

دور المكتبات العامة في تنمية الوعي المعلوماتي

جمال بن مطر بن يوسف السالني

مدرس بقسم علم المكتبات والمعلومات

كلية الآداب والعلوم الاجتماعية

جامعة السلطان قابوس

محمد مجاهد بن يوسف الهلالي

أستاذ مساعد بقسم علم المكتبات والمعلومات

كلية الآداب والعلوم الاجتماعية

جامعة السلطان قابوس

فضلا عن أسباب عزوف البعض عن استخدامها والتعامل معها والإفادة من خدماتها ، وأنشطتها ، وفعاليتها .

هذا وقد أكدت نتائج العديد من الدراسات والبحوث - وبخاصة الميدانية - أن تطبيق برامج العلاقات العامة والتسويق بفعالية في المكتبات العامة قد أسهمت في توعية العديد من أفراد المجتمع وجماعاته بدور المكتبات العامة ، وخدماتها وأنشطتها ، وزيادة عدد المستفيدين ، وقد أدى أيضا إلى تحسين خدماتها ، وتفعيل أنشطتها ، فضلا عن استحداث خدمات وسلع معلوماتية جديدة .

وفيما يلي نقدم بإيجاز أهم موضوعات البحث وأهدافه ، وأهميته ، وكذلك أهم الأبحاث والدراسات والكتابات السابقة في الموضوع (أدبيات الموضوع) .

I - تمهيد :

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم ، وعلى آله وصحبه والتابعين وتابعهم بإحسان إلى يوم الدين ، أما بعد :

فتلعب المكتبات العامة - كجامعة للشعب وبوابة للمعلومات والمعارف - دورا كبيرا وفعالاً في خدمة المجتمع وتنمية وعيه المعلوماتي ، على اختلاف قطاعاته ، وفئاته ، ومستوياته ، واهتماماته ، وثقافته . ولإنجاز هذا الدور بنجاح تسعى جاهدة لتدبير كافة الموارد والإمكانات لتحقيق رسالتها ، وأهدافها ، وغاياتها ، وهي ذاتها أهداف مجتمعتها .

وتمثل برامج العلاقات العامة والتسويق التي تخطط لها المكتبات العامة أهم الركائز والدعامات التي تعتمد عليها للتعرف على جمهورها ومجتمعها من حيث: حجمه ، مستوياته ، احتياجاته المعلوماتية ، أسباب استخدامه للمكتبات العامة ،

موضوعات البحث :

هذه المؤسسة المعلوماتية ، والإفادة من أنشطتها وخدماتها .

وكهدف أساسي من أهداف البحث ، وإسهاما في تحقيق الوعي المعلوماتي لدى العاملين بالمكتبات العامة والمستفيدين منها ، فقد تم تقديم برنامج مقترح للتوعية المعلوماتية في المكتبات العامة يستند في مكوناته إلى العلاقات العامة والتسويق كركيزة وكمزيج متكامل يهدف إلى تفعيل دور المكتبات العامة لأداء دورها ورسالتها في خدمة مجتمعها .

أهمية البحث :

بما أن المكتبات العامة هي جامعة الشعب كما يطلق عليها عادة لأنها تقدم خدماتها لجميع فئات المجتمع دون تمييز بسبب الجنس أو الدين أو اللون أو العمر أو المستوى الثقافي ، فعبها إذن أن تتعرف على احتياجات هؤلاء الأفراد وتعمل على تلبتها وإشباعها لضمان فعالية الخدمات المقدمة . عملية التعرف على هذه الاحتياجات ومحاوله إشباعها ممثلة بشكل مباشر في عملية العلاقات العامة والتسويق التي تقوم بها المكتبات العامة . فالعلاقات العامة والتسويق يكون محورها المستفيد أو المستهلك . ويمثل رضى المستفيد واستحسانه للخدمات نجاح المكتبات في تحقيق خدماتها ومدى قدرتها على النمو والتقدم ومواكبة التغيرات المتسارعة .

من هنا تأتي أهمية البحث ، فيرى الباحثان الحاجة الملحة لتطوير المكتبات العامة في العالم العربي بشكل عام ومنطقة الخليج بشكل خاص . وذلك لما لها من دور اجتماعي وثقافي في المجتمع . هذا التطوير لا يتأتى فقط من خلال إنشاء المكتبات العامة في المناطق المختلفة وإنما بتفعيل

يناقش البحث عددا من الموضوعات ذات الصلة بدور المكتبات العامة في تنمية الوعي المعلوماتي ، والذي يؤدي بدوره إلى تحقيق رسالة هذه المكتبات ، وأهدافها ، وغاياتها ، وهذه الموضوعات هي :

أ- التعريف بالمكتبات العامة وأهميتها ، ورسالتها ، وأهدافها ، وغاياتها ، ووظائفها .

ب- ركائز المكتبات العامة ودعائمها :

ب/1 الموارد البشرية والمادية .

ب/2 الاستراتيجيات والسياسات .

ب/3 التشريعات والأخلاقيات .

ب/4 النظم المعلوماتية .

ب/5 العلاقات العامة والتسويق .

- تقديم مخطط برنامج مقترح للتوعية المعلوماتية في المكتبات العامة ، تم تأسيسه على قاعدة العلاقات العامة والتسويق ، وما يتصل بها من دعوة وتوعية ، وترويج ، ودعاية ، وأنشطة ، وبرامج ، وفعاليات .

أهداف البحث :

يهدف البحث إلى إبراز دور المكتبات العامة في تنمية الوعي المعلوماتي لدى المجتمع - أفراداً وجماعات - من خلال التعرف على هذه المؤسسة المعلوماتية ، وبخاصة ركائزها ، والتأكيد على أن كل ركيزة من هذه الركائز تمثل عنصراً فاعلاً في التوعية ابتداءً من إدارة المكتبة وانتهاءً بخدماتها ، ومروراً بالعاملين ، والمستفيدين ، والميزانية ، والتيسيرات ، والاستراتيجيات والسياسات ، وغيرها وأنها - أي الركائز - تمثل في مجموعها منظومة متناغمة تعمل بتناسق وتكامل وفاعلية لتحقيق أهداف المكتبات العامة وغاياتها ، فضلاً عن تنمية الوعي المعلوماتي ، وزيادة الإقبال على

منهج البحث :

يعتمد هذا البحث على المنهج النظري الوصفي وذلك بالاعتماد على الإنتاج الفكري المنشور في هذا المجال سواء كان هذا الإنتاج أجنبياً أو باللغة العربية . الجدير بالذكر أن الكتابات في موضوع البحث بدأت مبكراً وخصوصاً الكتابات الأجنبية أما باللغة العربية فإن الاهتمام بالموضوع لم يبدأ إلا حديثاً وبمستوى لا يرقى إلى الحاجة الفعلية لمثل هذه المواضيع .

أدبيات الموضوع :

بدأ الاهتمام بموضوع التسويق والعلاقات العامة بما في ذلك التوعية المعلوماتية مبكراً في العالم الغربي ، حيث نشرت العديد من الدراسات والمقالات والأبحاث في موضوع التسويق والعلاقات العامة ، بينما كان نصيب هذا الموضوع ضئيلاً في العالم العربي . ففي عام 1990 بدأت جمعية المكتبات الأمريكية American Library Association (ALA) بإصدار مجموعة من النشرات التي ينبغي على المكتبات استخدامها للترويج لخدماتها بنفسها . وفي عام 1915 استأجرت الجمعية خبيراً في مجال الترويج وكان أول ما روج له هو أسبوع المكتبة الوطني . وبدأت في نهايات العقد السابع من القرن العشرين تظهر العديد من الدراسات والمنشورات في مجال التسويق ومنها الدراسة التي قام بها كيز Kies بعنوان "Marketing and Public Relations for Libraries" ودراسة أخرى قام بها كل من باركر Barker والاس Wallas بعنوان " The Responsive Public Library : How to Develop and Market a Winning Collection .

دورها كأدوات لتنمية الوعي المعلوماتي في المجتمع هذه التنمية المعلوماتية لا تتأني فقط من خلال تزويد المكتبات بمصادر المعلومات المختلفة وتقديم خدمات معينة وإنما من خلال تطبيق استراتيجيات وبرامج العلاقات العامة والتسويق المناسبة في المكتبات العامة . فمن أبرز التأثيرات التي تنتجها عملية العلاقات العامة والتسويق هو التأثير الواضح على الاستخدامات المختلفة بالمكتبة .

وتكمن أهمية البحث أيضاً في أنه على الرغم من الانتشار الواسع للمكتبات العامة وضحامة وحدائة مقتنياتها فإن الملاحظ أن جمهور القراء في المكتبات العامة ضئيل جداً ولا يتناسب مع التطلعات المنشودة . ففي دراسة أجريت في التسعينات أوضحت أن ما نسبته 34% من الأمريكيين لا يستخدمون المكتبات العامة على الإطلاق . وكان من الأسباب المؤدية إلى هذا الانخفاض هو أن المكتبات لا تسوق نفسها بفعالية . فإذا كان هذا هو الحال في الدول المتقدمة فإن واقع الحال في الدول العربية سيكون أسوأ . حيث ما زالت المكتبات العامة في طور النهوض وما زالت تعاني من نقص التمويل وكذلك عزوف الجمهور عن استخدامها . ولهذا كانت الحاجة ملحة للتعريف ببركات المكتبات العامة ومنها العلاقات العامة والتسويق ودورها الحيوي في تفعيل دور المكتبات العامة المعلوماتية .

وإجمالاً فإن أهمية هذا البحث تكمن في التأكيد على الدور الهام والكبير الذي تلعبه العلاقات العامة والتسويق في مجال تنمية الوعي المعلوماتي .

libraries Chicago: American Library Association, 2002.

- Walters, Suzanne. Library marketing that works. Newyork: Neal-Schuman publishers, Inc, 2004.

أما فيما يتعلق بالمشورات العربية ، فهي كما ذكرنا سابقاً ضئيلة وفيما يلي عرض لما توفر الباحثان عليه من دراسات ومنشورات في المجال :

- الطائي ، فيصل علوان . المزيج التسويقي لخدمات المعلومات : نحو استراتيجية لتطبيق المفاهيم التسويقية الحديثة في المكتبات ومراكز التوثيق والمعلومات . مجلة المكتبات والمعلومات العربية، ع1، س21، يناير 2001 .

- حافظ ، عبد الرشيد عبد العزيز . التسويق في بيئة المكتبات الجامعية : المبررات والمعوقات . مجلة المكتبات والمعلومات العربية ، ع3 ، س23 ، يوليو 2003 .

- محمد ، عيبر هلال . دور المكتبات في محور الأمية المعلوماتية البيئية : دراسة مسحية لأنشطة عينة من المكتبات العامة بمحافظتي القاهرة والجيزة . الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات ، ع20 ، 2003 .

- شريف ، كامل شاهين . نحو استراتيجية لتسويق خدمات المكتبات والمعلومات في مكتباتنا العربية . مجلة المكتبات والمعلومات العربية ، ع4 ، س12 ، أكتوبر 1992 .

- عباس ، هشام عبد الله . تسويق خدمات المكتبات العامة . عالم الكتب ، ع6 ، مج13 ، 1992 .

- القبلان ، نجاح قبلان . دور المكتبات العامة في تنمية ثقافة الطفل دراسة تطبيقية على مكتبة الطفل التابعة لمكتبة الملك عبد العزيز العامة بالرياض . الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات . ع20 ، 2003 .

وفيما يلي قائمة ببعض المنشورات الأجنبية في

المجال والتي توفر للباحثين الإطلاع عليها :

- Roy, Lorine. Marketing in public libraries. Acquisition Librarian, no.24,2002.
- Sangam, SL., Konnur, P V. relations activities in Kamataka state public libraries. IASLIC Bulletin, no 38,1993.
- Berger, Patricia. AN investigation of the relationship between public relations activities and budget allocation in public libraries. Information processing and management, vol.15 no.4,1979.
- Coombs, Merolyn. Web site design for public libraries: a marketing tool for the new millennium. Australian Library Journal, vol.48, no.2,1999.
- Mushonga, Stephen B. Promotion and Publicity of public library services. Zimbabwe Librarian. vol. 19, no.2, 1987.
- Wadley, A L., J e.; Hayward. T E Marketing the public library service to the full time employed: future directions?. Library Management, vol. 18, no,5 and 6, 1997.
- Shontz, Marilyn L.; Parkr, Jon C.; Parker, Richard. What do librarians think about marketing? A survey of public librarians attitudes toward the marketing of library services. Library Quarterly, vol. 74, no. 1,2004.

كما أن هناك بعض الكتب التي تناولت الموضوع ومنها :

- Weinged, Darlene E. Future-Driven Library Marketing. Chicago: American Library Association, 1998.
- Karp, Rashelles S. Powerful public relations: A how to guide for

تحت إشراف شعبان عبد العزيز خليفة
(أطروحة ماجستير) . أسيوط : جامعة أسيوط
2001 .

- نصير ، محمد طاهر . التسويق الإلكتروني .
عمان : دار حامد ، 2004 .

كما أن هناك بعض الكتب العربية الأخرى في
المجال ولكن لم يتوفر للباحثين الحصول أو الإطلاع
عليها .

2. المكتبات العامة : الأهداف والركائز :

تمهيد :

تلعب المكتبات العامة اليوم ، أكثر من أي
وقت مضى ، دوراً فاعلاً في خدمة مجتمع المعرفة.
وللتعرف على هذا الدور ينبغي بادئ ذي بدء
التعرف على هذه المؤسسة المعلوماتية : ماهيتها ،
وأهميتها ، فضلاً عن رسالتها ، وأهدافها وغاياتها ،
ثم وظائفها لتحقيق هذه الرسالة والأهداف
والغايات . وكفاية وهدف أساسي من غايات هذا
البحث وأهدافه ، تم تحديد الركائز التي ترتكز
عليها هذه المؤسسة لتحقيق أهدافها وغاياتها ،
وهي ذاتها أهداف المجتمع الذي تخدمه ، وغاياته .

ويسلط البحث الضوء على العلاقات العامة
والتسويق - كركيزة هامة - لبيان دور المكتبات
العامة الحيوي والفاعل في تنمية الوعي المعلوماتي ،
لدى أفراد المجتمع وجماعته ومؤسساته ، وذلك من
خلال الدور الكبير الذي تلعبه - كمؤسسة
معلوماتية - في خدمة مجتمع المعرفة الحديث
والمعاصر .

ونستهل هذا البحث بالحديث عن : ماهية
المكتبات العامة ، وأهميتها :

- عبد الهادي ، محمد فتحي . المكتبات العامة
مراكز ثقافية ومجتمعية . الاتجاهات الحديثة في
المكتبات والمعلومات ، ع20 ، 2003 .

- ياسر ، مصطفى . مكتبة المعادي العامة نموذجاً
للمكتبات المصرية الحديثة . الاتجاهات الحديثة
في المكتبات والمعلومات ، ع20 ، 2003 .

- حسام الدين ، مصطفى . تطوير المكتبات
العامة في مصر : رؤية مستقبلية .
Cybrarians Journal ع6 ، سبتمبر
2005 . استرجع في 6 سبتمبر 2005 . متاح
في :

[http://www.cybrarians.info/journal/no6/
public lib.htm](http://www.cybrarians.info/journal/no6/public%20lib.htm)

ومن الكتب العربية في هذا المجال ما يلي :

- عمر ، أحمد نور . المكتبات العامة بين
التخطيط والتنفيذ (ط3) منقحة . القاهرة :
دار النهضة العربية ، 1978 .

- عمر ، أحمد نور . المعنى الاجتماعي للمكتبة ،
دراسة لأسس الخدمة المكتبية العامة
والمدرسية . الرياض : دار المريخ للنشر ،
1983 .

- بدر ، أحمد . العلاقات العامة بالمكتبات
ومراكز المعلومات ، مجلة المكتبات والمعلومات
العربية ، س13 ع3 ، يوليو 1993 .

- قطر ، محمود . تسويق خدمات المعلومات
بالمكتبات العامة : أسسه النظرية وتطبيقاته .
القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، 2004 .

- علام ، يسري زكي . تسويق خدمات
المكتبات والمعلومات : دراسة تطبيقية ، تحت
إشراف محمد فتحي عبد الهادي ، فتحى
مصيلحي المنوفية : جامعة المنوفية ، 1995 .

- ناجي ، مها محمود . العلاقات العامة والدعوة
المكتبية في بعض مكتبات القاهرة الكبرى ،

1.2 : ماهية المكتبات العامة ، وأهميتها :

يطلق البعض على المكتبات العامة " جامعة الشعب " أو " خزائن العلم العامة " ، ويصفها البعض بأنها : " بوابة المعلومات " . إنها تهب العلم - جوهر المعلومات - حراً ، تقدمه وتبثه لكل من يقصدها أو يتعامل معها .

وتقطع الطريق بطوله لتقدم خدماتها وسلعها، وأنشطتها وبرامجها ، وفعاليتها لكل من تحول ظروفه ، أو يمنعه عائق للوصول إليها ، أو التعامل معها (1) ، وذلك من خلال توظيف وتسخير كل ما تملكه من موارد بشرية ومادية (بما في ذلك بطبيعة الحال الموارد التكنولوجية) ، وما تطيقه من استراتيجيات ، وما تتبعه من سياسات ، ونظم ، وما يخكمها من تشريعات ، وتلتزم به من أخلاقيات وسلوكيات .

وتتبع أهمية المكتبات العامة من كونها تقدم خدماتها وأنشطتها ، وسلعها ، وكافة برامجها وفعاليتها - بشكل متكافئ ، ومتوازن ، وعادل للجميع (جميع فئات المجتمع) ودون أي شكل من أشكال التمييز ، أو التحيز بسبب النوع (ذكر أم أنثى) ، أو الدين ، أو اللغة ، أو الأصل ، أو اللون ، أو العمر ، أو المستوى التعليمي ، أو الوضع الاجتماعي أو المهني أو غير ذلك .

وتحاول المكتبات العامة من خلال ما تقدمه من خدمات وسلع معلوماتية - وفي حدود إمكاناتها وطاقاتها أن تمكن كل فرد من أفراد المجتمع الذي نتخدمه من أن يصل إلى أقصى ما يصبو إليه ، وإلى أقصى ما يمكن أن يستوعبه من موارد المعرفة ، من مؤسسة ، تمول من مصادر عامة ، وتلتزم باستمرار بتقديم هذه الخدمات والسلع بصورة كافية ، ونامية ، ومتجددة ، ومترابطة ، ومتكافئة (2) .

2.2 : رسالة المكتبات العامة :

كغيرها من مؤسسات المعلومات ، تعلن المكتبات العامة بوضوح ، في تشريعاتها ، ولوائحها وأدلتها ، ونشراتها ، وكافة وسائلها الإعلامية و الإعلانية ، وغيرها من الوسائل المتاحة ، أن رسالتها هي : بث وتقديم البيانات (المادة الخام للمعلومات) ، والمعلومات الموثقة والمناسبة ، بالشكل المناسب (مصادر معلومات تقليدية والإلكترونية) وبالقدر المناسب ، للشخص المناسب ، وفي المكان المناسب (داخل المكتبة وخارجها) ، وفي الوقت المناسب .

والتحدي الحقيقي الذي يواجه المكتبات العامة وهي تصوغ رسالتها ، وتعلنها ، وبخاصة في المجتمعات النامية ، هو : بث وتقديم البيانات والمعلومات - كخدمة وسلعة - طوال أيام الأسبوع السبع ، وعلى مدار الساعة .

إن تحديد رسالة المكتبات العامة ، وصياغتها بشكل واضح ومحدد ، ثم إقرارها ، وإعلانها ، تعد بمثابة الخطوة الأولى في مجال الدعوة ، والتوعية ، في إطار برنامج رسمي للعلاقات العامة والتسويق للمكتبة ، وكل ماله صلة بها ، وبخاصة : أنشطتها وبرامجها ، وفعاليتها ، وخدماتها ، وسلعها .

2-3 : أهداف المكتبات العامة ، وغاياتها :

للمكتبة العامة كغيرها من مؤسسات المعلومات أهداف عامة ، كالتربية ، والتعليم ، والإعلام ، والثقيف ، والإسهام في حفظ التراث الوطني ، وغيرها من الأهداف العامة . وهذه غير الأهداف المحددة كخطة أو عملية نحو الأمية ، أو تعليم الكبار ، وهذه وتلك ، أي الأهداف العامة والخاصة (المحددة) ، غير الغايات ، والتي نعني بها

الأهداف الكبيرة ، كالتنمية الشاملة والمستدامة ، والمواطنة الصالحة ، وغيرها .

وكما تنص على رسالتها بشكل واضح ، تنص المكتبات العامة على أهدافها وغاياتها ، وتعلنها بكافة الوسائل المتاحة . ونشير هنا - بإيجاز - إلى أهم الأهداف ، والغايات :

1- التربية والتعليم :

ومن خلال تحقيق هذين الهدفين ، تدعم المكتبات العامة مهمة الأسرة ، وتساند مكتبتها ، فضلا عن مساندة المكتبات المدرسية ، والجامعية ، والمتخصصة ، وغيرها . كما تشارك في برامج محو الأمية ، وتعليم الكبار ، وبرامج التعليم السذائي والمستمر ، وغيرها من البرامج ، والأنشطة ذات الصلة .

2- التثقيف :

وذلك من خلال كافة البرامج والأنشطة والفعاليات التي تكفل للمستفيد تنمية تذوقه الفني والجمالي ، والتكيف مع مجتمعه ، وحماية ثقافته وتراثه ، والانفتاح الملتزم والواعي على الثقافات العالمية ، فضلا عن اكتساب مهارات التعبير الحر ، والحوار ، والنقد الهادف ، والبناء .

3- الإعلام :

من خلال إمداد الأفراد والجماعات ، والمؤسسات بالبيانات والمعلومات الدقيقة والموثقة وبخاصة الجارية ، للتوعية بما يجري على المستويات المحلية والإقليمية والعالمية ، وفي مختلف المجالات المرتبطة باهتمامات ، واحتياجات ، وتطلعات الوطن والمواطن .

4- الإسهام في الحفاظ على التراث الوطني :

تشارك المكتبات العامة بشبكاتها ونظمها المكتبات الوطنية على المستويين الوطني والإقليمي في مجال الحفاظ على التراث الوطني والقومي ، والتعريف به ، وإبرازه ، والحث على العناية به ، وصيائه ، ودراسته ، والإفادة منه .

5- التسلية والترفيه :

من خلال البرامج والأنشطة والفعاليات الموجهة والهادفة ، والتي ترمي إلى تشجيع الاستثمار الواعي والإيجابي لأوقات الفراغ- خاصة بالنسبة للشباب - وبما يعود بالنفع على الأفراد والجماعات .

6- أهداف أخرى :

عندما تتاح المكتبات العامة للجميع - بكل مستوياتهم التعليمية ، والثقافية ، والمهنية - فإن هذه الإتاحة ، والجهد المبذول فيها يعد خدمة اجتماعية من الطراز الأول ، وهذا هدف عام آخر ، يضاف إلى قائمة الأهداف المذكورة آنفا .

وتتعدد الأهداف وتتشعب ، ولكن يشترط أن تكون واضحة وعملية ، ومعلنة للجميع ، وكجزء عضوي ومكمل لرسالة المكتبات العامة ، وغاياتها .

هذا عن الرسالة والأهداف ، فماذا عن ، غايات المكتبات العامة ؟

غايات المكتبات العامة هي ذاتها - كما الأهداف - غايات المجتمع الذي تخدمه ، وهي الامتداد الطبيعي لهذه الأهداف ، والمكملة لها ، والمتوجهة .

ونشر هنا - وبإيجاز شديد - إلى غايات المكتبات العامة . ونقرر بادئ ذي بدء أن غاية الغايات هي : " رضوان الله عز وجل " ، وله سبحانه وتعالى : " .. خزائن السموات والأرض .. " ، ومنها ، بل ومن أهمها : " خزائن العلم العامة " ، والتي اصطلح على تسميتها : " المكتبات العامة " ؟ ويولي رضوان الله عز وجل - كغاية - السيادة ، والقيادة والريادة (4) .

لقد أدركت الولايات المتحدة الأمريكية ، ما للمكتبات العامة من أهمية ، فأولتها المزيد من الاهتمام والعناية . وتربط جمعية المكتبات الأمريكية بين استخدام المكتبات العامة ، واستمرار الحفاظ على قيادة العالم ، فتقرر في أحد مطبوعاتها الرسمية الصادرة في منتصف الخمسينيات ، من القرن الماضي ، أنه " إذا أردت الولايات المتحدة الأمريكية أن تستمر في قيادة العالم ، فإنه يتعين على شعبها الاستمرار في توسيع أفقه العقلي ، وأن يبدل الجميع ما في وسعهم لاستخدام المكتبات العامة ، بشكل دائم وفعال " (5) .

ويمكن أن نوجز ما سبق لنؤكد على أن السيادة والقيادة والريادة كغايات ، ترتبط بالسعادة - في الدارين - والتنمية الشاملة والمستدامة ، والمواطنة الصالحة ، والأمن والسلام ، وغيرها من الغايات التي يصبو إلى تحقيقها الوطن والمواطن ، والتي تعلنها المكتبات العامة في تشريعاتها ، ووثائقها ، وأدلتها كغايات مشتركة للمكتبات العامة والمجتمع (6) .

ويبقى السؤال الذي لن نسأم من تكراره : ما علاقة وظائف المكتبات العامة - المذكورة آنفاً - بتنمية الوعي المعلوماتي ؟ وتقفر الإجابة إلى الذهن قفزا :

إن إدراك ومعرفة أفراد المجتمع ، وجماعته ، ومؤسساته بوظائف المكتبات العامة من شأنه تدعيم وتقدير الدور الكبير ، والمهام العديدة التي تؤديها المكتبات العامة ، من أجل تقديم البيانات والمعلومات والمعارف الموثقة ، والمناسبة ، للفرد والجماعة .

ولكي تؤدي المكتبات العامة دورها بفاعلية وكفاءة ، وتنجح في القيام بوظائفها الثلاث :

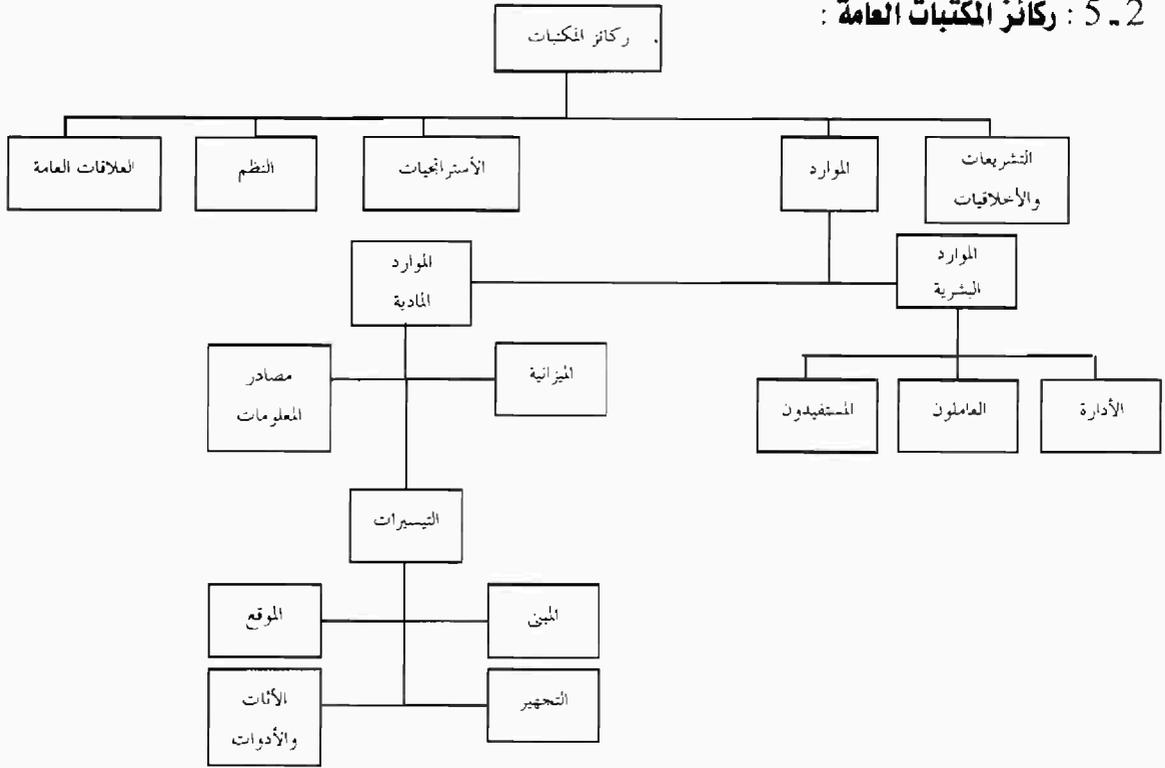
2-4 : وظائف المكتبات العامة :

وظائف المكتبات العامة لتحقيق رسالتها ، وأهدافها ، وغاياتها يعرفها جيداً ويستوعبها العاملون في هذه المكتبات ، وقد تم إعدادهم

وقواعد ترتكز عليها وتستند . وهذه تشكل منظومة متكاملة ، متناسقة ، ومتناغمة .

التدبير ، والتيسير ، والبث والتقدم ، فضلا عن تحقيق أهدافها وغاياتها ، فإنها في حاجة إلى ركائز

5-2 : ركائز المكتبات العامة :



شكل (1) ركائز المكتبات العامة

وتناول فيما يلي - وبإيجاز - أهم واجبات ومهام الأطراف الثلاثة (الإدارة - العاملون - المستفيدون) في مجال تنمية الوعي المعلوماتي :

الإدارة :

برنامج العلاقات العامة يبدأ في داخل المكتبة وفيما بين الإدارة والعاملين ، قبل أن يبدأ مع المجتمع - داخل المكتبة وخارجها - وعلى الإدارة في هذا المجال العديد من المسؤوليات والمهام ، يأتي في مقدمتها إشاعة روح الود والمحبة والتفاهم ، والدعوة إلى الترابط والتعاون ، والتعامل كفريق

الموارد البشرية :

تتجسد الموارد البشرية في إدارة المكتبات العامة التي يوكل إليها تحقيق الأهداف والغايات ، وتتولى وظائف التدبير والتيسير ، والبث والتقدم فضلا عن القيام بمهام التخطيط ، والتنظيم ، والتوظيف ، والإشراف والتوجيه ، والتنسيق ، والرقابة ، والمتابعة ، والتمويل وغيرها من المهام الواجبات ذات الصلة ، يساعدها ويساندها هيئة من العاملين أحسن إعدادها ، وتأهيلها ، واختيارها ، ويرفع كل هؤلاء شعار : " المستفيد أولا وأخيرا " .

والسلع المعلوماتية الكافية والمناسبة ، والإسهام في برامج المكتبات وأنشطتها وفعاليتها (8) .

العاملون :

موظفي المكتبة هم القوة المركزية لكل برامج العلاقات العامة والتسويق . والحق يقال أن الخطوة الأولى لإقناع الجماهير بأهداف المكتبة ، وغاياتها ، وخدماتها ، وكل ما له صلة بها ، هي إقناع العاملين بالمكتبة أولاً ، هذا من جانب ، ومن الجانب الآخر فإن عنصر الصلة الشخصية الفردية بين المستفيد وبين من يتعامل معه من هيئة المكتبة يعد أقوى عناصر العلاقات العامة والتسويق (9) .

وتدرك الإدارة الواعية والرشيده هاتين الحقيقتين فتقوم بتوزيع أعباء وأدوار تنفيذ برامج العلاقات العامة والتسويق - وما يتصل بها من دعوة ، وتوعية ، وترويج - بين جميع موظفي المكتبة ، بحيث يساهم كل عضو بما يتناسب مع قدراته وإمكاناته خاصة وأن النشاط الذي تغطيه برامج العلاقات العامة والتسويق يتنوع إلى الحد الذي يسمح بالاستفادة من كل موهبة أو مهارة قد يتمتع بها كل موظف أيا كان موقعه ، أو مستواه (10) .

المستفيدون :

يشارك المستفيدون في تحقيق أهداف المكتبات العامة وغاياتها وبرامجها ، من خلال جماعات منظمة ، ووحدات ، ولجان نشطة من أشهرها وأهمها : جماعة أصدقاء المكتبة ، والتي يطلق عليها البعض : " الجيش الاحتياطي للمكتبة " ، وتشارك هذه الجماعة ، وغيرها من اللجان المشكلة من المستفيدين في العديد من المشروعات العملية ،

واحد ، وأسرة واحدة ، تعمل معا من أجل تحقيق أهداف وغايات واضحة ومحددة .

ولمواجهة التحديات والمتغيرات في الساحة المعلوماتية - والتي تتأثر بها المكتبات العامة - على الإدارة أن تعد العديد من البرامج التأهيلية والتنشيطية والتطويرية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وأن ترفع وتطبق هذا الشعار :

" الإعداد والتأهيل والتطوير للجميع : للإدارة ، للعاملين ، للجمهور ، تعليماً وتدريباً ، وتطويراً "

ولضمان نجاح وفعالية برامج العلاقات العامة والتسويق - بما في ذلك بطبيعة الحال الدعوة والتوعية - على إدارة المكتبات العامة إنشاء إدارة خاصة أو قسم خاص بالعلاقات العامة والتسويق على مستوى النظام والتشكيل ، وبحيث تكون المهمة الأولى من مهامه التعرف على احتياجات الجمهور ، ممن يتعامل مع المكتبات ، أو لا يتعامل وتحليل هذه الاحتياجات ، في إطار دراسة شاملة للبيئة والمجتمع المحيط بالمكتبة أو المكتبات .

تشارك لجنة المكتبة ، أو مجلس إدارة المكتبة (لجنة الحكماء) الإدارة في مسؤولياتها تجاه المكتبة والمجتمع ، وهي تمثل مختلف القوى الاجتماعية والمجتمع ، وتتحدث باسم المجتمع داخل المكتبة ، كما تتحدث باسم المكتبة داخل المجتمع وتسعى هذه اللجنة جاهدة بالتنسيق والتعاون مع إدارة المكتبة والعاملين بها من أجل ضمان الحصول على مخصصات مالية كافية ومستمرة من الحكومة والمجتمع ، فضلاً عن استصدار التشريعات والقوانين المناسبة ، وإقناع الأفراد والجماعات والمؤسسات بالحصول لأنفسهم على الخدمات

والتي من أهمها العمل على زيادة المبالغ المالية المخصصة لشراء مصادر المعلومات - خاصة الإلكترونية - وتجهيزاتها ، وغير هذه كثير (11) .

وإيماننا بالدور الذي يؤديه المتطوعين كجماعات ولجان ومجالس (مجلس إدارة المكتبة ، جماعة أصدقاء المكتبة ، وغيرها) ، أعدت بعض المكتبات العامة دستورا خاصا وميثاقا لضمان حقوق هؤلاء المتطوعين ، وتحديد واجباتهم ، فضلا عن إعلان المبادئ والأهداف الخاصة بهذه الجماعات واللجان والمدارس والمجالس ، وفي مقدمتها : السعي نحو مستوى راق من الخدمات والسلع المعلوماتية ، والأنشطة والبرامج التي تقدمها المكتبات العامة ، وتحديد المعايير الخاصة ببرامج التطوير - تعليم وتدريب وتطوير المستفيدين - ، وبرامج العلاقات العامة والتسويق ، وغيرها . ولم تكن هذه المكتبات ، والعاملين بها بإعداد الدساتير والمواثيق ، بل فتحت بالفعل عقولها ، وقلوبها ، ومكاتبها لاستقبال هؤلاء المتطوعين ، وغيرهم من المستفيدين - على اختلاف مستوياتهم وأعمارهم - تتلقى منهم المقترحات ، وتنظر في شكاواهم ، وتقدم لهم بإخلاص النصيحة والمشورة(12) .

هذا ويؤكد العاملون في مجال الدعوة والتوعية والتسويق والترويج ، على أن الزبون الحقيقي هو الزبون الدائم ، ويرون أن أول ما يجب أن نهتم به هو أن يعاود الزبون المجيء إلى المكتبة عن ميل ورضا متجدد ، حتى يصبح هو نفسه أداة لأقوى وسائل الإعلام ، والإعلان ، والدعوة ، والتوعية ، والترويج (13) .

الموارد المادية :

ويتصل الحديث عن الموارد البشرية ، بالحديث عن الموارد المادية ، والتي تتجسد - كركائز - في : ميزانية المكتبات العامة (إيراداتها ومصروفاتها) ، والتيسيرات التي تقدمها من خلال موقعها ، ومبناها ، وأثاثها وأدواتها ، وتجهيزاتها ، وأخيرا مصادر المعلومات (التقليدية والإلكترونية).

وتتعامل في هذا البحث مع هذه الموارد كما تعاملنا مع الموارد البشرية كركائز ، كل ركيزة منها لها دورها في البرنامج ، برنامج العلاقات العامة والتسويق وتتعامل مع الركائز ككل ، كمدخلات وعناصر إذا تم تدبيرها وتوفيرها ، فإن ذلك ينعكس بالإيجاب على مخرجات المكتبات العامة ، ونعني بها خدمات وسلع المعلومات (خدمات المستفيدين) .

إن الدافع الأول والأساس لتعامل المستفيد مع المكتبة العامة - وغيرها - هو ما يقدم له من خدمات وسلع معلوماتية ، والتي من خلالها يحقق أهدافه وغاياته ، وهي ذاتها - كما ذكرنا من قبل - أهداف المجتمع وغاياته .

ونؤكد هنا على أن أي خلل أو نقص في هذه الركائز - بشرية أو مادية - يؤدي في النهاية لا محالة إلى خلل أو نقص في تقديم الخدمات والسلع للمستفيدين . وهذه الركائز جزء من المنظومة المتكاملة ، المتناغمة ، والتي أشرنا إليها سابقا في الشكل التوضيحي رقم 1 .

الميزانية (التمويل) :

الأصل والأساس في الخدمات والسلع المعلوماتية التي تقدمها المكتبات العامة أنها مجانية ،

العادي للأسعار ، وبخاصة أسعار مصادر المعلومات، وتجهيزاتها ، وغيرها من المصروفات ، وأوجه النفقات .

التييسيرات (التسهيلات) :

ركيزة أخرى ، بل مجموعة من الركائز ، ركائز المكتبات العامة ، لتنمية الوعي المعلوماتي ، تقدمها المكتبات العامة لروادها - لجمهورها - ابتداء من الموقع المناسب للمكتبة الرئيسة (المركزية) ، والمكتبات الفرعية ، بما في ذلك سيارات وقوارب الكتب (المكتبات المتنقلة) وغيرها - ومرورا بالمبنى الواسع . والأثاث العملي والمريح ، والأدوات المعنية ، وأخيراً التجهيزات الحديثة والمتطورة ، والتي تحقق في النهاية أهداف المكتبات العامة وغاياتها ، وتدعم رسالتها .

ويشارك الجميع في التخطيط المحكم والمرن لتقدم هذه التيسيرات ، ومنهم - بالاضافة إلى إدارة المكتبة والعاملين بها - مجالس الإدارة ، وجماعات أصدقاء المكتبة ، وغيرهم . ومن هؤلاء نشير إلى المهندسين والذين يدرسون ، ويتعرفون على شبكة المكتبات العامة ، وكما له صلة بها تاريخها ، رسالتها ، أهدافها ، غاياتها ، وظائفها ، ركائزها ، خدماتها ، برامجها - وبخاصة برامج العلاقات العامة والتسويق - ويتم التعامل معهم كشركاء أساسيين في هذا المجال ، تخطيطاً ، ومتابعة وتنفيذاً ، وصيانة (16) .

ونشير فيما يلي - وبإيجاز - إلى الدور الذي يلعبه كل من : الموقع ، والمبنى ، والأثاث ، والأدوات ، والتجهيزات ، في تنمية الوعي المعلوماتي :

تمولها الدولة من الأموال العامة ، والضرائب وغيرها . وتتعاون المجالس المحلية والبلديات ، والمحافظات والولايات ، وغيرها مع الحكومة المركزية لتقدم الدعم المالي للمكتبات العامة ، كما يسهم القطاع الخاص ، فضلاً عن الأفراد والمؤسسات غير الحكومية وغيرها لتقدم المنح والمساعدات غير المشروطة في مجال الدعم المالي لهذه المكتبات . وتشعر المكتبات العامة بالجمهور بأن هذه المكتبات مكتباتهم ، وأنهم شركاء فيها رغم أن العبء المالي عليهم في هذه الشركة بسيط وذلك من خلال تشجيعهم على تقديم المزيد من العون المالي لمكتباتهم (14) .

وكغيرها من مؤسسات المعلومات ، اضطرت المكتبات العامة إلى فرض رسوم على بعض خدماتها وبيعها ، كخدمات الانترنت ، والتصوير وغيرها بسبب ارتفاع كلفة مصادر المعلومات - وبخاصة الإلكترونية - وتجهيزاتها . ولأن خدمات المكتبات العامة في الأصل مجانية ، تقدم للقادر مادياً وغير القادر فقد ارتفعت بعض الأصوات تطالب بتأسيس وإنشاء شبكات مجانية ، تكفل لغير القادرين مادياً إمكانية الاستفادة من مصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة عبر الشبكات ، وبخاصة الإنترنت (15) .

وتضع المكتبات العامة - نصب عينها - وهي تخطيط ميزانيتها - إيراداتها ومصروفاتها - البند المخصص للعلاقات العامة والتسويق ، وما يتصل به من تحديد مبالغ - ليست بالقليلة - للمسوح ، والدراسات الخاصة بالجمهور ، فضلاً عن برامج الدعوة والتوعية ، وتكاليف الإعلان والإعلام وغيرها . وتثبت دوماً من كفاية المبالغ المخصصة لبرامج العلاقات العامة ، في ظل الارتفاع غير

أ- الموقع :

وغيرها ، وهذه غير القاعات والأماكن المخصصة لنوعي الحاجات الخاصة ، وبخاصة متحدي الإعاقة كالمكفوفين ، والصم والبكم ، وغيرهم .

ولسلامة الجميع وأمنهم (الإدارة - العاملون - المستفيدون) ، فضلا عن المجموعات والتجهيزات الكهربائية والإلكترونية تتخذ إدارة المكتبات العامة كافة الإجراءات والوسائل المعنية على صيانة المبنى من الداخل والخارج بما في ذلك أمن وسلامة تجهيزاته وشبكاته ، وبحيث توفر الراحة والطمأنينة للجميع .

ج- الأثاث والأدوات :

الأثاث الكافي والمريح والعملية - كما المبنى الفسيح المريح - يشجع على البقاء داخل المكتبة ، والتعامل معها ، والعودة إليها مرات ومرات . ويستوعب الأثاث (الخزائن / الطاولات / المقاعد / وغيرها) مجموعات المكتبة على اختلاف أشكالها المادية (التقليدية والإلكترونية) ، كما يستوعب العاملين والرواد ، ويسهم مع المبنى في راحة الجميع (20) .

ولا تدخر المكتبات العامة وسعاً في توفير كافة الأدوات المعنية ، كالقرطاسية ، والأقراص المكتزة الحام (CD,S) ، وغيرها ، خدمة للعاملين والرواد .

د- التجهيزات (العتاد) :

توائم المكتبات العامة بشكل دقيق وفعال ، فيما بين ما تكتنيه من مصادر المعلومات - وبخاصة المصادر الإلكترونية - وبين التجهيزات المناسبة لها . وتحرص طوال الوقت على تحديث هذه التجهيزات ورفع كفاءتها لتواكب التقدم الكبير في مجال صناعة المعلومات والاتصالات . وتسخر المكتبات العامة كافة ما تكتنيه من تجهيزات وعتاد

تراعى اللجان الخاصة بالمبنى اختيار الموقع المناسب على ضوء دراسات تخطيطية استطلاعية في هذا المجال ، ويراعى أن يكون الموقع قريباً من أماكن التجمعات السكانية ، كالمدارس والأسواق التجارية ، والنوادي ، والجمعيات ، والمؤسسات الحكومية ، ويمكن أن تقتسم المكتبات العامة بعض المباني الضخمة مع المؤسسات الأخرى والجمعيات وبخاصة جمعيات النفع العام ، كجمعيات المرأة ، والنوادي العلمية ، وغيرها (17) .

بد المبنى :

تلعب المظاهر الجمالية دوراً أساسياً وإيجابياً في تأمين الراحة النفسية لرواد المكتبة ، والعاملين بها فإذا كان الشكل الخارجي للمكتبة يشجع الجمهور على دخولها ، فإن تصميم المبنى الداخلي يدفع الرواد على البقاء فيها ، واكتشاف مصادرها ومواردها ، والإفادة منها (18) .

وتمثل سعة المبنى من الداخل والمساحات الخارجية المحيطة بالمبنى - عنصراً رئيساً وهاماً لرعاية في الإقبال على المكتبات العامة ، والتعامل معها ، والتردد عليها (19) ، ومن هذه المساحات : القاعات الفسيحة التي تتسع للمجموعات ، وللعاملين ، والمستفيدين ، فضلاً عن الحدائق ، والفراغات الكافية للتوسع المستقبلي . وهذه غير المنطاعم والمقاهي التي تقدم الوجبات الخفيفة ، ودورات المياه النظيفة ، ومواقف السيارات والدراجات والحدائق ونوافير المياه ، وكل ما يوفر الراحة ، ويشجع جواً من البهجة والسرور .

ولأنها جامعة الشعب ، فإن المكتبة العامة تخصص قاعة كبيرة أو أكثر للاجتماعات والاحتفالات ، والندوات ، والمؤتمرات ، والمعارض

والعمال وغيرهم ، والذين تحول ظروفهم للوصول إلى المكتبات العامة ، أو التعامل معها كالمريض والمساجين وغيرهم ، كما تحرص على اقتناء وتدبير كل هذه المصادر بكل اللغات ، وبخاصة اللغة الأم . إنها المعادلة الصعبة .

ولتلبية احتياجات مجتمعتها . فإنها تعقد الاتفاقات التعاونية لاقتسام المصادر المعلوماتية ، وتنظم في إطار نظم معلوماتية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي ، لصالح المستفيدين .

وفي مجال تدبير وبناء وتنمية مصادرها ، تشجع المكتبات العامة أفراد المجتمع وجماعته على إهداء مصادر المعلومات على أن تعترف بإعترافا كاملا بمداياهم وهباتهم وفضلهم ، بحيث تحفز على المزيد من العطاء والإهداء ، ولدعوة الآخرين إلى تقليدهم (23) .

ومن خلال العروض الجذابة . تروج وتسوق المكتبات العامة لمصادرها ، المشتراه والمهداة ، والمتبادلة ، كما تعد القوائم البيوجرافية ، وتنظم أحداث الكتب ، وغيرها من الأنشطة والفعاليات

الاستراتيجيات والسياسات :

للمكتبات العامة - كغيرها من مؤسسات المعلومات - استراتيجياتها وخططها وسياساتها الخاصة . ويربط الشامي وزميله حسب الله في معجمها الموسوعي (24) ، فيما بين الاستراتيجيات والسياسات تحت عنوان :

" عملية اتخاذ القرارات فيما يتعلق بأهداف المؤسسة ، واستخدام الموارد ، وتطبيق السياسات من أجل تحقيق هذه الأهداف " .

وقد تناولنا - من قبل - موضوع الأهداف - أهداف المكتبات العامة ، والبراد البشرية ،

لبث وتقديم البيانات والمعلومات لكل من يحتاجها داخل المكتبة وخارجها ، وبخاصة المدارس ، المنازل ، والمكتبات ، والجامعات ، والمصالح الحكومية ، وجمعيات النفع العام ، وغيرها . إنها إتاحة جديدة وسريعة ودقيقة ، إتاحة إلكترونية Remote access تضاف إلى الإتاحة التقليدية ، تحقيقا وتلبية لاحتياجات المستفيدين (21) .

وتفيد المكتبات العامة - بشكل فعال - من التجهيزات الإلكترونية الحديثة ، والارتباط بالشبكات المعلوماتية - وبخاصة الانترنت - وتسخر كل ذلك لسرد قصتها ، قصة المكتبات العامة ، وكل ما له صلة بها ، كجزء أساس من برنامج العلاقات العامة والتسويق (22) .

ولأن الصيانة نصف الإنشاء ، تعد المكتبات العامة برنامجا خاصا للصيانة ، تنتظم فيه صيانة المبني ، والأثاث والتجهيزات ، فضلا عن مصادر المعلومات - التقليدية والإلكترونية - لتسهم الصيانة دوما في كسوة المكتبة العامة برداء جميل ، وجذاب ، ومؤثر .

مصادر المعلومات :

كمورد مادي ، وركيزة هامة ، ما الدور الذي تلعبه مصادر المعلومات - التقليدية والإلكترونية - في تنمية الوعي المعلوماتي ؟ . الدور كبير وهام ، فهي بمثابة الجوهر ، إنها السلعة إنها الخدمة . وفي حدود إمكاناتها ومواردها البشرية والمادية تقتني المكتبات العامة كل أو معظم الأشكال المادية ، في كل الموضوعات - موضوعات المعرفة البشرية ، ولكل المستويات - مستويات المستفيدين - بما في ذلك ذوي الاحتياجات الخاصة (المكفوفين ، الصم ، البكم ، وغيرهم) ، والفئات الخاصة كربات البيوت ،

والموارد المادية ، وكان آخرها مصادر المعلومات -بقي لنا :

1- اتخاذ القرارات ، فيما يتعلق بأهداف المكتبة العامة .

2- استخدام الموارد البشرية والمادية لتحقيق هذه الأهداف .

3- تطبيق السياسات اللازمة لتحقيق هذه الأهداف .

ولتحقيق أهداف هذا البحث ينبغي الإجابة على الأسئلة التالية :

1- ما السياسات الخاصة ببرامج العلاقات العامة والتسويق ؟ ما تفاصيلها ؟ وكيف نحققها من خلال الاستفادة القصوى من مواردنا ؟

2- ما الخطط والاستراتيجيات (طويلة المدى ، ومتوسطة المدى ، وقصيرة المدى) ، المتعلقة ببرامج العلاقات العامة والتسويق ، وما يتصل بها من أنشطة وفعاليات وغيرها !؟

وبناء على ما سبق فإن التخطيط السليم والدقيق يتطلب :

1- جمع ما يمكن جمعه من البيانات والمعلومات عن المجتمع المستهدف ، باستخدام كافة الوسائل المتاحة (دراسات مسحية ، استبانات مقابلات ... إلخ) (25) .

2- إعداد خطة شاملة (مكتوبة) للعلاقات العامة والتسويق ، كجزء هام وحيوي ، من خطط المكتبات العامة ، تعدها وتشرف عليها الإدارة المركزية للمكتبات العامة ، وتتابعها من خلال قسم خاص للعلاقات العامة والتسويق (26) .

إن غياب الاستراتيجيات والسياسات المحددة والواضحة والمعلنة يعني الفوضى ، والارتجال والعشوائية ، خاصة وأن مجتمع المعرفة المعاصر

يتعامل مع حضارة الحاسب والانترنت ، وثورة المعلومات والاتصالات ، وذلك بهدف إتاحة البيانات والمعلومات محليا وإقليميا وعالميا ، وتلبية احتياجات المستفيدين بسرعة ، ودقة ، ويسر (27).

التشريعات والأخلاقيات :

المكتبة العامة حق للشعب على الدولة ، لأنها أداة للتثقيف ، وللتربية والتعليم ، والإعلام ، والترفيه . ولكونها أداة تنفيذية لهذا الهدف الاحتمالي فإنها تدبر مصادر المعلومات ، وتيسرها وتبثها وتقدمها للجماهير . ولكي تؤدي وظائفها وتحقق رسالتها وأهدافها كمؤسسة تخدم الجميع ، فإنه لا بد من أن تعتمد في إنشائها ، وصيانتها ، وتميبتها على سلطة القانون ، ولا بد كذلك من أن تستند مواردها المالية - كلها أو بعضها - إلى الميزانية العامة للدولة (28) .

إن التشريعات والقوانين تكفل ضمان الموارد الكافية ، والدعم المادي المستمر ، بما في ذلك المخصصات المالية لبرامج العلاقات العامة والتسويق ، فضلا عن تأمين اختيار العناصر الصالحة للعمل في مختلف مواقع المكتبات العامة ، وإدارتها وأقسامها ، بما في ذلك : إدارات وأقسام العلاقات العامة والتسويق .

وكغيرها من مؤسسات المعلومات ، تعد المكتبات العامة لائحة عامة للعمل بها في التشكيل المكتبي ، أو النظام المعلوماتي ، تتضمن كافة التشريعات والنظم والقواعد ذات الصلة بالعمل ، بما في ذلك ، العلاقات العامة والتسويق ، ويدعم هذه اللائحة - كشكل من أشكال التشريعات - القوانين والقرارات والأدلة والنشرات وغيرها ، والتي تصدر بشكل دائم ومستمر من قبل إدارة

المكتبات العامة وغيرها من الجهات الرسمية المعنية بالأمر ، وبخاصة التشريعية .

وكما تلتزم برامج العلاقات العامة والتسويق بالتشريعات والقوانين ، فإنها تلتزم كذلك بمستويات وأخلاقيات يجسدها ويوضحها الدستور الأخلاقي للعاملين ، والذي يرسخ المبادئ والقواعد والقيم الأخلاقية التي لا تنفصل عن التشريعات والقوانين ، ومن هذه المبادئ : الحق في التعبير ، من خلال الأنشطة والفعاليات والبرامج التي تنظمها المكتبات العامة بشرط عدم الإضرار بالآخرين ، أو الإساءة إليهم (29) .

وعلى المكتبات العامة ، وفي إطار برامج العلاقات العامة والتسويق ، وبخاصة الدعوة والتوعية ، أن تحرص كل الحرص على كرامة المكتبة ، وكرامة ما تعنيه كلمة المكتبة من تراث ، ومعرفة ، وثقافة ، وعلم ، وحكمة ، وكلها معاني سامية ، بحيث لا تنزل إلى مستويات الترويج الرخيص ، أو التهويل الكاذب ، أو الفخر الأناني ، أو الاستجداء المزري ، أو الدعاية الصارخة . وعلى الداعية والقائمين بالتوعية احترام المستفيد عند التعامل معه ، واحترام عقليته (30) .

وفي الدستور الأخلاقي الذي تعلنه المكتبات العامة للجميع وتبنيه ، ينبغي النص فيه على عدم تحيز المكتبات العامة لأي فرد أو فئة من فئات المجتمع ، وقد أعلنت من قبل أنها جامعة للشعب ، تهب العلم حرا ، وأنها المؤسسة المعلوماتية التي يتجسد فيها كل وجهات النظر حول أي موضوع من الموضوعات .

النظم :

النظم جميع نظام ، والنظام مجموعة مسن العناصر - ذات صفات معينة - تتفعل مع بعضها البعض ، من أجل تحقيق أهداف معينة . والهدف النهائي من النظام هو خدمة المستفيد بشكل جيد (31) .

وعند تصميم نظام للمكتبات العامة ، ينبغي أن يعبر هذا التصميم عن الانتماء للدولة صاحبة النظام ، وأن يعكس حضارتها ، كما يسهل عمليات البحث فضلا عن تحسين الخدمات ، وتقديم خدمات جديدة ، وتفصيل الأنشطة والفعاليات والبرامج والسيطرة على التعقد والكم الهائل من البيانات والمعلومات المتاحة ، وتوفير المرونة والسرعة ، والدقة ، والأمن والسلامة ، والحماية ، وغير ذلك كثير (32) .

ونقف هنا - وقفة قصيرة - لنسأل - ما دور هذه الأنظمة المعلوماتية - وبخاصة الآلية - في تنمية الوعي المعلوماتي ؟ . وكالعادة ، تقفز الإجابة إلى الذهن قفزا :

تسهل النظم المعلوماتية - وبخاصة الآلية - في تفعيل دور شبكة المكتبات العامة . والشبكات المتعاونة معها كالمكتبات الوطنية ، والمدرسية ، والجامعية ، والمتخصصة ، وغيرها - على المستوى الوطني ، والإقليمي ، والعالمي - ، خدمة لجمهورها ومجتمعها ، وترشيدا لبرامج وفعاليات العلاقات العامة والتسويق .

إن التطوير الدائم ، والتحسين المستمر لنظم المعلومات المستخدمة في المكتبات العامة يعد واحدا من المؤشرات الهامة الدالة على السعي الحثيث لتحويل هذه المؤسسات المعلوماتية . من مؤسسات تقليدية إلى مؤسسات ديناميكية فاعلة تساهم

بإيجابية في خدمة المستفيدين منها ، وتحقيق أهدافهم ، وتناغم مع مجتمع المعرفة المعاصر .

هذا وقد أتاحت شبكة المعلومات العالمية (internet) الانفتاح على النظم الوطنية والإقليمية والعالمية ، من خلال الشبكات القوية والمترابطة والمتعاونة . وقد تجلّى هذا على المستويات المحلية من خلال ربط المكتبات العامة - وبخاصة المكتبة العامة المركزية - بالمكتبات الفرعية في المدن والقرى . ومن خلال المرونة والحركة دعمت سيارات الكتب (المكتبات المتنقلة) النظام المعلوماتي، بما في ذلك بطبيعة الحال برامج العلاقات العامة والتسويق ، وهو ما يعنينا هنا في هذه الدراسة (33) .

العلاقات العامة والتسويق :

في إطار التعامل مع العلاقات العامة والتسويق كركيزة من ركائز المكتبات العامة ، نشير هنا إلى أهمية هذه الركيزة من ركائز المكتبات العامة ، حيث أنها تتوج جهود المكتبات العامة ، وإدارتها ، والعاملين بها - فضلا عن جمهورها- وتكمل الدور الذي تلعبه بقية الموارد : الموارد البشرية والمادية - بما فيها التكنولوجية - والاستراتيجيات والسياسات ، والتشريعات والأخلاقيات ، والنظم .

وكما سبق أن ذكرنا فإن أي خلل أو نقص في الأداء - أداء الأدوار - أدوار الركائز مجتمعة ومتناغمة ، يؤدي لا محالة إلى الخلل والنقص والقصور في المخرجات - مخرجات المكتبات العامة - ونعني بذلك خدمات المكتبات العامة وسلعها .

ونشير هنا - بإيجاز - إلى الدور الهام الذي تلعبه العلاقات العامة والتسويق - كركيزة - في تنمية الوعي المعلوماتي (34) .

1- العلاقات العامة يبدأ في المكتبة ، وعلى أيدي إدارتها والعاملين بها ، ويهدف في المقام الأول إلى التعرف على الجمهور - جمهور المكتبة ومجتمعها - من خلال المسوحات والاستبانات ، وغيرها . والتعرف هنا من أجل تشكيل الرأي العام ، والتأثير فيه لصالح استخدام المكتبة ، واستمرار الأداء الناجح لها، فضلا عن المساعدة في تحديد وتوجيه الدعوة (35) .

2- ومن خلال الأدلة والنشرات والأنشطة ، والإعلانات ، واستخدام كافة وسائل الاتصال المتاحة - وبخاصة الالكترونية - ، وفي إطار البرنامج الشامل للعلاقات العامة والتسويق تعد المكتبات العامة برنامجا خاصا لتعريف مجتمعها وجمهورها بنفسها من خلال سرد حكايتها ، وتاريخها ، وكل ما له صلة بما تسهّلها وتبسيطا للتعامل معها ، والإفادة منها .

3- ويدعم برنامج التعرف والتعريف ، برنامج الدعوة : دعوة من لا يستفيد حتى يستفيد ، ومن يستفيد حتى يتحول إلى زبون دائم ، والزبون الدائم هو الزبون الحقيقي - كما يقال في عالم التجارة - وتسخر المكتبات العامة كافة إمكاناتها ومواردها البشرية والمادية - بما في ذلك التكنولوجية - وبخاصة الحاسب الآلي وشبكة المعلومات الدولية لتفعيل برامجها في مجال الدعوة .

4- يلي برنامج الدعوة ، ويصاحبه ويدعمه برنامج التوعية : توعية المستفيدين بحقوقهم ، وواجباتهم اتجاه مكتباتهم ، وكل ما له صلة بها

والأخلاقيات ، والاستراتيجيات والسياسات ،
والنظم ، وأخيراً العلاقات العامة والتسويق) .

لقد وجدت المكتبات العامة لإرضاء الجميع
وفق حاجاتهم، ورغباتهم ، ومقدراتهم الخاصة ،
وبقدر تلبية وتحقيق احتياجات المجتمع - أفراداً ،
ومؤسسات ، وجماعات - يكون نجاحها في أداء
رسالتها ، وتحقيق أهدافها وغاياتها ، وهي نفسها
أهداف المجتمع وغاياته .

إن دور خدمات المستفيدين هو الدور
الأكبر والأخطر والأهم ، في تنمية الوعي
المعلوماتي ، الوعي بأهمية المعلومات التي اشتقت
اسمها من العلم ، والوعي بأهمية المعرفة ، والمكتبة
كمؤسسة اجتماعية من الطراز الأول . إن بث
وتقديم خدمات المعلومات وسلعها هو الهدف
النهائي لكل برامج المكتبات العامة ، وفعاليتها ،
وأشطتها - بما في ذلك بطبيعة الحال - العلاقات
العامة والتسويق (38) .

وتؤمن المكتبات العامة ، وإدارتها ، والعاملين
بها بأن الخدمات والسلع الفعالة والنافعة هي
الشرط الأساس للحصول - ليس فقط على رضا
الجمهور وارتياحه - بل تأييده وقباله على
استخدام المكتبات والإفادة منها ، ومن ثم الحصول
على تأييد السلطات الحكومية للتوسع ، والدعم
المادي .

وتعيش المكتبات العامة - الآن - هنا وهناك
عصرها الذهبي ، وقد هيأت نفسها للتعامل الفاعل
مع الحضارة التي نحيهاها - حضارة الحاسب الآلي
وشبكة المعلومات الدولية ، كما تبذل قصارى
جهدها ، وفي حدود طاقاتها وإمكانياتها البشرية
والمادية - وبخاصة التكنولوجية - للإسهام في

والسؤال الحيوي والهام - هنا : كيف تنمي
المكتبات العامة الوعي المعلوماتي ؟ الوعي
بأهمية العلم ، بأهمية المعلومات ، ومصادر
المعلومات ، ومؤسسات المعلومات؟ وكالعادة
تقفز الإجابة إلى الذهن قفزاً : التوعية من
خلال العلاقات العامة والتسويق .

5- وقد عانت المكتبات العامة - كغيرها من
مؤسسات المعلومات من إعراض البعض عنها،
وعن استخدامها ، والإفادة من مواردها ،
وخدماتها، وأنشطتها ، فقد لجأت إلى ابتكار
أساليب جديدة ، كان من بينها : أسلوب
الترويج ، وقد اقتلعت المكتبات العامة
بضرورة الإفادة من طريق تفكير المهنيين
العاملين في مجال التسويق ، ونقل طرق
تفكيرهم ، وأساليبهم لحقل مؤسسات
المعلومات (36) .

6- وأخيراً فقد استقرت قناعة المكتبات العامة
وغيرها - هنا وهناك - على أهمية إعداد
البرامج الشاملة في مجال العلاقات العامة
والتسويق ، واستخدام كافة الأساليب المتاحة،
والإفادة إلى أقصى حد ممكن من مخرجات
تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وتشكيل
ما يمكن أن نطلق عليه " مزيج الوعي
المعلوماتي" وهو ذاته برنامج العلاقات العامة
والتسويق الشامل : " التعرف والتعريف ، ثم
الدعوة ، فالتوعية ، وأخيراً التسويق والترويج
" (37) .

خدمات المعلومات وسلعها (خدمات المستفيدين):

ثمرة المكتبات العامة ، ومخرجاتها : خدمات
المستفيدين ، ونعني بها خدمات المعلومات وسلعها
إنها حصيلة تفاعل الركائز مجتمعة (الموارد البشرية
والمادية - بما في ذلك التكنولوجيا ، والتشريعات

الثورة البيضاء التي نشارك فيها ونسهم : ثورة المعلومات والاتصالات . كما تفيد المكتبات العامة من مقتنياتها الإلكترونية ، وتوظف عتادها - بمختلف أشكاله - الآلي والإلكتروني لتعليم الأفراد والجماعات والمؤسسات : كيفية استخدام الحاسب الآلي وشبكة المعلومات الدولية - لغة العصر - والإفادة القصوى من مخرجاتها في مجال الخدمة العامة - خدمة المجتمع بأسره .

هذا وتتعاون المكتبات العامة مع غيرها من المكتبات الأخرى ، والمؤسسات المعلوماتية ، على المستوى الوطني والإقليمي والعالمي ، تتعاون وتتشارك ، وتعدد الإتفاقات من أجل الفرد ، ومن أجل الجماعات والمؤسسات ، وتعلن عن إتاحة ، وبث وتقديم خدماتها وسلعها على مدار الساعة يوميا ولمدة سبعة أيام في الإِسبوع (39) .

إن من أهم الضغوط اليوم على العاملين في المكتبات العامة - كغيرها من مؤسسات المعلومات ، وبخاصة في مجال خدمات المستفيدين ورعايتهم ، قراءة احتياجاتهم وبشكل سريع ، مع فهم طبيعة البيانات والمعلومات التي يحتاجونها ، وتلبيتها بشكل سريع ومباشر ، ودقيق ومريح .

وتجني المكتبات العامة الكثير والكثير من وراء تغطية المجتمع بأسره بخدماتها وسلعها ، وتقطع الطريق بطوله لتصل إلى الأفراد والجماعات والمؤسسات التي تحول ظروفها دون الوصول إلى مقارها ومبانيها ، كالمريض والمساجين والجنود ، وصغار السن ممن يجدون صعوبة في الانتقال إلى المكتبات العامة . ومن خلال تغطيتها هذه ، تسهم بشكل فاعل في تنمية الوعي المعلوماتي على مستوى المجتمع بأسره ، وتؤكد على أن أفضل

البرامج الخاصة بالعلاقات العامة والتسويق ، هي ذاتها أفضل الخدمات والسلع التي تقدم للمستفيدين

3- مخطط برنامج مقترح تنمية الوعي المعلوماتي في المكتبات العامة (٠٠) :

تمهيد :

وقد تعرفنا على دور المكتبات العامة في تنمية الوعي المعلوماتي من خلال دراسة رسالتها ، وأهدافها ، وغاياتها ، ووظائفها . وقد تعرفنا كذلك على ركائز المكتبات العامة ، والتي تشكل منظومة متكاملة ، ومتناسقة ومتناغمة ، وأكدنا على أن كل ركيزة من هذه الركائز تمثل عنصراً فاعلاً ، وتلعب دوراً حيوياً في تحقيق تنمية الوعي المعلوماتي في المكتبات العامة .

وقد تعرفنا على كل ذلك ، نقدم هنا -وبإيجاز- مخطط برنامج مقترح لتنمية الوعي المعلوماتي في المكتبات العامة ، على ضوء ما سبق بحثه وعرضه في هذه الدراسة . ويتناول هذا المخطط في خطوطه العريضة :

- 1- تخطيط البرنامج .
- 2- أهداف البرنامج وغاياته .
- 3- أنشطة البرنامج وفعالياته .
- 4- تقييم البرنامج وتطويره .

تخطيط البرنامج :

يعد التخطيط هو الوظيفة الأولى من وظائف مدير البرنامج ، ويسند إلى إدارة أو قسم للعلاقات العامة والتسويق ، ويتصف البرنامج المقترح بالمرونة والقابلية للتعديل والتجديد المستمر ، والتطوير ، وإن يتم الإعداد له بشكل منهجي ومنظم لكفالة عدم تأرجح المكتبات العامة بين النشاط الكامل في فترات ، والركود في فترات أخرى .

ويغطي التخطيط كل ما له صلة بالبرنامج من ركائز : الموارد البشرية والمادية ، الاستراتيجيات والسياسات ، التشريعات والأخلاقيات ، النظم ، الخدمات والسلع المعلوماتية ، وغيرها .

هذا وتتولى إدارة العلاقات العامة والتسويق من خلال مديرها تحديد أدوار العاملين في البرنامج والتخطيط المحكم لهذه الأدوار ، كما يتم التشاور مع المؤسسات الثقافية بالمجتمع ، والجهات المعنية بالتربية والتعليم والإعلام ، وغيرها للتعرف على احتياجاتها وآرائها ومقترحاتها لتفعيل البرنامج وتطويره .

وتلعب جماعة أصدقاء المكتبة (الجيش الاحتياطي للمكتبات) ، ومجلس إدارة المكتبات العامة (لجنة الحكماء) دورا فاعلا في دعم جهود مدير البرنامج ، وبخاصة في مرحلة التخطيط ، فضلا عن المتابعة والتنفيذ .

ولضمان نجاح البرنامج وعدم تعثره ، فضلا عن استمراره ، يتم التأكيد في مرحلة التخطيط على ضمان تمويل البرنامج ، والنفقة عليه في إطار ميزانية شاملة للمكتبات العامة ، وكنبد أساسي من بنود هذه الميزانية .

ومن المهام الرئيسة لمدير البرنامج إجراء الدراسات الخاصة والشاملة عن المجتمع ، فضلا عن المكتبات العامة ، للتعرف على احتياجات مجتمعه وتلبيتها - في حدود إمكاناته وطاقته - وتعريف المجتمع بكل ما له صلة بالمكتبات العامة ، وابتداء من تاريخها ، وانتهاء بخدماتها وسلعها ، ومرورا برسالتها ، وأهدافها ، وغاياتها ، ووظائفها ، وركائزها ، واحتياجاتها ، وخططها المستقبلية ، وغير ذلك بكثير .

ولنجاح هذه الدراسات يعمل مدير البرنامج على إشراك العاملين في المكتبات العامة - وقد تزودوا بكل البيانات والمعلومات الخاصة بمكتباتهم في المنظمات والهيئات الرسمية في المجتمع وتوزيع العاملين فيما بينهم لتغطية أكبر جزء ممكن من المجتمع خلال هذه الدراسات .

ومن خلال الدراسات والمسوح والاستبيانات وغيرها من وسائل الدراسة والتحليل ، يتعرف مدير البرنامج على الجماعات الداخلة في تكوين مجتمعه ، ويحدد أي الفئات التي يمكن أن يخدمه قبل غيرها ، كما يتعرف على فئات غير المترددين على المكتبة ليعمل من خلال برنامج المنظم على كسب معظمهم .

أهداف البرنامج وغايته :

يدرك مدير البرنامج ، والعاملين معه أن المقياس الحقيقي لنجاح المكتبات العامة في تحقيق رسالتها وأهدافها وغاياتها ، يتمثل في تحديد مستوى الوعي المعلوماتي وتنميته ونشره في المجتمع بأكمله ، وتقدير الدور الذي تقوم به هذه المكتبات في تشكيل حياته وتحقيق أهدافه وغاياته كما يدرك هو وزملائه أن جوهر العلاقات العامة والتسويق - والتوعية المعلوماتية جزء منها : هو تلبية احتياجات المستفيدين ، وإرضائهم معلوماتيا

وكما تعلن المكتبات العامة أهدافها وغاياتها يتولى مدير البرنامج من خلال إدارته إعلان أهداف برنامجه للتوعية المعلوماتية ، وقد التزم في صياغة الأهداف بالوضوح ، والشفافية ، والدقة والعملية ، والقابلية للتحقيق والقياس . ولا يتسع المجال هنا لخصر أهداف البرنامج وغاياته ونكتفي بالإشارة إلى أهمها :

الأنشطة والبرامج والفعاليات :

تسهم المكتبات العامة من خلال أنشطتها وبرامجها وفعاليتها المتنوعة في تفعيل دورها ، وتعريف المجتمع بها ، والتعرف على فئاته (أفرادا وجماعات ومؤسسات) ، وتستخدم كافة وسائل الاتصال المتاحة (التقليدية والالكترونية) لتعلن عن برامجها داخل المكتبات وخارجها .

وتشارك المكتبات العامة في أهم الأحداث الحارية بالمجتمع ، وكذلك المناسبات والاحتفالات لتؤكد أنها جزء فاعل من المجتمع ومؤسساته الحيوية ومن خلال هذه المشاركة تركز على الأنشطة والتطورات الثقافية والأدبية والفنية بالمجتمع . وفي هذا المجال تنسق بين كافة المؤسسات الثقافية والتربية والتعليمية والفنية والاجتماعية وغيرها ، لتنظيم برامج وفعاليات تسهم في تحقيق أهداف المكتبات العامة والمجتمع معا .

هذا وتتشعب أنشطة المكتبات العامة وبرامجها وتتعدد - شكلا ومضمونا - كما تغطي مساحة كبيرة داخل المكتبات وخارجها . ومن خلال التخطيط المحكم لهذه البرامج ، والتنفيذ الدقيق تغطي الأنشطة والبرامج والفعاليات شبكة المكتبات العامة ، فضلا عن المجتمع بأسره . ونشير هنا - وبإيجاز - إلى بعض هذه الفعاليات والبرامج والأنشطة :

برامج المكتبات العامة داخل المكتبات :

نذكر منها معارض الكتب ، والمحاضرات ، والندوات ، والمناظرات ، وحلقات البحث ، والدورات التدريبية ، والملصقات ، والعروض السمعية والبصرية ، والمسرحية ، والمحلات الحائطية والمطبوعة ، وغيرها كثير .

1- تأييد المجتمع ودعمه للمكتبات العامة وبخاصة حين تطالب بميزانيات أكبر، ومنافسة الخدمات العامة الأخرى في الحصول على الأموال العامة .

2- الحصول على التبرعات والهدايا المادية والعينية من أفراد المجتمع وهيئاته ، من خلال وسائل محترمة للإعلان والدعوة والتوعية .

3- كسب المزيد من التأييد والدعم الأدبي للمكتبات العامة ، وتقدير دورها في خدمة المجتمع ، وبخاصة دورها الحالي في مجتمع المعرفة ، وإسهاماتها في مجال التعليم المستمر ، ومحو الأمية المعلوماتية .

4- تنشيط استعمال المكتبات العامة ، وزيادة إقبال الجمهور عليها والمحافظة على روادها الدائمين ، فضلا عن تيسير عملها عن طريق تعريف روادها بكيفية استخدامها بسهولة .

5- تسويق وترويج الخدمات والسلع المعلوماتية باستخدام وسائل وآليات حديثة ومتجددة .

6- المحافظة على المكانة التي كسبتها المكتبات العامة من قبل خلال تقديم خدماتها ، وعلاقاتها السابقة مع جمهورها ومجتمعها .

7- تمكين المكتبات العامة من منافسة الوسائل الأخرى للتسلية ، ولقضاء وقت الفراغ ، كدور السينما ، والمسارح ، والإذاعة ، والتلفزيون ، وشبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) وغيرها .

8- إيجاد روابط مع مؤسسات المعلومات الأخرى، والمؤسسات المعنية بالثقافة ، والتربية والتعليم والإعلام والجمعيات المهنية ، وجمعيات النفع العام وغيرها .

والإعلام لإلقاء المحاضرات ، والاشتراك في الندوات داخل المكتبة ، وتعد برنامجاً حافلاً يغطي الموضوعات التي تم القطاعات الكبيرة من المجتمع.

كما تخصص القاعات متعددة الأغراض في مبانيها لتنظيم المعارض الفنية ، ومعارض الناشرين المحليين ، فضلاً عن القاعات المخصصة لجماعات الهواة والفنانين وغيرهم .

وتكتمل دائرة الاهتمام والنشاط لتؤكد المكتبات العامة تواجدها في المجتمع لخدمة جميع أفراد وفئاته ومؤسساته .

تقييم البرنامج وتطويره :

يشارك في تقييم البرنامج والأنشطة والفعاليات إدارة العلاقات العامة والتسويق ، ومجلس إدارة المكتبات العامة بالإضافة إلى جماعة أصدقاء المكتبة وغيرهم ممن يتعاملون مع المكتبات العامة ، ويفيدون من أنشطتها وبرامجها وفعاليتها . كما أن للمستفيدين دور كبير في تقييم مدى فعالية هذا البرنامج .

وتسعى المكتبات العامة جاهدة لتشجيع جمهورها ومجتمعها من خلال استخدام كافة الوسائل المتاحة للتعرف على رأيه فيما تقدم ، ولقياس مدى النجاح ، أو الفشل في خدمة المجتمع وللتعرف من خلال الإحصاءات والبيانات الدقيقة على الفئات التي لا تستعمل المكتبات ، والتعرف على أسباب عزوفها عن التعامل معها ، وما قصرت فيه المكتبات من جهود ، وتقييم الجهود الناجحة للتركيز عليها وتمييزها .

وتعمل المكتبات العامة مع مجموعة من الخبراء في مجال التقييم من أجل التطوير ، والارتقاء

كما وتخصص المكتبات العامة مساحات كافية داخل مبانيها لبرامج التعليم عن بعد ، ورعاية الأطفال ، وذوي الاحتياجات الخاصة .

برامج المكتبات العامة بالمجتمع :

تعد المكتبات العامة برنامجاً خاصاً للدعوة والتوعية ، والإعلام والإعلان من خلال اتصالها بأجهزة الإعلام (العامة ، الإذاعة ، التلفزيون) ، كما تنظم معارض الكتب خارج جدرانها في النوادي ، والجمعيات التجارية .

وتتوطد صلاحها بالمؤسسات الثقافية والتربوية والتعلمية والاجتماعية ، ومن خلال هذه الصلات تنظيم الزيارات المتبادلة .

وفي برنامجها الخاص بالتوسع ، تسير سيارات الكتب المزودة بالتسهيلات الالكترونية ، وهذه غير محطات الكتب ، والمكتبات الفرعية ، وصناديق الكتب ، والتي تسهم جميعاً في برنامج الدعوة والتوعية ، والتسويق والترويج خارج المكتبة .

ولا تدخر المكتبات العامة وسعاً في الوصول إلى كافة الفئات والأفراد الذين تحول ظروفهم دون التعامل مباشرة مع المكتبات العامة ، وتيسر وسائل الاتصال ، ولهم بما في ذلك الإفادة من إمكانيات تقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة .

وكما تنشط المكتبات العامة في توزيع نشراتها وأدلتها داخل المكتبة وخارجها ، تهتم اهتماماً غير عادياً باللاقات الإرشادية والإعلانات خارج المكتبة - كشكل من أشكال الدعوة والترحيب .

برامج المجتمع داخل المكتبات العامة :

ترحب المكتبات العامة بإسهامات كبار رجال الفكر والآداب والعلوم ، وغيرهم من المشاهير

المستمر ، تحقيقاً لأهداف وغايات المكتبات العامة بما في ذلك أهداف وغايات التوعية المعلوماتية .

4- الخاتمة (نتائج وتوصيات) :

تمهيد :

المكتبة العامة مؤسسة معلوماتية شاملة ، تتعامل معها المجتمع كجامعة شعبية ، وبوابة للمعلومات والمعارف ، ولكي تحقق أهدافها وغاياتها وهي ذاتها أهداف المجتمع وغاياته ينبغي أن تتكامل ركائزها لتشكل منظومة متناسقة ومتناغمة ومن بين هذه الركائز : العلاقات العامة والتسويق وما يتصل بها من دعوة وتوعية وترويج وغيرها .

وفي إطار البرنامج الشامل للعلاقات العامة والتسويق ، تعد المكتبات العامة برنامجاً خاصاً للتعرف والتعريف : التعرف على المجتمع وتعريف المجتمع بالمكتبة ، ويدعم هذا البرنامج وكجزء منه برامج للدعوة والتوعية والترويج وغيرها .

وكهدف أساسي من برنامج العلاقات العامة والتسويق تنمية الوعي المعلوماتي ، الوعي بالمعلومات ، ومصادرها ، ومؤسساتها ، وكل ما له صلة بهذه المؤسسة وبخاصة خدماتها وسلعها .

ونشير فيما يلي - وبإيجاز - إلى أهم النتائج والتوصيات التي تم التوصل إليها من خلال البحث والدراسة :

نتائج البحث :

1- لكي تؤدي المكتبات العامة دورها بفعالية وكفاءة وتنجح في القيام بوظائفها ، وتحقيق رسالتها وأهدافها وغاياتها ، فإنها في حاجة إلى ركائز وقواعد ترتكز عليها وتستند وهذه الركائز هي :

أ- الموارد البشرية والمادية .

- ب- الاستراتيجيات والسياسات .
- ج- التشريعات والأخلاقيات .
- د- النظم .
- هـ- العلاقات العامة والتسويق .

2- إن غياب برامج العلاقات العامة والتسويق - بما في ذلك التوعية المعلوماتية - يعني الارتجال والعشوائية والفوضى في تقديم خدمات المكتبات العامة وأشطنتها وبرامجها وفعاليتها .

توصيات البحث :

1- ينبغي وضع الخطط والاستراتيجيات لتطوير المكتبات العامة وتفعيل دورها في تنمية الوعي المعلوماتي للمجتمع .

2- ينبغي تحديد رسالة المكتبات العامة وأهدافها وغاياتها ووظائفها وصياغتها بشكل واضح ومحدد ومن ثم إقرارها وإحاطة المجتمع علماً بها بكافة الوسائل المتاحة .

3- أن يتم إنشاء إدارة أو قسم على الأقل على مستوى النظام للعلاقات العامة والتسويق .

4- إجراء البحوث والدراسات الميدانية والتي تهدف إلى رصد التجارب في هذا المجال وكذلك تقييم هذه البرامج وتطويرها والإفادة منها لصالح المكتبات العامة .

5- أن يتم توفير بعض الخدمات الإلكترونية مجاناً لغير القادرين مادياً حتى تكفل لهم الاستفادة من مصادر المعلومات الإلكترونية .

6- على المكتبات العامة أن تستثمر إمكانات تكنولوجيا المعلومات والشبكات من أجل المشاطرة في الموارد وإتاحة الوصول لكافة الخدمات من قبل جميع أفراد المجتمع .

7- إنشاء مكتبة عامة مركزية تابعة للإدارة العامة للمكتبات العامة ، يمكن أن يحشد فيها أكبر عدد ممكن من الخبراء والمستشارين وخاصة

الاجتماعي للمكتبة المصدر السابق ،
ص 9-17 .

The public library service OP. CIT ,
P.5, 13-21 , 87-90 (passim).

7- عمر ، أحمد أنور . المعنى الاجتماعي
للمكتبة، ... (المصدر السابق) ، ص 1 ، وما
بعدها (بتصرف) .

8- للمزيد من المعلومات عن لجنة المكتبة (مجلس
الإدارة) ، أنظر ، عمر ، أحمد نور . المكتبات
العامة ، ... (المصدر السابق) . ص 236 239
، وأنظر أيضا :

Whitesides , William L. Reinvention of
the public library for the 21st century
Englewood , Colorado , Libraries
Unlimited Inc., 1998. P. 62,65. The
public library service OP. CIT., P.20,21
9- عمر ، أحمد نور . المكتبات العامة (المصدر
السابق) ، صفحات متفرقة (115 ، 325 ،
326) ، بإيجاز وتصرف .

10- نفس المصدر السابق بتصرف وإيجاز
ص 328 .

11- المصدر السابق ، صفحات متفرقة ،
ص 129 ، 331-333 (إيجاز وتصرف) .
يرى أحمد أنور عمر في كتابه عن المكتبات
العامة أن أصدقاء المكتبة هم الجيش
الاحتياطي، المدرب والمخلص ، والذي يدفعه
ولاءه الدائم نحو حماية قلاع الحق والنور
والمعرفة التي نسميها المكتبات ص 78 (المصدر
السابق) .

12- للمزيد أنظر :

The public library ، (بتصرف)
... OP. CIT , P. 97 .

13- عمر ، أحمد أنور . المصدر السابق (إيجاز
وتصرف) ، ص 78 ، 350 .

الخبراء في مجال العلاقات العامة والتسويق ،
وتكون مكتبة نموذجية يحتذى بها .

8- أن يتم توعية العاملين بالمكتبات العامة بقضايا
المعلومات والأمية المعلوماتية .

9- أن يتم توعية العاملين بالمكتبات العامة بقضايا
المعلومات والأمية المعلوماتية .

10- أن تعمل جميع وسائل الاتصال الجماهيري
على تكملة دور المكتبات العامة في تنمية
وعي المجتمع المعلوماتي .

الحواشي والمصادر :

1- للمزيد انظر : عمر ، أحمد نور . المكتبات
العامة بين التخطيط والتنفيذ
(ط3) منقحة : القاهرة : دار النهضة العربية ،
1978 ، ص 24 (بتصرف) ، وأنظر أيضا :

The Public Library Service :
IFLA/UNESCO: Guidelines for
development / Ed for the section of
public libraries by Philip Gill et.al-
Munhen , Saur , 2001. P. 87.

2- عمر ، أحمد نور . المعنى الاجتماعي للمكتبة :
دراسة لأسس الخدمة المكتبية العامة
والمدرسية . الرياض : دار المريخ للنشر ،
1983 ، ص 3 ، 4 (بتصرف) .

3- المصدر السابق ، ص 2 ، 3 (بتصرف) .

4- الهلالي ، محمد مجاهد ، تشريعات ولوائح
العمل في المكتبات العامة "الأطر العامة " .
مسقط جامعة السلطان قابوس ، 2005م ،
ص 1 ، 6 .

American Library Association. Public
Library service : A Guide to
Evaluation with minimum
Standards . Chicago : 1956 , PP . X ,
xii.

6- للمزيد من المعلومات عن غايات المكتبات
العامة ، أنظر : عمر ، أحمد أنور . المعنى

- 14- المصدر السابق ، ص 97 ، وأنظر أيضاً-
 للمزيد : عمر ، أحمد نور . المعنى الاجتماعي
 للمكتبة ، .. (صفحات متفرقة) ، ص 12 ،
 25 ، 29 (بايجاز وتصرف) ، The public
 library service .. OP CIT, P.11,89.
 Whitesides , William L. Reinvention
 of the public library .. OP CIT ,
 P.150.
 (يذكر وايت .. Whitesides من الاعتماد
 على التبرعات ، والمنح والعطايا فقط ،
 والسبب الأساسي ، أنها ربما تتوقف!) .
- 15- بتصرف عن : عبد الهادي ، محمد فتحي
 المكتبات العامة ، تأليف : محمد فتحي عبد
 الهادي ، نبيلة خليفة جمعة . القاهرة : الدار
 المصرية اللبنانية ، 2001 ، ص 24 .
- 16- للمزيد ، أنظر :
 Mattern , Shannon just how public is the
 seattle public library ? Publicity ,
 posturing & politics in public design.
 Journal of Architectural Education ,
 2003 , PP.5-18.
- 17- أنظر : عمر ، أحمد أنور المكتبات العامة
 (المصدر السابق) ، ص 233 (بتصرف)،
 وأنظر أيضا للتوسع :
 The public library service .. OP CIT ,
 P.11 , 42.
- 18- للمزيد ، أنظر : صوفي ، عبد الله . المكتبات
 الحديثة : مبانيها وتجهيزاتها . الرياض : دار
 المريح للنشر ، 1992 ، ص 35-40 ، وأنظر
 أيضا : عمر ، أحمد أنور . المصدر السابق
 ص 233 ، 348 .
- 19- يتساءل البعض : هل المكتبات العامة وغيرها
 من مؤسسات المعلومات في حاجة إلى المزيد
 من المباني ، وبخاصة المباني الفسيحة الضخمة؟!
 وتقفز الإجابة إلى الدهن قفزا :
- الحاجة للمباني الفسيحة الضخمة قلت
 -بصفة عامة- ولكن المكتبات العامة لها وضعها
 الخاص ، فهي مؤسسة معلوماتية شاملة : إنها مجمع
 ثقافي / تربوي / تعليمي / إعلامي / ثقافي /
 تجاري / فني / اجتماعي .. إنها كل ذلك وأكثر ،
 فهي في حاجة إلى قاعات عديدة ، ومباني فسيحة
 تقدم من خلالها فعاليتها ، وخدماتها ، وأنشطتها .
 للمزيد ، أنظر : Whitesides , W.L. OP
 CIT , P.27 .
 وأنظر أيضاً : عمر ، أحمد أنور . المكتبات
 العامة .. (المصدر السابق) ، ص 233 (يرى
 د.أحمد أنور عمر أن ضيق المبنى أو الحيز يفسد
 جهود الدعوة والتوعية) .
- 20- تخصص بعض المكتبات العامة - وبخاصة
 الكبيرة - معتكفات خاصة (حلوات)
 للدارسين والباحثين . للمزيد ، أنظر : The
 public library service ... OP. CIT ,
 P.23 .
- 21- للمزيد ، أنظر المصدر السابق : Ibid
 P.9,41 .
- 22- أنظر لمزيد من المعلومات :
 Wolf , Lisa A. Library public relations ,
 promotions & communications : A How
 to - do it Manual . New York : Neal -
 Schuman Publishars , Inc., 1997.
 - Using Technology to tell your
 library story , P. 139-148.
 - The Internet as a public relation tool
 P.141-145.
- 23- للمزيد ، أنظر : عمر ، أحمد نور . المكتبة
 العامة ، .. (المصدر السابق) ، ص 118 ،
 119 .
- 24- الشامي ، أحمد محمد . المعجم الموسوعي
 لمصطلحات المكتبات والمعلومات ، إعداد
 أحمد محمد الشامي ، سيد حسب الله .
 الرياض : دار المريح للنشر ، 1988 ،

التوثيق والمعلومات . الأبعاد الدولية لقانون المجال السيبري . تونس ، المنظمة ، 2002 ، صفحات متفرقة (9-11 ، 71 ، 121) (بتصرف وإيجاز) .

30- عمر ، أحمد نور . المكتبات لعامة (المرجع السابق) ، ص340-343 (بتصرف وإيجاز) ، وأنظر : The public library service ، OP . CIT, P.14. وأنظر أيضا :

Philib, Gill. Revision of IFLA's guidelines for public libraries, June 2000. retrieved at 7/2/2006 from <http://www.ifla.org/vll/s8/proj/gpl.htm>

31- عبد الهادي ، زين الدين محمد . الأنظمة الآلية في المكتبات . القاهرة : المكتبة الأكاديمية ، 1995 ، ص45 (بتصرف) .

32- المصدر السابق ، ص67 (بتصرف) وأنظر أيضا: الهلالي ، محمد مجاهد . الاستخدام الآلي في مكتبة جامعة السلطان قابوس إعداد محمد مجاهد الهلالي ، إبراهيم سعيد الحسيني . مسقط : جامعة السلطان قابوس ، 1997 ، ص8 .

33- للمزيد ، أنظر : عمر ، أحمد نور . المكتبات العامة ، ... (صفحات متفرقة) ، ص100-103 ، 147-156 (بتصرف) .

34- للمزيد ، أنظر : بدر ، أحمد . العلاقات العامة بالمكتبات ومراكز المعلومات ، مصدر سابق ، ص6،7 وأنظر أيضا : Roberts , Anne F. OP. CIT, P.5 .

35- للمزيد ، أنظر : بدر أحمد . المصدر السابق ، ص17 ، وأنظر أيضا : قطر ، محمود ، تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات العامة : أسسه النظرية وتطبيقاته . القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ص20 .

36- بدر ، أحمد . المصدر سابق ، ص8 .

ص 1079 . وأنظر أيضاً : مصطلحات هذه الدراسة (البحث): 4/1 (الخطط) .

25- أنظر : القدسي ، تغريد . العلاقات العامة : قضايا حديثة في المكتبات . مجلة المكتبات والمعلومات العربية ، ع 1 ، ص 11 ، يناير 1991 ، ص14 (بتصرف) .

26- أنظر ، للمزيد : عمر ، أحمد أنور . المصدر السابق ، ص81 ، وأنظر أيضا : بدر ، أحمد . العلاقات العامة بالمكتبات ومراكز المعلومات ، مجلة المكتبات والمعلومات العربية ، ص31 ، ع3 ، يوليو 1993 ، وعن تطوير التخطيط والسياسات ، أنظر : The public library service .. OP. CT, P.73.

27- من السياسات الخاصة بالعلاقات العامة كنموذج - أنظر : American Library Association Public Relation Policy, Roberts, Anne F. Public Relations for librarians, ed. By Anne F.Roberts & Susan Grisworld blandy. Englewood, Colorado : Libraries Unlimited, Inc., 1989, P. 177-178.

وبطبيعة الحال يتم تطوير مثل هذه السياسات من آن لآخر ، لتنسجم مع تطورات الساحة المعلوماتية . أنظر أيضاً : سياسات رعاية المستفيد .

Customer Care Policies. The public library service , OP. CIT, P.24.

28- للمزيد ، أنظر : عمر ، أحمد أنور . المكتبات العامة ، .. ص5 . نفس المؤلف . المعنى الاجتماعي للمكتبة ، ص27 ، وانظر أيضا . Whitesides, W.L. OP. CIT , P.13,14.

29- الهلالي ، محمد مجاهد ، تشريعات ولوائح العمل في المكتبات العامة "الأطر العامة" ، المصدر السابق ، ص18 ، وأنظر أيضا : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم - إدارة

- 37- أنظر لمزيد من المعلومات : عمر ، أحمد نور . المكتبات العامة ، (المصدر السابق) ، ص99 ، نفس المؤلف . المعنى الاجتماعي للمكتبة (المصدر السابق) ، صفحات متفرقة (ص1 ، 3 ، 26) ، القدسي ، تغريد . المصدر السابق ، ص10 .
- 38- للمزيد عن التعاون بين المكتبات العامة وغيرها من المكتبات ، أنظر : عمر ، أحمد نور . المعنى الاجتماعي للمكتبة ، (المصدر السابق) ، ص49-65 ، وأنظر أيضا : The public library service , OP. CIT , P.39,41 .
- (*) الآية 7 من سورة المنافقون 63 .
- (**) لمزيد من المعلومات والتفاصيل يمكن الرجوع إلى هذه المصادر : أحمد أنور عمر (1 ، 2) + بدر + public + أ.م.ل .
- وأنظر أيضا للمصادر الموجودة في الصفحات من 2-4 في مقدمة البحث .
- (***) في عام 1985 نظم الاتحاد الدولي لجمعيات ومؤسسات المكتبات I.F.L.A مؤتمرا خاصا عن الملصقات لإتاحة الفرصة للمنافسة في هذا المجال ، وقد شاركت في هذا المؤتمر أكثر من 22 دولة .