز البرنامج بإمكانية فتح أكثر من ٥٠ صيغة مختلفة، وتحويلها لـ «ePub» و«PDF»، بالإضافة لميزة البحث داخل النص، ووضع إشارات مرجعية للرجوع للصفحة التي توقفت عندها في وقت لاحق. يتيح النسخة الكاملة من التطبيق دعم تحويل النص إلى كلام، وقفل كتب محددة في مكتبك. وإنشاء اختصارات مباشرة للكتب على شاشتك الرئيسية، بجانب التلخيص من إزعاج الإعلانات.

قواعد النشر بالمجلة

" المجلة الدولية لعالم المكتبات والمعلومات " مجلة علمية دولية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات ، وهى مخصصة لنشر الدراسات والبحوث النظرية والتطبيقية والعروض والمراجعات العلمية والتقارير والأخبار فى شتى فروع علم المكتبات والمعلومات والوثائق والأرشيف فى مصر والعالم بمختلف اللغات

شروط النشر :

١. يكون موضوع البحث ذا علاقة بتخصصات المجلة وينسجم مع أهدافها وأهداف الجمعية
٢. تكون البحوث والدراسات المقدمة للنشر إسهامات جديدة ، وفى حالة سبق نشرها فى منفذ آخر من منافذ النشر كإلقائها فى مؤتمر مثلاً يذكر ذلك بوضوح فى هامش الصفحة الأولى
٣. موافقة المؤلف على نقل حقوق النشر كافة إلى المجلة

متطلبات النص المقدم للنشر :

١. البحوث والدراسات يجب أن تتوافق مع المنهج العلمى ويفضل ألا تزيد عن ٣٠ صفحة من القطع العادى A4
٢. يرفق بالبحوث والدراسات ملخص بلغة البحث وملخص باللغة الإنجليزية إذا لم تكن هى لغة البحث وفى هذه الحالة يكون الملخص الآخر باللغة العربية ، ويفضل ألا يزيد الملخص عن ١٥٠ كلمة ، وأن يتضمن البحث كلمات دالة على التخصص الدقيق للبحث باللغتين العربية والإنجليزية
٣. يذكر اسم المؤلف ووظيفته الحالية بعد عنوان البحث مباشرة
٤. يجب أن تراعى الدراسة قواعد اللغة المكتوبة بها ، وفى حالة وجود ملاحظات لغوية تتم مراجعتها لغوياً بمعرفة المجلة على أن يتحمل الباحث تكاليف المراجعة اللغوية
٥. ترسل نسختان من البحوث والدراسات إلى محكمين من أساتذة التخصص للحكم على صلاحيتها للنشر ، وفى حالة وجود تعديلات فى تقارير المحكمين يلتزم المؤلف بإجراء التعديلات المطلوبة وموافاة هيئة التحرير بنسخة معدلة فى مدة لا تتجاوز ١٥ يوماً ، مع تعليل ما لم يعدل
٦. ينشر العمل العلمى إذا اجتاز التحكيم وفق الضوابط العلمية المتعارف عليها ، واستوفى قواعد النشر بالمجلة ، ويعتذر عن نشره فى حالة عدم تحقق ذلك
٧. الآراء المنشورة بالمجلة تعبر عن آراء أصحابها ولا تعبر بالضرورة عن آراء هيئة التحرير أو الجمعية
٨. تلتزم هيئة التحرير بإشعار المؤلف بوصول دراسته وأحالتها الى التحكيم فى موعد غايته اسبوعان من تاريخ استلامه
٩. تشعر المجلة بخطاب رسمى من هيئة التحرير المؤلف بقرار البت فى النشر وموعد النشر اذا كان البحث قد تم قبوله ، ولا تلتزم المجلة بذكر مبررات عدم النشر
١٠. لا ترد البحوث لأصحابها سواء نشرت أو لم تنشر
١١. ترسل المجلة للمؤلف نسخة من العدد المنشور به دراسته ، وفى حالة طلب المزيد يكون ذلك على حساب المؤلف

١٢. ترتب البحوث بالمجلة وفقا لاعتبارات فنية ، لا علاقة لها بمكانة الباحث العلمية أو الأدبية

إجراءات النشر

١. يقدم المؤلف النص المطلوب نشره مكتوبا على الحاسب على وجه واحد من ثلاث نسخ ورقية ونسخة إلكترونية وفق متطلبات النشر السابق ذكرها
٢. النسخة الإلكترونية مكتوبة على برنامج Microsoft Word
٣. يراعى عدم وضع الجداول الكبيرة والأشكال التوضيحية والخرائط الكبيرة فى متن البحث بل توضع فى نهايته حتى يتمكن المصمم الطباعى من التحكم فى حجمها ، أما الجداول والأشكال التى توضع فى متن النص فيجب أن يكون كل منها فى صفحة مستقلة على أن يوضع رقم الجدول وعنوانه أعلاه ورقم الشكل وعنوانه أدناه
٤. السيرة الذاتية للباحث بالعربية والإنجليزية
٥. خطاب تسليم البحث
٦. تعهد بالنشر
٧. تسديد نفقات الطباعة
٨. ترسل جميع المراسلات على العنوان التالية

جمهورية مصر العربية ، محافظة الجيزة ، ١ شارع محمد جلال ، تقاطع المساكن مع شارع العشرين ،
فيصل

فاكس : ٠٢٣٧٢٣٩٧٩٨ - تليفون : ٠١٢٢٢٤٤٧٧٧٨

E- mail : hmmahgoub@yahoo.com