



جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

شعبة: علم المكتبات والمعلومات

التخصص: تكنولوجيا وهندسة المعلومات



مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في تكنولوجيا وهندسة المعلومات

بعنوان:

أثر الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبات الجامعية من وجهة نظر المستفيدين:

دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت "أنموذجا"

تحت إشراف الأستاذ:

أ. العياشي بدر الدين

من إعداد الطالبة:

سعيدة حليمة



لجنة المناقشة		
رئيسا	جامعة تيارت	أ.د. بوهدة محمد
مشرفا ومقررا	جامعة تيارت	أ. العياشي بدر الدين
مناقشا	جامعة تيارت	أ.د. سوالي أسماء

السنة الجامعية: 2025/2024

الله أكبر
الحمد لله
الذي هدانا لهذا
والذي كنا لنهتدي لولا
هدايتنا

شكر وعرفان

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم أكن لأصل إليه لولا فضله أما بعد:
أتوجه بخالص الشكر وعظيم الإمتنان لأستاذي المشرف "العايشي بدر الدين" لما بذله من جهد مشكور، وتوجيهات علمية سديدة، وصبره في متابعة هذا العمل خطوة بخطوة، فكان بحق نعم الداعم والموجه.

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى كافة أساتذتي الكرام في تخصص علم المكتبات، الذين كان لهم الفضل في غرس حب المعرفة، فكل الشكر للدكاترة والأستاذة الأفاضل: الأستاذة سوالي أسماء، الأستاذة قشيدون حليلة، الأستاذة روابي خيرة، الأستاذ دبريخ نبيل، الأستاذ بن شهيدة محمد، الأستاذ عوعاش عبد الجبار، الأستاذ بوهدة محمد. "أسأل الله العظيم أن يجزيكم عني خير الجزاء وأن يبارك لكم في علمكم وعملكم ويجعل تعبكم من أجلنا في ميزان حسناتكم".

كما لا أنسى جزيل الشكر لأخي الذي ساندني كثيرا في انجاز هذه المذكرة وكل موظفو المكتبة المركزية على رأسهم مدير المكتبة الأستاذ "مخلوفي عابد" جزاهم الله عني خير الجزاء وختاما أتقدم بالشكر لكل من لم يبخل علي بمعلومة أو مساعدة أو نصيحة سواء من قريب أو بعيد فلكم جميعا من أعماق القلب كل التقدير والإمتنان.

الإهداء

الهي لا يطيب الليل الا بشرك ولا يطيب النهار الا بطاعتك ...
ولا تطيب اللحظات الا بذكرك...ولا تطيب الاخرة الا بعفوك...

ولا تطيب الجنة الا برؤيتك

إلى من كان لهم الفضل بعد الله في أن أصل إلى هذه اللحظة، أهدي ثمرة جهدي

إلى والدي العزيز، سندي في الحياة ومصدر قوتي

إلى أمي الحبيبة التي تعاني من المرض أسأل الله لكي الشفاء والعافية، كم تمنيت أن

تعيش هذه اللحظة بكامل صحتها.

إلى من ربياني بحب وحنان جدي وجدتي كل الشكر والإمتنان لكم

إلى إخوتي زهية، خالدية، محمد، بولنوار، عبادي شركاء الرحلة والدعم الدائم، إلى كل

عائلة سعيدي، وأستاذتي التي درستني في الإبتدائي "فالحة"

أهديكم هذا التخرج فهو ثمرة وقوفكم بجاني طوال الطريق .

قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
23	الفرق بين الكتاب الإلكتروني والكتاب الورقي.	جدول 1
78	الموارد البشرية للمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت.	جدول 2
78	الوسائل التقنية للمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت	جدول 3
86	التوزيع الجنسي للمبوحثين	جدول 4
87	توزيع المبوحثين حسب المستويات الدراسية	جدول 5
88	يوضح آراء الطلبة حول تعريف الكتاب الالكتروني	جدول 6
89	يوضح إستخدامات الطلبة للكتاب الالكتروني	جدول 7
90	يوضح أسباب عدم استخدام الكتاب الالكتروني	جدول 8
91	يوضح تفضيلات الطلبة بين الكتاب الالكتروني والكتاب الورقي	جدول 9
92	يوضح أسباب تفضيل الكتاب الالكتروني	جدول 10
93	يوضح أنواع الكتب الالكترونية المستخدمة من قبل الطلبة	جدول 11
94	يوضح المصادر التي يعتمدها الطلبة للوصول للكتب الالكترونية	جدول 12
95	يوضح أغراض إستخدام الكتاب الالكتروني من طرف الطلبة	جدول 13
96	يوضح آراء المبوحثين حول اتاحة الكتب الالكترونية بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون	جدول 14
97	يوضح تقييم الطلبة لجودة الكتب الالكترونية المتاحة في المكتبة المركزية الجامعية	جدول 15
98	يوضح صعوبات استخدام الكتب الالكترونية المتوفرة في المكتبة المركزية	جدول 16
99	يوضح توزيع آراء الطلبة حول الحاجة لدورات تدريبية حول الكتب الالكترونية من قبل المكتبة المركزية	جدول 17
100	يوضح معرفة الطلبة بتوفر كتب الكترونية في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون	جدول 18
101	يوضح مصادر معرفة الطلبة بتوفر كتب الكترونية في المكتبة المركزية	جدول 19
102	يوضح ملاحظات الطلبة حول الجهود الترويجية للكتب الالكترونية على مستوى المكتبة المركزية	جدول 20

103	يوضح الوسائل الترويجية للتعريف بالكتب الالكترونية في المكتبة المركزية	جدول 21
104	يوضح آراء الطلبة حول فعالية الترويج للكتب الالكترونية في المكتبة المركزية	جدول 22
105	يوضح آراء الطلبة حول دور الترويج في تعزيز ثقة المستفيدين في المكتبة الجامعية	جدول 23
106	يوضح آراء الطلبة حول دور الترويج في تفضيل الكتاب الالكتروني على الكتاب الورقي	جدول 24
107	يوضح آراء الطلبة حول دور الترويج للكتاب الالكتروني في تنمية قيمة الخدمات الالكترونية للمكتبة	جدول 25
108	يوضح الوسائل الأكثر فعالية في تحقيق أهداف الترويج للكتب الالكترونية	جدول 26
110	يوضح آراء الطلبة حول تأثير الترويج للكتاب الالكتروني على جودة الدراسة والتفاعل الأكاديمي	جدول 27
111	يوضح أثر الترويج على تعزيز استخدام الكتاب الالكتروني	جدول 28
112	يوضح تأثير الترويج على للكتاب الالكتروني في تقليل الوقت المستغرق في البحث والذهاب إلى المكتبة	جدول 29
113	يوضح تأثير الترويج للكتاب الالكتروني في تقليل الاعتماد على الكتب الورقية	جدول 30
114	يوضح تأثير الترويج للكتاب الالكتروني في تحسين مهارات التعلم الذاتي	جدول 31
115	يوضح تأثير الترويج للكتاب الالكتروني في زيادة قراءة الكتب الأكاديمية	جدول 32
116	يوضح آراء الطلبة حول تأثير الترويج للكتاب الالكتروني في تعلم استخدام أدوات القراءة الرقمية	جدول 33
117	يوضح آراء الطلبة حول دور الترويج للكتاب الالكتروني في تشجيع استخدام المصادر الرقمية المتنوعة	جدول 34
118	يوضح مقترحات الطلبة لتحسين الترويج للكتاب الالكتروني في المكتبات الجامعية	جدول 35

قائمة الأشكال

رقم الشكل	العنوان	رقم الصفحة
شكل 1	يوضح الهيكل التنظيمي للمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت	76
شكل 2	دائرة نسبية توضح التوزيع الجنسي للمبحوثين	86
شكل 3	دائرة نسبية توضح توزيع طلبة علم المكتبات حسب المستويات الدراسية	87
شكل 4	دائرة نسبية توضح نسب آراء الطلبة حول تعريف الكتاب الإلكتروني	88
شكل 5	دائرة نسبية توضح نسب استخدام الطلبة للكتاب الإلكتروني	89
شكل 6	دائرة نسبية توضح نسب أسباب عدم استخدام الكتاب الإلكتروني	90
شكل 7	دائرة نسبية توضح نسب تفضيلات الطلبة بين الكتاب الإلكتروني والكتاب الورقي	91
شكل 8	دائرة نسبية توضح نسب أسباب تفضيل الكتاب الإلكتروني	92
شكل 9	دائرة نسبية توضح نسب أنواع الكتب المستخدمة من قبل الطلبة	93
شكل 10	دائرة نسبية توضح نسب مصادر وصول الطلبة إلى الكتب الإلكترونية	94
شكل 11	دائرة نسبية توضح نسب أغراض استخدام الكتاب الإلكتروني من طرف الطلبة	95
شكل 12	دائرة نسبية توضح نسب آراء المبحوثين حول إتاحة الكتب الإلكترونية بالمكتبة المركزية	96
شكل 13	دائرة نسبية توضح نسب تقييم الطلبة لجودة الكتب المتاحة في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت	97
شكل 14	دائرة نسبية توضح صعوبات استخدام الكتب الإلكترونية المتاحة في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون	98
شكل 15	دائرة نسبية توضح نسب آراء الطلبة حول حاجاتهم لدورات تدريبية حول الكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية	99
شكل 16	دائرة نسبية توضح نسب معرفة الطلبة بتوفر كتب الكترونية في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت	100
شكل 17	دائرة نسبية توضح نسب مصادر معرفة الطلبة بتوفر كتب إلكترونية في المكتبة المركزية	101
شكل 18	دائرة نسبية توضح نسب توزيعات ملاحظات الطلبة حول الجهود الترويجية للكتب الإلكترونية في المكتبة	102

103	دائرة نسبية توضح نسب الوسائل الترويجية المستخدمة في المكتبة المركزية للتعريف بالكتب الالكترونية في المكتبة المركزية	شكل 19
104	دائرة نسبية توضح نسب آراء الطلبة حول فعالية الترويج للكتب الالكترونية في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون	شكل 20
105	دائرة نسبية توضح نسب آراء الطلبة حول دور الترويج في تعزيز ثقة المستفيدين بالمكتبة المركزية	شكل 21
106	دائرة نسبية توضح نسب آراء الطلبة حول دور الترويج في تفضيل الكتاب الالكتروني على الكتاب الورقي	شكل 22
107	دائرة نسبية توضح نسب آراء الطلبة حول دور الترويج للكتاب الالكتروني في تنمية قيمة الخدمات الالكترونية للمكتبة	شكل 23
108	دائرة نسبية توضح نسب الوسائل الأكثر فعالية في تحقيق أهداف الترويج للكتب الالكترونية	شكل 24
110	دائرة نسبية توضح نسب آراء الطلبة حول تأثير الترويج للكتاب الالكتروني على جودة الدراسة والتفاعل الأكاديمي	شكل 25
111	دائرة نسبية توضح نسب أثر الترويج على تعزيز استخدام الكتاب الالكتروني	شكل 26
112	دائرة نسبية توضح نسب تأثير الترويج للكتاب الالكتروني في تقليل الوقت المستغرق في البحث أو الذهاب إلى المكتبة	شكل 27
113	دائرة نسبية توضح نسب تأثير الترويج للكتاب الالكتروني في تقليل الاعتماد على الكتب الورقية	شكل 28
114	دائرة نسبية توضح نسب آراء تأثير الترويج للكتاب الالكتروني في تحسين مهارات التعلم الذاتي	شكل 29
115	دائرة نسبية توضح آراء الطلبة حول تأثير الترويج للكتاب الالكتروني في زيادة قراءة الكتب الأكاديمية	شكل 30
116	دائرة نسبية توضح نسب آراء الطلبة حول تأثير الترويج للكتاب الالكتروني في تعلم استخدام أدوات القراءة الرقمية	شكل 31
117	دائرة نسبية توضح آراء الطلبة حول دور الترويج للكتاب الالكتروني في تشجيع استخدام المصادر الرقمية المتنوعة.	شكل 32

قائمة المختصرات :

1/ باللغة العربية:

الاسم المختصر	الترجمة باللغة العربية
الو . م . أ	الولايات المتحدة الأمريكية
ص	الصفحة
ج	الجزء
ط	طبعة

2/ باللغة الأجنبية:

الاسم المختصر	شرحه باللغة الانجليزية	الترجمة باللغة العربية
CD	Compact Disk	القرص المضغوط ، وسيلة لتخزين البيانات الرقمية
DJV	Déjà Vu	نسق الكتروني للكتب يتميز بقدرته على ضغط الصور والنصوص الممسوحة ضوئيا
DOC	Document	مستند يستخدم لكتابة النصوص على برنامج معالجة النصوص
DRM	Digital Rights Management	ادارة الحقوق الرقمية ، تقنية تستخدم لحماية اكتب او المحتويات الرقمية من النسخ الغير المصرح به والتوزيع الغير القانوني عن طريق تطبيق قيود على كيفية الوصول الى المحتوى واستخدامه
e-book	Electronic book	الكتاب الالكتروني
Exe	Executable	ملف تنفيذي ، صيغة تستخدم في بعض الكتب الالكترونية التي تحتوي على برنامج قارئ مدمج لعرض الكتاب او توفير ميزات تفاعلية خاصة بالكتاب

صيغة تبادل الرسوم المتحركة، يستخدم في عرض الصور المتحركة	Graphics Interchange Format	GIF
لغة ترميز النصوص التشعبية، تستخدم لإنشاء وتنظيم محتوى صفحات الانترنت وايضا تستخدم في عرض الكتب الالكترونية عبر الانترنت	Hyper text Markup language	html
الفهرس الموحد عبر الخط	Online Public Access catalogue	OPAC
الكتاب الورقي	Paper book	P-book
صيغ المستندات المحمولة	Portable Document Format	PDF
رمز الاستجابة السريع ، مربع يحتوي على معلومات مخزنة يتم قراءتها عن طريق مسحها بالكاميرات او مسحات ضوئية وغيرها من اجهزة المسح	Quick Response	QR
تنسيق ملف نصي ، يستخدم انشاء النصوص المرنة	Rich text format	RTF
النظام الوطني للتوثيق عبر الخط	System National Documentation en ligne	SNDL
منفذ يستخدم لتوصيل الأجهزة مثل أجهزة القراءة الالكترونية لتبادل البيانات بين جهازين	Universal Serial Bus Digital	USB
تقنية الشبكات اللاسلكية ، تتيح الاتصال بشبكة الانترنت	Wireless Fidelity	Wi-Fi
لغة الترميز القابلة للتوسع ، تستخدم لهيكل البيانات بشكل يسمح بتبادلها بين الأنظمة المختلفة .	Extensible Markup Language	XML

قائمة الملاحق

رقم الملحق	العنوان
01	واجهة المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت
02	صورة من الموقع الإلكتروني للمكتبة المركزية توضح ترويج وإعلان عن المقتنيات الجديدة للكتب التقليدية الورقية
03	إستمارة الإستبيان
04	صور لبعض قارئات الكتب الالكترونية
05	تصريح بإيداع المذكرة

فهرس المحتويات	
	شكر وعرفان
	الإهداء
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	قائمة المختصرات
	قائمة الملاحق
	قائمة المحتويات
أ - ب	مقدمة
الفصل التمهيدي: الإطار المنهجي للدراسة	
04	تمهيد
04	إشكالية الدراسة
04	تساؤلات الدراسة
04	فرضيات الدراسة
05	أهمية الدراسة
05	أهداف الدراسة
05	أسباب إختيار الموضوع
06	منهج الدراسة
06	مجتمع الدراسة
06	عينة الدراسة
07	أدوات جمع البيانات
07	حدود الدراسة
08	الدراسات السابقة
09	مصطلحات الدراسة

الجانب النظري	
الفصل الأول: الكتب الإلكترونية بالمكتبات الجامعية	
12	تمهيد
12	1. الأسس العامة للكتاب الإلكتروني
12	1.1 المفاهيم الأساسية وتطور الكتاب الإلكتروني
15	2.1 مزايا وعيوب الكتاب الإلكتروني
17	3.1 خصائص وتقنيات وأجهزة قراءة الكتاب الإلكتروني
23	4.1 الاختلاف بين الكتاب الإلكتروني والكتاب الورقي
24	5.1 أنواع الكتب الإلكترونية ومعايير تقييمها في المكتبات
27	6.1 الفوائد والأفاق المستقبلية للكتب الإلكترونية
32	2. المكتبات الجامعية ومستفيدوها في عصر الكتاب الإلكتروني
32	1.2 الإطار المفاهيمي والتنظيمي للمكتبات الجامعية
38	2.2 خدمات المكتبات الجامعية
39	3.2 المكتبات الجامعية في عصر تطور التكنولوجيا والنشر الإلكتروني
45	4.2 مستفيدو المكتبات الجامعية واحتياجاتهم
50	5.2 واقع الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية
55	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: دور الترويج في دعم الوصول للكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية	
57	تمهيد
57	1. الأسس المفاهيمية للترويج في المكتبات الجامعية
58	1.1 المفاهيم العامة وأسباب الإهتمام بالترويج
58	2.1 عناصر المزيج الترويجي
59	3.1 أهمية وأهداف الترويج
60	4.1 التخطيط للترويج وأساليبه
61	5.1 أساليب ووسائل الترويج

62	6.1 إحتياجات المكتبات الجامعية لتفعيل الترويج لمصادر المعلومات
63	7.1 مزايا إستخدام الترويج الإلكتروني في المكتبات الجامعية
65	2. أليات الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية
65	1.2 تسويق وإقتناء الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية
67	2.2 أدوات ترويج الكتاب الإلكتروني
69	3.2 فوائد الترويج للكتاب الإلكتروني على للمستفيد
70	4.2 تحديات إتاحة الكتاب الإلكتروني في منصات مفتوحة المصدر في المكتبات الجامعية
71	5.2 نماذج منصات لعرض الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية
73	خلاصة الفصل
الجانب التطبيقي:	
الإطار الميداني: دراسة أثر الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت	
75	تمهيد
75	1. الإطار العام لمكان الدراسة
75	1.1 التعريف بجامعة ابن خلدون تيارت
75	2.1 التعريف بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت
82	3.1 لمحة عن الكتب الإلكترونية بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت
85	2. التحليل الإحصائي والميداني لنتائج الدراسة
85	1.2 تحليل نتائج الملاحظة الميدانية
86	2.2 عرض وتحليل بيانات الاستبيان
119	3.2 النتائج العامة المتحصل عليها
120	4.2 النتائج على ضوء الفرضيات
121	5.2 التوصيات
122	خلاصة الفصل
123	خاتمة

قائمة المحتويات

بيبلوغرافية

الملاحق

الملخص

مقدمة

مقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة تطورا كبيرا في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى تحول جذري في مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك النظام التعليمي، أصبح الكتاب الإلكتروني من أبرز المصادر الرقمية التي ساهمت في تسهيل الوصول إلى المعرفة وتوفير الموارد التعليمية بشكل أكثر فعالية.

ومع هذا التحول أصبح من الضروري تتبنى المكتبات الجامعية استراتيجيات ترويجية مبتكرة لتعريف المستفيدين بالكتب الإلكترونية وتشجيعهم على الاستفادة منها في دراستهم وبحوثهم العلمية، وفي هذا السياق أصبحت المكتبات الجامعية بما في ذلك المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت، تعمل على تقديم العديد من الموارد الرقمية مثل الكتب الإلكترونية والمقالات الأكاديمية التي يمكن للطلبة الوصول إليها بسهولة، ورغم توفر هذه الموارد الرقمية، فإن التحدي الأكبر يكمن في كيفية تعزيز وعي المستفيدين بها وتحفيزهم على استخدامها بشكل فعال، لذلك يعتبر الترويج للكتاب الإلكتروني جزءا أساسيا من إستراتيجيات المكتبة لتيسير الوصول إلى هذه الموارد وزيادة إستفادة الطلبة منها. والترويج للكتاب الإلكتروني داخل المكتبات الجامعية لا يقتصر فقط على توفير الكتاب الإلكتروني بل يشمل أيضا التوعية بكيفية استخدامه، وشرح فوائده وتعريف المستفيد بكيفية الوصول إليه وإستخدامه بشكل صحيح، ورغم الجهود المبذولة فإن مستوى الوعي والقدرة على الاستفادة من هذه الكتب الإلكترونية يختلف بين الطلبة، لذا فإن دراسة أثر الترويج على وعي المستفيدين من الكتاب الإلكتروني يمكن أن توفر رؤية مهمة حول فاعلية الخطط الترويجية المتبعة في المكتبات الجامعية.

تسعى هذه الدراسة إلى دراسة فاعلية الترويج للكتاب الإلكتروني داخل المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت، وتحليل تأثير الترويج على وعي المستفيدين وتفاعلهم مع الكتب الإلكترونية وتسعى الدراسة إلى تقديم توصيات لتحسين إستراتيجيات الترويج لهذا المورد الرقمي بما يتماشى مع إحتياجات الطلاب من خلال هذه الدراسة نتوقع أن نتمكن من تقديم رؤية حول كيفية تعزيز إستخدام الكتاب الإلكتروني داخل المكتبة وتحقيق أقصى إستفادة منه في تحسين جودة التعليم والبحث الأكاديمي في الجامعة.

وفي سبيل الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع وتحقيق أهداف الدراسة، قسمت هذه المذكرة إلى ثلاثة فصول رئيسية، خصصت فصل تمهيدي بتقديم الإطار المنهجي للدراسة، حيث تطرقت إلى إشكالية الدراسة

إضافة إلى الفرضيات والأهداف والأهمية وأسباب اختيار الموضوع بالإضافة إلى المنهج المتبع ومجتمع وعينة الدراسة كذلك تحديد بعض الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع دراستي كذلك حددت فيه مصطلحات الدراسة. أما الجانب النظري فقد قسمته إلى فصلين الأول بعنوان الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية وقسمته إلى عنصرين شامل للكتاب الإلكتروني وعنصر شامل للمكتبات الجامعية ومستفيدوها في عصر الكتاب الإلكتروني.

في حين خصصت الفصل الثاني لدراسة دور الترويج في دعم الوصول إلى الكتاب الإلكتروني من خلال تخصيص عنصر لأساسيات وأساليب وإحتياجات الترويج وعنصر لآليات الترويج للكتاب الإلكتروني داخل المكتبات الجامعية.

أما الفصل التطبيقي فقد تضمن الجانب الميداني للدراسة؛ حيث عرفت بمحل الدراسة أي المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت، وتحليل نتائج الاستبيان والملاحظة بما مكن من اختبار الفرضيات والخروج بجملة من النتائج والتوصيات التي من شأنها الإسهام في توفير الكتاب الإلكتروني والترويج له داخل البيئة الجامعية لزيادة جذب والإستفادة منه وإقناع وثقة المستفيد من مكتبته في السعي في مثل هذا العمل من أجل تلبية حاجاته المتغيرة حسب العصر الرقمي.

الفصل التمهيدي: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

1. اشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. فرضيات الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. أسباب اختيار الموضوع
7. منهج الدراسة
8. مجتمع الدراسة
9. عينة الدراسة
10. أدوات جمع البيانات
11. حدود الدراسة
12. الدراسات السابقة
13. مصطلحات الدراسة

تمهيد:

تسعى المكتبات الجامعية إلى تعزيز تجربتها في تلبية إحتياجات المستفيدين، وذلك من خلال تبني تقنيات حديثة وخدمات مبتكرة. وفي ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة، أصبح الكتاب الإلكتروني خياراً شائعاً بين الطلاب والباحثين، إذ يتيح لهم الوصول إلى المعلومات والمعرفة بسهولة ويسر ويعتبر الترويج للكتاب الإلكتروني جزءاً حيوياً من إستراتيجيات المكتبات الجامعية الحديثة، حيث يعمل على زيادة الوعي بين المستخدمين حول أهمية هذه الموارد الرقمية وفوائدها مقارنة بالموارد التقليدية. إن فهم تأثير هذه الحملات الترويجية من وجهة نظر المستفيدين سيساهم في تحسين الكفاءة التشغيلية للمكتبات وتوجيه الجهود نحو تلبية توقعات ورغبات المستخدمين بشكل أفضل.

1. إشكالية الدراسة:

مع تزايد الإعتماد على الكتاب الإلكتروني في الأبحاث والدراسات الجامعية، أصبحت المكتبات تواجه تحديات كبيرة في الترويج لهذا النوع من الكتب وتشجيع المستفيدين على استخدامه، فترويج له ليس مجرد توفيره في المكتبة بل يتطلب آليات فعالة لزيادة الوعي به وتحفيزهم على إقبالهم عليه، في هذا السياق نطرح الإشكالية المتعلقة بمدى فعالية الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون، وذلك لتقييم مدى تأثير هذه الإستراتيجيات على قبول المستفيدين للكتاب الإلكتروني

- مامدى تأثير الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون على المستفيدين؟

2. تساؤلات الدراسة:

♦ ما هو الكتاب الإلكتروني ؟

♦ ما هي عوائق استخدام الكتاب الإلكتروني بالمكتبات الجامعية؟

♦ هل هناك إرشادات وتوعية منظمة من طرف المكتبة المركزية حول توفر الكتاب الإلكتروني ؟

♦ هل يوجد ترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت وهل له أثر ملموس على

المستفيدين ؟

3. فرضيات الدراسة:

❖ يؤثر ضعف التوعية حول الكتب الإلكترونية المتاحة على مستوى المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون سلباً على إدراك واستفادة الطلبة منها.

❖تفتقر المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون إلى خطة ترويجية وتوعوية منظمة لتعريف الطلبة بالكتاب الإلكتروني وتعزيز استخدامه.

❖يساهم الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون في خلق بيئة تعليمية تفاعلية ويعزز من فرص التعلم الذاتي النشط لدى الطلبة .

4. أهمية الدراسة:

باعتبار أن هذا الموضوع أصبح ذا أهمية متزايدة في ظل التطور التكنولوجي المستمر وارتفاع الاعتماد على الكتاب الإلكتروني في مجالات التعليم والبحث، فإن دراسة أثر الترويج لهذا النوع من الكتب في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت تعد من الدراسات الحيوية التي تساعد على فهم الأثر الفعلي للخطط الترويجية التي تساهم في تعزيز استخدام الكتاب الإلكتروني. كما أن هذه الدراسة تساهم في تسليط الضوء على مدى اهتمام المكتبة المركزية في توعية الطلبة حول فوائد الكتاب الإلكتروني وطرق الاستفادة المثلى منه، مما يساهم في تحسين العملية التعليمية وزيادة الوعي المعلوماتي لدى طلاب الجامعة، مع إمكانية أن تساهم هذه الدراسة في مساعدة المكتبة على تطوير خدماتها وتحسين طرق الترويج لزيادة الاستفادة من هذا المورد.

5. أهداف الدراسة :

- التعرف على الأساليب والوسائل المستخدمة في الترويج للكتاب الإلكتروني داخل المكتبة المركزية.
- تحديد مدى فعالية الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون في زيادة استخدامه وقبوله لدى المستفيدين، والكشف عن العوامل التي تعيق أو تعزز نجاح الترويج وتوصيات عملية لتحسينها.
- دراسة استخدام الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية ودور التوجيه والتوعية في تشجيع أو عرقلة استخدامه.

6. أسباب اختيار الموضوع:

أسباب موضوعية:

- نظر لتزايد استخدام الكتب الإلكترونية في التعليم والبحث كان لي فضول لدراسة كيفية تأثير الترويج على زيادة وعي وإقبال على استخدام الكتب الإلكترونية.

• كذلك الرغبة في دراسة إذ كانت هناك توعية حول الكتب الإلكترونية من قبل المكتبة بناء على وجهات نظر المستفيدين.

• نقص الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الترويج للكتاب الإلكتروني في البيئة الجامعية خاصة من وجهة نظر المستفيدين.

أسباب ذاتية:

• لدي شغف بالكتاب الإلكتروني مما جعلني مهتما كيف يراه الآخرون، وواقعه بالمكتبات الجامعية ومدى تأثير الترويج على استخدامه وتفضيله.

• أردت دراسة واقع الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت ومعرفة أن كان له أثر فعلي على إستفادة الطلبة.

7. منهج الدراسة:

نظرا لأن الدراسة تهدف إلى استكشاف الأثر والتأثير للترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية من وجهة نظر المستفيدين فإن المنهج الوصفي سيكون الأنسب بحيث يعتمد على جمع البيانات وتحليلها للوصول إلى إستنتاجات دقيقة بشكل شامل حول المشكلة أو الظاهرة المدروسة، مما يساعدان في فهم كيفية تأثير أنشطة الترويج على استخدام المستفيدين لهذه الموارد.

8. مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من طلبة علم المكتبات بجامعة ابن خلدون تيارت وإختيارهم لايعني إقصاء باقي المستفيدين وإنما تم إختيارهم لكونهم ضمن الفئة الجامعية التي تستفيد من خدمات المكتبة، وأكثر فئة لها وعي بخدمات المكتبة، إضافة إلى سهولة التواصل معهم مما يسهل عملية جمع البيانات والتعرف على آراءهم بخصوص الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية بحيث شمل عددهم من 198 طالب وفق لإحصاءات مقدمة لي من طرف إدارة كلية العلوم الإنسانية في حدود السنة الجامعية 2025/2024.

9. عينة الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة في مجموعة من طلبة علم المكتبات بجامعة ابن خلدون، تم إختيارهم وفق للسنوات الدراسية بطريقة عشوائية، وعند اختيار حجم العينة تمت مراعاة عدد من العوامل العلمية مثل دقة النتائج

ومستوى الثقة المطلوب في النتائج، حيث أن العينة المحسوبة باستخدام الصيغة الإحصائية لقانون (Krejcie et Morgan) تظهر أن حجم العينة الأمثل هو 131 طالب مع هامش خطأ 5 بالمائة ومستوى ثقة 95 بالمائة، ومع ذلك وبالنظر إلى حجم المجتمع الصغير 198 طالب، تم اعتبار أن العينة من 100 طالب ستظل كافية لتوفير تمثيل مناسب للآراء مع الحفاظ على دقة تمثيل البيانات.

10. أدوات جمع البيانات:

اعتمدت على الإستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة الدراسة، والذي يعتبر أداة لجمع المعلومات، كان إستبياننا ورقيا شمل 100 إستبياننا وزعته على طلبة علم المكتبات بمختلف مستوياتهم الدراسية بطريقة عشوائية، إلا أنني لم أتمكن من إرجاعهم كلهم استرجعت 89 إستبياننا من أصل 100، اشتمل الإستبيان بيانات شخصية للمبحوثين وثلاثة محاور، المحور الأول بعنوان وعي واستخدام الطلبة للكتاب الإلكتروني، المحور الثاني كان بعنوان الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت والمحور الثالث بعنوان أثر الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة على الطلبة. حيث تكون الإستبيان من 26 سؤال موزعة على المحاور الثلاثة، حيث تم توزيع إستبياننا تجريبيا في البداية حيث كان متكون من أغلبية الأسئلة مفتوحة فلم أتلقي منهم إجابات منطقية، لذلك عدلته بصيغة شملت أغلبية الأسئلة إختيارية مع ترك إمكانية إبداء الرأي في بعض الأسئلة.

كذلك الملاحظة إعتمدت على الملاحظة كأداة مساعدة لدعم البيانات المستخلصة من الإستبيان، ولرصد واقع الترويج للكتاب الإلكتروني داخل المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت، حيث قمت بملاحظة الأنشطة والإجراءات المعتمدة في الترويج وقمت بتدوين ملاحظاتي بشكل منظم خلال فترات من ترددي على المكتبة.

11. حدود الدراسة:

- ♦ المجال الجغرافي : المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت
- ♦ المجال البشري : طلبة تخصص علم المكتبات بجامعة ابن خلدون تيارت
- ♦ المجال الزمني: منذ استلامي لعنوان المذكرة إلى غاية تسليمي لها لإدارة القسم .في حدود السنة الجامعية 2025/2024.

12. الدراسات السابقة: فيما يلي عرض لأهم الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة :

الدراسة الأولى:

E_books and The academic library: Their usage and effect Lousa Brown
Magister in Scientia Economica .university of Wiles .2009.

تقدم هذه الدراسة تحليلاً شاملاً حول استخدام وتحديات الكتب الإلكترونية في المكتبات الأكاديمية وتستعرض تأثيراتها على المستخدمين، خاصة من حيث التوجه نحو الكتب الإلكترونية بدل الورقية، وبينت تحديات توفير الكتب الإلكترونية في المكتبات الجامعية، ثم تقديم هذه الدراسة للحصول على درجة ماجستير في جامعة ويلز، تعد هذه الدراسة مرجعاً مهماً في الجانب النظري، حيث أبرزت أهمية الكتاب الإلكتروني داخل المكتبة الجامعية، غير أن هذه الدراسة ركزت على الاستخدام دون التطرق إلى آليات الترويج أو تقييمها من طرف المستخدمين، وهو ما تحاول دراستنا تسليط الضوء عليه.

الدراسة الثانية: بعنوان تقنيات وأدوات الترويج الإلكتروني في المكتبات ومراكز المعلومات، سوهام بادي، جامعة العربي التبسي، الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، مجلد 4، العدد 1، مارس 2019: هذه الدراسة تناولت الأدوات والأساليب الحديثة كمواقع الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، بحيث ركزت على الوسائل التي تعتمد عليها المكتبات لنشر وترويج خدماتها في البيئة الرقمية، تعد هذه الدراسة ذات قيمة مضافة في دعم موضوعي خاصة في الجانب النظري، مما يسمح بفهم الإطار المفاهيمي للترويج داخل المكتبة، غير أن هذه الدراسة لم تسلط الضوء على الترويج للكتاب الإلكتروني في حد ذاته وفعالياته على المستفيد وهو ما تهدف إليه دراستي.

الدراسة الثالثة: بعنوان ترويج الخدمات المكتبية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، خميشة نور الدين، غريب نصر الدين، مذكرة ماستر ل.م.د، جامعة العربي التبسي، تخصص تسير ومعالجة المعلومات، 2021/2020، تحدثت هذه الدراسة عن واقع وكيفية الترويج لخدمات المكتبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، الهدف منها كان فهم كيفية استخدام الشبكات كأداة لتسويق وتعريف المستخدمين بالخدمات المكتبية المتاحة لهم، تدعم هذه الدراسة جزءاً من موضوع بحثي المتعلق بوسائل الترويج للكتاب الإلكتروني، غير أن هذه الدراسة ركزت على الترويج للخدمات دون تخصيص الحديث عن الكتاب الإلكتروني تحديداً، أو تقييم فعالية هذه الوسائل من طرف المستخدمين وهو ما نعمل على تداركه في دراستنا الحالية.

الدراسة الرابعة: بعنوان اتجاهات طلاب الدراسات العليا نحو استخدام الكتاب الإلكتروني (دراسة ميدانية من وجهة نظر طلاب الدراسات العليا بجامعة البطانة، السودان، الصديق عبد الصادق البدوي بلة، مجلة أفق للعلوم، المجلد 07، العدد 4، 2022 تناولت هذه الدراسة المواقف والاتجاهات المختلفة لطلاب الدراسات العليا تجاه استخدام وتقبل الكتاب الإلكتروني وأسباب تفضيلهم ورفضهم له وصعوبات استخدامه، إضافة إلى العوامل التي تشجع على تبني هذا النمط من مصادر المعلومات، تعد مرجعا أساسيا في دعم الجانب المتعلق بالكتاب الإلكتروني في الجانب النظري، ومع ذلك لم تتناول هذه الدراسة دور المكتبة أو جهودها في الترويج للكتاب الإلكتروني وفعالياته على المستفيدين، وهو ما نحاول تحليله في دراستنا.

مبررات اعتماد الدراسات السابقة وعلاقتها بموضوع الدراسة:

اعتمدت على هذه الدراسات لأنها توفر إطارا نظريا يساعد على فهم المفاهيم الأساسية المرتبطة بالبحث، كالكتاب الإلكتروني، الترويج في المكتبات، فتتمثل بمثابة أعمالا سابقة ذات صلة بموضوعي، وعلى الرغم من أن هذه الدراسات لم تعالج بشكل مباشر موضوع الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية وأثره على المستفيد. ومن هنا بنينا إشكالية بحثنا الحالي.

13. مصطلحات الدراسة:

- **الترويج:** ذلك العنصر المتعدد الأشكال والمتفاعل مع غيره من عناصر التسويق، يهدف إلى تحقيق عملية الإتصال الناجمة عن ما تقدمه الشركات من سلع أو خدمات وأفكار لإشباع حاجات ورغبات المستهلكين.¹
- **الكتاب الإلكتروني:** هو كتاب تم إعداده بإستخدام الحاسب الآلي بشكل إلكتروني، أو تحويله من شكله المطبوع إلى شكل رقمي من خلال المسح الإلكتروني والتعرف الضوئي على الأحرف أو بوسائل أخرى.²
- **المكتبات الجامعية:** هي مكتبة أو نظام من المكتبات تنشئه وتدعمه وتديره جامعة لمقابلة الاحتياجات المعلوماتية للطلبة وهيئة التدريس كما تساند برامج التدريس والأبحاث والخدمات.³

¹ الزعبي، علي فلاح . إدارة الترويج والاتصالات التسويقية. ط2، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2009، ص ص 33 . 34

² ياسر، يوسف عبد المعطى. القاموس الشارح في علوم المكتبات والمعلومات . إنجليزي عربي مع كشاف عربي إنجليزي. القاهرة: دار الكتاب الحديث . 2009. ص 141

³ سيد، حسب الله. الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات والحاسبات . القاهرة: المكتبة الأكاديمية. 2001. ص2231

- **المستفيد من المكتبة:** هو ذلك المستخدم أو المستعمل للمكتبة والمستفيد من الخدمات التي تقدمها المكتبات وذلك راجع بالأساس للحاجة الماسة للمعلومات.⁴

⁴ إدريس، سهيل. المنهل: قاموس فرنسي عربي. بيروت: دار الآداب، د.ت. ص1248

الجانب النظري:

الفصل الأول : الكتب الإلكترونية في المكتبات الجامعية

تمهيد

1. الأسس العامة للكتاب الإلكتروني

1.1 المفاهيم الأساسية وتطور الكتاب الإلكتروني

2.1 مزايا وعيوب الكتاب الإلكتروني

3.1 خصائص وتقنيات وأجهزة قراءة الكتاب الإلكتروني

4.1 الاختلاف بين الكتاب الإلكتروني والكتاب الورقي

5.1 أنواع الكتب الإلكترونية ومعايير تقييمها في المكتبات

6.1 الفوائد والأفاق المستقبلية للكتب الإلكترونية

2. المكتبات الجامعية ومستفيدها في عصر الكتاب الإلكتروني

1.2 الإطار المفاهيمي والتنظيمي للمكتبات الجامعية

2.2 خدمات المكتبات الجامعية

3.2 المكتبات الجامعية في عصر تطور التكنولوجيا والنشر الإلكتروني

4.2 مستفيدو المكتبات الجامعية واحتياجاتهم

5.2 واقع الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية

خلاصة الفصل

تمهيد:

في زمن تتسارع فيه وتيرة التطورات التكنولوجية، أصبحت المعلومات والمعرفة تعتبر من أبرز العوامل المحورية في تشكيل المجتمعات الحديثة. من بين الوسائل التي غيرت طريقة وصولنا إلى المعلومات هو الكتاب الإلكتروني الذي جاء كنتيجة لتطور تكنولوجيا المعلومات، فلم تعد الكتب محصورة في قراءته فقط وإنما انتقلنا إلى عصر يمكن فيه تحميل الكتب وقراءتها عبر أجهزة متعددة مما أتاح للقراء الوصول إليها في أي وقت وأي مكان. يتناول هذا الفصل عرضاً شاملاً لمفهوم الكتاب الإلكتروني وتطوره وأنواعه ومميزاته وكذلك تم التطرق إلى المكتبات الجامعية والمستفيدين منها، واستخدامات الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية وتحدياته.

1. الأسس العامة للكتاب الإلكتروني

1.1. المفاهيم الأساسية وتطور الكتاب الإلكتروني

أولاً: تاريخ الكتاب الإلكتروني: يعود بداية ظهور الكتاب الإلكتروني، في 1971، عندما نشر مايكل هارت، مؤسس المكتبة الافتراضية أول نص رقمي لإعلان استقلال الو.م.أ، ولكن الأمر الشائع أكثر هو قيام الروائي الأمريكي ستيفن كنج في 2000 بنشر كتاب جديد على موقعه الإلكتروني، وعلى شبكة الأنترنت، أما في العالم العربي والنشر العربي فليس هناك تاريخ محدد ومؤكّد لبداية صدور الكتاب العربي بشكله الإلكتروني، ولكن يعتبر البعض أن الأديب والروائي الأردني محمد سنجالة أول من أصدر روايات ونصوصاً قصصية وقصائد شعرية رقمية في موقع إتحاد كتاب الأنترنت، إذ نشر رواية ظلال الواحد سنة 2001، أما في الخليج العربي تعتبر الكويت أول دولة خليجية قامت بإطلاق أول كتاب إلكتروني يصدر باللغة العربية وذلك في إطار مشروع متكامل لربط التقنيات الحديثة بالثقافة والكتاب الأول الذي صدر بهذه الطريقة التقنية هو الكتاب الكويتي إسماعيل فهد إسماعيل.¹

ثانياً: تعريف الكتاب الإلكتروني: هو الكتاب الذي يمكن قراءته على الحاسب أو أي جهاز محمول باليد ويتم توزيعه كملف واحد (.....) ويمتاز بأنه يمكن حمله والتنقل به.²

¹ رجي، عليان؛ السامرائي، إيمان . المصادر الإلكترونية للمعلومات. دار اليازوري. العلمية للنشر والتوزيع. 2014. ص5.

² عبد الصراير، خالد. الكافي في مفاهيم علوم المكتبات والمعلومات. دار كنوز المعرفة العلمية. 2010. ص 200.

ثالثًا: الكتاب الإلكتروني: هو عبارة عن ملفات لنصوص محوسبة تشبه في ترتيبها وتنظيمها الكتب المطبوعة، انتشرت على إثر التقدم الهائل في مجال الإلكترونيات والليزريات والاتصالات، وهي متوفرة على الأنترنت والأقراص المدمجة أو المكنزة أو الأشكال المحوسبة الأخرى (....) وهو غير محدد بالقيود المادية كالورق والتجليد والحجم لأن شبكة الأنترنت والأقراص الضوئية المكنزة يمكن أن تخزن كميات ضخمة من البيانات في شكل نصي.¹

ويعرف أيضا: بأنه صورة مطابقة للكتاب المطبوع في شكل إلكتروني مع إضافة بعض الإمكانيات الغير متوفرة في الكتاب المطبوع بحيث يستخدمه الطالب الجامعي من أجل إشباع احتياجاته المعرفية من خلال مواكبة كل المؤلفات الجديدة وخاصة تلك التي يصعب الحصول عليها في شكلها الورقي.² بالإضافة يعرف على أنه منشور رقمي يتضمن وسائط متعددة وينشر في وسط رقمي ويستخدم تطبيقات البيئة الرقمية.³

▪ ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الكتاب الإلكتروني: هو كتاب يشبه الكتاب الورقي إلى أنه يتم تخزينه وعرضه على أجهزة إلكترونية مثل الحواسيب والهواتف الذكية، ويتميز بسهولة الوصول إليه وبقتصر على المستفيد أعباء الزمان والمكان مما يسهل قراءته وتصفحه في مختلف الظروف.

رابعًا: تسميات مرادفة للكتاب الإلكتروني

- الكتاب المحوسب أو الكمبيوتر (Computerized book)

- الكتاب الرقمي المرقمن (Digital book)

- الكتاب ذو الوسائط المتعددة (Multimedia book)⁴

- الكتاب الافتراضي (Virtual book)

- الكتاب الشبكي (On-line book)

¹ قنديلجي، عامر إبراهيم. المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والأنترنت. ط2. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. 2016. ص287.

² أعبيدة، نبيلة ؛ رجال، سليمان. استخدام الكتاب الإلكتروني من طرف الطلبة دراسة ميدانية مع طلبة السنة الثانية ماستر كلية العلوم الإنسانية. في مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 02، 2021، جامعة المسيلة، مجلد 11. ص978.

³ هبة، عبد المنعم؛ باشا، محمد. الكتاب الإلكتروني تعريفه أهميته تصميمه. مجلة الطفولة، العدد 34. 2020. ص1238.

⁴ ساهرة، حسن محمود. التقنيات الحديثة للكتاب الإلكتروني. في مجلة التطوير العلمي للدراسات والبحوث، العدد 18، 2024، العراق:جامعة البصرة،

- الكتاب الديناميكي (Dynamic book)

- الكتاب الإلكتروني المفتوح (Open e-book)

- كتاب المستقبل (The future of book)¹

خامساً: مراحل تطور الكتاب الإلكتروني ونشره

انتشر الكتاب الإلكتروني بعد التقدم الكبير في مجال الطباعة وتخزين المعلومات إلكترونياً بواسطة الحواسيب، وكان لظهوره في أواخر القرن العشرين بصمة جديدة في نشر العلوم المتنوعة من خلال استخدام الأسطوانات المدمجة مع الحاسوب. ومر بمراحل عديدة في طريق الدخول إلى الفضاء الرقمي لعل أهمها:

المرحلة الأولى: طباعة ونشر الكتب التقليدية على جهاز الحاسوب الشخصي وذلك من خلال التخزين على الجهاز نفسه (القرص الصلب) أو على شكل أقراص مرنة أو مدمجة وفي هذه الطريقة ظل الكتاب مشابهاً للكتاب الورقي، سوى استخدام الشاشة في مطالعته، بيد أنها كانت خطوة ضرورية للتحويل من المطبوع إلى الرقمي.²

المرحلة الثانية: تزامنت مع ظهور الانترنت، حيث أصبح من الممكن الدخول إلى مواقع الانترنت التي تنشر كتباً إلكترونية وقراءتها فوراً وتحميلها على الحاسوب الشخصي وحفظها ومن ثم إمكانية الرجوع إليها في أي وقت لاحق.

المرحلة الثالثة: ابتكار تقنيات رقمية أكثر كفاءة وفاعلية من الحاسوب وأصغر حجماً، ذات إمكانية فائقة في التخزين والدخول إلى المواقع الإلكترونية والإبحار في الانترنت بسرعة ومرونة بحثاً عن الكتب والمعلومات وتقديمها للمستفيد وتضم هذه الفئة أنواعاً عديدة من الحواسيب الكفية والكتب الإلكترونية الصغيرة والقواميس الإلكترونية ومن بينها القرآن الكريم الناطق الإلكتروني.³

■ يتضح لي مما سبق أن ظهور الكتاب الإلكتروني لم يكن صدفة بل جاء نتيجة لتطور تكنولوجي متواصل في مجال النشر والاتصال بداية من ظهور الحواسيب والليزريات إلى غاية ابتكار القارئ مما جعله اليوم يشكل بديلاً للكتاب الورقي.

¹ غالب، عوض النوايسة. الإنترنت والنشر الإلكتروني، الكتب الإلكترونية والدوريات الإلكترونية. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. 2011. ص 312.

² شادي، محمود حسين القاسم. دور النشر الإلكتروني في المكتبات ومراكز المعلومات. عمان: دار الضياء للنشر والتوزيع. 2007. ص 65

³ ريا، الدباس. المكتبات والنشر الإلكتروني. عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع. 2010. ص 173 174.

وكان أسباب لإنتشاره تمثلت فيمايلي:

- ارتفاع التكاليف المادية للطباعة سواء من الورق أو الحبر.
- انتشار استخدام الحاسب الآلي والخط المباشر في المكتبات ومراكز المعلومات.
- التطورات التكنولوجية المتسارعة والمتغيرة وفقا لأجيال الويب.
- مشاكل النشر التقليدي والمشاكل التخزينية والمكانية للورق.
- متطلبات الباحث المعاصر في سرعة الحصول على المعلومات بفرض انجاز أعماله البحثية التي لم تعد تحتل التأخير.
- تتسم أغلب المصادر الإلكترونية بتوفير مميزات إضافية تتمثل في تضمين النص وسائل متعددة صور وفيديو وصوت وكذلك إضافة الروابط التشعبية حيث يتمكن الباحث الوصول بسهولة بين الأقسام والصفحات المتعددة للمصدر الواحد.¹

■ انطلاقا مما سبق تبين لي أن انتشار الكتاب الإلكتروني يعود إلى المشاكل التي يواجهها النشر التقليدي إضافة إلى ظهور وتطور التكنولوجيات الرقمية مما أدى إلى تغير احتياجات الباحثين، ونظرا لمزايا النشر الإلكتروني الذي جعل الكتاب الإلكتروني الخيار الأكثر تفضيلا.

2.1 مزايا وعيوب الكتاب الإلكتروني

أولا: مزايا الكتاب الإلكتروني:

- يمتاز الكتاب الإلكتروني عن الكتاب الورقي بالعديد من المزايا نذكر أهمها:
- قابلية النقل، حيث يمكن تحميل عدد من الكتب في وقت واحد وفي مكان واحد.
- السهولة والسرعة للوصول للكتب الإلكترونية وإتاحتها للقراء في وقت قصير.
- إتاحة الكتب الإلكترونية بأشكال متعددة لتتناسب مختلف أنواع القراء كفاقيدي البصر وكبار السن.
- إمكانية دعم الكتب الإلكترونية بالوسائط المتعددة كالصوت والصور الساكنة والمتحركة.
- سهل الحمل والتنقل من مكان إلى آخر.

¹ قنديلجي، عامر؛ الربحي، عليان. مصادر المعلومات في عصر المخطوطات إلى عصر الانترنت. عمان: دار الفكر للطباعة والنشر. 2000. ص325، 326.

- خفض الزمن المستغرق في النشر والتكلفة حيث لا يتم الطباعة على الورق.¹
- التفاعلية بإستخدام ما يعرف بنقاط التوصيل حيث يمكن أن يتم توصيل القارئ أثناء قراءته بمعلومات إضافية كالمواقع على الشبكة أو توضيحات لكلمات، بحيث يضغط على كلمة معينة لينتقل إلى موارد إضافية.
- سهولة تعديل المادة العلمية المنشورة إلكترونياً بإستخدام النشر الإلكتروني لا يحتاج الناشر إلى إعادة طباعة الكتب بالتعديلات الجديدة، فكل ما يحتاجه فقط تعديل المادة المخزنة إلكترونياً بإستخدام برامج معالجة الكلمات.
- توفير الحيز المكاني بمعنى الكتب الإلكترونية لا تحتاج إلى حيز من المكان في المنزل بل توضع على الحاسب الشخصي للمستخدم.²
- وبالتالي من خلال هذه المزايا التي يتمتع بها عزز الإقبال المتزايد عليه خاصة في المجال الأكاديمي.

ثانياً: عيوب الكتاب الإلكتروني:

- قلة عدد العناوين من الكتب المتاحة إلكترونياً.
- عدم توافقية بعض الكتب الإلكترونية مع البرمجيات المختلفة.
- مشكلات الحفظ والصيانة.
- مشكلات حقوق النشر، مثلاً ماذا يحدث إذا ما فقد المستفيد الكتاب بعد إنزاله على الحاسب الشخصي، وإمكانية نسخ وتوزيع وبيع الكتاب بعد قراءته.³
- التغيرات التكنولوجية المتلاحقة التي تجعل من الجهاز الحديث بائداً بعد شهور عديدة.
- إنتهاك حقوق الملكية الفكرية: إن توفر الكتب بالصيغة الرقمية زاد من إمكانية نسخ ونشر وتوزيع الكتاب على الشبكة العنكبوتية، ومع ظهور البرامج لم يعد عائناً أمام أي شخص، بتغيير على الكتاب يمكن لمنتهك حقوق الملكية الفكرية نسبه لنفسه دون عناء.

¹ غالب، عوض النوايسة. الإنترنت والنشر الإلكتروني..... (مرجع سابق). ص 350.

² الصديق، عبد الصادق؛ البدوي، بلة. إتحاهاات طلاب الدراسات العليا نحو إستخدام الكتاب الإلكتروني دراسة ميدانية من وجهة نظر طلاب

الدراسات العليا في مجلة أفاق للعلوم، العدد 4، 2022، السودان: جامعة البطانة، المجلد 07. ص 163

³ عماد، عيسى صالح. الكتاب الإلكتروني e-Book (المفهوم والخصائص) الإتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات. عدد 17، 2002، مجلد

- وجود بعض الأعطاب في برامج التصفح، فأحيانا عند الضغط على أمر معين نتيجة أمر آخر تتسبب في عدم استجابة الجهاز ونفس النتيجة تحدث عند فتح الكتب الكبيرة فهي تستغرق بعض الوقت.
- أضواء الشاشة، فأشعته تعتبر مزعجة ومجهدة للعين قد تتسبب في أضرار بالعين وإرهاق.
- يمكن لمسيري الكتب الرقمية مراقبة استعمالات وبيانات المستخدم أي فقدان الخصوصية.
- التعرض عند قراءته لعوامل مزعجة مثل الإعلانات والرسائل وإشعارات التطبيقات المختلفة مما تساهم في قطع التركيز لدى القارئ.¹

- ليس هناك توافق بين البرمجيات والتجهيزات المادية المختلفة مثلا إذا اشتريت عنوان لقراءته على جهاز معين فلا يمكنك قراءته على جهاز آخر.²
- من خلال ما سبق يمكن القول أن العيوب المتعلقة بالكتاب الإلكتروني تشكل عائقا وتحديا أمام استخدامه، خاصة في البيئات التي تفتقر للتجهيزات التقنية أو التوجيه الكافي.

3.1 خصائص وتقنيات وأجهزة قراءة الكتاب الإلكتروني

أولا: خصائص الكتاب الإلكتروني:

- إمكانية نقله بسهولة وتحميله على أجهزة متنوعة سهولة الوصول إلى محتوياته عشوائيا باستخدام الكمبيوتر.
- يحتوي على وسائل متعددة مثل الرسوم المتحركة والصور والفيديو والمؤثرات الصوتية المتنوعة وخلفية صفحات جذابة.
- بساطة قراءته باستخدام الكمبيوتر وأجهزة أخرى.
- سهولة فهرسته بالمكتبات ووضعه بحيز صغير.
- إمكانية الاتصال به عن بعد للحصول على المعلومات سوءا بموقع الناشر أو المؤلف أو المكتبات الإلكترونية.

¹اطلع عليه يوم 2024/10/01 <https://sharjah24.articles> Publishengstate.com.weighing the pros and Cons of Ebooks

2025/01/25

² فردوس، عمر عبد الرحمن. النشر الإلكتروني والشبكات والمكتبة الإلكترونية والانترنت وخدماتها بالمكتبات الجامعية. الدار العالمية للنشر والتوزيع.

2017. ص 128

- سهولة عرضه على الطلبة في قاعات التدريس باستخدام أجهزة عرض موصولة بالكمبيوتر.¹
- التفاعلية ويقصد بها نقاط الوصول التي يوفرها الكتاب الإلكتروني والتي تمكن المتعلم من التفاعل مع محتويات الكتاب والوصول إلى معلومات إضافية على شبكة الانترنت.
- المرونة حيث يتمكن المتعلم عند استخدام الكتاب الإلكتروني التفاعلي من تغيير نمط العرض وتدوين الملاحظات ووضع الإشارات والعلامات سواء بالرموز أو الألوان كما يفعل مع الكتاب الورقي.²
- تبين لي من خلال الخصائص السابقة أن هذه الخصائص هي التي تمنحه طابعا مختلفا عن الكتاب الورقي، وتجعله متوافقا مع متطلبات العصر الرقمي.

ثانيا: الأنظمة والتقنيات الحديثة للكتاب الإلكتروني :

الأنظمة والتقنيات الحديثة للكتاب الإلكتروني: تشير للوسائل والأدوات الرقمية التي تستخدم لإنشاء وعرض وتوزيع الكتب الإلكترونية بصيغة إلكترونية.

• **نظام (PDF):** وهو نوع من الملفات يفتح بواسطة برنامج (Adobe Acrobat) وهذا النوع له خصائص لا توجد في الأنواع الأخرى من الكتب الإلكترونية، ومنها إمكانية تشفير النص بحيث لا يستطيع أحد نسخه كما هو مكتوب، وكذلك إمكانية إضافة توقيع أو شهادة رقمية من مؤلف الكتاب، إمكانية طباعة صفحات الكتاب، ومن عيوبه نجد أن الملفات الكبيرة منه تستهلك ذاكرة كبيرة قبل فتحها، نظرا لأن الحاسوب يقوم بإحضار كافة المعلومات المتوفرة في الكتاب إلى الذاكرة فيسبب بطئ الحاسوب.

• نظام (text) ونظام (RTF): المستعملة في الكتب الإلكترونية (الكتب المصورة)

ويعني استخدام الصور الرقمية لصفحات كتاب ممسوحة بواسطة الماسح الضوئي، وغالبا ما يكون هذا النوع من الحجم الكبير نظرا لأن حجم الصورة يكون في الأغلب أكبر من صفة كاملة، ومن عيوبه عدم تمكن المستخدم من نسخ الكلمات في هذا النظام إلا إذا استخدم برنامج لتحويل الصور إلى كلمات.³

¹ مجاهد، نصر الدين؛ سمره، عماد محمد عبد العزيز. أثر التفاعل بين نمط تصميم الكتاب الإلكتروني والتخصص العلمي في تنمية مهارات تصميمه وإنتاجه لدى المعيدين والمحاضرين بالجامعات السعودية. في مجلة كلية التربية، العدد، 173، 2017، القاهرة: جامعة الأزهر. مجلد 36. ص 447

² البرادعي، أشرف محمد محمد . أثر اختلاف نمط الدعم التكميلي وأسلوب التعلم داخل الكتاب الإلكتروني التفاعلي على التحصيل المعرفي ودافعية التعلم لدى طلاب تكنولوجيا التعليم في مجلة كلية التربية ،العدد 3، 2020، المنصورة ،مجلد 109. ص 1228.

متاحة على الرابط <https://journals.ekb.eg>

³ ساهرة، حسن محمود. التقنيات الحديثة للكتاب الإلكتروني.....(مرجع سابق) ص 149.

• **نظام (HTML):** إختصار الـ (Hyper Text Markup Language) وتعني لغة الترميز النصوص التشعبية.

وهو يستعمل في برمجة صفحات الويب ويستعمل أحيانا لتصميم الكتب الإلكترونية التفاعلية خاصة تلك المعروضة للتصفح على الانترنت، وعادة ما يتكون من أكثر من صفحة من المعلومات.

• **نظام (DJVU):** يفتح هذا النوع من الملفات يفتح بواسطة برنامج يضاف إلى متصفح الانترنت وهو نوع من الملفات المأخوذة بواسطة الماسح الضوئي وفي عام 2002 تم اختياره ليكون نوع الملفات المستخدم في مشروع المليون كتاب الذي أطلقته شركة أرشيف الإنترنت.

نظام الملف التنفيذي (Exe): إختصار لـ (Executable) وتعني تنفيذي أو قابل للتنفيذ، يعمل ضمن نظام (Windows) له ميزات الحماية من النسخ والطباعة مما يحافظ على حقوق النشر، ومن البرامج المستخدمة لإعداد هذه الصيغة برنامج (e-Book Workshop)¹، هو برنامج مصمم لإنشاء كتب إلكترونية تفاعلية قابل للتنشغيل على نظام Exe.

وعليه هذه الأنظمة تساهم في تنظيم عملية القراءة بشكل يتماشى مع متطلبات العصر الرقمي.

ثالثا: قارئ الكتب الإلكترونية

يعرف قارئ الكتب الإلكترونية (E-Book Reader): جهاز يستخدم لقراءة الكتب الإلكترونية والمجلات الإلكترونية وغيرها ومن خصائصها سعة الذاكرة كبير، الوزن والحجم الصغير، يمكن قراءته في أي وقت وأي مكان، إمكانية تكبير وتصغير الملفات والتحكم في طريقة عرضها أفقيا أو عموديا مع إمكانية تثبيت مؤشر على آخر مكان تم إيقاف القراءة عنده² فمن خلاله يمكن تحميل الكتاب إليه مباشرة من الناشر إلى الجهاز أو تحميله على الحاسوب ثم نقله إلى قارئ الكتاب الإلكتروني.

ومن أهم قارئات الكتب الإلكترونية المنتشرة في الأسواق التجارية مايلي:

¹ سامح، العجمي. الكتاب الإلكتروني. 2011. متاح على الرابط الإلكتروني <https://samahjamil.wordpress.com> اطلع عليه يوم 2025/1/24

على الساعة 21:33

² سعد، محمد رحيم. الكتاب الإلكتروني والمكتبة الإلكترونية ومجتمع المعرفة: تحديات عصر العولمة وما بعد الحداثة. 2014. متاح على الرابط

الإلكتروني: <https://www.ahewar.org> اطلع عليه يوم 2025/1/24 على الساعة 22:06

قارئ (Cybook) من شركة (Bookeen) وهو على نوعين:

■ النوع الأول: (wifi pack cybook)

يقرأ العديد من الهياكل format منها HTML و TXT وإلى الآن لم يدعم ملفات PDF يأتي معه مجموعة من البرامج التي تساعد على قراءة الكتب والبحث فيها بسهولة، يعمل الجهاز ببطارية واحدة لمدة 3 ساعات وذاكرة خارجية 128 ميجا وبطاقة Wifi هي التي تمكن من الوصول إلى شبكة الانترنت والإبحار فيه بمنفذ USB، ويمكن من فحص بريدك أو الوصول إلى جهازك لاسلكيا.

■ النوع الثاني: (Deluxe pack cybook):

يتميز بنفس الميزات السابقة ويختلف في عمر البطارية الذي يصل 6 ساعات يحتوي على بطاريتين وذاكرة خارجية 256 ميجا.

• قارئ (e-bookwise_1150)

من شركة (ebookwise) ويبدو من شكله بسيط يحتوي فقط على زررين أحدهما يستخدم للتنقل بين الصفحات والآخر لتغيير الحجم أو تظليل منطقة معينة أو البحث عن نص، يعرض القارئ مجموعة من الهياكل منها (TXt .HTML.doc)، وذاكرته الداخلية 8/4 ميجا ويمكنك إضافة ذاكرة خارجية يمكن أن يعمل لمدة 15 ساعة إذ كانت الإضاءة ضعيفة .

• قارئ (E-Book Man) جهاز من (Frank line):

وهي شركة تنتج برامج وأجهزة متنوعة سواء مساعدات شخصية أو قارئات كتب يستطيع تشغيل وتسجيل الأصوات ولديه القدرة على التعرف على خط اليد، يحتوي على ذاكرة 16/8 ميجا ويستخدم نظام تشغيل خاص به، يعمل ببطارية عمر قصير يعرض العديد من الهياكل.

• قارئ (Rocket – eBook):

لا يختلف عن الأنواع السابقة واجهته تحتوي على أربع أيقونات، أولها (Book) تسمح بإضافة ملاحظات والبحث عن النص، إنشاء مفضلة، البحث عن كلمة معينة في القاموس يأتي مدمج مع جهاز، و(Bookshelf) يعرض لك قائمة بالكتب الموجودة لتختار الكتب التي تريدها ويوفر لك هذا الزر مميزات أخرى كتغيير حجم النص، (shorttcut) يتيح لك إنشاء اختصار لتطبيق أو الأمر الذي تريد تشغيله، (page orientation) يسمح لك بتغيير اتجاه الصفحة، شاشة الجهاز حساسة للمس فيمكن اختيار ما تريده من خلال الأيقونات السابقة.

▪ تقدم شركة (Sony) جهازين للكتب الإلكترونية:

• قارئ سوني (prs_500 Sony Reader): هو جهاز تم إصداره سنة 2006 هو أول قارئ كتب إلكترونية من (Sony) يتميز بمرونة في القراءة حيث يشبه خصائص القراءة من الورق، وهو جهاز رقيق يحتوي على ذاكرة 64 ميجا بايت التي كانت قادرة على تخزين حوالي 500 كتاب إلكتروني يتوافق مع ملف (PDF ;TXT)، بطارية تدوم لفترة طويلة لا يحتوي على شاشة تعمل باللمس، يتطلب تحميل الكتب عبر (USB).

• قارئ (Librie EBR-1000EP): هذا الجهاز كبير بسبب دمج لوحة المفاتيح يعمل بنظام (Lunux) يحتوي على ذاكرة سعتها 10 ميجا وهناك فتحات للذاكرة الخارجية، هذا الجهاز موجه لليابانيين فقط.¹

▪ قارئ الياد الإلكتروني (iLiad) الذي أنتجته شركة (iRex):

يعتبر من أشهر أجهزة قارئات الكتب الإلكترونية المطروحة في السوق، من مميزاته يمكنك من القراءة وفي نفس الوقت تسجيل الملاحظات على الكتب يمكن الإتصال اللاسلكي بالإنترنت، خفة وزنه وسهولة استخدامه دون معرفة مسبقة أو قراءة لدليل الإستخدام، يسمح بتعديل الإضاءة، إمكانية التكبير والتصغير للملفات والتحكم في طريقة عرضها ومن عيوبه قصر عمر البطارية.²

¹ غالب، عوض النوايسة. الإنترنت والنشر الإلكتروني (مرجع سابق) ص344-346.

² هند، الخليفة. مابين الكتب الإلكترونية وتكنولوجيا الحبر الإلكتروني تجربة علمية لقارئ الكتب الياد في جريدة الرياض، العدد 14267. 2007. متاحة على الرابط <https://www. Alryadh.com./2007/07/17article26560.html> اطلع عليه يوم 2025/1/25 على الساعة 22:44

• القارئات المحمولة (Readers Dedicated):

صممت بمساحة شاشة كبيرة، وذاكرة كبيرة وحساسية للإستخدام ففي شاشته إمكانية التنقل باللمس ومن الأجهزة الشبيهة بالفعل بالكتاب عبارة عن صفحتين متقابلتين إلكترونيتين.

• القارئات اليدوية (Readers Handhel):

أجهزة خفيفة الوزن تحمل في كف اليد مثل أجهزة الهاتف المحمول وتستخدم أساسا للمذكرات والملاحظات الشخصية ولقراءة البريد الإلكتروني .

• القارئات المكتبية (Desktop Reader) :

فيها تحمل برامج على جهاز الحاسوب الشخصي أو جهاز الكمبيوتر المحمول (Laptop) تمكن هذه الأجهزة قراءة الكتب الإلكترونية ويوجد رائدان في سوق الأجهزة القارئ هما:

- برنامج (Microsoft Reader): يستخدم لقراءة النصوص بنظام (windows).

- برنامج (Glass Book) يعتمد على برنامج (Adobe Acrobat) لقراءة النصوص.¹

• قارئ (Kindle): يعتبر أحد الأجهزة المحمولة تم إصداره سنة 2007 من قبل شركة (Amazon) صمم

خصيصا لقراءة الكتب الإلكترونية، مصمم للقراءة فقط، يساعد المستخدم على التركيز وتجنب المقاطعات والإشعارات المزعجة أثناء القراءة له بطارية ذات جودة، له تقنية الحبر الإلكتروني حيث تمكنك للقراءة مثل الكتب الورقية حيث يمكنك القراءة من خلاله تحت أشعة الشمس دون مشاكل الإضاءة، وزنه خفيف يمكن حمله واستخدامه بسهولة يدعم خاصية الترجمة.²

▪ وعليه نستنتج أن هذه القارئات تعتبر أداة رئيسية في تسهيل الوصول إلى الكتب، وتوفر قراءة مريحة ومرنة تدعم التفاعل مع النصوص، وهي متنوعة حسب تنوع الكتب، وحسب شركات التصنيع والمشهور حاليا هو Kindle.

¹ حجازي، طارق. لمحة عن الكتاب الإلكتروني. متاح في بوابة تكنولوجيا التعليم 2015. رابط <https://drgawdat.edutec.portalnet> اطلع عليه

يوم 2025/5/25 على الساعة 23:16

² <https://tech.mawdoo3.com> تم الاطلاع عليه يوم 2025/4/23 على الساعة 20:55

4.1 الاختلاف بين الكتاب الإلكتروني والكتاب الورقي

الكتاب الإلكتروني (e-Book)	الكتاب الورقي (P-Book)
إعداد النص يعتمد كلياً على البيئة الرقمية، تعتبر الرقمنة الوسيلة الوحيدة لتجهيز الكتاب الإلكتروني.	يعد استخدام الكمبيوتر في إعداد النص بمثابة مرحلة انتقالية ولا يستعمل خلال عملية الطبع.
سرعة التجهيز مع الوصول إلى عرض قاعدة من المستقبلين في أسرع وقت ممكن.	بطيء في التجهيز والوصول إلى المتلقي عبر الطرق التقليدية.
يخزن النص ويتاح على ذاكرة الحاسب بصفة دائمة حتى بعد الانتهاء من إنتاجه.	يخزن النص في ذاكرة الحاسب بصفة مؤقتة وذلك لحين الانتهاء من مراحل إنتاجه.
المرونة والسرعة في تحديث النص.	صعوبة تحديث النص حيث يتطلب الأمر إعادة الطباعة.
تعدد نسخ العنوان الواحد يكون أكثر مرونة في البيئة الرقمية، مع إمكانية استخدام نسخة من العديد من المستفيدين في نفس الوقت.	تعدد نسخ العنوان يستهلك وقت وجهد كبير.
يخزن النص على وسائط التخزين الإلكترونية من أقراص ليزرية وأقراص مرنة وغيرها.	المادة التي يسجل عليها النص دائماً هي الورق.
تتطلب قراءته أجهزة وبرمجيات.	قراءته لا تتطلب تجهيزات خاصة.
توزيعه يتم عن بعد كل ما تحتاجه هو جهاز كمبيوتر أو هاتف ذكي وربطه بشبكة الانترنت.	توزيعه يتم بطريقة تقليدية كالبريد أو متاجر الكتب والمعارض والمكتبات.
الكتاب الإلكتروني هو الذي ينتقل إلى المستفيد أينما كان.	المستفيد هو من ينتقل إلى الكتاب.
يتسم بأنه تخيلي افتراضي	يتسم بأنه ملموس حقيقي
التفاعلية بين المستفيد والمحتوى	يتسم بعدم التفاعلية
إمكانية استرجاع النص بالكلمات المفتاحية.	استرجاع النص يتم باستخدام الكشافات والفهارس الورقية التقليدية.
إمكانية استخدامه من جانب ذوي الاحتياجات الخاصة من ضعفاء البصر أو من لا يستطيع الذهاب إلى المكتبة.	غير مناسب لذوي الاحتياجات الخاصة من ضعفاء البصر ومن لا يستطيعون الانتقال حيث

يتم إتاحتها.	
القراءة منه تكون مريحة ومبرمجة أكثر للعين	القراءة على الشاشات الرقمية تسبب إرهاق وإجهاد للعين
لا يعمل على خدمة المحافظة على البيئة نظرا للاعتماد على مواد عضوية لإنتاج الورق. ¹	يأتي منسقا مع الاتجاهات السائدة للمحافظة على البيئة نظرا لأنه لا يتم استهلاك أي مواد عضوية خلال إنتاجه

الجدول رقم (1): يوضح الفرق بين الكتاب الإلكتروني والكتاب الورقي.

- ومن خلال التفريقات التي تم تناولها بين الكتاب الإلكتروني والكتاب الورقي، يمكن القول أن كلا النوعين يلبيان احتياجات القارئ بطرق مختلفة، ويبقى لكل منهما دور خاص في تلبية متطلبات القراءة المختلفة.

5.1 أنواع الكتب الإلكترونية ومعايير تقييمها في المكتبات

أولاً: أنواع الكتب الإلكترونية:

اختلفت الآراء حول تقسيم الكتب الإلكترونية ومن هذه التقسيمات مايلي:

يرى أحد العلماء تقسيم الكتب إلى ثلاثة أنواع

- 1. كتب الويب:** كتب يتم عرضها والوصول إليها عن طريق الويب، يتطلب هذا النوع حاسبا أليا وربطه بشبكة الانترنت وبرامج لقراءة هذه الكتب ومن أشهر هذه الكتب رواية ستيفن كنج ركوب الرصاصة.
- 2. كتب بالم:** كتب يمكن قراءتها على أجهزة محمولة يدوية عامة ومتعددة، تحتوي على بطارية لتشغيلها في أي وقت وأي مكان لا يتطلب ربطاً بالانترنت وذلك على عكس كتب الويب.
- 3. الحبر الإلكتروني:** لا يزال هذا النوع من الكتب تحت التطوير، حيث يستخدم هذا النوع الحبر الإلكتروني لعرض المحتوى ولا تزال معامل بيل المعروفة الآن بالتكنولوجيا الساطعة في مراحلها الأولى من تصميم وإنتاج ورق مرن من البلاستيك، والهدف منها الوصول إلى شاشات في سمك الورق العادي تعمل مع الحاسبات الشخصية والهواتف الذكية يمكن جمعها على شكل كتاب أو صحيفة أو مجلة بصفحات إلكترونية ويمكن تحميل هذه الألواح البلاستيكية المرنة بنصوص إلكترونية من الانترنت أو عبر استخدام التكنولوجيا الاستشعار عن بعد، ويمكنها الاحتفاظ لفترة مناسبة بصورتها وشكلها ومحتواها عند انقطاع الانترنت.²

¹ علي اللحام، مصطفى. المدخل الى علم المكتبات ومصادر المعلومات. عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع. 2016. ص 214213

² أحمد فايز، أحمد سيد. الكتاب الإلكتروني إنتاجه ونشره. الرياض. 2010. ص81.

بينما قسمها علماء آخرون وفقا لنوع المعلومات التي تحتويها إلى:

1. **الكتب الدراسية:** تحتوي على معلومات نصية فقط وتتاح لأغراض دراسية وبحثية.
 2. **كتب الوسائط عن بعد:** هي التي يمكن من خلالها استخدام وسائل الإتصال المختلفة لإرسال الرسائل وتحديث محتوى الكتاب عن بعد.
 3. **الكتب الناطقة:** تعتمد على استخدام السرد الصوتي والموسيقى والتأثيرات الصوتية.
 4. **الكتب المصورة:** هي التي تتضمن أنواع مختلفة من الصور مثل الأطلس العالمي.
 5. **كتب الصور المتحركة:** هي التي تحتوي على صور متحركة ومقاطع الفيديو.
 6. **كتب الوسائط المتعددة:** تمثل خليط من النصوص والصور والفيديوهات والرسومات.¹
- كما يقسمها بعض العلماء على النحو التالي:

1. **الكتب الإلكترونية المفتوحة:** هي الكتب المعروضة بصيغة لغة (XML) التي تتيح إمكانية تحميل النص على أي جهاز قارئ كان حاسبات شخصية أو حاسبات يدوية أو أجهزة الكتب الإلكترونية الخاصة.
2. **الكتب الإلكترونية المجانية أو المتاحة للجميع:** هي نسخة من الكتب التي سقطت عنها حماية الملكية وتقع في نطاق حق الانتفاع العام ويمكن تحميلها مجانا وطباعتها وتداوله.
- والفرق بينها وبين الكتب المفتوحة هو أن الكتب الإلكترونية المفتوحة عادة ما تصدر في صيغة التكويد الممتد (XML) وبمعايير محددة وغالبا ما تكون بمقابل مادي في حين الكتب الإلكترونية المتاحة للجميع غالبا ما تكون مجانا دون مقابل مادي.
3. **الكتب البديلة:** هي العناوين التي تقوم المكتبات بشرائها لتعيرها للمستفيدين عن طريق تحميلها على حاسباتهم الشخصية.
4. **أشباه الكتب:** هي عبارة عن نصوص متوسطة الطول مثل: القصص والروايات
5. **الكتب المنشورة ذاتيا وبواسطة أفراد:** هي التي ينشرها بعض الأفراد على الويب حيث يتيح المؤلفين مساحة على خادمهم لكي يمكن للمؤلفين نشر أعمالهم الخاصة مع تقديم المساعدة في تصميم الرسومات والدعاية.

¹ أحمد مغاوي، محمود بيومي العطار. أثر استخدام الكتاب الإلكتروني في تنمية مهارات تصميم قواعد البيانات لدى الطلاب المندفعين والمتروين
بحوث عربية في مجلة التربية النوعية، العدد 28، 2022، مصر، ج1. ص 87.

6. **الكتب الإلكترونية الذكية:** يمكن لهذه الكتب تحليل سلوك المستخدمين ومتطلباتهم ثم تجعل هذه المتطلبات متوافقة مع سلوكهم ديناميكيا لتطوير نوعية تفاعل المستخدم تستخدم هذه الكتب لتدعيم أنشطة التعليم والتدريس حيث يمكن استعمالها لعرض ما يقوم به الطلاب ثم تقدم مجموعة من النصائح والإرشادات .

7. **كتب تقليب الصفحات:** يمكن تقسيمها إلى تلك التي تحاكي الكتاب الورقي الأصلي وتلك التي لا نظير لها ورقيا وتحاكي الفكرة العامة للكتاب الورقي في طريقة التصفح .

8. **الكتب المحمولة:** تحاكي الكتاب الورقي المحمول، وتجعل عملية القراءة سهلة وبسيطة إضافة إلى خفة وزنه وإجراء البحث وتدوين الملاحظات والتعليقات على الهوامش ويطلق على هذا النوع بإسم قارئ الكتب المكثفة.¹

■ ومن الأنواع السابقة يمكن استخلاص بأن الكتب الإلكترونية مقسمة وفقا للغرض الذي تؤديه والمحتوى الذي تحمله والوسائط والقارئ التي تحمله.

ثانياً: معايير تقييم الكتب الإلكترونية في المكتبات :

- يجب على كل مكتبة قبل اقتناء كتاب إلكتروني مراعاة بعض الميزات وفق للمعايير التالية:
- تكلفة القارئ من أجهزة وعتاد.
- مراعاة خصائص القارئ المخصصة كحجم البطارية والتحكم في العرض.
- تكاليف العناوين قياسا بنظيرها الورقي.
- عدد العناوين المتاحة.
- التأكد من وجود موزع مركزي أو يشترط البحث عن مواقع الناشرين.
- ملائمة العناوين لإهتمامات المستخدمين.
- سهولة وسرعة تحميل النصوص.
- توافقية بناء النصوص مع المعايير الدولية² مثل معيار البيانات التعريفية للكتاب الذي أقرته لجنة جامعة كاليفورنيا الذي يشمل البيانات التعريفية للكتاب وفق ترتيب موحد كتحديد الرقم الدولي للكتاب وحقوق الملكية

¹ أحمد فايز، أحمد سيد. الكتاب الإلكتروني (مرجع سابق). ص 8984.

² المدادحة، أحمد نافع. النشر الإلكتروني وحماية المعلومات. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. 2011. ص53.

الفكرية للمؤلف وعرض قائمة بمحتويات الكتاب للطلاب، وهيكل الكتاب الذي يشمل الأنظمة التي يمكن من خلالها الوصول إلى الكتب.

- ومعايير سهولة الاستخدام الذي أقرتها جامعة ميشان الافتراضية تمثلت في:

• **المعايير التكنولوجية:** التي إحتوت على المتطلبات التكنولوجية، أقل درجة مقبولة من إمكانية التصفح كذلك سرعة الاتصال والقدرات الصوتية وتعريف نظام التشغيل المطلوب وشروط الواجب توافرها في جهاز الحاسب.

• **معايير سهولة الإستعمال:** شملت على تماسك واجهة الاستخدام ودرجة تماسك الخط والنص وطرق عرض المواد التكميلية ومواد الإرتباط الشعبي مستوى الأداء الوظيفي للصور والصوت والفيديو وتوافر قنوات الإتصال.

• **معايير التصميم التعليمي:** الذي يشمل على وجود شرح مناسب للحقائق ووجود تغذية راجعية وجود شرح للمفاهيم.¹

- كذلك مراعاة التكاملية مع المصادر الأخرى.

أما المعايير التي يتبعها وفق للقارئات المخصصة للكتب الإلكترونية نجد مايلي:

- وضوح النص مع إمكانية تصغير وتكبيره.

- الصور والرسوم وتكاملية الوسائط المتعددة والسرعة في وظائف القراءة والتحميل وإمكانية البحث والنسخ والالصق.²

▪ وعليه يمكن القول أن تقييم الكتب الإلكترونية يعتمد على معايير عدة مثل جودة المحتوى وسهولة الوصول، التي تساعد في ضمان تجربة قراءة فعالة وأمنة للمستخدمين.

6.1 الفوائد والآفاق المستقبلية للكتاب الإلكتروني

أولاً: فوائد الكتاب الإلكتروني:

للكتاب الإلكتروني أهمية كبيرة خاصة في الوقت الحالي الذي يراهن التطورات التكنولوجية الذي غيرت المسار العلمي والتعليمي من المرحلة التقليدية المغلقة التي تعتمد على المصادر الورقية المطبوعة إلى

¹ علي اللحام، مصطفى. المدخل الى علم المكتبات ومصادر المعلومات (مرجع سابق) ص 239- 244.

² المدادحة، أحمد نافع . النشر الإلكتروني وحماية المعلومات (مرجع سابق) ص 54

المرحلة الإلكترونية المفتوحة التفاعلية التي تعتمد على مصادر المعلومات الإلكترونية كالكتاب الإلكتروني الذي تعود على كلا من الأطراف الأربعة التي سنوجزها فيما يلي:

1. فوائد الكتاب الإلكتروني على المؤلف:

- _ أصبح للمؤلف إمكانية نشر كتابه بنفسه وتوزيعه من خلال وضعه على أقراص ضوئية وبيعه بسعر زهيد أو توزيعه من خلال شبكة الأنترنت.
- _ سهولة التغيير والتحديث دون الحاجة إلى دور الطباعة.
- _ الزيادة من ربحية المؤلف.
- _ الإحتفاظ بكافة حقوق الملكية الفكرية للمؤلف.

2. فوائد الكتاب الإلكتروني على الناشر:

- _ توفير تكاليف الطباعة والتوزيع والنشر.
- _ السرعة في إنتاج الكتاب ونشره.
- _ عدم الحاجة إلى الشحن والنقل.
- _ تحقيق أرباح مادية من خلال بيعه إلى العالم دون حواجز جغرافية ومكانية.

3. فوائد الكتاب الإلكتروني للمستفيد والقارئ:

- _ متوافر دائما تحت طلب المستفيد دون قيود الزمان والمكان.
- _ تكلفته أقل من تكلفة الكتاب المطبوع.
- _ يقدم للمستفيد خدمات تفاعلية من خلال إمكانية البحث والتحكم في طريقة عرض محتواه.
- _ سهل الحمل لا يتطلب جهد وإرهاق.
- _ سهولة استخدامه يتلاءم مع كافة الفئات العمرية.
- _ حل مشكلة الرقابة والتشويش والإحراج التي كانت تحجب على المستفيد من الإطلاع عليه خاصة في المكتبات.¹

- _ يمكن المستفيد من الإبحار والإتصال مع مواد المعرفة الأخرى لإعتماده على الروابط التشعبية.
- _ الكتاب الإلكتروني يمكن المستفيد من الإستفادة من التعليم عن بعد.

¹ غالب، عوض النوايسة. الإنترنت والنشر الإلكتروني، الكتب الإلكترونية والدوريات (مرجع سابق) ص 330 331.

- _ يعتبر مصدر علم ومعرفة ومرجعاً للطالب والمدرس.
- _ الكتاب الإلكتروني وسيلة للتعليم الذاتي.¹
- _ تسمح الكتب الإلكترونية للمستفيد إنشاء مكتبة خاصة على الخط المباشر.
- _ كما أن عملية القراءة الليلية باستخدام قارئ الكتب الإلكترونية تعد من الأمور الممتعة فغالبية الأجهزة القارئة للكتب الإلكترونية تسمح بضبط الإضاءة الخلفية للشاشة بما يتناسب واحتياجات المستخدم والإضاءة الخلفية هذه تسمح بدورها لمستخدمي الكتاب الإلكتروني بالقراءة المريحة في ظروف الإضاءة غير الجيدة وفي ظلام الليل وذلك دون مضايقة الآخرين وعندما تنتهي عملية القراءة يقوم القارئ فقط بالضغط على الزر الخاص بغلق الضوء دون الإضرار إلى الذهاب إلى حيث يوجد الزر الخاص بغلق ضوء الحجرة.²
- 4. فوائد الكتاب الإلكتروني على المكتبات ومراكز المعلومات**
- _ توفير المكان ومساحة المكتبة فالكتاب الإلكتروني لا يحتاج إلى توفير قاعات ومساحة مكانية في المكتبة والقضاء على مشكلة الإكتضاض.
- _ الحد من تكاليف شراء وشحن ونقل وتجديد وإجراءات التزوير.
- _ توفير الأثاث والتجهيزات كالرفوف وحاملات الدوريات.
- _ الإتاحة الدائمة 24/7 وخاصة المتاحة على شبكة الانترنت.
- _ الحد من مشاكل السرقة والتلف.
- _ يقلل عبئ العمل على الموظفين كالترتيب الدائم على الرفوف.
- _ السرعة في الحصول على المصادر بكم هائل.
- _ اختيار مجموعات الكتب الإلكترونية بناء على طلبات المستفيدين وبطريقة سريعة.
- _ التوفير المحتمل للميزانيات في المستقبل فتكاليف الكتب الإلكترونية تكون أقل بكثير من تكاليف الكتب المطبوعة.
- _ عدم الحاجة للاختيار بين الطباعات ذات التجليد المقوى وذات التجليد الورقي.

¹ المدادحة، أحمد نافع. النشر الإلكتروني وحماية المعلومات (مرجع سابق) ص 57.

² رامي محمد، عيود داوود. الكتب الإلكترونية النشأة والتطور والخصائص وإمكانات الاستخدام والإفادة. ط2. الدار المصرية اللبنانية. 2009. ص 91

_ إقبال عدد كبير من المستخدمين على الكتاب الإلكتروني نظرا لسهولة التعامل معه والحد من عراقيل الزمان والمكان¹.

_ التقليل من مشاكل الإعارة والحصول على إحصائيات دقيقة عن الاستخدام مع توفير ميزة جيدة التي تتمثل في الحفاظ على الكتب النادرة ومواكبة التغيرات التكنولوجية مع مواكبة تغيرات احتياجات أجيال المستخدمين².

▪ من خلال الفوائد التي ذكرتها سابقا نستنتج أن الكتاب الإلكتروني يعد وسيلة فعالة تستفيد منها جميع الأطراف، حيث يتيح للمؤلف نشر أعماله بشكل أسرع، بينما يساعد الناشر على الوصول إلى جمهور أوسع، كما يوفر للقراء تجربة قراءة مرنة وسهلة ويدعم دور المكتبات في توفير محتوى متنوع ومتوافر دائما مما يرفع من ثقة مستخدميها.

ثانياً: مستقبل الكتاب الإلكتروني:

كان المستفيد ممن يسرفون في شراء الكتب والعمل على الاختيار الأنسب لنوع الطبقات الذي يتطلب منه زمن كبير من الوقت ويتطلب تنقل إلى مكان بيع الكتاب بعناء وإرهاق مادي وجسدي، إلى أن مع ظهور الكتاب الإلكتروني انخفضت ويمكننا القول أن تلك الأعباء زالت نظرا لما يتمتع به الكتاب الإلكتروني من خصائص مميزة تتوافق مع تطورات وتغيرات طلبات المستخدمين حيث أصبح ما يتطلب من المستفيد حمله لجهاز حاسب آلي أو هاتف ذكي وربطه بشبكة الإنترنت في أي مكان والبعض منها لا يتطلب وجود شبكة انترنت هذا ما تعد به ثورة تقنية للكتاب الإلكتروني، حيث يمكن للمستفيد أن يجمع في شريحة ذاكرة الحاسوب المحمول الصغير أو ما هو أصغر منه بحجم اليد العديد من الكتب التي كانت في السابق يحملها بضعة الأرفف في المكتبة، ليس هذا فقط بل بإمكانية وصول المستفيد إلى ما يريده من معلومات بسرعة بضغطة زر فقط، وذلك من خلال البرمجيات التي تصنعها شركات البرمجة العالمية.

ومن هذا يمكن أن نقول أن هناك مستقبلا واعدة جدا تتيح تقنية المعلومات في أن تأتي بمتطلبات وإحتياجات المستفيد من الكتب والمصادر والمراجع، سواء كان قارئاً أو باحثاً أو غيره من مجتمع المستخدمين فيصبح قادرا على أن يبحر في العديد من الكتب الإلكترونية والمكتبات من خلال مواقع وروابط تشعبية فقط

¹ غالب، عوض النوايسة. الإنترنت والنشر الإلكتروني (مرجع سابق) ص 331 332.

² أحمد فايز، أحمد سيد. الكتاب الإلكتروني إنتاجه ونشره (مرجع سابق) ص 105 106.

فمثلا يمكنك الغوص في كل مقتنيات كتب مكتبة الكونجرس من خلال الرابط الإلكتروني لها فقط في أي مكان وأي وقت دون حدود زمنية ومكانية.

فتحت التطورات التكنولوجية للإنترنت والاتصالات حديثاً أبواباً لمكتبات الدنيا بأسرها وأصبح بإمكانية أي مستفيد أن يشتري نسخة من أي كتاب.

إن مستقبل الكتاب الإلكتروني عموماً يبشر بتطورات مهمة إلا أننا نعود إلى مساحة الحلم وتكاليف تحقيق هذه الرؤى وما تحققه قوانين السوق وثقافة الناس وأنماطهم في حياتهم وقدراتهم الشرائية.

ثمة لا ريب في العوائق التي ما تعود الناس من ميلهم المعتاد إلى الكتاب المطبوع وتلقي العوائق مع المخاوف حيث تطل القرصنة برأسها فتضيع حقوق المؤلفين والناشرين وتقدر شركة (Ipsos Insight) للأبحاث في تحليلها لسوق الكتاب الإلكتروني في أمريكا أن القارئ ليس مهياً لهذا النوع من القراءة لأنه تعود أن يلمس الكتاب الورقي، وفضلاً عن شركة (Barnes Noble) ناهضت شركات أخرى لتطوير البرامج التي تعين على قراءة النصوص إلكترونياً، واستثمرت شركات أخرى (Gemstar et Franklin) في تصنيع ألواح إلكترونية تقترب من محاكاة عادات الناس في قراءة كتبهم المطبوعة، غير أن هذه التجربة لم تحقق النجاح بسبب كون الألواح ثقيلة جداً ومرتبعة الثمن. ولم يتحقق أمل هذه الشركة في أن تكون أحد أكبر موردي الكتب الإلكترونية في العالم، فاكثفت من الحلم بالتوقف عن الحلم والإستيفاض إلى وقائع الإستثمار في قوانين السوق، حيث جاءت فكرة الكتاب الإلكتروني متأخرة في أسواق عالم النشر، ولم تستطع أن تواكبها وكانت قد لقيت الكتب الإلكترونية في سنة 2000 من الحماس ما لقيه كل شيء يتعلق بالإنترنت، فتوقعت شركات الأبحاث مبيعات تقدر بحوالي 250 مليون دولار في عام 2005 وكان هذا بالطبع ضرباً من الخيال الجامح، إذ بلغ مجموع ما تم بيعه في الولايات المتحدة سنة 2006 ما يقارب نصف مليون كتاب إلكتروني فقط، مقارنة بأكثر من (1,5) بليون كتاب مطبوع، وفقاً لتقديرات شركة (Ipsos Insight) من ناحية أخرى باعت مؤسسة (palm Digital Media) ألفي كتاب إلكتروني في يوم واحد سنة 2006 ويتوقع أن تباع حوالي 106 مليون كتاب في اثنا عشر شهراً.¹

¹ فلحي، محمد. النشر الإلكتروني، الطباعة، الصحافة والوسائط المتعددة. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع. 2014. ص 160-159

▪ كإستنتاجا عاما لما قدمته أنه سيشهد مستقبل الكتاب الإلكتروني تطورا مستمرا مع التقدم التكنولوجي، بحيث تتوسع إمكانيات التفاعل مع المحتوى، كما سيستمر في تلبية احتياجات القراء المتزايدة والمتغيرة حسب التغيرات الرقمية الحاصلة.

2. المكتبات الجامعية ومستفيدها في عصر الكتاب الإلكتروني

المكتبة الجامعية وتسمى أيضا المكتبة الأكاديمية تعتبر نوع من أنواع المكتبات تنتمي لمرحلة التعليم العالي الأكاديمي حيث تعتبر قلب الجامعة لأنها تساهم في تحقيق أهداف الجامعة في التدريس والبحث، وتعتبر من المقومات الأساسية في تقييم الجامعات، كذلك تعتبر في وقتنا الحالي الأم للمجتمع الأكاديمي، في تقديم خدماتها للباحثين والطلبة وأعضاء هيئة التدريس فهي تساعدهم في مواصلة التعليم والبحث والإفادة من مجموعاتها وخدماتها.

1.2 الإطار المفاهيمي والتنظيمي للمكتبات الجامعية

أولاً: تعريف المكتبات الجامعية:

تعتبر المكتبة الجامعية مؤسسة ثقافية علمية تعمل على خدمة مجتمع من الطلبة والأساتذة والباحثين، وذلك بتزويدهم بالمعلومات التي يحتاجونها في دراساتهم وأعمالهم من الكتب والدوريات والمطبوعات الأخرى إضافة إلى المواد السمعية البصرية¹.

وتعرف أيضا: عبارة عن مكتبة ملحقة بالجامعة، أو بالمعهد العالي، وظيفتها الأساسية تقديم المواد العلمية المكتبية لغاية البحث والدراسة، وتقديم المعرفة في العديد من الموضوعات، تستقبل روادها من مختلف التخصصات ذلك لأنه لا يمكن وضع حد نهائي مقرر لحجم موضوعاته.²

تعرف كذلك: المكتبة الجامعية هي الشريان الرئيسي الذي يغذي برامج وأهداف وأغراض الجامعة سواء في عملية التدريس أو في البحوث العلمية تتمثل مهمتها الأساسية في خدمة البحث العلمي والتعليم الجامعي بكل مستوياته.³

¹ الحداد، فيصل عبد الله حسن. خدمات المكتبات الجامعية السعودية دراسة تطبيقية للجودة الشاملة. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2003، ص83.

² سعيد، أحمد حسن. المكتبات وأثرها الثقافي والاجتماعي، التعليمي. القاهرة: دار الفكر العربي. 1991. ص23.

³ السعيد، مبروك إبراهيم. إدارة الموارد البشرية بالمكتبات الجامعية في عصر المعرفة. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر. 2014. ص20.

وتعرف بأنها مكتبة أو مجموعة أو نظام من المكتبات تنشئه وتدعمه وتديره الجامعة لتلبية الاحتياجات المعلوماتية للطلاب وهيئة التدريس، كما تساند برامج التدريس والأبحاث والخدمات.¹

ومن التعريفات السابقة: نستنتج أن المكتبة الجامعية هي فضاء معلومات تابع إلى التعليم العالي الجامعي يحتوي على مصادر معلومات متنوعة من مصادر ورقية مطبوعة المتاحة على رفوف المكتبة ومصادر إلكترونية كالكتب الإلكترونية والدوريات والأطروحات المتاحة على فهارس وقواعد البحث الرقمية والمواد السمعية البصرية، هدفها الرئيسي توفير احتياجات روادها من طلبة وأساتذة وباحثين، وتعمل على جذب مستخدميها من خلال توفير كل متطلباته والإستجابة على إستفساراته، وأدوارها الرئيسة تكمن في مساعدة وتزويد المستخدمين بما يحتاجونه ودعم البحث العلمي وتبسيط المعرفة.

ثانياً: المقومات الأساسية للمكتبات الجامعية :

يتطلب على المكتبات الجامعية لتحقيق أهدافها ووظائفها على أفضل وجه لابد من توافر بعض المقومات الأساسية التي تتمثل فيما يلي:

- موقع مناسب من مختلف النواحي.
- مبنى مصمم من النواحي الجمالية والعلمية والوظيفية ليكون مكتبة جامعية ومؤثر تأثيثاً مناسباً.
- ويأخذ بالحسبان تطبيقات تكنولوجيا المعلومات ومتطلباتها.
- موارد بشرية مؤهلة علمياً وفنياً وتقنياً
- مجموعة متنوعة وكما هائلاً من مصادر المعلومات المطبوعة والإلكترونية والسمعية البصرية منظمة وفق أحدث الأساليب العلمية.
- فهرس إلكتروني أو قاعدة بيانات وبيبليوغرافية محلية.
- الإشتراك مع عدد كبير من قواعد البيانات وبنوك المعلومات العالمية من خلال شبكة الانترنت.
- خدمات مكتبية ومعلوماتية محوسبة مثل خدمة إسترجاع المعلومات والإحاطة الجارية والبت الإنتقائي للمعلومات وغيرها.
- مجتمع المستخدمين.
- ميزانية مناسبة تأخذ بالحسبان التغيرات والتطورات المتلاحقة في المجال.

¹ الشامي، أحمد محمد؛ السيد، حسب الله. المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات. الرياض: دار المريخ للنشر. 1988. ص164.

- التنسيق بين الموارد البشرية والتكنولوجية لغرض تحقيق الأهداف الموضوعية¹.
- ومن خلال المتطلبات السابقة نستنتج أن تكنولوجيا المعلومات خاصة الحواسيب أصبحت متطلبا أساسيا من متطلبات المكتبات الجامعية الحديثة، وأصبح لزاما عليها التكيف مع التغيرات، وتعمل على التخطيط له كوسيلة للإستمرارية وتضيف هذه التكنولوجيا قيمة جديرة تتمثل في معالجة وتخزين وإسترجاع وإيصال المعلومات إلى المستفيد بسرعة وفي الوقت المناسب دون قيود الزمان والمكان.

¹ همشري، عمر أحمد. المكتبة ومهارات إستخدامها. عمان: دار صفاء. 2009. ص62.

ثالثاً: أنواع المكتبات الجامعية:

تتنوع المكتبات وعلى رأسها المكتبات الجامعية التي تخدم المجتمع الجامعي المتنوع، وهي تنقسم إلى عدة أنواع وهي مصنفة على النحو التالي:

1. **المكتبة المركزية:** هي المكتبة الرئيسية للجامعة بحيث تكون لكل جامعة مكتبتها المركزية التي تتولى مهمة الإشراف على جميع أنواع المكتبات الأخرى الموجودة بالجامعة كونها هي التي تزودها بالوثائق والكتب ووسائط المعلومات، وذلك لأن اقتناء المواد المعلوماتية يتم بشكل مركزي على مستوى هذه المكتبة المركزية كما تتكفل بجانب التأطير أي توظيف المكتبيين وتوزيعهم على المكتبات الموجودة بالجامعة، وتساهم في وضع النظم وتحديد العلاقات بين المكتبات وإدارات الكليات والأقسام وتنظيم النشاطات والملتقيات والندوات والمحاضرات والمعارض.¹

2. **مكتبات الكليات:** هي المؤسسات التي تقوم بخدمة المناهج التعليمية التي تدرس بالتخصصات الموجودة في الكلية وتطورت وظيفتها وتركز إهتمامها على تشجيع الطلاب على استخدام المصادر التعليمية المتعددة.

3. **مكتبات الأقسام:** ينقسم التعليم الجامعي إلى عدة أقسام بكل كلية من الكليات لذلك فوجود مكتبة بكل قسم بها يعد من الطرق المناسبة لتوفير مواد البحث لأعضاء هيئة التدريس بالقسم، حتى تكون هذه المواد تحت أيديهم باستمرار دون الذهاب إلى مكتبة الكلية أو المكتبة المركزية وعادة ما يديرها أحد المدرسين المساعدين بالقسم بأمانة هذه المكتبة.

4. **مكتبة المعاهد:** تخدم خريجي المدارس الثانوية الذين لا يستطيعون مزولة تعليمهم الجامعي.²

رابعاً: وظائف المكتبات الجامعية:

1. **وظائف إدارية:** تتمثل في تخطيط نمو المكتبة ورسم سياستها والمشاركة في وضع اللوائح والقوانين التي من شأنها العمل على تيسير العمل في المكتبة ومتابعة تنفيذها، واختيار العاملين بالمكتبة وتدريبهم والإشراف عليهم ومتابعة أعمالهم وتقييمها.³

¹ كوار، فوزية. المكتبة الجامعية ودورها في البحث العلمي المكتبة المركزية الجامعية بجامعة أدرار في مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والإنسانية. العدد 01، 2022، المجلد 21، ص220

² العريضي، جمال توفيق. أنواع المكتبات الحديثة. الأردن: الأكاديميون للنشر والتوزيع. 2014، ص89.

³ المدادحة، أحمد نافع؛ حسن، محمد مطلق. المكتبات الجامعية ودورها في عصر المعلومات. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع. 2014، ص40.

يقوم بها أمين المكتبة بالإضافة إلى رؤساء الأقسام وتشمل عمليات إعداد الميزانية وتوزيعها، تعيين موظفين وتدريبهم والتخطيط لخدمات جديدة، تنظيم وحفظ السجلات المختلفة.

2. الوظائف الفنية: اختيار المواد المكتبية المختلفة والحصول عليها وهذه المواد تشمل الكتب والدوريات والمخطوطات والخرائط، كذلك تشمل عملية فهرسة المجموعات المكتبية وتصنيفها وإعدادها للإستخدام، تشمل أيضا تجليد وصيانة المجموعات والحفاظ عليها من التلف.¹

بناء وتنمية مجموعات وأوعية المعلومات، تقديم خدمات المعلومات للدارسين والباحثين وتيسير الإستفادة من أوعية المعلومات.²

3. الخدمات المكتبية: تشمل هذه الوظائف، تشجيع وتقديم خدمات الإعارة بأنواعها تقديم الخدمات الإرشادية للمستفيدين لتسهيل الوصول إلى ما يحتاجونه في أبحاثهم.

توفير أماكن ملائمة للمطالعة والقراءة خاصة بالباحثين والطلاب. التعاون مع المكتبات والهيئات الأخرى التي تفتني مجموعات علمية أو تاريخية هامة تخدم المجتمع الأكاديمي.

بالإضافة إلى الوظائف الأخرى التي تتمثل في توفير أوعية المعلومات بأنواعها المختلفة المصادر المطبوعة والإلكترونية لدعم وتطوير المناهج الدراسية المقررة في الجامعة.

مساعدة الأساتذة في إعداد محاضراتهم وبحوثهم بحيث أن يضلوا على صلة بأخر ما توصل له البحث في مجال تخصصهم.

مساعدة الطلبة في توفير أبحاثهم وكتابة رسائلهم التي تعتبر أساسا لنيل درجاتهم العلمية. حفظ وتوزيع البحوث التي يقوم بها المجتمع الأكاديمي والإعلان عنها عن طريق إعداد الببليوجرافيا والكشافات اللازمة وكذلك من خلال إهدائها وتبادلها مع المكتبات الأخرى.³

• نستنتج أن المكتبة الجامعية من خلال وظائفها المختلفة تساهم في تسهيل الوصول إلى المعلومات وتعزيز قدرة الطلاب والباحثين على الإستفادة من المحتوى المعرفي المتنوع الذي تقدمه.

¹ المدادحة، أحمد نافع. أنواع المكتبات. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع. 2011. ص100.

² السعيد، مبروك إبراهيم. إدارة الموارد البشرية بالمكتبات الجامعية في عصر المعرفة (مرجع سابق)، ص24.

³ المدادحة، أحمد نافع. أنواع المكتبات (مرجع سابق). ص105. 106.

خامسا: أهداف المكتبات الجامعية

- تنظيم وتطوير وخدمة المنهج الدراسي في الجامعة عن طريق إختيار وحفظ المواد المكتبية التي ترتبط بهذا المنهج.
- تيسير وسائل البحث والدراسة من خلال توفير المعلومات ومصادر البحث والمعرفة التي يحتاج إليها الطلاب والباحثون كل في مجال تخصصه والتي يحتاج إليها الأساتذة في إلقاء محاضراتهم على طلابهم.
- تقديم الخدمات المكتبية للقراء كالإعارة والخدمة المرجعية وكذلك إعداد برامج تدريب القراء على كيفية البحث.¹
- تنمية وحدة خدمات المعلومات لتكون أساس الخدمات والتطور والتحسين في نظام المكتبة.
- تحديد إحتياجات المستفيدين عن طريق التواصل معهم .
- توفير الدعم الكافي من الجانب المادي للمعلومات مثل أجهزة الحواسيب والبرامج الإلكترونية، وتوفير الإتصال بشبكة المعلومات الدولية وقواعد البيانات.²
- تعمل على أن تكون مركز من مراكز نشر الأبحاث وتوزيعها التي يقوم بها الأساتذة والطلاب الباحثون.
- كذلك تعمل أن تكون مركز من مراكز تبادل المعلومات والخدمات المكتبية في جميع مكتبات البحث في العالم.
- أن تكون مركزا لنقل التراث العالمي من اللغة المحلية وإليها ذلك أن المعرفة البشرية تزداد بإستمرار وكثير من أوعية المعلومات بلغات أجنبية تحتوي معلومات مفيدة وأساسية بالنسبة إلى من لا يعرفون تلك اللغة.³
- المساهمة في حفظ الإنتاج الفكري والإرث الحضاري في مجالات المعرفة المختلفة.⁴
- وعليه من خلال الأهداف السابقة يمكن اختصار القول في أن المكتبات الجامعية تسعى إلى تحقيق أهداف متعددة تركز على دعم التعليم العالي والبحث العلمي، من خلال توفير مصادر معرفية متنوعة ومتجددة، كما

¹ وائل، مختار إسماعيل. إدارة وتنظيم المكتبات ومراكز المعلومات. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع. 2012. ص251.

² رحاب، رمضان عطية. مبادئ نظم إدارة الجودة الشاملة في المكتبات الجامعية. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث. 2019. ص119.

³ ريا، أحمد الدباس. المرجع الى علم المكتبات. عمان: دار دجلة. 2015. ص93.

⁴ دixin، نورالدين. توظيف الجيل الثاني للويب في تسويق خدمات المكتبات الجامعية الجزائرية. مذكرة ماجستير تقنيات التوثيق ومجتمع المعلومات

وهران: جامعة وهران 1. احمد بن بلة. 2015. ص41.

تهدف إلى تيسير الوصول إلى المعلومات وتعزيز مهارات البحث لدى الطلاب والباحثين، مما يساهم في تطوير العملية الأكاديمية بشكل مستمر.

2.2 خدمات المكتبات الجامعية:

خدمات المكتبات الجامعية تنقسم إلى خدمات مباشرة وخدمات غير مباشرة:

1. خدمات غير مباشرة:

■ **التزويد:** تتضمن سلسلة من العمليات والإجراءات الفنية وتعتبر من أهم الخدمات الفنية للمكتبات تشمل دراسة مجتمع المستفيدين من حيث خصائصهم واحتياجاتهم، بناء خطة مناسبة للتزويد بناءً على نتائج الدراسة، ثم تقييم المواد والمصادر ثم الإختيار المناسب ويجب أن يكون الإختيار مبني على سياسة واضحة لتوفير مصادر المعلومات المناسبة للمستفيدين خاصة بعد إنتشار الكم الهائل لمصادر المعلومات بمختلف الصيغ واللغات يجب أن تكون سياسة الإقتناء قائمة على مساهمة الجمهور لتكون أكثر فعالية.¹

■ **الفهرسة والتصنيف:** تعتبر الفهرسة الإعداد الفني لأوعية المعلومات، أما التصنيف إكتشاف موضوع الكتاب أو أي مصدر والدالة عليه برمز من رموز نظام التصنيف المستخدم في المكتبة وهو من العمليات الأساسية التي تقوم بها المكتبات لتنظيم مجموعاتها من أجل تسهيل وصول الباحث للمصدر المطلوب بسرعة وبأقل جهد.²

■ **التكشيف والإستخلاص:** خدمة التكشيف تهدف إلى إعداد مداخل لازمة للكشف المضمون الموضوعي لمصادر المعلومات وتسمى عملية، وأنواع التكشيف تختلف وفقاً للمواد التي يتم تكشيفها لهذا المكتبات الجامعية تقدم خدمة التكشيف للتعريف بما تحتويه الدوريات والمطبوعات الجامعية من معلومات جديدة، أو التعريف بالمجهود الفكري في مجال علمي معين ويشمل التكشيف العناصر التالية:

تحليل محتوى الوثيقة وعنونة المفردات المميزة بوضع الواصفات المناسبة، إضافة رمز الذي يعتبر رقم أو حرف لكل واصفة يدل على مكان وجودها داخل المجموعة لتسهيل استرجاعها.

أما الإستخلاص هو تقديم معلومات ملخصة ومكشفة وشاملة ذات دلالة ومصاغة بطريقة معينة لتعريف المستفيد بمحتوى وثيقة معينة دون إظطراره للرجوع إليها كما يقدم له معلومات ببليوغرافية عن الوثيقة.

¹ كريم، مراد. مجتمع المعلومات وأثره في المكتبات الجامعية. مذكرة دكتوراه في علم المكتبات. قسنطينة: جامعة منتوري. 2008. ص88.

² رحي عليان، مصطفى؛ النجداوي، أمين. مقدمة في علم المكتبات والمعلومات. عمان: دار الفكر للطباعة والنشر. 2001. ص89. 90.

2. الخدمات المباشرة :

- **الإعارة:** تعتبر العصب الحيوي لخدمات المكتبة وأحد المؤشرات الهامة لقياس فعالية المكتبة الجامعية وعلاقتها بالمستفيدين، وتعتبر عملية تسجيل مصادر المعلومات من أجل استخدامها سواء داخليا (إعارة داخلية مضبوطة) أو استخراجها لإستخدامها خارج المكتبة (إعارة خارجية) لمدة معينة من الزمن ويشرف عليها موظف الإعارة الذي يقوم بتسجيل المادة قبل إخراجها للتأكد من إرجاعها من قبل المستفيد نفسه.¹
- **الخدمة المرجعية:** هي أهم خدمة من خدمات المكتبات الجامعية تعرف بالإجابة على إستفسارات التي يتلقاها قسم المراجع من المستفيدين وتعتبر من وظائف أخصائي المراجع وتقوم أساسا على مجموعة الكتب المرجعية التي تتمثل في المعاجم والقواميس والموسوعات والكشافات وغيرها.²
- **خدمة البث الإنتقائي للمعلومات:** إحاطة مصممة لكل مستفيد على حدى، وهو نمط يتسم بالحرص على مطابقة المعلومات المقدمة لإحتياجات المستفيد وغالبا ما تقدم هذه الخدمة لأعضاء هيئة التدريس تهدف إلى تزويد كل مستفيد بصفة دورية بالمعلومات التي تثير اهتماماته يتطلب توفيرها مايلي:
- إجراء مسح شامل لأعضاء هيئة التدريس وتحديد مجالات إهتمام كل منهم بدقة، إعداد إستمارة إهتمامات لكل مستفيد ومطابقتها مع الإضافات الدورية للمكتبة، تزداد الأهمية لهذه الخدمة في ظل تضاعف الهائل للمعرفة البشرية وكثافة وتعدد احتياجات الباحثين.³
- وعليه تشكل الخدمات المباشرة والغير المباشرة في المكتبات الجامعية عنصرا تكامليا يهدف إلى تلبية إحتياجات المستفيدين، بحيث تساهم الأولى في التفاعل المباشر معهم، بينما الثانية تدعم البنية التحتية والخلفية اللازمة لضمان جودة وفعالية الخدمات المقدمة.

3.2 المكتبات الجامعية في عصر تطور التكنولوجيات والنشر الإلكتروني

المكتبات الجامعية من أكثر المؤسسات تأثرا بالتطورات التي حدثت في مجال تكنولوجيا المعلومات كذلك بتطور النشر من التقليدي إلى النشر الإلكتروني، لهذا لم تعد المكتبات بشكلها التقليدي قادرة على تلبية حاجات ومتطلبات المستفيدين من خدماتها، مما تطلب ضرورة تحولها إلى جهاز معلومات يقوم بعمليات

¹ محمد سلامة، عبد الحافظ. خدمات المعلومات وتنمية المقتنيات المكتبية. عمان: دار الفكر. 1997. ص 59.

² رجي عليان، مصطفى. خدمات المعلومات. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. 2009م. ص 143.

³ يطوش، كمال. قياس جودة خدمات مكتبة الدكتور عروة لجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية. مذكرة ماجستير في علم المكتبات .

قسنطينة:جامعة منتوري. 2007/2006. ص 61.

التجميع والإختيار والتحليل والتنظيم والإختزان والنسخ والنشر والإسترجاع، وهذا ماتطلب إعادة هيكلتها للتعاش مع متطلبات العصر الرقمي، وتلائم تغيرات متطلبات مجتمع المستفيدين عبر العصور¹.

أولاً: أسباب إستخدام تكنولوجيا المعلومات بالمكتبات الجامعية

- قبل التطرق إلى الأسباب نعرف تكنولوجيا المعلومات: تشتمل على مجموعة المجالات المعرفية من علمية وتقنية وهندسية، ويعني بتطبيق التكنولوجيا في التعامل مع المعلومات من حيث إنتاجها وحيازتها وتخزينها ومعالجتها وإسترجاعها وتوزيعها بالطرق الآلية يتطلب أليات وبرامج ومعدات وتقنيات حديثة.
- أما أسباب تولي المكتبات الجامعية لها هي كالتالي:
- الزيادة الهائلة في حجم الإنتاج الفكري حيث إن هذا الإنتاج ينمو ويتضاعف سنوياً.
- تغير طبيعة الحاجة إلى المعلومات نتيجة التقدم العلمي والإجتماعي ونتيجة تداخل التخصصات العلمية وتكاملها، الأمر الذي أدى إلى التركيز على المعلومة أكثر من التركيز على الكتاب.
- تعاظم أهمية مصادر المعلومات الإلكترونية الأمر الذي دفع بكل مركز علمي إلى إنشاء مكتبته خاصة وتزويدها بالأبحاث والمعلومات التي تساهم في تطوير إنتاجها ومردودها.
- التخفيف من أعباء الأعمال اليدوية الروتينية وتطوير إنتاجية العمل بأقل عدد من العاملين.
- تطوير خدمات المكتبة والإستفادة من خدمات الإستخلاص والتكشيف الآلية.
- الإستفادة من خدمات بنوك المعلومات وقواعد بياناتها، وبث المعلومات وإسترجاعها بسهولة وسرعة.
- المساهمة في إقامة شبكات ونظم آلية معلوماتية تعاونية بين المكتبات والجامعات ومراكز البحث العلمي.
- إيجاد حل لمشكلة ضيق المكان.
- مواكبة تطور مجتمع المعلومات والثورة المعلوماتية والإستفادة من تكنولوجيا المعلومات لتطوير البحث العلمي².

- القدرة على تحسين الفئات المستهدفة بديمومة الإتصال ووجود متابعة مكتبية من أجل توفير. التفاعلية بين المستفيدين والمكتبة وزيادة فرص التجول في قواعد البيانات المتاحة.

¹السعيد، مبروك إبراهيم. إدارة الموارد البشرية بالمكتبات الجامعية في عصر المعرفة(مرجع سابق). ص18.

²إبراهيم، السعيد مبروك. أخصائي المكتبات بين المهنة والرسالة. كفر الشيخ: العلم والإيمان للنشر والتوزيع. 2009. ص224-225.

- إيجاد سبل لربط المستفيد بعدة نقاط في وقت واحد لتلبية إحتياجاتهم من مختلف أنواع المعلومات المطلوبة.

- إتاحة الفرصة للمستفيد إستخدام جميع أرصدة المعلومات المختلفة في شكل الوسائط المتعددة.¹

■ نستنتج في الأخير أن إستخدام تكنولوجيا المعلومات في المكتبات الجامعية أمر ضروري في خدماتها الحديثة للمستفيدين، وهذا كان عائدا إيجابيا للرفع من قيمة المكتبة وكذلك لتطوير البحث العلمي وجعلت إنتقال خدمة العاملين بالمكتبة من مكتبي إلى أخصائي معلومات يصنف ويعالج ويخزن ويستنتج المعرفة وبثها وإسترجاعها بطريقة آلية سهلة وسريعة، كذلك ألغت القيود الزمانية والمكانية بالنسبة للمستفيد حيث أنه أصبح إسترجاع المعلومات التي يريدونها في أي وقت وأي مكان يتطلب منه إمتلاكه جهاز ألي ووصله بشبكة أنترنت فقط.

ثانياً: أثر التكنولوجيا الحديثة والنشر الإلكتروني على خدمات المكتبات الجامعية

شهدت المكتبات الجامعية تحولاً جذرياً في طريقة تقديم خدماتها ومصادر المعلومات للمستفيدين منها فلم يعد الإعتماد على المصادر المطبوعة كافياً، بل أصبح النشر الإلكتروني يشكل العمود الفقري للمكتبات الجامعية حيث تتجلى أهميته في قدرته على توفير الوصول الفوري إلى مجموعات واسعة من المعلومات وكان لإستخدامات التكنولوجيات الحديثة الإنتقال من النشر التقليدي إلى النشر الإلكتروني أثر على خدمات المكتبات الجامعية كالتالي:

1. **خدمة البحث في فهارس المكتبات:** أول ما يحتاجه المستفيد من المكتبة هو المصادر المتوفرة في إختصاصه فينطلق لبحث في فهارسها، وفي هذا المجال توفر الأنترنت ومن خلال الويب تسهيلات الوصول إلى عدد كبير من فهارس المكتبات في العالم مثل مكتبة الكونجرس الأمريكية والمكتبة البريطانية وغيرها.
2. **الخدمة المرجعية:** عبارة عن مساعدة المستفيد في الحصول على المعلومات أما المدى الذي تشمله هذه الخدمات يتراوح بين الرد على إستفسارات إلى تزويد المستفيد بقائمة ببليوغرافية عن موضوع معين من خلال الحواسيب الآلية.

¹ الخطاب، سعيد مبروك. لوائح المكتبات في العصر الرقمي. الوراق للنشر والتوزيع. 2014. ص105.

3. خدمات الدوريات والكتب الإلكترونية: تتوفر على الأنترنت مئات الدوريات والكتب الإلكترونية في مواضيع متعددة، وتشبه نظيراتها الورقية المطبوعة، كما أنها تقوم بنشر بحوث أصلية على غرار الدوريات الإلكترونية.

4. خدمة الإستخلاص والتكثيف: لغرض سد حاجات المستفيدين السريعة إلى المعلومات فقد توافرت على الانترنت قواعد عديدة للكشافات والمستخلصات أعدت لتساعد المستفيد على تلبية تلك الاحتياجات ولأن الكشافات والمستخلصات أصبحت أكثر شيوعا واستخداما في العالم كجسور سريعة للوصول إلى المعلومات فقد أخذ عدد قواعد المستخلصات والكشافات يزداد خاصة بعد أن إنتقلت خدمات البحث بالإتصال المباشر إلى الأنترنت وتقدم مجانا.

5. خدمة الإحاطة الجارية: توفر فرص إطلاع المستفيدين بصورة مستمرة على ما يبذله غيرهم من جهود وما توصلوا إليه من نتائج في موضوع إختصاصهم وإهتمامهم.

6. خدمة الإطلاع الإلكتروني: تتيح الأنترنت أمام المستفيدين إمكانية مطالعة الكتب التي قامت مكتبات عديدة بتحميلها على الأنترنت وإتاحتها للمطالعة بشكلها الإلكتروني مجانا، كما يستطيع المستفيد تصفح العديد من الصحف التي تنشر إلكترونيا عبر الأنترنت.

7. خدمة تدريب المستفيدين: توجد على الأنترنت مواقع لمكتبات عديدة تقدم فرصا تدريبية للمستفيدين عن كيفية إستخدام هذه الشبكة وكيفية الوصول إلى المعلومات المتوفرة عليها.

8. خدمة الإعارة البينية (الإعارة بين المكتبات): يستطيع المستفيد وضع طلب الإعارة خارج المكتبة من منزله أو أي مكان يتواجد فيه، وتقوم الشبكة بتوحيد طلبات الإعارة ثم يقوم المكتبي المسؤول عن ذلك بتنفيذ الطلبات وفي هذا المجال تضع كل مكتبة موجداتها من مصادر المعلومات تحت تصرف المستفيدين للمكتبيين أو المكتبات المرتبطة بإتفاق تعاوني.¹

9. خدمة البريد الإلكتروني : تتمثل في تبادل المراسلات بين المكتبة والمستفيدين عن طريق البريد الإلكتروني لشبكة الأنترنت مثل إندارات التأخير، قائمة المواقع، قائمة المصادر وفق إهتمامات المستفيد.

¹ المدادحة، أحمد نافع. أنواع المكتبات (مرجع سابق). ص 107. 108

10. خدمة الإعلام: تقدم مجموعة من الإعلانات كالخدمات التي يشترك فيها المستفيد، الأوعية المعارة، والأوعية المحجوزة بإسم المستفيد وكذلك المطالعة على المصادر التي تملك المكتبة حق نشرها إلكترونياً عن طريق تحميلها على موقع المكتبة وإتاحة روابط لمصادر أخرى.

11. خدمة البحث في قواعد البيانات : تقوم المكتبة بإتاحة ما تملكه من قواعد معلومات سواء كانت قواعد محلية أو خارجية من موقعها على الأنترنت بحيث يسمح للمستفيد البحث في القواعد والإستفادة منها.¹

ثالثاً: أثر التطور التكنولوجي على كفاءة المكتبات الجامعية :

- إستخدام البريد الإلكتروني بين المستفيدين وأخصائي المعلومات في المكتبات.
- إستخدام شبكة المعلومات في تقديم خدمات المكتبة.
- إستخدام الأنترنت للربط الإلكتروني المحلي والدولي للمواقع الإلكترونية.
- رقمنة المصادر الورقية إلى مصادر إلكترونية.
- أجبر هذا التطور التواصل بين المستفيدين وأخصائي المعلومات بالبريد الإلكتروني والعمل على زيارة الموقع الإلكتروني للمكتبة الجامعية.
- تقديم مصادر المعلومات عن بعد.²
- وعليه نستنتج مما سبق، أنه أثرت التكنولوجيا الحديثة والنشر الإلكتروني بشكل كبير على المكتبات الجامعية، حيث ساهمت في تطوير طرق تقديم الخدمات وتوسيع نطاق الوصول إلى المعلومات، ومواكبة احتياجات المستفيدين في البيئة الأكاديمية الحديثة .

رابعاً: تحديات المكتبات في العصر الرقمي

- ثورة المعلومات التي تفرز كم هائل من المعلومات العلمية بحيث لا يمكن لأي مكتبة في العالم أن تدعي لنفسها الاكتفاء الذاتي مهما بلغت إمكاناتها المادية ومواردها البشرية.
- تنوع احتياجات المستفيدين ومطالبهم.
- ارتفاع تكاليف توفير المصادر الإلكترونية.¹

¹ فؤاد، إسماعيل نهال. الإتجاهات الحديثة في تكنولوجيا المكتبات والمعلومات. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية. 2012. ص 175.

² الفينوري، محمد المبروك خلف الله. تكنولوجيا المعلومات في المكتبات الجامعية: الكفاءة والإستخدام. القاهرة: جمهورية مصر العربية. 2020.

- المشاكل القانونية كحقوق الملكية الفكرية في البيئة الرقمية
- ضعف البنية التكنولوجية والمستلزمات البشرية للتعامل مع المصادر الإلكترونية
- الوصول إلى المعلومات وإتاحتها يجب على المكتبات الجامعية السعي لإستخدام وسائط حديثة في مجال تقديم الخدمات المرجعية، إتاحة الفهارس، والبت الإنتقائي ومختلف العمليات التي يمكن أن تساعد في الوصول إلى المعلومات إلكترونياً.²
- وعليه نستنتج أن المكتبات الجامعية تواجه في العصر الرقمي مجموعة من التحديات المرتبطة بالتطور السريع للتكنولوجيا كمواكبة التغيرات التقنية وتحديث البنية التحتية، كذلك تلبية توقعات المستفيدين الرقمية مما يتطلب عليها سهرًا لتخطيط مستمر لضمان تقديم خدمات فعالة.

خامسًا: مستقبل المكتبات الجامعية:

- يمكن إعتبار المكتبة الجامعية من أهم الأماكن التي تجرى فيها البحوث كما أنها من أهم مصادر المعرفة إلا أن التغيرات الرقمية فرضت عليها تحسين نمط عملها لتتلاءم مع متطلبات الأجيال القادمة لهذا يجب عليها النظر في أمور كثيرة منها:
- توفير مساحة عمل ذات جودة عالية.
- يجب توفير الشروط اللازمة لمستعملها وكذلك للتخزين الصحي لمقتنياتها.
- إستعمال الوسائط المتعددة وخدمات الإعارة عن بعد عن طريق التحكم في تقنيات المعلوماتية.
- إستخدام الفهارس وقواعد البيانات الرقمية وتنظيمها وإمكانية الوصول إليها.³

¹ الشيباني، ناصر أمبارك. المكتبات الجامعية في ظل التحول الرقمي. مجلة شمال إفريقيا للنشر العلمي (NAJSP)، العدد 1، 2024، مجلد 02. ص 268

² رحمة، حمدي؛ تحاميد، بشرى. المكتبات الجامعية وتحديات البيئة الرقمية. متاح على الرابط الإلكتروني https://portal.arid.my/ar_Ly/posts/details/F6719Fcc_9673-48551-36F8e03b8784?t:5كيفري2025على الساعة 14:7

³ درويش، زهية؛ بصافي، سعاد. النشر الإلكتروني في المكتبات الجامعية الجزائرية المكتبة المركزية لجامعة العلوم والتكنولوجيا بوهان مذكرة ماستر. مستغانم: جامعة عبد الحميد بن باديس. 2018/2019. ص 36

4.2 مستفيدو المكتبات الجامعية واحتياجاتهم

المستفيدون الذين نقصدهم في هذه الدراسة هم الطلبة والباحثين والأساتذة الذين تربطهم علاقة بالبحث عن الرصيد الوثائقي المتوفر بمكتبات الجامعة، والغاية الأساسية لوجود المكتبات الجامعية نقل وتوصيل المعلومات إلى المستفيدين وتلبية احتياجاتهم لذلك العلاقة بين المستفيدين والمكتبات الجامعية علاقة مستمرة أولاً: مفهوم المستفيدين: يمثل المستفيدون في أي نظام للمعلومات العنصر الأساسي، الذي توظف من أجله كل الوسائل والإمكانيات التي يمتلكها النظام لتقديم خدمات في مستوى اهتمامات وحاجيات القراء، ومن خلاله يتم تقييم هدف ومستوى رقي النظام.¹

ويعرف على أنه العنصر الأساسي في نظم المعلومات التي تعتبر همها الأول نقل المعلومات بين طرفين أو أكثر توجد مسافات متفاوتة بينهم في الزمان والمكان.²

هو كل شخص يحتاج إلى معارف، قد يحتاجها لحل مشاكله في حياته اليومية والعملية وقد تكون لإثراء حياته الشخصية أو تحسين مستواه ومهاراته الفكرية والتعليمية، فهو من يبحث ويحول المعلومات إلى منتجات أو طرق علمية جديدة لتحقيق هدف معين.³

يعرف كذلك: هم الأشخاص الذين يرتادون المكتبة الجامعية والمستخدمين فعلاً للمعلومات، بغرض إشباع حاجة معينة لديهم وعادة ما يكونوا هؤلاء المستفيدون من طلبة دراسات أولية وعليا أو باحثين ومدرسين وموظفين من داخل المجتمع الذي تنتمي إليه المكتبة وخارجه.⁴

■ وعليه نستنتج مما سبق أن المستفيد من المكتبة الجامعية هو كل فرد ينتمي إلى الجامعة يستخدم المكتبة الجامعية لتلبية حاجاته العلمية ومن أجل دعم مهاراته البحثية، وتحليل وتبسيط متطلباته وحل غموضه المعرفية والفكرية إستناداً على المكتبة الجامعية.

¹ اعراب، عبد الحميد. دراسات في المكتبات والمعلومات. ديوان المطبوعات الجامعية. 2017. ص102

² صالي، إسماعيل؛ زواتيني عبد العزيز. دينامية التنظيم في المكتبات الجامعية وعلاقته بتلبية احتياجات المستفيدين دراسة ميدانية بمكتبات الكليات لجامعة يحي فارس بالمدينة في مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد 01، 2023، مجلد 17 . ص485

³ العياشي، بدر الدين. خدمات أنظمة المعلومات الإلكترونية ودورها في تلبية احتياجات المستفيدين دراسة ميدانية بمكتبة المدرسة العليا للأساتذة مذكرة ماجستير. قسنطينة. 2012/2011. ص 58

⁴ العكيلي، جمال أحمد عباس. اتجاهات المستفيدين نحو استخدام الفهارس الإلكترونية في المكتبات. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع. 2017.

ثانياً: فئات المستفيدين

يتكون مجتمع المكتبة الجامعية من الفئات التالية:

- أعضاء هيئة التدريس والباحثين فيها.
- العاملين في الإدارات الجامعية.
- الطلبة الجامعيين.¹

تتمثل فئات المستفيدين من المكتبات الجامعية من الطلبة والطالبات بمستوى الجامعي وأعضاء هيئة التدريس والباحثين (رسائل الماجستير والدكتوراه) وأعضاء الهيئة الإدارية.² وتختلف المكتبات الجامعية في خدماتها للأفراد التي تم ذكرها من مجرد السماح لهم بالاستخدام الداخلي لمصادر المعلومات إلى الإفادة الشاملة من مصادرها وخدماتها.

ثالثاً: أنواع احتياجات المستفيدين:

تعد عملية التعرف على احتياجات المستفيدين عنصراً أساسياً في تنظيم خدمات المعلومات وإدارتها من حيث عدد المستفيدين منها واهتماماتهم الموضوعية وطبيعة نشاطهم ومؤهلاتهم العلمية وتنقسم إلى قسمين:

- **الاحتياجات الكامنة:** المكتبات اليوم لم تعطي اهتماماً لاحتياجات الباحثين من المعلومات التي يحتاجها الباحث لا التي يطلبها ولم تعمل على توفيرها وتلبية مقارنته مع الطلبات المقدمة من طرف الباحثين التي تسهل التعرف عليها بشكل أيسر من التعرف على الاحتياجات لان الباحث يطلب من المكتبة كل مايتصور بأن المكتبة قادرة على تقديمه.

- **الاحتياجات المعلنة:** هي التي يطلبها المستعمل فعلاً من المؤسسة وذلك بإبلاغ الساهر عليها مباشرة حضور شخصي (أو شكل غير مباشر) هاتف أو مراسلة والدقة في الطلب لها دور أساسي في تلبية احتياجات المستعمل.³

- وعليه نستنتج أن الاحتياجات المعلنة هي التي يعبر عنها المستفيد بوضوح مثل طلب كتاب معين أو المساعدة في البحث، أما الاحتياجات الكامنة هي التي لا يطلبها المستفيد بشكل مباشر لكنه يحتاجها مثل

¹ همشري، عمر أحمد. مدخل الى علم المكتبات والمعلومات. عمان: دار الصفاء. 2008. ص93

² حافظي، زهير. تكوين المستفيدين في مجال المعلومات في مجلة المكتبات والمعلومات، العدد1، 2006، المجلد 3، ص 163

³ يحي، مباركة. فاعلية خدمة الإعارة ودورها في رفع إقبال المستفيدين دراسة ميدانية بالمكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية تبسة مذكرة ماستر. تبسة: جامعة العربي التبسي. 2019/ 2020. ص 54

حاجته لتدريب على استخدام قواعد البيانات وهذا يتطلب فهم وسعي من موظفي المكتبات للتعرف على هذا النوع من الاحتياجات بطرق ذكية .

رابعاً: سمات وخصائص المستفيدين من المكتبات الجامعية

- الحرص على تحسين مهاراتهم البحثية عبر أدوات المكتبة.
- السعي للوصول إلى مواد علمية تدعم تخصصاتهم الأكاديمية.
- كل المستفيدين يحملون مؤهلات تتناسب مع المستوى الجامعي أي لا وجود لمستفيدين أقل من الجامعي.
- التنوع في الأعمار والتخصصات والاحتياجات.
- التفاوت في الخبرات في استخدام المكتبة وخدماتها.¹
- لا بد أن يتذكر دائماً أنه يسعى لإكتشاف المعرفة وتحقيقها وتدقيقها بالرسائل العلمية المتوفرة له في عصره وعرضها بشكل منطقي سليم وإدراك تام.
- كما يجب أن لا تلعب به الأهواء والميول والإتجاهات وأن تكون المعلومات العلمية هي التي تقوده إلى نتيجة مسبقة في ذهنه.
- يتطلب عليه الحياد الفكري والتجرد التام من الأهواء والميول والأمانة العلمية والشعور بالمسؤولية والمثابرة على العمل والقدرة على التحليل والتأمل والتفكير والتخلي بالتواضع واحترام الغير.²

خامساً: آليات جمع حاجات المستفيدين

تختلف حاجات المستفيدين من وقت إلى آخر وتبعاً للوقت والمستفيد والغرض والمكان، وصعوبة تحديد الحاجة إلى المعلومات يكمن في عدم إدراك المستفيد نفسه أحياناً لإحتياجاته، ولتحديد هذه الإحتياجات نعتمد على العديد من الأساليب المتمثلة فيما يلي:

1. المنصة الإلكترونية: إذا توفر للمكتبة موقع على الانترنت يمكن التعرف على مقترحات أوعية المعلومات ومتطلبات المستفيدين، ومن خلالها يمكن اقتراح مصادر إلكترونية جديدة للإقتناء أو الإشتراك، كذلك توفير

¹ عبد الباقي، يونس إسماعيل. دراسات المستفيدين وخدماتهم في المكتبات ومراكز المعلومات. القاهرة: الشركة العربية للتسويق والتوريدات. 2017.

² عادل علي؛ المعتز بالله عباس. الخدمة المرجعية في المكتبات الجامعية ودورها في تلبية إحتياجات المستفيدين مذكرة ماستر . جامعة العربي

قائمة بالعناوين المقترحة من قبل المكتبة وتجمع هذه الاقتراحات في مصلحة التزويد لإستخراج قائمة الإقتناء حسب أهداف وأولويات المكتبة.

وعليه تعتبر أداة فعالة لفهم حاجات المستفيد بشكل مباشر وغير مباشر.

2. المقابلة: هي تبادل لفظي بين القائم بالمقابلة والمبحوث من خلال التفاعل اللفظي بين طرفين أي إستشارة الباحث للمبحوث قصد التعرف على آراءه، مع إمكانية توضيح السؤال في حالة عدم الفهم، يجب أن يكون الباحث على تركيز عند طرحه للسؤال.¹

وبالتالي المقابلة أداة مهمة لفهم حاجات المستفيد بشكل عميق، بحيث تتيح فرصة للتواصل المباشر والإستماع لتجاربهم وأرائهم.

3. الإستبيان: يعتبر إحدى الوسائل للحصول على المعلومات والحقائق تتعلق بأراء وإتجاهات المستفيد حول موضوع ما، فالإستبيان هو أداة لتجميع البيانات ذات صلة بمشكلة بحثية معينة وذلك عن طريق ما يقرره المستجيبون لفظيا في إجاباتهم على الأسئلة التي يتضمنها الإستبيان، ويجب أن تكون أسئلة الإستبيان واضحة وموجزة.²

▪ وعليه نستنتج أن الإستبيان يعتبر وسيلة لجمع حاجات المستفيدين ومتطلباتهم مثلا عند الحاجة إلى دراسة أنواع حاجات المستفيدين من المكتبات الجامعية يتطلب وضع إستبيان يتضمن أسئلة تمكن من جذب ووضع المستفيد للحاجة التي تراوده.

4. الملاحظة: هي أداة جمع البيانات تتطلب من الباحث رصد الظاهرة ومراقبتها بنفسه من خلال تواجده في مكان حدوثها ورؤيتها بالعين، وتتبع طرق حدوثها وإستنباط الأساليب التي تؤدي إليها عن قرب مباشرة دون وسيط، تعطي المجال للباحث في ملاحظة الظروف التي يتميز بها مجتمع البحث ويستطيع من خلالها مراقبة سلوك المبحوثين كونهم لا يعرفون أن سلوكياتهم تحت المراقبة والمتابعة والدراسة.³

¹ حمدي، أبو الفتوح عطيفة. منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية. القاهرة: دار النشر للجامعات. د.ت. ص313

² خمقاني، مباركة. أساليب وأدوات تجميع البيانات في مجلة الذاكرة. العدد التاسع 9. جوان 2017. ص45

³ عطوي، جودت عزت. أساليب البحث العلمي: مفاهيمه، أدواته، طرق إحصائية. ط4. دار الثقافة للنشر والتوزيع. 2011. ص 99

■ نستنتج أن أداة الملاحظة تعتبر وسيلة لتحديد حاجات المستفيدين من خلال مراقبة سلوكهم في بيئتهم واكتشاف وفهم إحتياجاتهم دون تدخل مباشر مثل : مراقبة الطلبة الجامعيين لنوعية مصادر المعلومات التي يتوجهون لإستخدامها بكثرة لأجل تلبية رغباته.

وكل الأدوات السابقة تعتبر ذات أهمية لموظفي المكتبات فبفضلها يتمكنوا من تغيير وتطوير الخدمات المكتبية بما يناسب تطلعات وحاجات مستفيديها، حتى يضمن جذبهم لها .

سادسًا: حواجز وتحديات تلبية إحتياجات المستفيدين :

هناك العديد من الحواجز التي تعيق تلبية إحتياجات المستفيدين تمثلت فيما يلي:

1. **الحاجز الأول:** المتمثل في حواجز فكرية ونفسية توجد بين المستفيد وحاجاته مما تجعله غير قادر في تحديد حاجاته .

2. **الحاجز الثاني:** يوجد بين المستفيد ومصادر المعلومات ويتمثل في الحواجز المادية أو تنظيمية أو التشريعية.

3. **الحاجز الثالث:** يوجد بين المستفيد والإجابة على حاجاته من المعلومة فقد يكون الجواب معقدا من أن يفهمه المستفيد .

4. **الحاجز الرابع:** يوجد بين الحاجة إلى المعلومة والإجابة عنها، فقد تكون حاجة المستفيد غير متوفرة بالنظام.

5. **الحاجز الخامس:** يوجد بين الحاجة إلى المعلومة ومصدرها فقد يكون النظام غير ملم بحاجة المستفيد.¹

وبالتالي يمكن حصر هذه التحديات فيما يلي:

■ **تحديات مادية وتجهزية:** تمثلت في سهولة الوصول إلى المعلومات وظروف إستقبال المستفيدين وما تشمله من مؤثرات مادية، إضاءة، تهوية.

■ **تحديات تقنية:** مثل جهل المستفيد لمختلف الخدمات المتوفرة في النظام، كذلك فشل وضعف المستفيد لكيفية صياغة سؤاله، تعقد وسائل البحث وبالتالي يصعب البحث عن المعلومة.

¹ بن حاوية، يمينية. جودت الخدمات المعلوماتية وتلبية إحتياجات المستعملين مذكرة الماجيستر . وهران: جامعة العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية.

- **تحديات نفسية وإجتماعية:** تتعلق بالعلاقة القائمة بين المستفيد وأخصائي المعلومات التي على أساسها يتولد لدى المستفيد رد فعل سلبي أو إيجابي .
- **تحديات خاصة بنظام المعلومات:** إهتمام مصممي النظم بتحقيق الصورة التي رسموها لأنفسهم أكثر من إهتماماتهم بتلبية حاجيات المستفيدين.¹
- ومن خلال الذكر السابق لمجموعة من التحديات التي تواجه في تلبية إحتياجات المستفيدين في المكتبة الجامعية، يمكن القول أن هذه الصعوبات غالب ما ترتبط بنقص الإمكانيات المادية والبشرية، إضافة إلى ضعف التواصل مع المستفيدين وفهم متطلباتهم الحقيقية، وهذا ما يستدعي تفكير في حلول عملية تساهم في تفعيل خدمات المكتبة ومواكبة حاجات المستفيد المتغيرة حسب الزمان والمكان.

5.2 واقع الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية

أولاً: أليات تفعيل إستخدام الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية :

نظراً لكون المكتبة الجامعية عنصراً أساسياً في توفير الكتاب الإلكتروني وتعزيز الثقافة الرقمية بين الطلاب والأكاديميين بصفة عامة من خلال إدارة مواردها وتوفير البنية التحتية اللازمة ويتم تفعيل إستخدام الكتاب الإلكتروني من خلال مايلي:

- توعية مجتمع المستفيدين بأهمية الكتاب الإلكتروني من خلال توفير نشرات إعلامية وأدلة تعريفية عن الكتب الإلكترونية.
- الإحاطة الجارية بكل مستجدات المكتبة من مصادر المعلومات الإلكترونية.
- تنظيم دورات تدريبية حول إستخدام الكتاب الإلكتروني وتعليمهم مهارات البحث الوثائقي في البيئة الرقمية.
- ينبغي الإهتمام باللغات الأجنبية خاصة الإنجليزية منها للإستفادة من المصادر الرقمية كالكتب الإلكترونية المتاحة بلغات أجنبية.
- العمل على تنمية الوعي المعلوماتي الرقمي للطلاب .
- الإهتمام بتدريس مقررات الحاسب الآلي مع التركيز على تعليم الطلبة لكيفية استخدام وطرق البحث في مصادر المعلومات الرقمية.²

¹ فادي، عبد الحميد. المرجع في علم المكتبات. عمان: دار أسامة. 2006. ص168

² أعبيدة، نبيلة؛ رحال، سليمان. إستخدام الكتاب الإلكتروني من طرف الطلبة(مرجع سابق) ص991.

- ومن منظوري الخاص نرى أن المكتبة الجامعية تساهم في تفعيل إستخدام الكتاب الإلكتروني من خلال توفير كم هائل من الكتب الإلكترونية وتسهيل الوصول إليها من خلال إنشاء منصات وبوابات إلكترونية تتيح للمستفيدين من المكتبات الجامعية الحق في البحث عن الكتب الإلكترونية وتحميلها وقراءتها كذلك تدريبهم على كيفية إستخدامها، وتنمية الوعي بأهمية الكتب الإلكترونية، فمن خلال هذه الإجراءات تكون المكتبات الجامعية دافعا جيدا لتفعيل إستخدام الكتاب الإلكتروني.

ثانياً: دواعي لجوء المستفيدين للكتاب الإلكتروني

1. أعضاء هيئة التدريس:

- جمع المادة العلمية للمحاضرات والتطبيقات.
- الحصول على المادة العلمية لإنجاز المداخلات أثناء الملتقيات.
- تدعيم الرصيد المعرفي في مجال التخصص.¹

2. الطلبة:

- يستخدم الطلبة الجامعيين الكتاب الإلكتروني من أجل إنجاز بحوثهم العلمية.
- التزويد بالمعلومات والمعارف والثقافة العامة.
- يستخدمه لأنه بديل مفضل للكتاب الورقي نظرا للميزات العديدة التي يحتويها.
- يستخدمه نظرا للوصول السريع الذي يتاح من خلال الكتاب الإلكتروني.²
- ورأيي الشخصي المستفيدين يتوجهون لإستخدام الكتاب الإلكتروني نظرا لسهولة وسرعة الوصول إلى المعلومات التي يحتويها دون قيود الزمان والمكان، ونظرا لأن الوقت الراهن يدعم التعليم عن بعد فأصبح من الإلزام الاعتماد على الكتب الإلكترونية.

¹ جنح، أمين. إستخدامات الأساتذة الجامعيين للكتاب الإلكتروني دراسة ميدانية ببعض الجامعات الجزائرية أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام

والإتصال . قسنطينة 3. 2020/2019. ص 289

² أوثن، جميلة؛ بسباس، سارة؛ بوصالح، حسين. إستخدامات الكتاب الإلكتروني لدى الطلبة الجامعيين دراسة في الإستخدامات والإشباع في المجلة

العربية للإعلام وثقافة الطفل. العدد 5. جانفي 2019. ص 232

ثالثاً: تحديات توفير وإستخدام الكتاب الإلكتروني بالمكتبات الجامعية

تعددت التحديات التي يواجهها المكتبيين في توفير الكتب الإلكترونية في المكتبات الجامعية من بينها مايلي:

■ **قضايا الوصول والتراخيص:** غالباً ما تأتي الكتب الإلكترونية مع إتفاقيات ترخيص معقدة تحد من عدد المستخدمين الذي يمكنهم الوصول إلى العنوان في وقت واحد أو تقيد الوصول بناءً على أطر زمنية معينة، يمكن أن تؤدي هذه القيود إلى إحباط المستخدمين وتجعل من الصعب على موظفين المكتبة تلبية الطلب.

■ **المشاكل التقنية والتوافق:** تتوفر الكتب الإلكترونية بتنسيقات مختلفة، وليست جميعها متوافقة مع جميع الأجهزة أو البرمجيات فيجب على موظفين المكتبة التأكد من أن المستخدمين لديهم أدوات مناسبة للوصول إلى الكتب الإلكترونية وقراءتها مما يتطلب تقديم الدعم الفني وحل المشكلات.

■ **التكاليف والقيود الميزانية :** على الرغم من أن الكتب الإلكترونية يمكن أن تقدم وفرة محتملة في التكاليف من حيث المساحة والصيانة إلا أن التكلفة الأولية لشراء الكتب الإلكترونية، خصوصاً للمستخدمين المتعددين في نفس الوقت، قد تكون مرتفعة. قد تحد القيود المالية في المكتبات الأكاديمية من عدد الكتب الإلكترونية المتاحة للطلاب وأعضاء هيئة التدريس.

■ **الحفظ والأرشفة:** قد يكون حفظ الكتب الإلكترونية على المدى الطويل أكثر تحدياً من الكتب المطبوعة، والكتب الإلكترونية عرضة لتغيير تنسيقات الملفات أو قرارات و التأشير بإزالة العناوين أو مشاكل أخرى قد تؤثر على توفر الكتب على المدى الطويل .

■ **التدريب والتوعية للمستخدمين :** أغلبية المستخدمين لا يملكون دراية بالكتب الإلكترونية أو كيفية إستخدامها بشكل فعال فيحتاج موظفو المكتبة إستثمار وقت وجهد لتدريب الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على كيفية الوصول إلى الكتب الإلكترونية وإستخدامها مما يشكل تحدياً مستمراً في ضمان إعتداد واسع النطاق .

■ **توفر المحتوى:** ليس كل الكتاب الأكاديمي أو الموارد التعليمية متوفرة في شكل إلكتروني، وقد لا يقدم بعض الناشرين نسخاً رقمية من عناوينهم هذا يحد من قدرة المكتبيين على توفير مجموعة كاملة من الموارد التي يحتاجها المستخدمين. وعلى الرغم من كل هذه التحديات يظل دور الموظفين أساسياً في توفير الوصول إلى الكتب الإلكترونية وضمان من تمكن المستخدمين من إستخدامها.¹

¹Tedd ,Lucya.E-books in Academic libraries:aninterational overview . ABERYS TWYTH university.2005.p30

■ وإنطلاقاً من التحديات التي قدمتها مسبقاً، يتضح لي أن المكتبات الجامعية تواجه تحديات كبيرة في توفير وإتاحة الكتاب الإلكتروني حيث تشمل غالبية هذه التحديات قضايا تقنية كالأجهزة الغير المناسبة ومشكلات حقوق النشر والتراخيص، وصعوبات تدريب المستفيدين على الإستخدام الأمثل لهذه المصادر مما يقلل من إستفادتهم الكاملة من الكتاب الإلكتروني.

خلاصة عامة للفصل:

في أخير هذا الفصل تعتبر المكتبات الجامعية وسيط فعال في توفير المصادر الرقمية لتلبية إحتياجات المستفيدين، وأصبح الكتاب الإلكتروني عنصرا أساسيا في المكتبات الجامعية إذ يوفر وصولا سريعا مما يعزز تجربة المستفيدين ويدعم العملية التعليمية في عصر التكنولوجيا، لذلك توفيره في المكتبات الجامعية أمرا ضروري حيث هذا ما تطالب به التغيرات في الوسط الجامعي وحتى ثقافة المستفيد الحالي تطالب بتوفير كتب الكترونية على مستوى المكتبات الجامعية بدلا من الورقية .

الفصل الثاني: دور الترويج في دعم الوصول للكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية.

تمهيد

1. الأسس المفاهيمية للترويج في المكتبات الجامعية

1.1 المفاهيم العامة وأسباب الإهتمام بالترويج

2.1 عناصر المزيج الترويجي

3.1 أهمية وأهداف الترويج

4.1 التخطيط للترويج وأساليبه

5.1 أساليب ووسائل الترويج

6.1 إحتياجات المكتبات الجامعية لتفعيل الترويج لمصادر المعلومات

7.1 مزايا إستخدام الترويج الإلكتروني في المكتبات الجامعية

2. آليات الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية

1.2 تسويق وإقتناء الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية

2.2 أدوات ترويج الكتاب الإلكتروني

3.2 فوائد الترويج للكتاب الإلكتروني على للمستفيد

4.2 تحديات إتاحة الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية

5.2 نماذج منصات عرض الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعتبر المكتبات الجامعية ركيزة العملية التعليمية والبحثية داخل الجامعات، بحيث توفر للطلاب والباحثين وأعضاء هيئة التدريس مصادر معرفية متنوعة تساهم في إثراء معارفهم، ومع التطورات التكنولوجية وظهور الكتاب الإلكتروني، أصبحت المكتبة الجامعية مطالبة بتوفيره لتلبية إحتياجات المستفيدين المتغيرة، إلى أن مجرد توفر الكتاب الإلكتروني بالمكتبات الجامعية لا يكفي لضمان الإستفادة منه، لذا يصبح الترويج له أمراً مهماً، لضمان إقبال المستفيدين على إستخدامه، وتحقيق أهداف إتصالية معهم.

1. الأسس المفاهيمية للترويج في المكتبات الجامعية

1.1 المفاهيم العامة وأسباب الإهتمام بالترويج

لجأت المكتبات إلى ترويج خدماتها ومصادرها في الآونة الأخيرة بعدما إستشعرت خطر في ظل ما تنتجه الأنترنت، فلم تعد المكتبة المصدر الوحيد للمعلومات، ومن هنا إستشعر المكتبيون إنزعاجاً على مكانة المكتبة كمصدر للمعلومات، حيث فضل المستفيدين محركات البحث، وجدت المكتبة نفسها تصرف الملايين سنوياً على المصادر الإلكترونية ولكن الكثير منها لا يستخدمها ولا يعرفها المستفيدين لذلك لجأت للترويج.¹

أولاً: مفهوم الترويج (promotion):

- كلمة الترويج تعني التعريف أو التنقيف بالشئ أي تسهيل بيعه.
- يعرف أيضاً بأنه النشاط الذي يتم في إطار الجهود التسويقية التي تتخذها المنشأة لتوصيل منتجاتها إلى أذهان المستهلكين وإقناعهم بشرائها.
- كذلك يعتبر نظام متكامل يقوم على نقل معلومات عن سلعة أو خدمة بأسلوب إقناعي إلى جمهور مستهدف لحمل أفرادها على قبول السلعة أو الخدمة.²
- يعرف أيضاً على أنه مجموعة الأنشطة التسويقية التي تستخدم في الإتصال بالأسواق المستهدفة لبحث معلومات إقناعية حول المؤسسة ومنتجاتها، يقوم على تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية: الإعلام الإقناع التذكير.³

¹ مصباح، محمد. التسويق الإلكتروني لخدمات المكتبات الرقمية ودوره في زيادة الإقبال على إستخدامها دراسة مقارنة بين المكتبة الرقمية بجامعة بنها في مصر والمكتبة الرقمية بجامعة أم القرى في المملكة العربية السعودية في مجلة بحوث ودراسات. العدد 01، 2022، المجلد 01. ص 52.

² العبدلي، سمير. وسائل الترويج التجاري. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. 2011. ص 19.

³ غياث، صبحي الترجمان. البيع الشخصي. عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع. 2017. ص 19.

- يعتبر أحد عناصر المزيج التسويقي يتغلب على مشكلة جهل المستفيد بتقديم معلومات عن المؤسسة أو السلعة أو العلامة التجارية أو الأسعار وإستخداماتها، ويتغلب على ترددات المستهلك.¹
- أما الترويج الإلكتروني هو عبارة عن الإتصال المتبادل بين الزبون والبائع بواسطة إستخدام شبكة الأنترنت.²
- ❖ وعليه نستنتج أن الترويج في المكتبات الجامعية هو أنشطة وأساليب تهدف إلى إخبار وزيادة الوعي والتفاعل مع خدمات المكتبة ومواردها، أي جذب إنتباه مستفيديها وإقناعهم والتغلب على تردداتهم السلبية.

ثانياً: أسباب زيادة الإهتمام بالترويج

- بعد المسافة بين المستفيد والمؤسسة مما يتطلب وجود إتصال بين الطرفين عن بعد.
- زيادة الحجم الإنتاجي للخدمات والتنوع.
- إشتداد حالة المنافسة.
- التطور الكبير لوسائل الإتصال المختلفة.
- للترويج دور كبير في زيادة مستوى الوعي عند الأفراد من خلال تزويدهم بالمعلومات والإرشادات بالخدمات المعروضة في أي مؤسسة.
- زيادة التفاعل وجذب الأشخاص المستهدفين.³
- ❖ ومن خلال الأسباب السابقة نستنتج أن تزايد الإهتمام بالترويج في المكتبات الجامعية يعود إلى مجموعة من الأسباب أهمها إنخفاض إقبال المستفيدين على الخدمات التقليدية للمكتبة، وكذلك السعي للمنافسة بين المؤسسات الجامعية لجذب مستفيديها وتحسين صورتها.

2.1 عناصر المزيج الترويجي في المكتبات

- الإعلان: يعتبر أي شكل من أشكال الإتصال غير الشخصي لإرسال فكرة أو معلومة ترتبط بخدمة معينة بواسطة منظمة أو شخص معين تستهدف إقناع المستفيد عن طريق وسائل مختلفة وهي وسائل مقروءة (مجلات، صحف) وسائل مرئية كالأنترنت، ومسموعة كالراديو . يهدف إلى تغيير ميول وإتجاه المستفيد من

¹ العلاق، بشير عباس؛ ربايعه، علي محمد. الترويج والإعلان التجاري. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. 2007. ص9.

² أبو فارة، يوسف أحمد. التسويق الإلكتروني. دار وائل للنشر والتوزيع. 2018. ص363.

³ العبدلي، سمير عبد الرزاق. وسائل الترويج التجاري (..... مرجع سابق). ص 20.

خلال توفير معلومات وبيانات عن الخدمة التي يروج لها، تغيير الرغبات من خلال إبراز المزايا والفوائد التي تعود على المستفيد.

■ **الدعاية:** وسيلة غير شخصية ومجانية للترويج عن خدمة أو سلعة أو أفكار للجمهور العام، تستخدم بغية زيادة وعي المستفيد بالمؤسسة وخدماتها وتتمثل في خبر قصير عن نشاط معين قامت به المؤسسة، تحديث أو ابتكار تم طرحه، صورة فوتوغرافية يليها شرح تفصيلي.

■ **النشر:** يمثل أي رسالة أو معلومة خاصة بالمنظمة تظهر في وسائل الإعلان في شكل خبر، أو مجموعة من الأخبار عن المؤسسة وخدماتها، ومن مميزاته الصدق وضمان السرعة في إعداد الخبر والنشر.¹

■ **العلاقات العامة:** وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم والحفاظ على ثقتهم عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط إجراءاتها ومن أجل تحقيق تعاون مثمر أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها تهدف إلى التعريف بالنشاط، العمل على تقبل النشاط من طرف الجمهور، خلق سمعة وردود فعل جيدة للمؤسسة.²

❖ نستنتج من خلال العناصر السابقة تتمكن أي مؤسسة بصفة عامة أو مكتبة بالتعريف بخدماتها ومحتوياتها لجمهورها المستهدف ويكون تطبيق تلك العناصر من خلال الوسائل التقليدية وخاصة تكنولوجيا الحاسبات والتطبيقات وقواعد البيانات والاتصالات.

3.1 أهمية وأهداف الترويج في المكتبات

أولاً: أهمية الترويج:

- يعتبر الترويج من الوظائف التسويقية الحيوية التي تحقق الاتصال بين المؤسسة ونشاطها.
- التعريف بخدمات المؤسسة.
- الترغيب على استخدام خدمات المؤسسة.
- يعتبر الترويج أسلوب فعال في تحقيق التفاعل بين المؤسسة والبيئة ومواجهة المنافسة.

¹ ناصر، محمد جودة. الدعاية والإعلان والعلاقات العامة. دار مجدلاوي. 1998. ص 176.

² سماحي، منال. التسويق الإلكتروني وشروط تفعيله في الجزائر دراسة حالة إتصالات الجزائر مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية. جامعة وهران 2. 2015/2014. ص 28.

- تحسين التواصل مع المؤسسة والجمهور المستهدفة.¹

ثانياً: أهداف الترويج في المكتبات

- إيجاد المستفيد مقتنع بأهمية الحصول على المعلومات وإقتناعه بها وإستخدامها والإفادة منها بما يحقق رغباته.
 - إشباع حاجيات المستفيد ورغباتهم.
 - العمل على المحافظة على بقاء القناعة لدى المستفيد وتوفير حاجاته ورغباته في ضوء ظروفه وإمكاناته الخاصة.
 - الوصول إلى رضا المستفيد لضمان بقاءه زبونا للمكتبة، وتكريساً لمبدأ الإستمرارية والتقدم.²
- ❖ وعليه نستنتج أن أهمية الترويج في المكتبات أساساً لتوعية المستفيدين من الخدمات المتاحة في المكتبات وضمان جذب لمستفيديها، وتحفيزهم على إستخدام مواردها، وخلق تواصل فعال مع مختلف فئات المستفيدين.

4.1 التخطيط للترويج

عملية التخطيط للترويج تتضمن كيفية الإتصال المناسب، من خلال إستخدام الترويج هذا ما يجعله يفكر في اختيار الإستراتيجية الملائمة لكل موقف لذا يجب تهيئة مخطط الترويج، تمر عملية التخطيط للترويج بمجموعة مراحل تتمثل فيمايلي:

1. **تحديد الأهداف الترويجية:** أي إلى ما ينبغي الوصول إليه من وراء هذا الترويج مثلاً في المكتبات هدف جذب المستفيدين وزيادة قبولهم على المكتبة وإستخدام موارد المكتب.
2. **تحديد الجمهور المستهدف:** بإعتبار أن جوهر العملية الترويجية هو الشخص المستهدف فبدونه لا يمكن الترويج لأن الهدف الرئيسي للترويج هو جذب وترغيب المستفيد إلى السلعة أو الخدمة التي تقوم المؤسسة من الترويج لها.

¹ خمشية، نور الدين؛ غريب، نصر الدين. ترويج الخدمات المكتبية عبر شبكات التواصل الإجتماعي مذكرة ماستر "ل.م.د." في تسيير ومعالجة المعلومات. تبسة: جامعة العربي التبسي. 2020/2021. ص 32.

² لعمرس، أمال؛ مجاجي، عيسى. التسويق الإلكتروني لخدمات المكتبات الأكاديمية في مجلة بيبليوفيليا. العدد 03. 2019. ص 40.

3. تحديد معلومات الجمهور وقياس ميولهم: من المهم جدا الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات عن الجمهور، لأن ذلك مهم عند تصميم إستراتيجية ترويجية للمؤسسة ومن أهم المعلومات عن الجمهور التي تحتاجها المؤسسة إدراك مدى معرفة الجمهور بالخدمات المقدمة وطرق توزيعها، إدراك نظرة الجمهور للمؤسسة.

4. تحديد أساليب الترويج الملائمة لنقل المعلومات إلى الفئات المستهدفة: أي الأسلوب الذي تقدم به الفكرة الترويجية تكون مصممة بفعالية وإستعمال أداة جذب فيها، فليس من المهم التحدث عن الخدمة وإنما المهم التحدث عن قدرة هذه الخدمة على إشباع حاجة المستفيد، بمعنى الفكرة الناجحة هي التي تقنع المستفيد بأن تلك الخدمة هي التي ستشبع حاجته، ويجب أن يحصل عليها.

5. صميم الرسالة الترويجية وصياغتها: بعد تحديد الجمهور المستهدف يتم تصميم الرسالة بالاتجاه الذي يحقق الهدف، وتكون الرسالة تشد الانتباه وتزيد الرغبة والاهتمام.

6. تحديد النطاق المكاني الترويجي

7. جمع التغذية الرجعية وقياس الأداء: أي بعد إرسال الرسالة الترويجية يجب أن يبحث المتصل عن مدى تأثيرها على الجمهور المستهدف.¹

وبالتالي يعد التخطيط للترويج أساسي لضمان نجاح أي نشاط ترويجي داخل أي مؤسسة، حيث يسمح بتحديد الأهداف بدقة، واختيار الوسائل المناسبة وتحديد الفئة المستهدفة، ومن خلال التخطيط الجيد يمكن تحقيق أعلى قدر من التأثير والفعالية في إيصال أهدافها.

5.1 أساليب ووسائل الترويج

1. إستخدام محركات البحث والفهارس للترويج

- أ. محركات البحث: يتم من خلالها بحث الزبائن عن المنتجات التي يرغبون فيها.
- ب. الفهارس: عبارة عن قاعدة بيانات ضخمة توصف صفحات الويب فإن النتائج التي توفرها الفهارس تكون أكثر دقة من تلك التي توفرها محركات البحث، فبالتالي يستطيع المستفيد الوصول إلى مبتغاه بتتبع

¹ سومر، عبد الله. أثر المزيج الترويجي في تسويق خدمة النقل بالمترو والترامواي في الجزائر أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية. جامعة الجزائر 3.

تسلسل موضوعات الفهرس وهذا عن طريق عمل الفهارس التي تصنف مواقع المكتبات وكل موقع ينتمي إلى فئة معينة حسب التخصص.

2. إستخدام الدردشة والبريد الإلكتروني للترويج

3. إستخدام الهاتف المحمول والأشرطة الإعلانية ومواقع التواصل الاجتماعي للترويج

أ. المحمول: أي استخدام الهاتف المحمول كقناة شخصية القائمة على إجراء اتصالات تلقائية ومباشرة تفاعلية.

ب. الأشرطة الإعلانية مثل ملفات ذات تنسيق (GIF) والفيديوهات.

ج . إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: فهي تسمح بالتفاعل الأفراد مع بعضهم البعض والتواصل مع العالم بأسره دون قيود وهناك خاصية تجعل مواقع التواصل الاجتماعي أكثر فعالية في الترويج وهي خاصية المشاركة ومن أهم هذه المواقع : (Twitter ; Facebook ; you tube).¹

وعليه تنوع أساليب الترويج يساهم في الوصول إلى عدد كبير من المستفيدين، وهذا يشترط الذكاء في إختيار الوسيلة الأنسب لطبيعة الجمهور وميولاته.

6.1 إحتياجات المكتبات الجامعية لتفعيل الترويج لمصادر المعلومات

أولاً: متطلبات المكتبات الجامعية في ظل الترويج

- مكتبة محوسبة مغطاة بشبكة الأنترنت ذات تقنية عالية.
- الربط التكنولوجي والمعلوماتي السلكي واللاسلكي مع مواقع المكتبات الأخرى .
- إصدار نشرة دورية بما هو جديد في مجال المكتبات.
- الإهتمام بالباحثين الراغبين في الحصول على مصادر معلومات جديدة وذلك بتزويدهم بما هو جديد وإعلامهم بذلك بشتى الطرق .
- إقامة دورات في كيفية الإستفادة من المكتبة وخدماتها للمجتمع المحلي .
- تنويع الإشتراك في قواعد البيانات العالمية وإتاحة ذلك للمستفيدين والإعلان عن هذه القواعد .
- إتاحة الفهرس الآلي للباحثين للبحث عن مقتنيات المكتبة عبر الويب.

¹ عواري، حليلة؛ بوحداجة، عدة . الترويج الإلكتروني وتأثيره على سلوك المستهلك مذكرة ماستر تخصص تسويق. تيارت: جامعة ابن خلدون.

- توفير خدمة الإعارة والإحاطة الجارية والبلث الإنتقائي.¹
- ❖ وعليه نستنتج أن لابد على المكتبات توفير موارد بشرية مؤهلة ودعم تقني وإعلامي وخطط ترويجية تواكب إحتياجات المستفيدين من أجل الهدف المرجو من تطبيقها لخدمة الترويج.
- ثانياً: وسائل الترويج لمصادر المعلومات في المكتبات الجامعية**
- إعداد مطويات مختلفة للتعريف بالمكتبة وإمكاناتها وفروعها وخدماتها وطرق إستخدامها.
- دعوة المستفيدين لزيارة المكتبة والتعرف على مختلف خدماتها وأقسامها وأنشطتها.
- إصدار نشرات مختلفة للتعريف بمصادر المكتبة.
- إعداد موقع أو صفحة للمكتبة ضمن موقع المؤسسة الأم أي المركزية، للترويج للمكتبة ومصادرها وخدماتها.
- الإعلان عن قواعد البيانات التي تشترك بها المكتبة وتوفيرها والخدمات التي تقدمها المكتبة بشكل واضح على موقع المكتبة على شبكة الأنترنت.
- تفعيل الإحاطة الجارية والبلث الإنتقائي، بوسائل مختلفة كالإعلان عن المصادر الجديدة.
- نشر الوعي وإقامة علاقات مع العاملين بالأقسام والإدارات والتعريف بأهمية المكتبة وما يمكن أن تقدمه لدعم أهدافهم وتلبية إحتياجاتهم.
- تقديم العروض والمحاضرات للتواصل مع المستفيدين والإستعانة بالوسائل التوضيحية وتكنولوجيا المعلومات والإستعانة بنماذج من المستفيدين الذين تمكنت المكتبة من تلبية إحتياجاتهم المعلوماتية.
- الإستعانة بأفكار وأساليب المكتبيين الآخرين وغيرهم في المهن الأخرى للترويج في مجال المكتبات والمعلومات وخدماتها والأفادة من الجهود والأفكار العالمية للترويج.²

7.1 مزايا إستخدام الترويج الإلكتروني في المكتبات

أولاً: مزاياه بالنسبة للمكتبة :

- تمكين المكتبات الصغيرة من إستغلال التقنيات الحديثة للترويج عن خدماتها وأنشطتها.

¹ زين، عبد الهادي. تسويق الخدمات المكتبية وخدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات. في الإتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات. مجلد 01. عدد 10. ص 100.

² تازي، كريم؛ بولنوار، محمد أمين؛ زويرة، بوحركات. إستراتيجية تسويق الأوعية الإلكترونية في المكتبات الجامعية المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون نموذجاً مذكرة ماستر هندسة وتكنولوجيا المعلومات. تيارت: جامعة ابن خلدون. 2021/2020. ص 116.115.

- تحسين الصورة الذهنية وخاصة لدى المستفيد الإلكتروني الذي يتعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كوسيط بينه وبين المكتبات التي يقصدها من خلال تفاعله عن طريق الشبكة.
- إنخفاض التكاليف بحيث تعد شبكة الأنترنت وسيلة منخفضة التكلفة لعمل الحملات الترويجية ولإيصال المعلومات.
- سرعة تعديل العروض وهذا ما يساعد المكتبات بحيث تتيح الشبكة إمكانية التعديل والتغيير بشكل مرن بالمعلومات الخاصة بالحملات الترويجية.
- الإستجابة السريعة وذلك نظرا لإستخدام التكنولوجيا الحديثة تستطيع المكتبة بسهولة تتبع ردود فعل المستفيدين من خلال الموقع الإلكتروني.
- توفير الجهد وريح الوقت، فمثلا الإعلان على موقع الويب يساهم في تقليل عدد النسخ الورقية التقليدية من فهارس المكتبات وذلك بعرض الفهارس والأدلة على الموقع، إضافة إلى أن الترويج الإلكتروني يمنح خاصية عدم التقيد بالوقت.

ثانياً: مزاياه بالنسبة إلى المستفيد

- توفير المعلومات يساعد الترويج المستفيد في الوصول إلى أدق التفاصيل المعروضة في الإعلان عن المنتج دون مغادرة مكان تواجد.
- الملائمة أي توفير الراحة للمستفيد الباحث عن الخدمة، بحيث لا يحتاج إلى بذل جهود أثناء التجوال في الإزدحام في سبيل الحصول على مبتغاه، بحيث يحصل على حاجاته من خلال موقع المكتبة فقط.
- التفاعلية والتواصل أي تجعل المستفيد الإحساس بأنه مركز الإهتمام حيث تستجيب المكتبة لجميع رغباته وطلباته واستفساراته وذلك من خلال الأخذ والرد من خلال وسائل الإتصال المستخدمة في الترويج من طرف المكتبة.
- كسر الحواجز الجغرافية ساعد في كسر عراقيل الحواجز الجغرافية بأنواعها وأصبح بإمكانه الإطلاع على ما هو موجود.¹

¹ بادي، سوهام . تقنيات وأدوات الترويج الإلكتروني في المكتبات ومراكز المعلومات في مجلة الدراسات والبحوث الإنسانية. مجلد 04. العدد 01.

2. آليات الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية

الترويج أمر حيوي لضمان مستويات مقبولة من استخدام الكتب الإلكترونية، وبالتالي يتعين على أمناء المكتبات بذل كل جهد ممكن للتواصل مع أعضاء هيئة التدريس في مؤسساتهم وبذل جهد تعاوني للترويج للكتب الإلكترونية بين الطلاب ولا يمكن إنكار أن الترويج يشكل عنصراً أساسياً في تحقيق زيادة قسوة في استخدام الكتاب الإلكتروني بالمكتبات الجامعية، وبدون الترويج تشهد المكتبة استخدام ضئيل للكتب الإلكترونية من طرف مستخدميها.

2.1 تسويق وإقتناء الكتب الإلكترونية للمكتبات الأكاديمية

يتم تسويق الكتب الإلكترونية للمكتبات الأكاديمية من خلال أربعة قنوات رئيسية:

- الناشر الذين يقدمون المحتوى مباشرة إلى المكتبات ومن بين هؤلاء الناشر.

Oxford university press, Royal Society of chemistry, springer, Elsevier

- المجمعون المتخصصون الذين يقومون بتجميع وعرض الكتب الإلكترونية غالباً ما تكون أعمالاً مرجعية.
- مواقع تجميع كبيرة تقدم الكتب الإلكترونية في العديد من التخصصات من ناشرين متعددين تشمل أكبر شركات التجميع.

- بائعو المكتبات الذين يوفران مجلدات مطبوعة بالإضافة إلى الكتب الإلكترونية، والمجمعين الكبار يشكلون أهمية خاصة بسبب النطاق الواسع من العناوين التي يقدمونها وحتى في عام 2009 عرضت أكبر ستة مجمعين ما لا يقل عن 45 ألف عنوان كتاب إلكتروني من أكثر من 100 ناشر، كما أن البايعين الرئيسيين للمكتبات يشكلون أهمية خاصة، لأن قواعد بياناتهم على الانترنت تسمح لموظفي المكتبة باختيار الكتب الإلكترونية من خلال نفس الآليات التي يستخدمونها لطلب المجلات المطبوعة وهذا يعني أن البائعين في المكتبات يقدمون الكتب الإلكترونية بأسعار معقولة وإقتناء الكتب الإلكترونية في المكتبات الأكاديمية وفق لمسح أجري على 364 مكتبة أكاديمية في الـ.م.أ، فإن أفضل مجمعين والناشرين هم (Net Library) توفر مجموعة ضخمة للكتب.

- الإلكترونية في العديد من التخصصات، تشترك فيها المكتبات الجامعية لتوفير الوصول إلى الكتب الإلكترونية فهناك أكثر من 50 مكتبة لها عقود معها.¹

أما عملية اقتناء الكتب الإلكترونية تتم على النحو التالي:

من المهم أن يتضمن فهرس المكتبة على تسجيلات خاصة بالكتب الإلكترونية التي تكتنيها المكتبة بحيث الكتب الإلكترونية التي تكتنيها المكتبة قد تكون متاحة في شكلين: إما أن تكون متاحة على أقراص مليزرة، أو تكون محملة عبر الأنترنت، وما يهم هو الكتب المحملة عبر الأنترنت هناك العديد من الطرق التي يمكن بواسطتها اقتناء الكتب الإلكترونية المحملة على الأنترنت، إما عن طريق تحميلها مرة واحدة أو بواسطة الاشتراك فيها وذلك عبر أحد متاجر الكتب الإلكترونية على الخط المباشر مثل (Amazon.com) أو غيره من المتاجر، أو أحد الناشرين الإلكترونيين كما يمكن الحصول عليها من خلال مكتبات الكتب الإلكترونية مثل التي تتيحها (Library Net) وعملية اقتناء وتزويد المكتبة بالكتب الإلكترونية عبر الأنترنت غالبا ما تحدث بطريقة أو أكثر من الطرق الثلاثة:

■ **اقتناء الحاسبات القارئة المحملة بالكتب الإلكترونية:** من خلال هذه الطريقة تقوم المكتبة بشراء عدد من الحاسبات القارئة للكتب الإلكترونية والتي يتم تحميلها بالبرمجيات القارئة المرخصة مسبقا، كما يتم تحميلها بعدد من العناوين الإلكترونية التي تكتنيها المكتبة وفقا للمساحة التخزينية للأجهزة، وهي العناوين التي يتم تحميلها عبر الأنترنت من خلال احد مزودي هذه الخدمة.²

■ **إقتناء المجموعات الفردية للكتب الإلكترونية:** من خلالها تقوم كل مكتبة على حدى بالاشتراك في مجموعات الكتب الإلكترونية عبر أحد مزودي خدمات الكتب الإلكترونية أو ناشريها، حيث يقوم باختيار العناوين في إطار مجالات الاهتمامات الموضوعية للمستفيد، وتحديد عدد النسخ التي تكتنيها، والدفع المباشر للتكلفة المادية للإشتراك في تلك العناوين، وفيما بعد يتم مراجعة إحصاءات استخدام الكتب الإلكترونية، حيث في الغالب يتم إتاحة خدمات الكتب الإلكترونية للمستفيدين من خلال مواقع مزودي الكتب على الويب، وبإستخدام كلمة مرور المخصصة للمكتبة وذلك للحد من الولوج الغير الشرعي إلى تلك المجموعات المدفوعة الأجر والمرخصة فقط للمكتبة.

¹William H, Walters, E-Books in Academic Libraries and The Academy. For Acquisition and Collection Management, portal : libraries and The Academy. Vol 13, No 02. 2013. P 178_ 211

²رامي محمد، عيود داود. الكتب الإلكترونية، النشأة والتطور والخصائص والإمكانات الإستخدام والإفادة. المنهل. 2009. ص 305. 307

■ **اقتناء المجموعات المشتركة للكتب الإلكترونية:** تتم من خلال الإشتراك في مشروعات اقتناء الكتب الإلكترونية في إطار احد إتحادات المكتبات وعادة ما تتم عملية التزويد والإقتناء في هذه الحالة بطريقة مركزية وفق لمعايير وضوابط المتفق عليها من قبل المجلس الإستشاري المشرف على الاتحاد، عادة ما تتبع القرارات بشأن اقتناء أو عدم اقتناء عناوين معينة من خلال تلك الإتحادات المكتبية ووفقا لإحتياجات الفردية للمكتبات المشاركة في الوقت ذاته، وتولى تلك الإتحادات كافة الأمور المتعلقة بعملية التزويد كدفع التكلفة الإجمالية، وتدريب أخصائي المكتبة على كيفية تقديم خدمات الكتب الإلكترونية ومراجعة الإحصاءات الإجمالية لإستخدام الكتب الإلكترونية من جانب كافة المكتبات المشاركة في الإتحاد وإزاحة العناوين الغير المستخدمة.

وغالبا يتم إتاحة هذه الخدمات للمكتبات المشاركة عبر شبكات داخلية تربط تلك المكتبات ببعضها البعض، وعن طريق الإشتراك في خدمات الكتب الإلكترونية التي يقدمها أحد الناشرين الإلكترونيين، أو المزودين، وبطريقة تشبه الطريقة المتبعة مع خدمات قواعد بيانات النصوص الكاملة للدوريات التي يتم تقديمها عبر بعض الإتحادات المكتبية.

ومن ثم فإن عملية إقتناء وتزويد المكتبة بالكتب الإلكترونية تستلزم وجود بنية تحتية رقمية جيدة بالمكتبة وذلك من خلال مد الشبكات الداخلية إنترنت وإمكانية الإتصال الخارجي بالانترنت والأجهزة الحاسوبية اللازمة وغيرها من المكونات الأساسية للبنية التحتية الرقمية فضلا عن الكوادر البشرية المؤهلة على تقديم الخدمات المعلوماتية المعتمدة على الكتب الإلكترونية.¹

❖ وعليه تتطلب عملية إقتناء الكتب الإلكترونية بالمكتبات الجامعية تخطيطا دقيقا يعتمد على حاجات المستفيدين، وتوفير الميزانية والتنسيق مع المزودين مع مراعاة النماذج التقنية الأنسب لضمان الوصول الفعال والدائم لها.

2.2 أدوات ترويج الكتاب الإلكتروني بالمكتبات الجامعية

• يتطلب ترويج الكتب الإلكترونية في المكتبات الجامعية إستخدام مجموعة من الأدوات والتقنيات التي تنشر الوعي لدى المستفيدين وتسهل الوصول إلى إستخدامها لتلبية متطلباتهم.

¹ رامي محمد داود. الكتب الإلكترونية النشأة (مرجع سابق). ص 308 310

- البوابات والمنصات الرقمية للمكتبة: تعتبر من أبرز الوسائل التي تحقق جذب إنتباه المستفيدين من المكتبة نظرا للتوجه إلى إستخدامها بكثرة.
- الفهرس الإلكتروني للمكتبة: من أهم وسائل الترويج التي تمكن المستفيدين من الوصول إلى محتوياته بسهولة، لذلك فوضع الكتب الإلكترونية فيه يمكن الطلبة والأساتذة الوصول له بسهولة
- الشبكات الإجتماعية: أشار بعض العلماء أنه يمكن للشبكات الإجتماعية أن تدعم الترويج للكتب الإلكترونية بحكم قدرتها على السماح بمعلومات دقيقة وموجزة ومحدثة وموضوعية واختصارات الروابط في شكل رموز (QR).
- تحميلها على الوسائط وكذلك إستخدام تقنيات أخرى كالتويتر والمدونات للترويج للكتب الإلكترونية .
- الترويج من خلال التعاون وحث أعضاء هيئة التدريس بالنسبة للطلبة: بإعتبار الأساتذة يمثلون حلقة وصل بين الطلاب والمكتبة الجامعية حيث أنهم مسؤولون عن إعطاء مهام تتطلب من الطلاب إستخدام المواد المعلوماتية الإلكترونية، لذلك تحتاج المكتبة إلى إبقاء أعضاء هيئة التدريس على إطلاع دائم بمجموعة الكتب المتاحة وشرح مفاهيم الكتب الإلكترونية.
- دورات تدريبية على إستخدام الكتب الإلكترونية: تكون في شكل دروس تعليمية شاملة عبر الأنترنت وندوات من طرف أمناء المكتبات تقدم للمستفيدين من المكتبات الجامعية وتعتبر كذلك كجزء من التعريف بالمكتبة، يساعد ذلك بزيادة الوعي.¹
- المحادثات الشفهية المباشرة: يتضمن قيام أمناء المكتبة محادثات مباشرة مع المستفيدين بتسليط الضوء على توفر الكتب الإلكترونية المتواجدة في المكتبة، أيضا عند الإستشارات التي يقوم بها الطلاب في المكتبة يستغل أمناء المكتبات الفرصة لإخبارهم بخيارات الكتب الإلكترونية المتوفرة وكيفية الوصول إليها.
- رسائل البريد الإلكتروني: تستخدم هذه في الغالب من طرف أمناء المكتبة لتوزيع قوائم الكتب الإلكترونية المتاحة في المكتبة على أعضاء هيئة التدريس ويعتبر أكثر فعالية للترويج للكتب الإلكترونية من قبل المكتبة.

¹Louisa Brown, E-Books and The academic library: Their usage and effect ,Adissertation submitted The university of woles in partial fulfillment of The requirements for The degree Magister in scientia Economic . 2009 .p

- الموقع الإلكتروني للمكتبة: يمكن نشر وإرسال إعلانات حول توفر الكتب الإلكترونية أو المجموعات الجديدة وتعليمات إستخدامها وملخص محتواها.
- المواد الترويجية المطبوعة: مثل المنشورات والملصقات واللوائح والنشرات التي تحتوي على معلومات حول الكتب الإلكترونية يمكن توفير هذه المواد من قبل البائعين أو تصنيعها خصيصا بواسطة المكتبة، ويمكن توزيعها في زيارات تعريفية بالمكتبة وزيارات إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة.¹
- ❖ نستنتج أن أدوات الترويج الرقمية كمواقع التواصل الإجتماعي والمواقع الإلكترونية والندوات تعد من الوسائل الفعالة في وقتنا الحالي لتعريف المستفيد بالكتب الإلكترونية المتوفرة مما يساهم في زيادة إستخدامها والإستفادة منها داخل البيئة الجامعية، كذلك المنشورات داخل المكتبة والتوجيهات المباشرة، أي الترويج للكتاب الإلكتروني لابد أن يكون سمعي بصري إضافة إلى إلكتروني حتى يحقق أثر.

3.2 فوائد الترويج للكتاب الإلكتروني على المستفيد

- ضمان مستويات مقبولة من إستخدامه.
- عنصرا أساسيا لجذب الإتصال الدائم مع المكتبة ومستفيديها.
- زيادة وعي وتحسين الرؤية الذهنية للمستفيد تجاه المكتبة من خلال قيامها بحملات مبتكرة ترويجية
- تمكين وتفعيل خاصية التعلم عن بعد وذلك بناءا على تمكين حق الوصول إلى الكتب الإلكترونية عن بعد.
- القضاء على المشاكل والقيود الزمانية والمكانية وتقليل التكاليف الناتجة عن البحث عن كتب في مجالات أخرى للبحث.
- سهولة العثور على الكتب الإلكترونية.²

¹Magdalinivasileiou and jemifer Rowley Departement of information and comunication , Marketing and promotion of e-books in academic libraries . 2010 . p

²Franklin Ernest ,EzereaKulisoma , DimahBaidoo , FredaikaMauhumduse. E-Book usag in The Academic library : Benefits and challenges , peper presented at The department of information science –university of pretonia .2014.p

4.2 تحديات إتاحة الكتاب الإلكتروني في منصات مفتوحة في المكتبات الجامعية

- شروط الترخيص التقييدية والقيود المفروضة على استخدام الكتب الإلكترونية للإعارة بين المكتبات وغياب تنسيقاتها الموحدة، أي يشترط على المكتبة لإتاحة وترويج الكتب الإلكترونية أخذ ترخيص من المؤلف أو الناشر قبل توزيع الكتاب، فالترخيص يضمن أن التوزيع للكتاب يتمشى مع حقوق المؤلف والناشر، بحيث يعتبر إتفاق بين المؤلف أو الناشر والمستخدم حول شروط الاستخدام والتوزيع.¹

❖ وبالتالي الإتاحة والترويج للكتاب الإلكتروني في منصات مفتوحة المصدر على مستوى المكتبات الجامعية مقيد بتراخيص النشر والاستخدام.

- إدارة الحقوق الرقمية (DRM) (Digital Rights Management) تعتبر مجموعة الإجراءات والتقنيات تهدف إلى حماية حقوق الملكية الفكرية للمحتوى الرقمي وهي تقيد التوزيع الغير القانوني، وتقيد النسخ أي يمنع أو يحدد من عدد النسخ التي يمكن إنشاؤها إضافة إلى تقييد الطباعة أي منع المستفيد من طباعة المحتوى، والتحقق من الهوية أي يتطلب من المستخدمين تسجيل الدخول أو التحقق من هويتهم قبل الوصول إلى المحتوى وتقييد مشاركة المحتوى مع مستخدمين غير مرخص لهم، والفائدة منه حماية حقوق المؤلفين والناشرين من القرصنة والاستخدام الغير المصرح به يساعد في ضمان حصول المؤلفين على العوائد المالية المستحقة لهم من خلال مبيعات المحتوى الرقمي ومن تحدياته يكون بمثابة إزعاج للمستخدمين القانونيين، حيث تفرض قيودا على كيفية استخدامهم للمحتوى، ويقلل من إحساس المستخدم بملكية المحتوى الرقمي الذي قاموا بشرائه، تستخدم (DRM) منصات نشر مثل (Kindle, AppleBooks) تقنيات لحماية الكتب الإلكترونية من النسخ والتحميل الغير المصرح به.²

- وبالتالي عند إقتناء المكتبة للكتاب الإلكتروني غالبا ما تكون محمية بـ (DRM) أي مقيدة بإدارة الحقوق الرقمية بحيث تشكل قيود في التعامل مع الكتب الإلكترونية واستخدامها وبثها وإتاحتها للمستفيد، وعليه فعند إتاحة أو الترويج للكتاب الإلكتروني يصعب ذلك نظرا لوجود قيود إدارة الحقوق الرقمية فهي بمثابة تحدي لذلك يشترط على المكتبات عند الترويج للكتاب الإلكتروني تروج للتسجيلات الببليوغرافية له فقط وتروج إلى

¹ الأبرشي، ثناء شاكر حمودي. المكتبات الأكاديمية وحقوق الملكية الفكرية في البيئة التقليدية والرقمية. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي. 2018.

ص 136. 146

² مارسيل؛ مالك رحاب العزه؛ رستم؛ أبو رستم؛ عبيدة، الربابعة جوينات. النشر الإلكتروني. 2005. ص 135. 136

التي غير محمية بهذه التقنية، وتعمل على ضمان التراخيص القانونية للمحتوى المروج له وهذا لتجنب النسخ والتوزيع الغير المصرح به للكتب الإلكترونية فلا بد على المكتبات أن تعتمد على خطط مع الناشرين لتسهيل على الأقل إتاحتها لغرض تعليمي فقط.

5.2 نماذج عن منصات عرض الكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية

1. المنصة الإلكترونية إقرأ: تعتبر بمثابة مكتبة رقمية أنشأها ديوان المطبوعات الجامعية وهي منصة إلكترونية لفائدة الطلبة الجامعيين، تسهل الوصول إلى الكتب والمراجع العلمية في جميع التخصصات وتعتبر قاعدة بيانات للكتب من أجل تسهيل التصفح والبحث للطلبة، تحتوي على كتب ديوان المطبوعات الجامعية تقدر بـ 1600 كتاب موجه للطلبة بحيث يستخدمها مجاناً بعد قبول تسجيله من قبل المؤسسة الجامعية التي يدرس بها، أنشأت سنة 2019 تتيح للطلاب تصفح الكتاب بصيغة (PDF) دون التحميل حفاظاً على حقوق الملكية الفكرية للمؤلف سهلت هذه المنصة للطلبة الوصول إلى الكتب الإلكترونية عن بعد دون الحاجة إلى زيارة المكتبة الجامعية، لكن لمستويات محددة.¹

وهي منصة متاحة في كل المكتبات الجامعية مثال عنها: المكتبة الرقمية إقرأ للمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت يتم التسجيل فيها عبر الخط على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://biblio.unuiv-tiaret.dz>

2. النظام الوطني للتوثيق عبر الخط (SNDL):

(SNDL) إختصاراً (System National de Documentation en ligne) أي النظام الوطني للتوثيق الإلكتروني، عبارة عن قاعدة بيانات تحتوي عدد ضخم من المراجع في مختلف المجالات العلمية التي تدرس عبر الجامعات وبمختلف اللغات، كان أول إطلاق للنظام الوطني للتوثيق بالجزائر في 2011 وهو موجه للأساتذة الباحثين والباحثين الدائمين وطلبة الماجستير والدكتوراه والماستر 2 يتطلب الدخول له إنشاء حساب خاص، يحتوي على جرائد إلكترونية وأطروحات إضافة إلى الكتب الإلكترونية.² وهو متاح على مستوى

¹ متاح على الرابط: <https://www.echaab.dz> اطلع عليه يوم 2025/02/15 على الساعة 11:23

² صالح، فاطمة الزهراء؛ براهيمية، جهاد. تقييم واقع استخدام النظام الوطني للتوثيق الإلكتروني في إعداد البحوث العلمية وعلاقتها ببعض المتغيرات لدى طلبة الدكتوراه. جامعة ورقلة. الملتقى الوطني الثاني حول الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي. 2014/3/5. ص 178-180.

المكتبات الجامعية من بينها المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت ويحتوي على كتب إلكترونية لكن لمستويات محددة من المستخدمين متاح على الرابط التالي: www.sndl.cerist.dz

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل دور الترويج في دعم الوصول للكتاب الإلكتروني بالمكتبات الجامعية، موضحاً أهمية استخدام أساليب متنوعة مثل الوسائل الرقمية والتقليدية لزيادة وعي المستفيدين، كذلك برز فوائد الترويج وتحديات إتاحة الكتاب الإلكتروني في منصات مفتوحة المصدر، فمن خلال هذا الفصل نفهم ان الترويج مهم في اقناع ووعي المستفيد بالخدمات التي تقدمها المكتبات الجامعية ، لذا حين تروج المكتبة للكتب الإلكترونية المتوفرة على مستواها تضمن وصول وإستفادة المستفيدين له دون عناء وتضمن كسب ثقة مستفيديها من خلال شعورهم بأن المكتبة تقدم خدمات تلبي وتتماشى مع تفكيراتهم ومتطلباتهم المتغيرة حسب تغير الواقع الذي نعيشه .

الجانب التطبيقي:

الإطار الميداني: دراسة أثر الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت

تمهيد

1. الإطار العام لمكان الدراسة

1.1 التعريف بجامعة ابن خلدون تيارت

2.1 التعريف بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت

3.1 لمحة عن الكتب الإلكترونية بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت

2. التحليل الإحصائي والميداني لنتائج الدراسة

1.2 تحليل نتائج الملاحظة الميدانية

2.2 عرض وتحليل بيانات الاستبيان

3.2 النتائج العامة المتحصل عليها

4.2 النتائج على ضوء الفرضيات

5.2 التوصيات

خلاصة الفصل

تمهيد :

يتناول هذا الجانب أثر الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية من وجهة نظر طلبة علم المكتبات حيث إعتدنا على المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت كنموذج، لفهم مدى تأثير الترويج للكتاب الإلكتروني في تغيير أنماط إستخدام وتفاعل المستفيدين له، وذلك من خلال تحليل آراء المستفيدين من المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون بهدف جمع بيانات حقيقية وواقعية تعكس تجاربهم ومدى إستفادتهم من الكتب الإلكترونية التي تقدمها المكتبة، إضافة إلى تقديم توصيات عملية يمكن أن تساهم في تحسين سياسات وآليات الترويج للكتب الإلكترونية بالمكتبة المركزية.

1. الإطار العام لمكان الدراسة:

1.1 جامعة ابن خلدون تيارت: مؤسسة أكاديمية، أنشأت عام 1980 لتبقى بذلك منارة من منارات الإشعاع العلمي والمعرفي والفكري، وفي عام 1984 حل المركز الجامعي وتم إنشاء معهدين وطنيين الأول في الهندسة والثاني في الزراعة والبيطرة، عام 1992 أصبحت المؤسسة مركزا جامعيا من جديد عام 2001 إرتقت إلى مصنف جامعة وسميت على صاحب مقدمة علم الإجتماع العلامة عبد الرحمان ابن خلدون. تتكون من 8 كليات هي كالتالي :

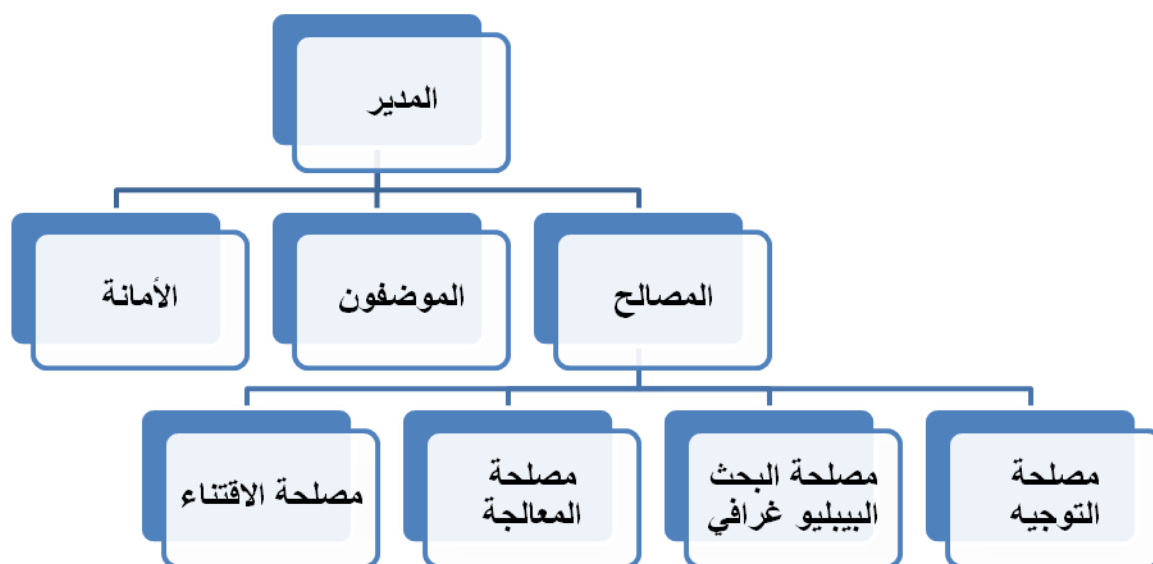
- كلية العلوم التطبيقية، كلية الطب، كلية الرياضيات والإعلام الآلي، كلية علوم المادة، كلية العلوم الطبيعية والحياة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية الأدب واللغات، كلية العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإجتماعية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، معهد علوم البيطرة، معهد التكنولوجيا.

2.1 المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت

1. لمحة شاملة عن المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت: تعتبر المكتبة الرئيسية لجامعة ابن خلدون، تشرف على جميع المكتبات الموجودة في الجامعة كونها تزودها بالوثائق والكتب ووسائط المعلومات المختلفة، فعملية الإقتناء تتم على مستوى هذه المكتبة بشكل مركزي كما تتكفل بجانب التأطير وتوظيف المكتبيين وتوزيعهم على المكتبات التابعة لجامعة ابن خلدون وتساهم في وضع النظم وتحديد العلاقات بين المكتبة والإدارة والكليات والأقسام، إضافة إلى تنظيم النشاطات العلمية المختلفة من ندوات ومحاضرات ومعارض وملتقيات، وتحتوي على ثلاث طوابق تضم مايلي:

- مصلحة الإقتناء.
- مصلحة المعالجة.
- الأمانة.
- قاعة المحاضرات : مجهزة بجميع الوسائل السمعية البصرية تستوعب حوالي 220 مقعد.
- مكتب المدير.
- مصلحة التوجيه.
- مصلحة البحث البيبليوغرافي.
- قاعة الأنترنت: تضم مجموعة من أجهزة الكمبيوتر مزودة بخدمة الأنترنت خاصة بالمستفيدين من المكتبة.
- قاعات المطالعة.

2. الهيكل التنظيمي للمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت:¹



الشكل رقم (1): يمثل الهيكل التنظيمي للمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت

¹ موزج من طرف الطالبة وفق لمعلومات مقدمة من طرف موظف في قاعة الأنترنت للمكتبة المركزية.

3. النظام الخاص بالمكتبة المركزية:

- لكل طالب مسجل على مستوى الجامعة له الحق في الحصول على بطاقة المكتبة وذلك بعد إيداع ملف على مستوى مصلحة التوجيه.
- إجبارية الطالب إعادة الكتب في الوقت المناسب المحدد من طرف مصلحة الإعارة.
- عند دخول قاعات البحث البيبليوغرافي إلزاما وضع بطاقة المكتبة على مكتب الموظف ووضع الحقائق على الرف الخاص بها.
- إجبارية التحلي بالهدوء وعدم إستعمال الهاتف النقال في نطاق خارج الدراسة أو البحث.
- عند طلب الكتاب لابد من إحضار رقم تصنيفه.
- ممنوع التدخين والتصرفات الغير المحترمة داخل حرم المكتبة.
- لا يمكن إعارة الكتاب بدون توفر بطاقة الإنتساب إلى المكتبة والإعارة مسموحة طيلة الأسبوع.
- أوقات عمل المكتبة بداية من الساعة الثامنة صباحا إلى غاية الرابعة مساء طول أيام الأسبوع.

3. خدمات المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت :

تتوفر المكتبة المركزية على مجموعة من الخدمات المتمثلة فيمايلي:

- **خدمة الفهرس الآلي:** يحتوي على الرصيد الوثائقي للمكتبة بحيث يساعد الباحث في البحث بسهولة من خلال إدخال كلمات مفتاحية.
- **خدمة التوجيه والإعارة الخارجية:** تتضمن خدمات التسجيل وإعداد بطاقة القارئ وتجديدها، إعارة الكتب، الإستقبال، التوجيه.
- **خدمة المساعدة البيبليوغرافية:** مساعدة الطالب في البحث عن مصادر المعلومات .
- **خدمة الإعارة الداخلية:** تمكن المستفيد من الإطلاع على الكتب والإستفادة منها داخل قاعة البحث البيبليوغرافي.
- **خدمات الأنترنت:** السلكي عبر الويفي.¹

¹ من الطالبة وفق لمعلومات مقدمة لي خلال تربصي الميداني على مستوى المكتبة المركزية

4. موارد ومحتويات المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت

1. الموارد البشرية: تضم المكتبة المركزية مجموعة من الموظفين في مختلف الرتب ذوي كفاءات لضمان السير الحسن لخدمات المكتبة ومصالحها ومرافقة وتوجيه مستفيديها ومساعدتهم وتلبية إحتياجاتهم، ومن خلال الجدول الآتي نوضح عدد ومستويات الموظفين التابعين للمكتبة المركزية:

عون أمن	تقني سامي في الإعلام الآلي	عون تقني المكتبات	مساعد المكتبات الجامعية	ملحق المكتبات الجامعية مستوى أول	ملحق المكتبات مستوى ثاني	محافظ	محافظ رئيسي
05	01	01	10	04	01	لا يوجد	01

الجدول رقم (2): يوضح الموارد البشرية للمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت.

2. الوسائل التقنية:

العدد الإجمالي للحواسيب	الموزع الخادم	الحواسيب الخاصة بالعمل الإداري	الحواسيب الخاصة بتسيير الرصيد والفهرس	عدد حواسيب قاعة الأنترنت	عدد حواسيب المكتبة الإلكترونية
84	02	08	05	67	02

الجدول رقم (3): يوضح الوسائل التقنية للمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت.

- **معدات الكشف:** يوجد جهازين للكشف عن الوثائق، مع شرائح إلكترونية تضع على الوثائق من أجل تسهيل عمل المكتبي، إضافة إلى طابعات حرارية تشفر المعلومات على ظهر الوثائق (code barre)
- **منظومة التوثيق عبر الخط (sndl):** بوابة وطنية للمعلومات الإدارية وهي مشروع عربي رائد يهدف إلى ضبط ونشر وإتاحة الإنتاج الفكري العربي، تحتوي على أربع قواعد بيانات: الأطروحات، رسائل الدكتوراه، المؤتمرات، الورشات ووسائل العمل، هي متاحة للطلبة ماستر 2 والدكتوراه والأساتذة والمجيستر، تمكن الباحث الحصول على النصوص الكاملة.

الموقع الإلكتروني للمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون الذي تم إنشائه سنة 2022

<https://bibio.univ-tiaret.dz>

▪ المستودع الرقمي للمكتبة المركزية: يضم أطروحات ومذكرات التخرج

<https://despaice.univ-tiaret.dz>

5. مصالح المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت:

تتشكل المكتبة المركزية من أربعة مصالح تم تحديدها في المادة 21 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 08 رجب 1425 هـ الموافق ل 24 أوت 2004، المحدد للتنظيم الإداري لمديرية الجامعة والكلية والمعهد وملحقة الجامعة ومصالحها المشتركة، والمهام الرئيسية لها وهي في الأساس إقتراح برامج إقتناء المراجع والتوثيق الجامعي بالإتصال مع مكاتب الكليات والمعاهد على تسيير الهياكل تحت سلطتهم و صيانة الرصيد الوثائقي للمكتبة المركزية بإستعمال أحدث الطرق للمعالجة والترتيب ومساعدة مسؤولي مكاتب الكليات والمعاهد على تسيير الهياكل الموضوعية تحت سلطتهم.

▪ **مصلحة الإقتناء:** هي أول مصلحة تعتبر من أهم المصالح التي تقوم عليها المكتبة تقوم بالتزويد والإثراء المكتبي وذلك بإعداد دفتر الشروط بعد تحليل ومعايرة إحتياجات الطلبة والأساتذة والباحثين حيث تضع المكتبة في هذا الدفتر ميزانية محددة لها والمخصصة للإقتناء وتقسم هذه الميزانية على جميع الكليات ويتم الاتفاق على يوم محدد لإستلام من ثم تقوم المكتبة المتخصصة في عملية الإقتناء بمراقبة دقيقة لتسليم طلب إذ كان هناك نقصان في عدد الكتب والتأكد من عناونها ومؤلفيها وفي حالة وجود خلل أو عدم مطابقة لدفتر الشروط يتم إرجاعه ومع إنتهاء هذه العملية يتم إدخال الكتب في سجل الجرد حيث يتم إدخال رقم تسلسلي لإدخال الكتب وهو رقم الجرد مع وضع ختم في الصفحة الأولى، وعند الإنتهاء من الجرد يتم توجيه الكتب ذات النسخ للمخزن من أجل إعارتها وذات النسخة الواحدة لقاعة المطالعة، حيث توزع مهام هذه المصلحة في دراسة سجل الإقتراحات الذي يوضع تحت تصرف الطلبة والأساتذة، دراسة فهارس دور النشر وهي قوائم تقدم من طرف الناشرين للتعريف بأهم الإصدارات الجديدة والعناوين المتوفرة من الكتب في شتى التخصصات، وتتم في هذه المصلحة كل العمليات المحاسبية المتعلقة بالميزانية الخاصة بالتوثيق العلمي والتقني وضبط قائمة الإحتياجات النهائية ضمن ما يسمى بدفتر الشروط المنصوص عليها في العقد أهمها إحترام أجال تسليم الطلبية كاملة، إستقبال الطلبيات وتفحصها من طرف المشرفين على المصلحة لنتم

عملية¹ التأكيد من الإستلام ثم تسجيل الكتب على سجل الجرد، ختم الكتب بختم المكتبة من أجل إثبات ملكية المكتبة للكتاب وإعطاء رقم خاص بالكتاب وتزويد المصالح الأخرى بالكتب الخاصة بها.

■ **مصلحة المعالجة:** تتم بمعالجة الوثائق المستلمة من مصلحة الإقتناءات من ناحيتين المادية والفكرية قبل وصولها للمستفيدين بإستخراج الأدوات التي تساعد في البحث البيبليوغرافي تستعمل تقنيات ضمن ما يسمى باللغة الوثائقية، حيث تقوم المصلحة بتصنيف الوثائق على نوعين:

- **تصنيف داخلي:** خاص بالمكتبة المركزية وذلك حسب التخصصات

- **تصنيف ديوي العشري:** يستعملون الطبعة 22 لديوي ويتم التصنيف به من خلال عنوان الكتاب أو المقدمة أو الفهرس.

إضافة إلى المعالجة الإلكترونية أي إعداد بطاقة فهرسية إلكترونية للكتب وفق نظام سنجاب حيث إستعمله في مصلحة المعالجة بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت منذ 2010.

أما بالنسبة للمذكرات حيث تقوم المصلحة بمعالجة الأطروحات بالمستودع الرقمي: حيث يتم إيداع الأطروحات والمذكرات بعد ترتيبها وفق للتصنيف الداخلي الخاص بالمكتبة (كل تخصص على حدى) بالمستودع الرقمي لجامعة ابن خلدون من خلال إدخال المعلومات الخاصة بالأطروحة وتحميل المذكرة في شكلها الرقمي إضافة إلى إيداع معالجة المقالات والدروس والمحاضرات الخاصة بجامعة ابن خلدون تيارت، تتكون أعضاء معالجة وهي المشرفة على المستودع الرقمي 7 أعضاء من كل مصلحة كما تتضمن مصلحة المعالجة 4 موظفين: رئيسة المصلحة برتبة ملحق المكتبات الجامعية مستوى أول وموظفة برتبة ملحق المكتبات الجامعية مستوى أول وموظفين مساعدين مكتبيين.

■ **مصلحة التوجيه:** تتميز بالإتصال المباشر بالقراء وتستجيب بإستمرار لطلباتهم وعلى مستوى هذه المصلحة تتم عملية الإستقبال وتوفير الكتب وتسجيل طلبات الإنتساب ومنح البطاقة وإصدار شهادة إبراء الذمة، وكل العمليات التي لها علاقة مباشرة بالقراء من ضمن المهام المنسوبة لهذه المصلحة.

■ **الإعارة الخارجية:** تتمثل في توفير الكتب وفق مدة محددة ضمن النظام الداخلي، إضافة إلى تمديد مدة الإعارة والحجز، وتسجيل الإقتراحات، ودراسة الإحصائيات لمعرفة حركة الرصيد الوثائقي ومدى إستغلاله لدى المستفيدين بإستخدام أجهزة الإعلام الآلي ونظام سنجاب.

¹ من الطالبة وفق لمعلومات مقدمة من طرف موظفو المكتبة المركزية اضافة الى معلومات على الموقع الالكتروني للمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون

■ **مصلحة البحث البيبليوغرافي:** تساهم في تسيير خدمات المكتبة نظرا لإيصالها المباشر مع الطلبة والأساتذة وهي ذات طابع مفتوح، ولها دور فعال في الإطلاع على آخر عناوين الكتب المتوفرة تقوم بمساعدة الطلبة في إعداد بحوثهم، ضمان الدخول الحر من خلال تجهيز قاعات خاصة، إعداد دراسات إحصائية للرصيد الوثائقي للمكتبة ونسب إستغلاله، يشترط الدخول إليها توفر بطاقة المكتبة أو الطالب، تعمل المصلحة بنظام سنجاب، تحتوي على ثلاث أقسام : قسم العلوم والتكنولوجيا، قسم اللغويات والإجتماعيات، مركز الدوريات والأطروحات يوجد فيها موظف قسم علوم التكنولوجيا ملحق مكاتب مستوى أول، موظف قسم اللغويات ملحق مكاتب مستوى أول، موظفة في قسم الدوريات.

إحصائيات مصلحة البحث البيبليوغرافي 2025/2024:

- الكتب باللغتين بالفرنسية برصيد بلغ 6639 عنوان والعربية حوالي 543 عنوان.
- مقالات.

- المجالات.

- دروس في كل التخصصات.

- الموسوعات والمعاجم حوالي 265 نسخة.

- تقنيات المهندس معروضة على الرفوف.

■ **قسم المكتبة الإلكترونية:** الذي يحتوي على ما يقارب 1976 (CD) به حوالي 166389 وثيقة في جميع التخصصات إضافة إلى 46 قرص مرن.

■ **قسم المذكرات:** في نهاية كل موسم جامعي يستقبل هذا القسم مذكرات نهاية الدراسة بحيث تخضع هذه الأخيرة للمعالجة التقنية تتمثل في:

- الجرد: أي تسجيل كل رسائل الماجيستر أو دكتوراه في سجلين جرد حسب اللغة.

- فهرستها ببساطة فهرسية بإستخدام برنامج سينجاب.

- تصنيفها برقم لترتب على الرفوف وختمها بختم المكتبة لإثبات ملكية المكتبة لها.

■ **قاعة الدوريات:** تضم مجلات علمية ومحاضرات ومؤتمرات وتقارير التربص يستفيد منها كل مستفيدي المكتبة.

- النظام المستخدم في المكتبة هو: نظام سينجاب (SYNGEB)

6. مهام وأهداف المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت:

- توفير مصادر المعرفة وتقديم الخدمات المعلوماتية والمكتبية لتيسير سبل البحث والإسترجاع.
- تبادل مطبوعات مع الجامعات بالداخل والخارج.
- توفير فهرس للبحث على الخط.
- توفير موقع إلكتروني وصفحة للمكتبة على الفايسبوك لعلم المستفيدين بما تقوم به المكتبة.
- تهيئة قاعات مطالعة ومناخ مناسب للخدمة المستفيد إضافة إلى توجيهه والرد على إستفساراتهم.
- إعداد برامج تعريفية للمستفيدين بالخدمات التي تقدمها وكيفية إستخدام مصادر المعلومات.
- تلبية حاجات المستفيد عن بعد كإنشاء بطاقة المكتبة عن بعد وذلك من خلال شرح له كيفية التسجيل عن بعد للإستفادة من البطاقة.
- إستقبال الطلبة لإجراء التريضات الميدانية.¹

3.1 الكتب الإلكترونية بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت :

يتوفر الكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت على مستوى قسم المكتبة الإلكترونية على أقراص مضغوطة، كذلك من خلال النظام الوطني للتوثيق عبر الخط (SNDL)، إلى أن الكتب المتوفرة على مستوى النظام الوطني للتوثيق عبر الخط متاحة لمستويات محددة من المستفيدين، والتي تتوفر على أقراص لا يقبل عليها المستفيدين بكثرة ربما لجهل أهميتها أو لعدم معرفتهم بتوفرها أو خوفا من عدم معرفة إستخدامها وأغلبية الكتب المتوفرة في أقراص هي نسخ موازية للكتب الورقية المتواجدة بالمكتبة.

قبل 2011 كانت عملية إقتناء وشراء الكتب الإلكترونية مثل الكتاب الورقي لكن بطريقة إلكترونية من خلال مجموعات وقواعد بيانات إلكترونية، يتم أولا تحديد إحتياجات المكتبة من الموارد الرقمية التي تود المكتبة بتوفيرها ثم التفاوض مع الموردين ومزودي خدمات الكتب الإلكترونية مثل (Elsevier) و (Netlibrary) التي تعتبر منصات تقدم الكتب الإلكترونية والموارد الرقمية لمؤسسات التعليم العالي، التفاوض معهم على الأسعار والخيارات المتاحة وطريقة الدخول لها وإشتراكات الوصول وهي قوانين تتعلق بشروط الإستخدام مثل النسخ والمدة الزمنية الصالحة لإستخدام هذا الكتاب مقابل دفع مبلغ محدد بفترة

¹ الموقع الإلكتروني الرسمي للمكتبة المركزية <https://biblio.univ-tiaret.dz> + شرح من طرف موظفين المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت أثناء تريضتي الميداني.

محددة، وإن رغبت المكتبة في زيادة زمن الإشتراك تدفع مبالغ إضافية، بعدها يتم صياغة عقد قانوني لشروط الترخيص بالإستخدام وحقوق الوصول كإعطاء حساب للمكتبة للدخول إلى الكتاب الإلكتروني، وبعدها يتم تسليم الكتب الإلكترونية من خلال الأنترنت أو من خلال منصات مخصصة، بعد إستخدام الكتب لمدة زمنية معينة تقوم المكتبة بتقييم ما إذ كانت قد حققت الأهداف المحددة من خلال الشراء، إستخدامها عدد كبير من المستفيدين أو العكس، لكن بعد ظهور النظام الوطني للتوثيق عبر الخط بحيث هو نظام مخصص لإدارة الوصول إلى الوثائق والمصادر الإلكترونية في المكتبات الجامعية، فبعد ظهوره لم يكن الشراء من خلال المنصات الإلكترونية بل أصبح بطريقة مركزية من خلال المركز الوطني للبحث العلمي والتقني (cerist) حيث يشترك في ضمان إقتناء مركزي للمصادر الرقمية في المكتبات الجامعية يعتبر هو المسؤول عن تطوير وتنسيق النظام الوطني للتوثيق عبر الخط وبالتالي قامت المكتبة المركزية عبر النظام الوطني للتوثيق عبر الخط بالإشتراك في قواعد بيانات ومصادر رقمية وتكون آليات الوصول إليها من طرف المستفيدين بطريقة أمنية وذلك الدخول بإستخدام حساب خاص بالمكتبة يتم تسجيل إنتماءه وإعطائه حساب للدخول ويتم التصفح للكتاب الرقمي بعضها بالعرض وقراءتها فقط وبعضها تتيح إمكانية التنزيل.

أما عملية شراء الكتب الإلكترونية بالأقراص المضغوطة CD توقفت نتيجة لملاحظة ضعف إستخدامه مقارنة بتكاليفه. ويفكرون في إيجاد حل آخر لإقتناء الكتب الإلكترونية وإتاحتها كتخصيص منصات خاصة بهم تمكن لكل المستويات الدراسية حق الدخول لها.

أما بالنسبة إلى قضية نشر وإتاحة الكتاب الإلكتروني في منصات مفتوحة المصدر تابعة المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت لم يتمكنوا من نشرها في أغلبية المنصات المتاحة عبر المكتبة وذلك يحده قوانين حقوق الملكية الفكرية في البيئة الرقمية التي تنص على تراخيص وقوانين تسيير الكتاب الإلكتروني والإستخدام الغير المصرح به، مثل عدم نسخ الكتاب الإلكتروني أو توزيعه بدون إذن من المؤلف كذلك إدارة الحقوق الرقمية التي تعتبر تقنيات تمنع التوزيع والنشر الغير القانوني للكتاب الإلكتروني وبالتالي تمنع نشرها في منصات تتيح الوصول الحر مثل المستودعات الرقمية لا يمكن للمكتبة وضع الكتب الإلكترونية داخله، وبالتالي لا يمكن نشر الكتب الإلكترونية في منصة تتيح الوصول الحر إلا إذا كان هناك إتفاق يتنازل فيه المؤلف لتشجيع مبادرة الوصول الحر لسبيل البحث العلمي .

أما بالنسبة للترويج للكتاب الإلكتروني لا يوجد ترويج له، لأن المكتبة مقيدة بحقوق النشر التي تمنعها من إتاحة هذا النوع من المصادر للمستخدمين بصفة عامة، لذلك حتى وإن تم الترويج لها فإن الاستفادة الفعلية تبقى محدودة، لكن هناك تفكير من طرف موظفو المكتبة المركزية لفتح نقاش حول ضرورة مراجعة الأطر القانونية والتعاقدية التي تحكم النفاذ إلى المحتوى الرقمي، والسعي إلى إيجاد طرق للترويج له خاصة مع التطورات التكنولوجية كعقد اتفاقيات مع المؤلفين والناشرين من أجل السماح لإتاحة الكتاب الإلكتروني في منصات مفتوحة من أجل الغرض العلمي، وتفعيل خاصية الذكاء الاصطناعي لإعلام المستخدمين ونظام الاستشارات عبر الهواتف والمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والتعاون مع الأساتذة لتضمين الكتب الإلكترونية في المناهج الدراسية وبالتالي ضمان إستخدامها من الطلاب لجذب المستخدمين وخلق جو تفاعلي بين المستخدم والمكتبة المركزية.¹

¹ تصريحات من طرف أمين المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت

2. التحليل الإحصائي والميداني لنتائج الدراسة

في هذا الجزء سيتم عرض نتائج الملاحظة التي قمت بها شخصياً بالمكتبة المركزية والإستبيان (أنظر الملحق رقم 03) الذي تم توزيعه على عينة الدراسة وذلك من خلال جداول توضح التكرارات والنسب المئوية لإجابات المبحوثين على مختلف أسئلة المحاور ووضع تحليل مناسب لكل سؤال حسب النسب المتحصل عليها.

1.2 تحليل نتائج الملاحظة الميدانية: من خلال الملاحظة الميدانية التي قمت بها داخل المكتبة

المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت تبين لي أن الترويج للكتاب الإلكتروني يكاد يكون منعدماً على مستوى الفضاءات الداخلية للمكتبة فلم ألاحظ أي ملصقات وإعلانات أو حتى شاشات رقمية تعرف بالكتاب الإلكتروني أو طريقة الوصول له وهو متاح بنسبة ضعيفة في المكتبة الرقمية إقرأ يمكن التصفح فيها للكتاب فقط دون تحميله كذلك يشترط الدخول لها بتسجيل حساب الدخول، كذلك منصة التوثيق عبر الخط (sndl) تتيح كتب إلكترونية لكن لمستويات محددة طلبة ماستر 2 وطلبة الدكتوراه والأساتذة فقط ويدخل لها بحساب، وعليه رغم توفرها لكن الترويج لها منعدم مقابل الكتب الورقية التي لاحظت يوجد لها ترويج من خلال صفحة الفايسبوك الخاصة بالمكتبة المركزية والموقع الإلكتروني الخاص بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت، إضافة إلى وجود ترويج للمنصات الرقمية المتاحة في المكتبة لكن الكتاب الإلكتروني في حد ذاته لا يوجد له ترويج على مستوى المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت.

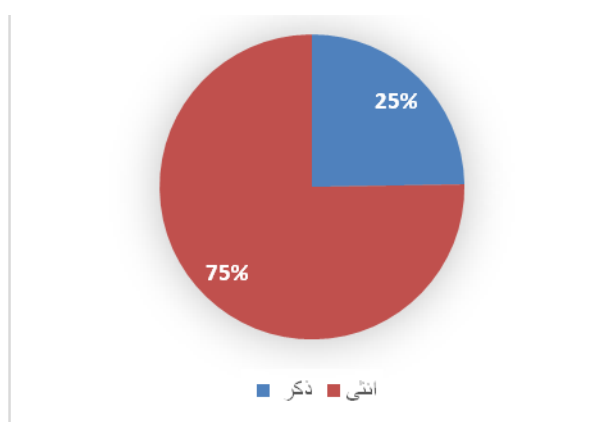
2.2 عرض وتحليل بيانات ونتائج الإستبيان

أولاً: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية للمبحوثين:

التوزيع الجنسي للمبحوثين

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	22	24.72%
أنثى	67	75.28%
المجموع	89	100%

الجدول رقم(4): يوضح التوزيع الجنسي للمبحوثين



الشكل رقم(2)

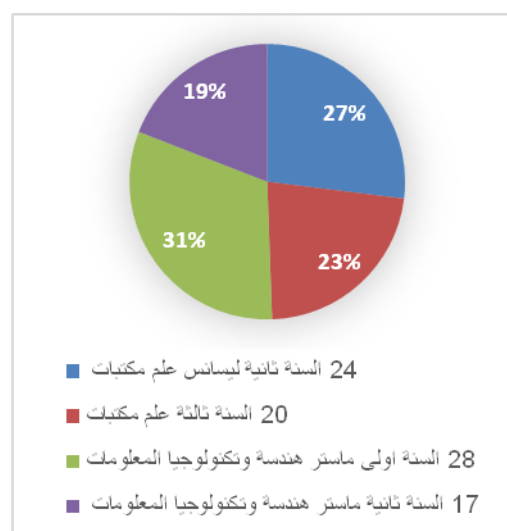
تحليل: تشير نتائج التوزيع الجنسي إلى أن أغلب المبحوثين في العينة هم إناث بنسبة 75.28% مما يعكس ربما التوجه الأكثر تمثيلاً للإناث في هذا التخصص بينما يمثل الذكور 24.72%، وهي نسبة أقل مقارنة بالإناث هذه النتيجة قد تعكس الفروق في نسب التسجيل أو الإهتمام بالتخصص وهذه النتيجة توفر تمثيلاً جيداً لتنوع المشاركين في الدراسة مما يسمح بالحصول على آراء من كلا الجنسين في تحليل الموضوعات المتعلقة بالدراسة.

توزيع الطلبة حسب المستويات الدراسية

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
السنة الثانية ليسانس علم مكتبات	24	26.97 %
السنة الثالثة علم مكتبات	28	31.47 %
السنة أولى ماستر هندسة وتكنولوجيا المعلومات	20	22.47 %
السنة ثانية ماستر هندسة وتكنولوجيا المعلومات	17	19.10 %
المجموع	89	100 %

تحليل: طلبة السنة الثالثة ليسانس يمثلون النسبة الأكبر من العينة 31.46% مما يشير إلى أن طلاب هذه السنة يشكلون الفئة الأكثر تمثيلا في هذا الإستبيان، تليها السنة الثانية ليسانس بنسبة 26.97%، ما يجعل طلبة ليسانس يمثلون معا حوالي 58,43% من مجموع المشاركين، ومن جهة أخرى طلاب الماستر السنة أولى والثانية يشكلون معا حوالي 41,57% وهي نسبة معتبرة لكن أقل مقارنة بمرحلة ليسانس و أقل تمثيل كان من طلبة السنة الثانية ماستر بنسبة 19.10%.

الجدول رقم (5): يوضح توزيع الطلبة حسب المستويات الدراسية



الشكل رقم (3):

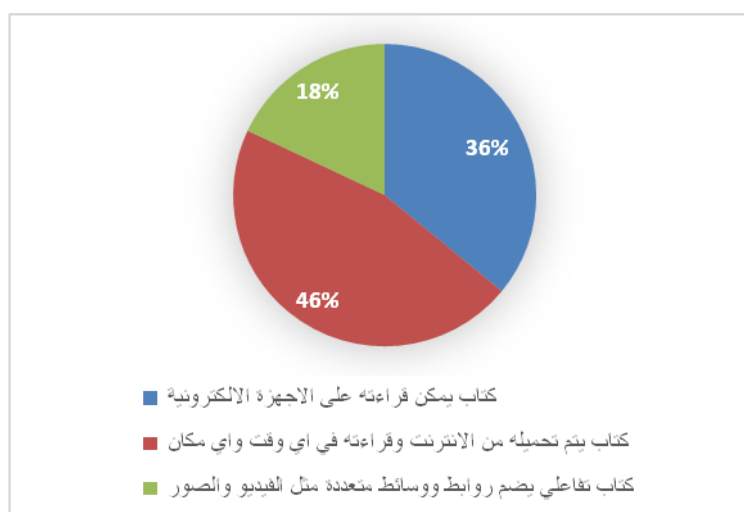
ثانيا: عرض وتحليل نتائج المحور الأول: وعي واستخدام الطلبة للكتاب الإلكتروني

1. رأي الطلبة حول مفهوم الكتاب الإلكتروني

تحليل: تشير النتائج الموضحة في الجدول أن أكبر نسبة من الطلبة 46.07% يرى أن الكتاب الإلكتروني هو كتاب يتم تحميله من الإنترنت وقراءته في أي وقت وأي مكان ما يدل على أن الجانب العملي والمرونة في الوصول إلى المحتوى يمثلان المفهوم الأبرز لديهم، في المقابل يرى 35.96% من الطلبة أن الكتاب الإلكتروني يتمثل في كونه كتاب يمكن قراءته على الأجهزة الإلكترونية مما يشير إلى فهم تقني عام لمفهوم الكتاب، أما الفئة الأقل 17.97% فاعتبروا أن الكتاب الإلكتروني هو كتاب تفاعلي يضم روابط ووسائط متعددة مما قد يظهر أن خاصية التفاعلية ليست بعد مكونا رئيسيا في تصور أغلب الطلبة حول تعريف الكتاب الإلكتروني .

تعريف الكتاب الإلكتروني	التكرار	النسبة المئوية
كتاب يمكن قراءته على الأجهزة الإلكترونية	32	35.96 %
كتاب يتم تحميله من الانترنت وقراءته في أي وقت وأي مكان.	41	46.07 %
كتاب تفاعلي يضم روابط ووسائط متعددة مثل الفيديو والصور .	16	17.98 %
المجموع	89	100 %

الجدول رقم (6): يمثل آراء الطلبة حول تعريف الكتاب الإلكتروني



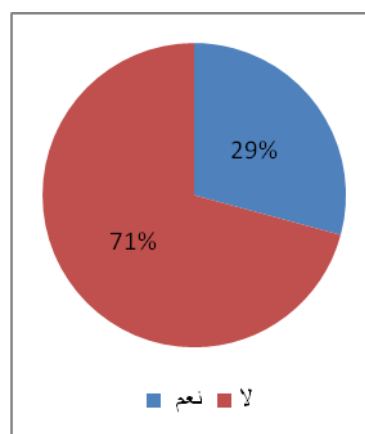
الشكل رقم (4):

2. تجربة الطلبة السابقة مع إستخدام الكتاب الإلكتروني

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	29.21 %
لا	63	70.79 %
المجموع	89	100 %

الجدول رقم (07) يوضح

استخدام الطلبة للكتاب الإلكتروني



الشكل رقم (5)

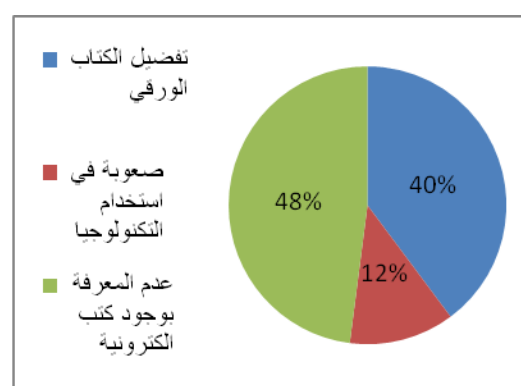
التحليل: تبين النتائج أن أغلبية الطلبة بنسبة 70,79% لم يسبق لهم إستخدام الكتاب الإلكتروني في حين أن 29,21% فقط إستخدموه من قبل، هذا يعني أن هناك ضعف في التجربة العملية للطلبة مع الكتب الإلكترونية رغم معرفتهم المسبقة بها، وهو ما قد يشير إلى قلة الفرص أو غياب التوجيه لإستخدامها في الدراسة.

. أسباب عدم استخدام الكتاب الإلكتروني

السبب	التكرار	النسبة المئوية
تفضيل الكتاب الورقي	39	39.80%
صعوبة في استخدام التكنولوجيا	12	12.24%
عدم المعرفة بوجود كتب الكترونية	47	47.96%

الجدول رقم (8): يوضح أسباب عدم استخدام

الكتاب الإلكتروني.



الشكل رقم (6)

تحليل: أكثر سبب يمنع الطلبة من استخدام الكتاب الإلكتروني هو عدم معرفتهم بوجود كتب إلكترونية، حيث إختار هذا السبب 47.95% من غير المستخدمين، ويظهر هذا أن هناك نقصا واضحا في التوعية حول توفر هذه الموارد كما أن 39.79% من الطلبة يفضلون الكتاب الورقي على الإلكتروني مما يعكس تمسكا بالعادات التقليدية في القراءة أما الصعوبة في استخدام التكنولوجيا فقد كانت أقل الأسباب بنسبة 12.26% فقط ما يعني أن التكنولوجيا ليست العائق الأكبر بل الوعي والميول.

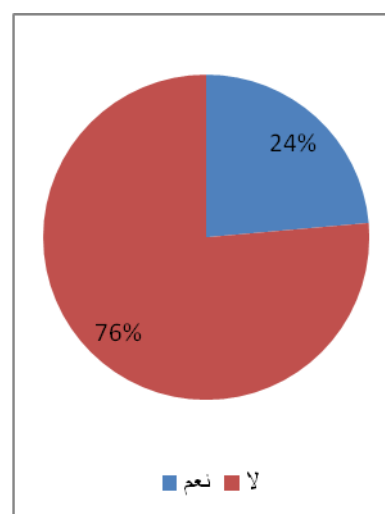
ملاحظة: مجموع التكرارات أكبر من 63 من إجمالي الذين أجابوا بـ (لا) لأن بعض الطلبة إختاروا أكثر من سبب، والمجموع يفوق مجموع العينة لأن السؤال يمكن لطالب واحد إختيار أكثر من إجابة

3. تفضيلات الطلبة لإستخدام الكتاب الإلكتروني على الكتاب الورقي

تحليل: تظهر النتائج أن أغلب الطلبة 76.40% يفضلون الكتاب الورقي على الكتاب الإلكتروني بينما فقط 23.60% يفضلون الكتاب الإلكتروني، هذا يؤكد أن الطلبة لا يزالون يميلون إلى الشكل التقليدي للقراءة، فرغم التكنولوجيا مازال الورق يحتفظ بجاذبيته لدى معظم الطلبة .

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	21	23.60%
لا	68	76.40%
المجموع	89	100%

الجدول رقم(9): يوضح توزيع تفضيلات الطلبة بين الكتاب الإلكتروني والكتاب الورقي



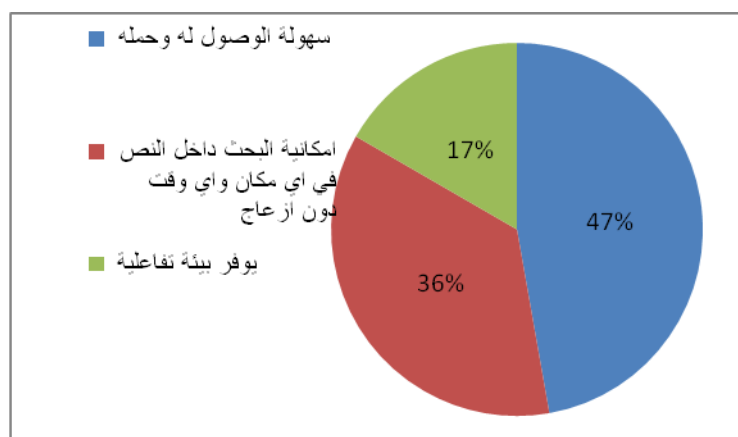
الشكل رقم (7)

. أسباب تفضيل الكتاب الإلكتروني على الورقي (الطلبة الذين أجابوا عن السؤال بنعم طلب منهم تحديد أبرز الأسباب) وكانت النتائج كما يلي:

تحليل: تظهر النتائج أن السبب الأبرز وراء تفضيل الكتاب الإلكتروني هو سهولة الوصول له وحمله بنسبة بلغت 47.22% يليه إمكانية البحث داخل النص بنسبة 36.12% بينما كان توفر بيئة تفاعلية الأقل تأثيراً بنسبة 16.66% وعليه من خلال النتائج هذا يعكس أن الطلبة يفضلون بشكل أساسي الراحة والمرونة التي يتميز بها الكتاب الإلكتروني.

السبب	التكرار	النسبة المئوية
سهولة الوصول له وحمله.	17	47.22%
إمكانية البحث داخل النص في أي مكان وأي وقت دون إزعاج	13	36.11%
يوفر بيئة تفاعلية	6	16.67%

الجدول رقم (10): يوضح أسباب تفضيل الكتاب الإلكتروني



الشكل رقم (8)

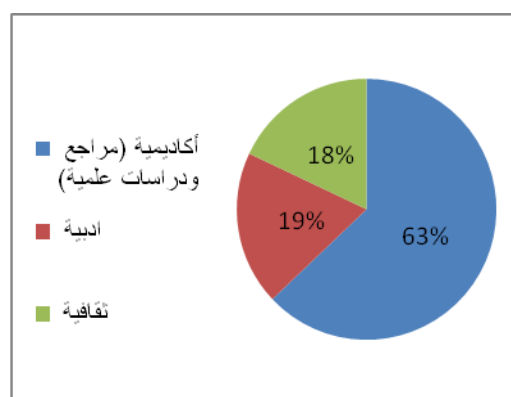
4. نوع الكتب الإلكترونية التي يستخدمها الطلبة عادة

النوع	التكرار	النسبة المئوية
أكاديمية (مراجع ودراسات علمية)	56	62.92%
أدبية	17	19.10%
ثقافية	16	17.98%
المجموع	89	100%

تحليل: يتضح من نتائج الجدول أن الكتب الأكاديمية هي النوع الأكثر استخداماً بين الطلبة حيث إختارها 62.92% من المشاركين، بينما جاءت الكتب الأدبية في المرتبة الثانية بنسبة 19.10% أما الكتب الثقافية بنسبة 17.98% وهذه النتائج تشير إلى أن الطلبة يميلون أكثر إلى استخدام الكتب الإلكترونية التي تساهم في دراستهم الأكاديمية.

الجدول (11): يوضح أنواع الكتب الإلكترونية

المستخدمة من قبل الطلبة



الشكل رقم (9)

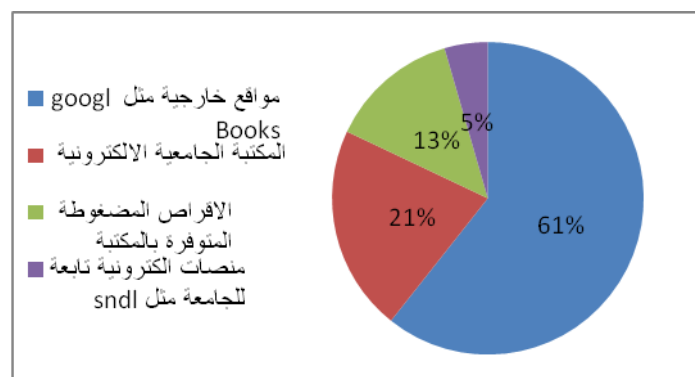
5. المصادر التي يعتمد عليها الطلبة للوصول إلى الكتب الإلكترونية

تحليل : تظهر النتائج إعتقادا كبيرا من الطلبة على المصادر الخارجية (أي أنها غير تابعة للمكتبة الجامعية) مثل google Books والمواقع الإلكترونية العامة بنسبة 60.67% وهو ما يدل على سهولة الوصول إليها وتنوع محتواها، بينما المكتبة الجامعية الإلكترونية بنسبة 21.35% في حين أن الأقراص المضغوطة ومنصات تابعة للجامعة الأقل إستخداما بنسبة 13.48% و4.49% وهذا ما قد يشير إلى محدودية إستخدامها أو ضعف الإقبال عليها من قبل الطلبة، وهذا دليل على أن الطلبة يتجهون إلى المصادر المفتوحة السهلة الوصول على الأنترنت بدلا من المصادر الأكاديمية الرسمية مما قد يعكس الحاجة إلى تحسين التوعية بالكتب الإلكترونية المتوفرة داخل المكتبة الجامعية .

المصدر	التكرار	النسبة المئوية
مواقع خارجية مثل google Books	54	60.67%
المكتبة الجامعية الإلكترونية	19	21.35%
الأقراص المضغوطة المتوفرة بالمكتبة	12	13.48%
منصات إلكترونية تابعة للجامعة مثل sndl	4	4.49%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم(12): يوضح مصادر الوصول

إلى الكتب الإلكترونية



الشكل رقم(10)

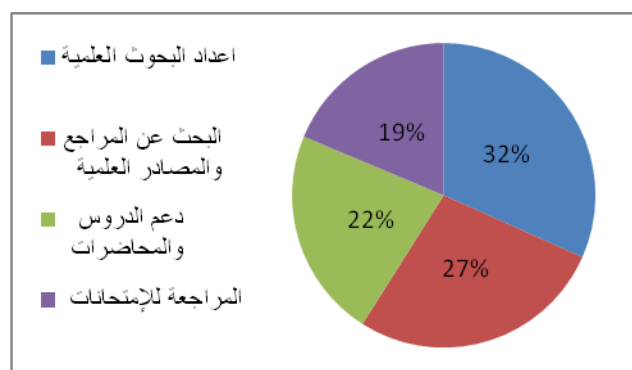
6. أغراض استخدام الكتاب الإلكتروني في الجامعة

الغرض	التكرار	النسبة المئوية
إعداد البحوث العلمية	44	31.65%
البحث عن المراجع والمصادر العلمية	38	27.34%
دعم الدروس والمحاضرات	31	22.30%
المراجعة للإمتحانات	26	18.71%

الجدول رقم (13): يوضح أغراض استخدام

الكتاب الإلكتروني من طرف المبحوثين

تحليل: تظهر النتائج أن الطلبة يستخدمون الكتب الإلكترونية في المقام الأول لأغراض إعداد البحوث العلمية 31.65% ما يعكس وعيهم بأهميته في دعم الوصول السريع للمصادر الدقيقة، كما صرح ما يقارب 27.33% أنهم يستخدمونها للبحث عن المصادر والمراجع مما يؤكد أن الكتاب الإلكتروني أصبح بديلاً فعالاً للكتب الورقية التقليدية، من جهة أخرى شكلت نسبة استخدامه لدعم الدروس والمحاضرات 22.31% وهو ما يدل على أنها وسيلة لتعميق وتوسيع الفهم لما يتم تقديمه من طرف الأساتذة، أما المراجعة للإمتحانات فقد شكل نسبة 18.71% ما يبين أن بعض الطلبة يرون أن الكتاب الإلكتروني وسيلة عملية للمراجعة، وعليه بينت النتائج أن الطلبة لا يقتصرون على استخدام الكتب الإلكترونية لغرض واحد بل يستغلونه في عدة مجالات مما يعكس وعيهم بأهمية هذا المورد في مختلف جوانب التحصيل العلمي.



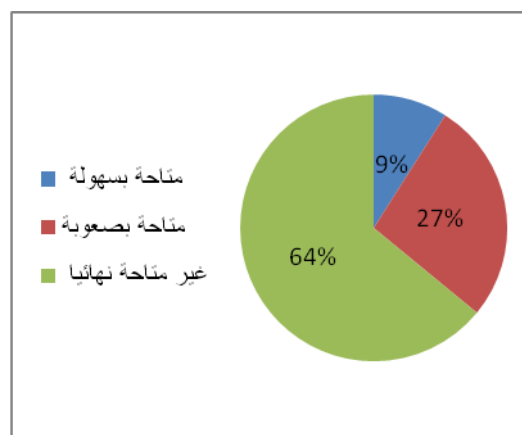
الشكل رقم (11)

7. رأي الطلبة حول إتاحة الكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون

التحليل: من خلال نتائج الجدول توصلنا إلى أن الغالبية العظمى من الطلبة 64.04% يرون أن الكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون غير متاحة نهائياً، وهذا يشير إلى وجود مشكلة كبيرة في توفر الكتب الإلكترونية وعدم توفر وسائل ملائمة للوصول إليها بينما 26.97% يرى أن الكتب الإلكترونية متاحة بصعوبة، مما يوضح هناك بعض القيود التقنية أو الإدارية التي تحد من سهولة الوصول إليها، أما 8.99% فقط يعتقدون أن الكتب الإلكترونية متاحة بسهولة وهو ما يعكس قلة القدرة على الوصول إلى هذه الموارد بشكل مريح ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن هناك حاجة إلى تحسين نظام المكتبة المركزية سواء من حيث توفير المزيد من الكتب الإلكترونية أو تحسين سهولة الوصول إليها لتلبية إحتياجات الطلبة بشكل أفضل.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
متاحة بسهولة	8	8.99%
متاحة بصعوبة	24	26.97%
غير متاحة نهائياً	57	64.04%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (14): يوضح آراء المبحوثين حول إتاحة الكتب الإلكترونية بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون



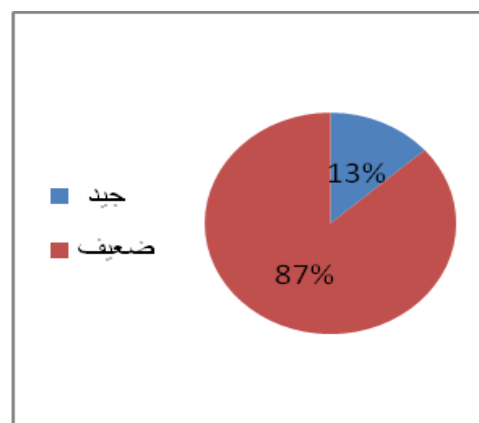
الشكل رقم (12)

8. تقييم الطلبة لجودة الكتب الإلكترونية المتاحة في المكتبة المركزية الجامعية

التحليل : تشير نتائج الجدول السابق أن 86.52% من الطلبة يقيمون جودة الكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية الجامعية بأنها ضعيفة وهذا يشير إلى أن الطلاب غير راضين عن جودة الكتب الإلكترونية المتاحة لهم، سواء من حيث المحتوى أو من حيث الخصائص التقنية مثل سهولة الاستخدام، في المقابل فقط 13.48% من المشاركين يرون أن جودة الكتب الإلكترونية جيدة مما عكس عدم الرضا العام عنه وعليه نظرا للنسبة الكبيرة لجودة الكتب الإلكترونية تعبر عن ضعفها فهذا يتطلب من المكتبة الجامعية تحسين هذه الكتب من حيث جودتها ومحتوياتها وتحسين الوصول إليها لتلبية إحتياجات الطلبة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
جيد	12	13.48%
ضعيف	77	86.52%
المجموع	89	100%

الجدول رقم (15): يوضح تقييم الطلبة لجودة الكتب الإلكترونية المتاحة في المكتبة المركزية الجامعية.



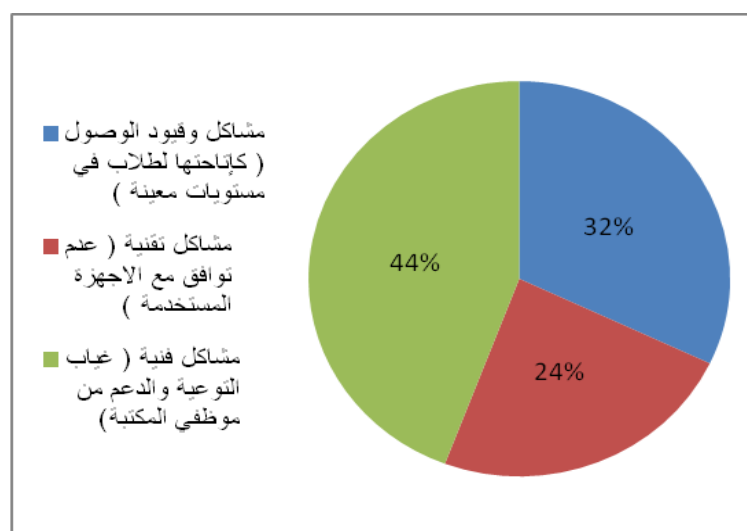
الشكل رقم (13)

9. الصعوبات التي يواجهها الطلبة عند استخدام الكتب الإلكترونية المتاحة في المكتبة المركزية (إمكانية الإجابة بأكثر من إجابة).

التحليل: أوضحت نتائج هذا الجدول أن أكثر الصعوبات التي يواجهها الطلبة عند استخدام الكتب الإلكترونية هي المشاكل الفنية المتعلقة بغياب التوعية والدعم من طرف موظفي المكتبة، حيث أشار إليها 44.27% من الطلبة، وهذا يعكس نقصا واضحا في الإرشاد والتوجيه الذي من المفترض أن تقدمه المكتبة للطلبة فيما يخص التعامل مع الكتب الإلكترونية وطرق الوصول لها. يلي ذلك مشاكل وقيود الوصول مثل إقتصار الإتاحة على مستويات دراسية معينة التي أشار إليها 32.07% من المشاركين، ما يشير إلى وجود قيود تنظيمية تعيق الاستخدام، أما المشاكل التقنية المرتبطة بعدم توافق الكتب الإلكترونية مع الأجهزة المستخدمة من قبل الطلبة فقد تم ذكرها من قبل 23.66% من العينة، وهي نسبة تدل على الحاجة إلى توفير منصات أكثر توافقا وسهولة في الاستخدام.

الصعوبات	التكرار	النسبة المئوية
مشاكل وقيود الوصول (كإتاحتها لطلاب في مستويات معينة)	42	32.06%
مشاكل تقنية (عدم توافق مع الأجهزة المستخدمة)	31	23.66%
مشاكل فنية (غياب التوعية والدعم من موظفي المكتبة)	58	44.27%

الجدول رقم (16): يوضح صعوبات استخدام الكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت



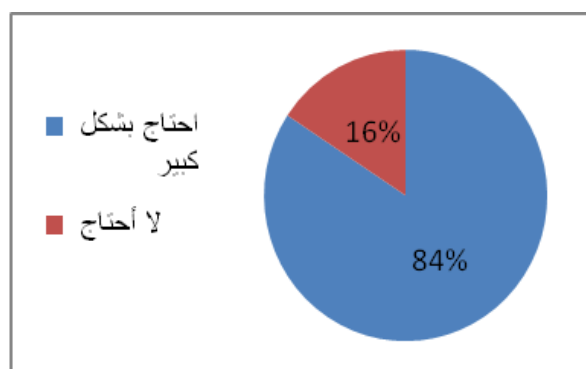
الشكل رقم (14)

10. مدى حاجة الطلبة إلى دورات تدريبية وتوجيهات من طرف موظفي المكتبة المركزية حول فعالية الكتب الإلكترونية وطرق الوصول إليها واستخدامها.

التحليل: أظهرت نتائج هذا الجدول أن الغالبية الساحقة من الطلبة 84.27% يعبرون عن حاجتهم الماسة إلى دورات تدريبية وتوجيهات من طرف موظفي المكتبة المركزية تتعلق باستخدام الكتب الإلكترونية وطرق الوصول إليها، هذا يدل على وجود فجوة واضحة في التوعية والدعم ويعكس أن معظم الطلبة لا يمتلكون المعرفة الكافية أو المهارات اللازمة للاستفادة من هذه الموارد، في المقابل يرى 15.73% من الطلبة أنهم لا يحتاجون إلى هذا النوع من التوجيه، ما يعني أنهم إما متمكنون من استخدامها أو لا يعتمدون عليه كثيرا في دراستهم. وعليه من خلال هذه النتائج نستنتج أنه على المكتبة ضرورة تنظيم برامج تدريبية وتوعية مستمرة لتعريف الطلبة بالكتب الإلكترونية (كيفية الوصول إليها وطرق الاستفادة القصوى منها).

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
أحتاج بشكل كبير	75	84.27%
لا أحتاج	14	15.73%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (17): يوضح توزيع آراء الطلبة حول الحاجة لدورات تدريبية حول الكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية.



الشكل رقم (15)

نتائج عامة للمحور الأول :

تشير نتائج هذا المحور إلى أن غالبية الطلبة يفتقرون إلى وعي كاف بالكتب الإلكترونية، حيث أن نسبة كبيرة لم يسبق لها استخدام، وتفضل الكتاب الورقي، كما أن الإتاحة المحدودة وضعف الجودة وغياب التوعية والدعم ساهمت في تقليل الإقبال عليها، والغالبية عبروا عن حاجتهم لدورات تدريبية مما يؤكد ضرورة تعزيز ثقافة الكتب الرقمية داخل الجامعة.

ثالثاً: عرض وتحليل نتائج المحور الثاني: الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية

11. مدى معرفة المبحوثين بتوفر الكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون

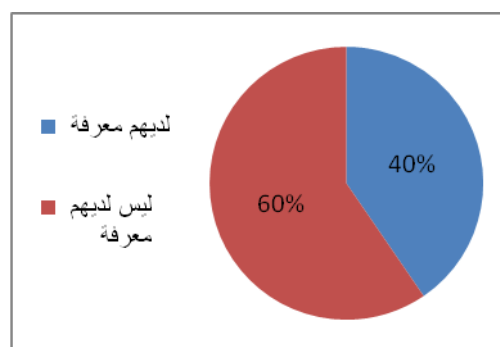
التحليل: يتضح من خلال نتائج الجدول أن نسبة كبيرة من الطلبة بنسبة 59.55% ليس لديهم معرفة بتوفر الكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية مقابل 40.45% فقط لديهم معرفة بها وبالتالي هذه النتائج تعكس نقصاً في الترويج والتوعية بالموارد الإلكترونية التي تقدمها المكتبة، مما يحد من إستفادة الطلبة والباحثين من الكتب الإلكترونية المتاحة. وعليه لابد من تعزيز إستراتيجيات التواصل والإعلان داخل المكتبة وداخل الحرم الجامعي بأكمله.

مدى المعرفة بتوفر الكتب الإلكترونية	التكرار	النسبة المئوية
لديهم معرفة	36	40.45%
ليس لديهم معرفة	53	59.55%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (18): يوضح معرفة الطلبة بتوفر

كتب إلكترونية في المكتبة المركزية لجامعة ابن

خلدون.



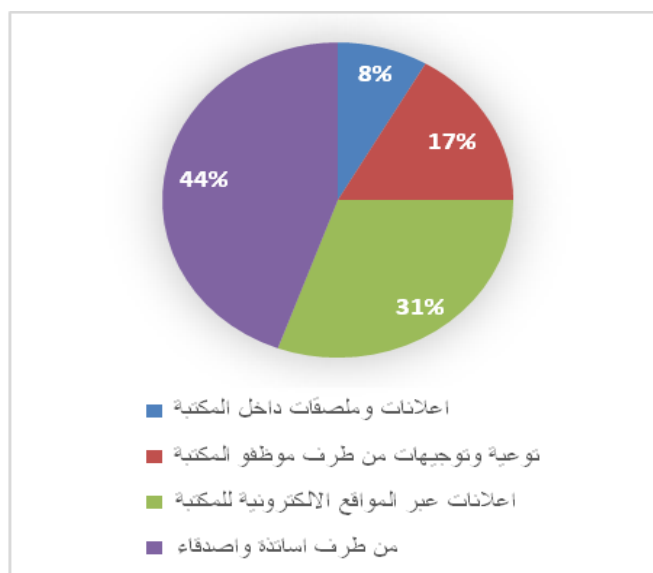
الشكل رقم (16)

. تابع لمن أجابوا بنعم (36) - مصادر معرفة الطلبة بوجود الكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية

التحليل: يتضح لي من خلال الجدول أن أكثر مصادر المعرفة إنتشارًا بين الطلبة حول توفر الكتاب الإلكتروني هو من طرف الأساتذة والأصدقاء بنسبة 44.44% ويعكس هذا اعتماد الطلبة بدرجة كبيرة على العلاقات الإجتماعية والمحيط الجامعي كمصدر للمعلومة، وهذا ما يدل على غياب واضح لآليات ترويج مؤسسية فعالة داخل المكتبة، كما أن الإعلانات عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بالمكتبة كالموقع الرسمي أو صفحات التواصل الإجتماعي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 30.55% ما يعكس اعتمادًا نسبيًا على لوسائل الرقمية، أما التوعية والتوجيهات المباشرة سجلت نسبة 16.66% مما يدل على محدودية الأنشطة التوعوية المنظمة من قبل المكتبة، وبالنسبة إلى الإعلانات والملصقات داخل المكتبة جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 8.55% وهي نسبة ضعيفة وهذه النتيجة تعكس غياب آليات الترويج البصري داخل المكتبة .

النسبة المئوية	التكرارات	مصدر المعرفة للطلبة الذين أجابوا بنعم 36 طالب
8.33%	3	إعلانات وملصقات داخل المكتبة.
16.67%	6	توعية وتوجيهات من طرف موظفو المكتبة.
30.56%	11	إعلانات عبر المواقع الإلكترونية للمكتبة.
44.44%	16	من طرف أساتذة وأصدقاء

الجدول رقم (19): يوضح مصادر معرفة الطلبة بتوفر الكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية.



الشكل رقم (17)

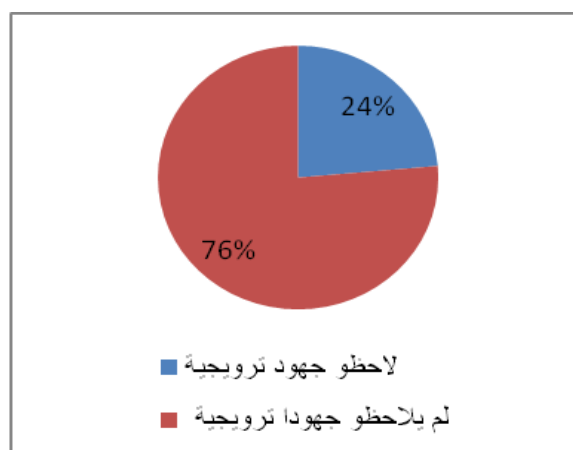
12. مدى ملاحظة المبحوثين لجهود ترويجية للكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون

تيارت

التحليل : من خلال نتائج الجدول السابق أغلبية المبحوثين بنسبة 76.40% لم يلاحظوا أي جهود ترويجية للكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون، في المقابل فقط 23.60% أفادوا بأنهم لاحظوا وجود جهود ويحتمل أن يكون سبب ذلك تلقيهم معلومات شفوية أو فردية من موظفو المكتبة أو أساتذة دون حملات ترويجية واضحة. وعليه هذه النتائج تعكس غياب خطة تواصل فعالة من طرف المكتبة.

مدى الملاحظة	التكرارات	النسبة المئوية
لاحظوا جهود ترويجية	21	23.60%
لم يلاحظوا جهودا ترويجية	68	76.40%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (20): يوضح توزيعات ملاحظات الطلبة حول الجهود الترويجية للكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية.

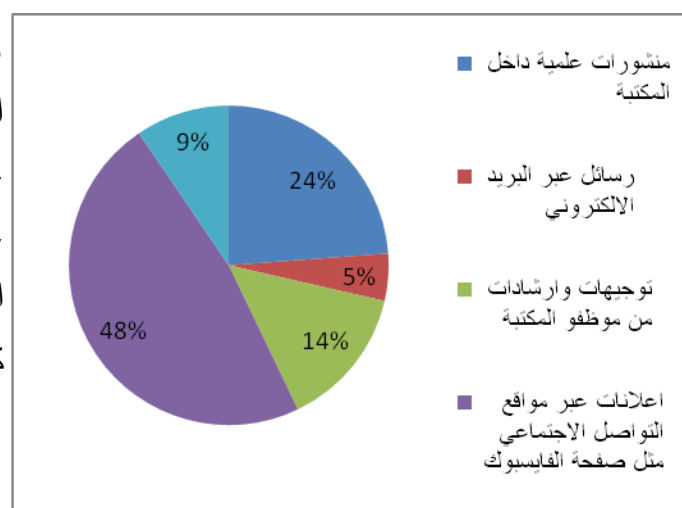


الشكل رقم (18)

. الوسائل التي لاحظ المبحوثين أنها تستخدم في الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون. وذلك بناء على إجاباتهم بنعم في السؤال السابق (إمكانية للمبحوث إختيار أكثر من إجابة)

الوسيلة المستخدمة في الترويج	التكرارات	النسبة المئوية
منشورات علمية داخل المكتبة	5	23.81%
رسائل عبر البريد الإلكتروني	1	4.76%
توجيهات وإرشادات من موظفو المكتبة	3	14.29%
إعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل صفحة الفيسبوك.	10	47.62%
إعلانات عبر الموقع الإلكتروني الرسمي للمكتبة	2	9.52%

الجدول رقم (21): يوضح الوسائل الترويجية للتعريف بالكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية.



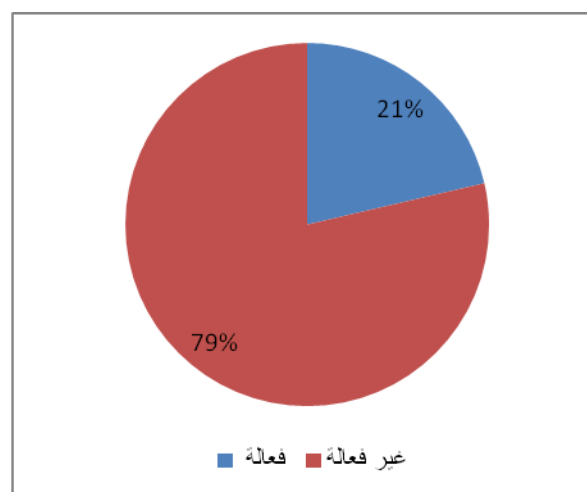
الشكل رقم (19)

التحليل: تظهر نتائج الجدول أن المبحوثين الذين أجابوا بوجود جهود ترويجية للكتاب الإلكتروني أن أكثر وسيلة مستخدمة ولاحظوها هي الإعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا صفحة الفيسبوك التابعة للمكتبة وذلك بنسبة 47.63% ويعود ذلك إلى الاستخدام الواسع لهذه المنصات من طرف الطلبة، مما يجعلها قناة فعالة في إيصال المعلومة حتى وإن لم تكن ضمن خطة ترويج رسمية أي أنها قد تكون منشورات غير منتظمة أو مبادرات شخصية من مسؤول الصفحة، كما سجلت منشورات علمية داخل المكتبة بنسبة 23.80% رغم أن هذه الوسيلة كانت غائبة حسب الملاحظة الميدانية التي قمت بها داخل فضاء المكتبة المركزية، ما قد يشير إلى تفسيرات فردية أو فهم مختلف لطبيعة هذه المنشورات كالخط بين المنشورات العلمية العامة والمخصصة للترويج للكتاب الإلكتروني، أما التوجيهات المباشرة من موظفي المكتبة قد بلغت نسبته 14.28% وهي نسبة متواضعة تعكس غياب المبادرات الشخصية في التعريف بالخدمة، في حين شكلت الإعلانات عبر الموقع الرسمي للمكتبة نسبة ضعيفة 9.52% والرسائل عبر البريد الإلكتروني لم تتجاوز 4.77% مما يدل على أن الوسائل الرقمية الرسمية الخاصة بالمكتبة لا تستخدم بفعالية كوسائل ترويج عن الكتاب الإلكتروني.

13. رأي الطلبة في مدى فعالية الحملات الترويجية للكتاب الإلكتروني بالمكتبة في تشجيعهم على استخدام الكتاب الإلكتروني

الرأي عن فعالية الحملات الترويجية في تفضيل الكتاب الإلكتروني	التكرارات	النسبة المئوية
فعالة	19	21.35%
غير فعالة	70	78.65%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (22): يوضح آراء الطلبة حول فعالية الترويج للكتب الإلكترونية في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون.



الشكل رقم (20)

التحليل : أظهرت نتائج الجدول السابق أن أغلبية المبحوثين بنسبة 78.65% لا يرون أن الحملات الترويجية للكتاب الإلكتروني فعالة في تشجيعهم على استخدامه، مقابل فقط 21.35% اعتبرها فعالة. وعلى الرغم من أن الترويج من حيث المبدأ يفترض أن يكون له أثر إيجابي على السلوك إلى أن هذه النتيجة يمكن تفسيرها بناء على ما تم ملاحظته ميدانيا حيث لم يتم رصد أي حملات ترويجية فعلية أو ظاهرة داخل المكتبة سواء من ملصقات أو إعلانات أو توجيه مباشر وبالتالي فإن ضعف الفعالية هنا لا يعود إلى ضعف تأثير الترويج كأداة بل إلى غياب الترويج أساسا أو حضوره بشكل غير واضح ومنظم وعليه نستنتج أن الطلبة لم يتفاعلوا مع الحملات لأنها لم تكن واضحة أو لم تصلهم.

14. رأي المبحوثين في فعالية الترويج للكتاب الإلكتروني في جذب المستفيدين وزيادة ثقتهم في المكتبة الجامعية.

التحليل: تشير نتائج الجدول أن أغلبية الطلبة بنسبة

77.52% يرون أن الترويج للكتاب الإلكتروني ليس

فعالاً في جذب المستفيدين وزيادة ثقتهم في المكتبة

وعليه انطلاقاً من الملاحظة الميدانية التي قمت بها

نرى أن هذه النتيجة منطقية حيث أن عدم وجود

حملات ترويجية واضحة ومؤثرة داخل المكتبة وعدم

إقبال الطلبة على استخدام الكتاب الإلكتروني المتوفر

في المكتبة قد انعكس على شعورهم بضعف الثقة في

المكتبة، رغم من المتوقع وفقاً للمبادئ المعروفة في

الترويج أن تساهم الحملات الترويجية الفعالة في رفع

مستوى الثقة لدى المستفيدين لكن بما أن الترويج

غائب في الواقع فإن ذلك يؤدي إلى شعور الطلبة بعدم

الاهتمام من قبل إدارة المكتبة ما يساهم في انعدام

الثقة في خدماتها الإلكترونية، وعلى رغم من أن

22.48% فقط من المبحوثين أفادوا بأن الترويج

فعالاً إلى أن هذا الرقم يبقى ضعيفاً مقارنة بالنسبة

الأكبر التي ترى العكس، وعليه يتضح لي أن غياب

الترويج لا يؤثر فقط في جذب الطلبة لاستخدام الكتاب

الإلكتروني بل أيضاً يساهم في انعدام الثقة في المكتبة

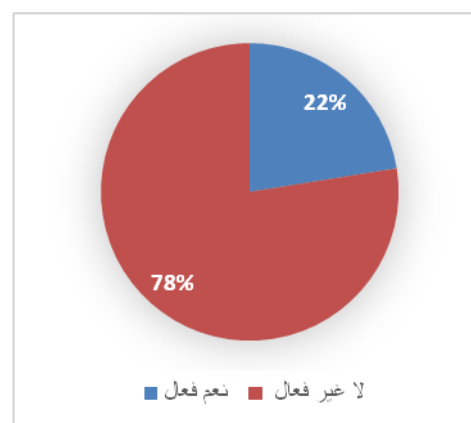
ككل.

الآراء حول فعالية الترويج في جذب المستفيد	التكرارات	النسبة المئوية
نعم فعال	20	22.47%
لا غير فعال	69	77.53%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (23): يوضح آراء الطلبة حول دور

الترويج في تعزيز ثقة المستفيدين بالمكتبة

الجامعية



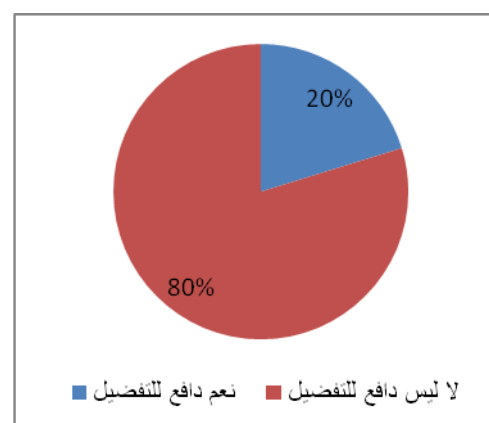
الشكل رقم (21)

15. رأي المبحوثين في مدى كون الترويج للكتاب الإلكتروني دافعا لتفضيله على الكتاب الورقي

الترويج كدافع لتفضيل الكتاب الإلكتروني	التكرارات	النسبة المئوية
نعم دافع للتفضيل	18	20.22%
لا ليس دافع للتفضيل	71	79.78%
المجموع	89	100.00%

التحليل: تبين نتائج الجدول أن أغلب المبحوثين بنسبة 79.77 % لا يعتبرون الترويج للكتاب الإلكتروني دافعا لتفضيله على الكتاب الورقي وهي نتيجة منطقية إذ نظرنا إلى الواقع الفعلي للمكتبة المركزية للجامعة إذ أظهرت الملاحظة الميدانية كما أكدته نتائج التحليلات السابقة أن جهود الترويج للكتاب الإلكتروني إما ضعيفة أو تكون منعدمة مما يجعل من غير المعقول أن يكون هذا الترويج مؤثرا في تفضيل الطالب للكتاب الإلكتروني عن الورقي أي غياب الترويج يساوي غياب الأثر وبالتالي فإن هذه النتيجة لا تعبر عن رفض لمبدأ الترويج بل تكشف عن غياب الترويج داخل المكتبة أما نسبة 20.23% الذين اعتبروا أن الترويج شكل دافعا لديهم، فقد يكون تقييمهم مبنيًا على تجارب شخصية محدودة مثل توصية شفوية من أستاذ أو موظف داخل المكتبة أي ليست ناتجة عن حملة ترويجية رسمية وتفسر من طرف بعض الطلبة على أنها شكل من أشكال الترويج ما يؤثر في تقييمهم الشخصي دون أن يعكس واقعا عاما يشمل باقي المستفيدين .

الجدول رقم(24): يوضح آراء الطلبة حول دور الترويج في تفضيل الكتاب الإلكتروني على الكتاب الورقي



الشكل (22)

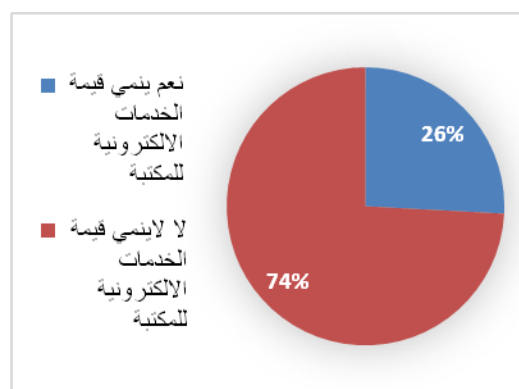
16. رأي المبحوثين في مدى مساهمة الترويج للكتاب الإلكتروني في تنمية قيمة الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف المكتبة

التحليل: تظهر نتائج الجدول أن أغلب المبحوثين

بنسبة 74.15% لا يرون أن الترويج للكتاب الإلكتروني يساهم في تنمية قيمة الخدمات الإلكترونية للمكتبة، وانطلاقاً من ملاحظتي الميدانية حيث وجدت بعض أشكال الترويج للمحتوى الرقمي كالأطروحات الجامعية والمقالات الإلكترونية غير أن الكتاب الإلكتروني تحديداً لم يحظ بالترويج أو العرض داخل المكتبة أو عبر وسائلها الاتصالية، وهذا ما قد يكون سبباً مباشراً في عدم شعور الطلبة بأن هذه الخدمة تشكل قيمة مضافة للخدمة الرقمية للمكتبة. كما أن الذين أجابوا بنعم الترويج للكتاب الإلكتروني ينمي الخدمات الإلكترونية للمكتبة بلغت نسبتهم 25.84% وعليه قد يكون تقييمهم قائماً على رؤية عامة للخدمات الإلكترونية دون تمييز بين أنواعها أو نتيجة إطلاعهم على بعض أشكال الترويج المرتبطة بالموارد الرقمية الأخرى، وهذا يؤكد أن الترويج داخل المكتبة المركزية غير متوازن بين مختلف المصادر الرقمية مما أثر على الاستفادة سلباً في إدراكه وفهمه لقيمة الخدمات الإلكترونية للمكتبة وخاصة الكتاب الإلكتروني.

الآراء	التكرارات	النسبة المئوية
نعم ينمي قيمة الخدمات الإلكترونية للمكتبة.	23	25.84%
لا ينمي قيمة الخدمات الإلكترونية للمكتبة.	66	74.16%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (25): يوضح آراء الطلبة حول دور الترويج للكتاب الإلكتروني في تنمية قيمة الخدمات الإلكترونية للمكتبة



الشكل رقم (23)

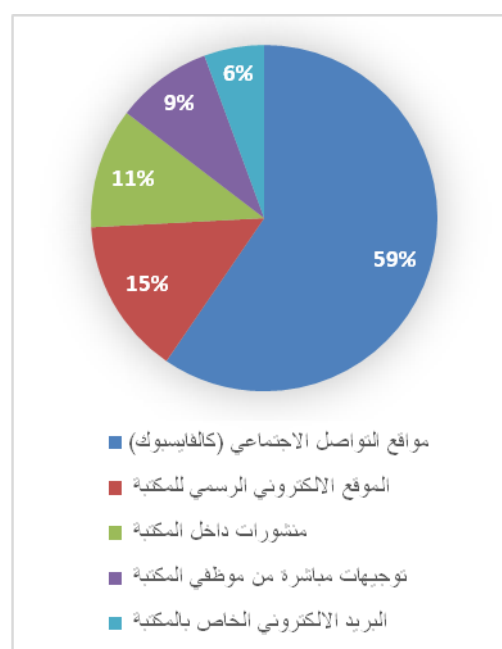
17. الوسائل الأكثر ذكرا من طرف المبحوثين ذات فعالية في تحقيق غاية الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة الجامعية.

التحليل: من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن معظم

الإجابات التي قدمها المبحوثين عند سؤالهم عن أكثر الوسائل ذات فعالية في تحقيق غاية الترويج للكتاب الإلكتروني حسب توقعاتهم وتصوراتهم الشخصية فقد جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في المرحلة الأولى من حيث الذكر بنسبة 59.55 % ما يدل على أن الطلبة ينظرون لهذه الوسائل باعتبارها الأقرب إلى اهتماماتهم والأكثر قدرة على إيصال المعلومة بشكل مباشر وتفاعلي، كما أشار عدد منهم إلى الموقع الإلكتروني الرسمي للمكتبة بنسبة 14.60 % وهو ما يظهر أن بعض الطلبة يرون أن هذه الوسائل الرسمية مرجعا موثوقا للحصول على المعلومات الأكاديمية، أما المنشورات داخل المكتبة تم ذكرها بنسبة 11.24 % ما يشير إلى أن بعض المبحوثين يثمنون أهمية الوسائل التقليدية في توعيتهم ولفت انتباههم، ومن جهة أخرى اعتبر 9 % من الطلبة أن التوجيهات والإرشادات المباشرة من موظفي المكتبة تمثل وسيلة فعالة مما يعكس وعيهم بأهمية العامل البشري في التفاعل المباشر وتقديم الدعم المعلوماتي، أما البريد الإلكتروني الخاص بالمكتبة فجاء في آخر الترتيب بنسبة 5.61 % فقط وهو ما يكشف ضعف فعاليته من وجهة نظر المبحوثين سواء بقله استخدامه أو تفاعل الطلبة معه مقارنة بالوسائل الأخرى . وعليه نستنتج من خلال هذه الإجابات أن الوسائل الرقمية الحديثة خصوصا وسائل التواصل الاجتماعي تفوق الوسائل التقليدية حسب آراء الطلبة وهذا يعتبر كدافع وخطه للمكتبة في تحديد القنوات الأنجح التي ينبغي عليها تبنيها في الحملات الترويجية المستقبلية.

الوسيلة المقترحة من طرف المبحوث	التكرار	النسبة المئوية
مواقع التواصل الاجتماعي (كالفيسبوك).	53	59.55%
الموقع الإلكتروني الرسمي للمكتبة	13	14.61%
منشورات داخل المكتبة	10	11.24%
توجيهات مباشرة من موظفي المكتبة	8	8.99%
البريد الإلكتروني الخاص بالمكتبة	5	5.62%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (26): يوضح الوسائل الأكثر فعالية في تحقيق أهداف الترويج للكتب الإلكتروني.



الشكل (24)

ملاحظة: الإجابات الواردة في الجدول ناتجة عن سؤال مفتوح وتم تجميعها وفقا للتكرار الفعلي الذي ظهر خلال معالجة البيانات.

نتائج عامة للمحور الثاني: أظهرت نتائج المحور الثاني أن الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون يعد محدودا أو منعدما ، حيث لا يعلم عدد كبير من الطلبة بوجود هذه الخدمة، كما اعتبر أغلبهم أن الحملات الترويجية غير فعالة في جذبهم وتعزيز ثقتهم في الخدمات الرقمية للمكتبة بالمقابل عبر المبحوثين عن وعيهم وتصوراتهم للوسائل الترويجية الحديثة في تحقيقها لفعالية كبيرة والتوصل من خلالها للغايات المرجوة من خلال وضع الترويج.

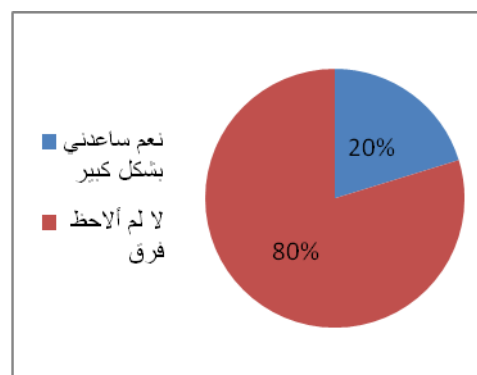
رابعًا: عرض وتحليل نتائج المحور الثالث: أثر الترويج للكتاب الإلكتروني على الطلبة

18. أثر الترويج للكتاب الإلكتروني على تحسين جودة الدراسة والتفاعل الأكاديمي لدى الطلبة

التحليل: من خلال نتائج الجدول توصلنا إلى أن نسبة كبيرة من الطلبة حوالي 79.77% لم يلمسوا أثرا واضحا للترويج للكتاب الإلكتروني في تحسين تحصيلهم الدراسي أو تفاعلهم مع الأنشطة الأكاديمية، وهذا يشير إلى أن هناك قصورا في إيصال الكتاب الإلكتروني إلى الطلبة بشكل كافٍ من خلال عمليات الترويج داخل المكتبة في المقابل نسبة محدودة 20.23% عبروا عن استفادتهم من الترويج للكتاب الإلكتروني في تحسين دراستهم وتفاعلهم مع الأنشطة الأكاديمية وهذا ما يعكس أن الاستفادة منه محصورة في فئة ضيقة من الطلبة وعليه يتضح لي أن الترويج للكتاب الإلكتروني لم يحدث أثرا فعليا ولموسا على معظم الطلبة في البيئة الأكاديمية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم ساعدني بشكل كبير	18	20.22%
لا لم ألاحظ فرق	71	79.78%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (27): يوضح آراء الطلبة حول تأثير الترويج للكتاب الإلكتروني على جودة الدراسة والتفاعل الأكاديمي.



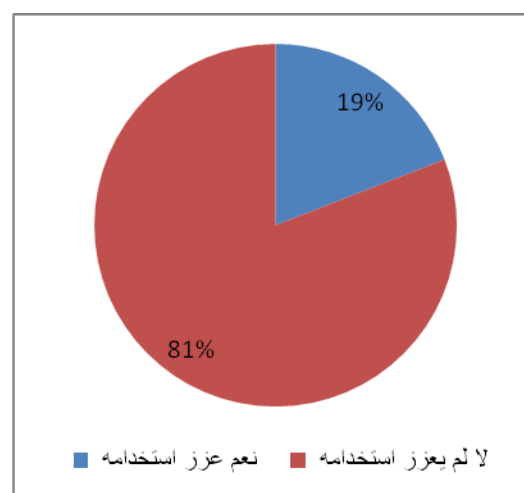
الشكل رقم (25)

19. مساهمة الترويج للكتاب الإلكتروني داخل المكتبة المركزية في تعزيز استخدام الطلبة للكتب الإلكترونية.

التحليل: تبين لي من خلال نتائج الجدول أن نسبة قليلة من الطلبة 19.10% ترى أن الترويج ساهم في زيادة استخدامهم للكتب الإلكترونية مقابل أغلبية واسعة 80.90% لم تلاحظ الأثر وعليه رغم أن الترويج للكتاب الإلكتروني كمبدأ يعتبر من الوسائل التي تعزز توجيه المستفيد نحو الكتب الإلكترونية وتفضيلها على الكتاب الورقي إلى أن هذه النتيجة تعكس غياباً فعلياً لهذا الأثر في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت فالأثر الذي توقعت أن يحدثه الترويج ظل غائباً أو غير محقق وبالتالي اتضح لي أن الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية غائب مما جعل أثره على الطلبة شبه معدوم.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم عزز استخدامه	17	19.10%
لا لم يعزز استخدامه	72	80.90%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (28): يوضح أثر الترويج على تعزيز استخدام الكتاب الإلكتروني.



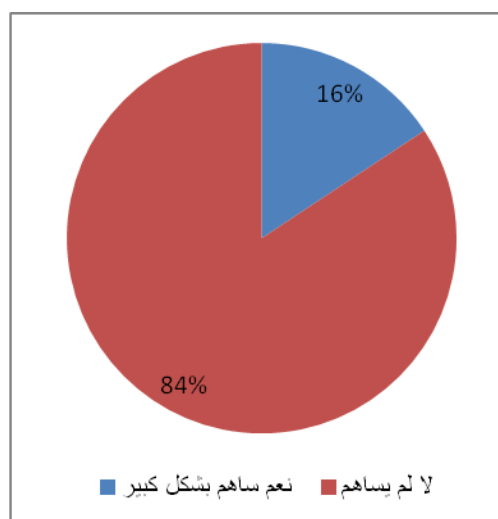
الشكل رقم (26)

20. مساهمة الترويج للكتاب الإلكتروني في تقليل الوقت الذي يقضيه الطالب في البحث عن الكتب الإلكترونية أو الذهاب إلى المكتبة.

التحليل: تظهر نتائج الجدول أن أغلبية كبيرة من الطلبة 84.26% لم يرو أن الترويج للكتاب الإلكتروني ساهم في تقليل الوقت الذي يقضونه في البحث عن الكتب أو الذهاب إلى المكتبة، بينما فقط 15.73% من الطلبة أفادوا أن الترويج ساهم بشكل كبير في تقليل الوقت الذي يقضيه الطالب للوصول له وبالتالي من المعروف أن الترويج الفعال للكتب الإلكترونية يساهم في تسهيل وصول الطالب لها دون جهد وفي وقت قصير لكن النتائج المتحصل عليها كانت عكس هذا وبالتالي اتضح لي من خلال النتائج أن غياب الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت هو السبب الرئيسي وراء عدم تحقق هذه الفائدة وبناءً على هذا يتضح أن الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية لم يحدث الأثر المتوقع في تسهيل عملية البحث عن الكتب وتقليل الوقت الذي يقضيه الطلبة في البحث عنها.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم ساهم بشكل كبير	14	15.73%
لا لم يساهم	75	84.27%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (29): يوضح تأثير الترويج للكتاب الإلكتروني على تقليل الوقت المستغرق في البحث والذهاب إلى المكتبة.



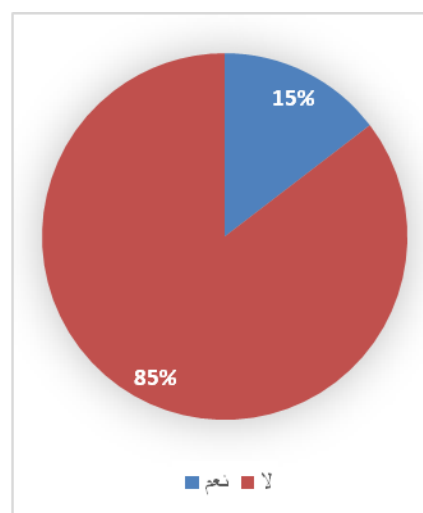
الشكل (27)

21. مدى مساهمة الترويج للكتاب الإلكتروني في تقليل الاعتماد على الكتاب الورقي داخل المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون.

التحليل: تظهر النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أن أغلبية كبيرة من الطلبة 85.39% لا يرون أن الترويج للكتاب الإلكتروني ساهم في تقليل اعتمادهم على الكتاب الورقي داخل المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون في حين عبر فقط 14.61% على وجود أثر إيجابي في هذا الاتجاه، ومن منظوري يفترض أن الترويج للكتاب الإلكتروني يساهم في تشجيع الطلبة على استخدامه لكن في هذه الدراسة لم يتحقق هذا الأثر وهو ما يفسر غياب ترويج فعلي داخل المكتبة المركزية، فالغياب الحملات التعريفية أو التوجيهية نحو استخدام الكتاب الإلكتروني جعل الطلبة لا يستخدمونه وعليه أثر تقليص الاعتماد على الكتاب الورقي أثر شبه معدوم.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	13	14.61%
لا	76	85.39%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (30): يوضح تأثير الترويج للكتاب الإلكتروني على تقليل الاعتماد على الكتب الورقية.



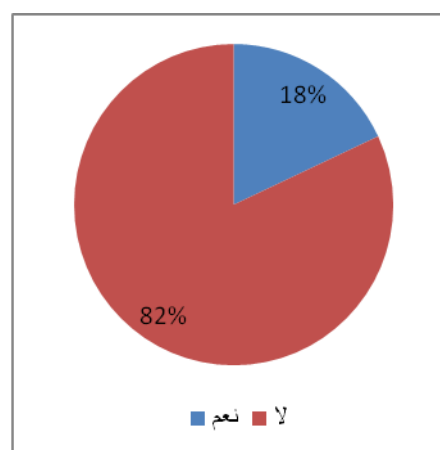
الشكل رقم (28)

22. أثر الترويج للكتاب الالكتروني في تحسين مهارات التعلم الذاتي لدى الطلبة

التحليل: تبين لي من خلال نتائج الجدول أن نسبة 82.02% من الطلبة لا يرون أن الترويج للكتاب الالكتروني ساعدهم في تحسين مهارات التعلم الذاتي، مقابل فقط 17.98% أقرروا بوجود أثر إيجابي في هذا الجانب. ومن المعروف لدي أن الكتاب الالكتروني حين يروج له بشكل فعال والعمل على إيصاله وأتاحته لإستخدامه من طرف الطالب يمكن أن يكون أداة تعليمية داعمة للتعلم الذاتي بما يتيح من سهولة الوصول له وتوفره الدائم وإمكانية استخدامه بشكل فردي وفي أي وقت. لكن الواقع الخاص بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون لم نلمس هذا الأثر وهو ما يشير إلى ضعف أو غياب حملات الترويج التي من شأنها أن تحفزهم على استكشاف الكتاب الالكتروني المتوفر بالمكتبة وتنمية مهاراتهم ذاتيا من خلاله. وعليه هذا التأثير لا يعني أن الترويج غير فعال كمبدأ، بل يؤكد أن هذا المبدأ لم يطبق فعليا داخل المكتبة المركزية مما جعل أثره على التعلم الذاتي محدودا.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	16	17.98%
لا	73	82.02%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (31): يوضح تأثير الترويج للكتاب الالكتروني على تحسين مهارات التعلم الذاتي



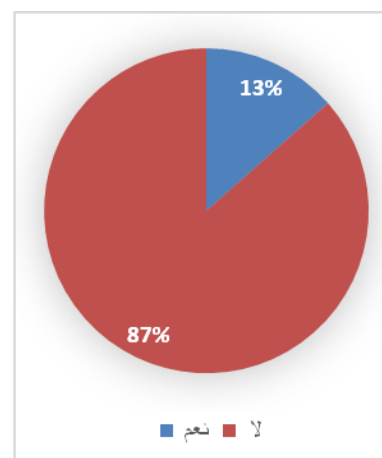
الشكل رقم (29)

23. أثر الترويج للكتاب الالكتروني على تحفيز الطلبة لقراءة المزيد من الكتب الأكاديمية داخل المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون.

التحليل: تظهر نتائج الجدول أن الأغلبية من الطلبة بنسبة 86.51% لا يرون أن الترويج للكتاب الالكتروني داخل المكتبة المركزية حفزهم على قراءة المزيد من الكتب الأكاديمية، في حين عبر فقط 13.48% عن تحفيزهم لقراءة المزيد من الكتب الأكاديمية، وعليه النتائج المتحصل عليها توضح غياب مبادرات ترويجية فعالة داخل المكتبة وبالتالي لا يوجد تفعيل دور الكتاب الالكتروني كوسيلة لدعم القراءة الأكاديمية، ما جعل أثر الترويج في هذا الجانب شبه معدوم من وجهة نظر الطلبة.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	13.48%
لا	77	86.52%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (32): يوضح آراء الطلبة حول تأثير الترويج للكتاب الالكتروني في زيادة قراءة الكتب الأكاديمية.



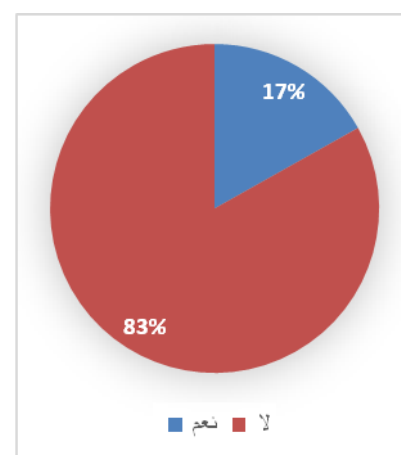
الشكل (30)

24. مدى مساهمة الترويج للكتاب الإلكتروني في تعلم استخدام أدوات القراءة الرقمية لدى الطلبة

التحليل: أظهرت نتائج الجدول أن 83.14% من الطلبة يرون أن الترويج للكتاب الإلكتروني داخل المكتبة المركزية لم يساعدهم في تعلم كيفية استخدام أدوات القراءة الرقمية، مقابل فقط 16.86% عبروا عن استفادة في هذا الجانب، تعكس هذه نسبة ضعف التوجيه والترويج داخل المكتبة، حيث لم توفر للطلبة فرصا كافية لاكتشاف أو تعلم مهارات استخدام الأدوات الرقمية ما أدى إلى غياب الأثر الفعلي للترويج في هذا المجال.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	15	16.85%
لا	74	83.15%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (33): يوضح آراء الطلبة حول تأثير الترويج للكتاب الإلكتروني في تعلم أدوات القراءة الرقمية.



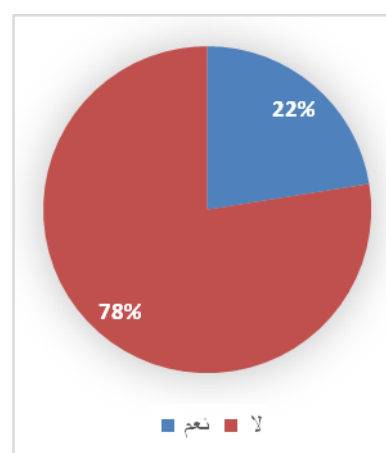
الشكل رقم (31)

25. أثر الترويج للكتاب الإلكتروني في دفع الطلبة لاستخدام مصادر رقمية أخرى

التحليل: أظهرت نتائج الجدول أن نسبة 77.52% من الطلبة لم يروا في الترويج للكتاب الإلكتروني داخل المكتبة المركزية دافعا لاستخدام مصادر رقمية أخرى في حين عبر 22.47% عن دفعهم وعند سؤالهم عن توضيح المصادر التي شجعهم عن استخدامها أوضحوا أن الترويج للكتاب الإلكتروني شجعهم على استخدام الأطروحات والمقالات الإلكترونية، هذا يشير إلى أن الترويج قد نجح جزئيا في دفع الطلبة إلى استكشاف بعض الأنواع الأخرى من الموارد الرقمية، لكن يبدو أن الأثر كان محدودا مقارنة مع غياب الترويج الفعال في المكتبة وهو ما يوضح أن تأثير الترويج على تشجيع استخدام المصادر الرقمية الأخرى بقي ضعيفا.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	22.47%
لا	69	77.53%
المجموع	89	100.00%

الجدول رقم (34): يوضح آراء الطلبة حول دور الترويج للكتاب الإلكتروني في تشجيع استخدام المصادر الرقمية المتنوعة.



الشكل رقم (32)

26. أفكار وإقتراحات لتحسين الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبات الجامعية

الإقتراحات
- تنظيم دورات تعريفية بالكتب الالكترونية المتاحة في المكتبة وكيفية استخدامها. - تخصيص ركن خاص في المكتبة للكتب الالكترونية وشرح طرق الوصول والحصول عليها. - نشر توجيهات عبر صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمكتبة. - تسهيل الوصول دون قيود خاصة القيود الخاصة بالمستويات الدراسية أي السماح لجميع الطلبة استخدامها.

الجدول رقم(35): يوضح مقترحات الطلبة لتحسين الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية.

التحليل: تظهر هذه الاقتراحات رغبة الطلبة في تحسين الترويج للكتاب الإلكتروني عبر ممارسات عملية وملموسة، إذ يرى الطلبة ضرورة وجود ورش تدريبية وتوجيهات واضحة لتسهيل الوصول إلى الكتب الإلكترونية بالإضافة إلى أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي بهذا المورد، كذلك تعتبر فكرة تخصيص ركن خاص بالكتب الإلكترونية في المكتبة خطوة مهمة لتوفير بيئة مهيأة للاستفادة من الكتب الإلكترونية فضلاً عن إزالة القيود الأكاديمية لتوسيع دائرة الاستفادة من الكتب الإلكترونية من طرف كل الطلبة بمختلف تخصصاتهم وعليه إن تطبيق هذه المقترحات يمكن أن يساهم بشكل كبير في تعزيز التفاعل مع الكتاب الإلكتروني المتوفر في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون. ويخلق بيئة أكاديمية محفزة للطلاب لتوسيع استخدام الكتب الإلكترونية.

نتائج عامة للمحور الثالث: تكتشف نتائج هذا المحور عن غياب أثر ملموس للترويج للكتاب الإلكتروني على سلوك الطلبة وتفاعلهم مع الكتاب الإلكتروني داخل المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت، فرغم ما يفترض تحقيقه الترويج من تحسين جودة الدراسة ودعم التعلم الذاتي وتوسيع استخدام المصادر الرقمية إلا أن الواقع أظهر أن هذه الأهداف لم تتحقق، ويعود ذلك إلى غياب ممارسات ترويجية فعالة داخل المكتبة ما أدى إلى ضعف وعي الطلبة بالكتاب الإلكتروني وعدم تفعيله كوسيلة معرفية داخل الحرم الجامعي وهو ما يبرز بوضوح التباين بين ما يفترضه عنوان الدراسة من أثر وبين ما عبر عنه الطلبة كتجربة فعلية.

3.2 النتائج العامة المتحصل عليها :

- يوجد وعي جيد بالكتاب الإلكتروني عند طلبة علم المكتبات، إلى أن مستوى الإستخدام الفعلي له لايزال ضعيفا.
- أغلب الطلبة يصلون إلى الكتب الإلكترونية عبر مواقع خارجية لا تتبع للمكتبة الجامعية، مما يبرز الحاجة إلى دورات توجيهية للتعريف بالكتب الإلكترونية المتاحة على مستوى المكتبة المركزية .
- تنتوع تحديات إستخدام الكتب الإلكترونية المتوفرة بالمكتبة المركزية فلا تقتصر على توفر المحتوى فقط بل تشمل الجوانب التنظيمية والفنية والتقنية .
- لا توجد جهود ترويجية واضحة ومنظمة من طرف المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون حول الكتاب الإلكتروني.
- غياب الوسائل التعريفية والترويجية التي تلفت إنتباه الطلبة حول توفر الكتاب الإلكتروني على مستوى المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت.
- غياب الترويج للكتاب الإلكتروني أثر سلبا على الإنتشار والإستخدام والتفضيل له من طرف الطلبة.
- لم يسجل أثر فعلي أو تغير ملموس في سلوك الطلبة تجاه تفاعلهم مع الكتاب الإلكتروني بسبب غياب الترويج له.
- غياب الترويج الفعلي والمنظم للكتاب الإلكتروني داخل المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت شكل عاملا أساسيا في غياب الأثر المتوقع لهذا المورد الرقمي على سلوك الطلبة واستخدامهم له بعد الترويج له، فغياب الأثر لا يعود إلى ضعف تأثير الكتاب في حد ذاته بل إلى غياب آليات الترويج والإدماج الفعلي لهذا المورد ضمن خدمات وأنشطة المكتبة.

4.2 نتائج على ضوء الفرضيات:

❖ **الفرضية الأولى:** "يؤثر ضعف التوعية حول الكتب الإلكترونية داخل المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت سلبا على إدراك واستفادة الطلبة منها".

النتيجة: أكدت نتائج الاستبيان والملاحظة الميدانية صحة هذه الفرضية، حيث تبين أن غياب التوعية والإرشاد للكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية يعد عاملا رئيسيا في ضعف تفاعل الطلبة معه، حيث عبر أغلب الطلبة عن عدم وعيهم بوجود كتب إلكترونية على مستوى المكتبة، وهذا ما أكدته الملاحظة الميدانية بحيث لا يوجد أي توعية داخل المكتبة بوجود كتب إلكترونية، كذلك ما يؤكد صحة هذه الفرضية هو تعبير الطلبة عن عدم إستخدامهم للكتب الإلكترونية التابعة للمكتبة بل يعتمدون على كتب إلكترونية تابعة لمواقع خارجية، وهذا ما يثبت الأثر السلبي لغياب التوعية على سلوكهم التعليمي .

❖ **الفرضية الثانية:** "تفتقر المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون إلى خطة ترويجية وتوعوية منظمة حول الكتاب الإلكتروني".

النتيجة: تحققت هذه الفرضية حيث أظهرت النتائج ان المكتبة المركزية لاتعتمد أي خطة ممنهجة أو مستمرة للترويج للكتاب الإلكتروني، وما أكد ذلك هو تعبير الطلبة عن جهلهم بوجود هذه الخدمة وعدم وجود أنشطة أو أدوات تعريفية بها، وتؤكد الملاحظة الميدانية هذا الواقع، حيث لم يسجل أي نشاط ترويجي ملموس داخل الفضاء المكتبي، وحتى على مستوى الفضاءات الرقمية الخاصة بها .

❖ **الفرضية الثالثة:** "يساهم الترويج للكتاب الإلكتروني على مستوى المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون في خلق بيئة تعليمية تفاعلية ويعزز فرص التعلم الذاتي النشط لدى الطلبة "

النتيجة: لم تتحقق صحة هذه الفرضية في سياق الدراسة . إذ أظهرت نتائج المحور الثالث ان غياب الترويج حقق غياب الأثر فمن خلال ما إفتترض أن يحققه الترويج كمبدأ إنعكس في هذه الدراسة وهذا راجع لعدم وجود الترويج داخل المكتبة وما أكد ذلك هو تعبيرات أغلبية الطلبة التي توصلنا من خلالها إلى أن الأثر المتوقع غير ملموس، على الرغم من أن الترويج للكتاب الإلكتروني يفترض أن يدعم التعلم الذاتي ويحفز إستخدامه كذلك ينمي التعليم التفاعلي، إلا أن الواقع الميداني أظهر ضعفا شديدا في هذه الجوانب نتيجة غياب الممارسات الترويجية ما جعل أهداف الترويج للكتاب الإلكتروني تبقى مجرد إفتراضات نظرية لم تجد طريقا فعليا إلى التطبيق الفعلي داخل المكتبة.

5.2 التوصيات:

▪ تستدعي نتائج الدراسة إلى ضرورة تقديم توصيات تعمل على تعزيز استخدام الكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية من خلال تبني خطة شاملة للترويج لهذا المورد الجوهري خاصة مع تزايد المعرفة الإلكترونية في التعليم العالي، وتغير حاجات المستفيد.

- توصيات موجهة للمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت:

- تنظيم دورات توعوية وورشات تحسيسية لفائدة المستفيدين من المكتبة حول أهمية الكتاب الإلكتروني في التحصيل العلمي بالجامعة، وإرشادات توضيحية لكيفية الوصول له.
- العمل على رقمنة مجموعة من الكتب الورقية وتحويلها إلى صيغة إلكترونية لتمكين الطلبة من الاستفادة منها كمصادر موثوقة دون اللجوء إلى مصادر خارجية.
- يجب وضع خطة ترويج واضحة ومنظمة للكتاب الإلكتروني مثل تصميم حملات إعلانية دورية داخل المكتبة واستخدام الوسائل الرقمية الأكثر تأثيراً كمواقع التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني الرسمي للمكتبة.
- ضرورة تفعيل الترويج للكتاب الإلكتروني بإعتباره كعامل مؤثر في إقناع المستفيدين وتعزيز ثقتهم في دور المكتبة في مواكبة حاجاتهم المتغيرة في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة.
- تعزيز التعاون بين موظفي المكتبة والأساتذة لتشجيع الطلبة على استخدام الكتاب الإلكتروني المتاح في المكتبة.

▪ توفير نظام مناسب لقراءة وتحميل الكتاب الإلكتروني.

- توصيات على مستوى إدارة الجامعة:

- دعم المكتبة المركزية ماليا وتقنيا لإقتناء اشتراكات قانونية في قواعد بيانات علمية إلكترونية.
- أما توصيات للطلبة يجب على الطلبة إن كانت تكوينات ومبادرات من طرف المكتبة المشاركة فيها وطرح حاجاتهم بشكل واضح لمسؤولي المكتبة.

خلاصة الفصل:

برز من خلال هذا الفصل التطبيقي دراسة لأثر الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت، حيث توصلنا إلى غياب الترويج للكتاب الإلكتروني داخل المكتبة المركزية لا بوسائل تقليدية ولا رقمية، ولم نتوصل إلى أي أثر ملموس نتيجة لغياب هذه الخدمة، فضعف الوعي والإستخدام كان نتيجة مباشرة لغياب المبادرات التعريفية من طرف المكتبة، فعدم تلقي الأثر المفترض تحقيقه الترويج كمبدأ راجع لعدم تطبيقه على مستوى المكتبة المركزية .

خاتمة

خاتمة:

جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على موضوع بالغ الأهمية في ظل التحولات الرقمية التي تشهدها البيئة الجامعية، والمتمثل في أثر الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبات الجامعية من وجهة نظر المستفيدين حيث تم اختيار المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت كنموذج ميداني وتركز مجتمع الدراسة على طلبة علم المكتبات بمختلف مستوياتهم.

ومن خلال الدراسة الميدانية اتضح لي على الرغم من أهمية الترويج للكتاب الإلكتروني كمحور رئيسي للدراسة، إلا أن الواقع الميداني أظهر عن غياب واضح لهذه الجهود داخل المكتبة المركزية، مما إنعكس سلبا على وعي الطلبة بالخدمة وأدى إلى صعوبة تقييم أثرها الفعلي من طرفهم، وعليه لم يتم التوصل إلى أي أثر فعلي للترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت ويعود ذلك أساسا إلى الغياب التام لجهود الترويج للكتب الإلكترونية داخل المكتبة، حيث أظهر المبحوثين عن ضعف وعيهم بوجود كتب إلكترونية ضمن مقتنيات المكتبة، ولا توجد وسائل إعلام وإرشاد وحملات ترويجية للتعريف بالكتب الإلكترونية. ونظرا لإنعدام الترويج للكتاب الإلكتروني داخل المكتبة، لم يكن من الممكن قياس مدى تأثيره على إستخدام الطلبة لهذه الخدمة أو على تحسين مستواهم الأكاديمي بإعتبار أن العامل محل الدراسة (الترويج) أي غير متوفر أساسا. وانطلاقا من هذه المعطيات تم تقديم مجموعة من التوصيات الموجهة للمكتبة وإدارة الجامعة والطلبة، تهدف إلى تفعيل الترويج للكتاب الإلكتروني وتوسيع دائرة الإستفادة منه وتحسين جودة الخدمات المكتبية الرقمية، بما يواكب التحول نحو بيئة تعليمية حديثة ومتكاملة، وفي الأخير تبقى هذه الدراسة مساهمة متواضعة في مجال البحث حول خدمات المعلومات الرقمية بالمكتبات الجامعية وتفتح المجال أمام دراسات مستقبلية أوسع وأعمق.

بيليو غرافية

ببليوغرافية:

■ القواميس:

1. إدريس، سهيل. المنهل: قاموس فرنسي عربي. بيروت: دار الأداب. د. ت.
2. عبد الصرايرة، خالد. الكافي في مفاهيم علوم المكتبات والمعلومات. دار كنوز للمعرفة العلمية 2010
3. ياسر، يوسف عبد المعطي. القاموس الشارح في علوم المكتبات والمعلومات . إنجليزي عربي مع كشف عربي إنجليزي. القاهرة: دار الكتاب الحديث. 2009

■ الموسوعات:

4. الشامي، أحمد محمد؛ السيد، حسب الله. المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات. الرياض: دار المريخ للنشر 1988
5. قنديلجي، عامر إبراهيم. المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والإنترنت. ط2. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. 2016
6. سيد، حسب الله. الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات والحاسبات. القاهرة: دار المكتبة الأكاديمية. 2001

■ الكتب:

7. أحمد، فايز؛ أحمد سيد. الكتاب الإلكتروني إنتاجه ونشره. الرياض. 2010
8. أحمد نافع، المداحه. النشر الإلكتروني وحماية المعلومات. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. 2011
9. أحمد نافع، المداحه. أنواع المكتبات. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع. 2011
10. أحمد نافع، المداحه؛ حسن، محمد مطلق. المكتبات الجامعية ودورها في عصر المعلومات. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع. 2014
11. أعراب، عبد الحميد. دراسات في المكتبات والمعلومات. ديوان المطبوعات الجامعية. 2017
12. الأبرشي، ثناء شاكر حمودي. المكتبات الأكاديمية وحقوق الملكية الفكرية في البيئة التقليدية والرقمية. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي. 2018
13. الفيتوري، محمد مبروك خلف الله. تكنولوجيا المعلومات في المكتبات الجامعية: الكفاءة والإستخدام. القاهرة : جمهورية مصر العربية . 2020

14. الحداد، فيصل عبد الله حسن. خدمات المكتبات الجامعية السعودية دراسة تطبيقية للجودة الشاملة . الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية. 2003.
15. الخطاب، السعيد مبروك. لوائح المكتبات في العصر الرقمي. الوراق للنشر والتوزيع. 2014.
16. السعيد، مبروك إبراهيم. إدارة الموارد البشرية بالمكتبات الجامعية في عصر المعرفة. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر. 2014.
17. الرحي، عليان؛ قنديلجي، عامر. مصادر المعلومات في عصر الأنترنت. عمان: دار الفكر للطباعة والنشر. 2000.
18. العريضي، جمال توفيق. أنواع المكتبات الحديثة. الأردن: الأكاديميون للنشر والتوزيع 2014.
19. العبدلي، سمير عبد الرزاق. وسائل الترويج التجاري. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. 2011.
20. العلاق، بشير عباس؛ ربيعة، علي محمد. الترويج والإعلان التجاري. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. 2007.
21. العكيلي، جمال أحمد عباس. إتجاهات المستفيدين نحو إستخدام الفهارس الإلكترونية في المكتبات. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع. 2017.
22. الزعبي، علي فلاح. إدارة الترويج والإتصالات التسويقية. ط2. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. 2009.
23. إبراهيم، السعيد مبروك. أخصائي المكتبات بين المهنة والرسالة. كفر الشيخ: العلم والإيمان للنشر والتوزيع. 2009.
24. عطوي، جودت عزت. أساليب البحث العلمي: مفاهيمه، أدواته، طرق إحصائية. ط4. دار الثقافة للنشر والتوزيع. دت.
25. عبد الباقي، يونس إسماعيل. دراسات المستفيدين وخدماتهم في المكتبات ومراكز المعلومات. القاهرة: الشركة العربية للتسويق والتوريدات. 2017.
26. فادي، عبد الحميد. المرجع في علم المكتبات. عمان: دار أسامة. 2006.
27. فردوس، عمر عبد الرحمن. النشر الإلكتروني والشبكات والمكتبة الإلكترونية والأنترنت وخدماتها بالمكتبات الجامعية. الدار العالمية للنشر والتوزيع. 2017.

28. فؤاد إسماعيل، نهال. الإتجاهات الحديثة في تكنولوجيا المكتبات والمعلومات. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية. 2012.
29. فلحي، محمد. النشر الإلكتروني، الطباعة، الصحافة، والوسائط المتعددة. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع. 2014.
30. مارسيل، مالك؛ رحاب، العزة؛ رستم، أبورستم؛ عبدة الربابعة، جوينات. النشر الإلكتروني. 2005.
31. مصطفى، ربحي عليان. خدمات المعلومات. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. 2009.
32. مصطفى، علي اللحام. المدخل إلى علم المكتبات ومصادر المعلومات. عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع. 2016.
33. ناصر، محمد جودة. الدعاية والإعلان والعلاقات العامة. دار المجدلوي. 1998.
34. وائل، مختار إسماعيل. إدارة وتنظيم المكتبات ومراكز المعلومات. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع. 2012.
35. رامي، محمد، عبود داوود. الكتب الإلكترونية النشأة والتطور والخصائص وإمكانيات الاستخدام والإفادة. ط2. الدار المصرية اللبنانية. 2009.
36. ربحي، مصطفى؛ النجداوي، أمين. مقدمة في علم المكتبات والمعلومات. عمان: دار الفكر للطباعة والنشر. 2001.
37. ربحي، مصطفى عليان؛ السامرائي، إيمان. المصادر الإلكترونية للمعلومات. دار اليازوري للنشر والتوزيع. 2014.
38. رحاب، رمضان عطية. مبادئ نظم إدارة الجودة الشاملة في المكتبات الجامعية. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث. 2019.
39. ريا، أحمد الدباس. المرجع إلى علم المكتبات. عمان: دار الدجلة. 2015.
40. ريا، الدباس. المكتبات والنشر الإلكتروني. عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع. 2010.
41. سعيد، أحمد حسن. المكتبات وأثرها الثقافي، الاجتماعي، التعليمي. القاهرة: دار الفكر العربي. 1991.
42. سلامة، محمد عبد الحافظ. خدمات المعلومات وتنمية المكتبات المكتبية. عمان: دار الفكر. 1997.

43. شادي، محمود حسين القاسم. دور النشر الإلكتروني في المكتبات ومراكز المعلومات. عمان: دار الضياء للنشر والتوزيع. 2007.
44. حمدي، أبو الفتوح عطيفة. منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية. القاهرة: دار النشر للجامعات . د. ت.
45. غالب، عوض النوايسة. الإنترنت والنشر الإلكتروني، الكتب الإلكترونية والدوريات الإلكترونية. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. 2011.
46. غياث، صبحي الترجمان. البيع الشخصي. عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع. 2017.
47. همشري، عمر أحمد. مدخل إلى علم المكتبات والمعلومات. عمان: دار الصفاء. 2008.
48. همشري، عمر أحمد. المكتبة ومهارات إستخدامها. عمان: دار صفاء. 2009.
49. يوسف أحمد، أبو فارة. التسويق الإلكتروني. دار وائل للنشر والتوزيع. 2018.
- المقالات:
50. أوشن، جميلة؛ بسباس، سارة؛ بوصالح حسين. إستخدامات الكتاب الإلكتروني الطلبة الجامعيين دراسة في الإستخدامات والإشباعاات. المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل. العدد 5. 2019.
51. أعبيدة، نبيلة؛ رحال سليمان. إستخدام الكتاب الإلكتروني من طرف الطلبة دراسة ميدانية مع طلبة السنة الثانية ماستر كلية العلوم الإنسانية. مجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية. المجلد 11، العدد 02، جامعة المسيلة. 2021.
52. البرادعي، أشرف محمد محمد. أثر إختلاف نمط الدعم التكيفي وأسلوب التعلم داخل الكتاب الإلكتروني التفاعلي على التحصيل المعرفي ودافعية التعلم لدى طلاب تكنولوجيا التعليم . مجلة كلية التربية. المجلد 109، العدد 03، المنصورة. 2020.
53. الصديق، عبد الصادق؛ البدوي، بلة. إتجاهات طلاب الدراسات العليا نحو إستخدام الكتاب الإلكتروني دراسة ميدانية من وجهة نظر طلاب الدراسات العليا. مجلة أفاق للعلوم . المجلد 07، العدد 04، السودان: جامعة بطانة . 2022.
54. بادي، سوهام. تقنيات وأدوات الترويج الإلكتروني في المكتبات ومراكز المعلومات. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية. المجلد 04، العدد 01. جامعة العربي التبسي. 2019.

55. تسوري، عائشة سفيان، بوفجلين، زهرة. التسويق كآلية لتطوير خدمات المعلومات بالمكتبات :مكتبات المتاحف الوطنية بولاية الجزائر نموذجا .مجلة روافد. المجلد 08، العدد 02. جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت. 2024
56. حافظي، زهير. تكوين المستفيدين في مجال المعلومات. مجلة المكتبات والمعلومات. المجلد 03، العدد 01. قسنطينة. 2006
57. خمقاني، مباركة. أساليب وأدوات تجميع البيانات. مجلة الذاكرة. المجلد 05، العدد 09. جامعة قاصدي مرباح ورقلة. 2017
58. صالي، إسماعيل؛ زواتيني، عبد العزيز. دينامية التنظيم في المكتبات الجامعية ولافتة بتلبية إحتياجات المستفيدين دراسة ميدانية بمكتبات الكليات لجامعة يحي فارس .مجلة البحوث والدراسات العلمية. المجلد 17، العدد 01. جامعة المدية. 2023
59. ساهرة، حسن محمود. التقنيات الحديثة للكتاب الإلكتروني. مجلة التطوير العلمي للدراسات والبحوث. المجلد 05، العدد 18. العراق: جامعة البصرة. 2024
60. شنعة، أمينة؛ بن عומר، محمد الصالح. مكانة الكتاب الرقمي في قانون الملكية الأدبية والفنية. مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية. المجلد 05، العدد 02. جامعة محمد بوضياف بالمسيلة. 2020
61. عماد، عيسى صالح. الكتاب الإلكتروني e-Book (المفهوم والخصائص). الإتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات. المجلد 09. العدد 17. 2002
62. كوار، فوزية. المكتبة الجامعية ودورها في البحث العلمي المكتبة المركزية لجامعة أدرار. مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والإنسانية. المجلد 21، العدد 01. جامعة أدرار. 2022
63. لعمرس، أمال؛ مجاجي، عيسى. التسويق الإلكتروني لخدمات المكتبات الأكاديمية. مجلة بيبليوفيليا. المجلد 01، العدد 03. 2019
64. مجاهد، نصر الدين؛ سمرة، عماد محمد عبد العزيز. أثر التفاعل بين نمط تصميم الكتاب الإلكتروني والتخصص العلمي في تنمية مهارات تصميمه وإنتاجه لدى المعيدين والمحاضرين بالجامعات السعودية. مجلة كلية التربية. مجلد 36، العدد 173. القاهرة: جامعة الأزهر. 2017

- 65.مغاوي، أحمد؛ محمد، بيومي العطار. أثر إستخدام الكتاب الإلكتروني في تنمية مهارات تصميم قواعد البيانات لدى الطلاب المندفعين والمتروين. مجلة التربية النوعية. المجلد 01، العدد 28. مصر. 2022
- 66.مصباح، محمد. التسويق الإلكتروني لخدمات المكتبات الرقمية ودوره في زيادة الإقبال على إستخدامها مقارنة بين المكتبة الرقمية بجامعة بنها في مصر والمكتبة الرقمية لجامعة أم القرى في المملكة العربية السعودية . مجلة بحوث ودراسات. المجلد 01، العدد 01. 2022
- 67.ناصر، أمبارك الشيباني. المكتبات الجامعة في ظل التحول الرقمي. مجلة شمال إفريقيا للنشر العلمي (NAJSP) المجلد 02، العدد 01. 2024
- 68.هبة، عبد المنعم؛ باشا، محمد. الكتاب الإلكتروني تعريفه أهميته تصميمه. مجلة الطفولة. المجلد 34، العدد 02. جامعة القاهرة. 2020
- 69.زين، عبد الهادي. تسويق الخدمات المكتبية وخدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات. مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات. مجلد 01، العدد 01. جامعة المسيلة. 1994
- مقالات أجنبية :
70. William H Walters. E- Book in Academic libraries and The Academy for Acuisition and collection Management , Portal : libraries and The Academy. Vol 13,No02.2013
71. K,pandey . Impact of e-books in academic libraries .International Jornal of Research in library science.Vol02,No01.university Nainital .2016
72. Tedd,Lucya .E-books in Academic libraries :aninteraterational overuiew.Aberys Twyth university.2005
73. Magdalin ivasileiou ;jemifer Rowley . Markating and promotion of e-books in academic libraries .2010

Franklin, Ernest ;Ezerea kulisoma;Dimah Baidoo, Fredaik Mauhumduse . E-74
Book usage in The Academic library : Benefits and challenges ,paper presented at
The department of information Science –university of pretonia .2014

• المذكرات والأطروحات :

75. بن حاوية، يمينة. جودة الخدمات المعلوماتية وتلبية إحتياجات المستعملين. مذكرة ماجيستر. وهران
جامعة العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية . 2019/2018
76. تازي، كريم. بولنوار، محمد أمين. زويرة، بوحركات. إستراتيجية تسويق الأوعية الإلكترونية في المكتبات
الجامعية المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون. مذكرة ماستر هندسة وتكنولوجيا المعلومات. جامعة ابن
خلدون تيارت. 2021/2020
77. درويش، زهية؛ بصافي، سعاد. النشر الإلكتروني في المكتبات الجامعية الجزائرية المكتبة المركزية
لجامعة العلوم والتكنولوجيا بوهـران. مذكرة ماستر. جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم . 2019/2018
78. ديخن، نور الدين. توظيف الجيل الثاني للويب في تسويق خدمات المكتبات الجامعية الجزائرية. مذكرة
ماجيستر في تقنيات التوثيق ومجتمع المعلومات. جامعة وهران 1 أحمد بن بلة. 2015
79. جنـيح، أمين. إستخدامات الأساتذة الجامعيين للكتاب الإلكتروني دراسة ميدانية ببعض الجامعات
الجزائرية. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. قسنطينة 03. 2020/2019
80. خمشية، نور الدين؛ غريب، نصر الدين. ترويج الخدمات المكتبية عبر شبكات التواصل الإجتماعي.
مذكرة ماستر في تسيير ومعالجة المعلومات. جامعة العربي التبسي. 2021/2020
81. سومر، عبد الله. أثر المزيج الترويجي في تسويق خدمة النقل بالمترو والترامواي في الجزائر. أطروحة
دكتوراه في العلوم التجارية. جامعة الجزائر 03. 2017/2016
82. سماحي، منال. التسويق الإلكتروني وشروط تفعيله في الجزائر دراسة حالة إتصالات الجزائر. مذكرة
ماجيستر في العلوم الإقتصادية. جامعة وهران 02. 2015/2014
83. عادل، علي؛ المعتز بالله، عباس. الخدمة المرجعية في المكتبات الجامعية ودورها في تلبية إحتياجات
المستفيدين. مذكرة ماستر. جامعة العربي التبسي. 2019/2018

84. عواري، حليلة؛ بوحداجة، عدة. الترويج الإلكتروني وتأثيره على سلوك المستهلك . مذكرة ماستر في التسويق . جامعة ابن خلدون تيارت. 2017/2016
85. العياشي، بدر الدين. خدمات أنظمة المعلومات الإلكترونية ودورها في تلبية إحتياجات المستفيدين دراسة ميدانية بمكتبة المدرسة العليا للأساتذة. مذكرة ماجيستر. قسنطينة. 2012/2011
86. كريم، مراد. مجتمع المعلومات وأثره في المكتبات الجامعية. أطروحة دكتوراه في علم المكتبات . جامعة منتوري قسنطينة. 2008
87. يحي، مباركة. فاعلية خدمة الإعارة ودورها في رفع إقبال المستفيدين دراسة ميدانية بالمكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية تبسة. مذكرة ماستر. جامعة العربي التبسي. 2020/2019
88. يطوش، كمال. قياس جودة خدمات مكتبة الدكتور عروة لجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية . مذكرة ماجيستر في علم المكتبات. جامعة منتوري قسنطينة . 2007/2006
- مذكرة بالأجنبية:
89. Louisa ,Brown .E-Books and The academic library: Their usage and effect
- Adissertation. submitted The university of woles in patial fulfilment of The requirements for The degree Magister in scientia Economic 2009
- المواقع الإلكترونية :
90. <https://www.echaab.dz>
91. <https://biblio.univ-tiaret.dz>
92. Puplishengstat.com.weighing The pros and cons of E-
- books/https://sharjah24articles.2024/10/01
93. <https://tech.mawdoo3.com>
94. سامح العجومي. الكتاب الإلكتروني. 2011. متاح على الرابط الإلكتروني:
- <https://samahjamil.wordpress.com>
95. سعد محمد رحيم . الكتاب الإلكتروني والمكتبة الإلكترونية ومجتمع المعرفة : تحديات عصر العولمة ومابعد الحداثة . 2014. متاح على الرابط الإلكتروني <https://www.ahewar.org>

96. هند الخليفة . مابين الكتب الإلكترونية وتكنولوجيا الحبر الإلكتروني تجربة علمية لقارئ الياد في جريدة

الرياض .العدد 14267. 2017 . متاحة على الرابط : <https://www.Alryadh.com>

/2007/07/17article26560html

97.حجازي طارق. لمحة عن الكتاب الإلكتروني . متاح في بوابة تكنولوجيا التعليم 2015. على الرابط

الإلكتروني : <https://drgawdat.edutec.portalnet>

98.رحمة حمدي ؛ تحاميد بشرى . المكتبات الجامعية وتحديات البيئة الرقمية . متاح على الرابط :

https://portal.arid.my/ar_Ly/posts/details

/F6719Fcc_9673_48551_36F8e03b8784?t:2021/05/26

▪ أعمال ملتقى:

99. صالح، فاطمة الزهراء؛ براهيمية، جهاد. تقييم واقع استخدام النظام الوطني للتوثيق الإلكتروني في

إعداد البحوث العلمية وعلاقتها ببعض المتغيرات لدى طلبة الدكتوراه. جامعة ورقلة. الملتقى الوطني الثاني

حول الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي. 2014/03/5

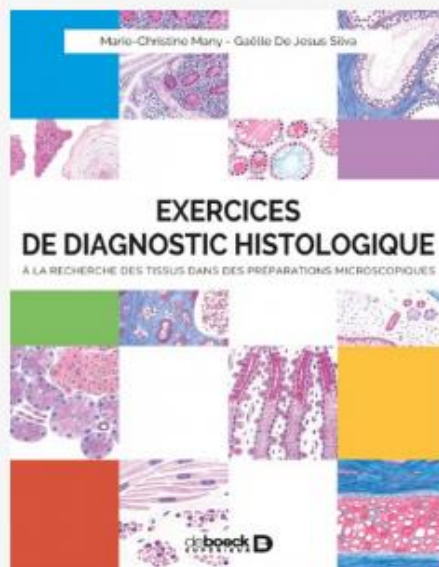
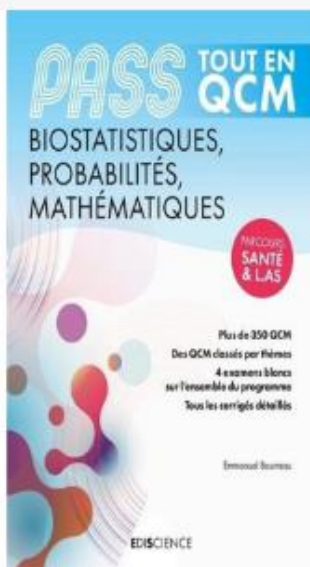
الملاحق

الملحق 01:



الملحق 02:

المقنيات الجديدة



الملحق 03:

جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

إستمارة إستبيان

أعزائي الطلبة والطالبات، السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

نتشرف بوضع هذا الإستبيان بين أيديكم وذلك في إطار إعداد مذكرة لنيل شهادة ماستر في علم المكتبات تخصص تكنولوجيا وهندسة المعلومات تحت عنوان:

"أثر الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبات الجامعية من وجهة نظر المستفيدين: دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت "

نرجو من سيادتكم التفضل بالإجابة على هذا الإستبيان، يرجى قراءة الأسئلة بعناية ووضع علامة (×) أمام الخانة المناسبة واختر الإجابة القريبة إلى تجربتك الشخصية حيث لا توجد إجابة صحيحة وخاطئة ما يهمنا هو معرفة تجربتكم وأرائكم الشخصية فقط.

❖ ونتعهد لكم بأن لا نستخدم هذه المعلومات إلا لأغراض البحث العلمي.

تحت إشراف الأستاذ:

العياشي بدر الدين

من إعداد الطالبة :

سعيدة حليلة

السنة الجامعية : 2025/2024

■ بيانات شخصية خاصة بالمبحوثين :

1. الجنس : ☐ ذكر ☐ أنثى

2. المستوى الدراسي :

. السنة ثانية ليسانس علم مكتبات ☐

. السنة الثالثة ليسانس علم مكتبات ☐

. السنة أولى ماستر هندسة وتكنولوجيا المعلومات ☐

. السنة الثانية ماستر هندسة وتكنولوجيا المعلومات ☐

المحور الأول : الوعي بالكتاب الإلكتروني وإستخدامه

1. في رأيك ماهو الكتاب الإلكتروني ؟

_ كتاب يمكن قراءته على الأجهزة الإلكترونية ☐

_ كتاب يتم تحميله من الانترنت وقراءته في أي وقت وأي مكان ☐

_ كتاب تفاعلي من خلال الروابط والوسائط المتعددة مثل الفيديو والصور ☐

(تعريف حسب فهمك الشخصي).....

2. هل سبق لك إستخدام الكتاب الإلكتروني ؟ ☐ نعم ☐ لا

ان كانت الإجابة ب لا ماهي الأسباب التي تمنعك من إستخدامه ؟

. تفضيل الكتاب الورقي ☐

. لدي صعوبة في إستخدام التكنولوجيا ☐

. عدم معرفتي بوجود كتب إلكترونية ☐

3. هل تفضل الكتاب الإلكتروني على الكتاب الورقي ؟ ☐ نعم ☐ لا

ان كانت الإجابة بنعم ماهي أبرز الأسباب التي تجعلك تفضل الكتاب الإلكتروني ؟ يمكنك إختيار أكثر من

إجابة

. سهولة الوصول له وحمله ☐

. امكانية البحث داخل النص في أي مكان واي وقت دون إزعاج ☐

. يوفر بيئة تفاعلية ☐

- (أسباب أخرى حسب ميولاتك الشخصية) □.....
4. ما نوع الكتب الإلكترونية التي تستخدمها عادة ؟
- أكاديمية (مراجع . دراسات علمية) □ أدبية □ ثقافية □
5. ماهي المصادر التي تستخدمها للوصول إلى الكتب الإلكترونية ؟
- المكتبة الجامعية الإلكترونية □
- الأقراص المضغوطة CD المتواجدة بالمكتبة المركزية □
- منصات إلكترونية تابعة للجامعة كا sndl □
- مواقع خارجية مثل googl Books □
6. لأي غرض تستخدم الكتاب الإلكتروني في الجامعة ؟
- إعداد البحوث العلمية □
- البحث عن المراجع والمصادر العلمية □
- دعم الدروس والمحاضرات التي يقدمها الأساتذة لنا □
- المراجعة للإمتحانات □
7. هل تجد أن الكتب الإلكترونية متاحة بسهولة في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون ؟
- متاحة بسهولة □ متاحة بصعوبة □ غير متاحة نهائيا □
8. إن كانت الكتب الإلكترونية متاحة بالمكتبة المركزية الجامعية كيف تقيم جودتها ؟
- جيد □ ضعيف □
9. ماهي الصعوبات التي تواجهها عند إستخدام الكتب الإلكترونية المتاحة في المكتبة المركزية ؟ إمكانية إختيار أكثر من إجابة أو إضافة حسب تجربتك .
- مشاكل وقيود الوصول لها (كإتاحتها لطلاب في مستويات معينة) □
- مشاكل تقنية (عدم توافق مع الأجهزة التي أستخدمها) □
- مشاكل فنية (غياب التوعية والدعم المناسب من طرف موظفو المكتبة) □
10. هل تحتاج لوضع دورات تدريبية وتوجيهات من طرف المكتبة المركزية حول فعالية الكتب الإلكترونية وطرق الوصول لها وإستخدامها ؟
- لا أحتاج □ أحتاج بشكل كبير □

المحور الثاني : الترويج¹ للكتاب الإلكتروني في المكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون _تيارت_

11. هل لك علم بتوفر كتب إلكترونية بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون ؟ نعم ☐ لا ☐

ان كانت الإجابة بنعم ماهي مصادر علمك ؟

.إعلانات وملصقات داخل المكتبة ☐

.توعية وتوجيهات من طرف موظفي المكتبة ☐

.إعلانات عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بالمكتبة ☐

.من طرف الأساتذة والأصدقاء ☐

12. هل لاحظت أي جهود ترويجية للكتاب الإلكتروني بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت

نعم ☐ لا ☐

- إن لاحظت وجود ترويج للكتاب الإلكتروني فماهي الوسائل التي تستخدمها ؟ يمكنك الإجابة بأكثر من إجابة

. منشورات علمية داخل المكتبة ☐

. رسائل عبر البريد الإلكتروني ☐

.توجيهات وإرشادات من موظفو المكتبة ☐

. إعلانات عبر مواقع التواصل الخاصة بالمكتبة كصفحة الفيسبوك الخاصة بالمكتبة المركزية ☐

. إعلانات عبر الموقع الإلكتروني الخاص بالمكتبة ☐

13. هل تعتقد أن الحملات الترويجية للكتاب الإلكتروني في المكتبة فعالة في تشجيعك على إستخدام الكتاب

الإلكتروني ؟ نعم ☐ لا ☐

14. في رأيك هل الترويج للكتاب الإلكتروني فعال في جذب المستفيدين والرفع من مستوى ثقتهم في المكتبة

الجامعية ؟

نعم فعال ☐ غير فعال ☐

¹ نغني بالترويج : هو إيصال فكرة أو خدمة للمستفيد بطريقة تجذب الإنتباه وتفتح المستفيد على إستخدامها وتحسين صورتها في ذهن المستفيد. مثل : إعلان عن وجود كتب جديدة في المكتبة .

15. هل الترويج للكتاب الإلكتروني دافع لتفضيله عن الكتاب الورقي ؟ ☐ نعم ☐ لا

16. في رأيك هل الترويج للكتاب الإلكتروني ينمي قيمة الخدمات الإلكترونية للمكتبة ؟

☐ نعم ☐ لا

17. في رأيك ماهي أكثر الوسائل ذات فعالية في تحقيق غاية الترويج ؟ الإجابة من الوسائل المذكورة في اقتراحات الإجابة عن السؤال السابق ويمكنك الإضافة حسب تجربتك الشخصية .

.....

المحور الثالث : أثار الترويج للكتاب الإلكتروني على الطلبة

18. في رأيك هل الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبة يحسن جودة دراستك والتفاعل بشكل أفضل مع المحاضرات والأنشطة الأكاديمية ؟

ساعدي بشكل كبير ☐ لا لم ألاحظ فرق ☐

19. هل الترويج للكتاب الإلكتروني يساهم في تعزيز وزيادة إستخدام الكتب الإلكترونية ؟

☐ نعم ☐ لا

20. هل يساهم الترويج للكتاب الإلكتروني في تقليل الوقت الذي تقضيه في البحث عن الكتب أو الذهاب إلى المكتبة؟

نعم بشكل كبير ☐ لا ☐

21. هل الترويج للكتاب الإلكتروني يقلل الحاجة إلى الإعتماد على الكتب الورقية ؟

☐ نعم ☐ لا

22. هل الترويج للكتاب الإلكتروني ساعدك في تحسين مهارات التعلم الذاتي ؟

☐ نعم ☐ لا

23. هل الترويج للكتاب الإلكتروني في المكتبة حفزك على قراءة المزيد من الكتب الأكاديمية ؟

☐ نعم ☐ لا

24. هل ساعدك الترويج للكتاب الإلكتروني في تعلم كيفية إستخدام أدوات القراءة الرقمية ؟

☐ نعم ☐ لا

25. هل الترويج للكتاب الإلكتروني دفعك لإستخدام المصادر الرقمية الأخرى ؟

نعم ☐ لا ☐

- إن كانت الإجابة ب "نعم " الرجاء ذكرها؟

.....
.....

26 . إذ كانت لك أفكار أو إقتراحات حول كيفية تحسين الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبات الجامعية

الرجاء ذكرها ؟

.....

* شكرا لكم على وقتكم وجهودكم المبذولة في هذا لإستبيان نتمنى لكم مستقبلا مشرقا ونجاحا مستداما في
دراستكم وحياتكم المهنية .

الملحق: 04



اي ريكس إنياد





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
الاعلام والاتصال وعلم المكتبات



نموذج التصريح الشرفي
الخاص بالالتزام بقواعد التصريح العلمية لإنجاز بحث
(ملحق بالقرار رقم 1082 المؤرخ في ديسمبر 2020)

نحن الموقعون أدناه كل من:

الطالب(ة): سعيد حليم الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 110020460006080005

الصادرة في: بشارت بتاريخ: 2020/10/03

الطالب(ة): الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم:

الصادرة في: بتاريخ:

الطالب(ة): الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم:

الصادرة في: بتاريخ:

المسجلين بقسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات تخصص: تكنولوجيا ومعالجة المعلومات

والمكلفين بإنجاز مذكرة ماستر موسومة ب: أش الترويج للكتب

الالكتروني في المكتبات الجامعية من

وجهة نظر أطلس هيدرين

نصرح بشرفنا أننا التزمنا بمراعاة المعايير العلمية، المنهجية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

توقيع الطالب الثالث

توقيع الطالب الثاني

توقيع الطالب الأول

رئيس القسم 2025 جوان

رئيس المصلحة



السيد: حليم
مستشار
رئيس القسم
رئيس المصلحة

مصلحة التنظيم
قد شرفنا المصاحبة على الاضطلاع
السيد: سعيد حليم
ح با وارس
الصادرة بتاريخ
من شرف
بشارت في
2025 جوان



الجزائرية الديمقراطية الشعبية الجمهورية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون. تيارت



كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم الاعلام و الاتصال و علم المكتبات

استمارة الاذن بالإيداع

أنا الممضي أسفله الأستاذ (ة): العباسي بدر الدين

أرخص للطلبة الآتية اسماؤهم بإيداع المذكرة.

الاسم و اللقب: سعيد حليم

الاسم و اللقب: /

الاسم و اللقب: /

التخصص: تكنولوجيا وهندسة المعلومات

عنوان المذكرة: أثر الترويج للكتاب الإلكتروني

في المكتبات الجامعية من وجهة

نظر المستفيدين

تيارت: 2025/06/03

امضاء الاستاذ(ة) المشرف:

[Signature]

ملخص:

تتناول هذه المذكرة موضوع "أثر الترويج للكتاب الإلكتروني بالمكتبات الجامعية من وجهة نظر المستفيدين"، من خلال دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية لجامعة ابن خلدون تيارت حيث تم إختيار طلبة علم المكتبات كنموذج للدراسة، تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مدى تأثير الترويج على وعي المستفيدين بالكتاب الإلكتروني وتحفيزهم على إستخدامه، تم تقسيم المذكرة إلى قسمين قسم نظري انقسم إلى فصلين تناول الفصل الأول الكتاب الإلكتروني بصفة عامة بالمكتبات الجامعية والفصل الثاني تمحور حول الترويج بالمكتبات الجامعية ودوره في دعم الوصول للكتاب الإلكتروني، أما القسم التطبيقي شمل تحليل نتائج الملاحظة والإستبيان الذي بني على ثلاثة محاور وتم تحليل كل سؤال فيه على حدى، وتوصلت إلى نتائج عامة تمحورت في غياب واضح للترويج الفعلي للكتاب الإلكتروني داخل المكتبة المركزية مما أدى إلى نقص الوعي به من طرف المستفيدين، وبالتالي لم يظهر أي أثر ملموس للترويج كما كان متوقعا، وهو ما برز بتوصية ضرورة تبني إستراتيجيات ترويج فعالة مستقبلا .

الكلمات المفتاحية: الترويج، الكتاب الإلكتروني، المكتبات الجامعية، المستفيدين .

Abstract :

This memorandum addresses the topic of "The Impact of Promoting E-Books in University Libraries from the Users' Perspective" through a field study at the Central Library Ibn Khaldoun University Tialet, where library science students were chosen as a model for the study. This study aims to determine the extent of the impact of promotion on users' awareness of e-books and motivating them to use them. The memorandum was divided into two parts: a theoretical part, divided into two chapters; the first chapter dealt with e-books in general in university libraries, and the second chapter focused on promotion in university libraries and its role in supporting access to e-books. The applied section included an analysis of the results of observations and a questionnaire based on three axes, and each question was analyzed separately. The results reached general conclusions centered on a clear absence of actual promotion of e-books within the Central Library, which led to a lack of awareness among users. Consequently, no tangible impact of promotion appeared as expected, which was highlighted by a recommendation for the necessity of adopting effective promotion strategies in the future. Keywords: promotion, e-book, university libraries, users.