

دور شبكات التواصل الإجتماعي في تطوير وتسويق خدمات المعلومات في مكتبات المطالعة العمومية الجزائرية خلال أزمة كورونا

*The role of social networks in the development and marketing
of information services in Algerian public libraries
During the coronavirus pandemic.*

د. هند علوي^{*1}

¹ جامعة العربي التبسي (الجزائر)، hind.aloui@univ-tebessa.dz

تاريخ النشر: 2020/30/30

تاريخ القبول: 2020/09/03

تاريخ الإرسال: 2020/08/26

ملخص

إن لشبكات التواصل الإجتماعي أدوارا عديدة إجتماعية أو ثقافية و تعليمية في حياة الأفراد على اختلاف مستوياتهم و مكتبات المطالعة العمومية تأثرت بشكل كبير بشبكات التواصل الإجتماعي في تقديم خدماتها للمستفيدين خاصة في ظل أزمة كورونا مما يتوجب على أخصائي المعلومات أن يستثمر وجود هذه الشبكات في خدمة الرواد. ومن خلال هذه الدراسة نود إبراز كيفية تطوير خدمات المعلومات كمكتبات المطالعة العمومية في جميع الأحوال عامة و في ظل أزمة كورونا خاصة، الموجودة على صفحات الفيسبوك و كيف أنها أصبحت متاحة للمستفيد في أي وقت يشاء ومتاحة عبر مواقعها و عبر شبكات التواصل الإجتماعي، واستخدمت هذه الدراسة منهج تحليل المحتوى حيث قمت باختيار عينة عشوائية (12 مكتبة مطالعة عمومية).
الكلمات المفتاحية: أزمة كورونا- إنترنت- خدمات المعلومات- فايسبوك- مكتبات المطالعة العمومية.

Abstract

Social media plays an important role in the lives of individuals, namely in social, cultural and educational terms. This requires information specialists to use these platforms in service of the customers, particularly

* المؤلف المرسل: هند علوي - الإيميل: hind.aloui@univ-tebessa.dz

during the current pandemic. Our aim of this study is to highlight the development of information services, such as public libraries, using social media, in the general case, and during the current pandemic in particular. We have adopted a content analysis methodology on a random sample of 12 public libraries in Algeria with a presence on social media.

Keywords: *Information Service- internet- Facebook -pandemic-Public Library.*

مقدمة

لقد أدى الإنتشار الواسع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى ظهور نوع جديد من التحديات التي تواجه المكتبات، أبرزها كيفية إستغلال شبكات التواصل الاجتماعي في تقديم خدمات نوعية للمستخدمين¹ عامة و خلال الأزمات كأزمة كورونا خاصة و طرق جذب أكبر عدد منهم، خاصة و أن المكتبات عامة ومكتبات المطالعة العمومية خاصة تعيش في خضم عصر المعرفة والتكنولوجيا الذي يفرض عليها التكيف مع التكنولوجيا الحديثة واستغلالها إثباتا للوجود الأمر الذي يحتم على مكتبات المطالعة العمومية كمكتبات موجهة لأكبر فئة من المجتمع ومختلف شرائحه أن تغير من مظهرها وجوهر الخدمة التي تقدمها مما يضمن لها الصمود أمام تحديات شبكات التواصل الاجتماعي لتجعل منها وسيلة تحسن بها خدماتها وتقربها من المستخدم أكثر. و من هنا كانت هذه الدراسة تهدف إلى توضيح طرق تطوير الخدمات التي تقدمها مكتبات المطالعة العمومية ببعض المناطق بالجزائر ومدى تأثيرها على زيادة عدد المستخدمين من خدمات هذه المكتبات في جميع الأحوال وخلال الأزمات كأزمة كورونا و بالتالي كانت هذه الدراسة لتجيب على الإشكالية التالية:

ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير خدمات المعلومات وتسويقها بمكتبات المطالعة العمومية ببعض المناطق بالجزائر خلال أزمة كورونا ومن خلال صفحات الفيسبوك؟

أهمية الدراسة

شبكات التواصل الاجتماعي هي محور إهتمام كافة المؤسسات ومن بينها المكتبات التي كان لزاما عليها أن تعيد توجيه سياستها وأهدافها للوصول إلى المستخدم إعتقادا على شبكات التواصل الاجتماعي التي يزداد إستخدامها يوما بعد يوم كوسيلة تسويقية تجذب المستخدمين من خلال تقديم خدمات راقية و نوعية.



أهداف الدراسة

إن الهدف الأساسي لهذه الدراسة هو إدراك الوعي بشبكات التواصل الإجتماعي من طرف مكتبات المطالعة العمومية والتعرف على الخدمات التي تقدم من خلالها خاصة وأنها مكتبات موجهة لكافة شرائح المجتمع و مدى الإعتماد على هذه الشبكات في تقديم الخدمة عادة وخلال أزمة كورونا خاصة من أجل تحقيق أهداف هي :

- التعرف على نوع شبكات التواصل الإجتماعي التي تعتمد عليها مكتبات المطالعة العمومية.
- معرفة الخدمات التي تقدمها مكتبات المطالعة العمومية عبر هذه الشبكات بشكل عادي و خلال الأزمات و كيفية تسويقها.
- إدراك مدى تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على زيادة المستفيدين من المكتبة. و بالتالي تساؤلات هذه الدراسة مبنية على هذه الأهداف.
- ما نوع شبكات التواصل الإجتماعي المستخدمة في مكتبات المطالعة العمومية لبعض المناطق الجزائرية عادة و خلال أزمة كورونا؟
- كيف تؤثر شبكات التواصل الإجتماعي على عملية التسويق وزيادة عدد المستفيدين؟

منهج الدراسة

إتبعت الدراسة منهج تحليل المحتوى حيث قامت باختيار عينة عشوائية (12 مكتبة مطالعة عمومية) ببعض المناطق بالجزائر ممن لديها صفحات على الفاييسبوك و ذلك من خلال البحث في صفحات الفاييسبوك باستخدام الكلمات المفتاحية، مكتبات المطالعة العمومية، مكتبات المطالعة العمومية الرئيسية، و من خلال تحليل المحتوى تم تصنيف المكتبات إلى فئتين:

- مكتبات نشطة و تحتوي على أكثر من صفحة لمحتوى من قبل اختصاصي المعلومات والمستفيدين من المكتبة و بمعنى آخر يوجد محتوى متعلق بهذه الأنشطة إضافة إلى التحديث الدوري للصفحات.
- مكتبات غير نشطة والتي يوجد لها فقط صفحة واحدة على موقع الفاييسبوك دون وجود أي إشارة إلى محتوى للنقاش من قبل المستفيدين أو حتى أخصائي المعلومات.



عينتا الدراسة

تمت الدراسة على عينة عشوائية من مكتبات المطالعة العمومية ضمت 12 مكتبة مطالعة العمومية ببعض المناطق بالجزائر من بين 47 مكتبة مطالعة عمومية على مستوى الوطن.

| مكتبات المطالعة العمومية | الفئة ونوع شبكة التواصل الاجتماعي |
|---|-----------------------------------|
| مكتبة المطالعة العمومية الرئيسية لولاية حمام الضلعة | غير نشطة ، فايسبوك فقط |
| مكتبة المطالعة العمومية بلدية الرحية | غير نشطة ، فايسبوك فقط |
| مكتبة المطالعة العمومية أم العظام | غير نشطة ، فايسبوك فقط |
| مكتبة المطالعة العمومية لبلدية عين فكرون | نشطة ، فايسبوك فقط |
| مكتبة شبه الحضارية للمطالعة العمومية قايس | نشطة ، فايسبوك فقط |
| المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية تبسة | نشطة ، فايسبوك فقط |
| مكتبة المطالعة العمومية بوجمعة زعيبي فكرنية أم البواقي | نشطة ، فايسبوك فقط |
| مكتبة المطالعة العمومية بوذاري بلقاسم لولاية المسيلة | نشطة ، فايسبوك فقط |
| مكتبة المطالعة العمومية سكاكا تبسة | نشطة ، فايسبوك فقط |
| مكتبة المطالعة العمومية تيارت | نشطة ، فايسبوك فقط |
| المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية المجاهد عصامي محمد بسكرة | نشطة ، فايسبوك فقط |
| المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية الشلف | نشطة فايسبوك فقط |

جدول رقم 1: بوضوح مكتبات المطالعة العمومية عينتا الدراسة

وضعت مكتبات المطالعة العمومية نقاط إتاحة للمعلومات أهمها شبكات التواصل الاجتماعي والتي وجدت مكانتها في المكتبات نظرا للتفاعلية التي يقدمها هذا الوسيط للمستفيدين وأخصائي المعلومات والتي تسد ثغرات ما لا تستطيع المكتبة تقديمه لضيق الوقت أو داخل المكتبة لأنها تتيح فرصة تقديم الخدمات لأكثر عدد من المستفيدين و التواصل معهم ما تقدمه من خدمات على أكبر نطاق ممكن.²

انتشرت شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير جدا في السنوات الأخيرة و ظهورها كان 1995، وتتيح خدمة التواصل بين الأفراد و يطلق عليها البعض بأنها المجتمع الافتراضي الذي يجمع أفراد من مختلف الأجناس و الدين و اللغة والثقافة.³

وشبكات التواصل الاجتماعي خدمة متوفرة عبر الأنترنت تعمل على ربط و مشاركة وتشبيك عدد كبير من المستخدمين من شتى أرجاء العالم في الموقع إلكتروني واحد ، يتواصلون معا مباشرة

ويتبادلون الأفكار والمعلومات ويتمتعون بخدمات عديدة منها مشاركة الملفات والصور والفيديو⁴؛ ومن أشهرها الفايبيوك الذي يعتبر شبكة إجتماعية بدأت سنة 2004 و هو موقع مجاني يتطلب الإشتراك فيه، التسجيل في الموقع يتميز بأنه يمكن التواصل مع الأصدقاء ومشاركة الصور والفيديوها⁵.

و يعرف البعض هذه الشبكات بأنها مساحات يستعرض فيه الأفراد ملفاتهم الشخصية ويقوموا ببناء الشبكات الإجتماعية الخاصة بهم⁶ و يعرف بأنها المواقع التي تمكن للمستخدم إنشاء ملف تعريفى خاص و بناء شبكات الشخصية، ومن ثم يمكن تبادل المعلومات مع الآخرين المنتسبين لنفس الشبكة.

ويعرفها (Alen)⁷ بأنها مساحات خاصة للتعبير عن الرأي ومجموعات للمناقشة تتضمن الأخبار والصور المختلفة، وعليه فإنه يمكن الإستنتاج من هذا المفهوم بأن شبكات التواصل الإجتماعي عبارة عن مواقع تمكن المستخدم من إنشاء ملفات إلكترونية. و بناء شبكات خاصة يمكن إدارتها من قبل المستخدم نفسه وهي وسيلة للحفاظ على العلاقات الشخصية للأفراد مع بقية الزملاء والأصدقاء على الشبكة.

شبكات التواصل الإجتماعي و تسويق خدمات المعلومات

تشير بعض الدراسات أن بعض المكتبات بدأت تتخذ خطوات إتجاه تسويق خدماتها من خلال استخدام شبكات التواصل الإجتماعي، خاصة بعد إقبال كثير من الطلاب على استخدامها وإنشاء صفحات خاصة بهم، إلا أن بعض المكتبات ركزت على اتجاه واحد حيث قامت بالإهتمام بإنشاء صفحات فقط ولم تستثمر التطبيقات التي تتيحها تلك الشبكات⁸ فلم تتيح وصلات للوصول إلى مصادر المعلومات المتوفرة.

كما أوضحت دراسة أخرى أجراها (Stein)⁹ بأن المكتبات الأكاديمية استخدمت شبكات التواصل الإجتماعي في إبلاغ المستفيد بكل ما هو جديد بالمكتبة، مجموعات المكتبة الحديثة الترويج لخدمات المكتبة ومواردها و الفعاليات المصاحبة و إرسال رسائل إلى المستفيدين للإحاطة بكل ما هو جديد.

كما تشير دراسات أخرى أن مكتبات المطالعة العمومية يستعملون شبكات التواصل الإجتماعي للإحاطة بالكتب الجديدة بالمكتبة نشر الأخبار المتعلقة بالجامعة و أنشطتها بالإضافة إلى الأنشطة المقامة في المكتبة، الإعلان عن المجلات الإلكترونية و خدمات قواعد البيانات المتوفرة.

كما كشفت دراسة أخرى قام بها (Kumer, Tripathi)¹⁰ أن المكتبات تمارس نفس الأنشطة التسويقية وخاصة فيما يتعلق بالإعلانات عن مصادر المعلومات وقواعد البيانات و المصادر الإلكترونية بالمكتبة ، بالإضافة إلى الإعلانات حول ورش العمل و المحاضرات بالمكتبة.

شبكات التواصل الاجتماعي و دورها في تعزيز أنشطة مكتبات المطالعة العمومية

إن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور في تعزيز أنشطة المكتبة ودعم برامجها وذلك من خلال:¹¹

- القدرة على توثيق العلاقات بقدر كبير بين المكتبات وروادها.
- تشجيع النقاش و إتاحة الفرصة للرد على تعليقات مستخدمي المكتبة.
- الوصول للمستخدمين من المكتبة في منازلهم، كما هو الحال في المكتبة الحديثة على الأنترنت اليوم التي لم تعتمد على حيزها المادي كنقطة للوصول.
- تبادل الأفكار والتواصل مع المكتبات النظرية.
- إضافة مزيدا من الجمهور للمشاركة في الأحداث والبرامج والفعاليات الخاصة بالمكتبة.

تطوير خدمات المعلومات في المكتبات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

إن شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك و اليوتيوب و التويتر و ماي سبيس تمكن المكتبات من الوصول إلى مجموعة واسعة من المستخدمين وحققت للمكتبة عدة مميزات في تقديم الخدمات المختلفة :

- تساهم في عملية تسويق خدمات المعلومات للمستخدمين.
- تمكن أخصائي المعلومات من أداء عمله ولو خارج المكتبة.
- تساهم في خدمة المناقشة والتفاعل والتحاور الفعال.¹²
- تحسن خدمة الإعلام وتوجيه المستفيد.
- تمكن من التعريف بأنشطة المكتبة والوارد بنشر الصور ومقاطع الفيديو الخاصة بها، وورش العمل التي تعقد بها.

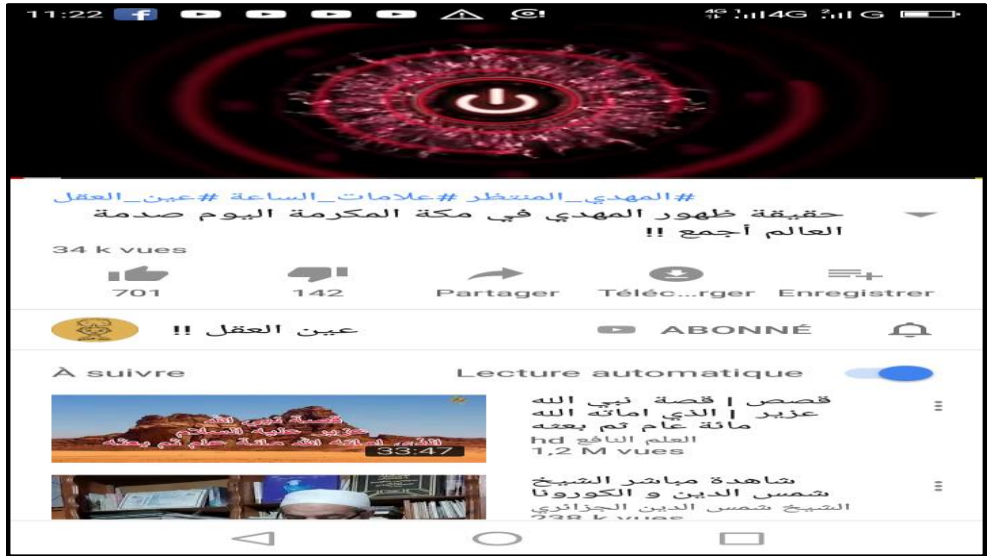


الدراسة الميدانية

إعتمدنا منهج تحليل المحتوى على عينة المكتبات محل الدراسة حيث قمنا بتصفح صفحات شبكات التواصل الإجتماعي وتم التأكد من أن كل المكتبات لديها صفحة فايسبوك إما أن تكون نشطة أو خاملة.
و من أهم الأنشطة التي تقوم بها مكتبات المطالعة العمومية على صفحات الفايسبوك الآتي:

| الوصف | طبيعة النشاط على الفايسبوك |
|--|--|
| تتمثل في الترويج لكل ما هو جديد من أرصد مكتبات المطالعة العمومية | الإعلانات على المصادر الجديدة |
| تتمثل في الأخبار العامة التي تدرجها المكتبة عن المجتمع و فعاليات المكتبة | الأخبار العامة و فعاليات المكتبة |
| تتمثل في الإعلانات بالكتب و كتب المراجعات و بقية مصادر المعلومات | إدراج قوائم وصور عن مصادر المعلومات التي توصي المكتبة باستخدامها |
| و تتمثل في الإعلان عن المواد السمعية و البصرية سواء عن طريق العروض المقدمة في المكتبة أو عن طريق توافرها للإعارة | الإعلان عن الأفلام و المسلسلات و أقراص الفيديو |
| و تتمثل في الإعلانات عن ورش العمل التي تقدمها المكتبة و المحاضرات و البرامج المختلفة سواء التي تقدمها المكتبة أو تقدم عن طريق المؤسسات في المكتبة. | الإعلانات عن البرامج وورش العمل و المحاضرات المصاحبة للمكتبة |
| تتمثل في الإعلانات عن خدمات المكتبة الجديدة لدفع المستفيد لإستخدامها | الإعلانات عن الخدمات الجديدة بالمكتبة |
| و تتمثل في الترويج للمجموعات المكتبة الأخرى و تعريف المستفيد بها | الترويج لمجموعات المكتبة |

جدول رقم 02 : نشاطات مكتبات المطالعة العمومية على الفايسبوك



الشكل رقم 2: الإعلان عن محاضرة وبرامج تقديمها المكتبة

تتخذ المكتبات هذه الصفحات للإعلان عن المحاضرات والبرامج التي تقدمها المكتبة.



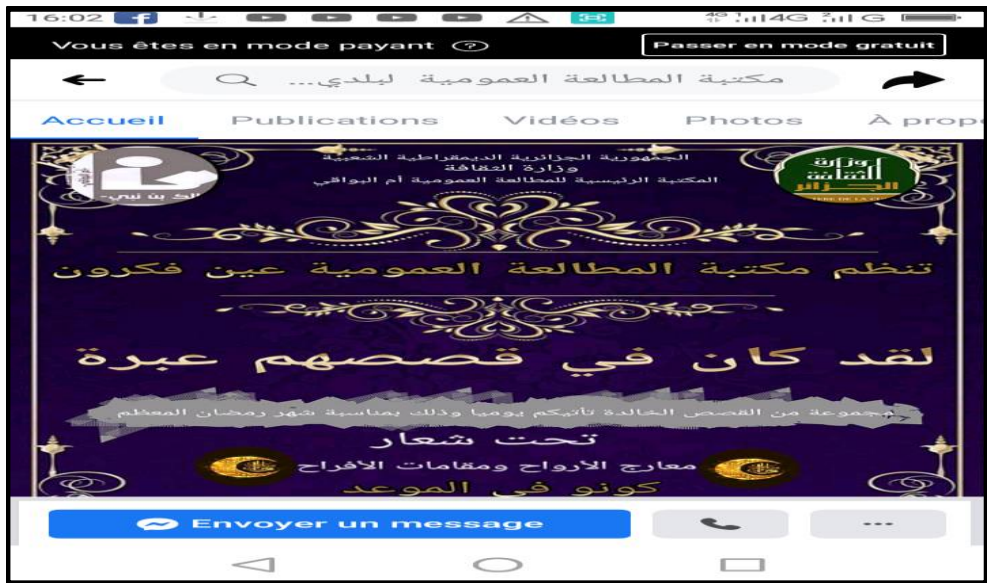
الشكل رقم 3: الإعلان عن ورش العمل

تعلن مكتبات المطالعة العمومية عن الورش التي تقدمها.



شكل رقم 4: الإعلان عن برامج افتراضية

تقوم المكتبة بالإعلان عن برامج افتراضية عبر صفحة الفايسبوك.



شكل رقم 5: الإعلان عن أخبار المكتبة

تستخدم معظم المكتبات صفحاتها على الفيسبوك لنشر الاخبار العامة وفعاليتها المختلفة كعروض الكتب والمهرجانات السنوية والمسابقات.



تتخذ المكتبة صفحة الفيسبوك للإعلان عن الخدمات التي تقدمها كخدمة المكتبة المتنقلة.

مناقشة نتائج الدراسة

يمكن تقسيم المكتبات التي أنشأت صفحات لها على شبكات التواصل الاجتماعي إلى قسمين: مكتبات نشطة و أخرى خاملة، و من الجدول رقم 1 نلاحظ أن بعض المكتبات قد أنشأت لها محتوى على الفيسبوك وبعضها الآخر قد سجل حضورا فقط على الصفحة، والملاحظ أن مكتبات المطالعة العمومية لها حضورا واسعا على شبكات التواصل الاجتماعي. ومن خلال تحليل الجدول رقم 2 تبين أن هناك مجموعة من الأنشطة التي تقوم بها مكتبات المطالعة العمومية على شبكات التواصل الاجتماعي:

- الإحاطة بمصادر المعلومات الجديدة: حيث تستخدم عينة المكتبات صفحاتها على الفيسبوك للإعلان عن الكتب ومصادر المعلومات الأخرى، ويظهر ذلك من خلال الإعلانات على تلك الصفحات سواء من خلال المحتوى ووصف هذه المصادر وتعرف هذه الخدمة بخدمة الإحاطة الجارية، فشبكات التواصل الاجتماعي تمثل أداة جديدة لتقديم خدمة الإحاطة الجارية.

- إصدار قوائم مصادر المعلومات المنتقاة للمستفيد. وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة للبحث الإثنائي للمعلومات بحيث من خلال مجموعات المناقشة يتسنى للمستفيد معرفة مصادر المعلومات التي تقع تحت إهتمامه.
- الإعلان عن مصادر المعلومات الأخرى في المكتبة : شبكات التواصل الاجتماعي هي وسيلة للترويج لمصادر المعلومات الموجودة في المكتبة حيث يتخذها أمين المكتبة كأداة لإيصال هذه المصادر إلى المستفيدين أو معرفة نبذة مختصرة عنها.
- الإعلانات عن ورش العمل و البرامج و المحاضرات : و ذلك باتخاذ شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة لتوصيل مختلف الأنشطة المكتبية إلى المستفيدين للإستفادة من حلقات العمل و مختلف الأنشطة التي تقوم بها المكتبة.
- إن شبكات التواصل الاجتماعي تسمح للمستفيد بإضافة محتوى آخر حيث يقوم بالمساهمة عن طريق خلق محتوى على شبكات التواصل الاجتماعي و المشاركة في طرح الأفكار و عرض المقترحات و المساهمات هذا المحتوى يمكن تناقله بين المستفيدين أعضاء المكتبة أو مكتبات أخرى و تتكرر العملية في نظام شبكي.
- إن مجموعات المناقشات تتيح للمستفيدين عرض أفكارهم ومقترحاتهم حول مجموعات المكتبة كما يتيح للبعض مناقشة محتوى الكتب و تركية البعض للأطفال وغيرهم من المستفيدين ومن خلال هذه العملية يتمكن بقية المستفيدين من الإطلاع والإلمام بمجموعات أخرى في مكتبات أخرى.

خاتمة

من خلال الدراسة حاولنا تبين مدى تطوير خدمات المعلومات باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأحد الإستراتيجيات الفعالة في توعية المستفيدين وإعلامه بمجموعاتها وخدماتها المختلفة، و من خلال شبكات المعلومات تقوم المكتبة بالتسويق على أربعة فئات تسويق المكتبة من خلال أخبارها العامة، وتسويق خدماتها المكتبية إلى المستفيدين، وتسويق مصادرها بالإعلان عنهم عبر صفحات الفيسبوك وتسويق خبرات اختصاصي المعلومات من خلال مهارته البحثية وذلك لحث المستفيد على التقرب من المكتبي؛ و من هنا يمكن تقديم التوصيات التالية:

- على مكتبات المطالعة العمومية استغلال تطبيقات الويب 2.0 في تطوير خدماتها وتسويقها خاصة بما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي.

- إنشاء صفحات فعالة على مواقع الشبكات مثل الفايسبوك؛ و تكون إدارتها تحت إشراف أحد أخصائي المعلومات لتحديث بياناتها وإرسال رسائل تسويقية للمستفيدين، التنسيق بين ما ينشر في موقع المكتبة وما ينشر على شبكات التواصل الاجتماعي.
- الرد على جميع الإستفسارات الواردة من المستفيدين وإدارة مجموعات النقاش على هذه المواقع.
- إقامة ورش عمل حول فوائد شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية استغلالها في تطوير خدمات المعلومات و تسويقها.

مراجع الدراسة

باللغة العربية:

1. أحمد أحمد ميرغني محمد، دور المكتبات الجامعية في التوظيف الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي، المؤتمر السنوي 28 للإتحاد العربي للمكتبات و المعلومات بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيرها في مؤسسات المعلومات في الوطن العربي القاهرة- مصر. 2018.
2. بن يحيى نادية، شيماء رايس، شبكة التواصل الاجتماعي و تأثيره على جودة خدمات المكتبات الجامعية: دراسة ميدانية بجامعة باجي مختار المؤتمر السنوي 28 للإتحاد العربي للمكتبات القاهرة –مصر.
3. الزامل، منصور بن عبد الله ، المكتبات الجامعية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسات مسحية مجلة مكتبة الملك فهد، 2016. متاح على الموقع التالي: <http://search.mandumah.com>
4. شقرة علي خليل، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي عمان دار شهامة للنشر و التوزيع. 2014.
5. القرني عند الرحمان بن عبيد، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تسويق خدمات المعلومات في مكتبة جامعة الملك عبد العزيز، المؤتمر السنوي 28 للإتحاد العربي للمكتبات و المعلومات –مصر- القاهرة. 2018.
6. مرسي، نادية، و اقع تسويق المكتبات العامة عبر شبكات التواصل الاجتماعي : مكتبة الزاوية الحمراء أنموذجا، المؤتمر السنوي 28 للإتحاد العربي للمكتبات القاهرة-مصر. 2018
7. معتوق ، خالد سليمان، استخدام تطبيقات و شبكات التواصل الاجتماعي أداة للتواصل التعليمي في تدريس علوم المكتبات و المعلومات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بالجامعات السعودية : دراسة تحليلية، مجلة مكتبة فهد الوطنية، 2018. <http://www.kfnl.org>

باللغة الأجنبية:

8. Alen, Han. S, Analysis of opological characteristics of huge online social metre or hing Sewices: Proceedings of the 16 international world wide web conference, 2008, 835-844.
9. Boos, R: social networking sites and libraries, 2009. Retrived, 17 May 2011 from :www.ala.org/ala/divs/plat/...../
- 10.Boyd D.Ellisson N.B .social network site definition, history and scholarship journal of computer-mediated communication 13(1), 2007.
- 11.Steiner H. refrence utility of social networking sites. Option and functionality library Hitech new (5/6), 4-6. 2009.
12. Tripathi M, Kumar. S. use of web 2.0 Tools in academic libraries. A reconaissance of the international landscape. The international information and library Review 42, 195-20. 2010.

هوامش الدراسة

- ¹ الزامل : منصور بن عبد الله . المكتبات الجامعية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسات مسحية مجلة مكتبة الملك فهد ، 2016. متاح على الموقع التالي : <http://search.mandumah.com>
- ² مرسي، نادية . و اقع تسويق المكتبات العامة عبر شبكات التواصل الاجتماعي: مكتبة الزاوية الحمراء أمودجا، المؤتمر السنوي 28 للإتحاد العربي للمكتبات القاهرة-مصر، 2018.
- ³ شقرة علي خليل . الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي عمان، دار شهامة للنشر و التوزيع. 2014.
- ⁴ القرني عند الرحمان بن عبيد. دور وسائل التواصل الاجتماعي في تسويق خدمات المعلومات في مكتبة جامعة الملك عبد العزيز، المؤتمر السنوي 28 للإتحاد العربي للمكتبات و المعلومات -مصر- القاهرة. 2018.
- ⁵ معتوق، خالد سليمان .إستخدام تطبيقات و شبكات التواصل الاجتماعي أداة للتواصل التعليمي في تدريس علوم المكتبات و المعلومات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بالجامعات السعودية: دراسة تحليلية، مجلة مكتبة فهد الوطنية. 2018.
- ⁶ Boyd D.Ellisson N.B, social network site definition, history and scholarship journal of computer-mediated communication 13(1). 2007.
- ⁷ Alen .Y, Han. S, Analysis of opological characteristics of huge online social metre or hing Sewices : Proceedings of the 16 international world wide web conference, 835-844. 2008.
- ⁸ Boos, R: social networking sites and libraries. 2009. Retrived, 17 May 2011, from : www.ala.org/ala/divs/plat/...../
- ⁹ Steiner H. refrence utility of social networking sites. Option and functionality library Hitech new (5/6), 4-6. 2009.
- ¹⁰ Tripathi M, Kumar. S. use of web 2.0 Tools in academic libraries. A reconaissance of the international landscape. The international information and library Review 42, 195-20. 2010.
- ¹¹ أحمد أحمد مبرغني محمد . دور المكتبات الجامعية في التوظيف الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي، المؤتمر السنوي 28 للإتحاد العربي للمكتبات و المعلومات بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيرها في مؤسسات المعلومات في الوطن العربي القاهرة-مصر . 2018.
- ¹² بن يحيى نادية ، شيماء رايس، شبكة التواصل الاجتماعي و تأثيره على جودة خدمات المكتبات الجامعية: دراسة ميدانية بجامعة باجي مختار المؤتمر السنوي 28 للإتحاد العربي للمكتبات القاهرة -مصر.