

إلى أين سنذهب من هذا الواقع؟ Where Do We Go From Here?

ديفيد نيكولاس David Nicholas

لقد قام الكتاب بعمل بحث بشكل كامل للساحة الرقمية ومستهلكيها من كل الأنظمة والزوايا ومن وجهات نظر تاريخية ومستقبلية. وقد تعرفنا جميعاً ويشكل مباشر على المشكلات والتحديات، وكنا نقول في بعض الأحيان كلاماً صعباً على العاملين في مهنة المكتبات والمعلومات، وبهذا نكون قد قدمنا فكرة عن الحالة الخطيرة التي وجدوا أنفسهم فيها. ولكن إلى أين نذهب من هنا إن كان هناك ما نذهب إليه؟ وماذا يمكن أن نعمل على أساس علمي لنؤكد مثلاً أن المستفيدين يستهلكون أكثر من مساحة المعلومات، وألا نستمر في الاستعانة بآخرين ونقوم بكل شيء بأنفسنا؟

وقد طُلب من مؤلفي هذا الكتاب تقديم اقتراح واحد، بحيث يشعر القراء بالسعادة لأنهم تعلموا أنه لا أحد يقول: "إن آخر شخص هو الذي يطفى الأنوار"، على الرغم من أن قليلين منهم كانوا سيقولون هذا. إن هذا الفصل هو أقصر فصل في الكتاب، ومن ثم فهو يرسل رسالة مهمة هي أنه لا يوجد كثير من الطرق خارج الوضع الموجود حالياً - بين صخرة هي (جوجل Google)، من جانب ومكان صعب

هو المتسوق على الإنترنت (e-shopper). من الجانب الآخر؛ فإن هذه المقترحات سهلة التذكر ونرجو أن تكون سهلة التطبيق خاصة وأنها لا تتطلب إلا قليلاً من المصادر، وفي أغلب الأحيان هي تتطلب ببساطة عقولاً جديدة.

وفيما يلي نذكر المقترحات التي قدمت في الكتاب، وهي مرتبة حسب الأولوية:

١ - التعايش مع توقع التغيير المستمر

Live with the Prospect of Constant Change

لما كان المستهلكون هم الذين يقودون التغيير فإن هذا يستلزم الاقتراب كثيراً من المستهلكين الرقميين (خاصة الشباب منهم) والبقاء قريباً منهم - وبعبارة أخرى الإبقاء على الاتصال معهم. إن هذه خطة مستمرة وأساسية ولا يجب أن نقوم بها فقط إذا ظهرت مشكلة من المشكلات أو كان هناك وقت متوفر، ويمكن البدء بشكل أكثر أهمية وهو مراقبة المعاملات الرقمية (The Logs) وتتبع الأسئلة التي تطرح في الاستبيانات والمقابلات. وعلينا تأسيس وحدات المراقبة للمستخدمين، وتجربة التغيير وتقديمه، والآن ندع خدماتنا مقتصرة فقط على ما يتعلق بالرقميات، وعلى حد علمنا لم يبق أحد - أي كان - بفعل شيء من هذا.

٢ - تأسيس رابط مع التزويد بالمعلومات والحصول على النتائج

Establish a Link with Information Provision and Access/Outcomes

أن نبرهن على أن استثمار المعلومات المتخصصة يقدم الفوائد (مثلاً في ناحية الصحة والبحث العلمي)، فالاستخدام ليس نتيجة في حد ذاته.

٣ - أن نجعل الأمور بسيطة Simple

ربما كان هناك يأس، ولكن من نتائج مشروع جيل جوجل أن فضاءات المكتبة الافتراضية معقدة جداً وتحتاج إلى تبسيط، ويقتضي الأمر وجود واجهات Interfaces،

والمشكلة هذه الأيام هي أن المستهلكين الرقميين يقومون بقياس أداء تجاربهم على الإنترنت تجاه بيئات مثل "أمازون" Amazon أو "فيس بوك" Face book وهذا الشيء في تزايد.

إن من دوافع تجربتنا الكلية للباحث الافتراضي أن الاقتناع ورضا المستفيد سينتصران حتى على المحتوى في أي يوم من أيام الأسبوع، فلماذا لا تصبح فهارس المكتبة مثل "أمازون" في صفحات من نماذج ومقاييس موثقة ومقاييس مرجعية تُقدم تغذية للمستفيد بالمعلومات؟ علينا أن ننظر من حولنا، ننظر إلى بيئتنا فهي أكبر بكثير وأكثر اختلافاً مما نظن (فقط نسأل المستفيد). هل نظرت بعين الاعتبار إلى تلك المواقع التي تشغل الفضاء الافتراضي وتسمي نفسها: Google, BBCi, Bebo, Face book وYahoo؟ فلماذا لا تمتزج بها وتتصل بالمجتمع - لماذا تقف وحدك؟ إن كثيراً من المواقع التي أسسها أخصائيو المعلومات والناشرون مواقع جيدة.

٤- عدم الخضوع لإغراء "المستحدثات الرقمية" فكلها سوف تختفي

Do not be Seduced by Digital Fashions, They Will All Disappear

علينا أن نستخدم ما عندنا علم بأنه يعمل حالياً ولا ننجذب إلى أمور جانبية من قبل مخازن المؤسسات والمنافذ ومقاهي الإنترنت والاستخدام الحر Open Access وشبكات العلاقات الاجتماعية، فهي ليست إنقاذاً لنا، لكن الإنقاذ يكمن في الفهم الأفضل للمستهلك الرقمي والعودة إلى القوى القديمة كإدارة المجموعة.

وعلى أن نكون متيقظين للواقع الذي يقول إن الكتب الإلكترونية e-books ستكون هي التغيير الحقيقي التالي. إن النقلة المزلزلة التي ستحدث دون شك ستغير الفضاء المعلوماتي بشكل أساسي (وهي في الواقع ستُنقّص من الفضاء المادي) وستعمل على تنمية وتطوير جمهور المستهلكين الرقميين بشكل مميز.

٥- علينا أن نكون اجتماعيين Get Social

ينبغي أن ننسى كل الأفكار حول الإذاعة والنشر/ ونحصل على المعلومات ونتحدث مع الناس، كما أن علينا أن نتعاون مع لاعبين آخرين على الساحة وهم بصفة خاصة من يتعاملون بالخدمات التجارية. وهناك أمثلة جيدة لذلك فمركز المكتبات المباشر على الإنترنت OCLC يتعاون مع جوجل Google وياهو Yahoo وأمازون Amazon، وتتعاون كثير من المكتبات مع المشروع الرقمي الضخم للبحث الذي أعدته جوجل. كما أن المشاهدة الرقمية بأمثال جوجل للخدمات المعلوماتية التقليدية هائلة. ويمكننا إذا شئنا أن ندعوها Digital Piggy-Backing، لكنها تعمل فنشارك في الغنائم ولكن لا نحارب من أجلها، فالمعركة ليست مع جوجل، إنما مع أنفسنا.

٦- التمسك بالفضاء المادي Hold on to the Physical Space

هناك حل يهرع إليه كثير من أخصائيي المعلومات وهو المكتبة كمكان مادي محسوس للاجتماع والدراسة والتأمل، إن هذا بالطبع هو مادة أساسية فنحن نجد من ناحية أن الفكرة ليست كبيرة بشكل كافٍ، فإذا كانت الكتب المقررة "المقررات الدراسية" الإلكترونية e-textbooks ستصبح حقيقة كما نتوقع نحن فهذا سيأتي بمساحة كبيرة، ولكن سيكون هناك مكان للتدريس والتعلم، كما أن هناك الشبكات اللاسلكية التي تجعل من الوسط الجامعي كله في المدينة والقطار والمقهى مكاناً للتدريس والتعلم - فإذاً أي فضاء هو أفضل وأكثر ملاءمة؟ ونحن نعلم أن الصغار والكبار تزايد حبهم للفضاء الإلكتروني، وبمعنى آخر في مساحة ليس فيها تنافس بين أخصائيي المعلومات ولكن توجد فيها كل الفوائد الثقافية والعلمية.

فعلينا إذن أن نبني حواراً مع المستهلك، ولا ننسَ إطلاقاً أن لديهم كل الاختيارات، وينبغي أن نتذكر أننا جميعاً جزء من عالم معلومات أصبح حالياً أكبر بكثير، وعلينا أن نتبع أيضاً سلوك المتسوق على الإنترنت e-shopper. وأخيراً وليس آخراً فإن المجتمع المعلوماتي يجب أن يتوقف عن التفكير بأنه يعرف أفضل من غيره وإلا سيكون في خطر لأنه سوف يصبح غير ملائم، فالمستهلك يعرف ما هو أفضل.